

Du lịch ẩm thực: Kinh nghiệm thế giới và thực trạng ở Việt Nam

Vương Xuân Tình^(*)

Tóm tắt: Du lịch ẩm thực (food tourism) là khái niệm mới xuất hiện trên thế giới được khoảng hai thập niên gần đây, song được nhiều quốc gia đón nhận và phát triển thành loại hình du lịch hấp dẫn, chỉ sau du lịch văn hóa và cảnh quan. Ở Việt Nam, du lịch ẩm thực mới được đề cập ở các bài viết và hội thảo, được một số đơn vị khai thác du lịch thực hiện, song chưa được chú trọng ở tầm chiến lược. Bài viết khái quát kinh nghiệm du lịch ẩm thực trên thế giới qua tổng quan tài liệu, từ đó làm rõ tình hình thực hiện ở Việt Nam thời gian qua và đề xuất một số khuyến nghị góp phần đẩy mạnh loại hình du lịch này ở Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: Du lịch ẩm thực, Phát triển du lịch, Kinh nghiệm thế giới

Abstract: While the concept of “food tourism” emerged two decades ago, it has been recognized and developed by numerous countries into a fascinating form of tourism, only ranking behind cultural tourism and nature tourism. Meanwhile, food tourism in Vietnam has only been discussed in a few papers and workshops and carried out by some tourist travel agencies individually, rather than at the strategic level. This article summarizes food tourism examples in the world through a literature review, thus clarifying the current situation in Vietnam and making suggestions for promoting such type of tourism in the coming time.

Keyword: Food Tourism, Tourism Development, the World’s Experience

1. Mở đầu

Ẩm thực có quan hệ chặt chẽ với du lịch, là điều kiện và động lực để phát triển du lịch. Ẩm thực trong du lịch không chỉ là việc đảm bảo dinh dưỡng của du khách, mà còn là vấn đề văn hóa và quản lý kinh tế - xã hội của quốc gia, địa phương nơi du khách đến. Trên thế giới đã xuất hiện loại

hình du lịch ẩm thực và đã có nhiều nghiên cứu, nhiều tổ chức và các hoạt động liên quan đến loại hình du lịch này.

Ở Việt Nam trong vài thập niên gần đây, dưới tác động của đổi mới và kinh tế thị trường, việc nhận thức vai trò của ẩm thực với du lịch cùng các hoạt động liên quan đến loại hình du lịch này ngày càng tăng, nhất là với những đơn vị trực tiếp hoạt động trong lĩnh vực du lịch. Tuy nhiên, kể cả nhận thức và thực hiện phần nhiều còn theo lối kinh nghiệm, chưa có sự tham gia

^(*) PGS.TS., Viện Dân tộc học; Phó Chủ tịch Hội Dân tộc học và Nhân học Việt Nam; Email: vxtinh56@yahoo.com

tích cực của các bên liên quan, nhất là chính quyền các cấp. Dưới đây chúng tôi khái quát về du lịch ẩm thực, kinh nghiệm phát triển du lịch ẩm thực của một số tổ chức và quốc gia trên thế giới, từ đó có một số gợi ý cho phát triển du lịch ẩm thực ở Việt Nam.

2. Du lịch ẩm thực trên thế giới

* Khái niệm và nội hàm

Du lịch ẩm thực là một khái niệm xuất hiện cách đây chưa lâu, có ý kiến cho rằng khái niệm này được đề xuất lần đầu trong nghiên cứu của D. Long (1998). Thuật ngữ tiếng Anh do D. Long sử dụng là “culinary tourism” (không phải “food tourism”)^(*). Theo D. Long, du lịch ẩm thực là sự trải nghiệm văn hóa của du khách đến một nơi nào đó qua ẩm thực. Hình thức du lịch này gồm du lịch khám phá nghệ thuật ẩm thực (gastronomy tourism), hội chợ ẩm thực (food festival), du lịch thưởng rượu (gourmet tourism) và các hoạt động khác liên quan đến ẩm thực.

Sau này có thêm nhiều quan điểm, nghiên cứu về du lịch ẩm thực như của Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO, 2012; 2017), Hội Lữ hành ẩm thực thế giới (WFTA, <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/home>), các nhà nghiên cứu (Ching-Shu Su, Jeou-Shyan Horng, 2012; C.M. Hall, L. Sharples, 2003;...).

