

PHÁT TRIỂN DU LỊCH ẨM THỰC TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

PROMOTE CULINARY TOURISM IN HO CHI MINH CITY

PHAN HUY XU^(*) và TRẦN MINH TÂM^(**)

TÓM TẮT: Bài viết trình bày khái niệm, vai trò của du lịch ẩm thực cùng với sự phân tích về tiềm năng, thực trạng và các giải pháp để phát triển loại hình du lịch ẩm thực tại Thành phố Hồ Chí Minh. Loại hình du lịch ẩm thực này không chỉ đóng góp cho GDP của Thành phố Hồ Chí Minh mà còn góp phần nâng cao vị thế của Thành phố trong quá trình trở thành một trung tâm du lịch lớn của đất nước, của khu vực Đông Nam Á và thế giới.

Từ khóa: du lịch, du lịch ẩm thực, du lịch ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh.

ABSTRACT: The paper provides concept and role of culinary tourism along with an analysis on the potential, reality and solutions to promote such type of culinary tourism in Ho Chi Minh City. This type of culinary tourism contributes not only to GDP of Ho Chi Minh City but also to enhance position of the city in the progress of becoming a big tourism city of our country, in Southeast Asia and of the world.

Key words: travel, culinary tourism, culinary tourism in Ho Chi Minh City.

1. MỞ ĐẦU

Du lịch có nhiều loại hình: du lịch sinh thái, du lịch văn hóa – lịch sử, du lịch cộng đồng, du lịch MICE (loại hình du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo, triển lãm, tổ chức sự kiện, du lịch khen thưởng của các công ty cho nhân viên, đối tác), du lịch tâm linh, du lịch biển đảo,... Sang thế kỷ XXI, thế giới đã và đang chứng kiến sự bùng nổ và phát triển mạnh mẽ của loại hình du lịch ẩm thực. Nhiều nước ở châu Âu, Bắc Mỹ, châu Mỹ La tinh, châu Á,... đã quy hoạch, xây dựng và phát triển các đường phố ẩm thực nổi tiếng, thu hút nhiều khách du lịch và mang lại nguồn thu ngoại tệ lớn cho các quốc gia. Erica Kritikides – Giám đốc quản lý Intrepid Travel – một công ty du lịch ẩm

thực quốc tế hàng đầu thế giới cho rằng: “Khám phá ẩm thực thật sự bắt đầu mang tính toàn cầu từ năm 2013. Những tour du lịch ẩm thực nước ngoài đầu tiên của Intrepid Travel đặt tiêu cự trên những điểm đến có nền văn hóa ẩm thực tương đối xa lạ với du khách Âu, Mỹ như Ấn Độ, Trung Quốc, Việt Nam, Thổ Nhĩ Kỳ, Mê-hi-cô”.

Việt Nam gần đây đã có một số món ăn nổi tiếng, được ghi danh vào kỷ lục thế giới và kỷ lục châu Á. Thành phố Hồ Chí Minh và một số tỉnh thành khác của cả nước cũng nổi tiếng với những món ăn có nét đặc trưng riêng. Tuy nhiên, loại hình du lịch ẩm thực của Thành phố Hồ Chí Minh chưa được phát triển đúng nghĩa của nó và cũng chưa có những đường phố ẩm thực

(*) PGS.TS. Trường Đại học Văn Lang, Email: xuphanhuy@gmail.com

(**) PGS.TS. Trường Đại học Văn Lang, Email: tranminhtam@vanlanguni.edu.vn

xứng tầm để thu hút du khách quốc tế. Vì vậy, để góp phần thực hiện Nghị quyết 08 của Bộ Chính trị và chỉ thị 07 của Ban Thường vụ Thành ủy Thành phố Hồ Chí Minh về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chúng tôi đề xuất một số ý kiến về loại hình du lịch ẩm thực để các cơ quan chức năng, các công ty du lịch ở Thành phố Hồ Chí Minh và các bạn đọc tham khảo.

