

MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN ẨM THỰC CHO NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM VƯỜN TÂM QUỐC TẾ

● PHẠM THU HUYỀN

TÓM TẮT:

Theo Tổng cục Du lịch, ẩm thực là yếu tố quan trọng, góp phần tạo nên chất lượng và thương hiệu du lịch nhằm thu hút khách, tạo doanh thu, xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cao và giúp nâng cao năng lực cạnh tranh cho du lịch Việt Nam. Hơn 2 năm chờ đợi sau đại dịch Covid-19, nhiều du khách trong nước đã được dành thời gian để đi du lịch cùng gia đình tận hưởng những món ngon, đặc sản vùng miền của đất nước, các du khách nước ngoài cũng mong muốn trở lại Việt Nam để thưởng thức những món ăn như phở, bún chả, bánh mì, chả giò... Bài viết phân tích thực trạng phát triển ẩm thực cho ngành Du lịch Việt Nam và đề ra một số giải pháp phát triển ẩm thực cho ngành Du lịch Việt Nam vươn tầm quốc tế.

Từ khóa: ẩm thực, du lịch, đặc sản vùng miền, ẩm thực đường phố, phát triển du lịch.

1. Đặt vấn đề

Ngành Du lịch Việt Nam đã hình thành và phát triển hơn 60 năm qua, dần trở thành một trong những ngành kinh tế quan trọng ở nhiều địa phương. Thống kê cho thấy năm 2019, ngành Du lịch nước ta đã đón được 18 triệu lượt khách quốc tế và phục vụ 85 triệu lượt khách nội địa. Trong quá trình phát triển, có những giai đoạn khó khăn, thách thức do suy thoái kinh tế toàn cầu, dịch bệnh, nhưng lĩnh vực du lịch vẫn mở rộng thị trường, cùng đó là sự gia tăng của hệ thống dịch vụ ẩm thực, cung cấp thức ăn đồ uống cho khách.

Lâu nay, ẩm thực đã trở thành một phần quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh, thương hiệu và điểm nhấn ấn tượng để thu hút khách du lịch; gia tăng lợi ích cho đất nước.

Với khách du lịch, ăn uống không chỉ để thỏa

mãn nhu cầu thiết yếu, mà cần được xem là nghệ thuật. Ẩm thực là một nghệ thuật đặc biệt. Nghệ thuật nấu ăn và cách ăn uống của người Việt Nam ngày càng được biết đến nhiều hơn trên thế giới. Không phải ngẫu nhiên bạn bè năm châu khen món ăn Việt Nam ngon, nhiều nhà hàng của người Việt Nam mở ra ở các nước đã thu hút đông đảo thực khách bản xứ. Tại các festival quảng bá văn hóa Việt Nam ở nước ngoài, gian hàng ẩm thực Việt Nam luôn là một trong những điểm dừng chân hấp dẫn nhất.

Văn hóa ẩm thực được xem là yếu tố không thể tách rời của du lịch. Văn hóa ẩm thực 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.

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. Các 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,... là cách để quảng bá hình ảnh du lịch của địa phương.

Văn hóa ẩm thực 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, văn hóa ẩm thực 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.

Sự độc đáo về nguyên liệu theo chiều dài đất nước, từ vùng núi đến vùng biển, tạo nên một “bản hòa tấu” chứa đựng nhiều cung bậc cảm xúc, khiến du khách quốc tế không thể có một ngày nào nhàm chán trong hành trình tìm hiểu, khám phá Việt Nam.

2. Thực trạng phát triển ẩm thực cho ngành Du lịch Việt Nam

Với lợi thế về sự đa dạng các món ăn, thức uống rất đa dạng, tốt cho sức khỏe, ẩm thực Việt Nam có nhiều điều kiện thuận lợi để trở thành yếu tố tiên phong thu hút du khách trong và ngoài nước. Tuy nhiên, để ẩm thực Việt Nam có thể trở thành sản phẩm du lịch thực thụ và có khả năng cạnh tranh với các nước trong khu vực, còn rất nhiều thách thức ở phía trước. Ẩm thực hiện nay chỉ mang tính chất tự phát, manh mún, chưa quy hoạch cụ thể, chưa có đường đi đúng đắn, chưa được sắp xếp khoa học, chưa có khu phố hay đường phố chuyên phục vụ cho ẩm thực xứng tầm ở những khu du lịch lớn như TP. Hồ Chí Minh, Đà Lạt, Đà Nẵng, Nha Trang, Vũng Tàu... Hiện nay, việc phát triển các sản phẩm ẩm thực phục vụ cho du lịch chủ yếu tập trung cho du lịch quốc tế.

