

GIẢI PHÁP VỀ PHÁT TRIỂN VĂN HÓA ẨM THỰC ĐẶC TRƯNG TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH Ở GIA LAI

● NGUYỄN BẢO THOA

TÓM TẮT:

Gia Lai là địa phương có sự giao thoa về văn hóa vùng miền khá đa dạng và phong phú, đặc biệt với bề dày về văn hóa bản địa đã tạo ra đặc trưng riêng, trong đó có ẩm thực. Tuy nhiên, du lịch Gia Lai chưa khai thác lợi thế này thành sản phẩm du lịch ẩm thực (DLAT) để hỗ trợ cho phát triển du lịch của tỉnh. Bài viết đưa ra các giải pháp phát triển văn hóa ẩm thực (VHAT) đặc trưng trong hoạt động du lịch ở Gia Lai, nhằm hỗ trợ cho việc hình thành mô hình DLAT của tỉnh, góp phần đa dạng hóa dịch vụ du lịch, thúc đẩy du lịch của tỉnh Gia Lai phát triển.

Từ khóa: văn hóa ẩm thực, du lịch ẩm thực, tỉnh Gia Lai.

1. Khái niệm ẩm thực du lịch

Du lịch ẩm thực (Culinary tourism hay Food Tourism hay Gastronomy tourism) là khái niệm xuất hiện trên thế giới khoảng 20 năm trở lại đây. Cụ thể, Long trong công trình nghiên cứu vào năm 1998, về: “Du lịch ẩm thực: Tiếp cận folklore về ăn uống và các khía cạnh liên quan”, đăng trên Tạp chí Southern Folklore, số 55 (Shalini and Duggal, 2014) sử dụng thuật ngữ “culinary tourism” với ý nghĩa sự trải nghiệm văn hóa của du khách đến nơi nào đó qua thụ hưởng ẩm thực. Hình thức du lịch này gồm du lịch khám phá nghệ thuật nấu nướng (gastronomy tourism), hội chợ ẩm thực (food festival), du lịch thưởng rượu (gourmet tourism) và các hoạt động khác liên quan đến ẩm thực.

Theo Hiệp hội Du lịch Ẩm thực thế giới - WFTA (2017), “DLAT là việc tìm kiếm các trải nghiệm độc đáo và đáng nhớ liên quan đến việc ăn và uống”. Hall và Mitchell (2001) cho rằng “DLAT được hiểu là hoạt động của khách du lịch với mục đích chính là đi đến các điểm sản xuất, chế biến món ăn, các lễ hội ẩm thực, các nhà hàng, hoặc những điểm đến cụ thể nơi họ có thể được nếm, được trải nghiệm các món ăn điển hình, độc đáo của điểm đến.”

Theo Đỗ Thị Thanh Hoa, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, trong bài đăng ngày 13/8/2019, “Những xu hướng lan tỏa và định hình sản phẩm du lịch trong thời gian tới” đã cho rằng: “DLAT là loại hình du lịch văn hóa qua đó du khách không chỉ được trải nghiệm các món ăn, đồ uống, mà là cả các trải nghiệm bản sắc văn hóa, cuộc sống của cộng đồng tại điểm đến qua câu chuyện của từng món ăn, đồ uống đó.”

Du lịch để trải nghiệm ẩm thực không chỉ nhìn nhận từ bề ngoài như là việc tiêu thụ, nhu cầu dinh dưỡng của thể chất, mà còn là sự thay đổi trong nhận thức, thu thập thêm kiến thức, hiểu biết của bản thân về con người, về điểm đến. Nếu như xem việc ăn uống, cung cấp chất dinh dưỡng hàng ngày cho cơ thể đáp ứng nhu cầu về thể chất, thì việc trải nghiệm ẩm thực trong chuyến đi chính là chất dinh dưỡng đáp ứng cho nhu cầu về tinh thần. Sau những trải nghiệm ẩm thực đó, du khách có thể cảm nhận được sự thay đổi cả về mặt thể chất và tinh thần.