2. KHÁI NIỆM DU LỊCH ẨM THỰC

Trước hết, chúng ta cần hiểu thấu đáo và đầy đủ một số định nghĩa về du lịch ẩm thực. Cho đến nay, có nhiều cách hiểu khác nhau về hình thức du lịch này.

Theo Phó Giáo sư Tiến sĩ Phan Thị Thu Hiền, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh: *“Năm 1985, Wilbur Zelinsky đã dùng thuật ngữ “Gastronomic Tourism” với ý nghĩa là du lịch trải nghiệm ẩm thực. Năm 1998, Lucy M. Long đưa ra thuật ngữ “Culinary Tourism” để chỉ hình thức du lịch khám phá ẩm thực, đi sâu vào chế biến thực phẩm. Năm 2001, Colin Michael Hall và Richard Michell sử dụng thuật ngữ “Food Tourism” để chỉ hình thức du lịch tiếp xúc với người chế biến thực phẩm, tham gia lễ hội ẩm thực, thưởng thức đồ ăn, thức uống đặc sản của địa phương. Năm 2015, Ontario Culinary Tourism Alliance (OCTA) lại dùng thuật ngữ “Food Tourism” với ý nghĩa du lịch tìm hiểu, đánh giá ẩm thực có tính văn hóa của địa phương hay dân tộc”* [3].

Theo chúng tôi, du lịch ẩm thực là loại hình du lịch tổ chức và hướng dẫn du khách đến các điểm du lịch để tìm hiểu, thưởng thức, trải nghiệm đồ ăn, thức uống có tính

nghệ thuật và văn hóa đặc thù của địa phương, vùng miền, quốc gia. Thuật ngữ “Food Tourism” có thể được sử dụng để chỉ loại hình du lịch ẩm thực.

Du lịch ẩm thực có hai ngành: ẩm thực và du lịch ẩm thực. Ẩm thực là chế biến đồ ăn thức uống có đủ dinh dưỡng, đủ năng lượng và có sức hấp dẫn đối với nhiều đối tượng khác nhau. Đặc biệt trong tình trạng hiện nay, ẩm thực phải đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm trong chuỗi cung ứng từ đồng ruộng đến bàn ăn. Như vậy, ẩm thực vừa có tính nghệ thuật vừa có tính văn hóa vừa mang tính xã hội. Du lịch ẩm thực là quảng bá, tiếp thị, tổ chức, hướng dẫn du khách đến các điểm du lịch có ẩm thực đặc sắc, độc đáo của địa phương, vùng miền, quốc gia. Qua đó, chúng ta thấy ẩm thực và du lịch ẩm thực có quan hệ hữu cơ, tác động qua lại và thúc đẩy lẫn nhau để cùng phát triển nhằm giới thiệu giá trị văn hóa cho bạn bè quốc tế và mang lại nguồn lợi về kinh tế.

Theo Giovanni J. Delrosario – Phó Giáo sư, Giám đốc, Đầu bếp Chương trình ẩm thực và nhà hàng thuộc Đại học Los Angeles Harbor – California, ẩm thực được đánh giá qua các tiêu chí: Chất lượng ẩm thực; Quy trình phục vụ khách; Thái độ của nhân viên; Yếu tố không gian và thiết kế trang trí; Các yếu tố về phát triển bền vững trong đó chú trọng đến yếu tố an toàn vệ sinh thực phẩm.

Các tiêu chí đánh giá du lịch ẩm thực bao gồm: Quảng bá tiếp thị; Xây dựng điểm đến hấp dẫn; Xây dựng sản phẩm du lịch hoàn hảo; Giới thiệu truyền thống ẩm thực địa phương; Tổ chức tốt tour du lịch ẩm thực; Giá cả hợp lý.

3. VAI TRÒ CỦA DU LỊCH ẨM THỰC

Du lịch ẩm thực là một loại hình quan trọng của ngành du lịch, đóng góp lớn trong việc giải quyết công ăn việc làm cho người lao động, tăng xuất khẩu tại chỗ, kéo dài thời gian lưu trú của du khách và góp phần nâng cao GDP của quốc gia.

Du lịch ẩm thực góp phần bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc.

