

DU LỊCH ẨM THỰC Ở HUYỆN CHÂU THÀNH, TỈNH BẾN TRE

ThS. Phan Thị Ngân
Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

Tóm tắt: Trong phát triển của ngành du lịch, văn hóa ẩm thực được coi là một trong những tài nguyên du lịch nhân văn, không chỉ đáp ứng nhu cầu thưởng thức của du khách, mà còn là phương tiện để quảng bá, xúc tiến, phát triển du lịch, qua đó giới thiệu văn hóa truyền thống của các tộc người, địa phương và quốc gia. Nhiều sản phẩm du lịch ẩm thực đã và đang được các địa phương quan tâm xây dựng, làm “cầu nối” để ký kết những hợp đồng sản xuất, tiêu thụ. Bài viết đưa ra tư liệu về vốn văn hóa ẩm thực và việc khai thác nguồn tài nguyên này cho phát triển du lịch hiện nay ở huyện Châu Thành (tỉnh Bến Tre), đồng thời đề xuất một số hướng khai thác tốt hơn vốn văn hóa đó vào phát triển du lịch thời gian tới.

Từ khóa: Ẩm thực, du lịch, du lịch ẩm thực, Châu Thành, Bến Tre.

Ngày nhận bài: 15/2/2020; ngày gửi phản biện: 30/4/2020; ngày duyệt đăng: 31/5/2020

1. Vai trò của ẩm thực trong phát triển du lịch

Hiện nay, việc thưởng thức những sản phẩm ẩm thực ở các điểm du lịch đang là xu hướng phát triển mạnh trong kinh doanh du lịch hiện đại và là một trong những động cơ du lịch của du khách. Ẩm thực là một trong những yếu tố then chốt để du khách khám phá văn hóa tại các điểm du lịch. Cùng với những thành tố văn hóa khác như âm nhạc, nghệ thuật, kiến trúc..., các món ăn địa phương rất có ý nghĩa trong việc cung cấp trải nghiệm cho kỳ nghỉ chất lượng của du khách, tạo cơ hội cho việc giao lưu xuyên văn hóa, tìm hiểu đặc trưng văn hóa dân tộc và bản sắc văn hóa địa phương (Saurabh Kumar Dixit, 2019, tr. 13-14; Eerang Park, Sangkyun Kim, Ian Yeoman, 2019, tr. 5). Du lịch ẩm thực là hiện tượng đang nổi lên và được phát triển như một sản phẩm du lịch mới. Vì vậy, ở châu Á, các nước Trung Quốc, Hàn Quốc, Thái Lan, Nhật Bản, Singapore, Malaysia và Việt Nam đã có những kế hoạch tiên phong cho việc thúc đẩy phát triển du lịch ẩm thực. Đến nay đã có một số công trình nghiên cứu bàn về mối quan hệ giữa ẩm thực và du lịch, với những điểm chính sau:

Ẩm thực là động lực thu hút du khách của điểm đến du lịch: theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), du lịch ẩm thực là một thị trường đang phát triển mạnh trong ngành công nghiệp du lịch và có thể là một động lực đóng góp vào sự cạnh tranh và sức hấp dẫn của một điểm đến. Trong Báo cáo toàn cầu năm 2017, UNWTO nêu ra ba lý do chính quyết định đến việc tham quan một điểm đến du lịch là nhu cầu văn hóa, thiên nhiên và ẩm thực, trong đó

âm thực là động lực quan trọng (UNWTO, 2017, tr. 17). Nhóm nghiên cứu của Sormaz đã nhận định, ngày nay ẩm thực được xem là nhân tố quyết định trong việc thu hút du khách khi họ lựa chọn điểm đến. Đến với một điểm du lịch, hầu hết du khách đều thích đi ăn bên ngoài để biết và nếm thử những món ăn địa phương trong vùng (Saurabh Kumar Dixit, 2019, tr. 12). Du lịch ẩm thực được xem như một hình thức của du lịch tập trung vào khía cạnh hoặc chủ đề cụ thể (*niche tourism*) hay du lịch lựa chọn (*alternative tourism*). Du lịch ẩm thực ngày nay bao gồm nhiều hoạt động hơn và như một lĩnh vực mới hoặc một nhân tố bổ sung trong kinh doanh du lịch lành hành.