Cũng xuất phát từ lý do đó, du lịch trải nghiệm ẩm thực đã trở thành một loại hình khá phổ biến trong nhiều chương trình du lịch. Nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam, các công ty du lịch đã khai

thác khía cạnh ẩm thực, thậm chí biến nó trở thành một trong những sản phẩm du lịch thu hút du khách khắp nơi trên thế giới.

2. Vai trò của ẩm thực trong du lịch

VHAT được xem là yếu tố không thể tách rời của du lịch. VHAT đặc trưng của điểm đến góp phần thu hút thêm khách du lịch, kéo dài thời gian lưu trú, tăng mức chi tiêu bình quân của khách, tăng doanh thu du lịch và tạo nguồn thu cho địa phương.

Các nhà kinh tế đã tổng kết khi GDP tăng 1% thì doanh thu của ngành dịch vụ phục vụ món ăn và đồ uống tăng thêm 1,5%. Điều quan trọng, các dịch vụ này là nơi “xuất khẩu tại chỗ” và làm gia tăng giá trị của các sản phẩm nông nghiệp, chăn nuôi, thủy hải sản và công nghiệp chế biến thực phẩm. Dịch vụ phục vụ ăn, uống làm gia tăng giá trị của các sản phẩm trên tới 300% và thu được lợi nhuận từ 40-50% trong tổng doanh thu.

Đối với du lịch, dịch vụ ăn uống là yếu tố cấu thành, có vai trò quan trọng để làm nên thành công, tạo sức hấp dẫn và là yếu tố để quảng bá điểm đến, đôi khi còn là động cơ và mục đích du lịch của du khách. Ẩm thực ngày nay là tổng hòa của những yếu tố như món ăn ngon, thực phẩm an toàn, vệ sinh, thú vui của người thưởng thức và hứng khởi của người chế biến. Hoạt động thi nấu ăn những món ngon truyền thống, pha chế đồ uống độc đáo, hay tìm ra những món ngon vật lạ, dâng lễ vật (thường là các món ăn đặc sản của vùng miền) là cách để quảng bá hình ảnh du lịch của địa phương.

Du lịch kết hợp với ẩm thực đang là xu hướng mới phát triển rộng rãi. Vượt qua vai trò một sản phẩm du lịch, DLAT đã trở thành một công cụ mạnh mẽ để quảng bá ngành công nghiệp không khói. Đặc biệt là vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi đang sở hữu "kho báu" về ẩm thực độc đáo mang đậm văn hóa vùng miền.

VHAT đang được khai thác hiệu quả trong hoạt động kinh doanh du lịch, đặc biệt trong các chương trình du lịch trải nghiệm văn hóa bản địa. Với mục đích giới thiệu văn hóa truyền thống của vùng miền, VHAT đóng vai trò rất quan trọng trong việc kết nối các dịch vụ du lịch để hình thành sản phẩm du lịch thu hút du khách. Một số quốc gia trên thế giới còn khai thác VHAT thành sản phẩm ẩm thực du lịch thông qua các lễ hội ẩm thực quy mô lớn, như: Lễ hội bia, xúc xích (Đức), lễ hội pizza (Ý), lễ hội Socola (Pháp),...

Theo báo cáo của Hiệp hội Du lịch Thực phẩm thế giới, 93% khách du lịch “đã tham gia vào một hoạt động ăn uống độc đáo khi đi du lịch”. Số liệu từ Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) cho thấy du khách thường chi trung bình 1/3 ngân sách chuyến đi cho ẩm thực. Đồng thời, có tới hơn 80% số đơn vị, tổ chức du lịch khi được điều tra đều xác định, DLAT là yếu tố chiến lược đối với điểm đến, là động lực quan trọng cho phát triển du lịch.

3. Ưu thế của Gia Lai khi phát triển DLAT

Với mục đích giới thiệu văn hóa truyền thống của vùng miền, VHAT đóng vai trò rất quan trọng trong việc kết nối các dịch vụ du lịch để hình thành sản phẩm du lịch thu hút du khách.

