

KHOI DẬY SỨC HẤP DẪN ĐIỂM ĐẾN TỪ VĂN HÓA VÀ ẨM THỰC VÙNG MIỀN VIỆT NAM

● ĐOÀN TRẦN NGUYỄN

Khoa Du lịch và Khách sạn, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

DOI: <https://doi.org/10.62831/202602019>

TÓM TẮT:

Văn hóa và ẩm thực vùng miền là những yếu tố tạo nên chiều sâu và bản sắc cho trải nghiệm du lịch. Đối với Việt Nam, nơi hội tụ sự đa dạng về lịch sử, tập quán và lối sống, hai yếu tố này không chỉ là tài nguyên sẵn có, mà còn là nền tảng quan trọng để xây dựng hình ảnh điểm đến giàu cảm xúc và khả năng ghi nhớ. Bài viết tập trung phân tích vai trò của trải nghiệm văn hóa và ẩm thực trong phát triển du lịch, đánh giá cách thức khai thác hiện nay tại Việt Nam, từ đó đề xuất một số định hướng nhằm nâng cao chất lượng trải nghiệm, góp phần gia tăng giá trị điểm đến và hướng tới phát triển du lịch bền vững.

Từ khóa: trải nghiệm du lịch, du lịch văn hóa, du lịch ẩm thực, bản sắc vùng miền, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Du lịch ngày nay không còn dừng lại ở việc tham quan danh lam thắng cảnh hay nghỉ dưỡng đơn thuần, mà hướng đến phát triển những hoạt động trải nghiệm mang tính cảm xúc, để du khách hiểu hơn về con người, lối sống và giá trị văn hóa những nơi họ đặt chân đến. Trong xu hướng đó, văn hóa và ẩm thực trở thành những “cầu nối” quan trọng giúp du khách tiếp cận bản sắc điểm đến trực tiếp và sinh động.

Việt Nam sở hữu nguồn tài nguyên phong phú để phát triển các trải nghiệm du lịch dựa trên văn hóa và ẩm thực vùng miền. Mỗi vùng đất, từ đồng bằng, miền núi đến ven biển và hải đảo, đều hình thành những giá trị văn hóa và tập quán ẩm thực gắn liền với điều kiện tự nhiên và lịch sử phát triển. Những giá trị này nếu được khai thác hợp lý có thể tạo nên sự khác biệt rõ nét cho điểm đến du lịch Việt Nam so với nhiều quốc gia trong khu vực.

Tuy nhiên, trên thực tế, không ít sản phẩm du

lịch vẫn khai thác văn hóa và ẩm thực theo cách giản lược, mang tính minh họa hoặc phục vụ nhanh cho nhu cầu tham quan ngắn hạn. Du khách thường tiếp cận văn hóa qua các chương trình biểu diễn hoặc lễ hội được dàn dựng, trong khi ẩm thực chủ yếu được giới thiệu dưới dạng món ăn thương mại hóa, thiếu câu chuyện và bối cảnh văn hóa đi kèm. Điều này làm cho trải nghiệm trở nên rời rạc, khó tạo dấu ấn sâu sắc và lâu dài.

Xuất phát từ thực tế đó, việc nghiên cứu và đề xuất các định hướng nhằm thúc đẩy trải nghiệm du lịch ấn tượng dựa trên văn hóa và ẩm thực vùng miền có ý nghĩa quan trọng, không chỉ đối với nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch mà còn đối với bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa địa phương.

2. Thực trạng khai thác trải nghiệm du lịch văn hóa và ẩm thực vùng miền tại Việt Nam

Trong quá trình phát triển du lịch những năm gần đây, Việt Nam ngày càng chú trọng hơn đến việc khai thác các giá trị văn hóa và ẩm thực như

một nền tảng quan trọng để tạo dấu ấn cho điểm đến. Nhiều địa phương đã chủ động lồng ghép yếu tố văn hóa bản địa và đặc sản ẩm thực vào các sản phẩm du lịch, qua đó góp phần đa dạng hóa trải nghiệm cho du khách. Tuy nhiên, khi quan sát từ thực tiễn triển khai, có thể thấy, việc khai thác những giá trị này vẫn chưa thực sự tương xứng với tiềm năng sẵn có.