Du lịch ẩm thực đã đạt được đà tăng trưởng trong hai thập kỷ qua trên toàn thế giới vì hai lý do là sự khao khát tìm hiểu nguồn gốc thực phẩm và việc khám phá những món ăn mới. Bên cạnh đó, việc đẩy mạnh truyền thông về chủ đề ẩm thực và phát triển sở tay du lịch, du khách đã được cung cấp nhiều thông tin về nhà hàng, món ăn đặc trưng ở các vùng miền. Du khách cũng ngày càng quan tâm hơn đến các câu chuyện đằng sau những thực phẩm hay một món ăn nào đó như một phần của trải nghiệm văn hóa và lịch sử (Saurabh Kumar Dixit, 2019, tr. 12). Ẩm thực trở thành chủ đề mới trong tiếp thị điểm đến du lịch và ngày càng được xem như một yếu tố cốt lõi đóng vai trò quan trọng trong lời kêu gọi của điểm du lịch, nâng cao trải nghiệm cho du khách, tăng cường bản sắc vùng và kích thích sự tăng trưởng trong các lĩnh vực khác. Do đó, du lịch ẩm thực góp phần đạt đến khả năng cạnh tranh bền vững chung của một điểm đến. Có rất nhiều cách sử dụng ẩm thực trong du lịch, từ việc đáp ứng nhu cầu ăn uống của du khách cần, đến việc sử dụng sản phẩm ẩm thực như là cách để phân biệt sự khác nhau giữa các điểm đến và tạo cho du khách một cảm giác đang được ở quê nhà thông qua bản sắc vùng. Ẩm thực có thể tăng giá trị cho một sản phẩm du lịch cốt lõi và trở thành trọng tâm của các sự kiện đặc biệt (Saurabh Kumar Dixit, 2019, tr. 14-16).

Du lịch và ẩm thực kết hợp với nhau tạo thành du lịch ẩm thực, có vai trò quan trọng trong phát triển nền kinh tế địa phương thời hiện đại: các mối liên kết giữa ẩm thực và du lịch, sự trải nghiệm từ ẩm thực tạo dấu ấn sâu cho du khách với các điểm, từ đó lại hỗ trợ văn hóa địa phương hấp dẫn du khách. Ẩm thực du lịch đóng góp tích cực vào nhiều cấp độ của chuỗi giá trị phục vụ du lịch, như nông nghiệp, văn hóa địa phương. Ẩm thực du lịch không chỉ hỗ trợ việc xây dựng thương hiệu điểm đến mà còn giúp thúc đẩy du lịch bền vững thông qua việc bảo tồn những di sản văn hóa quý báu, cho phép và nuôi dưỡng niềm tự hào giữa các cộng đồng và nâng cao sự hiểu biết về liên văn hóa. Vai trò của ẩm thực trong du lịch và kinh tế là rất lớn (Saurabh Kumar Dixit, 2019, tr. 15). Phát triển trải nghiệm du lịch ẩm thực là một chiến lược phát triển du lịch hấp dẫn, bởi du lịch ẩm thực có doanh thu khá cao và có thể tăng chi phí chi tiêu của du khách. Du khách ăn ít nhất hai lần mỗi ngày và chi phí thực phẩm được báo cáo ít nhất chiếm 30% chi tiêu du lịch. Số tiền này được chi trả trong các doanh nghiệp địa phương, đây là sự tích cực cho công việc của người dân và có thể giúp đỡ giảm nghèo ở những nơi có liên quan (Saurabh Kumar Dixit, 2019, tr. 32). Du lịch ẩm thực tạo ra những thay đổi nhiều mặt của địa phương, như làm đa dạng hóa nền kinh tế

nông thôn; tạo công ăn việc làm cho cư dân; góp phần vào sự hấp dẫn của khu vực, do đó tăng cường mọi khía cạnh của nền kinh tế; duy trì môi trường và di sản văn hóa địa phương; tăng cường bản sắc địa phương và ý thức cộng đồng; mở rộng mùa du lịch; tạo liên kết ngược, kích thích nông nghiệp và sản xuất lương thực địa phương, công nghiệp và các dịch vụ hỗ trợ do đó giảm thất thoát kinh tế (OECD, 2012, tr. 22-23).

Du lịch ẩm thực góp phần giữ gìn bản sắc văn hóa địa phương - vùng: sản phẩm ẩm thực không chỉ bao gồm lương thực và thức uống mà còn những hoạt động liên quan đến chúng, đến di sản và văn hóa. Lucy Long đã nhận định, ẩm thực chính là lối vào sống động trong việc tìm hiểu một nền văn hóa khác. Du lịch ẩm thực không chỉ đơn thuần là thử những món ăn mới lạ (Lucy M. Long, 2004, tr. 1). Ẩm thực đóng một vai trò quan trọng trong việc hướng dẫn du khách tìm hiểu về lịch sử, đặc tính và bản sắc văn hóa cụ thể gắn với môi trường tự nhiên đó. Thường thức món ăn lạ để có một trải nghiệm tuyệt vời, có thể là một cánh cửa để du khách tìm hiểu về văn hóa địa phương bên cạnh việc trải nghiệm du lịch kỳ thú và đặc biệt (Saurabh Kumar Dixit, 2019, tr. 2).