Du lịch ẩm thực đóng vai trò quan trọng trong việc giới thiệu đặc trưng ẩm thực vùng, miền đến bạn bè thế giới.

Du lịch ẩm thực góp phần thực hiện một thành phố văn minh, hiện đại, nghĩa tình.

Du lịch ẩm thực tạo nguồn cảm hứng, thăng hoa cho con người nhằm phát triển mối quan hệ thân thiện giữa người và người, giữa người và thiên nhiên.

Ông Nguyễn Quốc Kỳ – Tổng Giám đốc Công ty du lịch Vietravel cho biết: *“Theo khảo sát của UNWTO (Tổ chức du lịch thế giới) gần đây, có hơn 88,2% người được phỏng vấn cho thấy ẩm thực là chiến lược định hình thương hiệu và hình ảnh điểm đến, 11,8% còn nghĩ ẩm thực đóng vai trò phụ, góp phần định hình thương hiệu quốc gia”*. Cũng theo ông Nguyễn Quốc Kỳ, dựa vào nguồn khảo sát uy tín từ The World Food Travel Association (Hiệp hội du lịch ẩm thực thế giới), UNWTO ghi nhận xu hướng du lịch ẩm thực ngày càng phổ biến trên thế giới. Theo đó, các hoạt động liên quan đến du lịch ẩm thực có tỉ lệ như sau: 22% hoạt động xúc tiến du lịch ẩm thực quảng bá trên online, 63% khách du lịch thích chia sẻ hình ảnh về ẩm thực trong mỗi chuyến đi, 35-50% ngân sách du lịch để chi tiêu cho ẩm thực, thích được kết

hợp ẩm thực với các hoạt động văn hóa hoặc các hoạt động khác [5].

Theo CNN – hãng thông tấn Mỹ có uy tín trên thế giới, Thành phố Hồ Chí Minh có 11% lao động đang làm công việc ẩm thực và xu hướng du lịch ẩm thực ngày càng lớn.

4. TIỀM NĂNG, CƠ HỘI VÀ THỰC TRẠNG, THÁCH THỨC CỦA NGÀNH DU LỊCH ẨM THỰC TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

4.1. Tiềm năng và cơ hội

Thành phố Hồ Chí Minh tiếp giáp với Đồng bằng sông Cửu Long và nằm trong vùng Đông Nam Bộ. Do đó, Thành phố Hồ Chí Minh có những thuận lợi to lớn về điều kiện thiên nhiên: khí hậu ẩm áp, đất đai màu mỡ, hệ thống sông ngòi, kênh rạch dày đặc, vùng biển đảo rộng lớn, động thực vật đa dạng, phong phú. Vì vậy, nguồn sản phẩm nông nghiệp, chăn nuôi và thủy hải sản được sử dụng để phục vụ cho ẩm thực khá đa dạng, phong phú.

Từ mấy trăm năm trước đến nay, Thành phố Hồ Chí Minh là nơi hội tụ ẩm thực của Đông – Tây, Kim – Cổ, của ba miền Bắc – Trung – Nam nước ta. Thành phố Hồ Chí Minh trước đây được mệnh danh là “Hòn ngọc Viễn Đông”, nổi tiếng với những món ăn, thức uống đa sắc màu, đa hương vị nhưng vẫn có những nét đặc trưng riêng. Thành phố Hồ Chí Minh có nhiều nhà hàng ẩm thực nước ngoài như Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Pháp, Úc, Nga,... Hằng ngày, người dân thành phố có thể thưởng thức Hamburger của Mỹ, bơ và phô mai Pháp, xúc xích Đức, thịt nướng Nga, sô-cô-la Bỉ, bia Tiệp,... Nhưng du khách nước ngoài

đến Thành phố Hồ Chí Minh lại thích thú với những món ăn thuần Việt, thuần “Sài Gòn” như phở, hủ tiếu, bún chả, chả giò, cơm tấm thịt nướng, bia Sài Gòn và cả những món ăn chay,...

