

RESEARCH ON TOURISTS' DEMAND FOR EXPLORING THE CULINARY CULTURE IN DA NANG CITY

Phan Kim Ngan

Danang Architecture University

ARTICLE INFO		ABSTRACT
Received:	24/8/2024	This research was conducted to assess the demand for exploring and discovering the culinary culture of Da Nang city. The survey results from 391 international and domestic tourists show that up to 75.5% of tourists wish to experience Da Nang's culinary culture if time allows, indicating the enormous potential in developing culinary tourism as a primary tourism product of the city. The majority of visitors to Da Nang desire to experience the cuisine at a deeper level than just eating. Additionally, tourists have diverse needs in understanding Da Nang's culinary culture, with particular interest in ingredients, ways of enjoying, and cooking methods. Simultaneously, visitors to Da Nang tend to prefer experiential, interactive, and in-depth methods of exploring culinary culture, opening up opportunities to develop a variety of culinary tourism products, from themed tours to community living experiences. Based on the survey results, the article also proposes several solutions to effectively exploit the culinary culture of Da Nang city for tourists.
Revised:	04/10/2024	
Published:	04/10/2024	
KEYWORDS		
Culinary		
Culinary culture		
Custom		
Tourism		
Da Nang		

NGHIÊN CỨU NHU CẦU TÌM HIỂU VĂN HÓA ẨM THỰC CỦA KHÁCH DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

Phan Kim Ngan

Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng

THÔNG TIN BÀI BÁO		TÓM TẮT
Ngày nhận bài:	24/8/2024	Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá nhu cầu tìm hiểu, khám phá văn hóa ẩm thực thành phố Đà Nẵng. Kết quả khảo sát 391 khách du lịch quốc tế và nội địa đã từng du lịch tại Đà Nẵng cho thấy có đến 75,5% khách du lịch mong muốn trải nghiệm văn hóa ẩm thực Đà Nẵng nếu có thời gian, cho thấy tiềm năng to lớn trong việc phát triển du lịch ẩm thực như một sản phẩm du lịch chính của thành phố. Đa số du khách đến Đà Nẵng có mong muốn trải nghiệm ẩm thực ở mức độ sâu hơn là ăn uống đơn thuần. Bên cạnh đó, du khách có nhu cầu tìm hiểu đa dạng về văn hóa ẩm thực Đà Nẵng với sự quan tâm đặc biệt đến nguyên liệu, cách thức thưởng thức và phương pháp chế biến món ăn. Đồng thời, du khách đến Đà Nẵng có xu hướng ưa thích các phương thức tìm hiểu văn hóa ẩm thực mang tính trải nghiệm, tương tác và chuyên sâu, mở ra cơ hội phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch ẩm thực, từ các chương trình du lịch chuyên đề đến các trải nghiệm sống cùng cộng đồng. Từ kết quả khảo sát, bài viết cũng đã đưa ra một số giải pháp nhằm khai thác hiệu quả văn hóa ẩm thực thành phố Đà Nẵng phục vụ khách du lịch.
Ngày hoàn thiện:	04/10/2024	
Ngày đăng:	04/10/2024	
TỪ KHÓA		
Ẩm thực		
Văn hóa ẩm thực		
Tập quán		
Du lịch		
Đà Nẵng		

DOI: <https://doi.org/10.34238/tnu-jst.10993>

Email: nganpk@dau.edu.vn

<http://jst.tnu.edu.vn>

3

Email: jst@tnu.edu.vn

1. Giới thiệu

Văn hóa ẩm thực là một phần không thể tách rời của bản sắc văn hóa và xã hội của mỗi vùng miền, phản ánh lịch sử, địa lý và truyền thống của cộng đồng địa phương. Theo từ điển tiếng Việt, văn hóa ẩm thực *"là những tập quán và khẩu vị của con người, những ứng xử của con người trong ăn uống, những tập tục kiêng kỵ trong ăn uống, những phương thức chế biến bày biện trong ăn uống và cách thưởng thức món ăn"* [1]. Trong bối cảnh du lịch, ẩm thực đóng vai trò quan trọng như một hình thức trải nghiệm văn hóa độc đáo và trực tiếp. Du khách thông qua việc thưởng thức các món ăn địa phương có thể hiểu sâu sắc hơn về văn hóa, lối sống và giá trị của điểm đến. Ẩm thực trong du lịch không chỉ đáp ứng nhu cầu sinh lý cơ bản mà còn tạo ra những kỷ niệm đáng nhớ, góp phần định hình hình ảnh và sức hấp dẫn của điểm đến. Nhiều điểm đến du lịch đã nhận ra tiềm năng này và phát triển các sản phẩm du lịch ẩm thực đặc thù như tour ẩm thực, lớp học nấu ăn, lễ hội ẩm thực... nhằm tăng cường trải nghiệm du lịch và thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương.

