

## LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành khoá luận này, lời đầu tiên em xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của cô giáo Thạc sĩ Vũ Thị Thanh Hương, khoa Văn hoá – Du lịch, trường Đại học Dân lập Hải Phòng.

Trong suốt thời gian thực hiện luận văn, mặc dù rất bận rộn trong công việc nhưng cô vẫn dành rất nhiều thời gian và tâm huyết trong việc hướng dẫn em. Cô đã cung cấp cho em rất nhiều hiểu biết về một lĩnh vực mới khi em mới bắt đầu bước vào thực hiện luận văn. Trong quá trình thực hiện luận văn, cô luôn định hướng, góp ý, sửa chữa những chỗ sai, giúp em không bị lạc lối trong biển kiến thức mênh mông.

Cho đến hôm nay, luận văn của em đã được hoàn thành cũng chính là nhờ sự nhắc nhở, đôn đốc, sự giúp đỡ nhiệt tình của cô.

Em cũng xin chân thành cảm ơn các thầy cô giáo trong khoa Văn hoá – Du lịch đã giúp đỡ chúng em trong 4 năm học qua. Chính các thầy cô đã xây dựng cho chúng em những kiến thức nền tảng và những kiến thức chuyên môn để em có thể hoàn thành luận văn này cũng như những công việc của mình sau này.

Do hạn chế về mặt hiểu biết và kinh nghiệm nên khoá luận không tránh khỏi những thiếu sót, khiếm khuyết. Vậy em rất mong nhận được ý kiến bổ sung, đóng góp của quý thầy cô và các bạn để bài khoá luận của em hoàn chỉnh hơn.

***Em xin chân thành cảm ơn!***

*Hải Phòng, ngày 25 tháng 6 năm 2011*

Sinh viên

***Phạm Thị Năm***

# **ĐỀ TÀI: KHAI THÁC VĂN HOÁ ẨM THỰC HẢI DƯƠNG PHỤC VỤ HOẠT ĐỘNG DU LỊCH**

## **PHẦN MỞ ĐẦU**

### **1. Lý do chọn đề tài**

Trong đời sống của con người, ẩm thực không những là văn hoá mà nó còn hàm chứa những ý nghĩa triết lý.

Từ xa xưa trong dân gian nước ta đã đúc kết thành câu tục ngữ: “Học ăn, học nói, học gói, học mở” chủ yếu để nhắc nhở những người mới bước vào đời thì khâu đầu tiên là “học ăn”. Ở các nước khác trên thế giới, ngoài quan niệm dân gian thì các nhà chuyên môn, những người yêu thích, hiểu ẩm thực...đều bàn luận, viết những tài liệu, những cuốn sách hay về nghệ thuật ăn uống. Một trong những cuốn sách hay là cuốn *Phân tích khẩu vị* của luật sư người Pháp Jean Anthelme Brillat Savarin, được xuất bản lần đầu ở Pari năm 1825 gây tiếng vang rất lớn. Ông cho rằng: “Chính tạo hoá giúp con người kiếm thức ăn, nuôi sống họ lại còn cho họ nếm mùi khoái lạc với các món ăn ngon” [33.10]. Đó là một niềm hạnh phúc lớn lao của con người, là phần thưởng của tạo hoá dành cho con người. Mỗi dân tộc trong quá trình lịch sử hình thành và phát triển của mình đều có phong cách ẩm thực với những đặc thù nhất định theo đó: “có thể đoán biết được phần chính yếu của số phận một dân tộc thông qua việc quan sát họ ăn như thế nào”.[98.10]

Đối với cá nhân riêng lẻ cũng vậy: “Hãy cho tôi biết anh thường xuyên thích ăn món gì, tôi sẽ có thêm cứ luận để nói rõ cho anh biết anh là người thế nào”. [10]

Đã có một vài nhận xét thú vị được rút ra như sau:

Ăn chính là nghệ thuật: “Chúng ta dựa vào trí tuệ lẫn tiếp, tình cảm đẹp để xây dựng cuộc sống có chất lượng cao, ngày một hoàn thiện vì vậy cần phải biết chọn thức ăn ngon - một biểu hiện của chất lượng cuộc sống”. Rõ ràng là biết chọn món ăn ngon, phù hợp với mình là cả một nghệ thuật.

Ăn là biểu hiện văn hoá ứng xử: “Ăn uống thô tục là không biết ăn”. Cha ông ta dạy: “Ăn trông nòi, ngồi trông hương” là rất ý nhị. Có người cho rằng khi ăn cũng phải giữ phong độ uy vũ, mạnh mẽ, chân tình nhưng tránh thô tục. “Nam

thực như hổ, nữ thực như miêu” là muốn nhấn mạnh ý người nam ăn phải khoẻ, tư thế vẫn tỏ rõ nam tính, còn nữ thì trái lại phải ăn uống dịu dàng, làm dáng, thể hiện cả nữ tính yếu điệu như mèo cả trong khi ăn.

Ăn chính là thực hiện niềm vui sáng tạo: “Phát hiện một món ăn mới phải thấy là vui sướng như phát hiện ra một ngôi sao mới”. Tạo ra món ăn mới là một phát minh - nếu suy nghĩ được như vậy thì ẩm thực mới phát triển và thực ra nó cũng là một trong những nguồn cảm hứng vô tận cho những ai yêu nó, để tâm sức vào nghiên cứu nó.

Nghệ thuật ẩm thực được thể hiện rõ nét nơi người đầu bếp, khi chuẩn bị món ăn họ phải sắp xếp sao cho nguyên liệu vừa đủ với số lượng khách; nồi, niêu, xoong, chảo, bát, đĩa, thìa, dao, thớt sạch sẽ. Nấu món ăn nào trước, món ăn nào sau phải hợp lý, thứ tự, thái độ nấu nướng vui vẻ, hứng khởi. Khi dọn ăn nên chú ý lời mời chào tiếp món ăn chu đáo, ý vị thì càng làm cho các món ăn ngon thêm bội phần. Văn hoá ẩm thực ngày càng được đông đảo công chúng và các chuyên gia văn hoá chú ý không chỉ ở nước ta mà ở nhiều nước.

Nghệ thuật ẩm thực đa dạng là một trong những lý do thu hút khách du lịch. Một điều dễ thấy là du khách mỗi khi đến các điểm du lịch không chỉ muốn khám phá những điều mới lạ mà còn muốn được thưởng thức ẩm thực của những nơi này. Ẩm thực có sức thu hút du khách rất lớn.

Chính vì vậy, văn hoá ẩm thực cũng được coi như một tài nguyên du lịch, thu hút với những đối tượng khách muốn tìm hiểu về văn hoá ẩm thực của một quốc gia, một vùng miền.

Trong những năm gần đây, vấn đề ẩm thực đã được xã hội quan tâm rộng rãi hơn. Cuộc sống của nền kinh tế thị trường đã mở ra nhiều hướng tiếp cận mới với văn hoá ăn uống đặc biệt trong lĩnh vực kinh doanh du lịch. Trên khắp mọi miền đất nước các nhà kinh doanh du lịch đã nắm bắt nhu cầu, thị hiếu của thực khách, của khách du lịch trong và ngoài nước muốn thưởng thức các món ăn, những kiểu ăn khác nhau ở khắp các vùng, miền trên đất nước Việt Nam. Dựa trên đặc điểm đó nhiều nhà hàng chuyên phục vụ các món ăn đặc sản dân tộc đã mọc lên. Nhưng sẽ thú vị và độc đáo hơn nếu du khách được thưởng thức những món ăn ngon,

những vật lạ ngay trên mảnh đất mà họ đã đặt chân đến khi đi du lịch.

Hải Dương là tỉnh có tiềm năng to lớn để phát triển du lịch tự nhiên và du lịch nhân văn, là vùng đệm kinh tế của Hà Nội và Hải Phòng. Vì vậy, Hải Dương cần tận dụng mọi khả năng sẵn có của mình để đưa nền kinh tế hoà nhập với nền kinh tế chung của cả nước.

Văn hoá ẩm thực Hải Dương cũng là một trong những loại tài nguyên có giá trị cần phải được tìm hiểu và khai thác một cách có hiệu quả. Khách du lịch đến với Hải Dương không những được tham quan những danh lam thắng cảnh đẹp mà còn được thưởng thức những món ăn ngon mang đậm bản sắc nơi đây.

Với mong muốn đem lại cho du khách một cái nhìn toàn diện hơn về bức tranh ẩm thực Hải Dương đồng thời mở ra một hướng phát triển mới cho hoạt động du lịch của thành phố và đóng góp vào sự phát triển chung của du lịch nước nhà, người viết đã lựa chọn đề tài: “Khai thác văn hoá ẩm thực Hải Dương phục vụ hoạt động du lịch” làm đề tài khoá luận của mình.

## **2. Mục tiêu của đề tài**

Hệ thống hoá các quan niệm khác nhau về văn hoá ẩm thực làm cơ sở lý thuyết cho việc nghiên cứu tiềm năng văn hoá ẩm thực Hải Dương.

Làm rõ tiềm năng ẩm thực của Hải Dương để phục vụ cho sự phát triển du lịch qua việc tìm hiểu những món ăn đặc sắc trong kho tàng văn hoá ẩm thực Hải Dương. Bên cạnh đó đề tài cũng đưa ra một số giải pháp cụ thể để nâng cao chất lượng hoạt động khai thác du lịch ở Hải Dương.

Ngoài ra bài viết còn có ý nghĩa quảng bá giá trị văn hoá, phong tục tập quán, cách thức ăn uống, thói quen sống của người dân Hải Dương.

## **3. Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu là văn hoá ẩm thực của người dân Hải Dương, khả năng khai thác văn hoá ẩm thực Hải Dương phục vụ phát triển du lịch.

## **4. Phạm vi nghiên cứu**

Nghiên cứu văn hoá ẩm thực tại tỉnh Hải Dương.

## **5. Phương pháp nghiên cứu**

Bài viết đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

Phương pháp thu thập và xử lý tài liệu: trên cơ sở thu thập thông tin tư liệu từ nhiều lĩnh vực như văn hoá, ẩm thực, du lịch...; nhiều nguồn tư liệu khác nhau có liên quan tới đề tài như sách, báo, đài, tivi, tạp chí, các trang web... người viết đã xử lý chọn lọc để có những kết luận cần thiết và cái nhìn khái quát về vấn đề nghiên cứu.

Phương pháp phân tích, tổng hợp: phương pháp này giúp định hướng, thống kê, phân tích để có cách nhìn tương quan, phát hiện ra các yếu tố và sự ảnh hưởng của yếu tố tới hoạt động du lịch trong đề tài nghiên cứu, từ đó có định hướng, chiến lược, giải pháp phát triển du lịch mang tính khoa học, thực tiễn và đạt hiệu quả cao trong phạm vi nghiên cứu của đề tài.

## **6. Bố cục của khoá luận**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục, nội dung của khoá luận được trình bày với 3 chương chính:

Chương 1: *Cơ sở lý luận chung - Khái quát về văn hoá ẩm thực Việt Nam.*

Chương 2: *Khái quát về tỉnh Hải Dương và đặc trưng văn hoá ẩm thực Hải Dương.*

Chương 3: *Một số giải pháp nhằm khai thác văn hoá ẩm thực Hải Dương phục vụ hoạt động du lịch.*

## **PHẦN NỘI DUNG**

### **CHƯƠNG 1**

## **CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG – KHÁI QUÁT VỀ VĂN HOÁ ẨM THỰC VIỆT NAM**

### **1.1. Một số khái niệm**

#### **1.1.1. Một số vấn đề lý luận về văn hoá**

##### ***1.1.1.1. Khái niệm văn hoá***

Văn hoá là sự thăng hoa, sự hoá thân con người văn minh vào mọi hoàn cảnh, mọi tương tác tự nhiên xã hội, trong những không gian thời gian nhất định.

Bản thân từ “văn” có nghĩa là sự biểu hiện ra bên ngoài, là vẻ đẹp do màu sắc tạo ra, nó biểu hiện một quy tắc ứng xử được cho là đẹp đẽ; “hoá” có nghĩa là chuyển thành, trở thành, đã thành.

Trong tiếng Việt, văn hoá được dùng theo nghĩa thông dụng để chỉ học thức, lối sống; theo nghĩa chuyên biệt để chỉ trình độ phát triển của một giai đoạn.

Theo Federico Mayor – tổng giám đốc UNESCO đã nhận định: “Văn hoá sinh ra cùng với con người, có mặt trong bất cứ hoạt động nào của con người, dù là hoạt động sản xuất vật chất, sản xuất tinh thần hay trong quan hệ giao tiếp ứng xử xã hội và cả trong thái độ đối với tự nhiên”.

Trong Cơ sở văn hoá Việt Nam, PGS.TS Trần Ngọc Thêm đã đưa ra định nghĩa: “Văn hoá là một hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo và tích lũy qua quá trình hoạt động thực tiễn, trong sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên và xã hội”.

Chủ tịch Hồ Chí Minh quan niệm: “Vi lẽ sinh tồn cũng như mục đích của cuộc sống, loài người mới sáng tạo và phát minh ra ngôn ngữ, chữ viết, đạo đức, pháp luật, khoa học, tôn giáo, văn học nghệ thuật, những công cụ cho sinh hoạt hàng ngày về mặt ăn ở và các phương thức sử dụng. Toàn bộ những sáng tạo và phát minh đó tức là văn hoá. Văn hoá là sự tổng hợp của mọi phương thức sinh hoạt cùng với biểu hiện của nó mà loài người sản sinh ra nhằm thích ứng với yêu cầu đời sống và đòi hỏi sự sinh tồn”. [431.3]

Từ những khái niệm trên các nhà nghiên cứu đã thống nhất:

- Văn hoá là cái làm phân biệt giữa con người và thực vật.
- Văn hoá là do học mà có chứ không phải theo di truyền.
- Văn hoá là cái phân biệt giữa cộng đồng này với cộng đồng khác.

#### **1.1.1.2. Các đặc trưng và chức năng của văn hoá**

GS.TS Trần Ngọc Thêm đã nêu ra văn hoá có các đặc trưng và chức năng như sau:

**Đặc trưng thứ nhất của văn hoá là tính hệ thống.** Đặc trưng này giúp phát hiện những mối liên hệ mật thiết giữa các hiện tượng, sự kiện thuộc một nền văn hoá, phát hiện ra các đặc trưng, những quy luật hình thành và phát triển của nó.

Nhờ có tính hệ thống mà văn hoá với tư cách là một thực thể bao trùm mọi hoạt động xã hội, thực hiện được *chức năng tổ chức xã hội*. Nó là nền tảng của xã hội – có lẽ chính vì vậy mà người Việt Nam ta dùng từ chỉ loại “nền” để xác định khái niệm văn hoá (nền văn hoá).

Tính hệ thống của văn hoá ẩm thực: ăn uống là một cách thể hiện trình độ văn minh, thể hiện lối sống của con người. Mỗi dân tộc, mỗi vùng miền đều có một tập quán ăn uống riêng không nơi nào giống nơi nào. Đặc điểm ăn uống đó xuất phát từ quá trình sống, điều kiện địa lý, kinh tế, tập quán, khí hậu, điều kiện xã hội và các tác động bên ngoài khác nhau mà chỉ cần nhắc tới tên món ăn, cách ăn người ta cũng có thể nhận ra họ đang ở vùng nào, miền nào.

**Đặc trưng quan trọng thứ hai của văn hoá là tính giá trị.** Tính giá trị cần để phân biệt giá trị với phi giá trị. Nó là thước đo mức độ nhân bản của xã hội và con người. Các giá trị văn hoá, theo mục đích có thể chia thành giá trị vật chất và giá trị tinh thần; theo ý nghĩa có thể chia thành giá trị sử dụng, giá trị đạo đức và giá trị thẩm mỹ; theo thời gian có thể phân biệt các giá trị vĩnh cửu và giá trị nhất thời.

Nhờ thường xuyên xem xét các giá trị mà văn hoá thực hiện được chức năng quan trọng thứ hai là *chức năng điều chỉnh xã hội*, giúp cho xã hội điều chỉnh được trạng thái cân bằng động, không ngừng tự hoàn thiện và thích ứng với những biến đổi của môi trường, giúp định hướng các chuẩn mực, làm động lực cho sự phát

triển của xã hội.

Tính giá trị của văn hoá ẩm thực bao gồm cả giá trị vật chất và giá trị tinh thần. Giá trị vật chất mà ăn uống đem lại là cách cung cấp năng lượng cho cơ thể mà chúng ta đã làm hao tổn do lao động. Khi đời sống người dân còn thấp thì việc “ăn lấy no” được mọi người quan tâm hàng đầu, chưa nghĩ đến nhu cầu “ăn ngon mặc đẹp” vì điều kiện thực tế chưa cho phép. Nhưng khi xã hội ngày càng phát triển, con người không chỉ mong được “ăn no mặc ấm” mà chuyển sang “ăn ngon mặc đẹp”. Ăn uống giờ đây không chỉ mang giá trị vật chất mà còn mang giá trị tinh thần. Món ăn không những phải đủ chất mà còn phải hợp khẩu vị, phải nhìn ngon mắt nữa.

**Đặc trưng thứ ba của văn hoá là tính nhân sinh.** Tính nhân sinh cho phép phân biệt văn hoá như một hiện tượng xã hội với các giá trị tự nhiên. Do mang tính nhân sinh, văn hoá trở thành sợi dây nối liền con người với con người, nó thực hiện *chức năng giao tiếp* và có tác dụng liên kết họ lại với nhau.

Tính nhân sinh của văn hoá ẩm thực được thể hiện ở tình đoàn kết dân tộc, sự đùm bọc nhau trong cơn hoạn nạn, ở việc “nhường cơm sẻ áo”, “một miếng khi đói bằng một gói khi no”.

Nghệ thuật ăn uống của người Việt Nam không chỉ gói gọn trong cách chế biến, bài trí món ăn mà còn bao gồm cả phong cách ứng xử. Đó là cách xử sự đẹp giữa con người với con người trong bữa ăn. Trước khi ăn, có lời mời “xơi” cơm đối với người hơn tuổi mình, ăn xong phải có lời “xin phép” rồi mới đứng dậy. Trong khi ăn ở gia đình, người Việt có thể nói chuyện thân mật, chuyện nhà, chuyện cửa, chuyện làng xóm... Đó chính là chức năng giao tiếp của văn hoá ẩm thực.

**Đặc trưng thứ tư của văn hoá là tính lịch sử:** văn hoá bao giờ cũng được hình thành trong một quá trình và tích lũy qua nhiều thế hệ. Tính lịch sử tạo nên văn hoá một bề dày, một chiều sâu. Tính lịch sử được duy trì bằng truyền thống văn hoá. Truyền thống văn hoá tồn tại nhờ giáo dục. *Chức năng giáo dục* là chức năng quan trọng thứ tư của văn hoá. Nhờ nó mà văn hoá đóng vai trò quyết định trong việc hình thành nhân cách con người. Từ chức năng giáo dục, văn hoá có



chức năng phái sinh là *đảm bảo tính kế tục của lịch sử*. Nó là một thứ gien xã hội di truyền phẩm chất con người lại cho các thế hệ mai sau.

Tính lịch sử của văn hoá ẩm thực chính là sự duy trì truyền thống văn hoá từ thời xa xưa đến nay và được thể hiện trong bữa ăn gia đình đặc biệt gia đình nhiều thế hệ là một môi trường văn hoá, một không gian văn hoá thể hiện một quá trình tiếp nối và bảo lưu văn hoá khá độc đáo của người Việt. Ở đây, mọi yếu tố văn hoá không chỉ chuyên tải trong chuyện ăn gì mà còn luôn luôn được gìn giữ trong khuôn phép cổ truyền, một lối ăn theo trật tự truyền thống.

Chức năng giáo dục của văn hoá ẩm thực: qua văn hoá ăn để giáo dục con người về tính chăm chỉ “Có làm thì mới có ăn. Không dung ai dễ đem phần đến cho”; tính tiết kiệm “Khéo ăn thì no, khéo co thì ấm”; ứng xử đạo đức “Ăn quả nhớ kẻ trồng cây”, “Ăn tùy nơi, chơi tùy chốn”...

Chức năng đảm bảo tính kế tục lịch sử: văn hoá ẩm thực kế thừa truyền thống văn hoá của cha ông từ bao đời nay và gắn liền với sự phát triển của dân tộc. Đó là văn hoá trong bữa ăn thể hiện ở lời mời ăn “lời chào cao hơn mâm cỗ”, những kinh nghiệm trong ăn uống “tháng chín ăn rươi, tháng mười ăn nhộng”...

### ***1.1.1.3. Các thành tố của văn hoá***

#### **a. Văn hoá vật thể**

Văn hoá vật thể là toàn bộ các giá trị vật chất do con người sáng tạo ra và đặc trưng cho trình độ đạt được của lịch sử xã hội.

Văn hoá vật thể của nước ta phong phú, đa dạng, đặc sắc, mang các giá trị lịch sử văn hoá, gắn liền với lịch sử hình thành và phát triển của đất nước. Bao gồm di tích khảo cổ, di tích kiến trúc nghệ thuật, di tích lịch sử, di tích khảo cổ... Trong đó các di tích kiến trúc nghệ thuật như chùa, đình, đền, nhà thờ, lăng tẩm, cung điện, bảo tàng...lưu giữ nhiều giá trị lịch sử, kiến trúc nghệ thuật văn hoá có giá trị, là những điểm tham quan nghiên cứu hấp dẫn du khách.

Từ năm 1962 đến năm 1997, Nhà nước đã xếp hạng được 2147 di tích gồm: 1120 di tích lịch sử, 939 di tích kiến trúc nghệ thuật, 25 di tích khảo cổ, 63 thắng cảnh. Trong đó có 109 di tích được xếp hạng đặc biệt. Tính đến năm 1997, nước ta đã xây dựng được 113 bảo tàng, trong đó có 82 bảo tàng thuộc lực lượng vũ trang.

Ngoài các di tích được xếp hạng quốc gia, nước ta còn có 6646 di tích có ý nghĩa địa phương.

Các di tích lịch sử văn hóa là một trong số những dạng thức chính của văn hóa vật thể. Di tích lịch sử văn hoá chứa đựng nhiều nội dung lịch sử khác nhau. Mỗi di tích có nội dung, giá trị văn hoá, lượng thông tin riêng biệt. Có thể phân biệt thành 4 loại di tích lịch sử - văn hoá sau:

- + Loại hình di tích văn hoá khảo cổ.
- + Loại hình di tích lịch sử.
- + Loại hình di tích văn hoá - nghệ thuật.
- + Các danh lam thắng cảnh

## **b. Văn hoá phi vật thể**

Văn hoá phi vật thể là một bộ phận của văn hoá nói chung. Theo nghĩa rộng, đó là toàn bộ kinh nghiệm tinh thần của nhân loại, của các hoạt động trí tuệ, bảo đảm xây dựng con người với những nhân cách tốt, tác động dựa trên ý chí và sáng tạo. Theo nghĩa hẹp, văn hoá phi vật thể được coi là một phần của nền văn hóa, gắn với cuộc sống tâm linh của con người, thể hiện những giá trị, lí tưởng, kiến thức.

Những dạng thức chính của văn hoá phi vật thể là:

- + Ngữ văn truyền miệng.
- + Các hình thức diễn xướng dân gian.
- + Những hành vi ứng xử và phong tục tập quán của con người.
- + Các hình thức nghi lễ, tín ngưỡng tôn giáo, phong tục, lễ hội.
- + Tri thức dân gian.
- + Văn hoá nghệ thuật.
- + Nghệ thuật ẩm thực
- + Văn hóa các tộc người

### **1.1.2. Một số vấn đề lý luận về du lịch**

#### **1.1.2.1. Khái niệm du lịch**

Thuật ngữ du lịch đã trở nên rất thông dụng, nó bắt nguồn từ tiếng Hy Lạp với ý nghĩa đi một vòng. Trong tiếng Việt thuật ngữ này được dịch thông qua tiếng

Hán. Du có nghĩa là đi chơi, lịch có nghĩa là từng trải. Tuy nhiên người Trung Quốc gọi du lịch là du lãm với nghĩa là đi chơi để nâng cao nhận thức.

Do hoàn cảnh (thời gian, khu vực) khác nhau, dưới mỗi góc độ nghiên cứu khác nhau, mỗi người có một cách hiểu về du lịch khác nhau. Đúng như một chuyên gia về du lịch đã nhận định: “đối với du lịch, có bao nhiêu tác giả nghiên cứu thì có bấy nhiêu định nghĩa”.

Luật du lịch của nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam ban hành ngày 01 tháng 01 năm 2006, tại chương 1, điều 10 định nghĩa: “Du lịch là hoạt động của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong thời gian nhất định”.

#### ***1.1.2.2. Chức năng của du lịch***

##### ***❖ Chức năng xã hội***

Phục hồi và tăng cường sức sống, khả năng lao động cho xã hội, kéo dài tuổi thọ trung bình của con người.

Tạo điều kiện để nâng cao nhận thức cá nhân, nâng cao lòng tự hào dân tộc.

Góp phần bảo tồn và phục hồi các giá trị về văn hoá, lịch sử và nhân văn.

Thúc đẩy giao lưu văn hoá, tăng cường sự hiểu biết, tình đoàn kết giữa các dân tộc.

##### ***❖ Chức năng chính trị***

Du lịch là thông điệp của hoà bình, thông qua du lịch các quốc gia thêm hiểu biết về nhau.

Du lịch góp phần ổn định các khu vực trên thế giới.

##### ***❖ Chức năng kinh tế***

Kích thích sự phát triển của nhiều ngành kinh tế cả trực tiếp và gián tiếp phục vụ cho du lịch.

Góp phần tăng thu nhập quốc dân, tích lũy ngoại tệ thông qua hoạt động du lịch quốc tế.

Tạo ra số lượng việc làm tương đối lớn góp phần giải quyết bài toán thất nghiệp, cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân.

##### ***❖ Chức năng sinh thái***

Giúp con người sống hoà hợp với môi trường thiên nhiên.

Nâng cao nhận thức của con người về giá trị của tự nhiên, từ đó làm thay đổi thái độ hành vi của con người với môi trường tự nhiên.

Góp phần kích thích việc khôi phục và tối ưu hoá môi trường thiên nhiên thông qua đầu tư, tu bổ cho hoạt động du lịch.

### **1.1.2.3. Tài nguyên du lịch**

#### **❖ Khái niệm tài nguyên du lịch**

Tài nguyên du lịch là loại tài nguyên có đặc điểm giống những loại tài nguyên nói chung, song có một số đặc điểm riêng gắn với sự phát triển của ngành du lịch.

