

# KHAI THÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA ẨM THỰC NGƯỜI MÔNG TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI XÃ MÈO VẠC, TUYỀN QUANG

Nguyễn Nam Dũng\*, Lê Thành Công\*\*

\*Khoa Du lịch, Trường Đại học Đại Nam

\*\*Khoa Du lịch – Khách sạn, Đại học Phenikaa

Email: nguyendung23@gmail.com, cong.lethanh@phenikaa-uni.edu.vn

**Tóm tắt:** Nghiên cứu phân tích giá trị văn hóa ẩm thực của người Mông trong phát triển du lịch cộng đồng tại xã Mèo Vạc, tỉnh Tuyên Quang. Thông qua phương pháp nghiên cứu hỗn hợp, kết quả cho thấy các món ăn truyền thống như thắng cố, mèn mèn, rượu ngô men lá và thịt gác bếp không chỉ phản ánh bản sắc văn hóa và tri thức sinh thái mà còn tạo sức hấp dẫn đặc trưng cho du lịch vùng cao. Du khách đánh giá cao hương vị, không gian văn hóa và mức độ tương tác với cộng đồng địa phương. Tuy nhiên, vẫn tồn tại hạn chế về chất lượng dịch vụ, vệ sinh thực phẩm và ứng dụng công nghệ số. Nghiên cứu đề xuất phát triển du lịch cộng đồng theo hướng bảo tồn tính chân thực, nâng cao vai trò cư dân và thúc đẩy chuyển đổi số nhằm phát triển bền vững.

**Từ khóa:** văn hóa ẩm thực, người Mông, du lịch cộng đồng, trải nghiệm du lịch, tính chân thực, Mèo Vạc.

## EXPLOITING THE CULTURAL VALUE OF HMONG PEOPLE'S CUISINE IN COMMUNITY TOURISM DEVELOPMENT IN MEO VAC COMMUNE, TUYEN QUANG PROVINCE

**Abstract:** This study analyzes the cultural value of Hmong cuisine in community tourism development in Meo Vac commune, Tuyen Quang province. Using a mixed-methods research approach, the results show that traditional dishes such as thang co (a type of stew), men men (a type of corn porridge), corn wine with herbal yeast, and smoked meat not only reflect cultural identity and ecological knowledge but also create a unique appeal for highland tourism. Tourists appreciate the flavors, cultural atmosphere, and level of interaction with the local community. However, limitations remain regarding service quality, food hygiene, and the application of digital technology. The study proposes developing community-based tourism that preserves authenticity, enhances the role of local residents, and promotes digital transformation for sustainable development.

**Keywords:** culinary culture, Hmong people, community-based tourism, tourism experience, authenticity, Meo Vac.

Nhận bài: 24/03/2026

Phản biện: 21/04/2026

Duyệt đăng: 25/04/2026

### I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cùng với sự phát triển của du lịch trải nghiệm trong những năm gần đây, nhu cầu của du khách không còn giới hạn ở hoạt động tham quan đơn thuần mà ngày càng hướng tới những giá trị văn hóa mang tính bản sắc và chiều sâu cảm xúc. Trong xu thế đó, ẩm thực trở thành thành tố quan trọng trong cấu trúc sản phẩm du lịch, góp phần hình thành hình ảnh điểm đến và nâng cao khả năng ghi nhớ của du khách. Theo Richards (2015), trải nghiệm ẩm thực không chỉ liên quan đến hoạt động thưởng thức món ăn mà còn phản ánh sự tương tác giữa du khách với không gian văn hóa, cộng đồng cư dân và hệ giá trị của địa phương.

Đối với các cộng đồng dân tộc thiểu số vùng cao, ẩm thực không chỉ phục vụ nhu cầu sinh hoạt thường nhật mà còn lưu giữ nhiều giá trị văn hóa truyền thống. Từ nguyên liệu, kỹ thuật chế biến đến tập quán ăn uống đều phản ánh mối quan hệ giữa con người với môi trường tự nhiên và đời sống xã hội. Trong quá trình phát triển du lịch cộng đồng, các giá trị ẩm thực truyền thống ngày

càng giữ vai trò quan trọng trong việc tạo dựng sản phẩm du lịch đặc trưng và gia tăng tính khác biệt cho điểm đến.

