KHAI THÁC CÁC GIÁ TRỊ CỦA VĂN HÓA ẨM THỰC ĐỂ THU HÚT KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ

LÊ ANH TUẤN - PHẠM MẠNH CƯỜNG

Tóm tắt

Trong những năm gần đây, văn hóa ẩm thực đã và đang trở thành một yếu tố quan trọng trong phát triển du lịch. Trong bối cảnh đó, vấn đề khai thác các giá trịcủa văn hóa ẩm thực để tổ chức xúc tiến quảng bá thu hút khách du lịch được các cơ quan quản lý quan tâm đặc biệt. Bài viết đề cập đến văn hóa ẩm thực truyền thống Việt Nam, vai trò của văn hóa ẩm thực trong lĩnh vực xúc tiến quảng bá du lịch và trên cơ sở khái quát về thực trạng của hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch, tác giả đề xuất định hướng và giải pháp để khai thác các giá trị của văn hóa ẩm thực Việt nhằm thu hút khách du lịch quốc tế trong giai đoạn hiện nay.

Trong xu thế phát triển đa dạng trong nhu cầu du lịch, ẩm thực không còn chỉ đóng vai trò là yếu tố hỗ trợ, phục vụ cho nhu cầu của khách về ăn uống đơn thuần mà đã trở thành mục đích của các chuyến du lịch. Thực tế, nhiều doanh nghiệp lữ hành trên thế giới đã tổ chức những chương trình du lịch ẩm thực với mục đích chủ yếu phục vụ nhu cầu du khách về thưởng thức những hương vị truyền thống đặc sắc tại các điểm du lịch.

Xuất phát từ lý do đó, trong những năm gần đây văn hoá ẩm thực đã trở thành một trong những yếu tố được khai thác và sử dụng trong hoạt động xúc tiến thu hút khách du lịch. Tuy nhiên, thực tế cho thấy việc sử dụng các yếu tố ẩm thực để tổ chức các hoạt động xúc tiến thu hút khách du lịch quốc tế hiện nay còn nhiều vấn đề cần phải cải tiến để phù hợp hơn với nhu cầu và đáp ứng hiệu quả hơn hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch.

Trên cơ sở nghiên cứu tư liệu và tìm hiểu thực trạng hoạt động xúc tiến du lịch trong thực tế, mục tiêu của bài viết này là đề cập tới vai trò của văn hóa ẩm thực trong lĩnh vực xúc tiến quảng bá du lịch và đề xuất định hướng và giải pháp để khai thác các giá trị của văn hóa ẩm thực Việt nhằm thu hút khách du lịch quốc tế.

1. Khái quát về văn hóa ẩm thực Việt Nam

Ẩm thực Việt Nam mang những nét văn hóa riêng với ba miền Bắc, Trung và Nam. Mỗi vùng miền có những món ăn mang đậm nét địa phương, chịu nhiều ảnh hưởng của tập quán dân cư và các điều kiện tự nhiên phong phú, tạo ra sự đa dạng cho văn hoá ẩm thực của cả nước.

Văn hóa ẩm thực Việt Nam còn được hình thành và phát triển gắn với sự phát triển của xã hội. Món ăn Việt ngày nay, do đã trải qua quá trình phát triển lâu dài của lịch sử dân tộc rất đa dạng, hài hòa. Có những món ăn thuần Việt, có những món ăn ảnh hưởng của văn hóa Trung Quốc, văn hóa ẩm thực Pháp và cả văn hóa ẩm thực Ấn Độ ...