Nhà hoạt động chính trị, xã hội, nhà nghiên cứu văn hóa và tâm lý, y học, giáo dục Nguyễn Khắc Viện khi nghiên cứu nghệ thuật ẩm thực đã đánh giá: *“Ẩm thực Việt Nam có phảng phất ẩm thực Hoa, Pháp nhưng nó có đặc điểm rất riêng”*. Nhà ngoại giao Tôn Nữ Thị Ninh (người được Chính phủ Cộng hòa Pháp tặng Huân Chương Bắc Đẩu Bội Tinh) nhận xét: *“Ẩm thực dân gian của ta hội đủ hai yếu tố đang là xu hướng chung của thế giới: mang tính hiện đại và có một sự giao kết nhiều luồng văn hóa ẩm thực khác nhau. Bản thân ẩm thực Việt “rất hội nhập”, kết hợp nhiều hương vị khác nhau, đủ chua, cay, mặn, ngọt, kết hợp giòn với mềm”* [4]. Năm 2016, Thành phố Hồ Chí Minh đã được Tổ chức Kỷ lục châu Á (Asia Book Record) công nhận có những món ăn giá trị như cơm tấm, gỏi cuốn. Gần đây, ông Thomas A. Gugler – Chủ tịch Hiệp hội Đầu bếp thế giới đã phát biểu trong chương trình Talk Vietnam trên kênh truyền hình VTV1 vào lúc 14 giờ 15, ngày 6/5/2017: *“Nghệ thuật ẩm thực Việt Nam cần quảng bá vì nét độc đáo, hương vị nguyên liệu tuyệt vời. Phương tiện truyền thông hiện đại có thể quảng bá ẩm thực Việt Nam ra thế giới”*.

Thành phố Hồ Chí Minh là đô thị lớn nhất cả nước với dân số khoảng 10 triệu người, và có nhiều dân tộc. Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm du lịch lớn nhất của cả nước. Theo ông Lê Quốc Khánh – Phó Giám đốc Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí

Minh, từ năm 2000 đến nay, du lịch Thành phố đã và đang phát triển vượt bậc. Năm 2016, du lịch Thành phố đạt 5,2 triệu lượt khách quốc tế (tăng 13% so với năm 2015), đạt 21,8 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ du lịch đạt 103 ngàn tỉ đồng (tăng 9% so với năm 2015) [5]. Năm 2017, Thành phố Hồ Chí Minh dự báo sẽ đón 5,5 triệu lượt khách quốc tế và 25 triệu lượt khách nội địa, tổng thu 120,000 tỷ đồng. Như vậy, khách du lịch quốc tế và trong nước sẽ là cơ hội và nguồn động lực chính, tạo điều kiện cho du lịch ẩm thực thành phố phát triển mạnh.

Hãng thông tấn CNN của Mỹ đã quảng bá và đưa vào danh sách những món ăn nổi tiếng thế giới của Việt Nam như phở và bún chả. Bill Clinton – nguyên Tổng thống Mỹ, đã cùng gia đình ăn phở tại Thành phố Hồ Chí Minh vào tháng 11/2000; nguyên Tổng thống Mỹ – Barack Obama cũng đã ăn bún chả tại Hà Nội. Đầu bếp hàng đầu thế giới Martin Yan sau chuyến làm việc tại Việt Nam về chương trình *“Ngon hơn”* khẳng định: *“Việt Nam là một trong những quốc gia có nền ẩm thực sâu sắc. Sau chuyến đi này, tôi sẽ giới thiệu tinh hoa ẩm thực của Việt Nam ra thế giới”*.

Năm 2016, Chương trình truyền hình FoodTravel đã xếp bánh mì Sài Gòn vào đầu danh sách “20 món ăn đường phố được yêu thích và mang biểu tượng toàn cầu”.

Các đài truyền hình BBC Travel, CNN và một số trang mạng quốc tế đã nhiều lần xếp hạng các món ăn Việt Nam như phở, bò viên, bún bò Huế, bún chả, gỏi cuốn, chả giò, bánh xèo, hủ tiếu,... vào danh sách những món ngon hàng đầu thế giới.