Tại các đô thị du lịch lớn như Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, di sản văn hóa chủ yếu được giới thiệu thông qua hệ thống di tích, bảo tàng và các tuyến tham quan truyền thống. Chẳng hạn, khu phố cổ Hà Nội thu hút đông đảo du khách nhờ giá trị lịch sử lâu đời và không gian kiến trúc đặc trưng. Tuy nhiên, trải nghiệm của du khách phần lớn dừng lại ở việc tham quan, chụp ảnh và mua sắm. Các hoạt động giúp du khách tham gia trực tiếp vào đời sống văn hóa của cư dân phố cổ, như tìm hiểu nếp sinh hoạt gia đình, phong tục ẩm thực trong các dịp lễ truyền thống, vẫn còn khá hạn chế. Điều này khiến trải nghiệm văn hóa chưa tạo được chiều sâu và sự gắn kết cảm xúc mạnh mẽ.

Trong lĩnh vực ẩm thực, nhiều điểm đến đã thành công trong việc xây dựng hình ảnh gắn với món ăn đặc trưng. Huế là ví dụ tiêu biểu khi ẩm thực cung đình và ẩm thực dân gian được xem là một phần không thể thiếu trong trải nghiệm du lịch. Các món ăn như bún bò Huế, bánh bèo, bánh nậm được quảng bá rộng rãi và dễ dàng tiếp cận đối với du khách. Tuy nhiên, phần lớn trải nghiệm vẫn tập trung vào thưởng thức món ăn tại nhà hàng hoặc quán ăn phục vụ khách du lịch, trong khi những câu chuyện về nguồn gốc món ăn, nghi thức ẩm thực cung đình hay vai trò của ẩm thực trong đời sống văn hóa Huế chưa được truyền tải đầy đủ. Du khách ăn ngon nhưng chưa chắc đã hiểu sâu về giá trị văn hóa ẩn sau món ăn.

Tình trạng tách rời giữa trải nghiệm văn hóa và ẩm thực cũng khá phổ biến tại nhiều địa phương. Tại Hội An, du khách thường tham gia tham quan phố cổ, xem biểu diễn nghệ thuật dân gian hoặc thả đèn hoa đăng trên sông Hoài, trong khi hoạt động thưởng thức ẩm thực lại diễn ra một cách riêng lẻ tại các nhà hàng hoặc quầy hàng ven phố. Mặc dù Hội An sở hữu nhiều món ăn đặc trưng như cao lầu, mì Quảng, bánh hoa hồng trắng, nhưng các sản

phẩm du lịch kết nối chặt chẽ giữa không gian văn hóa phố cổ và câu chuyện ẩm thực bản địa vẫn chưa nhiều. Sự thiếu liên kết này khiến trải nghiệm tổng thể chưa thực sự liền mạch và trọn vẹn.

Vai trò của cộng đồng địa phương trong khai thác trải nghiệm du lịch văn hóa và ẩm thực tại Việt Nam cũng chưa được phát huy đồng đều. Ở một số điểm du lịch cộng đồng như Mai Châu của tỉnh Hòa Bình hay bản Lác, người dân đã tham gia cung cấp dịch vụ lưu trú, biểu diễn văn nghệ và giới thiệu ẩm thực truyền thống. Tuy nhiên, ở không ít nơi khác, người dân chủ yếu tham gia với vai trò phục vụ, còn nội dung trải nghiệm và cách tổ chức sản phẩm lại do doanh nghiệp hoặc đơn vị bên ngoài quyết định. Điều này khiến trải nghiệm thiếu tính chân thực, đồng thời làm giảm động lực bảo tồn văn hóa truyền thống của chính cộng đồng địa phương.

Một vấn đề đáng chú ý khác là xu hướng thương mại hóa các giá trị văn hóa và ẩm thực nhằm đáp ứng nhu cầu nhanh của thị trường. Tại một số khu du lịch nổi tiếng như Sa Pa, nhiều món ăn truyền thống của đồng bào dân tộc đã được điều chỉnh mạnh về hương vị và cách chế biến để phù hợp với khẩu vị đại chúng. Không gian chợ đêm và các khu ẩm thực trở nên sôi động, nhưng đồng thời cũng làm mờ đi bản sắc ẩm thực bản địa. Trong lĩnh vực văn hóa, một số chương trình biểu diễn dân gian được rút gọn và sân khấu hóa quá mức, khiến trải nghiệm mang tính trình diễn nhiều hơn là phản ánh đời sống văn hóa thực tế.