Thông qua sự giao thương giữa các quốc gia mà món ăn Việt Nam chịu ảnh hưởng của cách thức chế biến của Ấn Độ với những gia vị đặc trưng, các món ăn đặc trưng. Giai đoạn lịch sử gần 1000 năm Bắc thuộc đã cho thấy không chỉ có chữ viết mà các tập quán ăn uống, chế biến cũng bị ảnh hưởng từ Trung Quốc, tạo nên một hệ thống các món ăn mang nét văn hóa ẩm thực Trung Quốc. Bên cạnh đó, với gần 100 năm dưới chế độ thuộc địa của Pháp, các món ăn Việt Nam lại chịu ảnh hưởng rất lớn từ cách thức chế biến của người Pháp với đặc trưng rất nhiều loại sốt, nước dùng.

Trong giai đoạn hiện nay, bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra sâu rộng, văn hóa ẩm thực Việt lại càng có nhiều điều kiện để tiếp biến và phát triển.

Văn hóa ẩm thực được cấu thành cơ bản bởi các yếu tố hữu hình và vô hình. Trong đó, hình thức thể hiện mang tính phi vật chất của hoạt động ẩm thực là: những nghi thức, cách thức thực hiện hoạt động ẩm thực; cách thức lựa chọn nguyên liệu, gia vị trong chế biến; cách thức sắp xếp cơ cấu bữa ăn trong ngày...

Yếu tố hữu hình bao gồm các món ăn thức uống đã hình thành và phát triển và định hình với những đặc điểm rất đa dạng và phong phú. Trong hệ thống các món ăn Việt Nam tồn tại bốn loại chính:

- Món ăn thuần Việt, những món ăn này mặc dù trải qua nhiều biến cố thăng trầm của lịch sử, vẫn không thay đổi, mang đậm nét Việt Nam.

- Món ăn ảnh hưởng của văn hóa ẩm thực Trung Quốc: cách thức chế biến sử dụng nhiều mỡ hoặc dầu thực vật đã ảnh hưởng mạnh mẽ từ Trung Quốc, cách điều vị đặc trưng (dùng các vị thuốc bắc).

- Món ăn ảnh hưởng của văn hóa ẩm thực Pháp: cách thức chế biến có sử dụng các loại sốt. Các món ăn được sử dụng nhiều loại sốt và nước dùng: sốt chua ngọt, sốt chua cay, nước dùng trong.

- Món ăn ảnh hưởng của văn hóa ẩm thực Ấn Độ và các nước Đông Nam Á do chịu ảnh hưởng của các gia vị có nguồn gốc từ Ấn Độ. (3, tr.29).

Các nét văn hóa ẩm thực, đặc biệt là cách thức chế biến, điều vị và các giá trị về mặt cảm quan được người Việt tiếp thu và thay đổi cho phù

hợp với nhu cầu, điều kiện sống và sở thích. Mặc dù văn hóa ẩm thực chịu ảnh hưởng từ Trung Quốc nhưng món ăn không có quá nhiều chất béo trong chế biến. Mặt khác, văn hóa ẩm thực Việt chịu ảnh hưởng của văn hóa ẩm thực Pháp nhưng không quá cầu kỳ trong việc sử dụng các loại sốt như người Pháp; chịu ảnh hưởng của Ấn Độ, Thái Lan... nhưng vị của món ăn không quá cay...

Món ăn Việt Nam được chế biến theo nguyên tắc hài hòa âm dương. Đặc điểm này được Trần Ngọc Thêm (5, tr. 369) cho rằng người Việt Nam phân biệt thức ăn theo năm mức âm dương, ứng với ngũ hành: Hàn (Thủy), nhiệt (Hỏa), ôn (Mộc), lương (Kim) và bình (Thổ). Để tạo ra sự hài hòa âm dương đó, có vai trò của nhiều loại gia vị khác nhau: chua, cay, mặn, ngọt và các loại rau gia vị khác.

Các món ăn miền Bắc có vị tương đối hài hoà giữa cay, chua, mặn, ngọt. Món ăn miền Trung có vị cay nóng và mặn. Món ăn miền Nam có vị cay, ngọt và béo ngậy của nước cốt dừa. Các đặc điểm khác biệt này do ảnh hưởng của khí hậu vùng miền.