Theo Nghị quyết số 202/2025/QH15 của Quốc hội về việc sắp xếp đơn vị hành chính cấp tỉnh, tỉnh Hà Giang cũ được sáp nhập vào tỉnh Tuyên Quang mới từ năm 2025. Trên cơ sở đó, xã Mèo Vạc được hình thành từ thị trấn Mèo Vạc cùng các xã Tả Lũng, Giàng Chu Phìn và Pả Vi trước đây. Đây là không gian cư trú lâu đời của cộng đồng người Mông, đồng thời là khu vực trung tâm của cao nguyên đá Đồi Văn với nhiều giá trị văn hóa đặc sắc.

Mèo Vạc sở hữu nhiều tài nguyên du lịch nổi bật như đèo Mã Pì Lèng, hẻm Tu Sản, sông Nho Quế, chợ phiên Khâu Vai và các làng văn hóa cộng đồng dân tộc Mông. Trong cấu trúc văn hóa địa phương, ẩm thực giữ vai trò quan trọng, gắn với đời sống sinh hoạt, lễ hội và các mối quan hệ xã hội của cư dân vùng cao. Những món ăn truyền thống như thắng cố, mèn mèn, rượu ngô men lá

hay thịt treo gác bếp không chỉ phản ánh khả năng thích nghi với điều kiện sinh thái mà còn thể hiện bản sắc văn hóa tộc người.

Tuy nhiên, hoạt động khai thác văn hóa ẩm thực trong phát triển du lịch tại Mèo Vạc hiện nay vẫn tồn tại một số hạn chế. Nhiều cơ sở kinh doanh du lịch cộng đồng còn hoạt động theo hình thức tự phát, thiếu chuẩn hóa về chất lượng dịch vụ và chưa xây dựng được chuỗi trải nghiệm mang chiều sâu văn hóa. Đồng thời, quá trình thương mại hóa du lịch cũng đặt ra nguy cơ làm mai một giá trị nguyên gốc của các thực hành văn hóa truyền thống.

Xuất phát từ thực tiễn trên, nghiên cứu được thực hiện nhằm phân tích giá trị văn hóa ẩm thực người Mông trong phát triển du lịch cộng đồng tại xã Mèo Vạc; đồng thời đánh giá cảm nhận của du khách đối với hoạt động thưởng thức ẩm thực địa phương, qua đó đề xuất một số hàm ý phát triển du lịch cộng đồng theo hướng bền vững và bảo tồn bản sắc văn hóa.

## II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

### 2.1. Cơ sở lý thuyết

Ẩm thực là thành tố quan trọng của văn hóa, phản ánh mối quan hệ giữa con người với môi trường tự nhiên và đời sống xã hội. Theo Trần Ngọc Thêm (1998), ăn uống không chỉ nhằm đáp ứng nhu cầu sinh học mà còn thể hiện cách ứng xử văn hóa và hệ giá trị của cộng đồng cư dân. Đối với các cộng đồng dân tộc thiểu số vùng cao, ẩm thực còn gắn liền với điều kiện sinh thái, phương thức canh tác và đời sống cộng đồng.

Trong lĩnh vực du lịch, du lịch ẩm thực được xem là loại hình du lịch trải nghiệm có khả năng tạo ra giá trị gia tăng cao cho điểm đến. Richards (2015) cho rằng trải nghiệm ẩm thực hiện đại được hình thành từ sự kết hợp giữa món ăn, không gian văn hóa và sự tham gia của cư dân địa phương. Vì vậy, ẩm thực không chỉ là sản phẩm tiêu dùng mà còn là phương tiện truyền tải bản sắc văn hóa.

Khái niệm “tính chân thực” (authenticity) giữ vai trò quan trọng trong nghiên cứu du lịch văn hóa. Wang (1999) nhấn mạnh rằng tính chân thực trong du lịch không nằm ở việc tái hiện hình thức bề ngoài mà được hình thành thông qua cảm nhận thực chất của du khách khi tiếp xúc với đời sống cộng đồng.