Có thể thấy, cho đến nay có hai luồng ý kiến liên quan đến khái niệm này. *Thứ nhất*, thuật ngữ “food tourism” có ý nghĩa tương tự như các thuật ngữ “culinary tourism”, “cuisine tourism”, hay “gastronomy tourism” và có thể dùng thay thế những

thuật ngữ này. *Thứ hai*, mỗi thuật ngữ đều có ý nghĩa, phản ánh mức độ nhất định của du lịch ẩm thực. Điển hình là nghiên cứu của C.M. Hall và L. Sharples (2003). Theo các tác giả, du lịch ẩm thực có các mức độ sau: 1/ Mức cao, đó là “gourmet tourism” (du lịch thưởng rượu), “cuisine tourism” (du lịch đầu bếp) và “gastronomy tourism” (du lịch nghệ thuật ẩm thực), tức du khách đến nơi nào đó với mục đích lớn nhất là thưởng thức rượu ngon, món ăn ngon. 2/ Mức trung bình: “culinary tourism” (du lịch nấu ăn), tức du khách thăm và một lần thưởng thức ẩm thực ở nơi sản xuất rượu, chợ, hội chợ ẩm thực, nhà hàng trong chuyến du lịch. 3/ Mức thấp: “rural/urban tourism” (du lịch nông thôn/đô thị), tức có thăm thú, thưởng thức ẩm thực ở các điểm trên kết hợp với hoạt động khác.

Dù có những diễn giải khác nhau về từ ngữ, song khái niệm du lịch ẩm thực vẫn khá thống nhất về nội hàm. Có thể lấy định nghĩa về du lịch ẩm thực của Hội Lữ hành ẩm thực thế giới làm ví dụ: “Đó là loại hình du lịch nhằm khám phá và thụ hưởng sự mới lạ, đáng nhớ của các trải nghiệm về đồ ăn thức uống, theo cả nghĩa rộng và nghĩa hẹp”. Tổ chức Du lịch thế giới xác định: Đó là sự tìm kiếm điều thú vị của nơi đến qua ẩm thực; tìm hiểu nguồn gốc của sản phẩm; thừa nhận giá trị của ẩm thực; chia sẻ trải nghiệm ẩm thực với người khác. Di sản văn hóa có mối quan hệ sâu sắc với du lịch ẩm thực (UNWTO, 2012: 9-11).

* Vai trò của du lịch ẩm thực

Du lịch ẩm thực có vai trò quan trọng đối với sự phát triển của du lịch cũng như kinh tế - xã hội của địa phương, đất nước. Ẩm thực là một trong những sức hút, sự hấp dẫn, hay động cơ của du lịch. Tuy nhiên, mức độ hấp dẫn có khác nhau giữa các đối tượng du khách.

(*) Việc chuyển ngữ sang tiếng Việt để thấy sự khác biệt giữa “food” với “culinary”, “cuisine”, “gastronomy” là không dễ và phải theo ngữ cảnh. Trong bài viết này, chúng tôi sử dụng thuật ngữ “du lịch ẩm thực” (food tourism).

Theo khảo sát của Hội Lữ hành ẩm thực thế giới, có khoảng 25% du khách quan tâm đến ẩm thực du lịch (WFTA, <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/home>). Còn theo nghiên cứu của Tổ chức Du lịch thế giới, có 87% số tổ chức được điều tra xác định du lịch ẩm thực là yếu tố chiến lược đối với điểm đến; 82% cho rằng du lịch ẩm thực là động lực quan trọng cho phát triển du lịch; du lịch ẩm thực là chất xúc tác cho kinh tế địa phương; và nhìn chung, ẩm thực là nguyên nhân thứ ba, chỉ sau yếu tố văn hóa, điều kiện tự nhiên ảnh hưởng quyết định điểm đến của du khách (UNWTO, 2017: 17-29).