Cách thức ăn uống của người Việt cũng có những khác biệt so với hầu hết các quốc gia trên thế giới. Đặc điểm ăn chung mâm, sử dụng nước chấm chung, ăn bằng đũa... đã thể hiện cách thức ăn uống mang đậm nét truyền thống văn hóa dân tộc.

Các loại đồ uống cũng rất đa dạng phong phú, thể hiện theo mùa, gắn với hiện trạng thời tiết và với những điều kiện về thiên nhiên và phong tục tập quán theo từng vùng miền.

2. Vai trò và cách thức khai thác các giá trị văn hóa ẩm thực để thu hút khách du lịch

2.1. Vai trò của văn hóa ẩm thực

Trong thực tế, không phải lúc nào văn hóa ẩm thực cũng được sử dụng trong các hoạt động xúc tiến du lịch, tuy nhiên văn hóa ẩm thực có những vai trò nhất định và góp phần tạo nên thành công cho hoạt động xúc tiến, làm tăng hiệu quả của hoạt động này. Vai trò đó được thể hiện qua những điểm sau:

- Văn hóa ẩm thực là một yếu tố cấu thành của hoạt động tuyên truyền để thu hút khách du lịch.

Văn hóa ẩm thực được chắt lọc qua các món ăn, đồ uống đặc trưng và cách thức ăn uống tiêu biểu là một yếu tố cấu thành của hoạt động xúc

tiến quảng bá du lịch, cung cấp thông tin, tạo cơ hội cho khách du lịch được trải nghiệm những khía cạnh văn hóa truyền thống và từ đó kích thích nhu cầu đi du lịch của khách.

- Văn hóa ẩm thực góp phần đa dạng hóa, tăng sức hấp dẫn cho hoạt động xúc tiến du lịch.

Bên cạnh nhiều hoạt động trải nghiệm có thể được tổ chức như tham gia làm đồ thủ công mỹ nghệ, tham gia diễn xướng các loại hình văn hóa nghệ thuật truyền thống, một hoạt động mà khách có nhiều cơ hội trải nghiệm, đó là tham gia chế biến và thưởng thức các món ăn truyền thống dân tộc.

- Văn hóa ẩm thực truyền thống là một nội dung thông tin quan trọng.

Hoạt động xúc tiến du lịch không chỉ là việc cung cấp thông tin đơn thuần mà cần phải có nhiều nội dung khác nhau để tạo ra một hệ thống các hoạt động mang tính tổng hợp tác động đến tâm lý, kích thích tính tò mò và kích cầu khách du lịch tiềm năng.

Thông tin tuyên truyền du lịch được khách du lịch quan tâm rất đa dạng, cụ thể là khách sạn, điểm du lịch, cảnh quan, các phương tiện vận chuyển, điều kiện giao thông, và yếu tố ẩm thực (thể hiện qua danh mục các món ăn). Như vậy, thông tin về vấn đề ăn uống không kém phần quan trọng vì nhiều khách du lịch rất quan tâm đến vấn đề này.

2.2. Cách thức khai thác các giá trị văn hóa ẩm thực để thu hút khách du lịch

Trong thực tế, các quốc gia thường sử dụng các hình thức như: trình diễn quá trình chế biến một cách trực tiếp và có sự trải nghiệm của khách hàng; tổ chức chế biến và phục vụ tại các nhà hàng, khách sạn; trình chiếu các phim phóng sự, băng hình và sử dụng các hình ảnh tĩnh về văn hóa ẩm thực. Mỗi hình thức này có những đặc điểm khác nhau và thường được áp dụng phối hợp trong các chương trình xúc tiến du lịch.