Thuật ngữ Food Court hay Street Food Market ra đời trong những năm gần đây đã góp phần thúc đẩy ngành kinh doanh ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh khởi sắc hơn. Các đường phố ẩm thực như Nguyễn Huệ, chợ Bến Thành, xóm Nhà Lá (82 Nguyễn Huệ, Quận 1), Coco 5 – Bangkok Street Food Market (68 Nguyễn Huệ, quận 1),... là những điểm đến quen thuộc của du khách trong và ngoài nước khi muốn thưởng thức ẩm thực.

Gần đây nhất, hãng thông tấn CNN đã đánh giá Thành phố Hồ Chí Minh là thủ đô ẩm thực của Việt Nam.

Đặc biệt, Nghị quyết 08 của Bộ Chính trị và Chỉ thị 07 của Ban Thường vụ Thành ủy Thành phố Hồ Chí Minh về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn đã tạo điều kiện thuận lợi để phát triển loại hình du lịch ẩm thực ở thành phố vô cùng năng động này.

4.2. Thực trạng và thách thức

Ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh tuy phát triển nhưng vẫn còn manh mún, phân tán, tự phát, chưa được quy hoạch, sắp xếp khoa học, chưa có đường phố du lịch ẩm thực xứng tầm.

Du lịch ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh chưa trở thành một ngành du lịch chuyên biệt, hiện đại và chưa đóng góp nhiều cho GDP của thành phố.

Sản phẩm du lịch ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh chưa hấp dẫn, chưa có dấu ấn riêng cũng như chưa có thương hiệu nổi trội trong khu vực Đông Nam Á và quốc tế.

Du lịch ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh chưa có trụ đỡ trên nền tảng văn hóa. Từ đó, thái độ ứng xử và phục vụ còn nhiều thiếu sót, môi trường ăn uống chưa sạch

đẹp, an toàn, nghệ thuật chế biến chưa cao, chưa giới thiệu đầy đủ truyền thống ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh cho nên du khách nước ngoài chưa biết nhiều về văn hóa nghệ thuật chế biến ẩm thực của thành phố.

Ở Thành phố Hồ Chí Minh hiện nay, các hàng ăn, quán nhậu mọc lên tràn lan khắp nơi trong nhà, ngoài đường, trong hẻm, trên vỉa hè, gần cống rãnh,... Hàng quán ăn uống còn mất vệ sinh, an toàn thực phẩm không được bảo đảm. Một số du khách nước ngoài không dám ăn rau sống, uống nước đá,... Môi trường không khí, kênh rạch đang bị ô nhiễm đã ảnh hưởng đến chất lượng thực phẩm. Đội ngũ nhân viên của loại hình du lịch ẩm thực chưa được đào tạo chuyên sâu. Các công ty lữ hành, các tour du lịch vẫn chưa coi trọng giá trị ẩm thực, nên họ sắp xếp thời gian ăn trưa, ăn tối rất nhanh, vì thế du khách thường không thể thưởng thức, trải nghiệm ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh một cách trọn vẹn.

Tóm lại, du lịch ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh có rất nhiều tiềm năng, cơ hội nhưng thực trạng còn tồn tại nhiều thách thức. Thành phố Hồ Chí Minh vẫn chưa khai thác hết các lợi thế, du lịch ẩm thực chưa có điểm nhấn và chưa trở thành một loại hình du lịch chuyên biệt, hấp dẫn để thu hút khách du lịch quốc tế và nội địa.

5. MỘT SỐ GIẢI PHÁP XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH ẨM THỰC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Vấn đề đầu tiên là cần phải đổi mới tư duy về phát triển du lịch. Trong cơ cấu các loại hình du lịch hiện nay, Thành phố Hồ Chí Minh cần xây dựng và phát triển loại

hình du lịch ẩm thực, vì hình thức du lịch này mang lại nhiều nguồn lợi về kinh tế, văn hóa, xã hội cho thành phố. Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, lãnh đạo các doanh nghiệp du lịch, các cộng đồng dân cư tham gia hình thức du lịch ẩm thực cần thay đổi cách nghĩ, cách làm về ẩm thực trong thời kỳ hội nhập hiện nay.