Các nghiên cứu của Jiménez-Beltrán và cộng sự (2016) cũng nhấn mạnh, ẩm thực là yếu tố quan trọng để thu hút khách du lịch ở một địa phương nào đó; khách du lịch văn hóa cũng muốn tìm hiểu về văn hóa nơi đến qua ẩm thực. Ching-Shu Su và cộng sự (2012) cho rằng, ẩm thực có sự hấp dẫn tự thân để tạo thành điểm đến trong du lịch, như lễ hội ớt ở Singapore, như hương vị Chicago, lễ hội chocolate ở New York (Mỹ) hay du lịch rượu ở châu Âu. Nghiên cứu của C.M. Hall và L. Sharples (2003) cho thấy, khách du lịch đến Australia hay Mỹ chỉ khoảng gần 30% cho ăn uống trong tổng số tiền chi cho chuyến du lịch. Còn theo báo cáo của Mạng lưới Pangae, doanh thu du lịch ẩm thực trung bình chiếm khoảng 10%, và có nơi như Anh, chiếm khoảng 30% tổng doanh thu du lịch (Pangaenetwork, 2014).

Ngoài vai trò tác động về điểm đến, du lịch ẩm thực còn ảnh hưởng tới sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, quốc gia. C.M. Hall và L. Sharples (2003) xác định, loại hình du lịch này là hợp phần của phát triển kinh tế và nông nghiệp địa phương; là chỉ báo của toàn cầu hóa và địa phương hóa. Kết quả nghiên cứu du lịch

ẩm thực châu Âu của G. Gheorghe và cộng sự (2014) cho thấy, chi phí ăn uống của khách du lịch đến châu lục này (từ 27 nước) chiếm trung bình khoảng 22% tổng chi cho chuyến du lịch, đứng thứ ba sau chi phí về phòng ở và đi lại.

** Hoạt động phát triển du lịch ẩm thực của các tổ chức quốc tế*

Hiện nay, trên thế giới có nhiều tổ chức quốc tế hoạt động liên quan đến du lịch ẩm thực, nổi bật là các hoạt động của *Hội Lữ hành ẩm thực thế giới* (World Food Travel Association - WFTA) và *Tổ chức Du lịch thế giới* thuộc Liên Hợp Quốc (UN World Tourism Organization - UNWTO).

+ *Hội Lữ hành ẩm thực thế giới* được thành lập từ năm 2001 với tên gọi Hội du lịch nấu ăn quốc tế (The International Culinary Tourism Association), đến năm 2012 đổi thành Hội Lữ hành ẩm thực thế giới, có trụ sở ở bang Oregon, Hoa Kỳ, có hơn 11.000 thành viên thuộc 139 nước. Hội hoạt động ở 4 lĩnh vực chính: giáo dục, tặng thưởng, nghiên cứu và tư vấn - xuất bản. Hội Lữ hành ẩm thực thế giới đã tổ chức hội thảo đầu tiên về du lịch ẩm thực toàn cầu năm 2004; có ảnh hưởng về du lịch ẩm thực rộng lớn; có nhiều nghiên cứu chuyên sâu về công nghệ du lịch ẩm thực (vào các năm 2007, 2010, 2013, 2016); đưa ra cách thức mới nhất trong giới thiệu ẩm thực dựa trên phân tích tâm lý ẩm thực. Hội là tổ chức đầu tiên xuất bản loại sách về công nghệ ẩm thực (2006), có sách hướng dẫn toàn diện về du lịch ẩm thực (2014). Hội cũng là tổ chức đầu tiên tổ chức trao giải thưởng lớn nhất về du lịch ẩm thực (từ năm 2016), là tổ chức đầu tiên cấp chứng nhận nghề nghiệp du lịch ẩm thực (từ năm 2008).

Trong năm 2018, Hội lữ hành ẩm thực thế giới sẽ tổ chức *Hội nghị cấp cao trực*

tuyên (tháng 4), *Hội nghị về biến đổi du lịch ẩm thực* tại Anh (tháng 11) (WFTA, <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/home>).

+ *Tổ chức Du lịch thế giới*: Ẩm thực là một trong những hoạt động ưu tiên của Tổ chức Du lịch thế giới. Khởi xướng cho hoạt động này là việc cho ra đời Báo cáo toàn cầu lần thứ nhất về du lịch ẩm thực năm 2012 (UNWTO, 2012), báo cáo lần thứ hai được công bố năm 2017.