Với vai trò quan trọng như vậy, nhiều nhà nghiên cứu đã khám phá mối quan hệ giữa ẩm thực địa phương và sự hấp dẫn của điểm đến du lịch. Nghiên cứu của Hall và Sharples [2] chỉ ra rằng ẩm thực có thể là động lực chính thúc đẩy du khách lựa chọn điểm đến. Quan điểm này được củng cố thêm bởi công trình của Kivela và Crotts [3] với lập luận rằng trải nghiệm ẩm thực góp phần tạo nên hình ảnh và bản sắc của điểm đến du lịch. Long [4] đã phân tích vai trò của ẩm thực trong việc bảo tồn di sản văn hóa phi vật thể và phát triển du lịch bền vững. Các nghiên cứu này cùng nhiều nghiên cứu khác đã góp phần hình thành nên một lĩnh vực nghiên cứu chuyên sâu về mối quan hệ giữa văn hóa ẩm thực và du lịch.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu cụ thể về du lịch ẩm thực tại các địa phương cũng được nhiều nhà khoa học thực hiện. Nguyễn Thị Suối Linh [5] đưa ra gợi ý cho việc khai thác yếu tố văn hóa - lịch sử gắn với ẩm thực thông qua các câu chuyện, phân loại câu chuyện ẩm thực thành các dạng biểu hiện cụ thể và phân tích vai trò của nó trong phát triển du lịch. Nghiên cứu của Vương Xuân Tình [6] đã 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. Tại Khánh Hòa, Lê Chí Công và Đồng Xuân Đàm [7] đã nghiên cứu các yếu tố ẩm thực địa phương ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách quốc tế tại thành phố biển Nha Trang. Trương Thanh Quỳnh Thư [8] cũng đã phân tích văn hóa ẩm thực đặc trưng tại Tây Ninh, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao giá trị sản phẩm ẩm thực để thu hút khách du lịch đến Tây Ninh. Các nghiên cứu phần lớn đánh giá, phân tích ẩm thực như một tài nguyên du lịch của địa phương và đề xuất giải pháp khai thác hiệu quả nguồn tài nguyên đó. Tuy nhiên, để khai thác hiệu quả thì việc tìm hiểu nhu cầu, sự quan tâm của khách du lịch đến sản phẩm này cũng là yếu tố rất quan trọng.

Mặc dù có vai trò quan trọng, ẩm thực hiện nay vẫn đang là sản phẩm thứ yếu, phụ trợ, chưa được xem như một sản phẩm du lịch chính và mang tầm chiến lược tại Việt Nam nói chung và nhiều địa phương nói riêng. Thưởng thức ẩm thực thường chỉ mang tính chất ăn uống đơn thuần, "ăn để biết". Các địa phương mặc dù chú trọng phát triển các khu ẩm thực, chợ đêm nhưng cũng chỉ để bổ sung điểm vui chơi, giải trí cho khách du lịch; trong khi đó, văn hóa ẩm thực không chỉ nói về món ăn mà còn về các câu chuyện, các nét đẹp văn hóa, truyền thống xoay quanh món ăn đó.

Từ cơ sở trên, bài viết đã tiến hành nghiên cứu nhu cầu khám phá văn hóa ẩm thực địa phương như một sản phẩm du lịch văn hóa của khách du lịch quốc tế và nội địa tại thành phố Đà Nẵng, từ đó đề xuất một số giải pháp khai thác hiệu quả hơn nét đẹp ẩm thực của địa phương.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết được tiến hành theo phương pháp định tính và định lượng. Phương pháp định tính được áp dụng thông qua việc tổng hợp, phân tích các dữ liệu về nguồn gốc, đặc điểm nền văn hóa ẩm thực của người Đà Nẵng từ các tài liệu chuyên khảo, công trình nghiên cứu, báo cáo...

Về phương pháp định lượng, dữ liệu sơ cấp phục vụ cho nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở khảo sát khách du lịch trong nước và quốc tế đã từng đến tham quan, du lịch tại Đà Nẵng. Thời gian khảo sát từ tháng 5 đến tháng 8 năm 2024.

Nội dung khảo sát gồm hai phần chính là thông tin cá nhân và các thông tin, nhu cầu trải nghiệm, tìm hiểu văn hóa ẩm thực Đà Nẵng. Bảng khảo sát được thiết kế trên Google Form và thực hiện khảo sát với khách du lịch quốc tế và nội địa đã từng đến Đà Nẵng. Kết quả thu được 395 mẫu, trong đó có 391 mẫu đạt yêu cầu để phân tích (đạt 98,9%). Dựa trên công thức của Cochran [9] cho các khảo sát với tỷ lệ ước tính:

$$n = Z^2 \times \frac{p \times (1 - p)}{e^2} \quad (1)$$

Trong đó:

- n: Kích thước mẫu ban đầu.
- Z: Hệ số tin cậy, thông thường, độ tin cậy được sử dụng là 95% tương ứng với $Z = 1,96$
- p: tỷ lệ ước lượng cỡ mẫu n thành công. Thường chọn $p = 0,5$ để tích số $p(1-p)$ là lớn nhất, điều này đảm bảo an toàn cho mẫu n ước lượng
- e: sai số cho phép (thường là 5% hoặc 0,05)

Áp dụng các giá trị phổ biến, kích thước mẫu tối thiểu cần khảo sát là 385 khách du lịch. Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên để đảm bảo tính đại diện của mẫu.

Đặc điểm mẫu nghiên cứu được trình bày ở Bảng 1.

Bảng 1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Đặc điểm	Số lượng	Tỷ trọng (%)	Đặc điểm	Số lượng	Tỷ trọng (%)
1. Giới tính	391	100	4. Tần suất đến Đà Nẵng	391	100
- Nam	216	55,2	- 1 lần	198	50,6
- Nữ	175	44,8	- 2 lần	125	32
			- Trên 3 lần	68	17,4
2. Độ tuổi	391	100	5. Hình thức đi du lịch	391	100
- Dưới 18 tuổi	15	3,8	- Đi một mình	32	8,2
- 18 - 40 tuổi	289	73,9	- Đi cùng bạn bè, đồng nghiệp	211	54
- Trên 40 tuổi	87	22,3	- Đi cùng gia đình, người thân	148	37,9
3. Loại khách	391	100	6. Phương thức đi du lịch	391	100
- Quốc tế	96	24,6	- Mua tour	67	17,1
- Nội địa	295	75,4	- Du lịch tự túc	231	59,1
			- Du lịch kết hợp công vụ	93	23,8

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Mẫu nghiên cứu gồm 391 người, với tỷ lệ nam và nữ khá tương đương (55,2 và 44,8%). Phần lớn khách du lịch thuộc độ tuổi 18 - 40 (73,9%), theo sau là nhóm trên 40 tuổi (22,3%), người dưới 18 tuổi chiếm tỷ lệ thấp, chỉ 3,8%. Khách nội địa chiếm đa số với 75,4%, trong khi khách nước ngoài chiếm 24,6%.