Gia Lai có ưu thế với 2 dân tộc Bahnar và Jrai chiếm tỷ lệ dân số khá cao của tỉnh và có ảnh hưởng lớn đến vùng đất Gia Lai. Các phong tục tập quán, sinh hoạt nếp sống của người Bahnar, Jrai thể hiện nét đặc trưng riêng về vùng miền, tạo nên nét văn hóa riêng biệt cho tỉnh Gia Lai. Trong đó, những món ăn truyền thống của người đồng bào rất hấp dẫn du khách, không chỉ là cơm lam, gà nướng quen thuộc, mà còn có: gà giã muối é, cá suối sa lửa, tép dùm, canh ốc đá với ngọn tìng tìng, bánh khoai mì,... và nhiều món ăn dân giã theo từng mùa ở đây. Đây cũng là cơ sở để Gia Lai đẩy mạnh để phát triển VHAT một cách bền vững.

Những năm gần đây, tỉnh Gia Lai đã tổ chức nhiều sự kiện văn hóa mang nét đặc trưng của văn hóa công chiêng Tây Nguyên và được duy trì thường xuyên qua các năm như: Festival văn hóa công chiêng Tây Nguyên (Pleiku), “Lễ hội hoa Dã quỳ - Núi lửa Chư Đăng Ya (huyện Chư Păh), Lễ cầu mưa của Yang Pơtao Apui (huyện Phú Thiện); Hội đua thuyền độc mộc trên sông Pô Cô (huyện Ia Grai); Ngày hội du lịch huyện Kbang (huyện Kbang); Ngày hội Hoa Muồng vàng (huyện Chư Prông); Phiên chợ cửa khẩu (huyện Đức Cơ);... Tại các sự kiện này luôn tổ chức gian hàng ẩm thực, chủ yếu là cơm lam, gà nướng, thịt heo nướng, rượu cần và một số món ăn đường phố.

Gia Lai còn là địa phương có điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng, nguồn nước khá thuận lợi để phát triển các loại cây ăn quả. Qua khảo sát, đánh giá, phần lớn các địa phương trong tỉnh đều trồng được các loại cây ăn quả đặc sản như: sầu riêng, bơ, mít, xoài, nhãn, na (mãng cầu), thanh long, chôm chôm, cam, bưởi da xanh, chanh dây, dứa, chuối,... Đây là nguồn nguyên liệu thuận lợi cho việc phát

triển các loại đồ uống, đặc biệt phục vụ nhu cầu giải khát, thưởng thức hoa quả của du khách trong hành trình khám phá ẩm thực vùng miền. Bên cạnh đó, Gia Lai còn có nguồn thực phẩm từ sông Sê San (cá anh vũ, cá lăng, cá chình), heo sọc dưa, thịt bò, gà đi bộ và sự phong phú của các loại rau... đã mang đến cho thực khách với những món ngon được đánh giá là đặc trưng của Gia Lai như: cá anh vũ hấp, cá chình nướng nghệ, lẩu cá lăng, heo sọc dưa 7 món, bò một nắng muối kiến vàng, gà đi bộ lên mâm, rau rừng Gia Lai, gỏi tép Biển Hồ,...

Theo số liệu (2017-2019) của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Gia Lai, doanh thu từ dịch vụ ăn uống của Tỉnh chiếm 33% trong cơ cấu tổng thu từ khách du lịch. Đây là một tỷ lệ khá cao để đánh giá nhu cầu ẩm thực của khách du lịch rất thiết yếu trong chuyến đi, cao hơn việc chi tiêu cho dịch vụ lưu trú (lưu trú chỉ đạt 26%). Đồng thời đánh giá được ẩm thực từ nhiều khía cạnh: ẩm thực trong nhà hàng, ẩm thực đường phố, ẩm thực truyền thống của người dân tộc thiểu số, ẩm thực từ nguồn nguyên liệu hoa quả. Tuy nhiên, dịch vụ ăn uống tại tỉnh Gia Lai chủ yếu phục vụ nhu cầu thiết yếu, chưa hình thành được loại hình DLAT.