Thứ nhất, về hoạt động xúc tiến, phương thức quảng bá ẩm thực còn nhiều bất cập: Các hoạt

động quảng bá về du lịch ẩm thực chưa có sự đầu tư đúng nghĩa với sự phát triển đa dạng và phong phú của ẩm thực Việt. Hoạt động xúc tiến quảng bá chỉ mang tính tự phát, thiếu kế hoạch, chưa có chiến lược lâu dài. Vì vậy, du lịch ẩm thực Việt Nam chưa có điểm nhấn và chưa trở thành loại hình du lịch chuyên nghiệp, hấp dẫn để thu hút du khách trong và ngoài nước một cách đúng nghĩa. Ẩm thực Việt đặc sắc và đa dạng nhưng việc quảng bá đến quốc tế vẫn chậm hơn so với các nước trong khu vực.

Ngoài phở và bánh mì, ẩm thực Việt còn rất nhiều món để du khách trong và ngoài nước khám phá ở từng vùng miền khác nhau. Dù Việt Nam có vô vàn các món ngon đường phố, chẳng thua kém gì Thái Lan, Trung Quốc nhưng đa phần chưa để lại được ấn tượng sâu sắc cho du khách. Điều đó bắt nguồn từ cách phục vụ, giới thiệu ý nghĩa món ăn và văn hóa địa phương vẫn chưa được chú trọng. Các chương trình quảng bá ẩm thực địa phương còn nhỏ lẻ, phạm vi bó hẹp, chưa thật sự tạo được thương hiệu và hình ảnh cho khách du lịch. Nhiều tỉnh, thành dù có đặc sản hấp dẫn nhưng chưa thể tiếp cận được với lượng lớn du khách, đặc biệt là khách quốc tế.

Thứ hai, về cơ sở vật chất: Các khu ẩm thực gắn liền với chợ truyền thống được xây dựng từ lâu với các nguyên liệu tự nhiên thô sơ, theo thời gian nên xuống cấp, gây khó khăn cho việc chế biến, bảo quản thực phẩm cũng như quá trình trải nghiệm ẩm thực của du khách. Ngoài ra, ẩm thực Việt còn gắn với ẩm thực đường phố nên việc đầu tư còn chưa tập trung, rải rác, tự phát. Trong khi đó, vệ sinh an toàn thực phẩm cũng là trở ngại rất lớn khi cơ sở hạ tầng cho khu vực ẩm thực còn khiên tốn khiến ẩm thực Việt chưa thể đạt đến sự hoàn hảo. Tại các thành phố lớn như Thành phố Hồ Chí Minh với nhiều nét ẩm thực rất riêng, lĩnh vực này vẫn còn bỏ ngỏ, đầu tư mang tính chất manh mún, chưa được khai thác hết tiềm năng về ẩm thực.

Thứ ba, về an toàn vệ sinh thực phẩm: Hiện nay, các hàng quán ăn uống xuất hiện tràn lan khắp nơi, vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm không được đảm

bảo. Môi trường không khí, kênh rạch đang bị ô nhiễm đã ảnh hưởng đến chất lượng thực phẩm. Ở nhiều nơi, các quán bán hàng ăn thức uống không có đăng ký kinh doanh, không đảm bảo an toàn vệ sinh. Các yếu tố đầu vào ở một số quán ăn cũng không rõ ràng nguồn gốc, lấy hàng ở những nơi trôi nổi ảnh hưởng đến chất lượng của món ăn.

Thứ tư, về phong cách và thái độ phục vụ: Hiện nay, quán ăn, khách sạn, nhà hàng rất nhiều và đa dạng, tuy nhiên, đội ngũ nhân viên của loại hình du lịch ẩm thực chưa được đào tạo chuyên sâu, chủ yếu là lao động phổ thông, chưa qua đào tạo chuyên môn về phong cách cũng như thái độ phục vụ khách hàng. Thái độ và phong cách ứng xử phục vụ của nhân viên còn nhiều thiếu sót, chưa chuyên nghiệp, chưa được đào tạo qua trường lớp chuyên môn. Đội ngũ đầu bếp đã được đào tạo về nghệ thuật chế biến món ăn, thức uống, tuy nhiên chỉ tập trung vào nấu ăn, chưa thể hiện khả năng và đem từng món ăn đó để trình bày cho thực khách hiểu rõ nguồn gốc cũng như ý nghĩa của món ăn, điều này làm cho giảm đi sức hút về ẩm thực khi khách có nhu cầu hiểu biết sâu hơn về các món ăn nổi tiếng được nhà hàng chế biến.