Trong số 391 khách du lịch được khảo sát, có sự phân bố tương đối đồng đều giữa khách lần đầu và khách quay lại. Cụ thể, 50,6% là khách lần đầu đến Đà Nẵng, trong khi 49,4% đã từng đến ít nhất một lần trước đó (32% đến lần thứ hai và 17,4% đã đến từ 3 lần trở lên).

Về hình thức đi du lịch, đa số du khách (54%) chọn đi cùng bạn bè hoặc đồng nghiệp, tiếp theo là đi cùng gia đình hoặc người thân (37,9%), chỉ có 8,2% chọn đi một mình. Phần lớn du khách (59,1%) chọn hình thức du lịch tự túc, 23,8% đi du lịch kết hợp công vụ và chỉ 17,1% chọn mua tour.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Giới thiệu văn hóa ẩm thực thành phố Đà Nẵng

3.1.1. Tình hình hoạt động du lịch tại thành phố Đà Nẵng

Thành phố Đà Nẵng là một trong những điểm đến du lịch nổi bật của cả nước. Với vị trí địa lý thuận lợi, Đà Nẵng không chỉ là cầu nối giữa các di sản văn hóa thế giới như Hội An và Huế, mà

còn là trung tâm kinh tế, văn hóa và du lịch của khu vực. Năm 2023, Đà Nẵng đã ghi nhận sự phục hồi mạnh mẽ của ngành du lịch sau đại dịch COVID-19 với hơn 9,6 triệu lượt khách du lịch, tăng 23% so với năm 2022. Trong đó, khách quốc tế đạt hơn 3 triệu lượt, tăng gấp 29 lần so với năm 2022; khách nội địa đạt 6,6 triệu lượt, tăng nhẹ so với năm trước. Tổng thu từ du lịch đạt 37.915 tỷ đồng, tăng 32% so với năm 2022, là minh chứng cho sức hút của Đà Nẵng đối với du khách trong và ngoài nước. Hệ thống lưu trú tại Đà Nẵng đã phục vụ hơn 7,39 triệu lượt khách, gấp đôi so với năm 2022. Doanh thu từ dịch vụ lưu trú đạt 14.866 tỷ đồng, tăng 171% so với năm 2019 và gấp 17 lần so với năm 2022.

Sản phẩm du lịch tại Đà Nẵng cũng ngày càng đa dạng, trong đó có các sản phẩm về ẩm thực. Năm 2023, UBND thành phố Đà Nẵng đã ban hành Kế hoạch số 114/KH-UBND về “Phát triển ẩm thực thành sản phẩm du lịch đặc sắc trên địa bàn giai đoạn từ năm 2023 đến năm 2030” với mục đích khai thác, phát triển ẩm thực địa phương và quốc tế, tạo ra sản phẩm mới và sự hấp dẫn khác biệt cho điểm đến. Các nội dung triển khai bước đầu trong thời gian qua như Lễ hội ẩm thực “Mặn mà Đà Nẵng”, các chợ đêm, chuỗi gian hàng OCOP... Bên cạnh các món ăn truyền thống của địa phương, Đà Nẵng còn có món ăn đặc sản vùng miền từ Bắc vào Nam và quốc tế như Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Ấn Độ, Âu, Mỹ..., đáp ứng nhu cầu của hầu hết thị trường khách bao gồm thực phẩm chay, thực dưỡng, Halal... Trên địa bàn thành phố có hệ thống nhà hàng, cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống đủ khả năng phục vụ khách du lịch trong nước và quốc tế, với hơn 7.000 cơ sở ăn uống phục vụ các món ăn phong phú bao gồm trên cả 3 nhóm: ẩm thực địa phương, ẩm thực vùng miền, ẩm thực quốc tế và trên 3 phân khúc: bình dân (đường phố), trung cấp (có kết hợp trải nghiệm) và cao cấp [10].

3.1.2. Tập quán, khẩu vị ăn uống của người Đà Nẵng

Văn hóa ẩm thực của người Đà Nẵng không thể tách rời khỏi Quảng Nam và vùng đất miền Trung, là một bức tranh đa sắc, phản ánh rõ nét lịch sử hình thành và phát triển của vùng đất này. Bắt nguồn từ văn hóa ẩm thực của người Việt ở châu thổ sông Hồng và sông Mã, qua quá trình di cư và định cư, nó đã dần hình thành những đặc trưng riêng biệt. Sự giao thoa văn hóa với các dân tộc bản địa như Chăm, Cơ Tu, Giẻ Triêng và sau này là người Hoa đã góp phần tạo nên một nền ẩm thực độc đáo, vừa quen thuộc vừa mới lạ. Triết lý “ăn chắc mặc bền” của người Quảng Nam – Đà Nẵng được thể hiện rõ qua cách chế biến và thưởng thức món ăn. Họ ưa chuộng những món đơn giản nhưng đậm đà, chú trọng vào việc giữ nguyên hương vị tự nhiên của nguyên liệu. Khẩu vị mặn mòi, thích dùng mắm nguyên chất không pha loãng cũng là một nét đặc trưng đáng chú ý, tạo nên sự khác biệt rõ rệt so với ẩm thực của các vùng lân cận. Cách thức ăn uống của người Quảng Nam – Đà Nẵng cũng rất đặc biệt. Bữa ăn thường đơn giản với ba thành phần chính: rau, nước mắm và chất đạm, phản ánh tính cách giản dị, thực tế của người dân nơi đây, đồng thời cũng thể hiện khả năng thích ứng cao với điều kiện sống đa dạng của vùng đất mới [11].