Thành phố Hồ Chí Minh cũng cần quy hoạch, tổ chức, sắp xếp lại các đường phố, khu phố và điểm ẩm thực kiểu mẫu, văn minh nhằm thu hút, phục vụ du khách. Một không gian ẩm thực và kiến trúc ẩm thực mang “sắc thái Sài Gòn” vô cùng cần thiết trong việc tạo dấu ấn riêng cho ngành du lịch của thành phố. Môi trường ẩm thực phải sạch sẽ, có đường dạo bộ, có chỗ để xe ô tô và xe máy, có đầy đủ nhà vệ sinh,... Vấn đề này cần có sự vào cuộc của Sở Du lịch, Sở Quy hoạch - Kiến trúc, Sở Xây dựng, Viện nghiên cứu phát triển thành phố và Ủy ban nhân dân các quận, huyện dưới sự chỉ đạo của Ủy ban nhân dân Thành phố.

Việc xây dựng và thực hiện bộ quy chuẩn về chất lượng ẩm thực và bộ quy tắc ứng xử văn hóa dựa trên những văn bản, pháp quy, nghị định, thông tư của Bộ Y tế về an toàn thực phẩm trong kinh doanh và phục vụ khách hàng cũng rất quan trọng. Sở Du lịch, Sở Y tế, Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Sở Công thương và Ủy ban nhân dân các quận, huyện dưới sự chỉ đạo của Ủy ban nhân dân Thành phố cần phối hợp tiến hành thường xuyên hay từng đợt kiểm tra, thanh tra việc thực hiện bộ quy chuẩn và quy tắc này. Đồng thời, các cơ quan liên quan nên có biện pháp tuyên truyền giáo dục cộng đồng dân cư

kinh doanh ẩm thực nghiêm chỉnh thực hiện bộ quy chuẩn và quy tắc.

Đẩy mạnh marketing điểm đến, xây dựng hình ảnh điểm đến về ẩm thực, đầu tư quảng bá nhiều hơn là một trong những biện pháp hữu hiệu để hình ảnh du lịch ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh vươn ra khu vực và thế giới. Mục đích cuối cùng là tạo lập niềm tin, ấn tượng nhằm thu hút khách du lịch đến với ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh. Sở Du lịch cần chỉ đạo các doanh nghiệp du lịch, cộng đồng dân cư kinh doanh ẩm thực và du lịch ẩm thực tìm biện pháp tích cực và thiết thực trong việc quảng bá, tiếp thị các món ăn ngon và các tour du lịch ẩm thực của Thành phố Hồ Chí Minh dưới nhiều hình thức khác nhau.

Tiến hành đào tạo nguồn nhân lực du lịch ẩm thực có chất lượng cao cũng sẽ góp phần quan trọng trong việc phát triển hình thức du lịch ẩm thực của Thành phố Hồ Chí Minh. Đặc biệt chú ý đào tạo các đầu bếp có tay nghề giỏi. Các trường đào tạo du lịch cần xây dựng kế hoạch, chương trình, giáo trình để giảng dạy về ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh, đồng thời mở lớp ẩm thực ngắn hạn và cấp chứng chỉ cho học viên. Việc mời các chuyên gia ẩm thực trong và ngoài nước đào tạo các đầu bếp giỏi về các món ăn truyền thống Việt Nam và các món ăn nước ngoài là một giải pháp khả thi.

Thành phố Hồ Chí Minh nên nhanh chóng xúc tiến thành lập *Hiệp hội Văn hóa Ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh* và thực hiện *Đề án Xây dựng phát triển đường phố, khu phố và làng ẩm thực kiểu mẫu*. Sở Du lịch Thành phố, các công ty du lịch cần phối hợp chặt chẽ với các nhà văn hóa nghệ