Năm 2015, Tổ chức này đã xây dựng *Mạng lưới du lịch ẩm thực* với tầm nhìn chiến lược đến năm 2030, trong đó tập trung vào phát triển dự án thử nghiệm, mô hình phát triển sản phẩm, thị trường, thông tin, quản trị, tổ chức diễn đàn, hội thảo và trao đổi kinh nghiệm. Mạng lưới du lịch ẩm thực đã tổ chức *Du lịch rượu* lần thứ nhất tại Georgia (tháng 9/2016); tổ chức *Gặp gỡ ẩm thực vùng Mỹ Latinh* tại Tây Ban Nha (tháng 10/2016); dự kiến tổ chức *Hội thảo du lịch ẩm thực quốc tế* vào tháng 9/2018 tại Hy Lạp về vấn đề “Làm thế nào để ẩm thực địa phương góp phần phát triển du lịch”. Diễn đàn về du lịch ẩm thực đã được Tổ chức Du lịch thế giới tổ chức 2 lần: lần thứ nhất tại Tây Ban Nha (tháng 4/2015) và lần thứ hai tại Peru (tháng 4/2016).

* *Hoạt động phát triển du lịch ẩm thực của một số quốc gia trên thế giới*

Có rất nhiều quốc gia trên thế giới quan tâm đến du lịch ẩm thực, song do dung lượng bài viết có hạn nên chúng tôi chỉ chọn 4 nước đại diện ở ba châu lục làm ví dụ, đó là Pháp, Mỹ, Thái Lan và Indonesia.

Pháp là quốc gia có nền ẩm thực độc đáo. Năm 2010, UNESCO đã vinh danh ẩm thực Pháp là di sản văn hóa thế giới. Từ sự thừa nhận đó, Chính phủ Pháp thực hiện dự án xây dựng một Thành phố ẩm thực. Sau khi các thành phố đề xuất ý tưởng, kế hoạch để thực hiện dự án, Dijon đã được

lựa chọn. Dijon là một thành phố cổ thuộc vùng Burgundy, có nhiều di sản văn hóa vật thể và phi vật thể. Các địa phương ở Pháp đều có truyền thống ẩm thực, song Burgundy là nơi có nền ẩm thực nổi tiếng nhất. Trở thành Thành phố ẩm thực, Dijon phải đối diện với thách thức lớn nhất là vấn đề bảo vệ truyền thống trước những tác động của du lịch. Thành phố ẩm thực Dijon sẽ chính thức được khai trương trong năm 2018 (UNWTA, 2017: 74-75).

Mỹ là nước có nhiều hoạt động du lịch ẩm thực, đặc biệt là các hội chợ ẩm thực (food festival). Hội chợ ẩm thực thường diễn ra tại các chợ nông dân và thị trấn nhỏ. Toàn nước Mỹ có khoảng 1.500 hội chợ ẩm thực, trong đó có hội chợ truyền thống, còn một số khác do các tổ chức du lịch hay kinh doanh tổ chức. Các hội chợ này đã tăng thêm trải nghiệm cho du khách và góp phần phát triển kinh tế địa phương. Giá cả trong hội chợ nhiều khi phụ thuộc vào thỏa thuận của người bán và người mua nên cũng tăng thêm tính hấp dẫn. Địa điểm tổ chức hội chợ và nơi bán hàng rất linh hoạt. Nhiều hội chợ diễn ra theo mùa, nhất là những hội chợ liên quan đến sản phẩm nông nghiệp. Các hội chợ thu hút hàng triệu du khách với chi phí hàng tỷ USD mỗi năm (UNWTA, 2017: 112-113).

Để phát triển du lịch ẩm thực, Chính phủ *Thái Lan* đã có nhiều chương trình hành động. Từ năm 2002, Thái Lan xây dựng kế hoạch về ngoại giao ẩm thực (culinary diplomacy), xây dựng các nhà hàng Thái trong chương trình *Thái toàn cầu* (The Global Thai), gồm đào tạo, cho doanh nghiệp vay vốn để mở các nhà hàng. Năm 2012-2013, Thái Lan có chiến dịch *Hình dung ẩm thực Thái* (Amaging Thai Food) nhằm nâng cao hiểu biết của người nước ngoài về ẩm thực Thái. Năm 2014, nước

này lại khởi xướng hoạt động *Thái Lan: Bếp của thế giới* (Thailand: Kitchen of the World), nhằm tạo ra các sản phẩm ẩm thực có chất lượng đẳng cấp quốc tế.