Văn hóa ẩm thực Quảng Nam – Đà Nẵng là một tổng thể phức tạp, vừa mang đậm dấu ấn truyền thống, vừa thể hiện sự sáng tạo và linh hoạt trong việc sử dụng nguyên liệu và cách chế biến của cộng đồng dân cư.

3.1.3. Một số món ăn tiêu biểu của thành phố Đà Nẵng

Không đa dạng như lối ẩm thực Bắc Hà, cũng không được thanh lịch, nhẹ nhàng và cầu kỳ như ẩm thực Huế, ẩm thực Quảng Nam – Đà Nẵng có một chiều sâu về văn hóa vùng miền mang đậm hương vị của biển. Những món ăn đậm chất Quảng bao giờ cũng có đủ vị chua, cay, mặn, ngọt như đầy đủ sắc thái của cuộc sống. Có thể kể đến một vài món ăn tiêu biểu như mì Quảng, thịt heo cuốn bánh tráng, gỏi cá Nam Ô...

a) Mì Quảng

Mì Quảng, một món ăn truyền thống của xứ Quảng Nam, ban đầu chỉ xuất hiện trong các dịp đặc biệt như giỗ chạp hay đón khách quý. Tuy nhiên, ngày nay nó đã trở thành một món ăn phổ biến, không thể thiếu trong thực đơn du lịch Đà Nẵng. Công thức mì Quảng đã phát triển từ việc

sử dụng nguyên liệu đơn giản như gạch tôm, gạch cua sang những thành phần cầu kỳ và bổ dưỡng hơn như thịt gà, cá lóc, tôm và các loại thịt khác. Tại Đà Nẵng, mì Quảng Túy Loan nổi tiếng với hương vị đặc trưng, gắn liền với làng nghề bánh tráng Túy Loan. Mì Quảng Túy Loan là sợi mì làm từ gạo xiệc thơm, được tráng mỏng và mềm. Phần nước "nhiều" đóng vai trò quan trọng, với nhiều lựa chọn như cá lóc, thịt ba chỉ, tôm sông hoặc gà, được ướp các loại gia vị đặc trưng và nấu riêng biệt. Món ăn được phục vụ kèm đĩa rau sống đa dạng và bánh tráng Túy Loan, tạo nên hương vị hài hòa giữa béo, cay, giòn, ngọt và chua, mang đến trải nghiệm ẩm thực độc đáo cho thực khách [12].

b) Thịt heo cuốn bánh tráng

Thịt heo cuốn bánh tráng là một món ăn độc đáo của miền Trung Việt Nam, đặc biệt là Đà Nẵng, kết hợp hài hòa giữa ẩm thực của người Việt Bắc Bộ và người Chăm bản địa. Món ăn này ra đời từ nhu cầu tìm lại hương vị quê nhà của những người Việt di cư vào miền Trung, nơi họ phải đối mặt với môi trường mới giữa biển và rừng [13].

Nguyên liệu chính của món ăn là thịt heo được chọn lọc kỹ càng, thường là phần có đủ hai đầu mỡ với nạc ở giữa để đảm bảo độ béo ngậy khi ăn. Điểm nhấn đặc biệt nằm ở nước chấm - mắm cá, được làm từ cá cơm, một đặc sản của vùng biển miền Trung. Quá trình chế biến mắm cá đòi hỏi sự tinh tế trong việc cân bằng giữa muối và cá, sau đó được gia vị thêm với gừng, tỏi, dứa, ớt và dầu mè tùy theo khẩu vị. Khi thưởng thức, người ta dùng bánh tráng mỏng kết hợp với lớp mì lá, cuốn cùng với rau sống như giá, xà lách, rau thơm và bắp chuối non. Thay vì dùng đũa, thực khách sử dụng tay để cuốn bánh, tạo nên trải nghiệm ẩm thực độc đáo và gần gũi.

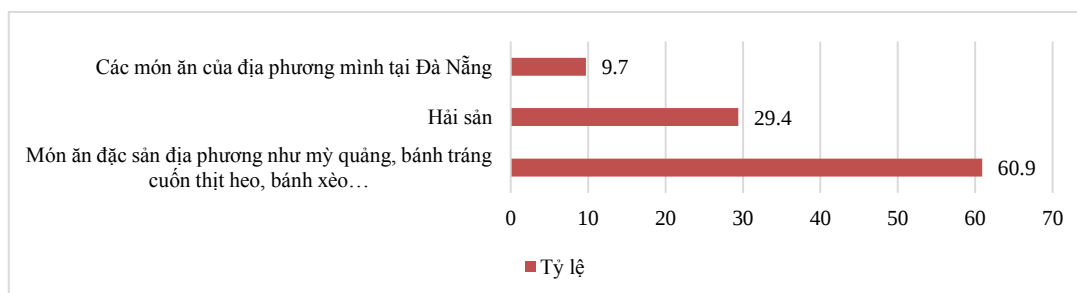
c) Gỏi cá Nam Ô

Gỏi cá Nam Ô là món đặc sản nổi tiếng của Đà Nẵng, có nguồn gốc từ làng chài Nam Ô. Món ăn này sử dụng cá trích tươi đánh bắt vào buổi sáng sớm, được chọn vì thịt ngọt, săn chắc và ít tanh. Quá trình chế biến cầu kỳ, đòi hỏi sự tỉ mỉ từ khâu làm sạch, phi lê đến việc tẩm ướp gia vị.