Hạn chế về năng lực tổ chức và kể câu chuyện trải nghiệm cũng thể hiện rõ ở nhiều điểm đến. Tại các làng nghề truyền thống như làng gốm Bát Tràng hay làng lụa Vạn Phúc, du khách có cơ hội tham quan và mua sắm sản phẩm thủ công. Tuy nhiên, không phải lúc nào du khách cũng được tiếp cận một câu chuyện đầy đủ về lịch sử làng nghề, quá trình hình thành sản phẩm và vai trò của nghề truyền thống trong đời sống cộng đồng. Việc thiếu người dẫn dắt trải nghiệm có chuyên môn khiến chuyến tham quan trở nên rời rạc và mang tính tham quan đơn thuần.

Ở góc độ quản lý và quy hoạch, sự thiếu nhất quán trong phát triển sản phẩm du lịch văn hóa và ẩm thực cũng là một điểm nghẽn. Nhiều địa

phương cùng khai thác các yếu tố tương đồng như lễ hội truyền thống, ẩm thực đường phố hay không gian chợ đêm mà chưa tạo được sự khác biệt rõ nét. Ví dụ, mô hình phố đi bộ kết hợp ẩm thực được triển khai ở nhiều tỉnh, thành, nhưng nội dung trải nghiệm giữa các địa phương còn khá giống nhau, chưa phản ánh rõ bản sắc riêng của từng vùng miền.

Bên cạnh những hạn chế nêu trên, thực tiễn tại Việt Nam cũng cho thấy một số mô hình tích cực đáng ghi nhận. Du lịch cộng đồng tại Hà Giang, với trải nghiệm ở homestay của người Mông và người Dao, đã bước đầu kết hợp hiệu quả giữa văn hóa sinh hoạt, ẩm thực truyền thống và cảnh quan thiên nhiên. Du khách không chỉ thưởng thức các món ăn địa phương mà còn tham gia vào quá trình chuẩn bị bữa ăn, tìm hiểu tập quán sinh hoạt của gia đình chủ nhà. Những trải nghiệm như vậy tạo ấn tượng sâu sắc và góp phần nâng cao giá trị chuyến đi.

Nhìn tổng thể, thực trạng khai thác trải nghiệm du lịch văn hóa và ẩm thực vùng miền tại Việt Nam phản ánh quá trình chuyển đổi chưa hoàn chỉnh từ cách làm du lịch dựa trên tài nguyên sẵn có sang cách tiếp cận lấy trải nghiệm làm trung tâm. Các ví dụ thực tiễn cho thấy tiềm năng rất lớn, song để biến văn hóa và ẩm thực thành lợi thế cạnh tranh bền vững, cần có sự đầu tư bài bản hơn về nội dung trải nghiệm, vai trò cộng đồng và cách kể câu chuyện điểm đến. Đây chính là tiền đề quan trọng cho việc đề xuất các giải pháp phù hợp trong giai đoạn phát triển tiếp theo của du lịch Việt Nam.

3. Định hướng và giải pháp thúc đẩy trải nghiệm du lịch văn hóa và ẩm thực vùng miền tại Việt Nam

Từ thực trạng khai thác trải nghiệm du lịch văn hóa và ẩm thực tại Việt Nam, có thể thấy nhu cầu đổi mới cách tiếp cận trong phát triển sản phẩm du lịch là yêu cầu mang tính tất yếu. Trọng tâm của các giải pháp cần hướng đến việc chuyển dịch từ mô hình khai thác tài nguyên đơn thuần sang mô hình phát triển trải nghiệm có chiều sâu, lấy du khách làm trung tâm nhưng đồng thời bảo đảm gìn giữ bản sắc văn hóa và lợi ích của cộng đồng địa phương.