Đối với mô hình du lịch cộng đồng, Murphy (1985) cho rằng cư dân địa phương cần được xem là chủ thể trung tâm của hoạt động du lịch. Khi cộng đồng trực tiếp tham gia vào quá trình thực hành và truyền tải văn hóa, giá trị của hoạt động du lịch sẽ được gia tăng theo hướng bền vững và giàu bản sắc hơn.

Ngoài ra, Wolf (2019) cho rằng trải nghiệm ẩm thực truyền thống có khả năng kích hoạt trí nhớ cảm xúc của du khách thông qua sự kết hợp giữa hương vị, không gian và hoạt động tương tác cộng đồng. Điều này tạo nên sức hấp dẫn riêng cho các điểm đến du lịch văn hóa vùng cao.

### 2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp hỗn hợp theo hướng mô tả – diễn giải, kết hợp dữ liệu định lượng và dữ liệu định tính nhằm đánh giá giá trị văn hóa ẩm thực người Mông trong phát triển du lịch cộng đồng tại xã Mèo Vạc.

Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các tài liệu liên quan đến du lịch cộng đồng, du lịch ẩm thực, văn hóa người Mông và phát triển du lịch vùng cao. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua khảo sát thực địa và phỏng vấn sâu tại địa phương trong giai đoạn từ tháng 10/2024 đến tháng 3/2025.

Quy trình khảo sát được thực hiện qua ba giai đoạn nhằm bảo đảm độ tin cậy của dữ liệu nghiên cứu. Tổng cộng 140 phiếu khảo sát được phát ra theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện kết hợp định ngạch tại các không gian trải nghiệm văn hóa – ẩm thực như chợ phiên Mèo Vạc, homestay cộng đồng và làng văn hóa du lịch địa phương. Kết quả thu về 131 phiếu, đạt tỷ lệ phản hồi 93,6%.

Sau quá trình làm sạch dữ liệu, loại bỏ các phiếu thiếu thông tin, phiếu có xu hướng lựa chọn một đáp án cố định hoặc phiếu của du khách chưa từng thưởng thức các món ăn đặc trưng tại địa phương, nghiên cứu giữ lại 125 phiếu hợp lệ để đưa vào phân tích chính thức. Số phiếu hợp lệ chiếm 89,3% tổng số phiếu phát ra và 95,4% số phiếu thu về.

Quy mô mẫu  $N = 125$  được xem là phù hợp đối với nghiên cứu mô tả – diễn giải trong điều kiện khảo sát thực địa tại điểm đến du lịch cộng đồng. Đối với các nghiên cứu xã hội sử dụng thống kê mô tả, quy mô mẫu trên 100 quan sát có thể phản ánh tương đối rõ xu hướng hành vi và cảm nhận của du khách.

Kết quả khảo sát cho thấy nhóm du khách dưới 30 tuổi chiếm tỷ lệ lớn trong cơ cấu mẫu nghiên cứu. Điều này phản ánh tương đối sát thực tế dòng khách tại Mèo Vạc – khu vực có địa hình cao nguyên đá hiểm trở, thiên về du lịch khám phá và tương tác văn hóa. Trong tổng số du khách được khảo sát, nhóm dưới 30 tuổi chiếm khoảng 80,0%, trong khi nhóm trên 30 tuổi chiếm khoảng 20,0%. Đồng thời, khoảng 75,2% du khách lựa chọn hình thức du lịch tự túc thay vì đi theo tour trọn gói.

Sự phân bố này phản ánh đặc điểm phổ biến của du lịch cộng đồng vùng cao, nơi nhóm khách trẻ thường ưu tiên hoạt động khám phá, chấp nhận điều kiện lưu trú tối giản và sẵn sàng tham gia các hoạt động văn hóa cộng đồng. Kết quả này tương đồng với nhận định của Mak, Lumbers và Eves (2012) khi cho rằng nhóm du khách trẻ có mức độ cởi mở cao hơn đối với các trải nghiệm ẩm thực mới lạ và mang tính khác biệt văn hóa.

Ngoài khảo sát du khách, nghiên cứu còn tiến hành phỏng vấn sâu 12 hộ kinh doanh du lịch cộng đồng và 2 cán bộ địa phương nhằm bổ sung dữ liệu định tính và làm rõ thực trạng khai thác giá trị văn hóa ẩm thực tại điểm đến.