Thực phẩm là một phần của di sản văn hóa và xã hội của con người, trở thành yếu tố để khám phá những nền văn hóa và tìm hiểu về lối sống ở các vùng địa lý. Người dân địa phương ăn gì, ở đâu, khi nào và cách họ ăn là tất cả biểu hiện nét tinh túy của văn hóa địa phương. Trong nhiều trường hợp, thực phẩm không chỉ là phương tiện để sinh tồn mà còn được nâng lên tầm nghệ thuật và sáng tạo. Thức ăn và đồ uống địa phương có thể được sử dụng để xây dựng “cảm nhận nơi chốn” (*sense of place*) và bản sắc địa phương thông qua sự khác biệt. Cảm nhận nơi chốn có thể bao gồm lịch sử địa phương, những đặc điểm của nơi chốn, con người, truyền thuyết, địa lý, cảnh quan, thời tiết, môi trường xã hội,... (Saurabh Kumar Dixit, 2019, tr. 80).

Thông qua một chuyến tham quan lễ hội ẩm thực, lớp nấu ăn, hoặc trải nghiệm ăn uống ở nông trại, du khách có được cảm giác tốt hơn về truyền thống và giá trị địa phương. Ngoài ra, ẩm thực có vai trò quan trọng trong việc phân biệt các điểm đến một cách có ý nghĩa. Ẩm thực địa phương và vùng có thể tăng giá trị cho một điểm đến bởi vì du khách tiêu thụ các sản phẩm của điểm đến. Việc hiểu biết ẩm thực địa phương, vùng và quốc gia dần trở thành một sự hấp dẫn du khách. Ẩm thực địa phương là một thành phần cơ bản trong những thuộc tính của điểm đến, tăng phạm vi thu hút và trải nghiệm du lịch tổng thể. Điều này làm ẩm thực địa phương trở thành một bộ phận thiết yếu của sản phẩm du lịch cũng như tiêu dùng. Du lịch ẩm thực sẽ phát triển tốt hơn trong các vùng mà ẩm thực địa phương được nối kết tốt hơn với văn hóa địa phương và chậm hơn ở những nơi có sự liên kết yếu hơn (Saurabh Kumar Dixit, 2019, tr. 15-16).

2. Thực trạng du lịch ẩm thực tại huyện Châu Thành

Châu Thành được thiên nhiên ưu đãi, khí hậu ôn hoà, mát mẻ, nước ngọt quanh năm, vựa trái cây luôn trĩu quả, cùng nhiều giá trị văn hóa đặc sắc được thể hiện trong hoạt động sản

xuất, tín ngưỡng, phong tục, lễ hội, văn học, nghệ thuật, trong cách thức ăn, mặc, ở, đi lại,... Điều kiện tự nhiên cùng những giá trị văn hóa này đang được huyện khai thác để phát triển các loại hình du lịch. Đặc biệt, lợi thế về hệ sinh thái nước ngọt, nước lợ, nước mặn đã tạo cho huyện Châu Thành nền ẩm thực đa dạng và hấp dẫn. Riêng các món ăn, qua thống kê sơ bộ, huyện Châu Thành có khoảng trên 100 món ăn sử dụng nguyên liệu tại chỗ, “mùa nào thức ấy” có thể phục vụ du lịch. Dựa theo nguyên liệu chế biến, có thể chia món ăn của huyện này thành các nhóm: (1) nhóm có nguyên liệu từ tự nhiên gồm hơn 120 loài thủy hải sản ở các dạng môi trường nước, một số loài bò sát, gặm nhấm, loại côn trùng và một số loài rau, cây cỏ ven kênh rạch, trong rừng...; (2) nhóm các món ăn có nguyên liệu từ vật nuôi, gồm thịt các loại gia súc, gia cầm, thủy hải sản; (3) nhóm các món ăn có nguyên liệu từ thực vật như lúa gạo, các loại rau của địa phương, nổi bật nhất là cây ăn trái như bưởi da xanh, sầu riêng, măng cụt, chôm chôm..., trong đó cây mang tính đặc trưng của Bến Tre là dừa.