Gỏi cá Nam Ô có hai loại: gỏi khô và gỏi ướt. Gỏi khô được trộn với thính và các gia vị, trong khi gỏi ướt được trộn với nước dùng cay từ nước mắm Nam Ô. Nước chấm đặc trưng được chế biến từ nước ép cá, nước mắm và các gia vị, tạo nên vị chua ngọt đặc biệt. Món ăn thường được thưởng thức kèm bánh tráng, rau sống đa dạng và các loại quả như chuối chát, xoài xanh. Có hai cách ăn phổ biến là cuốn với bánh tráng hoặc trộn đều tất cả nguyên liệu. Gỏi cá Nam Ô phản ánh sự tinh tế trong ẩm thực và cách tận dụng nguồn lợi thủy hải sản của người dân Đà Nẵng. Từ món ăn dân dã, nó đã trở thành đặc sản nổi tiếng, thu hút nhiều du khách khi đến thăm thành phố này.

3.2. Nhu cầu tìm hiểu văn hóa ẩm thực Đà Nẵng

3.2.1. Đặc điểm thưởng thức ẩm thực của khách du lịch Đà Nẵng

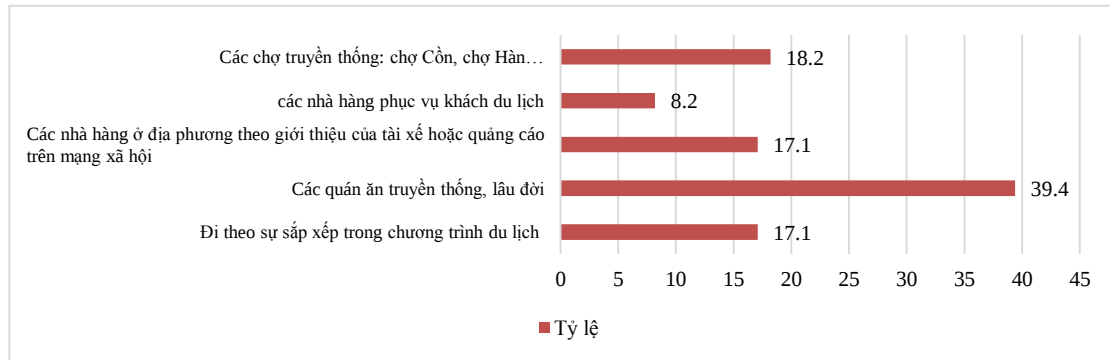


Hình 1. Xu hướng lựa chọn món ăn của khách du lịch Đà Nẵng

(Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Kết quả tại Hình 1 cho thấy có sự ưu tiên rõ rệt đối với ẩm thực địa phương trong lựa chọn của du khách. Cụ thể, 60,9% du khách ưu tiên thưởng thức các món ăn đặc sản địa phương như mì Quảng, bánh tráng cuốn thịt heo, bánh xèo..., phản ánh sự quan tâm lớn của du khách đối với việc trải nghiệm văn hóa ẩm thực đặc trưng của Đà Nẵng, đồng thời cho thấy tiềm năng phát triển du lịch ẩm thực của thành phố.

Đứng thứ hai trong sự ưa chuộng của du khách là các món hải sản, chiếm 29,4%. Sự lựa chọn này có thể được giải thích bởi vị trí địa lý ven biển của Đà Nẵng, nơi nổi tiếng với nguồn hải sản phong phú và tươi ngon. 9,7% du khách chọn ăn các món ăn của địa phương mình tại Đà Nẵng có thể do thói quen ăn uống hoặc điều kiện sức khỏe của bản thân.



Hình 2. Xu hướng lựa chọn địa điểm ăn uống của khách du lịch Đà Nẵng
(Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát)

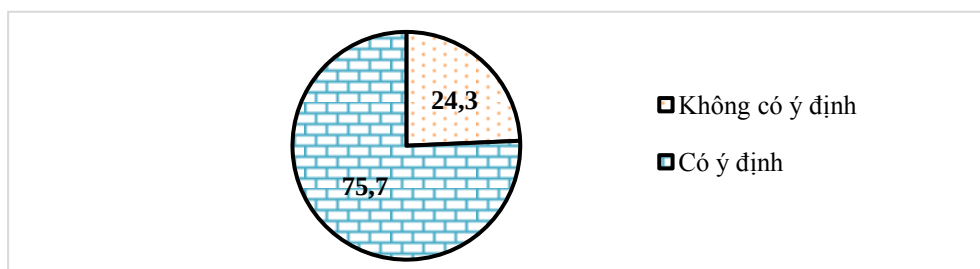
Kết quả khảo sát tại Hình 2 cho thấy sự đa dạng trong lựa chọn địa điểm ăn uống của du khách tại Đà Nẵng. Quán ăn truyền thống, lâu đời được ưa chuộng nhất (39,4%), phản ánh xu hướng tìm kiếm trải nghiệm ẩm thực đích thực. Chợ truyền thống đứng thứ hai (18,2%), thể hiện mong muốn trải nghiệm không khí sinh động và thưởng thức món ăn đường phố đặc trưng.