Dữ liệu nghiên cứu được xử lý bằng phương pháp thống kê mô tả kết hợp phân tích nội dung theo chủ đề.

### 2.3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

#### 2.3.1. Giá trị văn hóa của ẩm thực người Mông tại xã Mèo Vạc

Ẩm thực người Mông tại Mèo Vạc phản ánh rõ nét khả năng thích nghi của cư dân vùng cao đối với điều kiện tự nhiên khắc nghiệt của cao nguyên đá. Trong điều kiện đất sản xuất hạn chế và khí hậu lạnh, cây ngô trở thành nguồn lương thực chủ đạo, từ đó hình thành nhiều món ăn đặc trưng như mèn mèn và rượu ngô men lá.

Quá trình chế biến các món ăn truyền thống thường đòi hỏi nhiều công đoạn thủ công và sự tham gia của các thành viên trong gia đình. Điều này phản ánh tri thức dân gian cũng như vai trò của cộng đồng trong việc duy trì và truyền tải văn hóa truyền thống qua nhiều thế hệ.

Bên cạnh giá trị vật chất, ẩm thực người Mông còn mang ý nghĩa xã hội và tinh thần sâu sắc. Các món ăn như thắng cố thường xuất hiện trong chợ phiên, lễ hội và các hoạt động sinh hoạt cộng

đồng. Không gian quây quần bên bếp lửa trở thành môi trường gắn kết cộng đồng và củng cố các mối quan hệ xã hội trong đời sống cư dân vùng cao.

Trong hoạt động du lịch, các món ăn truyền thống đã trở thành yếu tố nhận diện văn hóa quan trọng của điểm đến Mèo Vạc. Hoạt động thưởng thức ẩm thực gắn với chợ phiên, homestay và sinh hoạt cộng đồng tạo nên sức hấp dẫn khác biệt cho du lịch vùng cao.

#### 2.3.2. Đánh giá của du khách về trải nghiệm ẩm thực người Mông tại xã Mèo Vạc

Kết quả khảo sát cho thấy du khách ghi nhận mức đánh giá cao đối với các yếu tố liên quan đến hương vị và không gian văn hóa trong hoạt động thưởng thức ẩm thực tại Mèo Vạc. Tiêu chí “hương vị độc đáo và khác biệt của món ăn truyền thống” đạt giá trị trung bình 4,58/5 với độ lệch chuẩn thấp (SD = 0,52), phản ánh mức độ đồng thuận khá cao giữa các du khách được khảo sát. Trong khi đó, tiêu chí “không gian thưởng thức mang đậm bản sắc vùng cao” đạt mức 4,51/5 (SD = 0,58).

Những món ăn như thắng cố, mèn mèn hay rượu ngô men lá được đánh giá tích cực bởi khả năng phản ánh bản sắc văn hóa cộng đồng người Mông. Việc thưởng thức món ăn trong chợ phiên, homestay hoặc không gian sinh hoạt cộng đồng giúp du khách cảm nhận rõ hơn đời sống văn hóa của cư dân vùng cao. Kết quả này tương đồng với quan điểm của Richards (2015) khi cho rằng giá trị của hoạt động ẩm thực được hình thành từ tổng thể “foodscape” – không gian cảm nhận văn hóa xung quanh món ăn.

Khảo sát cũng cho thấy tiêu chí “ẩm thực giữ được tính chân thực và đặc trưng văn hóa người Mông” đạt mức 4,45/5 (SD = 0,61). Điều này phản ánh nhu cầu ngày càng gia tăng của du khách đối với các giá trị văn hóa nguyên gốc và ít bị can thiệp thương mại. Đặc biệt, nhóm khách trẻ và khách du lịch tự túc thường có xu hướng tìm kiếm những hoạt động tiếp xúc trực tiếp với đời sống cộng đồng.