Thứ năm, về nghệ thuật chế biến thức ăn của nhà hàng, khách sạn: Nghệ thuật chế biến ẩm thực của các nhà hàng khách sạn chưa đặc sắc, chưa giới thiệu được đầy đủ các món ăn, đặc sản đến với du khách trong và ngoài nước. Nghệ thuật chế biến ẩm thực là một loại hình văn hóa độc đáo mà các nhà hàng khách sạn Việt vẫn chưa đem đến cung cấp cho khách hàng một cách trọn vẹn để khách hàng thấy được ý nghĩa của từng món ăn, cách chế biến khoa học, nghệ thuật như thế nào nhằm thu hút thực khách. Các công ty lữ hành, các tour du lịch, chưa coi trọng giá trị ẩm thực nên thường sắp xếp thời gian bữa ăn trưa, ăn tối rất nhanh đã không để cho du khách có thời gian tận hưởng cũng như trải nghiệm các món ăn. Các nhà hàng, quán ăn, khách sạn cũng chưa chú trọng đến việc phát triển hình thức phục vụ là các loại hình buffet sáng, trưa, tối, nên du khách thường không thể thưởng thức, trải nghiệm được một cách trọn vẹn từng món ăn đặc sắc của Việt Nam.

3. Một số giải pháp và kiến nghị nhằm đẩy mạnh ẩm thực Việt Nam

Thứ nhất, quảng bá rộng rãi, đầu tư, hệ thống hơn: Để ẩm thực Việt vang danh thế giới, trước hết những người làm “nghệ thuật” ẩm thực phải có niềm tin với giá trị tinh hoa của dân tộc, đồng thời cần nhiều hơn hình thức quảng bá. Lễ hội văn hóa truyền thống luôn thu hút lượng lớn khách du lịch. Việc đặt các gian hàng ẩm thực địa phương tại các lễ hội này vừa giúp quảng bá thương hiệu ẩm thực, vừa đáp ứng nhu cầu tham quan, trải nghiệm, thưởng thức và mua sắm đặc sản của du khách.

Đẩy mạnh công tác xúc tiến quảng bá du lịch cùng với nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch mang tính thương hiệu của du lịch Việt Nam, bởi đây là biện pháp quan trọng để tạo lập hình ảnh và vị thế du lịch trong và ngoài nước, nhằm thu hút khách. Đồng thời, cần thiết lập văn phòng đại diện du lịch Việt Nam tại các thị trường trọng điểm du lịch.

Thứ hai, xây dựng các chương trình chuyên về ẩm thực Việt Nam: Sản phẩm du lịch liên quan đến ẩm thực đã được thực hiện từ nhiều năm. Chương trình du lịch dạy nấu ăn đưa vào thành một nội dung trong tour du lịch đã mang lại cho du khách những trải nghiệm đặc biệt, thay vì vào nhà hàng thưởng thức đồ ăn, họ được tự chế biến và thưởng thức thành quả của mình dưới sự hướng dẫn của các đầu bếp, nghệ nhân nổi tiếng. Đây là loại hình du lịch không mới nhưng rất thu hút du khách quốc tế, vừa góp phần truyền bá văn hóa của điểm đến, vừa góp phần tăng sự thú vị của chuyến đi, đem lại doanh thu, hiệu quả cho người tổ chức, góp phần phát triển loại hình du lịch nông nghiệp. Qua đó, du khách không đơn thuần chỉ học nấu ăn mà sẽ được thỏa mãn nhu cầu hiểu biết văn hóa của mỗi vùng miền thể hiện trên những sắc màu văn hóa ẩm thực họ được trải nghiệm, khám phá khu chợ đông đúc cùng hướng dẫn viên, học cách mua sắm như người dân khi gặp gỡ người bán hàng, tìm hiểu cách nấu những món ăn dinh dưỡng của Việt Nam, làm quen với nghệ nhân khi chia sẻ thành quả sau lớp học, tận hưởng không gian đầy màu sắc và cảnh quan tươi đẹp yên bình của những trang trại, cánh đồng...

Thứ ba, sáng tạo trong ẩm thực Việt Nam: Ẩm thực luôn cần đến sự sáng tạo. Mỗi người đầu bếp luôn tìm tòi tạo phong cách, hướng riêng để khai phá, sáng tạo ra những lối đi mới. Nhờ sự sáng tạo của từng cá nhân, ẩm thực ngày càng thêm phong phú. Những nghệ nhân chế biến món ăn giỏi, những bartender lành nghề đã được tôn vinh, trao giải trong các kỳ thi tài ở các địa phương, các trung tâm du lịch quốc gia và quốc tế.

Thứ tư, sức hấp dẫn của ẩm thực Việt Nam: Sức hấp dẫn của nền ẩm thực Việt Nam toát ra từ sự mộc mạc, dung dị mà đậm đà bởi nhiều nguyên liệu tự nhiên phong phú, sự đam mê của các đầu bếp khi chế biến và quan trọng là có sự kế thừa truyền thống, sáng tạo qua các thời kỳ. Du khách quốc tế yêu thích món ăn Việt bởi sự cân bằng mùi vị và hài hòa về dinh dưỡng, nhiều rau xanh, không chất béo, mỗi món lại có nước chấm riêng biệt theo vùng miền.