Từ quả dừa, người Châu Thành tạo ra nhiều sản phẩm ẩm thực độc đáo như kẹo dừa, mứt dừa, com dừa, xôi dừa,... Đặc biệt, nước cốt và cùi dừa kết hợp với các nguyên liệu bột hoặc rau, tạo ra nhiều loại bánh hấp dẫn, như *bánh tráng dừa*, *bánh tráng sữa*, *bánh phồng Sơn Đốc*, *bánh dừa Giồng Luông*, *bánh bột sắn*, *bánh cục* (kết hợp dừa, bột gạo và lá mơ), *bánh khọt* (loại bánh tổng hợp nhiều nguyên liệu như bột gạo, bột nghệ, thịt lợn nạc, tôm, trứng, nước cốt dừa, đậu xanh, các loại rau củ cà rốt và gia vị), các loại bánh xèo,... Nước cốt dừa kết hợp với các loại thịt, cá, được chế biến cầu kỳ (với đủ các kiểu nấu, xào, nướng, rim, hầm...) tạo ra nhiều món ăn đặc sắc như *thịt chuột dừa quay nước cốt dừa*, *thịt chuột dừa xào lá cách với nước cốt dừa*, *sườn (hoặc tôm) rim nước cốt dừa*, *cá bóng trứng (hoặc thịt heo, thịt gà) kho nước cốt dừa*, *cua đồng kho sả nước cốt dừa*, *tép rang dừa*, *ngao xào dừa*, *ốc ren xào dừa*, *rắn xào dừa*, *lươn um dừa*, *mắm lóc chưng dừa*, *ốc bươu hầm dừa*, *cá lóc nấu cháo nước cốt dừa*, *cá tra nấu cháo dừa*..., và độc đáo nhất có lẽ là *đuông dừa*. Đuông dừa là ấu trùng của bọ cánh dương làm tổ trong phần cổ hủ mềm của cây dừa và hút chất dinh dưỡng trong đó, nên ngon nhất, sạch nhất và giàu dinh dưỡng nhất của cây dừa; được chế biến thành nhiều món ăn, trong đó phổ biến nhất là món đuông chấm nước mắm ăn sống; ngoài ra còn được chế biến thành đuông nướng, đuông chiên bơ, đuông hấp nước dừa, đuông nấu cháo,... Nói chung, dầu dừa, nước cốt dừa, cùi dừa có mặt ở nhiều món ăn trong bữa cơm và các loại bánh, chè... của người Việt ở huyện Châu Thành và tỉnh Bến Tre (Thạch Phương - Đoàn Tứ, 1991, tr. 509). Khẩu vị nổi bật của người Bến Tre là cay, ngọt và độ béo ngậy của nước cốt dừa; gia vị ớt, đường và nước cốt dừa được sử dụng như là chất nêm trực tiếp vào trong quy trình chế biến món ăn; ẩm thực dừa tạo thành một phong cách ẩm thực riêng của huyện Châu Thành và tỉnh Bến Tre, mang đậm dấu ấn môi trường sinh thái tự nhiên nơi đây.

Trên cơ sở nguồn vốn văn hóa ẩm thực, nhiều năm nay ngành Du lịch Bến Tre nói chung và huyện Châu Thành nói riêng đã và đang phát triển các hình thức khác nhau của du lịch ẩm thực, cụ thể như dưới đây:

- *Lễ hội ẩm thực*: địa phương tham gia các sự kiện và lễ hội theo chủ đề thực phẩm và thức uống như liên hoan ẩm thực Nam Bộ được tổ chức lần thứ 3. Liên hoan ẩm thực Nam Bộ là một trong những hoạt động trong khuôn khổ Lễ hội Dừa tỉnh Bến Tre, những tinh hoa văn hóa ẩm thực của vùng đất Nam bộ, đặc biệt chủ yếu các món ăn về dừa được đưa vào giới thiệu. Liên hoan ẩm thực Nam Bộ không chỉ giới thiệu tinh hoa ẩm thực Nam Bộ đến người dân mà còn là cơ hội quý để tăng sức hấp dẫn, thúc đẩy phát triển du lịch Bến Tre thông qua những sản phẩm cụ thể. Đến với liên hoan ẩm thực, người dân và du khách được sống lại trong không gian văn hóa làng nghề với những mái nhà chân quê, mộc mạc gợi lên các nét dung dị, gần gũi và thân thương gắn với di sản ẩm thực, tái hiện quy trình thực hành, sáng tạo những sản phẩm đặc trưng của mỗi vùng miền.