4. Giải pháp phát triển VHAT đặc trưng trong hoạt động du lịch ở Gia Lai

DLAT bao gồm các giá trị truyền thống thấm đậm trong quá trình phát triển du lịch, mở ra cơ hội để đem lại sức sống mới cho du lịch, đẩy mạnh phát triển kinh tế địa phương và hỗ trợ nhiều ngành khác phát triển. Do đó, DLAT góp phần vào quảng bá và định vị thương hiệu điểm đến, phát huy và gìn giữ truyền thống, cũng như tính đa dạng, khai thác tính chân thực. Một số điểm đến của địa phương đã xây dựng thương hiệu thành công khi khai thác hiệu quả tài nguyên ẩm thực độc đáo.

Tuy nhiên, việc khai thác DLAT ở Gia Lai cũng chỉ mới dừng lại ở những hoạt động phục vụ các nhu cầu về ăn uống thông qua các lễ hội mang bản sắc văn hóa của đại ngàn Tây Nguyên, chưa đi sâu khai thác các yếu tố liên quan để hoạt động ẩm thực gắn liền với phát triển du lịch. Để phát huy lợi thế về ẩm thực của tỉnh Gia Lai trong phát triển du lịch, cần có các giải pháp cụ thể như sau:

4.1. Phát triển mô hình trải nghiệm ẩm thực gắn với du lịch cộng đồng tại một số làng của đồng bào dân tộc thiểu số

Hiện nay, mô hình du lịch cộng đồng ở Gia Lai chưa phát triển, có một số điểm đưa khách đến tham quan, nhưng dịch vụ hỗ trợ chưa hấp dẫn, nên cũng hạn chế khai thác. Thông qua trải nghiệm văn hóa công chiêng ở các buôn làng, cần xây dựng chuỗi các hoạt động dành cho khách du lịch khi đến đó. Các hoạt động tương tác với khách du lịch được xây dựng thành kịch bản và có sự chuẩn bị chu đáo giữa người dân tham gia hoạt động du lịch với các đơn vị kinh doanh lữ hành để đảm bảo việc giới thiệu điểm đến với chất lượng sản phẩm được tương đồng. Một số hoạt động trải nghiệm cần được xây dựng như: tìm hiểu về phong tục, tập quán, kiến trúc nhà rông, nhà sàn, nhà mồ,... của đồng bào dân tộc thiểu số; du khách tham gia các hoạt động nghề truyền thống (đan lát, dệt thổ cẩm, nhạc cụ); xây dựng thực đơn ẩm thực phong phú với các món ăn truyền thống, sử dụng nguồn nguyên liệu tại chỗ; xem trình diễn công chiêng và giao lưu với người dân trong không gian của buôn làng vào buổi tối bên ánh lửa bập bùng, với đội công chiêng và múa xoan từ 35 đến 37 người; phát triển dịch vụ homestay để du khách có cơ hội trải nghiệm văn hóa khi gắn với chương trình văn nghệ công chiêng tại làng vào ban đêm.

4.2. Tổ chức các sự kiện ẩm thực du lịch

Hàng năm hoặc định kỳ, tổ chức sự kiện ẩm thực gắn với các sự kiện văn hóa, thể thao và du lịch của địa phương, chia các sự kiện lễ hội với nhiều tên gọi khác nhau, như: lễ hội món ăn đường phố, lễ hội món ăn cao cấp, lễ hội món ăn truyền thống. Đa dạng các nội dung của sự kiện du lịch, như: lựa chọn được danh mục ẩm thực tiêu biểu, là đặc sản của vùng miền được bày bán tại sự kiện; tổ chức hội thi tay nghề ẩm thực trong khuôn khổ sự kiện; có chương trình trình diễn nghệ thuật chế biến món ăn hấp dẫn thu hút người xem; có chương trình buffet (tự chọn) của các món ngon đặc sản; các buổi nếm thử món ăn cao cấp, lớp học nấu, các buổi trình diễn kỹ năng làm bếp, các cuộc thi và chợ thực phẩm cao cấp.

Kết hợp với các chương trình triển lãm để tổ chức hoạt động ẩm thực liên quan, như: triển lãm ẩm thực về thực phẩm (nông - thổ - thủy - hải sản), đồ uống, nguyên liệu, bao bì đóng gói; triển lãm cách pha chế, đồ dùng và các thiết bị, quầy bar, pha chế và nước giải khát; triển lãm việc thưởng thức cà phê, trà, món hoa quả sấy khô.