Tổng cục Du lịch đã nhận định nơi nào có dịch vụ ăn uống đặc sắc nơi đó có dấu ấn tốt với du khách, qua đó tạo niềm tin và giúp họ thỏa mãn nhu cầu khám phá nghệ thuật ẩm thực, kéo dài thời gian lưu trú, tăng mức chi tiêu bình quân và tạo nguồn thu cho địa phương. Bên cạnh đó, với sự phong phú, đa dạng, hài hòa và tinh tế, ẩm thực Việt được coi là di sản văn hóa, là tài nguyên du lịch quý giá. Do đó, ẩm thực Việt nói chung là một sản phẩm du lịch hấp dẫn đối với khách du lịch trong nước và quốc tế. Các hoạt động xúc tiến du lịch Việt thời gian qua luôn gắn liền với việc quảng bá văn hóa, ẩm thực khắp các vùng miền của cả nước... Không chỉ khách nước ngoài mà du khách nội địa rất yêu thích những trải nghiệm liên quan đến du lịch ẩm thực. Vì vậy, các đơn vị lễ hành đều chú trọng tạo ra sản phẩm mang đến trải nghiệm chân thực nhất cho du khách như tham gia hội chợ, lễ hội ẩm thực truyền thống ở nhiều vùng miền, làng quê kể cả tham gia các lớp nấu ăn, tour du lịch chuyên ẩm thực để khám phá trọn vẹn các món ngon Việt Nam.

Thứ năm, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực: Nguồn nhân lực liên quan đến dịch vụ ẩm thực

trong 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 phục vụ bàn, trình độ ngoại ngữ... 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 ẩm thực 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 không chỉ dừng lại ở văn hóa ẩm thực, 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, 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 sẽ được thưởng thức ẩm thực trong không gian sang trọng... Mỗi đối tượng du khách có những yêu cầu khác nhau về chất lượng dịch vụ. Vì vậy, ẩm thực du lịch là sản phẩm du lịch thực sự cần được nghiên cứu một cách khoa học không chỉ mang lại giá trị thưởng thức những món ăn ngon, đặc trưng, mà còn là thông điệp đến với du khách tìm hiểu về văn hóa, nghệ thuật địa phương, đồng thời thông qua đó sẽ quảng bá được hình ảnh của một điểm đến ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Xuân Huy (sưu tầm và giới thiệu) (2004). *Văn hóa ẩm thực và Món ăn Việt Nam*. Nxb.Trẻ, Hà Nội.
2. Ngô Đức Thịnh (2010). *Khám phá ẩm thực truyền thống Việt Nam*. Nxb Hà Nội.
3. Trần Ngọc Thêm (2003). *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*. Nxb Thành phố Hồ Chí Minh.
4. Long, D. (1998). Culinary Tourism: A Folklore Perspective on Eating and Otherness. *Southern Folklore*, 55, 181-204.
5. 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, Hà Nội.
6. Nguyễn Thị Diệu Thảo (2016). *Ẩm thực Việt Nam và thế giới*. Nxb Phụ nữ, Hà Nội.
7. Huỳnh Công Bá (2012). *Cội nguồn và bản sắc văn hóa Việt Nam*. Nxb Thuận Hóa, Hà Nội.
8. Ngô Đức Thịnh (2019). *Khám phá ẩm thực truyền thống Việt Nam*. Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
9. Nguyễn Bảo Thoa (2022). Giải pháp về phát triển văn hóa ẩm thực đặc trưng trong hoạt động du lịch ở Gia Lai. *Tạp chí Công Thương*, số 22 tháng 10. Truy cập tại: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/giai-phap-ve-phat-trien-van-hoa-am-thuc-dac-trung-trong-hoat-dong-du-lich-o-gia-lai-100659.htm>.

Ngày nhận bài: 17/12/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 17/1/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 30/1/2023

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM THU HUYỀN

Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu

SOME SOLUTIONS TO DEVELOP VIETNAM'S TOURISM CULINARY TO REACH OUT TO THE WORLD

● Master. **PHAM THU HUYEN**

Ba Ria - Vung Tau University

ABSTRACT:

The Vietnam National Administration of Tourism has identified cuisine as an important factor contributing to the quality and brand of Vietnam's tourism in order to attract tourists, generate revenue, build high-quality human resources and enhance competitiveness. After two years of the COVID-19 pandemic, many domestic tourists and their families have time to travel and enjoy delicious dishes, especially regional specialties, across Vietnam. In addition, many foreign tourists are eager to come back to Vietnam to taste flavorful dishes, such as Phở, Bún chả, Bánh mì, Nem, etc.

Keywords: cuisine, tourism, regional specialties, street food, tourism development.