Khoản 4 (điều 4, chương 1) Luật Du lịch Việt Nam năm 2005 quy định: “Tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên, di tích lịch sử văn hoá, công trình lao động sáng tạo của con người và các giá trị nhân văn khác có thể được sử dụng nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch, là yếu tố cơ bản để hình thành các khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch”.

#### **❖ Vai trò của tài nguyên du lịch**

Tài nguyên du lịch là yếu tố cơ bản để tạo thành các sản phẩm du lịch, làm cơ sở cho việc phát triển du lịch, là hạt nhân cho việc hình thành nơi đến du lịch.

Tài nguyên du lịch là mục đích chuyến đi của du khách và tạo những điều kiện thuận lợi để đáp ứng các nhu cầu của họ trong chuyến đi.

Tài nguyên du lịch là một bộ phận cấu thành quan trọng của tổ chức lãnh thổ du lịch.

Tài nguyên du lịch ảnh hưởng tới cấu trúc và tính chuyên môn hoá của du lịch.

Số lượng và chất lượng tài nguyên và sự kết hợp của các loại tài nguyên trong một lãnh thổ sẽ ảnh hưởng đến quy mô và việc mở rộng phạm vi của nơi đến du lịch.

#### **❖ Phân loại tài nguyên du lịch**

Tài nguyên du lịch bao gồm tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn.

**Tài nguyên du lịch tự nhiên** là tổng thể tự nhiên với các thành phần của nó có thể góp phần khôi phục và phát triển thể lực và trí lực của con người, khả năng lao động và sức khoẻ của họ được sử dụng vào việc phục vụ cho nhu cầu du lịch cũng như sản xuất ra các dịch vụ du lịch. Bao gồm các yếu tố như địa chất, địa hình, địa mạo, khí hậu, thuỷ văn, hệ sinh thái, cảnh quan tự nhiên được khai thác hoặc được sử dụng phục vụ mục đích du lịch.

**Tài nguyên du lịch nhân văn** là các đối tượng, hiện tượng do con người sáng tạo ra trong suốt quá trình tồn tại và phát triển của mình và có giá trị phục vụ cho du lịch. Gồm các đặc điểm sau:

- Mang tính tập trung dễ tiếp cận: thường gắn bó với con người và tập trung ở các điểm quần cư, các thành phố lớn.

- Tài nguyên du lịch nhân văn có tính truyền đạt nhận thức nhiều hơn là hưởng thụ giải trí.

- Tài nguyên du lịch nhân văn do con người tạo ra nên chịu tác động của thời gian, thiên nhiên và do chính con người. Vì vậy dễ bị suy thoái, huỷ hoại và không có khả năng tự phục hồi ngay cả khi không có tác động của con người.

- Tài nguyên du lịch nhân văn mang tính phổ biến.

- Tài nguyên du lịch nhân văn ở mỗi vùng, mỗi quốc gia thường mang những giá trị đặc sắc riêng, góp phần tạo nên những sản phẩm du lịch độc đáo có sức cạnh tranh và hấp dẫn du khách riêng.

Các nhà nghiên cứu đã phân tài nguyên du lịch nhân văn thành hai loại chính là tài nguyên du lịch nhân văn vật thể và tài nguyên du lịch nhân văn phi vật thể.

Tài nguyên du lịch nhân văn vật thể là sản phẩm vật chất có giá trị lịch sử văn hoá, khoa học bao gồm:

+ Di sản văn hoá thế giới vật thể.

+ Các di tích lịch sử văn hoá, danh thắng cấp quốc gia và địa phương.

+ Các cổ vật và bảo vật quốc gia.

+ Các công trình đương đại.

Tài nguyên du lịch nhân văn phi vật thể là sản phẩm tinh thần có giá trị lịch sử - văn hoá, khoa học, được lưu giữ bằng trí nhớ, chữ viết, được lưu truyền miệng

truyền nghề, trình diễn và các hình thức lưu truyền. Gồm các dạng tài nguyên dưới đây:

- + Các lễ hội truyền thống
- + Văn hoá ẩm thực
- + Văn hoá các tộc người
- + Văn hoá ứng xử, phong tục, tập quán
- + Văn hoá nghệ thuật
- + Di sản văn hoá thế giới truyền miệng và phi vật thể.
- + Nghề và làng nghề thủ công cổ truyền.
- + Các phát minh, sáng kiến khoa học.
- + Các hoạt động văn hoá thể thao, kinh tế - xã hội có tính sự kiện.

### **1.1.3. Một số vấn đề lý luận về văn hoá ẩm thực**

#### **1.1.3.1. Khái niệm văn hoá ẩm thực**

Ăn uống là một trong những nhu cầu tối quan trọng của đời sống con người, con người cần ăn, thờ để tồn tại. Nhưng khác xa với con vật, ăn uống của con người còn là một hành động mang tính văn hoá chứ không chỉ dừng lại ở bản năng sinh tồn.

Từ xa xưa ông cha ta đã không hề xem nhẹ việc ăn uống. Việc dạy ăn như thế nào, học ăn như thế nào phải được bắt đầu từ chính gia đình. Đây là cái nôi đầu tiên để giúp con người hoàn thiện bản thân, hình thành nhân cách, trau dồi kiến thức ứng xử, thể hiện được truyền thống văn hoá của dân tộc ta từ bao đời nay. Có thể hiểu văn hoá ẩm thực là cách ăn, kiểu ăn, món ăn đặc trưng của từng dân tộc, từng địa phương mà qua đó ta biết được trình độ văn hoá, lối sống, tính cách của con người đó, của dân tộc đó.

Trên thế giới có bao nhiêu dân tộc, bao nhiêu quốc gia thì có bấy nhiêu cách quan niệm về ăn uống. Nếu người Pháp từ ăn có 37 nghĩa, người Trung Quốc có 49 nghĩa đã là nhiều lắm rồi thì với Việt Nam con số này lên tới 108.

Ẩm thực vốn là từ gốc Hán Việt: ẩm có nghĩa là ăn, cũng có nghĩa là uống; thực hay thực phẩm bao hàm ý chỉ chung cho đồ ăn, thức ăn. Tóm lại ẩm thực là để chỉ hành động ăn uống. Điều quan trọng là cái “ẩm thực” đó được đặt trong hoàn

cảnh nào thì ý nghĩa của nó lại có những cách hiểu khác nhau.

Theo “Từ điển Việt Nam thông dụng” thì ẩm thực chính là ăn uống – là hoạt động để cung cấp năng lượng cho con người sống và hoạt động. Chính vì vậy nói đến văn hoá ẩm thực là nói đến việc ăn uống và các món ăn uống cùng với nguồn gốc, lịch sử của nó.

Theo nghĩa rộng, văn hoá ẩm thực là một phần văn hoá nằm trong tổng thể, phức thể các đặc trưng diện mạo về vật chất, tinh thần, tri thức, tình cảm...khắc hoạ một số nét cơ bản đặc sắc của một cộng đồng, gia đình, làng xóm, vùng miền, quốc gia... Nó chi phối một phần không nhỏ trong cách ứng xử giao tiếp trong ăn uống và nghệ thuật chế biến thức ăn, ý nghĩa, biểu tượng tâm linh trong món ăn đó “qua ăn uống mới thấy con người đối đãi với nhau như thế nào”.

Theo nghĩa hẹp, văn hoá 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 kị trong ăn uống, những phương thức chế biến, bày biện trong ăn uống và cách thưởng thức món ăn... Hiểu và sử dụng các món ăn sao cho có lợi cho sức khoẻ nhất và bản thân, cũng như thâm mỹ nhất luôn là mục tiêu hướng tới của mỗi con người.

Như vậy ta có thể thấy rằng ăn uống không đơn giản như lâu nay mọi người vẫn tưởng là “bỏ vào miệng nhai và nuốt”, mà nó là cả một vấn đề. Một vấn đề lớn và đầy ý nghĩa. Đó là gì nếu không phải là văn hoá – văn hoá ẩm thực.

### ***1.1.3.2. Những đặc trưng văn hoá ẩm thực Việt Nam***

Theo ý kiến của tiến sĩ sử học Hãn Nguyên Nguyễn Nhã, cho rằng ẩm thực Việt Nam có 9 đặc trưng sau:

#### ***❖ Tính hoà đồng đa dạng***

Người Việt dễ dàng tiếp thu văn hoá ẩm thực của các dân tộc khác, vùng miền khác để từ đó chế biến thành của mình. Đây cũng là điểm nổi bật của ẩm thực nước ta từ Bắc chí Nam.

#### ***❖ Tính ít mỡ***

Các món ăn Việt Nam chủ yếu làm từ rau, quả, củ nên ít mỡ, không dùng nhiều thịt như các nước phương Tây, cũng không dùng nhiều dầu mỡ như người Hoa.

❖ **Tính đậm đà hương vị**

Khi chế biến thức ăn người Việt Nam thường dùng nước mắm để nêm, lại kết hợp với rất nhiều gia vị khác như muối, bột ngọt, hạt nêm...nên món ăn rất đậm đà. Mỗi món khác nhau đều có nước chấm tương ứng phù hợp với hương vị.

❖ **Tính tổng hoà nhiều chất, nhiều vị**

Các món ăn Việt Nam thường bao gồm nhiều loại thực phẩm như thịt, tôm, cua cùng với các loại rau, đậu, gạo. Ngoài ra còn có sự tổng hợp của nhiều vị như chua, cay, mặn, ngọt, bùi béo...

❖ **Tính ngon và lành**

Cụm từ ngon lành đã gói ghém được tinh thần ăn của người Việt. Ẩm thực Việt Nam là sự kết hợp giữa các món, các vị lại để tạo nên nét đặc trưng riêng. Những thực phẩm mát như thịt vịt, ốc thường chế biến kèm với các gia vị ấm nóng như gừng, rau răm... Đó là cách cân bằng âm dương rất thú vị, chỉ có người Việt Nam mới có.

❖ **Tính dùng đũa**

Gắp là một nghệ thuật, gắp sao cho khéo, cho chặt, dùng để rơi thức ăn... Đôi đũa Việt có mặt trong mọi bữa cơm gia đình, ngay cả khi quay nướng, người Việt cũng ít dùng nĩa để xiên thức ăn như người phương Tây.

❖ **Tính cộng đồng hay tính tập thể**

Tính cộng đồng thể hiện rất rõ trong ẩm thực Việt Nam, bao giờ trong bữa cơm cũng có bát nước mắm chấm chung, hoặc múc riêng ra từng bát nhỏ từ bát mắm chung ấy.

❖ **Tính hiếu khách**

Trước mỗi bữa ăn người Việt thường có thói quen mời. Lời mời thể hiện sự giao thiệp, tình cảm, hiếu khách, mối quan tâm trân trọng người khác...

❖ **Tính dọn thành mâm**

Người Việt có thói quen dọn sẵn thành mâm, mọi người cùng ngồi quây tròn bên mâm cơm, cùng gắp những món ăn trong mâm, dọn nhiều món ăn trong một bữa lên cùng một lúc chứ không như phương Tây ăn món nào mới mang món đó ra.



## **1.2. Giá trị văn hoá trong ẩm thực của người Việt**

Nói về ẩm thực là nói về một vấn đề văn hoá. Nó lớn hơn nhiều so với hoạt động thoả mãn một nhu cầu mang tính bản năng: cung cấp chất dinh dưỡng để nuôi sống con người. Nghệ thuật ẩm thực của người Việt mang giá trị văn hoá sâu sắc và được biểu hiện ở các khía cạnh sau:

- ***Ẩm thực trong văn học***

Văn học Việt Nam từ khi chưa có chữ viết, chỉ được truyền miệng trong dân gian đến khi xuất hiện những tác phẩm có giá trị xuyên thời đại, cũng nhiều lần đề cập tới lĩnh vực ăn uống. Từ những truyền thuyết thuở vua Hùng dựng nước như Bánh Chung Bánh Dày, Mai An Tiêm... cho đến những trang viết tinh tế, sành sỏi của nhà văn Nguyễn Tuân, Thạch Lam, Vũ Bằng, Băng Sơn... chuyện ăn uống đã trở thành một nghệ thuật tinh xảo, đa dạng.

Có lẽ “miếng ăn” là một trong những đề tài thường xuyên được đề cập tới trong dân gian. Khó có thể liệt kê hết ra được những câu chuyện cổ tích, những truyền thuyết có liên quan đến đề tài này. Những “niêu com Thạch Sanh”, “những gánh com, gánh cà dân làng nuôi Thánh Gióng”, người dân Việt Nam đã gửi gắm vào những “miếng ăn” cả những thiên anh hùng ca của cuộc chiến đấu gìn giữ bảo vệ Tổ quốc.

Tục ngữ Việt Nam có câu: “Liệu com gấp mắt” với ý nghĩa tùy theo tình hình khả năng thực mà làm, xử lý công việc nào đó cho đúng mức và thích hợp với hoàn cảnh cụ thể. Một bữa com có nhiều món ăn ngon ắt sẽ được khen, nhưng cách ứng xử giữa mọi người với nhau như thế nào lại là điều quan trọng hơn và luôn được đề cao: “Lời chào cao hơn mâm cỗ”.

Ca dao Việt Nam thường ghép những món ăn nổi tiếng với những người sành ăn, biết thưởng thức để không uổng công người đầu bếp cũng như hàm ý ẩn dụ sâu xa những sự vật, hiện tượng khi đứng đơn lẻ không có giá trị cao nhưng nếu khéo kết hợp có thể tôn vị thế của nhau lên và có những giá trị bất ngờ:

“Khế xanh nấu với ốc nhồi

Tuy nước nó xám nhưng mùi nó ngon”.

Ca dao còn mượn hình ảnh chén com để cười chê đủ thứ thói hư tật xấu của

người đời. Để chê trách những người trọng tiền bạc, coi thường đạo lý thì có:

“Nghe rằng bác mẹ anh hiền  
Cấn cơm không bẻ, cấn tiền bẻ hai”.

Nhằm phê phán nạn “đa thê” cũng có câu ca dao thật thâm thúy:

“Mấy đời cơm nguội lên hơi  
Cái thân làm bé thành thoi bao giờ”.

Đạo lý làm người cũng đến với con trẻ qua những câu ca đồng dao mà các em thuộc lòng từ thuở còn bập bẹ: “Bồng bồng, bang bang, lên ăn cơm vàng, cơm bạc nhà ta. Chớ ăn cơm hẩm cháo hoa nhà người” hay “Cái bồng là cái bồng bang, khéo sảy, khéo sàng cho mẹ nấu cơm...”

Trong văn học hiện đại Việt Nam vấn đề ăn uống cũng đã được nhiều nhà văn đề cập đến trong các tác phẩm của mình. Tiêu biểu gồm những nhà văn như:

Nhà văn Nguyễn Tuân nổi tiếng là người sành ăn. Với ông, ăn là một nghệ thuật, một giá trị thẩm mỹ, một sự khám phá cái ngon mà tạo hóa đã ban cho loài người. Ông nâng chuyện ăn uống lên như thú vui chơi nghệ thuật, một nét văn minh của tâm hồn dân tộc. Chính điều ấy đã góp phần dẫn đến những trang tuyệt tác của Nguyễn Tuân khi nói đến phở, đến chả, đến giò, đến trà, đến rượu. Theo ông ăn không chỉ là thao tác của bộ máy tiêu hoá mà nó còn thuộc về tâm, về trí, về tình, về cảm.

Vũ Bằng là người sành ăn nên rất chú trọng sự “thích khẩu” có được từ “cái ngon toàn diện”. Nhà văn thụ cảm miếng ăn bằng sự cộng hưởng các giác quan, bằng lạc thú ngũ quan tinh tế. Với nhà văn Vũ Bằng, cái ngon bao giờ cũng đi liền với cái đẹp và nhà văn không chỉ xuất hiện với tư cách một thực khách sành điệu mà còn là một thi nhân hoạ khách, một nhà mỹ thuật tài hoa. Vũ Bằng cũng quan tâm đến những món ăn bình dị, dân dã chứ không lưu tâm mấy đến những cao lương mỹ vị. Các tác phẩm tiêu biểu của ông như: Miếng ngon Hà Nội, Thương nhớ mười hai.

Nhà văn Bằng Sơn nổi tiếng là người viết nhiều và viết “sành” về Hà Nội. Ông đã xuất bản cả một tập sách về “Thú ăn chơi của người Hà Nội” rất được những người yêu Hà Nội hâm mộ. Văn của ông hấp dẫn ở những câu từ đẹp và lối

viết mượt mà, chất lọc như thơ.

Nhà văn Thạch Lam thì nổi tiếng với tác phẩm “Hà Nội băm sáu phố phường” viết về nét văn hoá ẩm thực của người Hà Nội, đặc biệt là các loại quà Hà Nội.

- ***Nghi thức trong ẩm thực***

Trước tiên đối với người Việt Nam ăn uống là một nghi thức. “Miếng trầu là đầu câu chuyện”, người Việt Nam ta trọng câu chuyện bên mâm cơm, chén rượu, chén trà... Gia đình truyền thống của người Việt Nam là gia đình của nhiều thế hệ, ở đó người ta trọng tính tôn ti, trật tự trong gia tộc và vào các dịp giỗ tết thì việc ăn uống cũng là dịp để thể hiện gia đình đó có tôn ti trật tự bằng cách phân biệt “mâm trên, mâm dưới”...

Trong những dịp giỗ tết thì vị trí cao thấp của các mâm thường được phân bổ theo vai thứ trong họ hàng và thường mâm các ông, các bà được bố trí riêng theo giới. Trẻ em được ngồi ở mâm dành cho trẻ em. Cỗ bàn tan, trước khi ra về mỗi người còn được “lấy phần” đem về cho người ở nhà thể hiện sự quan tâm của người chủ đám cỗ, người đi ăn cỗ với những người thân ở nhà.

Ngoài xã hội thì “một miếng giữa làng, hơn một sàng xó bếp”. Ăn phải có mời, có gọi: “ăn có mời, làm có khiến”. Trước khi ngồi vào ăn người ta không quên mời chào nhau vì “lời chào cao hơn mâm cỗ”. Trong khi ăn, người ta phải “ăn trông nôi, ngồi trông hướng”. Sau khi ăn “miếng ngon nhớ lâu, đòn đau nhớ đời”...

Trong bữa ăn gia đình Việt Nam, người già và trẻ em thường được đặc biệt quan tâm. Khi xới bát cơm mời bố mẹ già, người con dâu trong nhà thường chọn phần cơm mềm dẻo, không bao giờ đơm miếng cháy vào bát các cụ. Thức ăn trong mâm thường có phần dành riêng cho trẻ nhỏ, người già luôn được mọi người quan tâm. Trong bữa ăn gia đình, người Việt rất tôn trọng và thể hiện một không khí hoà đồng. Mọi người cùng ngồi xếp chân bằng tròn quanh chiếc mâm tròn và cùng gắp chung các thức ăn có trong mâm, chấm chung một bát nước mắm. Ở đây không có sự phân biệt giữa các thành viên trong gia đình, nếu có những ưu tiên, nhường nhịn thì chỉ là những quy ước tự giác không bắt buộc nhưng tuân thủ các quy tắc ấy

chính là thể hiện một lối sống có văn hoá. Khi có người khách được mời tham dự vào bữa cơm trong gia đình, thì người khách bao giờ cũng được mời ngồi ở mâm ưu tiên, vị trí ưu tiên và chủ nhà hết sức ân cần, chăm sóc khách.

Bữa ăn gia đình đặc biệt là bữa ăn gia đình nhiều thế hệ là một môi trường văn hoá, một không gian văn hoá thể hiện một quá trình tiếp nối và bảo lưu văn hoá khá độc đáo của người Việt. Ở đây mọi yếu tố văn hoá không chỉ được chuyển tải trong chuyện ăn gì mà còn luôn luôn được giữ gìn trong khuôn phép cổ truyền, một lối ăn theo trật tự truyền thống. Tuy nhiên trong một số gia đình mà người ta thường gọi là gia đình phong kiến đôi khi vẫn tồn tại dai dẳng một lối ứng xử ăn uống không bình đẳng, cần loại trừ ra khỏi lối ăn uống của người Việt chúng ta. Đó là lối xử sự trọng nam khinh nữ, lễ thói gia trưởng nặng nề.

Trong khi ăn người Việt nói chuyện thân mật, chuyện nhà chuyện cửa, chuyện làng xóm...nhưng tối kỵ nhất là nói những câu chuyện căng thẳng, châm chọc nhau hoặc đang bữa ăn lại bất ngờ giao việc cho người đang ăn phải bỏ mâm: “Trời đánh còn tránh miếng ăn”.

Cách thức ăn uống tưởng chừng là đơn giản nhưng lại không hề đơn giản chút nào, đó là cả một nghệ thuật thì cần phải học, phải không ngừng nâng cao để nét đẹp mãi trường tồn. Nghệ thuật ăn uống của người Việt Nam không chỉ gói gọn trong cách chế biến, bài trí món ăn mà còn bao gồm cả phong cách ứng xử chính là cách xử sự đẹp giữa con người với con người trong bữa ăn. Nét đẹp ấy được hình thành từ xa xưa, được cha ông ta gìn giữ, lưu truyền từ đời này qua đời khác. Bản thân miếng ăn tự nó đã có ý nghĩa thực tiễn, ăn để no, ăn để sống nhưng khi nói đến việc ăn uống thì nó bao hàm cả ý nghĩa văn hoá.

Ăn uống mang nhiều tính biểu tượng, bởi có nhiều quy tắc, ước lệ mà người ta tuân thủ theo khi ăn, như việc gấp thức ăn mời nhau. Khi ăn, người Việt Nam ngồi ăn theo mâm, thức ăn đựng chung, mỗi người lấy cơm riêng vào bát và thường gấp thức ăn mời khách hay những người cao tuổi trong mâm trước. Những thức ăn được coi là ngon nhất, “nhất thủ nhì vĩ”, là để mời người lớn tuổi, con cái nhường ông bà, bố mẹ. Nhưng cũng lại có chuyện để được mời lại thì phải “muốn ăn gấp bỏ bát người”...

• **Tình cảm con người được gửi gắm qua ẩm thực**

Ẩm thực cũng là cách thể hiện tình cảm của con người đó là tình yêu trai gái, quê hương, bạn hữu...

Ẩm thực thể hiện lòng hiếu thảo. Người con phải tận tâm săn sóc cha mẹ già, cố gắng tìm món ngon vật lạ để dâng cho song thân:

“Tôm càng lột vỏ, bỏ đuôi  
Giã gạo cho trắng mà nuôi mẹ già.”

Gặp những năm đói kém thì lòng hiếu thảo càng được tỏ rõ. Người con chịu sống kham khổ, ăn qưo quào để đánh lừa cái đói, miễn là mẹ già được no ấm :

“Đói lòng ăn đọt chà là  
Để com nuôi mẹ, mẹ già yếu răng”.

Giữa trai và gái, món ăn là một mối dây nối kết. Để thể hiện một mối tình chớm nở, để nói lên được niềm nhớ nhung người yêu:

“Rượu nằm trong nhạo chờ nem  
Anh nằm phòng vắng chờ em một mình.”

Tình ái như một vị hương ngào ngạt làm đắm say lòng người, kẻ được yêu cảm thấy ngây ngất như được thưởng thức món ăn ngon vật lạ :

“Cầm tay em như ăn bì nem, gói cuốn  
Dựa lưng nàng như uống chén rượu ngon”.

Khi trai gái đã thành gia thất thì mối tình kia lắng xuống đậm đà hơn để đương đầu với bao thử thách đắng cay :

“Tay bung đĩa muối chám gừng  
Gừng cay muối mặn xin đừng bỏ nhau”.

Vì đã lấy nhau vì tình thì đâu có ngại cảnh sống nghèo khó, đâu có sồn lòng trước gian khổ :

“Đôi ta là nghĩa tào khang  
Xuống khe bắt ốc, lên ngàn hái rau”.

Và đây là một hình ảnh ấm cúng, cảnh vợ chồng hòa thuận, tâm đầu ý hợp trong bữa ăn đạm bạc :

“Râu tôm nấu với ruột bầu  
Chồng chan vợ húp gật đầu khen ngon”.

Một khi mà gia đình, giữa hai vợ chồng có được sự hoà thuận và đầm ấm dưới một mái nhà thì những đồ ăn thường người ta bỏ đi lại có thể mang lại nhiều hạnh phúc cho người ta như cao lương, mỹ vị.

Tình thương chồng được phát lộ trong cách thức săn sóc chồng từng bữa ăn, lúc bình thường cũng như khi đau yếu:

“Thương chồng nấu cháo le le  
Nấu canh bông bí, nấu chè hạt sen”.

Tình bác ái trong miếng ăn: khi quyền lợi cá nhân đã được thỏa đáng, khi bản thân đã ấm no thì thói thường con người hay nghĩ đến những người bất hạnh khác, những người sống đời đói rét, đương đau khổ hay đương kéo dài đời sống cô đơn. Lòng nhân từ phải cần được thi hành đúng đắn, nghĩa là phải thiết thực cứu giúp người, trong lúc người còn đương hoạn nạn, đau khổ :

“Một miếng khi đói bằng một gói khi no”.

- ***Ẩm thực trong các dịp sinh hoạt cộng đồng***

Vào những dịp đặc biệt như các ngày lễ tết, giỗ, cưới... người Việt Nam tổ chức các bữa ăn có tính chất long trọng, thịnh soạn hơn, bao gồm từ 5 đến 7 món được gọi là bữa cỗ, bữa tiệc.

Làm cỗ bàn chính là phần quan trọng nhất của những bữa tiệc. Ngày giỗ, ngày tết, đám cưới, lễ hội vui vẻ, đầm ấm và có ý nghĩa bởi vì không chỉ cả nhà, cả họ, cả làng quây quần quanh những “mâm cỗ, cỗ đầy” mà chủ yếu là vì cả nhà, cả họ, cả làng náo nức, tập nập thậm chí thức trắng đêm để làm cỗ. Bánh chưng, bánh dày mang nhiều ý nghĩa văn hoá truyền thống với người Việt Nam còn là vì để chuẩn bị làm ra chúng người ta phải hợp sức cùng nhau, phải chứng tỏ tinh thần cộng đồng: cùng giã gạo, gói bánh, luộc bánh... Vui và hạnh phúc khi được cùng nhau làm bánh chứ không chỉ là lúc người ta bóc những tấm bánh ra ăn bên mâm cỗ ngày tết. Ở đây ăn uống không còn chỉ là một nghi thức nữa mà nó đã trở thành biểu tượng của tính cộng đồng, của tình đoàn kết dân tộc.