Xây dựng Quy trình khai thác và sử dụng các món ăn tiêu biểu để xúc tiến du lịch. Quy trình xúc tiến các món ăn tiêu biểu nằm trong tổng thể hoạt động xúc tiến du lịch nói chung của ngành du lịch và chịu sự chi phối của hoạt động này. Ở đây chủ yếu là khai thác và sử dụng các món ăn truyền thống để tổ chức xúc tiến quảng bá nhằm thu hút khách du lịch.

- Nghiên cứu:

Để tiến hành xúc tiến du lịch trong đó có sử dụng các món ăn tiêu biểu, cần nghiên cứu đầy đủ những đặc điểm của các món ăn trên cả nước: nguồn gốc, xuất xứ, sự hình thành và phát triển, quy trình chế biến, các trang thiết bị phục vụ quá trình chế biến, cách thức tiêu dùng sản phẩm, vị trí của món ăn trong hệ thống các món ăn Việt Nam, đại diện cho vùng miền nào, ý nghĩa, nguyên liệu đặc trưng, giá trị dinh dưỡng, vai trò của nó trong cuộc sống cộng đồng.

- Lựa chọn:

Lựa chọn là việc quyết định các món ăn (danh mục món ăn) có thể sử dụng để phục vụ cho hoạt động xúc tiến thị trường; định thời điểm và hình thức của việc sử dụng các món ăn tiêu biểu đó để hấp dẫn khách; lựa chọn các hình thức thể hiện món ăn.

- Chuẩn bị:

Căn cứ theo kế hoạch đã được duyệt, căn cứ vào danh mục món ăn, cần phải có kế hoạch chuẩn bị cho việc tổ chức các hoạt động trình diễn, giới thiệu... Tùy theo từng hình thức đã được lựa chọn mà việc chuẩn bị sẽ khác nhau.

Đối với việc trực tiếp trình diễn món ăn và tạo cơ hội cho khách được trải nghiệm thì công việc chuẩn bị tương đối phức tạp. Chuẩn bị nguyên liệu, trang thiết bị dụng cụ phục vụ chế biến, trang thiết bị phục vụ quá trình tiêu dùng, thưởng thức và cả việc chuẩn bị cho hoạt động trải nghiệm của khách tham quan, khu vực tổ chức các hoạt động. Bên cạnh đó, phảichuẩn bị nhân lực cho quá trình chế biến, quá trình phục vụ, phiên dịch nếu cần thiết.

Đối với hoạt động chế biến và phục vụ tại các địa điểm như nhà hàng, khách sạn, việc chuẩn bị cũng tương tự nhưng thêm vào đó, các hợp đồng hoặc ghi nhớ hợp tác giữa ban tổ chức với các cơ sở sẽ diễn ra hoạt động này là cần thiết. Đối với hình thức làm phim tư liệu, phóng sự, việc chuẩn bị thể hiện ở các nội dung như lên kịch bản, mời khách du lịch (nhân vật), người quay phim, xử lý biên tập, làm phụ đề lời giới thiệu và sản xuất đĩa.

Đối với hình thức làm các video clip thông thường khác: việc chuẩn bị bao gồm việc lên kịch bản, chuẩn bị nhân lực, vật lực địa điểm và tổ chức quay, biên tập và sản xuất đĩa.

Đối với các hình thức sử dụng ảnh tĩnh, sử dụng các catalogue: việc chuẩn bị bao gồm các công việc lựa chọn món ăn, chuẩn bị nguyên vật liệu,

nhân lực, tổ chức chế biến, chụp, phóng ảnh và xử lý, in ấn thành pano, áp phích...

- Tổ chức thực hiện:

Trên cơ sở các nội dung đã chuẩn bị, kết hợp với các nội dung của kế hoạch tổng thể của hoạt động xúc tiến, cần tổ chức thực hiện các hoạt động theo đúng kế hoạch.

- Tổng kết, đánh giá:

Tổng kết các hoạt động đánh giá kết quả đạt được, rút kinh nghiệm cho các hoạt động tiếp theo.