Liên hoan ẩm thực còn là nơi tập hợp nhiều đầu bếp nổi tiếng với những món ăn được tận dụng từ các sản phẩm tự nhiên để chế biến thành nhiều món thơm ngon, bổ dưỡng, giúp khách tham quan có dịp khám phá và trải nghiệm, được giao lưu với các nghệ nhân, thưởng thức ẩm thực tiêu biểu trong không gian trình diễn nghệ thuật truyền thống. Ngoài giới thiệu những món ngon độc đáo của xứ dừa và các vùng miền khác nhau, khu ẩm thực còn có chương trình thi chế biến và trưng bày các loại bánh, mứt, kẹo, những món ăn, thức uống được chế biến từ dừa và cuộc thi đấu xáo các sản phẩm cũng từ dừa. Lễ hội Dừa nói chung và Liên hoan ẩm thực nói riêng đã thu hút được đông đảo khách du lịch trong và ngoài nước với những đặc sản nổi tiếng của địa phương. Đặc biệt là các món ăn truyền thống và cách thức chế biến từ mật hoa dừa, thành phần tinh túy nhất của cây dừa, giàu dinh dưỡng, rất có lợi cho sức khỏe. Tuy nhiên, một trong những rào cản lớn nhất để phát triển du lịch ẩm thực hiện nay chính là vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm, đặc biệt là khi Việt Nam nổi tiếng với văn hóa ẩm thực đường phố và phần lớn du khách khi đến nước ta đều muốn khám phá nét văn hóa này. Sản phẩm có hấp dẫn đến mấy mà gây ra sự cố về vệ sinh thực phẩm thì mọi nỗ lực cũng vô nghĩa. Do đó, bảo đảm vệ sinh, an toàn trong lựa chọn, chế biến, cung cấp thực phẩm là yếu tố hàng đầu để phát triển du lịch ẩm thực.

- *Tour du lịch ẩm thực*: theo Hội Lữ hành ẩm thực thế giới, hiện có khoảng 25% du khách quan tâm đến ẩm thực du lịch. Còn báo cáo toàn cầu lần thứ 2 về du lịch ẩm thực lại cho rằng, có 87% số tổ chức được 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, là chất xúc tác cho kinh tế địa phương và nhìn chung ẩm thực là lựa chọn thứ 3 chỉ sau yếu tố văn hóa, điều kiện tự nhiên ảnh hưởng đến quyết định điểm đến của du khách; du khách thường chi 1/3 ngân sách chuyến đi cho ẩm thực. Nắm bắt nhu cầu đó, rất nhiều quốc gia đã thiết kế các tour ẩm thực dành riêng cho du khách với nhiều hoạt động như tham quan, nghỉ dưỡng, học nấu món ăn địa phương,...

Đối với du lịch và ẩm thực Châu Thành, du khách có thể tham quan các di tích, trải nghiệm du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng tại các khu resort sang trọng, hay dân dã tại nhà người dân theo dạng du lịch homestay; cùng thưởng thức những món ngon đặc sản từ nhà hàng

sang trọng, đến những quán xá bình dân hay đơn thuần chỉ là mâm cơm giản dị tại nhà người dân nơi khách du lịch chọn điểm dừng chân nghỉ ngơi. Tuy nhiên, ở Việt Nam nói chung và huyện Châu Thành nói riêng, dù đã có sự quan tâm nhất định, nhưng không phải lúc nào văn hóa ẩm thực cũng được sử dụng trong các hoạt động xúc tiến du lịch. Ẩm thực trong du lịch mới chỉ thỏa mãn nhu cầu cơ bản của con người, tức là ăn uống. Một số công ty nhanh nhạy với thị trường đưa ẩm thực vào như một phần của chuyến đi, nhưng chỉ dừng ở mức tổ chức bữa ăn, trải nghiệm buổi học nấu ăn như học đồ bánh xèo, đồ bánh cuốn hay vào miệt vườn ăn trái cây,... Tuy vậy, việc giới thiệu văn hóa ẩm thực địa phương một cách có hệ thống, có chiều sâu và nhất là chưa có chiến lược phát triển lâu dài, thiếu sự quan tâm sâu sát của các ban, ngành liên quan đang là vấn đề cần giải quyết để phát triển du lịch ẩm thực nơi đây.