Ở thôn quê, nếu gia đình có cỗ, tiệc hay đám thì các gia đình khác sẽ hết lòng giúp đỡ, đàn ông thì dọn dẹp bàn ghế, nhà cửa, còn đàn bà thì bắt tay vào việc nấu nướng. Họ sẵn sàng giúp hết lòng mà không cần ai nhờ vả. Nhà nào có đám

hay cỗ, thì làm thức ăn rất nhiều để mời cả làng cả xóm cùng đến ăn, giết heo có sẵn, làm gà, vịt... Ngoài món ăn, họ còn làm bánh để biếu khách, đồng thời để bày tỏ lòng biết ơn của mình đối với khách đã đến dự cỗ tiệc, với những người láng giềng đến giúp đỡ.

Lễ hội là dịp người ta đưa ra các món ăn đặc sản của từng vùng miền có khi đó là đặc sản dùng để tế thần linh, sau đó là con người thưởng thức. Ví như trong lễ hội Đền Hùng ngày 10/3 âm lịch hàng năm thu hút hàng triệu người hành hương về vùng đất tổ cũng như du khách đến để thưởng thức chiếc bánh chưng to nhất Việt Nam. Hay trong lễ hội chọi trâu ở Đồ Sơn, chính hội vào ngày mùng 10 tháng 8 âm lịch, con trâu sau khi thắng trận ở trận chung kết sẽ được đem ra biển Hòn Dấu dìm chết cùng với con thuyền để tạ ơn thần Biển, sau đó họ đem về xả thịt chia cho mọi người trong gia tộc, họ hàng, những người trong phường, hội để lấy khước. Lễ hội cũng là dịp để địa phương tổ chức thi nấu cỗ, thi tài nấu ăn, chế biến đồ ăn thức uống truyền thống, tìm ra những món ngon, vật lạ, những bàn tay vàng trong nấu ăn, bày cỗ của nhân dân địa phương và du khách đến dự hội...

Tính chất cộng đồng cũng thấy trong cộng đồng gia đình các thành viên thường quây quần xung quanh mâm cơm với những món ăn chung, cách dùng bát, đĩa, nôi và mâm. Chiếc bát “cái”, chiếc đĩa “cái” để dùng chung, và đặc biệt là cái mâm, bát nước mắm và bát canh.

Ý nghĩa cộng đồng qua “miếng ăn” còn thể hiện ở sự đùm bọc nhau trong cơn hoạn nạn, ở việc “nhường cơm, sẻ áo” mà ông cha ta đã đúc kết: “ một miếng khi đói bằng một gói khi no” .

- ***Triết lý sống được biểu hiện qua ẩm thực***

Ăn là văn hoá lớn của người Việt Nam, qua ăn người Việt phân biệt văn hoá. Và qua văn hoá ăn để giáo dục con người về: tính chăm chỉ: “Có làm thì mới có ăn. Không dung ai dễ đem phần đến cho”; tính tiết kiệm: “Khéo ăn thì no, khéo co thì ấm”; ứng xử đạo đức: “ăn tùy nơi chơi tùy chốn”, “đói cho sạch, rách cho thơm”...

Miếng ăn đã mang cả những triết lý sống và thể hiện tình cảm, đầy đủ yêu ghét như câu ca dao xưa: “yêu nhau cau sáu bổ ba, ghét nhau cau sáu bổ ra làm

mười”. Cau bồ làm sáu là loại cau đã đủ độ chín, không non cũng không già, khi yêu nhau họ có thể bồ làm ba, không so đo hơn thiệt, to nhỏ, và nếu chẳng yêu nhau nữa thì cũng quả cau sáu kia có khi được bồ ra thành mười.

Cha mẹ dạy con cái: “ăn quả nhớ kẻ trồng cây”, “uống nước nhớ nguồn”. Câu tục ngữ đã ca ngợi đức tính sống có trước, có sau, luôn luôn biết ơn người đi trước.

Trong cộng đồng mọi người nhắc nhở nhau chớ “bóc ngắn, cắn dài” với ý khuyên con người nên tiết kiệm, biết chừng mực trong chi tiêu, “ăn một mình đau tức, làm một mình cực thân”, chớ có “của mình thì giữ bo bo, của người thì để cho bò nó ăn” với ý nghĩa: cái gì của mình thì khư khư giữ chặt lấy, quyết không để xảy ra ngoài tí nào, của người khác thì không thèm quan tâm. Nói chung, câu này lên án hiện tượng tham lam, ích kỷ quá độ sinh ra thói vô cảm của một số người trong xã hội.

- ***Triết lý âm dương trong văn hoá ẩm thực***

Mang màu sắc văn hóa nông nghiệp lúa nước, cư dân người Việt có nền ẩm thực vô cùng phong phú không chỉ ở số lượng các món ăn mà cả ở sắc thái văn hóa giao tiếp ứng xử qua ẩm thực. Từ bao đời nay, người Việt đã biết kết hợp hài hòa các nguyên liệu để tạo ra các món ăn có lợi tốt nhất cho sức khỏe. Đó chính là triết lý âm dương ngũ hành trong văn hóa ẩm thực.

Ẩm thực phải bảo đảm hài hòa âm dương. Để tạo nên các món ăn có sự cân bằng âm dương, người Việt phân biệt năm mức âm dương của thức ăn theo ngũ hành, bao gồm: Hàn (lạnh, âm nhiều, hành thủy), Nhiệt (nóng, dương nhiều, hành hỏa), Ôn (ấm, dương ít, hành mộc), Lương (mát, âm ít, hành kim), Bình (trung tính, hành thổ) hay cũng thể phân biệt như sau: chua thuộc “mộc”, đắng thuộc “hỏa”, ngọt thuộc “thổ”, cay thuộc “kim” và mặn thuộc “thủy”.

Khi chế biến thức ăn, người Việt luôn thủ nghiêm ngặt luật âm dương bù trừ và chuyển hóa khi kết hợp các loại lương thực, thực phẩm, gia vị với nhau tạo thành các món ăn có sự cân bằng âm – dương, thủy – hỏa. Có như vậy, thức ăn mới có lợi cho sức khỏe và ngon miệng. Chẳng vậy mà rau răm, gừng cay là nhiệt (dương) được ăn kèm với trứng lộn là hàn (âm) thì ngon miệng, dễ tiêu hóa. Hoặc



gừng là thứ gia vị nhiệt (dương) có tác dụng thanh hàn, giải cảm, khi nấu kèm với các loại thực phẩm như: cá, rau cải (kho cá, canh rau cải) là thực phẩm có tính hàn thì ăn rất thơm, ngon.

Triết lý âm dương ngũ hành trong ẩm thực Việt còn thể hiện ở việc bảo đảm sự quân bình âm dương trong cơ thể. Người Việt Nam sử dụng thức ăn như là các vị thuốc để trị bệnh. Theo quan niệm của người Việt Nam thì mọi bệnh tật sinh ra là do cơ thể bị mất quân bình âm dương, hàn nhiệt và thức ăn chính là vị thuốc để điều chỉnh sự mất quân bình âm dương ấy, giúp cơ thể khỏi bệnh. Những vị thuốc có giá trị chữa bệnh rất cao đó chính là gừng, tỏi, và các loại khác như muối, vừng, hạt sen, ngó sen, long nhãn, táo, nho...

Vì vậy, nếu người bệnh ốm do quá âm cần phải ăn đồ ăn dương (đau bụng lạnh, cảm mạo uống nước gừng, cháo hành hoa, nước ngân hoa sẽ khỏi); ngược lại nếu người bệnh ốm do quá dương thì cần phải ăn đồ ăn âm (bệnh kiết lỵ, ăn trứng gà rang với lá mơ)...

Một trong những triết lý âm dương nữa trong văn hóa ẩm thực Việt là bảo đảm sự quân bình âm dương giữa con người và môi trường. Người Việt Nam có tập quán ăn uống theo vùng khí hậu và theo mùa. Chẳng hạn, mùa hè nóng (nhiệt – hành hỏa) nên ăn các loại thức ăn hàn, lương (mát), có nước (âm – hành Thủy), có vị chua (âm) thì vừa dễ ăn, vừa dễ tiêu hóa, vừa giải nhiệt. Mùa đông lạnh (hàn – âm) thì nên ăn các loại thức ăn khô, nhiều mỡ (dương), như các món xào, rán, kho...

Trong chế biến thức ăn, phải đảm bảo đủ ngũ chất gồm: bột, nước, khoáng, đạm, béo; đủ ngũ vị gồm: chua, cay, ngọt, mặn, đắng; đủ ngũ sắc gồm: trắng, xanh, vàng, đỏ, đen.

Tóm lại có thể khẳng định, văn hóa ẩm thực Việt chính là sự hòa quyện của sự cân bằng âm dương, hàn nhiệt. Hầu như các đồ ăn thức uống của người Việt ở bất cứ đâu, vùng miền nào cũng thể hiện cho triết lý này. Ngày nay, cùng với sự phát triển của xã hội, đồ ăn thức uống phong phú, đa dạng, con người hưởng thụ tốt hơn và quan niệm triết lý âm dương, ngũ hành càng được quan tâm hơn để đảm bảo sức khỏe của con người.

• ***Văn hoá ẩm thực trong đời sống hiện đại của người Việt Nam***

Ngày nay, cuộc sống hiện đại với nhịp sống hối hả, bận rộn, nhu cầu ăn uống ngày càng được đặt xuống hàng thứ yếu. Có hai nét đặc trưng đầu tiên phải nói tới của thói quen ăn uống thời “mở cửa” đó là: có thể ăn bất cứ thứ gì mình thích không kể mùa, kể dịp; thứ hai là có thể ăn rất nhanh, không phải tốn nhiều thời gian cho ăn uống và cho cả việc chuẩn bị đồ ăn nữa.

Ngày xưa chỉ đến tết cổ truyền người ta mới có bánh chưng, bánh dày để ăn; bánh nướng, bánh dẻo chỉ được làm vào tết Trung thu... Nhưng ngày nay, bất kể lúc nào chúng ta cũng có thể ăn những thứ mình thích. Chính việc tiện lợi này đã làm cho người ta quên mất ý nghĩa tượng trưng của một số món ăn truyền thống.

Tính biểu tượng của món ăn đã giảm sút, tính nghi thức của ăn uống cũng bị giảm đi cùng với việc người ta tiết kiệm thời gian cho ăn uống và đặc biệt là cho khâu chế biến món ăn. Ngày xưa ở Hà Nội chỉ có một chợ Hôm trên phố Huế, để dành cho những người ít tiền, những người lao động “đầu tắt, mặt tối” không thể đi chợ sớm để chọn mua những miếng thịt ngon, mớ rau tươi mà phải mua đồ ăn vào buổi chiều sau khi tan làm. Đồ ăn thường rẻ hơn nhưng không còn ngon lành như buổi sáng. Nhưng ngày nay những “chợ chiều” ở thành phố ngày càng nhiều và đi chợ là những người có đủ tiền để mua các thức ăn ngon nhất, kể cả hải sản tươi sống, những món ăn được coi là đắt tiền nhất. Chợ chiều bán nhiều đồ ăn chế biến sẵn: gà thì đã được làm sạch, cá bán cũng làm sạch, chặt khúc sẵn, rau nhặt sạch..., rồi còn cả những xiên thịt nướng sẵn, lạc đã rang, thịt bò đã nấu cari... chỉ việc mua về nhà ăn luôn.

Bây giờ người ta cũng đã quen đồ ăn lạnh, dự trữ thức ăn trong tủ lạnh cho cả một tuần, niếm thói quen “ăn nhanh” của phương Tây vừa làm vừa ăn vừa đi đường vừa ăn những món ăn nhanh, không còn nhiều thời gian để thưởng thức, nhấm nháp, mời mọc nhau như ngày xưa...

Ăn uống đã mất đi nhiều tính nghi thức và tính biểu tượng truyền thống và mang những nét mới của cuộc sống, lối sống và phong cách sống hiện đại. Nhưng cũng không thể nói ăn uống mất đi tính văn hoá. Có thể nói, việc ăn uống ngày càng có thêm nhiều nét mới, ví dụ như ăn uống đang trở thành một phương tiện

hữu hiệu để giao tiếp. Người ta gặp nhau quanh bàn ăn để bàn chuyện làm ăn hay những chuyện khó nói vào những lúc thông thường.

Một điều mới trong phong cách ăn uống ở các thành phố ngày nay là người ta thích đi ăn tiệm, ăn ở nhà hàng. Sự du nhập các món ăn nhanh của nước ngoài vào Việt Nam ngày một nhiều như các món bánh hamburger, gà rán KFC, khoai tây chiên, bánh pizza, hotdog... Người dân Việt cũng thích ứng và tiếp nhận các món ăn đó rất nhanh bởi cuộc sống ngày nay con người ngày một bận rộn hơn với công việc, họ không còn thời gian để chuẩn bị những món ăn truyền thống nữa mà thay vào đó họ chọn những món ăn nhanh, có sẵn để tiết kiệm thời gian dành cho những việc khác.

Ăn uống ngày càng thực hiện nhiều chức năng hơn là việc cung cấp chất dinh dưỡng duy trì sự sống. Người ta nghe nhạc trong lúc ăn để thư giãn, thưởng thức nghệ thuật trong khi ăn... Ngày nay người ta càng lưu tâm tới giao tiếp và ứng xử quanh bàn ăn: từ cách gọi đồ ăn, cách sử dụng dụng cụ trên bàn ăn đến cách gấp thức ăn, cách nhai, nuốt thức ăn...

Những biến tướng làm giảm sút tính văn hoá của ăn uống theo kiểu chuyện “trưởng giả học làm sang”, “tây không ra tây, ta chả ra ta”... Ví dụ như những bữa tiệc hoang phí với quá nhiều đồ ăn, thức uống đắt tiền mà không phù hợp với thực khách, những buổi lễ sinh nhật xa xỉ, tốn kém... Rồi những đám cưới theo kiểu “cơm bụi giá cao”, hiện đang khiến cho việc cưới xin vốn là một phong tục rất đẹp của người Việt Nam lại trở thành một gánh nặng cho mỗi người khi đến mùa cưới...

Có thể nói, đối với ông cha chúng ta, ăn uống luôn mang đậm những nét văn hoá truyền thống. Cha ông ta đã gửi gắm vào đó những nghi thức của cuộc sống, ý thức cộng đồng, tinh thần đoàn kết, tương thân, tương ái, đạo lý làm người... Theo thời gian quan niệm về ăn uống cũng có nhiều thay đổi. Bởi thế chỉ cần nhìn vào văn hoá ăn của người Việt là chúng ta đã có thể hiểu được tính cách Việt và tâm hồn Việt.

### **1.3. Vai trò của văn hoá ẩm thực trong hoạt động du lịch**

Một doanh nhân nổi tiếng người Mỹ đã khuyên con cháu mình “chỉ nên tập

trung kinh doanh hai ngành nghề kinh doanh dịch vụ ăn uống và xăng dầu không bao giờ thất nghiệp và bao giờ cũng thu được lợi nhuận cao”.

Các nhà kinh tế đã tổng kết khi GDP tăng 1% thì doanh thu của ngành dịch vụ phục vụ món ăn và đồ uống tăng thêm 1,5%. Đối với ngành du lịch, chi phí cho thức ăn, đồ uống trong tổng chi phí của chuyến đi du lịch khoảng từ 18-20%. Theo kết quả nghiên cứu, dịch vụ phục vụ ăn, uống làm gia tăng giá trị của các sản phẩm lên tới 300% và thu được lợi nhuận từ 40-50% trong tổng doanh thu. [16]

Kinh doanh dịch vụ phục vụ ăn, uống không chỉ đem lại lợi nhuận cao, tạo thị trường và gia tăng giá trị cho các sản phẩm nông nghiệp mà còn là phương pháp quảng bá về hình ảnh của dân tộc rất quan trọng.

Các nước phát triển du lịch đều tập trung cho việc tạo hình ảnh của đất nước mình thông qua thương hiệu của doanh nghiệp và của các món ăn, đồ uống. Ngay tại nước ta, từ khi mở cửa và hội nhập nhiều nhà hàng của các nước từ châu Âu (nhà hàng Italia, nhà hàng Pháp), châu Á (nhà hàng Trung Quốc, nhà hàng Hàn Quốc, nhà hàng Nhật Bản, nhà hàng Thái Lan...) đã mở tại các thành phố lớn (thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội,...) hay ở các khu du lịch.

Ẩm thực là một trong những thế mạnh của du lịch Việt Nam.

“Ẩm thực Việt Nam tuyệt vời!": Đó là lời khen tặng của bà Laura - phu nhân Tổng thống Mỹ George W. Bush khi thưởng thức các món ăn Việt Nam tại nhà hàng Tib ở TP.HCM (sau khi cùng phu quân tham dự Hội nghị APEC).

Trước đó, cựu phu nhân Tổng thống Mỹ Bill Clinton – bà Hillary, khi thưởng thức món nem rán cũng hết lời khen ngợi món ăn Việt Nam.

Không chỉ những mệnh phụ phu nhân mới ca ngợi nghệ thuật ẩm thực Việt Nam mà cả những đầu bếp có tiếng trên thế giới cũng hết lời ca ngợi.

Ông “vua” bếp Yan (nổi tiếng với chương trình Yan Can Cook) sau nhiều lần qua Việt Nam đã đánh giá “Tôi rất mê món ăn Việt Nam bởi các món ăn hòa hợp giữa âm và dương nên bao giờ cũng nhẹ, bổ, ngon và độc đáo”.

Còn “ông Tây nước mắt” Didier Corlou (người Pháp) - bếp trưởng khách sạn Metropole Hà Nội - chuyên nấu những món Việt cho các nguyên thủ, khách VIP cũng cho rằng: gia vị và hương vị từ rau thiên nhiên đã tạo nên nét riêng trong

món ăn của Việt Nam và đây là sự đặc sắc hiếm có.

Anh Nguyễn Kiên, từng là bếp trưởng tại khách sạn 5 sao Holiday Villa Suban tại Malaysia và du học tại Úc về nghề nấu ăn nhận xét: “Món ăn Việt được nhiều khách nước ngoài ưa dùng, do các vị tương đối cân bằng; không quá béo như món Hoa, không quá cay như món Thái, trong cách chế biến lại dùng nhiều rau, hoa quả nên dễ ăn, không nặng bụng, tốt cho sức khỏe”. Tại các nhà hàng ở nước ngoài, họ đều có thực đơn của các món ăn Việt Nam.

Các nhà hàng Việt Nam ở nước ngoài có vai trò và vị trí rất quan trọng trong việc tuyên truyền, quảng cáo và xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch cho đất nước. Mỗi một nhà hàng ở nước ngoài là một hình ảnh thu nhỏ của đất nước, thực khách đến đây không chỉ được thưởng thức các món ăn, đồ uống dân tộc mà còn được ngắm nhìn khung cảnh của nhà hàng với sự bài trí theo phong cách dân tộc truyền thống.

Một điều dễ thấy là du khách mỗi khi đến các điểm du lịch không chỉ muốn khám phá những điều mới lạ mà còn muốn được thưởng thức ẩm thực của những nơi này. Việt Nam là một quốc gia được chia làm 3 miền và mỗi miền mang một nét văn hoá, ẩm thực độc đáo riêng biệt. Và ẩm thực của Việt Nam cũng là một trong những yếu tố hấp dẫn khách du lịch. Trong xu thế mở cửa, hội nhập với khu vực và thế giới, hoạt động du lịch, dịch vụ ở Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể, đạt nhiều kết quả quan trọng, góp phần tăng trưởng GDP của cả nước. Hội nhập vừa mang lại cơ hội đồng thời cũng có nhiều thách thức trong tiến trình phát triển.

Xuất phát từ nhu cầu tìm hiểu, vui chơi giải trí và nghỉ dưỡng... của con người, ngành du lịch đã không ngừng phát triển ở tất cả các quốc gia trên thế giới. Nó được mệnh danh là ngành “công nghiệp không khói”, là “con gà đẻ trứng vàng”, là một chiến lược trong kinh doanh của các tập đoàn lữ hành. Ở Việt Nam cũng vậy, du lịch đã, đang và sẽ trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước, giúp tạo lợi nhuận lớn cho ngành kinh tế quốc dân. Vì thế, việc kinh doanh du lịch là không thể thiếu trong việc thúc đẩy ngành du lịch trong nước phát triển với các loại hình kinh doanh như: Kinh doanh dịch vụ lữ hành, kinh doanh khách

sạn nhà hàng du lịch, kinh doanh vận chuyển khách du lịch và kinh doanh các dịch vụ bổ sung. Các loại hình kinh doanh trên dù khác nhau nhưng chúng luôn quan hệ chặt chẽ với nhau trong quá trình phục vụ khách, giúp chuyển hành trình du lịch thành công và đạt hiệu quả. Tuy nhiên, để hoạt động du lịch được diễn ra theo đúng lịch trình thì một trong những nhu cầu đầu tiên cần được đáp ứng đó là nhu cầu ăn uống. Ăn uống có vai trò quan trọng trong đời sống hàng ngày của con người. Đó là nhu cầu tối thiểu của con người để đảm bảo sự sống. Theo thang bậc nhu cầu của Maslow thì nhu cầu sinh lý cơ bản là nhu cầu đầu tiên và thiết thực nhất cần được đáp ứng. Có thể nói, chỉ khi nhu cầu này được thỏa mãn trọn vẹn và đầy đủ thì các nhu cầu khác mới tiếp tục được thiết lập. Ví như trong xã hội nguyên thủy, con người phải đấu tranh với các loài vật, với điều kiện thiên nhiên khắc nghiệt để có thức ăn hàng ngày để sinh tồn, để tồn tại. Chính vì vậy, đó là nhu cầu duy nhất mà họ cần được đáp ứng. Điều này giải thích tại sao du lịch chỉ xuất hiện khi con người có kinh tế, có thời gian và có nhu cầu. Có thể khẳng định rằng, ẩm thực (hay ăn uống) chính là tiền đề đầu tiên để hình thành hoạt động du lịch. Cùng với quá trình phát triển của con người, hoạt động du lịch cũng dần được hình thành và phát triển. Con người muốn khám phá những vùng đất mới, miền quê mới khác hẳn với nơi họ đang sống và tất nhiên là thưởng thức những nét văn hóa mới, đặc biệt là văn hóa ẩm thực. Ăn và cách thức ăn là những biểu hiện của cả văn hóa cá nhân và văn hóa cộng đồng. Mỗi vùng miền Việt Nam có văn hóa ẩm thực riêng biệt và độc đáo riêng. Việt Nam có 61 tỉnh thành và 54 dân tộc thống nhất trong đa dạng nhưng từng vùng miền ẩm thực lại chứa đựng những màu sắc khác nhau. Chính điều này đã làm nên sức cuốn hút không thể cưỡng lại đối với mỗi du khách, đặc biệt là du khách quốc tế. Đầu bếp Didier Corlou từng nói: “Tôi bị ám ảnh bởi những hương vị đồng quê của Việt Nam như: vị chát nồng của hoa chuối, vị ngọt và giòn của đu đủ xanh và đặc biệt là cái mùi rất riêng, rất khó tả của nước mắm. Tôi nghĩ, những nét mộc mạc này là “cái hồn của ẩm thực Việt Nam”. Và đó cũng là một phần lý do giữ tôi ở lại với mảnh đất này”. [69,70.12]

Nói đến vai trò của ẩm thực trong du lịch không thể không nhắc đến những lễ hội của Việt Nam. Bất kì một lễ hội du lịch nào người ta không thể không bắt

gặp những gian hàng ẩm thực hay những lễ vật dâng cúng lên thần. Lễ vật là một thành tố được coi trọng, là linh thiêng chứa đựng năng lượng thiêng để tế thần. Trong hoạt động lễ hội, lễ vật có vai trò đặc biệt quan trọng, là một nội dung không thể thiếu, được chú trọng, quan tâm đặc biệt, chuẩn bị thật chu đáo. Bởi lễ vật dâng cúng phản ánh và thể hiện sự tôn kính, tình cảm, thái độ trách nhiệm và cả trình độ dân chúng giành cho Thần, dâng lên Thần. Sau khi cúng, lễ vật dâng cúng thường được đem chia cho mọi người cùng hưởng. Người dân Việt Nam quan niệm: “Một miếng giữa làng bằng một sàng xó bếp”, bởi miếng ăn không chỉ là vật chất mà nó mang nặng ý nghĩa tinh thần sâu sắc hơn nhiều giá trị vật chất của nó. Lễ hội là dịp người ta đưa ra các món ăn đặc sản của từng vùng miền có khi đó là đặc sản dùng để tế thần linh, sau đó là con người thưởng thức. Ví như trong lễ hội Đền Hùng ngày 10/3 âm lịch hàng năm thu hút hàng ngàn người hành hương về vùng đất tổ cũng như du khách đến để thưởng thức chiếc bánh chưng to nhất Việt Nam. Hay trong lễ hội chọi trâu ở Đồ Sơn, chính hội vào ngày mùng 10 tháng 8 âm lịch, con trâu sau khi thắng trận ở trận chung kết sẽ được đem ra biển Hòn Dấu chìm chết cùng với con thuyền để tạ ơn thần Biển, sau đó họ đem về xả thịt chia cho mọi người trong gia tộc, họ hàng, những người trong phường, hội để lấy khước. Lễ hội cũng là dịp để địa phương tổ chức thi nấu cỗ, thi tài nấu ăn, chế biến đồ ăn thức uống truyền thống, tìm ra những món ngon, vật lạ, những bàn tay vàng trong nấu ăn, bày cỗ của nhân dân địa phương và du khách đến dự hội... Đó là những hoạt động nhằm huy động “nhân tài, vật lực” để tìm ra, sáng tạo nên những giá trị sâu sắc từ trong đời sống thường nhật, góp phần cổ vũ cho khát vọng vươn tới đỉnh cao, đạt đến những giá trị chân, thiện, mỹ trong đời sống. Đặc biệt, khi du lịch phát triển, du khách tới dự các lễ hội từ nhiều nơi, nhiều người sẽ kéo theo nhiều yếu tố “cầu” trong đó có nhu cầu ẩm thực. Hoạt động này trong lễ hội còn là dịp quảng bá hình ảnh du lịch của địa phương đến từng mọi miền của tổ quốc, giới thiệu nền văn hóa ẩm thực của địa phương mình tới du khách một cách trực tiếp và gián tiếp, tạo ra nguồn thu lợi nhuận cho địa phương.

Từ những hoạt động này, thông qua ẩm thực, Việt Nam có thể giới thiệu với bạn bè năm châu về hình ảnh của mình, về một đất nước Việt Nam xinh đẹp mến

khách và một nền ẩm thực đặc sắc riêng, độc đáo và ấn tượng chỉ có ở Việt Nam.