3. Các hoạt động khai thác các giá trị văn hóa ẩm thực để xúc tiến quảng bá du lịch của Du lịch Việt Nam hiện nay

- Các hoạt động tuần lễ văn hóa du lịch tại nước ngoài

Hoạt động tuần lễ văn hóa Việt Nam tại nước ngoài được tổ chức thường xuyên trong thời gian qua. Trong nội dung, nhiều hoạt động được triển khai như cung cấp các ấn phẩm, biểu diễn văn hóa nghệ thuật truyền thống, chế biến và giới thiệu các món ăn của Việt Nam.

- Các hội chợ triển lãm

Tại các hội chợ triển lãm, ban tổ chức đã giới thiệu các món ăn tiêu biểu thông qua chế biến trực tiếp và tạo cơ hội cho khách du lịch thưởng thức. Ở đây, có khi việc xúc tiến các món ăn chỉ được thực hiện qua các ấn phẩm bằng tranh ảnh hoặc các đoạn video clip.

- Các kênh truyền hình quốc tế

Các phim phóng sự hoặc các đoạn phim quảng cáo được ngành du lịch đầu tư để tổ chức đưa lên các kênh truyền hình quốc tế với nội dung đề cập đến nhiều thông tin, trong đó hình ảnh về các món ăn của Việt Nam cũng được đăng tải.

- Mạng Internet

Các món ăn Việt Nam cũng được sử dụng để đưa lên các trang thông tin điện tử. Tại đây, nhiều hình ảnh đẹp, hấp dẫn của các món ăn ba miền, đồng thời hệ thống các nhà hàng cũng được đăng tải để phục vụ nhu cầu thông tin về ăn uống cho khách du lịch.

Tuy món ăn Việt được ưa chuộng, nhưng ngành du lịch chưa khai thác hết nét đặc sắc của văn hóa ẩm thực Việt Nam vào hoạt động du lịch nhằm thu hút khách như ngành du lịch của một số quốc gia đã làm. Thực tế cho thấy, hoạt động khai thác các món ăn tiêu biểu để thu hút khách du lịch

quốc tế nói chung và khách Tây Âu nói riêng chưa được tiến hành một cách có hệ thống. Tính chưa hệ thống thể hiện ở việc ngành du lịch chưa có chủ trương cụ thể, chính sách và những chương trình hành động cụ thể như Thái Lan, Trung Quốc và Nhật Bản đã làm.

Một số đánh giá

Mặc dù văn hóa ẩm thực được đánh giá là yếu tố quan trọng để thu hút khách du lịch, song ngành Du lịch Việt Nam chưa khai thác hết những nét đặc sắc của văn hóa ẩm thực dân tộc vào hoạt động, thu hút du khách như nhiều quốc gia trên thế giới đã thực hiện. Thực tế cho thấy, hoạt động khai thác các yếu tố thuộc về văn hóa ẩm thực để thu hút khách du lịch quốc tế chưa được tiến hành một cách có hệ thống. Các hoạt động khai thác và sử dụng các yêu tố ẩm thực không được tổ chức một cách rầm rộ, mang tính đặc thù riêng mà chỉ thường được lồng ghép trong các hoạt động xúc tiến du lịch nói chung. Vai trò của văn hóa ẩm thực có thể nói là bị xem nhẹ, chưa có chủ trương, kế hoạch chiến lược cụ thể trong triển khai thực hiện.

4. Định hướng và giải pháp khai thác các giá trị của văn hóa ẩm thực để thu hút khách du lịch

4.1. Định hướng khai thác

** Định hướng về chủ trương*

Hoạt động xúc tiến du lịch trên cơ sở sử dụng các yếu tố văn hóa ẩm thực cần phải đưa thànhchủ trương quan trọng của ngành du lịch để được nhà nước quan tâm tạo điều kiện cho phát triển. Hoạt động này không chỉ là việc thu hút khách du lịch mà còn có mục đích phổ biến các yếu tố văn hóa