Có 17,1% du khách chọn ăn theo chương trình du lịch, tương đương với tỷ lệ chọn nhà hàng địa phương theo giới thiệu của tài xế hoặc quảng cáo trên mạng xã hội. Điều này cho thấy vai trò quan trọng của công ty lữ hành và người địa phương trong định hướng trải nghiệm ẩm thực. Chỉ 8,2% du khách chọn nhà hàng phục vụ khách du lịch, phản ánh xu hướng ưa thích trải nghiệm ẩm thực đích thực hơn là những nơi được thiết kế riêng cho khách du lịch.

Nhìn chung, kết quả này cho thấy du khách tìm kiếm trải nghiệm ẩm thực đa dạng, đích thực và mang đậm bản sắc địa phương khi đến Đà Nẵng.

3.2.2. Ý định và nhu cầu trải nghiệm văn hóa ẩm thực Đà Nẵng

a) Ý định trải nghiệm văn hóa ẩm thực Đà Nẵng

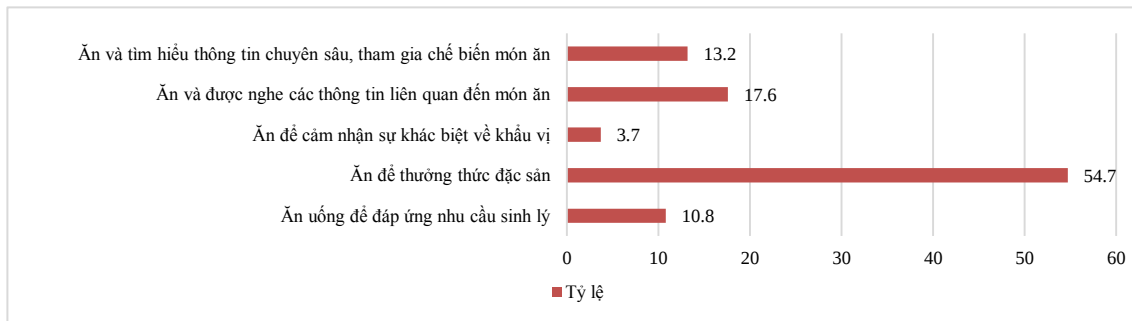


Hình 3. Ý định tìm hiểu văn hóa ẩm thực Đà Nẵng
(Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Theo kết quả tại Hình 3, có 296 du khách (75,7%) bày tỏ mong muốn dành thêm thời gian để khám phá văn hóa ẩm thực của thành phố này nếu có điều kiện, phản ánh một xu hướng tích cực và đáng chú ý trong hành vi du lịch hiện đại, nơi trải nghiệm ẩm thực không chỉ đơn thuần là việc ăn uống mà còn là một phương tiện để tìm hiểu sâu hơn về văn hóa và lối sống của địa phương. Mặt khác, vẫn có 95 du khách được hỏi (24,3%) không có ý định dành thêm thời gian để khám phá văn hóa ẩm thực Đà Nẵng, có thể do nhiều lý do như hạn chế về thời gian, ngân sách, hoặc đơn giản là ưu tiên cho các hoạt động du lịch khác.

b) Nhu cầu trải nghiệm văn hóa ẩm thực Đà Nẵng

- Mức độ tìm hiểu

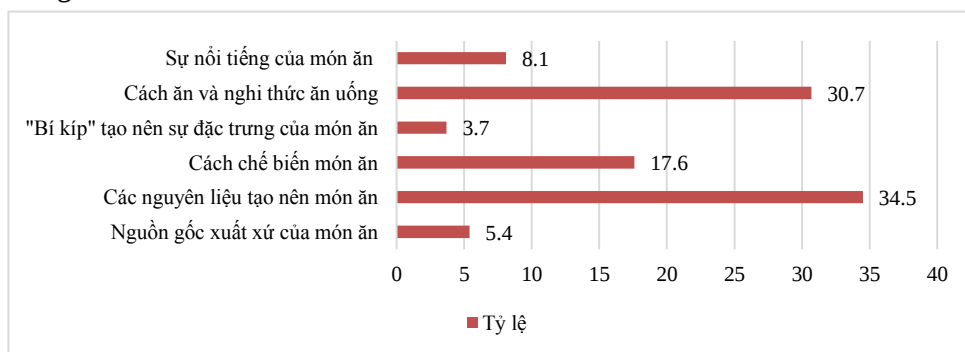


Hình 4. Mức độ tìm hiểu văn hóa ẩm thực của khách du lịch Đà Nẵng
(Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Theo kết quả khảo sát tại Hình 4, 54,7% du khách muốn thưởng thức đặc sản Đà Nẵng, phản ánh xu hướng tìm kiếm trải nghiệm và hương vị đặc trưng địa phương; 17,6% du khách muốn ăn và nghe thông tin liên quan, cho thấy sự quan tâm đến lịch sử và văn hóa của món ăn; 13,2% du khách mong muốn tìm hiểu chuyên sâu và tham gia chế biến, thể hiện nhu cầu học hỏi và trải nghiệm sâu sắc về ẩm thực địa phương.

Ngược lại, chỉ có 10,8% xem việc ăn uống như nhu cầu cơ bản và 3,7% muốn cảm nhận sự khác biệt về khẩu vị, cho thấy một bộ phận nhỏ không quá quan tâm đến việc khám phá văn hóa ẩm thực địa phương.