- *Cơ sở kinh doanh ẩm thực*: hệ thống các cơ sở dịch vụ ăn uống tập trung phát triển tại các điểm du lịch mang đến cho du khách những món ăn đặc sản riêng. Khách hàng có thể vừa ngắm cảnh tại các điểm du lịch, tận hưởng không khí trong lành, vừa sử dụng dịch vụ ăn uống một cách tốt nhất. Không chỉ có cơ sở dịch vụ ăn uống tại điểm du lịch, Châu Thành còn có hệ thống các cơ sở dịch vụ ẩm thực theo mô hình nhà hàng, vườn trái cây, du lịch phát triển ở khu vực ven sông Tiền, xã Tân Phú,... Du khách có thể đến các vườn trái cây, trải nghiệm những nét độc đáo, đời thường của người dân địa phương. Các nhà hàng chuyên về những món đặc sản của Châu Thành như các món ẩm thực từ dừa, thịt bò, gà thả vườn... đem lại những trải nghiệm mới mẻ về các nét văn hóa độc đáo của người dân nơi đây. Tuy nhiên, để linh hoạt phục vụ du khách phù hợp khẩu vị theo ẩm thực vùng miền đã vô tình đánh mất khẩu vị đặc trưng cũng như nét tinh túy của văn hóa ẩm thực địa phương mà cũng không làm hài lòng du khách ở món ăn theo khẩu vị của chính họ.

- *Ẩm thực trong khách sạn*: hiện nay trên địa bàn huyện Châu thành có một số khách sạn từ 3 - 4 sao phục vụ đa số khách nước ngoài và khách Việt Nam có thu nhập cao, nên ẩm thực trong khách sạn là yếu tố quan trọng để giữ chân du khách. Đại diện các khách sạn cho biết doanh thu ẩm thực chiếm 30 - 40% doanh thu của khách sạn. Để mang lại ấn tượng với thực khách, các khách sạn đã đưa vào phục vụ nhiều món ăn thú vị mang đậm phong vị địa phương. Một số khách sạn như Ben Tre Riverside Resort ngoài phục vụ các món ăn dân dã đến đặc sản của Bến Tre còn tổ chức các lớp dạy nấu ăn “cooking class” theo đơn đặt hàng. Khách sạn chuẩn bị không gian bếp như lớp học cho đến dụng cụ nhà bếp, tạp dề, găng tay, mũ... cũng như nguyên liệu, gia vị để nấu món ăn. Du khách được đầu bếp giới thiệu về món ăn, công thức cũng như cách thức thưởng thức món ăn. Sau khi chế biến món ăn theo sự hướng dẫn của đầu bếp, du khách sẽ được thưởng thức, chụp hình món ăn do tự tay mình nấu cũng như mua về làm quà cho người thân.

Sử dụng thực phẩm hữu cơ: thực phẩm hữu cơ hiện nay đang là một trào lưu thịnh hành vì sức khỏe và môi trường. Thực phẩm hữu cơ được nuôi trồng theo phương thức quan tâm bảo vệ môi trường xung quanh, không sử dụng hoá chất. Sử dụng thực phẩm hữu cơ giúp tăng cường sức khỏe (do ít sử dụng thuốc trừ sâu, thuốc diệt cỏ có chất gây ung thư, ít

dị ứng và phản ứng từ các chất phụ gia) và giúp bảo vệ môi trường. Đối với việc kinh doanh ẩm thực, lợi ích bao gồm thực phẩm ngon hơn, do vậy hài lòng khách hàng hơn, khách hàng sẽ trở lại nhiều hơn và có sự truyền miệng tích cực. Ngày càng có nhiều người tìm kiếm những nguồn thực phẩm bảo đảm cho sức khỏe. Du lịch ẩm thực là loại hình tập trung vào thực phẩm, nhất là các món ăn địa phương được chế biến và có hương vị độc đáo, đặc biệt là được làm từ những nguồn thực phẩm hữu cơ. Việc trải nghiệm ở một cơ sở nuôi trồng thực phẩm hữu cơ cũng là một hoạt động thú vị thu hút du khách. Vì vậy, địa phương cần xây dựng các mô hình du lịch đặc thù, độc đáo; tạo cho du khách có cảm nhận thân thiện với con người và nền nông nghiệp an toàn; khẳng định thương hiệu trái cây, sản vật nông nghiệp Bến Tre; tăng thu nhập cho đối tượng tham gia các mô hình. Những sản phẩm du lịch nông nghiệp hữu cơ được ưu tiên chú ý là cơ cấu "5 cây - 3 con" (5 cây là dừa, bưởi, chôm chôm, nhãn, hoa kiểng - cây giống và 3 con là bò, heo, tôm biển); cũng như phối hợp xây dựng mô hình trên những trục du lịch chính, phát triển các hộ đã và đang kinh doanh du lịch có tiềm năng phát triển và từ những địa chỉ nông dân sản xuất giỏi, tiêu biểu của huyện như ông Quận - "vua bưởi" ở xã Giao Long; ông Nghĩa - "vua chôm chôm" ở xã Tân Phú,... Ngoài ra, phối hợp và tập huấn cho các hộ nông dân kỹ thuật canh tác bưởi da xanh, dừa... theo hướng thực hành nông nghiệp (Vietgap, Globalgap, hữu cơ...), tía cảnh, tạo tán theo phương pháp khai tâm, màng phủ bằng thảm xơ dừa, bao trái, kỹ năng ủ phân hữu cơ, hệ thống tưới, thảo dược phòng trừ sâu bệnh, trồng xen, nuôi xen (cá lóc, thác lác, tôm càng xanh, ốc bươu, lươn, ếch...); giúp nông dân thành thạo trong giới thiệu, hướng dẫn và phục vụ du khách tham quan, trải nghiệm.