Đặc biệt, không gian tổ chức sự kiện đảm bảo các điều kiện cho du khách vừa thưởng ngoạn, vừa thưởng thức món ăn.

4.3. *Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá cho hoạt động ATDL*

- Xây dựng các sản phẩm quảng bá (phim, sách) giới thiệu món ăn đặc trưng của Gia Lai, ẩm thực đường phố, trải nghiệm ẩm thực... phục vụ trong các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch, hội nghị, hội thảo.

- Hỗ trợ cho các cá nhân, doanh nghiệp tham gia hoạt động du lịch sử dụng các ứng dụng về công nghệ thông tin để đăng tải các thông tin, hình ảnh về điểm đến, quảng bá cho các dịch vụ của gia đình và cộng đồng lên các trang mạng xã hội để quảng bá dịch vụ và thu hút khách du lịch.

- Phối hợp với các cơ quan truyền thông, các báo, đài của Trung ương và địa phương xây dựng các bài viết, phóng sự, chuyên trang chuyên mục, clips, phim quảng bá về du lịch trên các phương tiện thông tin đại chúng, trên các phương tiện truyền thông trong và ngoài nước.

Khai thác yếu tố VHAT trong phát triển du lịch sẽ là chiếc cầu nối đưa du khách đến với trải nghiệm văn hóa của mỗi địa phương, đồng thời là phương tiện để quảng bá điểm đến du lịch hiệu quả đến với du khách.

4.4. *Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực*

Nguồn nhân lực liên quan đến dịch vụ ẩm thực du lịch gồm nhiều đối tượng tương ứng với loại hình ẩm thực. Đối với lao động phục vụ tại các nhà hàng, khách sạn sang trọng, cao cấp đòi hỏi trình độ chuyên môn cao đáp ứng yêu cầu phục vụ như kỹ năng nghề về phục vụ bàn, trình độ ngoại ngữ giao tiếp (ít nhất là biết Tiếng Anh)... Đối với đối tượng là người dân, tiểu thương tham gia các hoạt động ẩm thực đường phố, ẩm thực gắn với du lịch cộng đồng, họ còn phải trang bị kiến thức về an toàn thực phẩm, nhận thức về giá trị văn hóa truyền thống trong hoạt động ẩm thực khi phục vụ du lịch, thái độ ứng xử văn minh lịch sự... Tại các sự kiện ẩm thực, có tổ chức hoạt động trình diễn món ăn, đòi hỏi đầu bếp phải được đào tạo kỹ năng biểu diễn kết hợp với phương pháp chế biến để phục vụ du khách.

Bên cạnh đó, đội ngũ thuyết minh viên, hướng dẫn viên tại điểm được tập huấn cần được nâng cao nhận thức, trách nhiệm trong việc bảo tồn, phát huy giá trị của VHAT thông qua việc giới thiệu nguồn gốc xuất xứ món ăn, nguyên liệu, cách chế biến,

thưởng thức theo phong cách của địa phương... để thu hút khách du lịch.

Nghiên cứu ẩm thực du lịch của tỉnh Gia Lai không chỉ dừng lại ở VHAT đặc trưng, mà cần khai thác tối ưu lợi thế về văn hóa giao thoa vùng miền, khí hậu thổ nhưỡng cho phát triển thực phẩm. Trên cơ sở đó, định hướng cho việc xây dựng những mô hình ẩm thực khác nhau, phù hợp với nhu cầu đa dạng của du khách, cụ thể như khách du lịch đến trung tâm thành phố Pleiku, rất cần đến thời gian giải trí về đêm thông qua mô hình “chợ đêm ẩm thực”, còn đối với du khách thích loại hình du lịch khám phá, trải nghiệm sẽ được tiếp cận với mô hình trải nghiệm ẩm thực, còn khách nghỉ dưỡng cao cấp thì sẽ được thưởng thức ẩm thực trong không gian sang trọng và cầu kỳ. Mỗi đối tượng khách có những yêu cầu, tiêu chuẩn khác nhau về chất lượng dịch vụ. Vì vậy, ẩm thực du lịch là một sản phẩm du lịch thực sự cần được nghiên cứu một cách khoa học để không chỉ mang lại giá trị thưởng thức những món ăn ngon, đặc trưng vùng miền, mà còn là thông điệp đến với du khách tìm hiểu về văn hóa, về nghệ thuật địa phương, đồng thời thông qua đó sẽ quảng bá được hình ảnh của một điểm đến.