Đối với mức độ tham gia tương tác, tiêu chí “du khách hứng thú tham gia chế biến món ăn và giao lưu với cư dân địa phương” đạt mức 4,28/5 (SD = 0,67). Kết quả này cho thấy du lịch cộng đồng tại Mèo Vạc đang từng bước chuyển từ hình thức tiêu dùng du lịch thụ động sang mô hình du khách

tham gia trực tiếp vào quá trình kiến tạo hoạt động văn hóa. Theo Wolf (2019), các hoạt động tương tác với cư dân địa phương có khả năng gia tăng chiều sâu cảm xúc và mức độ ghi nhớ điểm đến của du khách.

Mức độ hài lòng chung của du khách đối với hoạt động thưởng thức ẩm thực người Mông đạt mức khá cao với giá trị trung bình 4,15/5 (SD = 0,70). Đồng thời, ý định quay trở lại và giới thiệu điểm đến cho người khác đạt mức 4,35/5 (SD = 0,64). Điều này phản ánh sức hấp dẫn tương đối bền vững của du lịch cộng đồng tại Mèo Vạc, đặc biệt đối với dòng khách ưu tiên khám phá văn hóa và trải nghiệm vùng cao.

Tuy nhiên, khảo sát cũng chỉ ra một số hạn chế đáng chú ý trong hoạt động khai thác du lịch ẩm thực tại địa phương. Tiêu chí liên quan đến vệ sinh an toàn thực phẩm và chuẩn hóa phục vụ chỉ đạt mức 3,25/5 (SD = 0,84). Mức điểm này phản ánh sự thiếu đồng đều giữa các cơ sở kinh doanh du lịch cộng đồng, đặc biệt tại các homestay nhỏ lẻ vận hành theo mô hình tự phát và chưa được đào tạo bài bản về tiêu chuẩn phục vụ.

Bên cạnh đó, tiêu chí “ứng dụng công nghệ số trong hỗ trợ du khách” đạt mức thấp nhất với giá trị trung bình 2,85/5 (SD = 0,91). Độ lệch chuẩn tương đối cao cho thấy sự phân hóa rõ rệt giữa các cơ sở có đầu tư chuyển đổi số và các mô hình kinh doanh truyền thống. Hạn chế này phản ánh thực trạng chuyển đổi số trong du lịch cộng đồng vùng cao còn chậm, đặc biệt ở các hoạt động như thanh toán điện tử, mã QR giới thiệu món ăn, truyền thông số hoặc nền tảng quảng bá trực tuyến.

Nhìn chung, kết quả khảo sát cho thấy ẩm thực người Mông tại Mèo Vạc có lợi thế nổi bật về giá trị văn hóa, chiều sâu cảm xúc và khả năng tạo dấu ấn đối với du khách. Tuy nhiên, để nâng cao sức cạnh tranh và hướng tới phát triển bền vững, địa phương cần tiếp tục cải thiện chất lượng dịch vụ, nâng cao năng lực quản trị điểm đến và thúc đẩy ứng dụng công nghệ trong hoạt động du lịch cộng đồng.

### 2.3.3. *Nguy cơ thương mại hóa và vấn đề bảo tồn tính chân thực*

Kết quả phỏng vấn sâu cho thấy quá trình phát triển du lịch tại Mèo Vạc đang xuất hiện xu hướng đơn giản hóa các thực hành ẩm thực truyền thống nhằm đáp ứng thị hiếu đại trà của khách du lịch.

Một số hộ kinh doanh đã điều chỉnh công thức chế biến thắng cố theo hướng giảm mùi vị đặc trưng hoặc rút ngắn quy trình đồ men mén để phục vụ nhanh hơn cho các đoàn khách đông người. Điều này giúp tăng khả năng tiếp cận đối với khách đại chúng nhưng đồng thời cũng làm suy giảm giá trị nguyên gốc của món ăn truyền thống.

Ngoài ra, một số không gian sinh hoạt văn hóa có dấu hiệu “sân khấu hóa” khi các hoạt động trình diễn được tổ chức chủ yếu nhằm phục vụ nhu cầu quan sát, chụp ảnh và chia sẻ hình ảnh trên mạng xã hội của du khách. Nếu quá trình thương mại hóa diễn ra thiếu kiểm soát, hoạt động du lịch có thể mất đi chiều sâu văn hóa vốn là yếu tố cốt lõi tạo nên sức hấp dẫn của điểm đến.