#### **1.4. Tiểu kết chương 1**

Chương 1 của khoá luận đã đưa ra cơ sở lý luận chung phục vụ cho việc nghiên cứu về văn hoá ẩm thực và vai trò của văn hoá ẩm thực trong hoạt động kinh doanh du lịch. Đây chính là cơ sở lý thuyết cho các nghiên cứu thực tiễn được thực hiện trong chương 2 và chương 3.



## CHƯƠNG 2

# KHÁI QUÁT VỀ TỈNH HẢI DƯƠNG VÀ ĐẶC TRƯNG VĂN HOÁ ẨM THỰC HẢI DƯƠNG

### 2.1. Giới thiệu tổng quan về tỉnh Hải Dương

#### 2.1.1. Đặc điểm tự nhiên

##### ❖ *Vị trí địa lý*

Hải Dương là một tỉnh nằm ở trung tâm đồng bằng Bắc Bộ, có diện tích 1662km<sup>2</sup>, có tọa độ địa lý từ 20°57' vĩ độ bắc đến 106°18' kinh độ đông, tiếp giáp với 6 tỉnh, thành phố là: phía Bắc giáp với Bắc Giang, phía Tây Bắc giáp tỉnh Bắc Ninh, phía Đông giáp với thành phố Hải Phòng, phía Đông Bắc giáp với tỉnh Quảng Ninh, phía Nam giáp với tỉnh Thái Bình, phía Tây giáp với tỉnh Hưng Yên.

Hệ thống giao thông đường bộ, đường sắt, đường sông phân bố hợp lý, trên địa bàn có nhiều trục giao thông quốc gia quan trọng chạy qua như đường 5, đường 18, đường 183 và hệ thống đường tỉnh, huyện đã được nâng cấp cải tạo rất thuận lợi cho việc giao lưu, trao đổi với bên ngoài.

Thành phố Hải Dương là trung tâm kinh tế, chính trị, văn hoá, khoa học kỹ thuật của tỉnh nằm trên trục đường quốc lộ 5 cách Hải Phòng 45km về phía đông, cách Hà Nội 57km về phía tây và cách thành phố Hạ Long 80km. Phía bắc tỉnh có hơn 20km quốc lộ 18 chạy qua nối sân bay quốc tế Nội Bài ra cảng Cái Lân tỉnh Quảng Ninh. Đường sắt Hà Nội - Hải Phòng là cầu nối giữa thủ đô và các tỉnh phía bắc ra các cảng biển. Là tỉnh nằm giữa vùng kinh tế trọng điểm bắc bộ, Hải Dương có cơ hội tham gia vào phân công lao động trên phạm vi toàn vùng và xuất khẩu.

##### ❖ *Địa hình*

Địa hình Hải Dương tương đối bằng phẳng và có đặc điểm nghiêng và thấp dần từ Tây xuống Đông Nam.

Hải Dương được chia làm hai vùng: vùng đồi núi và vùng đồng bằng. Vùng đồi núi nằm ở phía Bắc tỉnh, chiếm 11% diện tích đất tự nhiên gồm 13 xã thuộc huyện Chí Linh và 18 xã thuộc huyện Kinh Môn, là vùng đồi núi thấp độ cao khoảng 1000m phù hợp với việc trồng cây ăn quả, cây lấy gỗ và cây công nghiệp ngắn ngày. Vùng đồi núi ở đây thuộc kiểu địa hình karst vì vậy rất thuận lợi cho hệ

thông rừng phát triển.

Vùng đồng bằng còn lại chiếm 89% diện tích tự nhiên do phù sa sông Thái Bình bồi đắp, đất màu mỡ thích hợp với nhiều loại cây trồng, sản xuất được nhiều vụ trong năm. Vùng đồng bằng của tỉnh mang đặc trưng của đồng bằng Bắc Bộ với nền văn minh lúa nước lâu đời. Chính điều này đã tạo nên giá trị văn hoá trong đời sống của nhân dân trong tỉnh.

#### *❖ Khí hậu*

Hải Dương mang đặc điểm chung của khí hậu Việt Nam là nằm trong vùng khí hậu nhiệt đới gió mùa, chia làm 4 mùa rõ rệt: xuân, hạ, thu, đông. Số giờ nắng trong năm 1524 giờ, độ ẩm trung bình 85 – 87%. Khí hậu và độ ẩm của tỉnh thuận lợi cho sản xuất nông nghiệp bao gồm cây lương thực, thực phẩm và cây ăn quả, đặc biệt là sản xuất cây vụ đông.

Mưa, bão tập trung vào các tháng 7, 8, 9 có xuất hiện hiện tượng gió lốc và có mưa đá. Lượng mưa trung bình hàng năm là 1.450 - 1.550mm; nhiệt độ trung bình hàng năm là 23,4°C, trong đó cao nhất là 38,6°C, thấp nhất là 3,2°C. Hàng năm có các tháng lạnh nhất vào các tháng 12, 01, 02. Tần suất sương muối thường xảy ra vào các tháng 12 và tháng 1.

#### *❖ Nguồn nước*

Hải Dương có hệ thống sông ngòi khá dày. Toàn tỉnh có 14 tuyến sông chảy qua, trong đó có các hệ thống sông lớn như hệ thống sông Thái Bình, sông Kinh Thầy, sông Mạo Khê... Ngoài ra còn có các hệ thống sông khác và hệ thống sông địa phương, sông thủy nông và các ao hồ. Vì vậy nguồn nước mặt của tỉnh cũng khá dồi dào. Nguồn nước ở các hệ thống sông địa phương, sông thủy nông được lấy từ sông Hồng sử dụng cho việc tưới tiêu trong sản xuất nông nghiệp và nuôi trồng thủy sản của tỉnh. Hệ thống ao hồ của tỉnh cũng khá nhiều, là nơi dự trữ nước lớn, điều hoà khí hậu, tạo ra cảnh quan môi trường trong lành và trở thành những khu vui chơi giải trí, công viên, khu nghỉ mát hấp dẫn nhiều du khách như hồ Côn Sơn, hồ Mật Sơn, hồ Bạch Đằng...

Ngoài ra Hải Dương còn có nguồn nước ngầm khá phong phú, dồi dào, đảm bảo cho hệ thống các giếng ở các huyện, xã... Và Hải Dương còn có một mỏ nước

khoáng ở Thạch Khê nhưng chưa được khai thác sử dụng.

**❖ Tài nguyên thiên nhiên**

*Tài nguyên đất:*

Tỉnh Hải Dương có 84.900 ha diện tích đất tự nhiên. Trong đó, diện tích đất nông nghiệp là 54.421 ha, chiếm 64,1%; diện tích đất lâm nghiệp có rừng là 9.147 ha, chiếm 10,77%; diện tích đất chuyên dùng là 13.669 ha, chiếm 16,1%; diện tích đất ở là 5.688,3 ha, chiếm 6,7% và diện tích đất chưa sử dụng, sông suối đá là 6.368 ha, chiếm 7,5%.

Trong đất nông nghiệp, diện tích đất trồng cây hàng năm là 83.124 ha, chiếm 78,66%, riêng đất lúa có 72.500 ha gieo trồng được 2 vụ; diện tích đất trồng cây lâu năm là 10.636 ha, chiếm 10%; diện tích đất có mặt nước nuôi trồng thủy sản là 7.276 ha, chiếm 6,88%.

Diện tích đất trồng, đôi trục cần phủ xanh 7.396 ha, diện tích đất mặt nước chưa được khai thác là 1.364 ha.

*Tài nguyên rừng và hệ thực vật:*

Do chịu ảnh hưởng của khí hậu nhiệt đới ẩm gió mùa và địa hình núi đá vôi đã tạo cho Hải Dương có tài nguyên rừng, các thảm thực vật và hệ sinh thái đa dạng. Diện tích rừng tỉnh Hải Dương có 9.140 ha, trong đó rừng tự nhiên có 2.384 ha, rừng trồng có 6.756 ha. Rừng chủ yếu là rừng nhiệt đới với hệ thực vật như lim, táu, sến, dẻ, keo, thông...tập trung ở dãy núi Phượng Hoàng, Côn Sơn huyện Chí Linh, dãy núi An Phụ - Kinh Môn..

*Tài nguyên khoáng sản:*

Tài nguyên khoáng sản của Hải Dương tuy không nhiều chủng loại nhưng một số có trữ lượng lớn, chất lượng tốt đáp ứng cho nhu cầu phát triển công nghiệp, đặc biệt là công nghiệp sản xuất vật liệu xây dựng của tỉnh, đồng thời cung cấp nguyên liệu cho trung ương và một số tỉnh khác. Đá vôi ở huyện Kinh Môn, trữ lượng 200 triệu tấn, chất lượng tốt, CaCO<sub>3</sub> đạt 90 – 97% cung cấp đủ nguyên liệu cho sản xuất sứ. Xi măng sản lượng 4 – 5 triệu tấn. Cao lanh ở Kinh Môn, Chí Linh trữ lượng 40 vạn tấn cung cấp đủ nguyên liệu cho sản xuất sứ trong tỉnh và một số tỉnh khác. Sét chịu lửa ở huyện Chí Linh, trữ lượng 8 triệu tấn, chất lượng

tốt cung cấp nguyên liệu sản xuất gạch chịu lửa trong tỉnh và một số tỉnh khác. Bôxít ở huyện Kinh Môn, trữ lượng 200.000 tấn.

### **2.1.2. Đặc điểm kinh tế - xã hội**

#### **❖ Dân cư và lao động**

Theo Ban chỉ đạo Tổng điều tra dân số và nhà ở, tại thời điểm điều tra 1/4/2009 tổng số nhân khẩu toàn tỉnh Hải Dương là 1.703.492 người, chiếm 2% dân số cả nước ( dân số cả nước: 85.798.573 người). Trong đó, nam chiếm 48,9%, nữ chiếm 51,1%, nhân khẩu thành thị chiếm 19,1%, nhân khẩu nông thôn chiếm 80,9%.

Sau 10 năm (1999 - 2009) dân số tỉnh ta tăng thêm 52.686 người, bình quân mỗi năm tăng 0,3%, tỷ lệ tăng thấp hơn so với cả nước và vùng đồng bằng Sông Hồng và giảm mạnh so với thời kỳ 10 năm trước. Có 5 huyện, thành phố dân số tăng, tăng nhiều nhất là TP Hải Dương, bình quân tăng 5,3%/năm. Mật độ dân số chung toàn tỉnh là 1.029 người/ 1 km<sup>2</sup>. Tỷ số giới tính của dân số tỉnh Hải Dương là 95,8 nam/100 nữ, thấp hơn của cả nước (98,1 nam/100 nữ). Cũng qua điều tra đã cho thấy trên địa bàn tỉnh hiện có 130 cụ thọ 100 tuổi trở lên, chiếm 4,8% số các cụ thọ 100 tuổi trở lên của cả nước), tăng 5 lần so với năm 1999, trong đó có 13 cụ ông và 117 cụ bà.

Như vậy Hải Dương là tỉnh đông dân thứ 11/63 tỉnh thành trong cả nước và đứng thứ 5/11 tỉnh thành trong vùng đồng bằng Sông Hồng và là tỉnh thuộc nhóm tỉnh có tỷ số giới tính khi sinh cao trong cả nước ( theo tạp chí KHCN & MT số 5-2009 ).

Trên địa bàn tỉnh có 10 dân tộc, đông nhất là dân tộc Kinh có 1.646.426 người, chiếm 99,74%; các dân tộc thiểu số như dân tộc Sán diu có 1.516 người, chiếm 0,09%; dân tộc Tày có 469 người, chiếm 0,0028%; dân tộc Nùng có 75 người, chiếm 0,0045%; dân tộc Thái có 65 người, chiếm 0,0039%; dân tộc Mông có 17 người, chiếm 0,001%; dân tộc Dao có 27 người, chiếm 0,0016%; dân tộc Thổ có 21 người, chiếm 0,0012% và các dân tộc khác chiếm 0,213%.

#### **❖ Giao thông và cơ sở hạ tầng**

Tỉnh Hải Dương có hệ thống cơ sở hạ tầng khá hoàn chỉnh, tạo điều kiện

thuận lợi cho kinh tế - xã hội của tỉnh phát triển.

Hệ thống giao thông: gồm đường bộ, đường thủy, đường sắt; Phân bố hợp lý, giao lưu rất thuận lợi tới các tỉnh.

+ Đường bộ: có 4 tuyến đường quốc lộ qua tỉnh dài 99 km, đều là đường cấp I, cho 4 làn xe đi lại thuận tiện.

+ Đường sắt: Tuyến Hà Nội - Hải Phòng chạy song song với quốc lộ 5, đáp ứng vận chuyển hàng hoá, hành khách qua 7 ga trong tỉnh.

+ Đường thủy: với 400 km đường sông cho tàu, thuyền 500 tấn qua lại dễ dàng. Cảng Cống Cầu công suất 300.000 tấn /năm và hệ thống bến bãi đáp ứng về vận tải hàng hoá bằng đường thủy một cách thuận lợi.

Hệ thống giao thông trên bảo đảm cho việc giao lưu kinh tế từ Hải Dương đi cả nước và nước ngoài rất thuận lợi.

#### **❖ Kinh tế**

Năm 2008, tổng sản phẩm trong tỉnh (GDP) tăng 10,5%; giá trị sản xuất nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,9%; giá trị sản xuất công nghiệp, xây dựng tăng 13 %. Giá trị sản xuất các ngành dịch vụ tăng 13,5%.

Giá trị hàng hoá xuất khẩu ước đạt 420 triệu USD, tăng 73,6% so với cùng kỳ năm trước, trong đó, chủ yếu tăng do các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (tăng 85,7%). Tổng giá trị nhập khẩu ước đạt 440 triệu USD, tăng 47,9% so với cùng kỳ năm trước.

Đến nay Hải Dương đã quy hoạch 10 khu công nghiệp với tổng diện tích 2.719 ha. Với chính sách thông thoáng, ưu đãi các nhà đầu tư trong và ngoài nước, với lợi thế vị trí thuận lợi, Hải Dương đã thu hút nhiều nhà đầu tư vào khu công nghiệp. Đến hết tháng 10/2008 đã thu hút 350,2 triệu USD vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, trong đó cấp giấy chứng nhận đầu tư mới cho 37 dự án ( tăng 9 dự án), tăng 39,2% so với cùng kỳ năm 2007. Ước tính vốn đầu tư thực hiện của các dự án năm 2008 đạt 300 triệu USD, tăng 27,6% so với năm 2007.

#### **❖ Du lịch**

Hải Dương là miền đất giàu di tích lịch sử, văn hoá và danh lam thắng cảnh, tuy bị chiến tranh, thiên tai tàn phá nặng nề, nhưng nhờ có truyền thống giữ gìn

bản sắc dân tộc, bảo tồn di sản lịch sử văn hoá của dân tộc, cùng sự quan tâm của chính quyền địa phương, đến nay Hải Dương còn giữ được hàng nghìn di tích có giá trị. Đây là tài sản vô giá, là cơ sở của sử học, là linh hồn và niềm tự hào của nhân dân địa phương.

Tính đến hết năm 2003, toàn tỉnh có 1089 được đăng ký và nghiên cứu bước đầu, 127 di tích và cụm di tích các loại được xếp hạng Quốc gia, đứng hàng thứ tư về số lượng di tích xếp hạng theo đơn vị tỉnh và thành phố trong cả nước. Trong số những di tích đã xếp hạng có: 65 đình, 43 chùa, 33 đền-miếu-đàn, 1 nhà thờ họ, 1 cầu đá, 4 di tích lịch sử cách mạng, 5 danh thắng, 6 lăng mộ, 1 văn miếu, 1 di tích khảo cổ học, 3 hệ thống hang động. Trong số các di tích đã xếp hạng, có 2 di tích được xếp vào hạng đặc biệt quan trọng, đó là khu di tích Côn Sơn và đền thờ Kiếp Bạc.

#### **❖ Hành chính sự nghiệp**

Hải Dương có 12 đơn vị hành chính trực thuộc gồm: Thành phố Hải Dương, thị xã Chí Linh và 10 huyện: Nam Sách, Kinh Môn, Kim Thành, Thanh Hà, Ninh Giang, Gia Lộc, Tứ Kỳ, Thanh Miện, Cẩm Giàng và Bình Giang.

Trung tâm hành chính: thành phố Hải Dương là trung tâm kinh tế - chính trị - văn hóa của cả tỉnh.

## **2.2. Những đặc trưng của ẩm thực Hải Dương**

### **2.2.1. Văn hoá ẩm thực Hải Dương trong nền chung của ẩm thực Việt Nam**

Ăn uống là nhu cầu sinh tồn của muôn loài sinh vật. Nhưng chỉ có con người- một loài sinh vật thượng đẳng mới xây dựng được nền văn hoá đa dạng, trong đó có văn hoá ăn uống.

Ăn uống là một cách thể hiện trình độ văn minh, thể hiện lối sống của con người. Mỗi dân tộc, mỗi miền đều có bản sắc văn hoá ăn uống riêng không nơi nào giống nơi nào. Đặc điểm ăn uống đó xuất phát từ quá trình sống, điều kiện địa lý, kinh tế, tập quán, khí hậu, điều kiện xã hội và các tác động bên ngoài. Việt Nam phải chịu ách đô hộ từ Trung Quốc đến Pháp, Mĩ... đã tạo ra sự phân chia địa lý, xã hội thành các vùng miền khác nhau. Tuy cùng chung một gốc rễ cội nguồn, nhưng trên cả nước vẫn có sự khác nhau về lối sống, tiếng nói và tập quán ăn uống. Nhìn

chung, đặc điểm khẩu vị ăn uống của người Việt Nam là thích các món ăn nóng, giòn, sử dụng các gia vị địa phương như tỏi, gừng, riềng... để làm tăng mùi vị đặc trưng. Về màu sắc, ngoài việc sử dụng màu sắc tự nhiên của nguyên liệu còn có thể thêm vào các màu sắc từ các nguyên liệu có màu khác như trái gấc, lá rau ngót, lá dứa... Những đặc điểm đó đều tạo sự hấp dẫn đối với sản phẩm. Mỗi vùng đất trên đất nước Việt Nam ngoài những đặc điểm chung kể trên còn có lối ẩm thực riêng mang sắc thái và đặc trưng của vùng đó. Đó là phong tục, thói quen và là văn hoá của từng vùng. Cái chung và cái riêng hoà trộn với nhau khiến phong cách ẩm thực Việt Nam rất phong phú. [4] Trên cái nền chung đó, ẩm thực Hải Dương nổi lên như một nét chấm phá, mộc mạc, nhẹ nhàng mà vô cùng ấn tượng.

Có lẽ đối với du khách, cái tên Hải Dương còn khá xa lạ trên bản đồ ẩm thực Việt Nam. Trong khi ẩm thực Hà Nội, ẩm thực Huế, ẩm thực Nam Bộ lại được nhắc tới rất nhiều, gắn liền với những đặc sản nổi tiếng như phở Hà Nội, các món ăn cung đình, cơm hên Huế, canh cua cá lóc, cá kho tộ, gà nướng đất Nam Bộ...

Trước khi nói về cái riêng của ẩm thực Hải Dương cũng cần nói rằng giống như các địa phương khác thuộc vùng đồng bằng châu thổ Bắc Bộ tập quán ăn uống của người Hải Dương cũng bắt nguồn từ cái nền chung của ẩm thực Việt Nam, của văn hoá Việt Nam - một nền văn hoá nông nghiệp lúa nước điển hình.

Khác với người dân Hải Phòng vốn có bề dày lịch sử về nghề chài lưới nên tính cách, tập quán lối sống, ăn ở đi lại của người Hải Phòng cũng mang đậm dấu ấn của biển cả. Do đó, trong văn hoá đời thường và trong bữa ăn của người Hải Phòng có sự nghiêng về hải sản.

Người dân Hải Dương lại có bề dày lịch sử về nghề nông nghiệp, vì vậy mà văn hoá ăn của người Hải Dương lại nghiêng về lương thực thực phẩm.

Xuất phát từ điều kiện tự nhiên là nằm trong vùng khí hậu nhiệt đới gió mùa nóng ẩm, thuận lợi phát triển cây trồng lương thực thực phẩm, từ đó người dân Hải Dương đã sáng tạo chế biến ra các món ăn rất phong phú về chủng loại và màu sắc. Các món ăn đó đều được chế biến từ những nguyên liệu hết sức đơn giản, dân dã mà lại dễ làm đó là gạo, đỗ xanh, vừng... nhưng chất lượng và hương vị của các món ăn lại rất đậm đà và ai từng thưởng thức một lần thì còn nhớ mãi và sẽ muốn

thường thức thêm nữa...

Văn hoá xứ Đông được hình thành, đi lên bằng sức lao động cần cù, sáng tạo của con người trên mảnh đất này. Người Hải Dương không những giỏi làm ra hạt lúa, hạt đậu, hoa thơm trái ngọt như gạo nếp cái hoa vàng (Kinh Môn, Cẩm Giàng), vải thiều (Thanh Hà); dưa hấu (Gia Lộc); na dai, chuối mật (Chí Linh), mà còn biết chế biến nhiều món ăn đặc sản nổi tiếng khắp trong và ngoài nước như bánh đậu xanh, bánh khảo, bánh cuốn, nem chua (thành phố Hải Dương), bánh gai (Ninh Giang), bánh đa Kê Sắt (Bình Giang), rượu Phú Lộc (Cẩm Giàng), giò chả (Gia Lộc), mắm rươi, chả (Kim Thành), mắm cáy (Thanh Hà),...

Vùng đất xứ Đông xưa nay đã khiến khách bốn phương “đi nhớ, về thương” bởi những đặc sản gắn với từng tên đất, tên làng, tên phố. Đến với Hải Dương, khách nhớ đến bánh đa Kê Sắt, vải Thanh Hà và nhất là không ai quên mang về chục hộp bánh đậu xanh, dăm ba chục bánh gai thị trấn Ninh Giang làm quà cho người thân. Những món quà ấy tự thân nó đã nói hộ du khách về vùng đất mình vừa đặt chân, về sự tài tình, khéo léo của con người xứ Đông, bởi đó là nét văn hoá đặc sắc, là bản sắc không thể lẫn của xứ Đông trên mọi miền đất nước.

Văn hoá ẩm thực của Hải Dương phong phú, đa dạng, dân dã mà tinh tế, hấp dẫn. Hương vị đặc biệt của các món ẩm thực địa phương đã làm cho người Hải Dương tự tin mời khách bốn phương và những người đã một lần thưởng thức, thì xa lâu còn nhớ.

### **2.2.2. Giới thiệu một số món ăn nổi tiếng của Hải Dương**

Món ăn Việt Nam phong phú, đa dạng được phân loại theo nhiều tiêu chí khác nhau như phân loại theo vùng miền, theo bữa ăn chính hay phụ, theo nguyên liệu chế biến, theo cách ăn... Dựa theo những cách phân loại đó, người viết đã phân loại các món ăn của Hải Dương theo tiêu chí sau:

#### **2.2.2.1. Những món ăn được chế biến từ thực vật**

##### **a. Bánh đậu xanh**

Ai đã từng qua thành phố Hải Dương chắc hẳn sẽ không thể quên một thứ bánh đặc sản mang hương vị đậm đà xứ Đông: bánh đậu xanh. Bởi thế nên nhiều người vẫn quen gọi Hải Dương là “Thành phố bánh đậu xanh”.



Bánh đậu xanh Hải Dương là một đặc sản của tỉnh Hải Dương. Bánh đậu xanh là hàng hoá được bán ở nhiều siêu thị lớn của cả nước và được xuất khẩu đến một số nước trên thế giới.

Biết chế biến các món ăn tinh khiết hợp khẩu vị là một phương diện văn hoá, hơn thế còn là một khẩu hiệu văn minh của mỗi địa phương, mỗi dân tộc. Ở nước ta tục chế biến các món ăn truyền thống hình thành rất sớm, nhất là các loại bánh. Chế biến các loại bánh từ lâu đã trở thành nghề nghiệp của nhiều gia đình trong từng địa phương. Trong số những đặc sản của tỉnh Đông xưa phải kể đến bánh đậu xanh của Hải Dương. Nguyên liệu để chế biến nên loại bánh này không phải lấy ở đâu xa mà lấy ngay từ hoa mẫu của đồng nội, hương vị của đồng quê. Thành phần của bánh cũng đơn giản: đậu xanh, đường kết tinh, mỡ lợn, tinh dầu của hoa bưởi. Những nguyên liệu này đều phải chọn lọc chế biến tinh khiết, được pha trộn với nhau theo một tỉ lệ hợp lý, vượt tỉ lệ đó bánh sẽ kém chất lượng. Giấy gói bánh phải chọn giấy bóng kính, nhãn in màu vàng để hoà với màu sắc của bánh và tôn vẻ đẹp của bánh. Bánh được đóng theo từng khẩu vuông, 10 khẩu mỏng xếp 5 hàng (8,5 x 3,2 x 1,1 cm) nặng 45 gam, gần đây đã có những cải tiến nhưng quy cách của khẩu không thay đổi.

Bánh đậu xanh không chỉ ngon mà còn bổ. Bánh có tác dụng giảm béo đối với người trung niên, giảm cholesterol và mỡ trong máu, cũng như để phòng các bệnh xơ cứng động mạch ở người cao tuổi. Đông y cho rằng: đậu xanh tính bình, vị ngọt có tác dụng giải nhiệt thanh độc...

Ngày xưa bánh đậu xanh chỉ có người giàu mới được thưởng thức. Khi vua Bảo Đại đi kinh lý qua Hải Dương, nhà vua đã được dâng bánh đậu xanh, nhà vua thưởng thức và khen ngợi hương vị đặc sản này và nhà vua ban sắc khen bánh đậu xanh Hải Dương, trên sắc có in hình con “rồng vàng” biểu tượng cho uy quyền của nhà vua và kể từ đó bánh đậu xanh Hải Dương có tên gọi “Bánh đậu xanh rồng vàng”.

Bốn mùa xuân, hạ, thu, đông đều phù hợp để thưởng thức bánh đậu xanh. Ngày xuân, mưa xuân và hoa xoan phơi phới bay đầu ngõ ngòi bên tách trà nóng mà thưởng thức bánh đậu xanh nghe như đất trời đang nhẹ nhàng chuyển động.

Mùa hè cả nhà quây quần trên tám chiếu trải giữa sân với một ấm chè đặc và một đĩa bánh đậu xanh để nhâm nhi cảm nhận được vị mát của đậu xanh giữa mùa hè oi ả. Mùa đông giá rét, ấm trà nóng và bánh đậu xanh cũng đủ làm cho mọi người thưởng thức ấm bụng vị ngọt thơm béo tan quện với ngụm trà thanh thanh từ từ tan trong miệng cuối cùng đọng lại vị ngọt thanh rất lâu nơi đầu lưỡi.