- Thông tin tìm hiểu

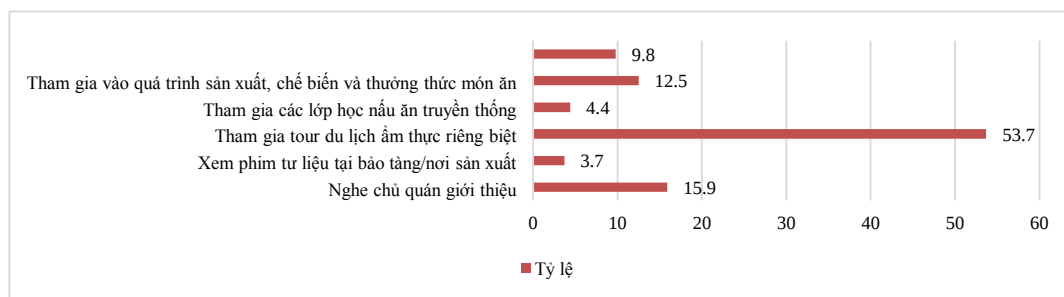


Hình 5. Nhu cầu tìm hiểu thông tin về văn hóa ẩm thực Đà Nẵng
(Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Kết quả khảo sát tại Hình 5 cho thấy 34,5% du khách ưu tiên tìm hiểu về các nguyên liệu tạo nên món ăn, thể hiện mong muốn hiểu rõ hơn về đặc trưng của ẩm thực địa phương thông qua các nguyên liệu. Có 30,7% du khách quan tâm đến cách ăn và nghi thức ăn uống, cho thấy nhu cầu trải nghiệm và hiểu rõ về văn hóa ẩm thực một cách toàn diện. Có 17,6% du khách muốn tìm hiểu về cách chế biến món ăn, có thể do sở thích nấu ăn hoặc mong muốn chế biến lại món ăn khi trở về nhà.

Ngược lại, chỉ có 5,4% du khách quan tâm đến nguồn gốc xuất xứ của món ăn, trong khi 3,7% muốn tìm hiểu về "bí kíp" tạo nên sự đặc trưng của món ăn. Mặc dù đây là những tỷ lệ nhỏ, nhưng cho thấy có một nhóm du khách đặc biệt quan tâm đến chiều sâu lịch sử và văn hóa của ẩm thực Đà Nẵng. Ngoài ra, 8,1% du khách muốn kiểm chứng sự nổi tiếng của món ăn, phản ánh ảnh hưởng của truyền thông và marketing trong việc định hình kỳ vọng của du khách về ẩm thực địa phương.

- Phương thức tìm hiểu



Hình 6. Các phương thức mong muốn được tìm hiểu văn hóa ẩm thực Đà Nẵng
(Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Về phương thức tìm hiểu, kết quả khảo sát tại Hình 6 cho thấy 53,7% du khách chọn tham gia tour du lịch ẩm thực riêng biệt, thể hiện nhu cầu ngày càng tăng đối với các trải nghiệm ẩm thực có tổ chức và chuyên nghiệp, cho phép du khách khám phá nhiều khía cạnh của ẩm thực địa phương một cách có hệ thống và thuận tiện.

Việc nghe chủ quán giới thiệu đứng thứ 2 với 15,9%, cho thấy du khách vẫn đánh giá cao thông tin trực tiếp từ người địa phương, đặc biệt là những người có kinh nghiệm và hiểu biết sâu sắc về món ăn. Có 12,5% du khách muốn tham gia vào quá trình sản xuất, chế biến và thưởng thức món ăn, 9,8% du khách chọn phương thức sinh sống cùng cộng đồng dân cư và nghiên cứu văn hóa ẩm thực địa phương, phản ánh xu hướng du lịch trải nghiệm một cách sâu sắc.

Các phương thức còn lại như tham gia lớp học nấu ăn truyền thống (4,4%) và xem phim tư liệu tại bảo tàng/nơi sản xuất (3,7%) chiếm tỷ lệ thấp hơn, nhưng vẫn cho thấy sự đa dạng trong nhu cầu tìm hiểu của du khách.

3.3. Đánh giá chung về nhu cầu tìm hiểu văn hóa ẩm thực của khách du lịch tại Đà Nẵng

Từ những kết quả khảo sát trên, nghiên cứu rút ra một số kết quả chính về nhu cầu tìm hiểu, khám phá văn hóa ẩm thực như sau:

- Phần lớn khách du lịch (75,5%) mong muốn được tìm hiểu, khám phá văn hóa ẩm thực thành phố Đà Nẵng nếu có thêm thời gian hoặc có các chương trình như mong muốn.
- Về mức độ tìm hiểu: phần lớn du khách muốn ăn để thưởng thức (54,7%), kể đến là muốn ăn và được nghe, tìm hiểu thông tin chuyên sâu về món ăn.
- Về thông tin tìm hiểu: có 34,5% khách được khảo sát quan tâm đến các nguyên liệu tạo nên món ăn, sau đó là cách ăn và nghi thức ăn uống, cách chế biến món ăn.
- Về các phương thức tìm hiểu: có 53,7% khách được khảo sát chọn tham gia tour du lịch ẩm thực riêng biệt; ngoài ra, du khách còn muốn được nghe chủ quán giới thiệu (15,9%), tham gia vào quá trình sản xuất, chế biến, thưởng thức món ăn, đặc biệt là sinh sống cùng cộng đồng dân cư và nghiên cứu văn hóa ẩm thực địa phương.

Những kết quả này cho thấy khách du lịch vẫn có nhu cầu lớn và đa dạng trong việc tìm hiểu văn hóa ẩm thực Đà Nẵng, với xu hướng ưa thích các trải nghiệm trực tiếp và chuyên sâu.