Theo Wang (1999), tính chân thực trong du lịch không nằm ở việc tái hiện hình thức bề ngoài mà phụ thuộc vào khả năng duy trì mối liên hệ thực chất giữa cộng đồng cư dân với hoạt động văn hóa. Vì vậy, bảo tồn giá trị văn hóa ẩm thực cần được xem là điều kiện tiên quyết trong phát triển du lịch cộng đồng tại Mèo Vạc.

### 2.4. **Hàm ý phát triển du lịch cộng đồng tại Mèo Vạc**

Trước hết, chính quyền địa phương cần xây dựng chiến lược phát triển du lịch ẩm thực gắn với bảo tồn văn hóa cộng đồng người Mông. Việc ban hành bộ tiêu chí về vệ sinh an toàn thực phẩm, chất lượng phục vụ và bảo tồn kỹ thuật chế biến truyền thống là cần thiết nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch cộng đồng.

Đối với cộng đồng cư dân, cần khẳng định vai trò chủ thể của người dân trong thực hành, bảo tồn và truyền tải giá trị văn hóa ẩm thực. Việc duy trì không gian sinh hoạt cộng đồng, kỹ thuật chế biến truyền thống và sử dụng nguyên liệu địa phương sẽ giúp bảo đảm chiều sâu văn hóa của hoạt động du lịch.

Đối với các cơ sở kinh doanh du lịch cộng đồng, cần chuyển từ mô hình phục vụ ăn uống đơn thuần sang phát triển chuỗi hoạt động văn hóa tích hợp. Các hoạt động như tham gia chế biến món ăn, kể chuyện văn hóa, trải nghiệm chợ phiên và giao lưu cộng đồng nên được tổ chức theo hướng tăng cường tương tác giữa du khách với cư dân địa phương.

Ngoài ra, cần thúc đẩy chuyển đổi số trong quảng bá du lịch cộng đồng. Các nền tảng mạng xã hội, video trải nghiệm và nội dung số về văn hóa ẩm thực có thể trở thành công cụ hiệu quả trong quảng bá hình ảnh điểm đến, đặc biệt đối với nhóm khách trẻ và khách du lịch tự túc.

### III. KẾT LUẬN

Nghiên cứu khẳng định rằng văn hóa ẩm thực người Mông là nguồn tài nguyên văn hóa quan trọng trong phát triển du lịch cộng đồng tại xã Mèo Vạc, tỉnh Tuyên Quang. Các món ăn truyền thống không chỉ phản ánh tri thức dân gian và bản sắc tộc người mà còn tạo nên hoạt động du lịch giàu chiều sâu văn hóa.

Kết quả khảo sát cho thấy du khách đánh giá tích cực đối với hương vị địa phương, không gian

văn hóa và mức độ tương tác với cư dân bản địa. Tuy nhiên, hoạt động khai thác du lịch cộng đồng vẫn còn tồn tại những hạn chế liên quan đến chất lượng dịch vụ, vệ sinh thực phẩm và năng lực chuyển đổi số.

Trong xu thế thương mại hóa du lịch ngày càng gia tăng, bảo tồn tính chân thực của văn hóa ẩm thực không chỉ là vấn đề văn hóa mà còn là điều kiện cốt lõi để duy trì năng lực cạnh tranh của du lịch cộng đồng tại Mèo Vạc. Khi cư dân địa phương giữ vai trò chủ thể trong thực hành và truyền tải văn hóa, du lịch cộng đồng không chỉ tạo ra giá trị kinh tế mà còn góp phần gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc trong quá trình hội nhập và phát triển.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Pearson.
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2001). *Wine and food tourism*. In N. Douglas, N. Douglas, & R. Derrett (Eds.), *Special Interest Tourism* (pp. 307–329). Wiley.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). *Globalisation and food consumption in tourism*. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171–196.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. Methuen.
- Richards, G. (2015). *Evolving gastronomic experiences: From food to foodies to foodscapes*. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 1(1), 5–17.
- Trần Ngọc Thêm. (1998). *Cơ sở văn hóa Việt Nam*. Nhà xuất bản Giáo dục.