Bánh đậu xanh Hải Dương ra đời vào đầu thế kỉ 20. Hiện nay, thành phố Hải Dương có trên 50 nhà hàng bánh đậu xanh, trong đó có những nhãn hiệu nổi tiếng như Bảo Hiên, Cự Hương, Nguyên Hương, Hoà An, Quê Hương, Rồng Vàng...

“Ai qua thành phố Hải Dương  
Nhớ mua bánh đậu quê hương làm quà  
Bánh ngon thơm ngọt đậm đà  
Ngọt ngào hương vị mặn mà tình quê...”

Đọc các phố lớn trong thành phố và nhất là dọc tuyến đường cao tốc Hà Nội Hải Phòng qua thành phố Hải Dương, bánh đậu bán đầy ắp các cửa hàng. Nhiều thế nhưng không ế. Trong một năm mùa xuân và mùa đông hàng bán chạy hơn cả. Nhất là vào dịp tết, những nhà hàng nổi tiếng thường không đủ bánh bán.

Thành phần của bánh đến nay không gì thay đổi nhưng công cụ sản xuất và vệ sinh công nghiệp, bao nhãn và phương pháp quảng cáo đã đạt trình độ cao điển hình là nhà hàng Nguyên Hương, qua kiểm nghiệm của cơ quan có trách nhiệm, xác định, nếu bánh làm tốt có thể sử dụng được trên 100 ngày. Nghề làm bánh đậu xanh đã giải quyết việc làm ổn định cho hàng ngàn người dân thành phố và các vùng lân cận.

Cái chất tốt lành cùng với sự thanh tịnh của “vị ngọt thôn quê” đã khiến bánh đậu xanh không chỉ là món quà ấm áp cho người thân, bạn bè mà còn là tấm lòng thơm thảo thờ cúng tổ tiên vào những ngày lễ tết. Người Hải Dương xa nhà nhìn thấy bánh đậu xanh như nhìn thấy quê hương, lòng rạo rức nhớ quê. Khách muôn phương thấy bánh đậu xanh lại nhớ lại một thành phố nhỏ êm đềm, cư dân thuần hậu, giữa đồng bằng châu thổ nơi ấy có đường sắt, đường bộ, đường thủy đi qua. Rất nhiều người Việt nói chung và người Hải Dương sống ở nước ngoài, mỗi lần về thăm quê cha đất tổ đều không quên mang theo mấy hộp bánh đậu xanh làm

quà khi quay trở lại xứ người.

Chiếc bánh đậu xanh nhỏ bé, giản dị nhưng đã mang tiếng thơm của tỉnh đông đến muôn nơi và mang về cho quê hương một nguồn thu không nhỏ.

### ***b. Bánh gai Ninh Giang***

Bánh gai có ở nhiều vùng quê nhưng là đặc sản truyền thống của Ninh Giang ( Hải Dương) đó là thứ bánh được làm từ gạo nếp hoa vàng và lá gai. Cũng vẫn là đỗ xanh, lạc, dừa, mít bí, vừng... nhưng bánh gai Ninh Giang lại có vị riêng không trộn lẫn của một vùng đất có bề dày lịch sử văn hoá.

Cách thành phố Hải Dương 30 km về hướng đông nam, giáp Hải Phòng và Thái Bình, Ninh giang được ví là *nơi có tiếng gà gáy ba tỉnh đều nghe rõ*. Là một thị trấn duyên dáng, được con sông Luộc bao bọc, Ninh Giang đã ghim sâu tên mình vào lòng người bằng đặc sản quê mình: bánh gai Ninh Giang.

Theo nhiều cụ già tại thị trấn Ninh Giang nghề làm bánh gai đã có từ hơn 700 năm trước. Ban đầu bánh tròn như quả chanh, không có lá bọc. Ngày xưa bánh gai rất hiếm, chỉ được dùng trong ngày tết hay nhà có giỗ chạp.

Làm bánh gai là cả một nghệ thuật. Để làm ra chiếc bánh ngon, đạt tiêu chuẩn, làm vừa lòng người tiêu dùng phải trải qua rất nhiều công đoạn. Ở mỗi công đoạn lại đòi hỏi sự tinh tế, khéo léo, điêu luyện và kinh nghiệm cùng bí quyết gia truyền của người thợ làm nghề.

Người ta phải kén gạo nếp cái hoa vàng, thơm, đem về vo sạch rồi ngâm nước lạnh đến khi hạt gạo mềm thì vớt ra để vào nơi thoáng mát cho ráo nước rồi đem xay thành bột mịn.

Lá gai phơi khô, tước bỏ hết gân, thái nhỏ đem luộc rồi vắt kiệt nước, cho vào cối giã thật nhuyễn, trộn với bột và đường kết tinh làm vỏ bánh, khi trộn bột phải vắt nhiều lần cho thật dẻo.

Nhân bánh cũng phải chọn nguyên liệu và gia công rất cầu kì: đỗ xanh, lạc, dừa, mít bí, vừng, hạt sen, dầu chuối... mỡ lợn dày khô đem pha rồi luộc chín, thái con chì, trộn đường rồi đem ủ đến khi những miếng mỡ trắng, trắng, trong, giòn mới đem dùng. Đậu xanh cũng phải chọn loại ngon, hạt nhỏ, xay vỡ, ngâm đãi sạch vỏ, nấu chín giã nhuyễn. Các thức ấy được trộn, chế biến để làm nhân. Đặc

biệt bánh gai phải được gói bằng lá chuối khô lau sạch, xếp nhiều lớp để giữ được lâu. Khâu hấp bánh là khâu cuối cùng. Hấp bánh trong xúng nhiều nước và để sôi lớn lửa, xếp thưa bánh và hấp trong khoảng hai tiếng đến khi bánh dậy mùi thơm ngậy đặc trưng là được. Lấy bánh ra để ra chỗ thoáng gió cho lá mau khô ráo.

Cũng cùng nguyên liệu như đường, gạo nếp, hương liệu, lạc, dừa... nhưng mỗi cơ sở sản xuất bánh lại có những bí quyết riêng trong từng công đoạn chế biến để tạo nên hương vị đặc trưng riêng của mình. Hiện nay, thị trấn Ninh Giang có gần 100 cơ sở sản xuất bánh gai với thương hiệu nổi tiếng như bánh gai Bà Tới, Lan Trạm, Liên Hương... Trung bình một ngày mỗi cơ sở làm bánh gai thường gói từ 500 đến 1000 chiếc, khi có nhiều đơn đặt hàng thì con số này lên đến hàng ngàn chiếc. Trung bình mỗi chiếc giá từ 2000 đến 3000 đồng.

So với các loại bánh gai khác, bánh gai Ninh Giang chính hiệu bao giờ cũng có hương vị riêng: từ màu sắc, kỹ thuật, cách gói với một nét riêng của một vùng quê đã tạo nên một đặc sản truyền thống lâu đời. Có một điều rất thú vị là mua bánh gai ngay tại thị trấn Ninh Giang, khách hàng sẽ không bao giờ sợ mua phải bánh làm từ các loại lá khác hoặc hoá chất vì nếu có hàng bánh nào làm ra thứ bánh ấy, sẽ bị các hiệu khác, nhất là người dân Ninh Giang “tẩy chay”.

Bánh gai là một sản phẩm ẩm thực, du lịch độc đáo của Ninh Giang. Hàng năm tại đây thu hút đông đảo du khách trong và ngoài nước đến thăm quan làng nghề và cũng để thưởng thức món đặc sản nổi tiếng xứ Đông này. Tuy là đặc sản nổi tiếng song bánh gai Ninh Giang hiện vẫn gặp nhiều khó khăn do các cơ sở sản xuất bánh gai vẫn duy trì kiểu làm ăn manh mún, lại thiếu vốn, giá nguyên liệu tăng cao, chưa liên kết để tìm đầu ra lâu dài cho sản phẩm. Do vậy, trong thời gian tới để phát triển thương hiệu làng nghề bánh gai Ninh Giang rất cần sự quan tâm của các cấp ngành, địa phương trong việc quảng bá thương hiệu, tìm đầu ra cho sản phẩm.

### ***c. Bánh đa Kẻ Sặt***

Ở Hải Dương hầu như ở huyện nào cũng có người làm bánh đa nhưng chỉ có bánh đa Kẻ Sặt mới nổi tiếng trở thành đặc sản của Hải Dương tương tự như bánh gai, bánh đậu xanh và cũng là loại bánh đặc sản ngon nổi tiếng của tỉnh Đông thừa

trước.

Kẻ Sặt thời phong kiến là một xã thuộc tổng Thị Tranh. Kẻ Sặt là tên nôm của làng Tráng Liệt. Năm 1958, tách một phần xã Tráng Liệt, lập thị trấn Kẻ Sặt.

Bánh đa Kẻ Sặt là loại bánh đa ngọt, bánh đa cao cấp. Để làm bánh đa Kẻ Sặt rất công phu, gồm: gạo tẻ loại tốt, vừng loại tốt, trước đây thường mua loại vừng ở miền núi, hạt mẩy và nhỏ, chỉ bằng 1/3 hạt vừng đồng bằng nhưng chất lượng cao. Đường kính hoặc đường cát tinh khiết. Lạc chọn loại già, mẩy, nhân to. Dừa loại già, cùi dầy. Gừng tươi loại già. Bánh đa được làm theo tỉ lệ nguyên liệu: gạo 10, đường 4, vừng 1, lạc và dừa 1,5 và vài lát gừng giã nhỏ làm gia vị.

Bánh đa Kẻ Sặt đầu thế kỷ 20 rất nổi tiếng và ăn khách, người ta không chỉ bán tại quê mà còn bán buôn đi nhiều thành phố, thị xã. Bước vào cuộc kháng chiến chống Pháp, nghề làm bánh đa ngọt sa sút. Sau hoà bình lập lại, 80 % dân Kẻ Sặt di cư vào Nam, vì đây là dân công giáo. Đến năm 1991, bên cạnh nghề nông có tới 30 % số hộ làm nghề buôn bán và tiểu thủ công nghiệp. Bánh đa ngọt chưa tìm được thị trường nên chỉ có 4 gia đình làm bánh, bằng 2 % số hộ hiện có. Hiện nay, đời sống của nhân dân đã được cải thiện, khách sạn, nhà hàng phát triển, nhu cầu tiêu thụ tốt và cải tiến về mặt sản xuất, bánh đa Kẻ Sặt hoàn toàn có cơ hội phục hồi và phát triển như bánh đậu xanh, bánh gai.

#### ***d. Bún cổ truyền Đông Cạn***

Bún là món ăn cổ truyền quen thuộc của người Việt Nam. Từ xa xưa trong các chợ quê hay chợ tỉnh thành bao giờ cũng có hàng bún. Bún không chỉ là một thứ quà sáng mà còn được sử dụng như một thức ăn chính thay cơm trong những ngày mùa màng ở nông thôn và những tiệc chiêu đãi ở thành phố. Bún mềm và có men chua kích thích tiêu hoá. Vì vậy khi lao động mệt nhọc, người ta thích ăn bún hơn ăn cơm.

Ở Hải Dương nổi tiếng nhất là bún Đông Cạn, thuộc xã Tân Tiến, huyện Gia Lộc. Làm bún là nghề tuy không khó nhưng không phải nhà nào cũng làm được và có truyền thống. Ở Đông Cạn có tới 95% gia đình biết làm bún và sản xuất thường xuyên. Có thể nói Đông Cạn là làng bún cổ truyền.

Nghề làm bún rất đơn giản, vài ba cái vại to ( 50 lít), cối giã gạo, khuôn, dây

lọc bột, túi lọc, mâm, thúng đựng bún, chén (đĩa) vắt con bún. Kỹ thuật làm bún cũng không khó, muốn có bún ngon phải từ nguyên liệu, cách lọc, pha chế.

Nguyên liệu làm bún là gạo. Gạo là loại gạo ngon, hạt mẩy, không bị gãy. Khi ngâm gạo trước khi xay bột phải chú ý đến thời gian ngâm, không được ngâm quá lâu sẽ làm cho sợi bún bở, không dai cũng không được ngâm quá nhanh sẽ làm cho sợi bún đục không đẹp, không ngon. Gạo sau khi ngâm được xay rồi bọc lại thành từng khối nén chặt lại. Bột gạo sau khi nén chặt thì được đem ra pha với nước nhưng nước pha phải thật sạch, phải pha hợp lý giữa lượng nước và lượng bột gạo, không sẽ làm cho sợi bún bị nhão, đục không thành sợi. Trong quá trình cho ra sợi bún phải để ý đến hơi nước, hơi nước phải nóng, kín thì sợi bún mới liền, dai. Trung bình 1 kg gạo được 2 kg bún. Chất lượng bún được đánh giá vào độ trắng, độ bông dòn và đậm của sợi. Bún trắng nhưng phải dòn và đậm mới là bún ngon. Bún ngon nhất là ăn với mắm tôm hoặc riêu cua, riêu cá.

Hiện nay thị trường bún Đông Cạn rất mở rộng, đặc biệt từ năm 2005 nghề bún được công nhận là làng nghề truyền thống, sản phẩm của làng nghề ngày càng đi xa và không ngừng mở rộng thị trường, trong đó lớn nhất là cung cấp cho thành phố Hải Dương. Hầu hết, các gia đình ở Đông Cạn đều làm bún, mỗi năm đưa ra thị trường hàng trăm tấn bún. Từ nghề làm bún làng quê nơi đây ngày càng trù phú.

#### ***e. Cốm làng Thạc***

Mỗi độ thu về, người dân thành phố Hải Dương lại nghe xôn xao tiếng rao “ai mua cốm Thạc không”. Hạt cốm làng Thạc xanh ròn, vừa dẻo, vừa thơm. Cái hương thơm rất riêng của lúa nếp mới qua thời kỳ ngâm sữa...

Theo truyền thuyết, ngày xưa mỗi khi lụt lội, mất mùa người nông dân đành phải ngụp lặn để mò mẫm nhặt những bông lúa còn non bị ngập trong nước đem về rang khô để chống đói và để ăn dần. Không ngờ cái sản phẩm vớt vát ấy lại có hương vị riêng, rất hấp dẫn, khiến người vùng lũ sau đó thường hay lập lại để ăn chơi mỗi khi mùa vụ đến. Cứ mỗi lần làm là một lần rút kinh nghiệm, sáng tạo thêm. Hạt cốm ngày càng xanh, càng mỏng, càng dẻo và thơm ngon. Và cốm làng Thạc đã ra đời như thế rồi vượt khỏi lũy tre làng trở thành đặc sản quý. Làng Thạc

bây giờ thuộc xã An Châu, tỉnh Hải Dương.

Hạt lúa thu hoạch khi còn xanh, khi bằm còn có sữa, đều hạt; lúa già, cốm sẽ cứng, khách chê. Vụ cốm chính trong năm rõ nhất là rằm tháng 8 âm lịch, cũng có cốm chiêm nhưng khách sành ăn, họ hay mua cốm mùa. Lúa khi được chở về đến nhà, phải được làm ngay trong ngày, nếu để qua đêm nó cũng bị ôi tữa như rau ôi, sản phẩm sẽ kém ngon. Lúa được đưa vào máy tuốt, sau khi tuốt xong, đãi sạch chất bần, loại những hạt lép. Khi tuốt xong, những hạt lúa được cho lên chảo rang to lửa, người thợ luôn đảo đều bằng tay để lúa không cháy, đến độ hạt thóc bắt nhiệt chuyển dạng đông sữa quần lại là được. Qua khâu rang, thóc để nguội là sang khâu sát vỏ. Lúc này, những hạt cốm thô ra đời, vỏ trấu được loại ra phần lớn rồi chuyển sang công đoạn giã.

Cốm thô được cho xuống cối đá giã, lòng cối không sâu lắm, chừng 20cm. Cốm được giã tới 4, 5 lần; sau mỗi lần giã người ta lại sàng, xẩy để tạt chất trấu, cám ra đi và cứ làm như thế khi nào thấy cốm sạch thì thôi. Để có màu xanh người dân dùng lá gừng hoặc lá cây mây nghiền nhỏ lấy nước cốt đồ lên cùng với cốm, một chút nước đường, bánh đậu xanh, cùi dừa... tạo nên sắc thái mới cho hương cốm ngày nay.

Cốm không phải món ăn no, người sành thưởng thức thường nhâm nhi cốm với chén nước trà xanh. Thưởng thức vị cốm đầu mùa mới là ngon nhất, có thể ăn cốm với chuối chín hay với quả hồng chín đỏ mọng. Từ cốm, người ta có thể chế biến ra nhiều loại món ăn bao gồm: bánh cốm, chả cốm, kem cốm, chè cốm...

Là đặc sản của một làng nghề lâu đời, cốm Thạc đáng được đầu tư khôi phục.

### **2.2.2.2. Những món ăn được chế biến từ động vật**

#### **a. Các món ăn làm từ rươi**

Mỗi độ thu về khi làng quê vào mùa gặt mới, những chút gió heo may tràn về và lúc hoa sữa ngào ngạt toả hương thơm cũng là lúc chuẩn bị đón mùa rươi mới. Ở Hải Dương rươi có nhiều ở các huyện như Thanh Hà, Tứ Kỳ, Ninh Giang. Mỗi phiên chợ rươi thường chỉ diễn ra trong đôi ba ngày nên luôn để lại trong lòng thực khách bao thương nhớ:

“Ước gì cho đến tháng mười  
Bát com thì trắng, bát rươi thì đầy.”

Mua rươi phải biết chọn những con rươi còn tươi, bò lỏm ngòm trong thúng, rươi màu hồng thân mập thì ngon, còn rươi màu xanh, thân gầy và bò yếu là rươi không ngon. Để làm món rươi, khâu quan trọng nhất là phải rửa thật sạch rươi. Rươi ăn bùn, rêu đá nên thân đầy bùn, nhiều con còn bị đứt đoạn hoặc chết vì thiếu nước khi ở trong thúng. Rươi đem về nhà cho vào rổ dầy nan thả nhẹ nhàng vào chậu nước rồi rửa nhẹ tránh làm vỡ ruột, nhặt sạch mùn rác sau đó để ráo nước.

Món rươi ngon nhất phải kể đến chả rươi. Cho rươi vào bát kèm với thịt lợn băm nhỏ, trứng vịt, mắm, tiêu, vỏ quýt, thì là, lá gấc rồi đánh hỗn hợp này thật nhuyễn, khi nhấc đũa lên hãy còn dính quện không rời. Việc rán chả rươi mỗi nơi một khác, có nơi cho rươi sau khi trộn gia vị vào rán luôn nhưng như vậy rươi sẽ không ngon vì rươi sẽ chín không đều và dễ cháy, khi ăn sẽ thấy khô không còn vị béo ngậy, muốn rươi ngon ta phải dùng nồi hấp xôi cho lút lá chuối xuống dưới, sau đó cho từng muôi rươi vào hấp, khi rươi chín đều đóng bánh ta đem rươi đã hấp chín cho vào chảo mỡ nóng già và đun nhỏ lửa sao cho rươi không cháy nhanh, khi rươi có màu vàng cánh rần đều hai mặt thơm ngào ngạt thì vớt rươi ra để ráo mỡ. Nước chấm rươi ngon nhất là nước mắm chắt, có tỏi ớt băm nhuyễn cho thêm mì chính, đường và vắt chanh là hợp nhất.

Tương tự chả rươi, nem rươi cũng rất ngon và có cách làm cầu kỳ. Có hai loại nem rươi. Nem sống là nem ăn sống, được làm bằng cách lấy rươi trộn với nấm hương, mộc nhĩ và một số rau quả như khế, chuối xanh, ngò, mùi, xà lách, tía tô, kinh giới, vỏ quýt thái nhỏ quăn trong bánh đa nem và chấm mắm ớt. Nem chín là nem ăn chín, có cách làm giống nem sống nhưng đem rán. So với chả và nem, món rươi hấp đơn giản hơn. Cũng là hỗn hợp rươi, nấm, vỏ quýt, thì là, mộc nhĩ, các loại rau xanh cùng với thịt lợn băm nhỏ nêm mắm, tiêu, đường trộn đều xong hấp cách thủy. Canh rươi là món ăn được nấu nhừ trong nước. Thường thấy là canh măng, sườn ninh, trước khi ăn mới thả rươi vào đun chín, múc ra bát dùng nóng.

Rươi cũng được xào với các loại củ quả. Trong món rươi xào, do phải đảo nhiều dễ làm rươi gãy vụn nên nhiều người thường xào rau quả và thịt trước, khi



sắp chín mới đổ rưới vào, đập trứng trộn đều, cho gia vị vừa độ, cuối cùng múc ra đĩa, rưới ít dầu vừng, rắc lá mùi, rau thơm và đặt một quả ớt tía hoa lên trên làm đĩa rưới thêm đẹp.

Món rươi kho và rươi rang bằng nồi đất lại là món ăn giữ nguyên được hương vị đặc trưng rươi. Khi làm món rươi kho, người ta thường lót dưới đáy nồi một lớp gừng, khế, củ cải, vỏ quýt, thì là, lá gác thái chỉ rồi xếp rươi lên trên, nêm gia vị, mỳ chính, đổ nước sâm sấp, đậy kín và đun trong ngọn lửa nhỏ. Khi nước trong nồi cạn cũng là lúc rươi chín mềm, thơm ngậy. Đơn giản hơn trong món rươi rang chỉ cần lấy lá chuối lót đáy nồi, đặt lên bếp, đổ rươi vào chảo đến khi rươi săn giòn.

Trong các món ăn từ rươi, mắm rươi là dễ làm nhất và giữ nhiều dưỡng chất nhất. Sau khi rửa rươi thật sạch, đổ rươi vào vại rắc muối mặn lên và đổ nước ngập bề mặt. Tỷ lệ là năm rươi, một muối, bốn nước. Cứ 5 kg rươi rắc 1 kg muối và đổ 4 lít nước. Cuối cùng cho thêm vào một chén rượu, một lượng thính. Đậy kín vại đem phơi nắng một, hai tuần đến khi rươi chín n hừ tạo thành dịch quánh. Có thể dùng mắm sống hoặc chưng mắm rồi ăn. Mắm rươi có rất nhiều đạm, khoáng chất bổ dưỡng thường để chấm thịt ba chỉ, thăn bò giò heo hoặc nem rau cuộn.

### ***b. Đặc sản mắm cáy Hải Dương***

Trong khi trên thị trường nhan nhản các loại nước mắm được quảng cáo rầm rộ vẫn có thể bị người tiêu dùng "lãng quên", do không hợp khẩu vị, do nghi ngờ có hàm lượng u-rê, chất độc hại 3 MPCĐ cao..., thì nước mắm cáy vẫn chiếm được lòng tin của đông đảo người tiêu dùng. Bởi lẽ, mắm cáy được chế biến bằng phương pháp thủ công truyền thống với nguyên liệu chủ yếu là con cáy vùng nước lợ, muối và nước sạch.

Trên địa bàn tỉnh Hải Dương, con cáy có nhiều ở những vùng nước lợ như Thanh Hà, Kim Thành, Tứ Kỳ, Kinh Môn, Nam Sách... Nhưng nhiều hơn cả là vùng khu Hạ (Tứ Kỳ) và khu Hà Đông (Thanh Hà). Cáy được bán ở nhiều chợ trong tỉnh, với giá phổ biến 30 nghìn đồng/kg. Người kinh doanh mắm cáy, thường đến các chợ mua gom cáy về để chế biến. Dọc đường 391 thuộc địa phận huyện Tứ Kỳ, đường 37 thuộc địa phận huyện Ninh Giang, hay đường 183 thuộc địa phận

huyện Nam Sách và Chí Linh, thậm chí ngay trong TP Hải Dương... có khá nhiều điểm bán mắm cáy.

Mắm cáy là loại nước mắm được làm từ con cáy ( gần giống con cua, nhưng nhỏ hơn, chân nó có nhiều lông hơn, vỏ ngoài màu nâu đậm). Mùi vị của mắm cáy rất khác biệt, có cái thơm nồng của phù sa sông và cái hăng hắc đặc trưng của cáy. Đó là một loại nước mắm dân dã nhưng chứa đựng bao tinh túy của đất trời và cái tài khéo léo không thể chê vào đâu được của người làm mắm.

Mắm cáy dễ chế biến, với công thức rất đơn giản. Nếu muốn có mắm trong thì cứ 3 bát cáy, bóc yếm, rửa thật sạch, để nguyên con dùng một bát muối để muối cáy. Sau đó, rắc thêm một ít thính bằng gạo rang hoặc đỗ rang nghiền nhỏ, cho vào chum, bọc kín lại, chôn xuống đất. Một năm sau, đào lên, tùy theo lượng cáy nhiều hay ít, mà chế nước muối. Cứ 3 bát nước lã đun sôi, hoà tan một bát muối để pha chế, chắt bỏ bã cáy là được mắm cáy trong. Còn chế biến mắm cáy đục, thì cũng công thức trên, nhưng đem cáy giã nhỏ với muối, cho vào chum, bọc kín lại, để vào nơi kín gió, sau một tháng rưỡi, chế thêm nước muối là có mắm cáy đục để dùng. Ngoài những nguyên liệu trên, có thể dùng vỏ quýt, vài lát dứa chín để chế biến nước mắm, nhằm tăng hương vị cho mắm cáy. Nhưng nếu dùng bất cứ một thứ hoá chất nào, kể cả bột ngọt, bột nêm đưa vào khi bắt đầu công việc chế biến nước mắm cáy, đều làm hỏng mắm.

Tùy theo chất lượng mắm cáy, giá bán chênh lệch nhau. Nhưng phổ biến từ 12 đến 25 nghìn đồng/lít mắm cáy trong. Mỗi thứ nước mắm dùng với một loại thực phẩm khác nhau sẽ đưa lại cảm giác ẩm thực riêng. Nước mắm đục, vắt thêm lát chanh, dùng làm nước chấm với rau muống, mồng tơi, bánh đúc, hay ăn với bún... Gần đây, mắm cáy đục còn dùng làm nước chấm thịt trâu, thịt bò luộc. Mắm cáy trong dùng để chấm thịt vịt, thịt ngan, thịt thỏ hay thịt lợn quay đều rất ngon.

### ***c. Bún cá rô đồng***

Cá rô đồng thì nơi nào cũng có nhưng nếu muốn thưởng bát bún cá rô vừa thơm vừa đậm đà hương vị thì bạn phải về đất Hải Dương. Có lẽ do thổ nhưỡng vùng đất này đã sản sinh ra loại cá rô béo ngậy, ngọt đậm đà và cả cái không khí khiến người thưởng thức cảm thấy ấm áp và không thể nào quên.