Nông nghiệp hữu cơ phát triển tốt thì du lịch mới có thể vượt qua những khó khăn về sản phẩm mới, độc đáo và phát triển bền vững. Thời gian qua, dù có chuyển biến tích cực nhưng du lịch kết hợp với nông nghiệp vẫn còn những khó khăn nhất định. Một số sản phẩm du lịch kết hợp với ngành nông nghiệp tại Bến Tre nói chung và huyện Châu Thành nói riêng hiện mới chỉ đáp ứng được nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, trải nghiệm của du khách ở mức đơn giản, chưa có nhiều dịch vụ hấp dẫn. Việc xây dựng thương hiệu sản phẩm hữu cơ đến nay vẫn chưa mạnh do sản xuất nông nghiệp hữu cơ đòi hỏi quy trình sản xuất chặt chẽ với sự thống nhất về chất lượng giữa sản phẩm nông nghiệp và dịch vụ du lịch, chi phí cao nên cả người dân và doanh nghiệp vẫn chưa mạnh dạn tham gia. Khó khăn kế đến là thay đổi nhận thức, thái độ, kỹ năng của những người nông dân, để từ những người sản xuất đơn thuần họ có thể trở thành những người làm dịch vụ du lịch. Nông nghiệp hữu cơ ở Châu Thành còn manh mún, chưa được quan tâm đúng mức. Nhiều điểm du lịch gắn với sản xuất nông nghiệp hữu cơ còn nghèo nàn về dịch vụ, chất lượng sản phẩm thấp. Sản phẩm mới chỉ đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ ngơi, ăn uống, trải nghiệm của du khách ở mức tối thiểu.

- *Quà lưu niệm ẩm thực*: những mặt hàng lưu niệm này do các nhà kinh doanh địa phương chuẩn bị. Từ nhiều năm nay, tỉnh Bến Tre, huyện Châu Thành triển khai chương trình OCOP, tức mỗi xã có một sản phẩm nhằm phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát huy nội lực và gia tăng giá trị kinh tế ở từng xã, góp phần thực hiện Chương

trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới. Trọng tâm của chương trình OCOP là phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị, do các thành phần kinh tế tư nhân và kinh tế tập thể thực hiện; từ đó tạo ra được nhiều sản phẩm thương hiệu, đáp ứng yêu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu, góp phần vào sự phát triển kinh tế và xây dựng nông thôn mới bền vững. Sự đa dạng, phong phú sản phẩm nông nghiệp đặc sản của địa phương đã tạo nền tảng thuận lợi cho Châu Thành phát triển du lịch gắn với nông nghiệp. Đặc biệt, với hệ thống cửa hàng OCOP, du khách sau khi tham quan du lịch có thể dễ dàng mua về làm quà cho người thân và gia đình. Thông qua hoạt động này, những sản phẩm ẩm thực địa phương đã đến với nhiều vùng miền khác nhau, góp phần quảng bá cho du lịch Châu Thành.

Kết luận và kiến nghị

Bến Tre nói chung và huyện Châu Thành nói riêng có văn hóa ẩm thực phong phú, đa dạng. Đó là tiềm năng rất lớn để phát triển du lịch ẩm thực cũng như thúc đẩy kinh tế địa phương, tạo điều kiện gia tăng chuỗi giá trị trong nông nghiệp, sản xuất chế biến thực phẩm, đồng thời giữ gìn và quảng bá văn hóa địa phương. Du lịch ẩm thực không chỉ để du khách được thưởng thức các món ăn, đồ uống, độc đáo mà còn cung cấp những trải nghiệm, khám phá về bản sắc văn hóa, sinh hoạt cộng đồng của điểm đến gắn liền với từng món ăn, đồ uống đó. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, việc khai thác các giá trị của văn hóa ẩm thực địa phương phục vụ phát triển du lịch nói chung, phát triển sản phẩm du lịch ẩm thực nói riêng vẫn còn hạn chế, chưa khai thác hết tiềm năng, giá trị phong phú của văn hóa ẩm thực.