thuật ẩm thực nhằm gìn giữ và phát huy truyền thống ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh và tiếp thu có chọn lọc nền ẩm thực hiện đại của thế giới. Chúng ta cần học tập kinh nghiệm của các nước trong khu vực và thế giới về xây dựng và phát triển du lịch ẩm thực để thu hút du khách nước ngoài và du khách nội địa. Một số nước như Thái Lan, Hàn Quốc, Nhật Bản từ lâu đã nổi tiếng về ẩm thực và du lịch ẩm thực. Các nước này có nhiều kinh nghiệm quý báu về xây dựng và phát triển ẩm thực cũng như du lịch ẩm thực. Thành phố Hồ Chí Minh nên cử các đoàn sang tham quan, học tập nước bạn để nâng tầm ẩm thực và du lịch ẩm thực, xây dựng chiến lược nhằm thu hút du khách, phát triển du lịch của địa phương, góp phần vào sự phát triển chung của ngành du lịch nước nhà.

6. KẾT LUẬN

Theo chúng tôi, loại hình du lịch ẩm thực hiện nay và tương lai có cơ hội phát triển rất mạnh tại Thành phố Hồ Chí Minh. Du lịch ẩm thực phải đóng vai trò là sứ giả nối liền các nền văn hóa của các quốc gia. Thành phố Hồ Chí Minh có nhiều tiềm năng và lợi thế cho loại hình du lịch chuyên biệt này. Mặc dù hiện tại, thực trạng loại hình du lịch này còn nhiều bất cập, chưa được quy hoạch xây dựng và phát triển

xứng tầm, nhưng nếu chúng ta có kế hoạch và quyết tâm thực hiện các giải pháp đã nêu trên thì chắc chắn loại hình du lịch ẩm thực sẽ phát triển bền vững, mang lại nhiều giá trị kinh tế và văn hóa cho Thành phố Hồ Chí Minh.

Nghị quyết 08 của Bộ Chính trị ban hành ngày 16 tháng 01 năm 2017 đã chỉ rõ: *“Các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương có tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch, cần khẩn trương xây dựng đề án cơ cấu lại ngành du lịch địa phương”*. Đây là cơ hội tốt để Thành phố Hồ Chí Minh xây dựng và phát triển loại hình du lịch ẩm thực.

Trong thời gian tới, chúng tôi và một số giảng viên giảng dạy về Du lịch và Công nghệ Sinh học, Trường Đại học Văn Lang sẽ thực hiện công trình nghiên cứu khoa học *“Xây dựng đường phố du lịch ẩm thực tại Thành phố Hồ Chí Minh”* nhằm góp phần phát triển loại hình du lịch chuyên biệt này ở Thành phố Hồ Chí Minh.

Chúng tôi tin tưởng trong thời gian sắp tới, Thành phố Hồ Chí Minh sẽ xây dựng và phát triển hình thức du lịch ẩm thực xứng tầm với vị thế trung tâm du lịch lớn nhất cả nước, có sức hấp dẫn đối với khu vực Đông Nam Á và thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đảng Cộng sản Việt Nam (2017) Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về *phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
2. Geoffrey I. Crouch (2007), *Modelling destination competitiveness: A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes*. Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.

3. Phan Thị Thu Hiền (2016), *Du lịch ẩm thực - loại hình du lịch tăng trưởng nhanh trong thế kỷ XXI và tiềm năng, phương hướng phát triển ở Việt Nam*, Hội thảo Khoa học Quốc tế: *Các loại hình du lịch hiện đại*, Thành phố Hồ Chí Minh.
4. Tôn Nữ Thị Ninh (2015), *Tư duy và chia sẻ*, Nxb. Trẻ.
5. Phát huy giá trị ẩm thực Việt Nam trong việc định hình và phát triển du lịch Thành phố Hồ Chí Minh - Kỷ yếu tọa đàm, ngày 26/04/2017.
6. Tổng cục Du lịch, *Xu hướng phát triển của du lịch thế giới và khu vực tác động đến du lịch Việt Nam*, Vietnam tourism - trang tin tức ngày 06/3/2013.
7. Trần Quốc Vượng (2015), *Văn hóa Việt Nam, những hướng tiếp cận liên ngành*, Nxb. Văn học.

Ngày nhận bài: 03/05/2017. Ngày biên tập xong: 25/5/2017. Duyệt đăng: 02/6/2017