Vào tháng tư âm lịch sau những đợt mưa rào là cá rô ngon nhất. Cá rô béo sau khi đánh vẩy, moi mang ruột sẽ được chia làm hai phần, một phần dành nấu nước dùng, một phần dành để bày ra tô. Nước dùng chỉ thuần túy cá rô, không thêm xương heo, cứ một phần cá tươi thì hai phần ruối nước nấu cho đến khi nào thịt và xương cá rã ra, nồi nước trong leo lẻo và đậm đà vị ngọt của cá thì đạt yêu cầu. Người ta cũng bỏ vào nước dùng sau khi nấu một ít gừng tươi đập dập cho mùi thơm thêm phần quyến rũ cũng như là át bớt mùi tanh của cá.

Những con cá được dành phần lại được luộc chín, bóc thịt ra riêng. Sau đó xào cùng chút hành tím, nước mỡ cho thơm. Đây là hoàn tất công đoạn chuẩn bị. Sau đó cho bún ra tô, sắp lên ít thịt cá đã xào thơm, thêm ít hành tiêu, chan vào nước dùng nóng. Sau đó dọn ra bàn cùng với nước mắm nguyên chất có vài khoanh ớt cùng đĩa rau thơm, bông chuối, rau muống là đã có một bữa ăn ra ngon.

Được đến vùng đất Hải Dương bạn đừng quên thưởng thức món ăn tuy dân dã nhưng cũng không kém phần công phu này nhé.

### **2.2.2.3. Đặc sản không qua chế biến**

#### ***Vải thiều Thanh Hà***

Mùa hè đỏ lửa cũng là lúc vườn vải nhuộm một màu đỏ sậm. Từ trên cao nhìn xuống màu xanh của lá cây đã bị màu đỏ của trái vải lấn át, trông giống như những đĩa xôi được nhuộm màu rất khéo.

Khu vườn rộn rã tiếng chim, sực nức mùi hương vải thơm nồng. Trái vải kết thành chùm ở đầu cành, nặng trĩu, nhiều khi không chịu nổi sức nặng của trái, gió mạnh một chút là cành nhỏ tự gãy. Một cành vải bằng cổ tay người lớn cũng được khoảng 10 kg trái chín.

Nếu tháng 5 bạn có mặt ở Thanh Hà - Hải Dương bạn sẽ thấy làng quê như có hội - hội vải. Du khách về quê vải vừa tham quan vừa thưởng thức vải tại chỗ. Xe tải thì chở vải đi nơi khác bán.

Trái vải thiều lớn cỡ ngón chân cái, tạo thành chùm, vỏ màu đỏ sậm hơi sần sùi. Bóc vỏ ra, bên trong là một lớp cùi trắng nõn, mọng nước, vị ngọt dịu mát, thơm của nước vải ngấm tận chân răng. Đặc biệt, mùi thơm của vải khi ăn xong vẫn còn vương vấn mãi. Vải thiều Thanh Hà hạt nhỏ, màu nâu đen, cây vải tuổi

càng cao thì hạt càng nhỏ, có nhiều trái gần như không có hạt và lớp cùi dày ngọt lịm, đầy nước.

Trái vải là cây ăn quả quý, dễ tiêu hóa, an thần, đặc biệt là bổ não, có tác dụng chữa bệnh đường ruột. Trồng vải còn là nguồn cung cấp nhiều mật tốt cho nghề nuôi ong và cho gỗ tốt. Dùng vải tươi hay khô đều tốt cả. Vải sấy khô cùi đen lại, dẻo quánh, ngọt vô cùng. Khi ăn, ta có cảm giác như ăn một quả táo Tàu thường có vị thuốc Bắc. Được ăn trái vải sấy khô và uống một ly trà nóng ấm thì thật không còn gì thú hơn. Ở Thanh Hà, nhà nào cũng có bình rượu ngâm vải sấy khô.

Theo phân loại thời điểm chín và thu hoạch, vải trồng tại vùng Thanh Hà được phân thành 3 nhóm giống vải chính sau:

- Nhóm giống vải chín sớm: gồm 2 giống là U trứng và Lãng Xuyên, chiếm khoảng 4% diện tích trồng vải.

- Nhóm giống vải chín trung bình: gồm vải U hồng, U thâm, Tàu lai hoa trắng, Tàu lai hoa đen, Thiều phú hộ, chiếm 16% diện tích trồng vải.

- Nhóm giống vải chín muộn: có duy nhất một giống là vải thiều. Đây là giống vải chính vụ với diện tích chiếm khoảng 80% diện tích trồng vải toàn huyện.

Cây vải tổ của vải Thiều được trồng tại thôn Thuý Lâm xã Thanh Sơn do cụ Hoàng Văn Cơm mang về. Người ta kể rằng Cụ Cơm nguyên là một người phục vụ tại một cửa hàng ăn ở tỉnh Quảng Ninh. Một hôm, có một du khách người Trung Quốc sau khi ăn cơm xong đã dùng tráng miệng bằng một loại quả và khi rời khỏi quán ăn ông ta có để lại một vài quả. Cụ Cơm ăn thử thấy ngon quá, liền mang hạt về gieo ở vườn nhà và mọc lên được 3 cây. Trong 3 cây đó chỉ sống được 1 cây và cây đó vẫn tồn đến ngày nay (khoảng 150 tuổi). Vì vậy, xã Thanh Sơn được coi là quê hương hạt nhân của vùng sản xuất vải Thiều. Do chất lượng quả vải được nhiều người ưa chuộng nên dần dần được nhân rộng ra các xã lân cận như xã Thanh Xá, xã Thanh Khê. Trong giai đoạn từ năm 1960-1970, hình thành các vườn cây đặc sản và sản xuất theo kế hoạch của nhà nước, cây vải thiều được trồng trong vườn nhà của các xã Thanh Sơn, Thanh Thủy, Thanh Xá, Thanh Khê, Thanh Xuân, Hợp Đức, Thanh Cường, Thanh Hồng, Trường Thành. Từ năm 1993, có chính sách địa

phương chuyển đổi đất lúa sang trồng vải, cây vải thiều được trồng và phát triển trên khắp các xã trong huyện. Căn cứ vào nguồn gốc lịch sử cây vải là những đặc tính đặc biệt của vải thiều Thanh Hà, năm 1992 Trung ương hội làm vườn Việt Nam đã công nhận cây vải do ông Hoàng Văn Cơm thôn Thuý Lâm - xã Thanh Sơn huyện Thanh Hà - tỉnh Hải Dương trồng là *cây vải tổ của Việt Nam*.

Ngày 8/6/2007 vải thiều Thanh Hà đã chính thức được Cục Sở hữu trí tuệ trao bằng *Chứng nhận Chỉ dẫn địa lý*. Nghĩa là từ nay “Thanh Hà” trong cụm từ “Vải thiều Thanh Hà” không thuần túy là một địa danh, mà đã là một thương hiệu sản phẩm, giống như “Nước mắm Phú Quốc”, “Vang Đà Lạt”, “chè Thái Nguyên”...

### **2.3. Thực trạng khai thác văn hoá ẩm thực Hải Dương**

#### **2.3.1. Phân bố địa điểm ăn uống, bán hàng**

Các món ăn đặc sản của Hải Dương phân bố ở nhiều nơi trong cả tỉnh chứ không tập trung ở một vùng nào cả. Mỗi vùng có một đặc sản riêng, mang đặc trưng riêng của vùng đó.

Nơi tập trung sản xuất, bày bán nhiều món ăn đặc sản nhất là ở thành phố Hải Dương và dọc tuyến quốc lộ 5. Đi xa hơn một chút trên quốc lộ số 5, những cửa hiệu Bánh đậu xanh Hải Dương bề thế đua nhau ngoi ra mặt đường, tạo sức thu hút thực khách và bánh đậu xanh đã được nâng lên thành tập đoàn, hiệp hội và cũng có nhiều cửa hàng, cửa hiệu bán các loại đặc sản khác như bánh gai, bánh đa, mắm cáy...

Các loại ẩm thực đặc sản được tiêu thụ ngay tại nơi sản xuất và cũng đem đi tiêu thụ ở khắp các nơi trong cả tỉnh Hải Dương và các vùng lân cận.

#### **2.3.2. Tuyên truyền, quảng bá hình ảnh, địa chỉ các món ăn đặc trưng của Hải Dương**

Quảng cáo là hình thức tuyên truyền, giới thiệu thông tin về sản phẩm, dịch vụ, công ty hay ý tưởng nhằm tác động tới hành vi, thói quen mua hàng của người tiêu dùng hay khách hàng bằng cách cung cấp những thông điệp bán hàng theo cách thuyết phục về sản phẩm hay dịch vụ của người bán.

Hải Dương đã sử dụng rất nhiều biện pháp quảng cáo hình ảnh các món ăn

đặc sản để giới thiệu đến thực khách ở khắp mọi nơi. Một số biện pháp quảng cáo như:

Quảng cáo thông qua các phương tiện thông tin đại chúng như truyền hình, báo chí, internet, phát thanh. Những hình thức này sẽ giới thiệu ngay cho người tiêu dùng biết các món ăn đó là gì, thành phần nguyên liệu chế biến ra sao, ăn như thế nào... Trong đó phương tiện quảng cáo qua internet là tối ưu hơn cả, được sử dụng nhiều vì mang chi phí rẻ hơn các hình thức quảng cáo qua truyền hình hay báo chí mà cũng mang lại hiệu quả cao vì ngày nay trong thời kỳ hội nhập phát triển internet đóng vai trò ngày càng quan trọng, con người sử dụng để tìm hiểu tất cả thông tin mà họ chưa biết qua internet. Tỉnh Hải Dương đã xây dựng các trang web giới thiệu hình ảnh các món ăn đặc sắc, hấp dẫn thu hút hàng ngàn người truy cập, tìm hiểu về các món ăn đặc sản của tỉnh như: [Dulichhaiduong.vn](http://Dulichhaiduong.vn), [Yeuhaiduong.vn](http://Yeuhaiduong.vn), [Amthuchaiduong.vn](http://Amthuchaiduong.vn), [Haiduong.dost.gov.vn](http://Haiduong.dost.gov.vn)

Quảng cáo trên bao bì sản phẩm: các thông tin về món ăn như nguyên liệu chế biến, cách ăn, nơi sản xuất, hạn sử dụng...đều được các nhà sản xuất giới thiệu ghi rõ trên bao bì sản phẩm, do đó khách hàng sẽ có được những thông tin mà họ cần khi sử dụng sản phẩm.

Quảng cáo truyền miệng. Đây là hình thức quảng cáo mà hầu hết nhà quảng cáo muốn thực hiện được vì hiệu quả lớn cũng như việc không phải đầu tư chi phí. Tuy nhiên họ chỉ có thể đạt được trong quá trình cung cấp sản phẩm, dịch vụ ra thị trường với uy tín và chất lượng tốt. Bằng hình thức quảng cáo này mà các món ăn đặc sản của Hải Dương đã được đông đảo thực khách biết đến nhờ uy tín và chất lượng tốt của chúng và ngày càng mở rộng thị trường hơn nữa ra các khu vực lân cận.

Ngoài ra các cửa hàng, cửa hiệu cũng có các hình thức quảng cáo đa dạng, độc đáo, thu hút thực khách với các bảng hiệu treo trước cửa bắt mắt, lấp lánh màu sắc...đây là hình thức tiếp cận khách hàng ít tốn kém nhất nhưng lại đạt hiệu quả cao nhất.

### **2.3.3. Vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm**

Vệ sinh an toàn thực phẩm đang là một trong những mối quan tâm chung

của toàn xã hội và là vấn đề thời sự được dư luận đặc biệt quan tâm.

Các làng nghề sản xuất thực phẩm ở Hải Dương đã chú trọng hơn việc đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, không sử dụng các chất gây độc trong thực phẩm như hàn the, không sử dụng phẩm màu các phụ gia nằm ngoài quy định của bộ y tế, sử dụng nước sạch, an toàn để chế biến thức ăn, thường xuyên vệ sinh dụng cụ nấu nướng chế biến thực phẩm, sử dụng nguyên liệu sạch, không chất bảo quản...

Tuy nhiên, cũng vẫn còn tình trạng một số địa phương, đơn vị chưa quan tâm thoả đáng đối với công tác vệ sinh an toàn thực phẩm; lực lượng thanh tra, kiểm tra còn mỏng, hiệu quả kiểm tra của một số đoàn chưa cao. Một số cơ sở sản xuất kinh doanh và một số bộ phận người dân chưa ý thức đầy đủ và chấp hành nghiêm chỉnh các quy định về điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm... Đó là những vi phạm như: không có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn vệ sinh thực phẩm; người lao động không được khám sức khỏe định kỳ; không sử dụng trang phục bảo hộ lao động khi chế biến thực phẩm...

Do sự phát triển kinh tế quá nhanh, nhu cầu thực phẩm và dịch vụ ăn uống lớn, trong khi các điều kiện về cơ sở hạ tầng và năng lực chưa đáp ứng được trước những yêu cầu phát triển đó.

Sản xuất, chế biến, kinh doanh thực phẩm còn lạc hậu, mang tính hộ gia đình, cá thể: các cơ sở sản xuất có quy mô nhỏ, lẻ, manh mún, mang tính chất hộ gia đình là chủ yếu; kỹ thuật thủ công, lạc hậu, thiết bị thô sơ, điều kiện cơ sở chế biến không bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm.

Đồng thời đó là do hệ thống tổ chức, quản lý về vệ sinh an toàn thực phẩm mới được thành lập, chưa hoàn thiện và lực lượng còn mỏng, yếu về trình độ chuyên môn nghiệp vụ. Các chế tài xử lý vi phạm còn nhẹ, chưa đủ sức răn đe. Cùng với việc thực thi pháp luật còn chưa nghiêm dẫn đến các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm chưa thực hiện nghiêm túc các quy định của pháp luật.

Ngay tại 2 làng Đông Cạn và Tam Lương thuộc xã Tân Tiến (huyện Gia Lộc) hiện có hơn 100 hộ chuyên làm nghề bún với trên 300 lao động thường xuyên cung cấp cho thị trường hàng tấn bún, bánh phở mỗi ngày. Thế nhưng, mỗi gia đình chỉ dành một diện tích rất khiêm tốn (từ 15 - 20,2 m<sup>2</sup>) làm cơ sở chế biến và

có tới 70% dùng nước giếng khoan không hề được khử trùng. Chưa kể, khu vực sản xuất phần lớn đặt rất gần khu vệ sinh, chuồng trại chăn nuôi, nguy cơ ô nhiễm thực phẩm cao.

Để khắc phục tình trạng trên, ban chỉ đạo về chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm tỉnh Hải Dương đã đẩy mạnh công tác thanh kiểm tra vệ sinh an toàn thực phẩm ở các cơ sở sản xuất thực phẩm và đưa ra một số giải pháp sau:

Tăng cường tuyên truyền nâng cao nhận thức, thực hiện vệ sinh an toàn thực phẩm và ý thức trách nhiệm của người sản xuất, kinh doanh.

Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát, xử lý nghiêm các hành vi vi phạm; kết hợp giữa kiểm tra, xử lý và thông tin, tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng về các cơ sở sản xuất kinh doanh vi phạm về vệ sinh an toàn thực phẩm.

Xây dựng và triển khai các Đề án đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm tại các làng nghề, tạo điều kiện cho các hộ gia đình có đủ điều kiện chấp hành các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm.

Tăng cường công tác quản lý, kiểm tra, giám sát ô nhiễm sinh học và hoá chất tồn dư; phân tích cảnh báo nguy cơ gây ô nhiễm thực phẩm.

#### **2.3.4. Giá cả các loại ẩm thực**

Những địa chỉ ăn uống, phong cách ẩm thực và giá cả là mối quan tâm lớn của du khách khi đi đến một vùng đất mới. Việc đưa ra được chính sách giá có sức cạnh tranh cao, phù hợp với túi tiền thực khách là cả một quá trình nghiên cứu lâu dài, đòi hỏi các công ty phải có kế hoạch phân tích khả năng tài chính của khách hàng một cách hợp lý.

Giá cả các loại ẩm thực ở Hải Dương khá rẻ và dễ mua. Du khách không cần quá nhiều tiền mà chỉ cần vài trăm ngàn đã có thể mua quà đặc sản của vùng này về cho người thân hoặc thưởng thức ngay tại chỗ. Giá cả các mặt hàng ẩm thực dao động từ vài chục ngàn đến vài trăm ngàn như: Một hộp bánh đậu xanh có giá từ 15000 đồng đến 80000 đồng/hộp với khối lượng từ 200 gam đến 900 gam; 30000 – 50000 đồng/chục bánh gai; mắm cáy có giá 40000 đồng/lít, vải thiều có giá từ 3000 đến 10000 đồng/1kg tùy chất lượng và thời điểm bán...



### **2.3.5. Hiệu quả kinh doanh ẩm thực**

Hiệu quả kinh doanh là thước đo tổng hợp, phản ánh năng lực sản xuất và trình độ kinh doanh của một doanh nghiệp, là điều kiện quyết định sự thành bại của các doanh nghiệp.

Trong những năm gần đây các cơ sở sản xuất ẩm thực của tỉnh Hải Dương đã có những bước phát triển chưa từng có, hiệu quả kinh doanh ngày càng cao, chất lượng các món ăn cũng được nâng lên, mở rộng quy mô sản xuất cũng như thị trường tiêu thụ ra các vùng trong toàn tỉnh và các vùng lân cận khác.

Việc phát triển của các cơ sở sản xuất, kinh doanh ẩm thực không những đem lại một nguồn lợi nhuận lớn mà còn góp phần giải quyết việc làm và nâng cao thu nhập cho người dân. Tiêu biểu như các cơ sở sản xuất sau:

Bánh đậu xanh là một đặc sản của tỉnh Hải Dương, được bán ở nhiều siêu thị lớn của cả nước và được xuất khẩu đến một số nước trên thế giới. Trước năm 1986 ở Hải Dương chỉ có một vài cơ sở sản xuất bánh đậu xanh quy mô nhỏ, ít được biết đến nhưng từ sau năm 1986, đất nước có nhiều đổi mới, nền kinh tế thị trường phát triển, bánh đậu xanh ngày càng phát triển. Hiện nay, trên địa bàn thành phố Hải Dương có trên 50 cơ sở sản xuất bánh đậu xanh, trong đó có những cơ sở nổi tiếng như Bảo Hiên, Nguyên Hương, Bảo Long, Hoà An, Quê Hương... Chiếc bánh đậu xanh nhỏ bé, giản dị nhưng đã mang tiếng thơm của tỉnh Đông đến muôn nơi và mang về cho quê hương một nguồn thu không nhỏ và không ít cửa hàng đã đạt mức tỉ phú, điều mà xưa nay ít người nghĩ tới đồng thời nghề làm bánh đậu xanh đã giải quyết việc làm ổn định cho hàng ngàn người dân thành phố và các vùng lân cận.

Bánh gai là một sản phẩm ẩm thực, du lịch độc đáo của Ninh Giang. Hiện nay ở thị trấn Ninh Giang có gần 100 cơ sở sản xuất bánh gai nằm rải rác khắp nơi với nhiều thương hiệu nổi tiếng như Tuyết Nhung, Minh Tân, Nhân Hưng, bà Tới... Trung bình một ngày mỗi cơ sở làm bánh gai gói từ 500 đến 1000 chiếc, khi có nhiều đơn đặt hàng thì con số này lên đến hàng ngàn chiếc. Trung bình mỗi chiếc từ 3000 đến 5000 đồng, người làm bánh gai thu được một số tiền không nhỏ. Cuộc sống của người dân vì thế cũng được nâng lên rất nhiều. Sản phẩm bánh gai

trở nên nổi tiếng, khách hàng từ khắp nơi tìm về thu mua bánh gai ngày càng đông, con đường 17A luôn tấp nập người ra kẻ vào để mua bánh. Điều này giúp người dân làng nghề có công việc ổn định, cuộc sống được nâng cao. Không những thế, bánh gai còn giúp tạo công ăn việc làm cho người lao động ở các xã, vùng lân cận lúc nông nhàn.

Bún Đông Cạn được công nhận là làng nghề truyền thống năm 2005 đã thúc đẩy sản phẩm của làng nghề ngày càng đi xa và không ngừng mở rộng thị trường. Nhất là việc người dân làng nghề đã tự tìm hiểu, đầu tư máy móc hiện đại để sản xuất bún, góp phần nâng công suất sản xuất bún, đáp ứng nhu cầu tiêu thụ của thị trường, mang lại giá trị thu nhập cao. Không những làm giàu từ việc bán bún mà các sản phẩm thừa từ khâu sản xuất còn được người dân tận dụng làm thức ăn chăn nuôi hiệu quả. Hằng năm, ngoài khoản thu nhập từ làm bún, người dân trong thôn còn thu về hàng trăm triệu đồng từ chăn nuôi. Sự phát triển của làng nghề bún Đông Cạn đã góp phần giải quyết việc làm và nâng cao thu nhập cho người dân trong thôn.

### **2.3.6. Văn hoá trong kinh doanh ẩm thực ở Hải Dương**

Quan tâm đến văn hoá, kết hợp văn hoá với kinh doanh, làm cho cái lợi (kinh tế) gắn bó với những giá trị chân, thiện, mỹ (kinh doanh có văn hoá) là xu hướng chung của các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển lâu dài.

Các doanh nghiệp và cơ sở sản xuất ẩm thực của tỉnh Hải Dương cũng đã áp dụng “văn hoá” trong kinh doanh. Điều đó được thể hiện qua việc kiểm lời chân chính trên cơ sở tài năng, sức lực của người kinh doanh. Đồng tiền thu được của họ là đồng tiền làm ra bởi sự nhanh nhạy nắm bắt thông tin và nhu cầu thị trường, không ngừng cải tiến kỹ thuật, kiểu dáng sản phẩm, đổi mới các hình thức dịch vụ hướng tới sự tiện ích ngày càng cao... chứ không phải là bởi buôn lậu, hành vi gian lận thuế, làm hàng nhái hàng giả, hối lộ... Mặt khác văn hoá kinh doanh (hay kinh doanh có văn hoá) còn thể hiện ở việc các nhà kinh doanh quan tâm đến lợi ích tinh thần, khuyến khích tài năng sáng tạo của người lao động, giữ gìn và ngày càng củng cố chữ tín đối với bạn hàng và khách hàng về chất lượng các sản phẩm mà các doanh nghiệp sản xuất ra.

Mặt khác kinh doanh có văn hoá (hay văn hoá kinh doanh) của các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất ở Hải Dương còn thể hiện qua đạo đức của người kinh doanh. Đó là tính trung thực, giữ chữ tín đáp ứng được đòi hỏi của cuộc sống, không chạy theo lợi ích để làm ăn dối trá, lừa đảo, chộp giật, bất chấp mọi thủ đoạn, kể cả việc loại trừ đối thủ trên thương trường. Các doanh nghiệp đã chủ trương đưa ra hình ảnh tối ưu nhằm nâng cao uy tín cho doanh nghiệp qua những triết lý kinh doanh như phục vụ khách hàng hoàn hảo, coi khách hàng là thượng đế chữ tín quý hơn vàng, gửi trọn niềm tin...

Để đánh giá một doanh nhân có phải là một doanh nhân văn hoá hay không, cần nhìn nhận trên các yếu tố, điều kiện sau:

Là người có đạo đức tốt, có “tâm” theo những chuẩn mực của lối sống, văn hoá dân tộc.

Có sự trung thực và chữ “tín”.

Tôn trọng và thực hiện đúng pháp luật.

Phát triển bền vững, sáng tạo và vì quyền lợi quốc gia.

Hoạt động xã hội - từ thiện.

Các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất ẩm thực trên địa bàn Hải Dương đều có đầy đủ các yếu tố trên. Nhiều doanh nghiệp lớn như doanh nghiệp sản xuất bánh đậu xanh Nguyên Hương, Hoà An, Quê Hương... đã có nhiều chính sách từ thiện như giúp đỡ trẻ em lang thang cơ nhỡ, người già không nơi lương tựa...có chỗ ăn ở có người chăm sóc, có việc làm...

Nội dung văn hóa trong kinh doanh trước hết là xây dựng “chữ tín” trong làm ăn, xây dựng truyền thống và uy tín của doanh nghiệp mà cụ thể là kinh doanh đúng pháp luật, giữ “chữ tín” với khách hàng. Làm ăn thì phải có lời, nói một cách bài bản, lợi nhuận là động lực trực tiếp đối với doanh nghiệp và doanh nhân. Những người kinh doanh có văn hóa luôn đặt lợi ích của mình trong sự kết hợp hài hòa với lợi ích của cộng đồng, của đất nước. Điều này bắt nguồn từ truyền thống đạo đức của dân tộc, của lòng yêu nước, của ý thức cộng đồng. Chúng ta đang xây dựng đất nước theo phương châm: “Dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng dân chủ văn minh”. Dân có giàu nước mới mạnh mà nước càng giàu mạnh, doanh

ng nghiệp mới có môi trường, điều kiện thuận lợi trong làm ăn. Với tinh thần đó doanh nghiệp ở Hải Dương đã xây dựng nề nếp quản lý kinh doanh minh bạch, trung thực, thực hiện nghiêm túc các quy định của pháp luật, tham gia các hoạt động xã hội, khắc phục các hành vi gian lận thương mại, làm hàng giả, trốn thuế, gian lận sổ sách, đầu cơ, lừa đảo, phô trương lãng phí, chạy theo lợi nhuận bằng mọi giá...

#### **2.4. Tiểu kết**

Trong những năm gần đây cùng với sự lớn mạnh của du lịch cả nước, du lịch Hải Dương cũng từng bước trưởng thành và phát triển, góp phần vào thành tựu chung xây dựng và phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Tuy nhiên, Hải Dương vẫn chưa khai thác hết tiềm năng vốn có của mình mà chỉ tập trung một số lĩnh vực chính như lễ hội, các di tích lịch sử... trong đó văn hoá ẩm thực cũng là một nguồn tài nguyên quý báu của tỉnh mà vẫn chưa được khai thác triệt để để phục vụ cho du lịch.

Chương 2 của luận văn đã giới thiệu khái quát về tỉnh Hải Dương và các loại ẩm thực đặc sản của tỉnh cũng như thực trạng khai thác nguồn tài nguyên này. Qua đó có thể thấy ẩm thực Hải Dương rất phong phú, đa dạng nhưng chưa được khai thác phục vụ trong hoạt động du lịch một cách hiệu quả. Vì vậy, trong tương lai nếu biết khai thác tốt lĩnh vực này kết hợp với các hoạt động du lịch khác thì sẽ thu hút ngày một đông du khách đến với thành phố Hải Dương.