Indonesia, với sự đa dạng của điều kiện tự nhiên và bề dày lịch sử giao lưu văn hóa, là đất nước có tiềm năng lớn về du lịch ẩm thực. Để đẩy mạnh ngành du lịch này, Indonesia thực hiện kết hợp chặt chẽ giữa nghiên cứu với phát triển ẩm thực phục vụ du lịch. Ba yếu tố tạo nên “tam giác triết luận nghệ thuật ẩm thực Indonesia” bao gồm: đồ ăn uống; văn hóa và lịch sử; các nghi lễ, câu chuyện về ẩm thực. Đồ ăn uống là trung tâm của du lịch ẩm thực, chịu ảnh hưởng sâu sắc bởi các điều kiện văn hóa và lịch sử. Văn hóa lại chịu sự chi phối của lịch sử và ẩm thực: những câu chuyện, nghi lễ về ẩm thực xuyên thời gian là minh chứng cho lập luận đó. Trên cơ sở của tam giác triết luận này, Indonesia xây dựng hai khuynh hướng hoạt động du lịch ẩm thực chủ yếu: 1/ Văn hóa và nghi lễ trong ẩm thực, bao gồm các tour *Du lịch di sản ẩm thực hoàng gia* và *Linh hồn ẩm thực Bali*; 2/ Lịch sử và những câu chuyện: con đường hương vị Indonesia, bao gồm các tour về *Hành trình Rendang*, *Hành trình Minangkabau-West Sumatra* (UNWTA, 2017: 82-83).

3. Du lịch ẩm thực ở Việt Nam hiện nay

Việt Nam là quốc gia có nền ẩm thực phong phú, độc đáo và có ý kiến cho rằng, cùng với Trung Quốc và Pháp, ẩm thực Việt Nam là một trong ba nền ẩm thực được ưa chuộng trên thế giới (Trần Quốc Vượng, 1997). Những hoạt động này đã góp phần nâng cao nhận thức và phản ánh di sản ẩm thực quý giá của Việt Nam. Bản sắc ẩm thực Việt Nam gắn với vùng miền, tộc người và tôn giáo, dưới tác động của điều kiện tự nhiên, lịch sử và giao lưu văn hóa. Bản sắc đó phản ánh đậm nét trong

các đặc sản ẩm thực, tức trong món ăn, đồ uống, cách thức và những câu chuyện liên quan đến ẩm thực. Đây chính là cơ sở vững chắc để phát triển du lịch ẩm thực.

Hai thập niên gần đây, đã có nhiều nghiên cứu về ẩm thực và thực hành ẩm thực gắn với du lịch ở Việt Nam, đó là các luận án tiến sĩ, luận văn thạc sĩ về ẩm thực; nhiều hội thảo, xuất bản phẩm về ẩm thực^(*); nhiều trang web giới thiệu về các món ăn, đồ uống đặc sắc của vùng miền; nhiều tour du lịch gắn với ẩm thực được xây dựng; một số hội nghề nghiệp về ẩm thực được thành lập (Hiệp hội văn hóa ẩm thực, Hiệp hội đầu bếp).

Tuy nhiên đến nay, khái niệm du lịch ẩm thực chỉ mới nêu trong một số bài viết và hội thảo khoa học^(**); việc thực hành du

(*) Xem: Nguyễn Thị Bảy, Trần Quốc Vượng (2010), *Văn hóa ẩm thực Việt Nam nhìn từ lý luận và thực tiễn*, Nxb. Từ điển bách khoa & Viện Văn hóa, Hà Nội; Ma Ngọc Dung (2007), *Văn hóa ẩm thực của người Tày ở Việt Nam*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội; Ngô Đức Thịnh (2010), *Khám phá ẩm thực truyền thống Việt Nam*, Nxb. Trẻ, Tp. Hồ Chí Minh; Vương Xuân Tinh (2004), *Tập quán ăn uống của người Việt vùng Kinh Bắc*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội; Trần Quốc Vượng (1997), “Văn hóa ẩm thực trên nền cảnh môi trường sinh thái, nhân văn Việt Nam và ba miền Nam, Trung, Bắc”, trong: Kỷ yếu Hội nghị khoa học *Bản sắc Việt Nam trong ăn uống*, Trường Đại học dân lập Hùng Vương, Tp. Hồ Chí Minh.