Trước hết, cần chú trọng xây dựng sản phẩm du

lịch dựa trên câu chuyện văn hóa và ẩm thực vùng miền một cách có hệ thống. Văn hóa và ẩm thực không chỉ là yếu tố phụ trợ mà cần được xem như “nội dung cốt lõi” của trải nghiệm. Việc tổ chức các hoạt động trải nghiệm nên gắn với bối cảnh đời sống thực của cộng đồng, từ không gian sinh hoạt, tập quán ăn uống đến các nghi lễ và lễ hội truyền thống. Khi du khách được tham gia, quan sát và tương tác trực tiếp, trải nghiệm sẽ trở nên chân thực và đáng nhớ hơn so với hình thức tham quan hay thưởng thức mang tính trình diễn.

Bên cạnh đó, vai trò của cộng đồng địa phương cần được đặt ở vị trí trung tâm trong quá trình phát triển du lịch văn hóa và ẩm thực. Người dân không chỉ là người cung cấp dịch vụ mà còn là chủ thể sáng tạo và truyền tải giá trị văn hóa. Việc tăng cường đào tạo kỹ năng đón tiếp, kể chuyện văn hóa và tổ chức trải nghiệm cho người dân địa phương sẽ góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, đồng thời tạo sinh kế bền vững. Thực tiễn tại nhiều mô hình du lịch cộng đồng cho thấy, khi người dân hiểu rõ giá trị văn hóa của chính mình và được hưởng lợi công bằng, họ sẽ chủ động tham gia bảo tồn và phát huy bản sắc địa phương.

Một giải pháp quan trọng khác là tăng cường liên kết giữa các chủ thể tham gia chuỗi giá trị du lịch. Sự phối hợp chặt chẽ giữa chính quyền địa phương, doanh nghiệp du lịch, nghệ nhân, đầu bếp truyền thống và cộng đồng dân cư sẽ giúp tạo ra các sản phẩm trải nghiệm mang tính liên vùng và khác biệt. Thay vì phát triển manh mún, các địa phương cần có định hướng rõ ràng trong việc xây dựng hình ảnh du lịch gắn với đặc trưng văn hóa và ẩm thực riêng, tránh tình trạng trùng lặp sản phẩm giữa các điểm đến.

Cuối cùng, công tác truyền thông và quảng bá trải nghiệm du lịch văn hóa và ẩm thực cần được đổi mới theo hướng kể câu chuyện điểm đến. Việc ứng dụng nền tảng số, mạng xã hội và các hình thức truyền thông sáng tạo sẽ giúp lan tỏa hình ảnh văn hóa và ẩm thực vùng miền đến đúng phân khúc khách hàng mục tiêu, đặc biệt là nhóm khách có nhu cầu trải nghiệm và sẵn sàng chi trả cao. Nội dung truyền thông cần nhấn mạnh yếu tố bản sắc, tính độc đáo và chiều sâu trải nghiệm, thay vì chỉ tập trung vào hình ảnh bề nổi ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2020). Chiến lược Phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2023). Báo cáo Thực trạng phát triển sản phẩm du lịch văn hóa và du lịch cộng đồng tại Việt Nam.

Phan Thị Ngọc Diệp (2022). Ẩm thực du lịch gắn với trải nghiệm văn hóa. Tạp chí Công Thương số 22 - Tháng 10/2022.

Phạm Thu Huyền (2023). Một số giải pháp phát triển ẩm thực cho ngành du lịch Việt Nam vươn tầm quốc tế. Tạp chí Công Thương số 3 - Tháng 2/2023.

Ngày nhận bài: 21/10/2025

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 17/11/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 27/12/2025

ENHANCING DESTINATION APPEAL THROUGH REGIONAL CULTURE AND CUISINE IN VIETNAM

● **DOAN TRAN NGUYEN**

Faculty of Tourism and Hospitality,
University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

Regional culture and cuisine are fundamental components that enrich and shape the overall tourism experience. In Vietnam, a country characterized by diverse histories, customs, and ways of life, these elements constitute not only abundant endogenous resources but also critical foundations for creating emotionally engaging and memorable destination identities. This study examines the role of cultural and culinary experiences in tourism development, with a particular focus on their contribution to destination differentiation and value creation. It further assesses current practices in the utilization of cultural and gastronomic resources in Vietnam's tourism sector, identifying prevailing patterns and limitations. Through this analysis, the study provides insights into how cultural and culinary experiences can enhance destination appeal and support sustainable tourism development in an increasingly experience-driven tourism market.

Keywords: travel experiences, cultural tourism, culinary tourism, regional identity, Vietnam.