## CHƯƠNG 3

### MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM KHAI THÁC VĂN HOÁ ẨM THỰC HẢI DƯƠNG PHỤC VỤ HOẠT ĐỘNG DU LỊCH

Trong hoạt động du lịch, việc ăn uống không đơn giản như thường ngày mà nó bao gồm cả những yếu tố văn hoá quan trọng. Ăn không chỉ để no, uống không chỉ cho hết khát mà ăn uống ở đây là để thưởng thức, để lĩnh hội những miếng ngon, miếng lạ khác với ngày thường. Từ cách ăn, cách uống phải theo một trình tự nhất định, tìm hiểu thoả mãn sự tò mò ấy tạo cho du khách có cảm giác mới lạ, biết được các khẩu vị đặc trưng riêng của từng vùng miền. Đó chính là cả một vấn đề lớn – văn hoá ẩm thực hay nghệ thuật ẩm thực trong du lịch.

Văn hoá ẩm thực giữ một vai trò hết sức quan trọng trong hoạt động kinh doanh du lịch vì nó làm phong phú hơn các loại hình du lịch, giúp du khách có thêm những lựa chọn cho mình. Văn hoá ẩm thực tạo ra nét riêng cho ngành du lịch và cũng là yếu tố góp phần rất lớn vào việc thu hút khách du lịch. Thưởng thức nghệ thuật ẩm thực là một nhu cầu không thể thiếu trong các chương trình du lịch vì trong mỗi cuộc hành trình như vậy ngoài việc tìm hiểu văn hoá của vùng thông qua các di tích, danh thắng, phong tục thì văn hoá ẩm thực cũng là một yếu tố để du khách tìm hiểu, khám phá và nghiên cứu.

Trên cơ sở sưu tầm, nghiên cứu những đặc trưng của nền ẩm thực Hải Dương, đồng thời dựa trên việc xem xét, đánh giá tiềm năng cũng như những hiện trạng khai thác, kinh doanh mặt hàng ẩm thực trong hoạt động du lịch hiện nay của Hải Dương, người viết xin được đưa ra một số đề xuất với hy vọng sẽ giúp cho việc khai thác du lịch đối với nguồn tài nguyên ẩm thực phong phú của tỉnh được hiệu quả hơn.

#### **3.1. Giữ gìn bản sắc văn hoá trong ẩm thực Hải Dương**

Ăn uống vừa là vấn đề văn hoá lâu đời, đậm đà bản sắc dân tộc, vừa là vấn đề khoa học liên quan đến sức khoẻ của các đối tượng khác nhau, vừa là nghệ thuật kỹ thuật chế biến, đòi hỏi phải sáng tạo, không ngừng để đáp ứng khẩu vị phong phú của từng thực khách. Ngành du lịch Hải Dương chủ yếu dựa vào khai thác cảnh quan thiên nhiên, di tích lịch sử và qua đó giới thiệu đến du khách các món ăn

đặc sản của tỉnh. Do đó việc giữ gìn, phát huy bản sắc văn hoá dân tộc trong ăn uống là vô cùng quan trọng và cần thiết.

Trong sinh hoạt hàng ngày của người Việt Nam, ăn uống không chỉ là để duy trì cuộc sống mà còn mang ý nghĩa tinh thần. Với nhiều nét đặc sắc và tinh tế, đây là một nghệ thuật lâu đời được đúc kết, giữ gìn và phát triển thành văn hóa dân tộc. Điều đó thể hiện rõ trong tục ngữ. Những câu tục ngữ về ăn uống không chỉ mang giá trị khoa học về ẩm thực mà còn tỏa sáng giá trị tinh thần của người Việt và ẩn chứa những quy tắc ứng xử, những bài học luân lí sâu sắc.

Ngày nay, do sự tác động của xã hội và biến thiên của thời gian, các món ẩm thực ở Hải Dương có hiện tượng bị phai nhạt. Chúng ta phải có trách nhiệm nâng niu, giữ gìn những giá trị truyền thống quý báu trong văn hoá ẩm thực, đồng thời không ngừng phát triển nó lên cho phù hợp với thời đại mới, làm tỏa sáng thêm những nét văn hóa mang bản sắc Việt Nam.

Thời toàn cầu hóa, chúng ta mở cửa đón nhận những nét tinh túy của ẩm thực phương Tây nhưng cũng cần gìn giữ và phát huy bản sắc văn hóa ẩm thực Việt Nam trong quá trình hội nhập, giao lưu văn hóa quốc tế. Bởi lẽ, thời gian qua, văn hóa ẩm thực Việt độc đáo, đa dạng... đã góp phần không nhỏ trong thành công của ngành Du lịch.

Khi gia nhập WTO, Việt Nam cũng đã đạt được những kết quả mong muốn. Sự du nhập nền văn hóa ẩm thực nước bạn vào Việt Nam đã làm cho món ăn Việt Nam ngày càng trở nên phong phú và đa dạng hơn. Người dân Việt Nam có thể lựa chọn nhiều món ăn trong khẩu phần ăn của mình với một số tiền không khá cao. Bên cạnh đó còn tăng khoản thu cho ngân sách nhà nước, tạo công ăn việc làm cho người dân lao động Việt Nam khi làm việc tại các cửa hàng ủy quyền, nâng cao tay nghề để từ đó có thể phát triển và hoàn thiện nhiều món ăn Việt hơn. “Hòa nhập chứ không hòa tan”, tư tưởng xuyên suốt đó là kim chỉ nam cho văn hóa thời kỳ mới. Thế nhưng, sự giao lưu văn hóa đang đặt ra những thách thức lớn. Chúng ta tiếp thu văn hóa nước ngoài nhưng tiếp thu có chọn lọc và như vậy cần lựa chọn những sản phẩm văn hóa phù hợp để không đánh mất bản sắc văn hóa chính mình. Và trong xu thế chung đó, văn

hoá ẩm thực Hải Dương cũng cần bảo tồn những giá trị văn hoá vốn có của mình.

Sự giao lưu văn hoá ẩm thực với thế giới đã tạo ra những thuận lợi cho văn hoá ẩm thực Hải Dương như:

- Luôn học hỏi và giao lưu văn hoá ẩm thực của các nước khác trên thế giới
- Sự du nhập của ẩm thực nước ngoài vào Việt Nam tạo điều kiện cho ẩm thực Việt ngày càng phong phú và đa dạng hơn. Tạo ra nhiều sự lựa chọn cho bữa ăn của người Việt.

- Tạo khoản thu ngân sách nhà nước tăng lên nhờ khoản lợi nhuận từ các nhà hàng ngoại tại Việt Nam.

- Tạo công ăn việc làm, nâng cao tay nghề cho các đầu bếp trong việc chế tạo món ăn mới.

- Thu hút nhiều khách du lịch.

Bên cạnh những thuận lợi trên thì sự giao lưu văn hoá ẩm thực cũng đã tạo ra những khó khăn sau:

- Món ăn Việt dễ bị lãng quên và bị thay thế bằng món ăn ngoại nhiều hơn.

- Thói quen ăn uống của người Việt bị thay đổi với những thành phần và cách chế biến mới làm món ăn Việt không còn, ảnh hưởng đến sức khỏe.

Để giữ gìn và phát triển bản sắc văn hóa ẩm thực Việt Nam nói chung và văn hoá ẩm thực Hải Dương nói riêng cần thực hiện một số biện pháp sau:

*Giữ gìn văn hóa ẩm thực Hải Dương:*

- Tiếp tục và phát huy nét truyền thống ẩm thực của dân tộc ta.

- Xử phạt nghiêm đối với những người bôi nhọ làm ảnh hưởng xấu đến nền ẩm thực Hải Dương.

- Chúng ta nên biết cách chọn lọc cái hay cái đẹp nền ẩm thực của các nước trên thế giới nhưng không vì thế mà làm mất đi những mùi vị đặc trưng của người Việt.

- Tạo những cuộc thi ẩm thực, triển lãm trong nước để giới thiệu về món ăn Hải Dương.

- Tổ chức các lớp dạy nấu ăn.

*Phát triển văn hóa ẩm thực Hải Dương:*

- Từ những món ăn truyền thống với những kinh nghiệm mà người Việt có được họ có thể sáng tạo ra những kiểu mới nhưng có thể giữ được mùi vị vốn có của nó.

- Bên cạnh sự thơm ngon của món ăn chúng ta cần phải có nghệ thuật để tạo ra sự hấp dẫn cho người thưởng thức.

- Tạo mọi điều kiện thuận lợi để những người có năng khiếu về ẩm thực có thể phát huy tối đa khả năng của mình như: tổ chức các cuộc thi nấu ăn ngon giữa các vùng, các tỉnh, các thành phố . Và những người có tài năng, có kinh nghiệm thì nhà nước, xã hội nên hỗ trợ về mọi mặt cho họ ra nước ngoài để học hỏi và trau dồi thêm kiến thức.

### **3.2. Nâng cao chất lượng kinh doanh ăn uống trong hoạt động du lịch**

Trong thời đại ngày nay, khi kinh tế ngày càng phát triển và các quốc gia trên thế giới ngày càng xích lại gần nhau thì vấn đề văn hoá dân tộc đang ngày một trở thành trung tâm của sự chú ý. Văn hoá Việt Nam với bề dày truyền thống lịch sử từ ngàn xưa vẫn mang trong mình nét đẹp bản sắc dân tộc.

Ăn uống cũng là một loại hình văn hoá mang những nét đẹp riêng vốn có. Xã hội ngày càng tiến bộ, loài người sống văn minh lịch sự, vì thế mà việc ăn, ở, đi, lại đều được đề cao và chú trọng nhiều hơn. Người ta không chỉ ăn no, mặc ấm nữa mà phải ăn ngon, mặc đẹp. Vấn đề ăn uống gắn bó hàng ngày với tất cả mọi người tưởng đã quá quen thuộc nhưng vẫn ẩn chứa những điều mới lạ, tưởng là đơn giản nhưng lại rất phong phú, cầu kì, tế nhị và lại luôn luôn phát triển, sáng tạo khi đặt nó trong thú đi du lịch. Hầu hết trong các ấn phẩm về du lịch, người ta luôn thừa nhận các dịch vụ vận chuyên, khách sạn và ăn uống là ba loại dịch vụ cơ bản nhằm thoả mãn nhu cầu thiết yếu của khách du lịch. Hơn thế nữa khám phá văn hoá ẩm thực của từng địa phương là một trong những sở thích của du khách. Chính vì vậy, “đặc sản của vùng” của từng nơi – nhìn từ góc độ kinh doanh đây có thể là nguồn tài nguyên quý giá chưa được khai thác hết.

Hoạt động kinh doanh ăn uống được hiểu là toàn bộ các hoạt động sản xuất chế biến, cung ứng và phục vụ đồ ăn, thức uống tại các đơn vị kinh doanh nhằm thoả mãn các nhu cầu của khách tạo ra lợi nhuận.



Có thể hiểu hoạt động kinh doanh ăn uống là một quá trình gồm nhiều bước liên tục nhau, có sự tham gia của nhiều nhân viên phục vụ tại cơ sở kinh doanh với sự chuyên môn hoá từ khâu chế biến thực phẩm đến phục vụ sản phẩm đó cho khách, làm cho họ hài lòng. Việc kinh doanh ăn uống nhất là phục vụ cho khách du lịch đóng vai trò quan trọng trong tổng doanh thu của ngành du lịch bởi đây là phương thức xuất khẩu tại chỗ với số lượng lương thực thực phẩm hiệu quả gấp 10 lần so với phương thức xuất khẩu ngoại thương. Mục đích của kinh doanh là đem lại lợi nhuận tối đa cho chủ kinh doanh, song trong môi trường du lịch điều quan trọng nhất là phải đảm bảo các yếu tố gây ấn tượng với khách du lịch, nhằm quảng cáo một cách gián tiếp hình ảnh đất nước Việt Nam với nền văn hoá ẩm thực phong phú, giàu truyền thống dân tộc. Việc khai thác ẩm thực trong hoạt động du lịch hiện nay ở Hải Dương vẫn còn nhiều bất cập, xoay quanh một số vấn đề như chất lượng món ăn chưa cao, phong cách phục vụ chưa chuyên nghiệp đồng thời cũng chưa làm tốt khâu vệ sinh an toàn thực phẩm. Vì vậy đối với từng cơ sở kinh doanh phải có những giải pháp cụ thể, tối ưu để hoạt động kinh doanh đạt hiệu quả cao hơn.

Về chất lượng phải đảm bảo đủ chất dinh dưỡng trong khẩu phần ăn hàng ngày, cần phải cung cấp đầy đủ 6 chất dinh dưỡng cần thiết đối với cơ thể con người là chất đạm, chất béo, chất đường bột, vitamin, muối khoáng và nước. Điều này đòi hỏi các khách sạn, nhà hàng kinh doanh phải phối chế, kết hợp một cách khoa học để lượng dinh dưỡng vừa đủ, không gây cảm giác đầy quá, béo quá, khiến cho thực khách e ngại khi tiếp xúc với các món ăn đó một lần nữa.

Tiêu chuẩn thứ hai là phải đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, đây được coi là yêu cầu quan trọng, nếu lựa chọn những nguyên liệu không tươi ngon, không đảm bảo vệ sinh sẽ ảnh hưởng tới sức khoẻ của khách, có thể gây ngộ độc hoặc các bệnh đường ruột... Điều này dẫn đến suy giảm lòng tin của khách và kéo theo sự suy giảm của hiệu quả kinh doanh. Để đảm bảo sức khoẻ cần phải bảo đảm các tiêu chuẩn về vệ sinh từ khâu lựa chọn nguyên liệu, phương pháp chế biến và trình bày món ăn.

Cùng với nhu cầu đi du lịch và thưởng thức, xu thế ăn uống hiện nay là kết

hợp tính phổ biến và tính đặc trưng thể hiện ở việc một mặt sản xuất đồ ăn thức uống độc đáo theo những công thức bí truyền tạo thành các món ăn đặc sản, mặt khác chế biến ăn uống bình dân để phù hợp với mỗi đối tượng khách.

Giá cả phải chăng, phù hợp với túi tiền của người tiêu dùng, chất lượng món ăn tốt chắc chắn sẽ thu hút được một lượng khách lớn, không chỉ một lần mà khách còn quay lại lần hai, lần ba... không nên thấy khách nước ngoài thì “chặt chém” cao hơn rất nhiều lần so với khách nội địa. Để tránh tình trạng chặt chém làm mất lòng tin và uy tín với khách, các nhà hàng, cơ sở sản xuất nên niêm yết giá cả rõ ràng đối với các món ăn. Tránh để tình trạng khách không quay lại lần thứ hai vì giá quá cao.

Đẩy mạnh nghiên cứu ứng dụng khoa học và công nghệ phục vụ trong công tác quản lý Nhà nước về du lịch, trong các quy trình phục vụ khách du lịch; nghiên cứu xây dựng các chiến lược về thị trường, sản phẩm du lịch; đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch.

### **3.3. Nâng cao phong cách phục vụ của người làm du lịch**

Để nâng cao hiệu quả kinh doanh ăn uống, bên cạnh việc nâng cao chất lượng món ăn, các nhà hàng, cơ sở sản xuất phải chú trọng hơn nữa đến khâu phục vụ của các nhân viên, người bán hàng bởi họ chính là những sứ giả mang thông điệp văn hoá đến từng khách, là những người trực tiếp tiếp thị món ăn ngon cho khách. Muốn vậy phải xây dựng một phong cách phục vụ chuyên nghiệp cho đội ngũ nhân viên, người bán hàng.

Đẩy mạnh ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin du lịch; mở rộng giao lưu, hợp tác với các tổ chức, cơ quan khoa học trong và ngoài nước; khuyến khích các doanh nghiệp nghiên cứu và ứng dụng tiến bộ khoa học vào sản xuất, kinh doanh ăn uống.

Phong cách phục vụ chính là những cung cách phục vụ khách tạo nên cái riêng của toàn thể nhân viên. Để có được phong cách phục vụ tốt hơn nữa ngoài tính cách vốn có của mỗi thành viên thì cần có nghiệp vụ cao, thể hiện được sự bài bản của chuyên môn. Điều này không dễ gì có được mà phải qua một quá trình làm việc, tiếp xúc với nhiều tình huống thực tế thì mới rút được kinh nghiệm cho bản

thân, từ đó tạo ra sự nhuần nhuyễn thành thực. Tham gia vào quá trình phục vụ ăn uống của khách không chỉ có một nhân viên mà cả đội ngũ nhân viên nên khi đánh giá chất lượng phục vụ của nhà hàng, nơi bán hàng thì phải nhìn tổng thể đội ngũ nhân viên chứ không phải một hai người. Sự thống nhất trong quá trình phục vụ của tất cả các nhân viên tạo nên ấn tượng cho khách, là cơ sở đánh giá phong cách phục vụ của nhà hàng, cơ sở sản xuất đó. Vì vậy, đối với khâu này, nhà hàng phải tuyển chọn được những nhân viên có tác phong phục vụ nhanh nhẹn bài bản, có chuyên môn...; các cơ sở sản xuất và nơi bán hàng cần nâng cao khả năng giao tiếp, sự nhanh nhạy trong nắm bắt tâm lý của khách, hiểu được khách cần gì...

Các nhân viên phải biết tạo không gian ăn uống thật sự thoải mái cho khách, điều này ảnh hưởng rất nhiều tới đến sự ngon miệng của khách. Nếu bầu không khí căng thẳng do phải chờ đợi lâu hay do sự vụng về của nhân viên sẽ gây ra tâm lý khó chịu cho khách khi thưởng thức món ăn. Mặt khác nếu nói cái ăn là văn hoá thì cái “không gian văn hoá” để thưởng thức và cảm nhận cũng là vấn đề quan trọng, việc xây dựng các khách sạn, nhà hàng có cảnh quan hài hoà với thiên nhiên, mang đậm hồn của người Việt sẽ rất hấp dẫn du khách, không những khách trong nước mà cả khách quốc tế.

Chính vì lẽ đó, tất cả các nhân viên phục vụ nhà hàng đều được huấn luyện rất kỹ để có thể giúp các thực khách ăn ngon, trong đó có việc phải giải thích rõ thành phần của từng món ăn với khách, để khách thưởng thức được dễ dàng hơn, nhất là đối với các thực khách dễ bị dị ứng với một số món ăn lạ.

Dân gian Việt Nam có câu “Lời chào cao hơn mâm cỗ”. Trong du lịch, lời chào ở đây chính là sự văn minh trong giao tiếp, sự niềm nở trong phong cách phục vụ của đội ngũ nhân viên, người bán hàng.

Do đó các nhà hàng, khách sạn cần thực hiện một số biện pháp sau:

Tiến hành điều tra phân loại trình độ nghiệp vụ của toàn bộ cán bộ nhân viên và lao động hiện đang công tác và tham gia hoạt động kinh doanh du lịch nhà hàng, khách sạn trên địa bàn tỉnh.

Mở các cơ sở đào tạo du lịch, tổ chức các khóa đào tạo nghiệp vụ du lịch trong tỉnh song song với việc khuyến khích việc tham gia các chương trình đào tạo

về du lịch ở các cơ sở đào tạo du lịch ở Hà Nội và các địa phương khác.

Khuyến khích các doanh nghiệp nhà hàng, khách sạn tổ chức các khóa đào tạo nâng cao nghiệp vụ và ngoại ngữ tại chỗ cho lao động của doanh nghiệp mình và liên kết đào tạo lao động các doanh nghiệp du lịch khác.

Song song với công tác đào tạo, quan tâm đến công tác cán bộ, thực hiện đầy đủ và nghiêm túc các chính sách về cán bộ từ quy hoạch đến tuyển dụng, sắp xếp, sử dụng, quản lý và đãi ngộ... Chú trọng từng bước trẻ hóa đội ngũ cán bộ, kết hợp ưu tiên sử dụng cán bộ có kiến thức, trình độ tay nghề và kinh nghiệm cao, đảm bảo tính kế thừa trong công tác cán bộ.

### **3.4. Tuyên truyền, quảng bá, tiếp thị các món ăn đến khách du lịch**

Tuyên truyền quảng bá là một chiến lược hết sức quan trọng trong phát triển du lịch. Nhưng khách du lịch lại có ít thông tin về các món ăn của Hải Dương.

Ẩm thực Hải Dương đa dạng, phong phú, độc đáo nhưng rất ít du khách đến với Hải Dương có thể cảm nhận hết được dễ dàng điều này. Nguyên nhân chính nằm ở khâu quảng bá, tiếp thị các món ăn đến du khách còn thiếu và yếu. Vì vậy điều cần làm của du lịch Hải Dương hiện nay là tăng cường công tác quảng bá, xây dựng một chiến lược quảng bá hình ảnh của mình để thu hút sự quan tâm chú ý của du khách, tổ chức hội chợ ẩm thực... Khối lượng nội dung quảng bá ẩm thực phải có sự cân đối tương xứng với nội dung giới thiệu về đất nước và con người Hải Dương. Hải Dương tăng cường tổ chức hoặc tham gia hội chợ ẩm thực, du lịch trong và nước ngoài để các khách sạn, nhà hàng, quán bar... có cơ hội giới thiệu sản phẩm của mình, đưa hình ảnh ẩm thực Hà Nội đến với bạn bè thế giới. Trong hội chợ, có thể xây dựng một số bài thuyết minh về một vài món ăn truyền thống của Hải Dương bằng tiếng Việt - Anh - Pháp. Thông qua hội chợ ẩm thực, du khách sẽ có được cái nhìn gần gũi và tổng thể hơn về những món ăn đặc sản của Hải Dương. Họ cũng có cơ hội được trực tiếp thưởng thức tại chỗ, từ đó sẽ tiếp tục giới thiệu sâu rộng hơn đến bạn bè và người thân.

Bên cạnh đó cũng cần biên soạn và phát hành nhiều ấn phẩm tạp chí, sách báo, tờ rơi, tập gấp, chuyên luận viết về đặc sản ẩm thực Hải Dương với những đặc trưng, giá trị và bản sắc riêng không lẫn với bất kì một vùng miền nào để giới thiệu

cho khách du lịch biết. Song song với công tác nghiên cứu cũng cần đẩy mạnh hơn nữa hoạt động quảng bá, tuyên truyền, tiếp thị cho có hệ thống sâu rộng, đẩy mạnh chất lượng quảng bá bằng hình ảnh. Đồng thời tổ chức các tour du lịch khảo sát, mời đại diện của các công ty lữ hành, nhà hàng, khách sạn lớn có uy tín, các cơ quan báo đài có thể viết bài, những mẫu tin ngắn gọn giới thiệu về ẩm thực Hải Dương.

Thường xuyên tham gia vào các hội thảo, triển lãm, hội nghị về du lịch để học hỏi và tận dụng cơ hội giới thiệu, quảng bá hình ảnh về tiềm năng phát triển loại hình du lịch ẩm thực với du khách.

Xây dựng các trang web, chuyên mục trên báo, tạp chí về ẩm thực Hải Dương hoặc giới thiệu các món ăn của Hải Dương trong các cuốn sách có tính chất cảm nang không những bằng tiếng Việt mà bằng cả tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Trung Quốc... để đưa du khách đến gần và dễ dàng hoà nhập vào ẩm thực Hải Dương.

Tăng cường mối quan hệ với các hãng thông tấn, báo chí, phát thanh truyền hình để hỗ trợ cho hoạt động xúc tiến và tuyên truyền quảng bá. Phối hợp với các doanh nghiệp trong và ngoài nước, các tổ chức, các địa phương để cùng tuyên truyền.

Tham gia các hoạt động xúc tiến quảng bá ở khu vực và quốc tế, tận dụng các cơ hội để tham gia vào các hội nghị, hội thảo và hội chợ du lịch quốc tế để có điều kiện tuyên truyền tiếp thị những sản phẩm du lịch đặc sắc.

Đồng thời đưa các đặc sản ẩm thực vào trong các lễ hội của tỉnh như: lễ hội Côn Sơn - Kiếp Bạc, lễ hội chùa Bạch Hào (Thanh Hà), lễ hội Đền Cao, lễ hội chùa Muống... cũng sẽ tạo được ấn tượng độc đáo cho du khách tham dự lễ hội và nâng món ăn lên ở tầm giá trị văn hoá, sâu sắc, độc đáo...

Bên cạnh việc xây dựng quảng cáo, tuyên truyền, quảng bá về ẩm thực Hải Dương, việc xây dựng những bài thuyết minh về các món ăn, đồ uống cho nhân viên của nhà hàng cũng rất quan trọng và là một trong những biện pháp thiết thực nhất. Nhân viên phục vụ của nhà hàng, cửa hàng là những người tiếp xúc trực tiếp với khách du lịch. Họ cũng là người có thể giải thích những thắc mắc của khách về

món ăn, cách chế biến cũng như cách thưởng thức của chúng. Bài thuyết minh không cần dài, quá chi tiết và chỉ giới thiệu nguồn gốc xuất xứ món ăn, nguyên liệu, cách chế biến, thưởng thức nó theo phong cách của người Hải Dương. Vì vậy nên xây dựng những bài thuyết minh về ẩm thực Hải Dương dành cho nhân viên phục vụ trong nhà hàng, khách sạn để họ là những sứ giả tốt nhất quảng bá, giới thiệu, đưa ẩm thực Hải Dương đến với du khách.

Ngoài ra trong mỗi quyển thực đơn của nhà hàng, khách sạn bên cạnh các trang chỉ nêu tên của món ăn thì có thể giới thiệu sơ qua về nguồn gốc xuất xứ, nguyên liệu chế biến, cách chế biến, cách thưởng thức các món ăn đó mà không cần quá dài, quá chi tiết. Qua đó du khách sẽ có nhiều thông tin hơn về các món ăn của Hải Dương, và họ có thể hiểu được phần nào về sự vất vả, khéo léo của những người làm ra nó.

### **3.5. Đa dạng hình thức phục vụ ăn uống**

Ăn uống là một trong những nhu cầu cơ bản của con người và trong hoạt động du lịch nó là một trong ba nhu cầu thiết yếu của du khách khi đi du lịch.