(**) Xem: *Du lịch ẩm thực ở Thành phố Hồ Chí Minh - từ tiềm năng đến thế mạnh*, <http://dantocmiennui.vn/du-lich/du-lich-am-thuc-o-thanh-pho-ho-chi-minh-tu-tiem-nang-den-the-manh/131415.html>; *Du lịch ẩm thực: Bao giờ thế mạnh được khai thác?*, <http://hanoimoi.com.vn/Tin-tuc/Du-lich/747104/du-lich-am-thuc-bao-gio-the-manh-duoc-khai-thac>; *Phát triển tour du lịch ẩm thực tại Việt Nam*, <http://www.imonanngon.info/2014/08/phet-trien-tour-du-lich-am-thuc-tai-viet-nam>; *Hội thảo quốc tế du lịch ẩm thực 2018 tại Đại học Duy Tân*, <http://duytan.edu.vn/news/NewsDetail.aspx?id=4081&pid=2062&lang=vi-VN>.

lịch ẩm thực mới được một vài đơn vị khai thác du lịch triển khai trong phạm vi hẹp của loại hình du lịch này^(*). Xã hội mới chỉ tiếp cận nhận thức ẩm thực là một hoạt động trong du lịch, có vai trò quan trọng đối với du lịch mà chưa xác định đó là một loại hình du lịch. Bởi vậy, ngay trong *Quyết định phê duyệt chiến lược phát triển du lịch đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030* của Chính phủ (năm 2013), chỉ có một từ “ẩm thực biến” được đề cập trong giải pháp phát triển du lịch vùng Nam Trung bộ, với tính chất là loại sản phẩm đặc trưng của vùng này. Cũng trong quyết định này, ở mục “Tổ chức hoạt động kinh doanh du lịch”, có ba dòng viết về vấn đề ẩm thực, đề cập đến dịch vụ ẩm thực, món ăn truyền thống, chuỗi nhà hàng ẩm thực có thương hiệu vươn ra thị trường quốc tế, nâng cao vị thế ẩm thực Việt Nam. Để triển khai quy hoạch này, Tổng cục Du lịch đã xây dựng một quy hoạch chi tiết với hơn 200 trang, song cũng chỉ có gần 1 trang viết về ẩm thực, đề cập đến hệ thống nhà hàng, chế biến món ăn đồ uống, phong cách phục vụ ăn uống, mở rộng món ăn, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Còn trong *Quyết định phê duyệt Chiến lược phát triển thương hiệu du lịch Việt Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2030* của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (năm 2016) không có một từ ẩm thực nào. Hà Nội là một trung tâm ẩm thực của Việt Nam nhưng trong *Kế hoạch phát triển du lịch Thành phố Hà Nội năm 2017* cũng không có từ nào dành cho ẩm thực^(**).

(*) Xem: *Phát triển ẩm thực để thu hút khách du lịch*, <https://www.vhttdlkv3.gov.vn/Quang-ba-Xuc-tien/Phat-trien-am-thuc-de-thu-hut-khach-du-lich.57379.detail.aspx>.

(**) Xem: <https://thuvienphapluat.vn>

4. Kết luận và một số khuyến nghị

Có thể nói, du lịch ẩm thực Việt Nam kém phát triển so với nhiều nước trên thế giới, từ chiến lược đến hành động và hiệu quả. Để đẩy mạnh du lịch ẩm thực, nếu chỉ có sự năng động của doanh nghiệp tư nhân, của hệ thống nhà hàng và các hiệp hội chưa đủ, mà cần cả quản trị của Nhà nước và chính quyền địa phương cùng nhiều lĩnh vực khác.