5. Kết luận

DLAT đã và đang trở thành đề tài được quan tâm trên toàn thế giới. Việc nghiên cứu, phát triển đúng hướng, đúng nhu cầu và đúng đối tượng của du lịch trải nghiệm ẩm thực sẽ mở ra hướng đi mới cho ngành Du lịch nói chung và cho tỉnh Gia Lai nói riêng trong việc xây dựng một sản phẩm du lịch mới mẻ, chất lượng và đạt hiệu quả kinh tế cao. Nếu như những sản phẩm du lịch thông thường dễ bị sao chép, chu kỳ sống của sản phẩm ngắn,... thì du lịch trải nghiệm ẩm thực vượt lên trên những trở ngại để trở thành sản phẩm đặc trưng của địa phương đó. Không những thế, việc phát triển du lịch trải nghiệm ẩm thực sẽ là đầu tàu, kéo theo sự phát triển đồng bộ của cả hệ thống. Đó là: bảo tồn ẩm thực dân gian, phát hiện và vinh danh nghệ nhân dân gian, sưu tầm, bảo tồn những công thức, cách chế biến xưa nay, gìn giữ và phát huy kho tàng ẩm thực không chỉ của người Việt, mà còn của đồng bào dân tộc trên mảnh đất Gia Lai. Quan trọng nhất, du lịch trải nghiệm ẩm thực là hướng phát triển đúng đắn, bền vững cho nền kinh tế địa phương, nhất là những địa phương vốn không mạnh về tiềm năng hay tài nguyên du lịch ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hall, C. Michael and Liz Sharples (2003), “The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste”, in Hall, C. Michael and others (Eds) (2003), *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*, Butterworth and Heinemann, 1-24.
2. Kururatchaikul, Pipaboon (2014), *Consumer Behaviors of Foreign Tourists in Thailand on Thai Food*, PhD thesis in Global Business Management, Waseda Business School, Japan.
3. Long, D. (1998), “Culinary Tourism: A Folklore Perspective on Eating and Otherness”, *Southern Folklore*, Vol. 55, 181-204.
4. Trần Quốc Vượng (2010), *Văn hóa ẩm thực Việt Nam nhìn từ lý luận và thực tiễn*, Nxb Từ điển bách khoa và viện văn hóa.
5. Nguyễn Thị Diệu Thảo (2016), *Ẩm thực Việt Nam và thế giới*, Nxb Phụ nữ.
6. Huỳnh Công Bá (2012), *Cội nguồn và bản sắc văn hóa Việt Nam*, Nxb Thuận Hóa.
7. Ngô Đức Thịnh (2019), *Khám phá ẩm thực truyền thống Việt Nam*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.

Ngày nhận bài: 3/8/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 2/9/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/9/2022

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN BẢO THOA

Viện trưởng Viện Nghiên cứu và

Phát triển ngành nghề nông thôn Việt Nam (VIRI)

SOLUTIONS TO HELP GIA LAI PROVINCE DEVELOP ITS OWN CULINARY TOURISM

● Ph.D **NGUYEN BAO THOA**

Director, Vietnam Rural Industries Development and Research Institute

ABSTRACT:

Gia Lai province has a diverse and rich regional culture. Various ethnic groups live in the province have created unique cultural characteristics of Gia Lai province including the culinary culture. However, the province has not yet exploited its culinary culture in terms of tourism product development. This paper proposes some solutions to help Gia Lai province take advantage of its culinary culture in promoting provincial tourism activities, and establishing a model of culinary tourism for the province. This paper is expected to support the province to diversify its tourism products and facilitate the provincial tourism sector's development.

Keywords: culinary culture, culinary tourism, Gia Lai province.