4. Kết luận và gợi ý một số giải pháp khai thác văn hóa ẩm thực phục vụ khách du lịch tại Đà Nẵng

Ăn uống không chỉ là nhu cầu cơ bản của con người mà còn thể hiện bản sắc văn hóa và các giá trị truyền thống lâu đời. Không chỉ là món ăn, văn hóa ẩm thực còn thể hiện phong tục tập quán, khẩu vị, lối sống của một cộng đồng dân cư. Ngoài ra, văn hóa ẩm thực còn là tài nguyên du lịch hấp dẫn, góp phần thu hút khách du lịch đến với địa phương. Kết quả khảo sát 391 khách du lịch quốc tế và nội địa đã từng đến Đà Nẵng cho thấy có đến 75,5% du khách mong muốn được tìm hiểu, khám phá văn hóa ẩm thực của Đà Nẵng.

Từ kết quả khảo sát trên, bài viết đưa ra một số giải pháp nhằm khai thác hiệu quả hơn nữa văn hóa ẩm thực Đà Nẵng, góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch của thành phố như sau:

Trước hết, việc phát triển các chương trình du lịch ẩm thực chuyên đề là một giải pháp quan trọng. Cần thiết kế các chương trình đa dạng, từ nửa ngày đến nhiều ngày, tập trung vào việc khám phá các món ăn đặc sản; kết hợp tham quan chợ, quán ăn truyền thống, nhà hàng nổi tiếng và các điểm ẩm thực đường phố, tạo ra trải nghiệm toàn diện cho du khách. Đồng thời, việc tổ chức các lớp học nấu ăn truyền thống là một cách hiệu quả để đáp ứng nhu cầu tìm hiểu chuyên sâu của du khách.

Thứ hai, xây dựng chương trình "Ăn cùng người dân địa phương" có thể đáp ứng nhu cầu trải nghiệm văn hóa ẩm thực đích thực; tạo cơ hội cho du khách ăn tối cùng gia đình địa phương, đồng thời giới thiệu về nghi thức ăn uống và văn hóa địa phương. Bên cạnh đó, việc đào tạo nhân viên và chủ quán để có thể giới thiệu chi tiết về món ăn, nguyên liệu và cách chế biến, cùng với việc tổ chức các buổi trình diễn nấu ăn trực tiếp tại nhà hàng sẽ tạo ra trải nghiệm ẩm thực phong phú và thú vị.

Thứ ba, đưa các khu trưng bày, phim tư liệu và khu vực thực hành ẩm thực vào bảo tàng, cùng với việc phát triển các khu ẩm thực tập trung, nơi du khách có thể thưởng thức nhiều món ăn đặc trưng trong một không gian, sẽ tạo ra những trải nghiệm ẩm thực đa dạng và toàn diện.

Cuối cùng, việc tổ chức các sự kiện và lễ hội ẩm thực có thể đáp ứng nhu cầu của đa số du khách muốn tìm hiểu về văn hóa ẩm thực Đà Nẵng. Các lễ hội ẩm thực thường niên, giới thiệu các món ăn đặc sản và văn hóa ẩm thực Đà Nẵng, kết hợp với các sự kiện văn hóa khác sẽ tạo ra trải nghiệm tổng thể cho du khách, đồng thời quảng bá văn hóa ẩm thực địa phương một cách hiệu quả.

Những giải pháp này, khi được triển khai đồng bộ và hiệu quả, sẽ không chỉ đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách trong việc tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa ẩm thực Đà Nẵng, mà còn góp phần phát triển du lịch bền vững và quảng bá văn hóa địa phương trên phạm vi rộng hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1] P. Hoang, *Vietnamese Dictionary*. Da Nang Publishing House - Dictionary Center, 2003.
- [2] C. M. Hall and L. Sharples, "The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste," in *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Routledge, 2003, pp. 1-24.
- [3] J. Kivela and J. C. Crotts, "Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination," *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 30, no. 3, pp. 354-377, 2006.
- [4] L. M. Long, "Cultural politics in culinary tourism with ethnic foods," *Business Administration Journal*, vol. 58, no. 3, pp. 316-324, 2018.
- [5] L. T. S. Nguyen, "'Food story' in Vietnam tourism development," *TNU Journal of Science and Technology*, vol. 226, no. 08, pp. 348-356, 2021.
- [6] T. X. Vuong, "Food tourism: Global experience and current situation in Vietnam," *Social Sciences Information Review*, no. 4, pp. 45-51, 2018.
- [7] C. C. Le and D. X. Dong, "Effect of the local food on tourist's satisfaction: A case study with international tourists to Nha Trang," *Journal of Economics and Development*, no. 224, pp. 88-99, 2016.
- [8] T. T. Q. Truong, "Exploring the culinary culture for tourism development of Tay Ninh province," *Vietnam Trade and Industry Review*, no. 11, pp. 249-253, 2023.
- [9] W. G. Cochran, *Sampling Techniques*, 3rd Edition, John Wiley & Sons, New York, 1977.
- [10] DaNang Today, "Developing cuisine into a unique tourism product," June 05, 2024. [Online]. Available: <https://baodanang.vn/bao-xuan-2021/202102/van-hoa-am-thuc-dat-quang-3876721/index.htm>. [Accessed July 20, 2024].
- [11] DaNang Today, "Culinary Culture of Quang Region," February 02, 2021. [Online]. Available: <https://baodanang.vn/Multimedia/Emagazine/202406/multimedia-am-thuc-dai-su-du-lich-da-nang-ky-cuoi-phat-trien-am-thuc-thanh-san-pham-du-lich-dac-sac-3973033/>. [Accessed September 08, 2024].
- [12] Young People's Newspaper, "Visiting Tuy Loan Ancient Village to eat Quang noodle," March 28, 2019. [Online]. Available: <https://thanhnien.vn/den-lang-co-tuy-loan-an-mi-quang-185836895.htm>. [Accessed August 02, 2024].
- [13] T. D. Nguyen, *Exploring traditional Vietnamese cuisine*. Tre Publishing House, 2019.