Từ những trình bày và phân tích ở trên, để phát triển du lịch ẩm thực ở Việt Nam thời gian tới, chúng tôi đề xuất một số khuyến nghị sau:

i) Cần điều chỉnh, bổ sung chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch đến năm 2020, 2025 và tầm nhìn 2030, đồng thời chuẩn bị xây dựng chiến lược kế tiếp. Theo đó, cần đưa du lịch ẩm thực trở thành một loại hình du lịch ở nước ta. Mặc dù ẩm thực thuộc phạm trù văn hóa, song do tính đặc thù và hữu ích của nó nên cần tách thành loại hình riêng, không gộp trong du lịch văn hóa.

ii) Phát triển du lịch ẩm thực liên quan đến nhiều cấp, nhiều ngành; bởi vậy, ngoài Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, cần có sự tham gia trực tiếp của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Công thương và chính quyền các cấp.

iii) Ngoài ba trung tâm ẩm thực lớn là Hà Nội, Huế, Sài Gòn, cần chú trọng ẩm thực vùng kết hợp với ẩm thực tộc người và tôn giáo. Về ẩm thực vùng, có thể gắn với 7 vùng văn hóa Việt Nam.

iv) Không chỉ khuôn bó du lịch ẩm thực trong vấn đề món ăn, thức uống, nhà hàng, hội chợ mà cần lưu ý cả nguồn gốc ẩm thực; việc sản xuất ẩm thực; các khía cạnh về lịch sử, nghi lễ,... liên quan đến ẩm thực.

v) Cần tập trung nâng cao thương hiệu ẩm thực Việt Nam qua việc xác định, đầu tư cho những món ăn, đồ uống nổi tiếng, có giá trị. Để thực hiện, cần gắn với đặc sản của vùng và tộc người.

vi) Nâng cao nhận thức xã hội về du lịch ẩm thực, chú trọng nghiên cứu, đào tạo và truyền thông. Cần có nhiều công trình nghiên cứu cơ bản về giá trị ẩm thực Việt Nam; xây dựng bộ môn du lịch ẩm thực ở một số trường đại học, cao đẳng và cơ quan nghiên cứu; xuất bản sách về du lịch ẩm thực; tổ chức kênh phát thanh, truyền hình về du lịch ẩm thực Việt Nam □

Tài liệu tham khảo

1. Ching-Shu Su, Jeou-Shyan Horng (2012), “Recent Developments in Research and Future Directions of Culinary Tourism: A Review”, in: Murat Kasimoglu (Ed) (2012), *Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies*, Publisher: InTech, <https://www.intechopen.com/books/visions-for-global-tourism-industry-creating-and-sustaining-competitive-strategies>, truy cập ngày 18/3/2018.
2. C. Michael Hall, 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, pp. 1-24.
3. D. Long (1998), “Culinary Tourism: A Folklore Perspective on Eating and Otherness”, *Southern Folklore*, Vol.55, pp. 181-204.
4. G. Gheorghe, P. Tudorache, P. Nistoreanu (2014), “Gastronomic Tourism, a New Trends for Contemporary Tourism?”, *Cactus Tourism Journal*, Vol. 9, Issue 1, pp.12-21.
5. Jiménez-Beltrán, Francisco Javier, Tomás López-Guzmán and Francisco González Santa Cruz (2016), “Analysis of the Relationship between Tourism and Food Culture”, *Sustainability*, No.8.
6. Kururatchaikul, Pipaboon (2014), *Consumer Behaviors of Foreign Tourists in Thailand on Thai Food*, PhD thesis in Global Business Management, Waseda Business School, Japan.
7. Pangaenetwork (2014), *Food tourism: Culinary Experiences as a Means of Travelling and Discovering Countries*, Report, <http://pangea-network.com/>, truy cập ngày 18/3/2018.
8. UN World Tourism Organization (2012), *Global Report on Food Tourism*, Madrid, Spain.
9. UN World Tourism Organization (2017), *The Second Global Report on Gastronomy Tourism*, Madrid, Spain.
10. Trần Quốc Vượng (1997), “Văn hóa ẩm thực trên nền cảnh môi trường sinh thái, nhân văn Việt Nam và ba miền Nam-Trung-Bắc, trong: *Kỷ yếu Hội nghị khoa học “Bản sắc Việt Nam trong ăn uống”*, Trường Đại học Dân lập Hùng Vương, Tp. Hồ Chí Minh.
11. *World Food Travel Association*, <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/home>, truy cập ngày 20/3/2018.