Để phát triển tốt du lịch ẩm thực, huyện Châu Thành cần giải quyết một số vấn đề sau:

Thứ nhất, nghiên cứu, hệ thống hóa các món ăn, đồ uống đặc sắc của địa phương nhằm xác định rõ số lượng, loại hình, tính chất, nguồn gốc xuất xứ, giá trị đặc sắc của chúng; tạo cơ sở dữ liệu cho các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp có thể khai thác và sử dụng một cách hợp lý, hiệu quả nguồn tài nguyên văn hóa ẩm thực vào phát triển du lịch. Việc xây dựng các sản phẩm du lịch ẩm thực cần tính tới khả năng liên kết theo mô hình từ trang trại đến bàn ăn để khách du lịch có được những trải nghiệm thực tế sinh động. Không chỉ dừng lại ở cung cấp các món ăn hấp dẫn, những người làm du lịch cần quan tâm chia sẻ với du khách về không gian ăn, những văn hóa ứng xử trong khi ăn theo truyền thống của địa phương, từ đó nâng hành trình khám phá du lịch ẩm thực lên một tầm cao mới, cũng là để quảng bá những nét đẹp trong văn hóa ẩm thực địa phương.

Thứ hai, xây dựng hệ thống và tiêu chí quản lý, kiểm tra mạng lưới các cơ sở ăn uống du lịch, đồng thời nâng cao nhận thức của cộng đồng, trách nhiệm xã hội trong việc đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, chất lượng ẩm thực địa phương. Cần có những giải pháp nhằm nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp, hộ gia đình kinh doanh dịch vụ ăn uống trong việc khai thác, sử dụng các nguyên liệu, gia vị và những trang thiết bị, dụng cụ phục vụ quá

trình chế biến, thưởng thức đồ ăn, thức uống đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm phục vụ khách du lịch nói riêng và thực khách nói chung.

Thứ ba, tăng cường quảng bá, xúc tiến văn hóa ẩm thực địa phương. Trên cơ sở rà soát, hệ thống hóa những món ăn tiêu biểu, đặc trưng của địa phương có khả năng tích hợp, đưa vào xây dựng sản phẩm du lịch, ngành du lịch tỉnh Bến Tre cần có chiến dịch quảng bá rộng rãi về văn hóa ẩm thực địa phương ra khắp cả nước và thế giới thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại, du lịch và những sự kiện ngoại giao. Các hoạt động này nhằm tôn vinh và tuyên truyền rộng rãi văn hóa ẩm thực địa phương, định hình hình ảnh về văn hóa ẩm thực địa phương qua những món ăn, đồ uống thể hiện nét đặc trưng của vùng miền. Bên cạnh đó, cần tăng cường khả năng tiếp cận của khách du lịch quốc tế tiềm năng đối với ẩm thực địa phương về tần suất, diện, phương tiện và kênh tiếp cận, qua đó nâng cao nhận thức của khách du lịch đối với hình ảnh và thương hiệu điểm đến.

Thứ tư, phát triển nguồn nhân lực như đội ngũ chuyên gia, nghệ nhân ẩm thực thông qua các chính sách đãi ngộ nhằm phát huy những bí quyết, phát triển mở rộng sự lan tỏa trong việc bảo tồn, phát huy những giá trị văn hóa ẩm thực địa phương. Duy trì, giữ gìn vốn con người để đảm bảo việc bảo tồn, duy trì các bí quyết chế biến, giữ gìn bản sắc văn hóa ẩm thực truyền thống là cơ sở cốt lõi để khai thác và phát huy giá trị văn hóa ẩm thực trong phát triển du lịch.

Tài liệu tham khảo

1. Eerang Park, Sangkyun Kim, Ian Yeoman (2019), *Food Tourism in Asia*, Springer.
2. Lucy M. Long (2004), *Culinary Tourism*, Lexington.
3. OECD (2012), *Food and the Tourism Experience: The OECD-Korea Workshop*, OECD Studies on Tourism, OECD Publishing.
4. Thạch Phương - Đoàn Tú (Chủ biên, 1991), *Địa chí Bến Tre*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.
5. Saurabh Kumar Dixit (2019), *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*, Routledge.
6. Ormaz, U., Akmes, H., Gunes, E. & Aras, S. (2016), “Gastronomy in Tourism”, *Procedia Economics and Finance*, 3.
7. Trần Ngọc Thêm (2013), *Văn hóa người Việt vùng Tây Nam Bộ*, Nxb. Văn hóa - Văn nghệ, Thành phố Hồ Chí Minh.
8. UNWTO (2017), *Second global report on gastronomy tourism*, Madrid.