Các hình thức phục vụ hiện nay tại các nhà hàng, khách sạn còn tương đối đơn điệu, chủ yếu theo hình thức gọi món theo thực đơn. Để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách, đồng thời đem lại cho du khách có cơ hội được thưởng thức nhiều loại đồ ăn cùng một lúc với một khoản chi phí phải chăng, các nhà hàng khách sạn nên nhân rộng hình thức ăn uống buffet vào bữa sáng hoặc bữa trưa cho khách lưu trú hoặc khách đi theo đoàn đặt trước. Các món ăn được chế biến sẵn bày trên bàn rộng, khách tự động chọn món ăn mình ưa thích. Khách có thể tự chọn chỗ ngồi hay đứng một chỗ hoặc vừa ăn vừa đến gặp gỡ bạn bè và nói chuyện. Nếu những bữa tiệc buffet được thường xuyên tổ chức, thực khách sẽ có thể giao lưu trò chuyện với nhau về món ăn của các địa phương, có cơ hội để so sánh và hiểu hơn về nét độc đáo của văn hoá ẩm thực trong vùng.

Bên cạnh đó cũng có thể phục vụ theo hình thức phục vụ món ăn theo sở thích dựa trên thực đơn có sẵn của nhà hàng. Nhìn vào thực đơn, khách chọn món ăn theo khẩu vị riêng của mình, sau đó món này được mang ra phục vụ khách. Như vậy, khách sẽ cảm thấy hợp khẩu vị hơn, ấn tượng để lại lâu dài và sâu sắc hơn.

Kết hợp các hình thức phục vụ này, các nhà hàng lớn có thể thu hút thêm sự chú ý của thực khách bằng cách đưa lên video cách làm, cách chế biến, thưởng thức những món ăn tiêu biểu mang hương sắc, đặc trưng riêng của Hải Dương. Những hình ảnh này có thể đặt tại quầy, phòng ăn hay tiền sảnh. Làm như vậy các du khách có thể tận mắt chiêm ngưỡng và biết thêm về sự phong phú của các món ăn dân tộc. Qua đó khách có thể lựa chọn cho mình món thích nhất, hợp khẩu vị hoặc có thể do sự tò mò hay do món ăn được thể hiện quá hấp dẫn khiến du khách nảy sinh nhu cầu thưởng thức. Đó chính là một trong những hình thức quảng bá hữu hiệu mà các nhà hàng cần phát huy hiện nay. Những thức quà đó trong nhà hàng, khách sạn thường có giá cả tuy cao nhưng rất ổn định được niêm yết rõ trong thực đơn. Ngoài ra phong cách phục vụ trong nhà hàng, khách sạn cũng chuyên nghiệp và bài bản hơn.

### **3.6. Khai thác văn hoá ẩm thực Hải Dương trong hệ thống nhà hàng, khách sạn**

Văn hoá ẩm thực là nét văn hoá tự nhiên hình thành trong cuộc sống. Nhất là đối với người Việt Nam ẩm thực không chỉ là nét văn hoá về vật chất mà còn là văn hoá về tinh thần. Qua ẩm thực người ta có thể hiểu được nét văn hoá thể hiện phẩm giá con người, trình độ văn hoá dân tộc với những đạo lý, phép tắc, phong tục trong cách ăn uống.

Việc khai thác ẩm thực trong hoạt động du lịch hiện nay ở Hải Dương vẫn còn nhiều bất cập, xoay quanh một số vấn đề như: chất lượng món ăn chưa cao, giá cả các nơi khác nhau, phong cách phục vụ chưa chuyên nghiệp đặc biệt chưa làm tốt khâu vệ sinh an toàn thực phẩm. Do đó du khách đến Hải Dương thường e ngại thưởng thức các món ăn ở những quán ăn nhỏ ven đường và muốn thưởng thức ngay tại khách sạn mà họ lưu trú hay tại các nhà hàng sang trọng. Chính vì vậy cần phải kết hợp đưa những món ăn đặc sản của Hải Dương vào trong hệ thống nhà hàng, khách sạn để đảm bảo sức khoẻ và nhu cầu đa dạng của du khách. Khách đến đây không chỉ để thoả mãn nhu cầu về ăn uống mà họ còn được thưởng thức một không gian đẹp, tận hưởng bầu không khí trong lành, được giao tiếp với mọi người và được phục vụ một cách chu đáo, tận tình. Tuy nhiên các nhà hàng, khách sạn

cần đưa ra các tiêu chí như tiêu chí về kỹ thuật, nghệ thuật chế biến và cách trình bày, an toàn thực phẩm, tính truyền thống, đảm bảo về dinh dưỡng và tính kinh tế.

Thực đơn của các nhà hàng, khách sạn ở Hải Dương hiện nay chủ yếu là các món ăn truyền thống, ít có sự thay đổi. Hiện nay mới chỉ có một số món ăn đặc sản được đưa vào thực đơn nhà hàng, khách sạn. Các nhà hàng, khách sạn thường phục vụ khách du lịch theo tour, thực đơn đã được đặt trước, có chăng cũng là hình thức phục vụ theo món, theo thực đơn rất đơn điệu. Nếu khách gọi những món ăn không có trong thực đơn thì sẽ phải đợi lâu, thậm chí nhà hàng không thể phục vụ. Vì vậy các nhà hàng, khách sạn ở Hải Dương nên bổ sung vào thực đơn những món ăn đặc sản của tỉnh để phục vụ du khách.

### **3.7. Nâng cao chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm**

Hiện nay, tại những cơ sở sản xuất ẩm thực ở Hải Dương, vấn đề mất vệ sinh đã trở nên phổ biến. Để khắc phục tình trạng đó cần thực hiện một số biện pháp sau:

Các nhà hàng phải đảm bảo cam kết sử dụng các nguyên liệu tươi ngon, biết rõ xuất xứ... để bảo vệ sự an toàn và sức khoẻ cho du khách, từ đó tạo nên thương hiệu có uy tín về chất lượng mọi mặt của mỗi nhà hàng.

Thực hiện đồng bộ các biện pháp giảm thiểu mối nguy cơ ô nhiễm, bệnh truyền qua thực phẩm và khả năng khắc phục sự cố về an toàn thực phẩm sẽ góp phần cùng mọi người, mọi nhà giữ gìn vệ sinh thực phẩm.

Hằng ngày, các cơ quan chức năng phải thực hiện nghiêm chỉnh việc kiểm tra chất lượng thực phẩm trước khi bán ra thị trường.

Phải xử phạt thật nặng, nghiêm minh, thậm chí thu hồi giấy phép kinh doanh, nếu đơn vị, cá nhân nào sản xuất không đảm bảo vệ sinh hoặc kinh doanh thực phẩm không rõ nguồn gốc. Đồng thời, có chế độ khen thưởng xứng đáng với những ai phát hiện, tố giác cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm kém chất lượng, không rõ nguồn gốc.

Tăng cường công tác hải quan, thuế quan để ngăn chặn thực phẩm kém chất lượng, không rõ nguồn gốc từ nước ngoài tuồn vào thị trường trong nước.

Cần huy động sự góp sức của đội ngũ nhà khoa học đông đảo, tập trung kinh



phí cho các đề tài khoa học về vệ sinh an toàn thực phẩm; đối với các đề tài khuyến nông, yêu cầu đầu tiên là phải bảo đảm chất lượng nông sản nhằm đảm bảo xử lý vệ sinh an toàn thực phẩm ngay từ gốc, từ khâu sản xuất, chế biến và bảo quản. Nếu làm tốt mối liên kết này, không những nâng cao được giá trị hàng hoá mà còn bảo đảm an toàn cho người tiêu dùng, trực tiếp nâng cao chất lượng bữa ăn, gìn giữ sức khoẻ.

Việc cấp giấy chứng nhận tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm cũng cần được thực hiện nghiêm túc, tránh để những hạn chế, tiêu cực khiến tâm giấy chứng nhận là lá bùa để các đơn vị sản xuất kinh doanh thiếu lương tâm lợi dụng.

Đặc biệt, thường xuyên tuyên truyền để mỗi người dân nhận thức đúng về vệ sinh an toàn thực phẩm, cảnh giác và thận trọng hơn khi lựa chọn thực phẩm tiêu dùng.

Tăng cường các biện pháp giáo dục truyền thông về vệ sinh an toàn thực phẩm, nâng cao nhận thức và thực hành của chính quyền các cấp, người sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng thực phẩm. Đặc biệt chú ý giáo dục tuyên truyền cho nhân dân thay đổi những phong tục tập quán lạc hậu, phổ biến những kiến thức khoa học trong trồng trọt, chăn nuôi, bảo quản và chế biến thực phẩm an toàn.

Khẩn trương kiện toàn, tăng cường năng lực hệ thống quản lý, hệ thống thanh tra vệ sinh an toàn thực phẩm và hệ thống kiểm nghiệm vệ sinh an toàn thực phẩm từ Trung ương đến địa phương.

Thực hiện nghiêm túc các quy định pháp luật trong sản xuất, kinh doanh, chế biến thực phẩm, đặc biệt là các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm trong sản xuất rau quả, chăn nuôi và giết mổ gia súc, gia cầm, thuỷ sản,...

Tăng cường các biện pháp kiểm tra, thanh tra, xử lý thật nghiêm các vi phạm pháp luật; khắc phục ngay tình trạng buông lỏng quản lý, quy định rõ trách nhiệm của người đứng đầu các đơn vị khi để xảy ra ngộ độc thực phẩm trong đơn vị mình.

Tăng đầu tư về ngân sách, nhân lực và trang thiết bị để đáp ứng được yêu cầu cơ bản kiểm soát vệ sinh an toàn thực phẩm từ Trung ương đến cơ sở.

### **3.8. Kết hợp các tour du lịch với ẩm thực địa phương**

Hải Dương là tỉnh có tiềm năng du lịch rất lớn. Đây là vùng có tài nguyên du lịch nhân văn phong phú với trên 3000 di tích lịch sử văn hóa trong đó có 148 di tích được xếp hạng quốc gia mà tiêu biểu là di tích Côn Sơn - Kiếp Bạc; nhiều làng nghề nổi tiếng trong và ngoài nước như: gốm Chu Đậu, vàng bạc Châu Khê, chạm khắc gỗ Đông Giao... Với nhiều danh lam thắng cảnh, hang động kỳ thú như núi Côn Sơn, núi Phượng Hoàng, núi An Phụ, động Kính Chủ...; và những vùng sinh thái hấp dẫn như sông Hương - Thanh Hà, đảo Cò Chi Lãng Nam - Thanh Miện là cơ sở để phát triển các loại hình du lịch như du lịch văn hoá, du lịch sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng...và cũng là điều kiện thuận lợi để phát triển kết hợp với loại hình du lịch ẩm thực. Dựa trên những tiềm năng to lớn và cũng để có thể phát triển loại hình du lịch ẩm thực người viết xin đề xuất một số tour du lịch chuyên đề ẩm thực để phục vụ cho việc phát triển du lịch của thành phố.

- **Chương trình 1: thành phố Hải Dương - làng vải Thanh Hà – sông Hương resort - thành phố Hải Dương ( 1 ngày ).**

Loại tour: tour đoàn, tour riêng

Giá: 230000 VND/khách ( giá áp dụng cho đoàn từ 15 khách trở lên)

*Lịch trình tour:*

Sáng: xe và hướng dẫn viên đón quý khách tại điểm hẹn, khởi hành đi tham quan làng vải Thanh Hà. Tại đây quý khách sẽ được chiêm ngưỡng cây vải tổ của Việt Nam có tuổi thọ 150 năm tuổi và được hướng dẫn viên giới thiệu về nguồn gốc cây vải thiều và tự do tham quan rừng vải, tự tay du khách lựa những quả vải chín nhất để thưởng thức. Ăn trưa tại khu sinh thái dọc sông Hương.

Chiều: quý khách tham quan khu du lịch sinh thái dọc sông Hương. Đó là thế giới của sự bình yên, một không gian xanh giúp cho bạn khóa lấp những mệt mỏi trong cuộc sống thường ngày, bạn có thể thả bộ quanh khu resort, ngắm nhìn những bông hoa súng nở trên mặt nước, đi qua những cây cầu nhỏ xinh, ngồi trên ghé đá để nghe tiếng nước chảy róc rách, ngắm nhìn bờ sông Hương thơ mộng... tất cả là một bức tranh “son thủy hữu tình” làm nên nét đẹp tự nhiên của sông Hương rerort.

*Mức giá trên bao gồm:*

Xe đời mới máy lạnh đưa đón theo chương trình.

Ăn trưa 80.000 VND/khách

Hướng dẫn viên kinh nghiệm suốt tuyến

Bảo hiểm du lịch 10 triệu đồng/ vụ

*Không bao gồm:*

Thuế VAT 10%

Chi phí cá nhân khác ngoài chương trình

*Thông tin hướng dẫn:*

Trẻ em dưới 5 tuổi được miễn chi phí trừ phí bảo hiểm( bố mẹ tự lo cho bé)

Trẻ em từ 5 - 9 tuổi tính 50% chi phí. Ngủ ghép cùng người thân.

Trẻ em từ 10 tuổi tính như người lớn.

Mức giá trên có thể thay đổi tùy theo từng thời điểm.

• **Chương trình 2: Hà Nội - Ninh Giang - Hải Dương ( 1 ngày )**

Loại tour: tour đoàn, tour riêng

Giá : 300000 VND/khách ( giá áp dụng cho đoàn từ 15 khách trở lên)

Hành trình: Hà Nội - Hải Dương

*Lịch trình tour:*

**06h00:** xe và hướng dẫn đón quý khách tại điểm hẹn, khởi hành đi Ninh Giang, Hải Dương.

**08h00:** đến xã du lịch thuộc huyện Ninh Giang, tỉnh Hải Dương, quý khách được nghe hướng dẫn viên giới thiệu chung về phong tục tập quán, văn hoá đồng quê nơi đây. Quý khách nghỉ ngơi uống nước trà xanh được pha khéo léo bởi bàn tay con người thôn quê.

**08h30:** Quý khách đi thăm đền Khúc Thừa Dụ.

**09h30:** Quý khách trở về khu du lịch đồng quê xem và học cách làm một số loại bánh: bánh tráng, bánh xu xuê, quý khách được tự tay làm những tấm bánh thơm ngon để tặng người thân.

**12h00:** Quý khách nghỉ ngơi, ăn trưa với các món ăn đặc sản nơi đây: thịt trâu tươi, cò đồng... và tráng miệng bằng bánh gai.

**13h30:** Quý khách đến tham quan cơ sở sản xuất bánh gai đặc sản của vùng, tìm hiểu nguồn gốc, nguyên liệu tạo nên loại bánh này và được tự tay làm thử bánh.

**15h30:** Quý khách được xem, trải nghiệm cách xay lúa, giã gạo của những người nông dân với các cách xay lúa, giã gạo từ thời cổ xưa đến bây giờ. Quý khách có thể trực tiếp tham gia xay lúa, giã gạo cùng nông dân.

**17h00:** Quý khách sắp xếp lại đồ đạc, tạm biệt bà con, mua sản vật làm quà và lên xe trở về Hà nội. Kết thúc chương trình du lịch.

*Mức giá trên bao gồm:*

Xe đời mới máy lạnh đưa đón theo chương trình.

Ăn trưa 80.000 VND/khách

Hướng dẫn viên kinh nghiệm suốt tuyến

Bảo hiểm du lịch 10 triệu đồng/ vụ

Nước uống 0,5l/ khách

*Không bao gồm:*

Thuế VAT 10%

Chi phí cá nhân khác ngoài chương trình

*Thông tin hướng dẫn:*

Trẻ em dưới 5 tuổi được miễn chi phí trừ phí bảo hiểm( bố mẹ tự lo cho bé)

Trẻ em từ 5 - 9 tuổi tính 50% chi phí. Ngủ ghép cùng người thân.

Trẻ em từ 10 tuổi tính như người lớn.

Mức giá trên có thể thay đổi tùy theo từng thời điểm.

### **3.9. Tiểu kết chương 3**

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và thực tiễn khai thác văn hoá ẩm thực ở Hải Dương, đề tài đã đưa ra một số giải pháp nhằm khai thác nguồn tài nguyên này trong hoạt động du lịch một cách có hiệu quả nhất. Trong đó việc đưa các tour du lịch ẩm thực vào trong danh mục quảng bá của ngành du lịch là một việc làm rất cần thiết làm tăng lượng khách đến thành phố Hải Dương. Bên cạnh đó cần thực hiện một số biện pháp hỗ trợ như:

Giữ gìn bản sắc văn hoá trong ẩm thực Hải Dương

Nâng cao chất lượng kinh doanh ăn uống trong hoạt động du lịch

Nâng cao phong cách phục vụ của người làm du lịch

Tuyên truyền, quảng bá, tiếp thị các món ăn đến khách du lịch

Đa dạng hình thức phục vụ ăn uống

Khai thác văn hoá ẩm thực Hải Dương trong hệ thống nhà hàng, khách sạn

Nâng cao chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm

Tuy nhiên các giải pháp trên chỉ mang tính định hướng, để ẩm thực Hải Dương trở thành một sản phẩm độc đáo của ngành du lịch cần phải có sự hỗ trợ của những người làm du lịch, những chuyên gia ẩm thực, các cấp các ngành có liên quan.

## KẾT LUẬN

Văn hoá, sự tìm tòi và khả năng sáng tạo đã khiến cho những món ăn không còn đơn thuần ở trạng thái nguyên bản nữa, chúng được biến hoá, “cách tân” như một mẫu thời trang kiểu cách với những màu sắc bắt vị, hấp dẫn ngay từ cái nhìn đầu tiên. Ăn uống là một trong những bản năng quan trọng nhất của con người. Nói ăn uống cần thiết đối với sức khoẻ hầu như đó là một chân lý hiển nhiên.[40.13]

Ẩm thực có vai trò rất quan trọng trong hoạt động du lịch. Ẩm thực là nhu cầu tất yếu đối với mỗi con người. Ẩm thực góp phần nâng cao kiến thức cho du khách. Ẩm thực góp phần mở rộng mối quan hệ giao lưu trong mỗi hành trình du lịch. Ẩm thực - hồi ức sau mỗi chuyến đi.

Văn hóa ẩm thực là nét văn hóa tự nhiên hình thành trong cuộc sống. Nhất là đối với người Việt Nam, ẩm thực không chỉ là nét văn hóa về vật chất mà còn là văn hóa về tinh thần. Qua ẩm thực người ta có thể hiểu được nét văn hóa thể hiện phẩm giá con người, trình độ văn hóa của dân tộc với những đạo lý, phép tắc, phong tục trong cách ăn uống...

Mỗi vùng miền Việt Nam mang một đặc trưng văn hoá ẩm thực riêng, không nơi nào giống nơi nào. Vì vậy chỉ cần nhắc tới tên món ăn là có thể biết họ đang ở vùng nào, miền nào. Nói như giáo sư Trần Quốc Vượng: “Cách ăn uống là cách sống, là bản sắc văn hoá hay truyền thống ẩm thực là một sự thực văn hoá của các vùng miền Việt Nam”. [11]

Nhắc tới Hải Dương chắc chắn rằng ai cũng biết đây là một tỉnh có vị trí địa lý vô cùng quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế của Việt Nam. Về kinh tế trong những năm gần đây Hải Dương là một trong những tỉnh có tốc độ phát triển mạnh, đời sống người dân không ngừng được cải thiện...

Song song với việc phát triển kinh tế, về văn hóa luôn giữ được nét đẹp thuần phong mỹ tục của người Việt Nam ta từ xa xưa. Một trong những nét đẹp văn hóa đó mà người dân “Hải Dương quê hương anh dũng kiên cường” còn mãi duy trì và phát triển đó là “đặc sản quê hương”.

Ngoài bánh đậu xanh, bánh gai, vải thiều; đến Hải Dương bạn sẽ được mời

bánh dày cùng giò, chả Gia Lộc, nếp cái hoa vàng Kim Thành, na dai và chuối mật Chí Linh, bánh đa Kê Sặt - Bình Giang,... Những đặc sản quý mà rất bình dị của Hải Dương không chỉ là nét bản sắc của vùng đất này, mà còn thể hiện tâm hồn thuần hậu, tài khéo, cùng nét đặc sắc trong văn hoá ẩm thực của người xứ Đông.

Với nền văn hoá ẩm thực phong phú, đa dạng của tỉnh Hải Dương, người viết đã chọn đề tài “Khai thác văn hoá ẩm thực Hải Dương phục vụ hoạt động du lịch” nhằm khai thác nguồn tài nguyên quý giá này phục vụ cho hoạt động du lịch đồng thời phân tích thực trạng khai thác và đưa ra những định hướng, giải pháp cơ bản nhằm góp phần khai thác tối đa tiềm năng sẵn có và thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Đề tài không chỉ nhằm mục tiêu phát triển du lịch tại địa phương mà thông qua đó còn có ý nghĩa quan trọng trong việc nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành, các đơn vị kinh doanh du lịch thấy được tầm quan trọng của văn hoá ẩm thực trong phát triển du lịch.

Tuy nhiên với sự hiểu biết còn hạn hẹp, công tác điều tra nghiên cứu gặp nhiều khó khăn nên khoá luận còn nhiều hạn chế nhất định. Do vậy, người viết rất mong nhận được sự góp ý, phê bình của quý thầy cô và các bạn để khoá luận hoàn thiện hơn.

*Em xin chân thành cảm ơn!*

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Phan Văn Hoàn - Bước đầu tìm hiểu văn hoá ẩm thực Việt Nam, NXB KHXH Hà Nội 2006
2. Vũ Ngọc Khánh - Văn hoá ẩm thực Việt Nam, NXB Lao động
3. Hồ Chí Minh toàn tập, NXB Chính trị quốc gia 2002, t3, tr 431
4. Nguyễn Thị Diệu Thảo - Giáo trình văn hoá ẩm thực Việt Nam, NXB ĐH Sư phạm
5. Trần Đức Thanh - Nhập môn khoa học du lịch, NXB ĐHQG Hà Nội 2005
6. Trần Ngọc Thêm - Cơ sở văn hoá Việt Nam, NXB Giáo dục 2002
7. Bùi Thị Hải Yến - Tài nguyên du lịch, NXB Giáo dục 2009
8. Bùi Thị Hải Yến - Tuyển điểm du lịch Việt Nam, NXB Giáo dục Việt Nam 2010
9. Bạng Sơn, Mai Khôi - Văn hoá ẩm thực Việt Nam, các món ăn miền Bắc, NXB Thanh niên 2002
10. Jean Anthelme Brillat Savarin - Phân tích khẩu vị, xuất bản tại Pháp năm 1825
11. Ẩm thực Việt Nam, thời báo kinh tế, NXB Trẻ thành phố Hồ Chí Minh
12. Báo quốc tế thị trường và tiêu dùng số 69 – 70/2006
13. Tạp chí văn hoá nghệ thuật ăn uống
14. <http://www.amthuc.com.vn>
15. <http://www.monngonvietnam.com>
16. <http://www.vietnamtourism.com.vn>
17. <http://www.haiduong.gov.vn>
18. <http://www.haiduongcity.net>
19. <http://www.google.com.vn>



## MỤC LỤC

<b>LỜI CẢM ƠN</b> .....	1
<b>PHẦN MỞ ĐẦU</b> .....	2
1. Lý do chọn đề tài.....	2
2. Mục tiêu của đề tài .....	4
3. Đối tượng nghiên cứu.....	4
4. Phạm vi nghiên cứu.....	4
5. Phương pháp nghiên cứu.....	4
6. Bố cục của khoá luận.....	5
<b>PHẦN NỘI DUNG</b> .....	6
<b>CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG - KHÁI QUÁT VỀ VĂN HOÁ ẨM THỰC VIỆT NAM</b> .....	6
1.1. Một số khái niệm.....	6
1.1.1. Một số vấn đề lý luận về văn hoá.....	6
1.1.1.1. Khái niệm văn hoá.....	6
1.1.1.2. Các đặc trưng và chức năng của văn hoá .....	7
1.1.1.3. Các thành tố của văn hoá .....	9
1.1.2. Một số vấn đề lý luận về du lịch.....	10
1.1.2.1. Khái niệm du lịch.....	10
1.1.2.2. Chức năng của du lịch .....	11
1.1.2.3. Tài nguyên du lịch .....	12
1.1.3. Một số vấn đề lý luận về văn hoá ẩm thực .....	14
1.1.3.1. Khái niệm văn hoá ẩm thực .....	14
1.1.3.2. Những đặc trưng văn hoá ẩm thực Việt Nam.....	15
1.2. Giá trị văn hóa trong ẩm thực của người Việt.....	17
1.3. Vai trò của văn hoá ẩm thực trong hoạt động du lịch.....	27
1.4. Tiểu kết chương 1.....	32
<b>CHƯƠNG 2. KHÁI QUÁT VỀ TỈNH HẢI DƯƠNG VÀ ĐẶC TRƯNG VĂN HOÁ ẨM THỰC HẢI DƯƠNG</b> .....	33
2.1. Giới thiệu tổng quan về tỉnh Hải Dương.....	33

2.1.1. Đặc điểm tự nhiên.....	33
2.1.2. Đặc điểm kinh tế - xã hội .....	36
2.2. Những đặc trưng của ẩm thực Hải Dương .....	38
2.2.1. Văn hoá ẩm thực Hải Dương trong nền chung của ẩm thực Việt Nam.....	38
2.2.2. Giới thiệu một số món ăn nổi tiếng của Hải Dương.....	40
2.2.2.1. Những món ăn được chế biến từ thực vật.....	40
2.2.2.2. Những món ăn được chế biến từ động vật .....	47
2.2.2.3. Đặc sản không qua chế biến .....	51
2.3. Thực trạng khai thác văn hoá ẩm thực Hải Dương.....	53
2.3.1. Phân bố địa điểm ăn uống, bán hàng .....	53
2.3.2. Tuyên truyền, quảng bá hình ảnh, địa chỉ các món ăn đặc trưng của Hải Dương..	53
2.3.3. Vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm .....	54
2.3.4. Giá cả các loại ẩm thực.....	56
2.3.5. Hiệu quả kinh doanh ẩm thực.....	57
2.3.6. Văn hoá trong kinh doanh ẩm thực ở Hải Dương .....	58
2.4. Tiểu kết chương 2.....	60
<b>CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM KHAI THÁC VĂN HOÁ ẨM THỰC HẢI DƯƠNG PHỤC VỤ HOẠT ĐỘNG DU LỊCH.....</b>	<b>61</b>
3.1. Giữ gìn bản sắc văn hoá trong ẩm thực Hải Dương.....	61
3.2. Nâng cao chất lượng kinh doanh ăn uống trong hoạt động du lịch.....	64
3.3. Nâng cao phong cách phục vụ của người làm du lịch.....	66
3.4. Tuyên truyền, quảng bá, tiếp thị các món ăn đến khách du lịch.....	68
3.5. Đa dạng hình thức phục vụ ăn uống.....	70
3.6. Khai thác văn hoá ẩm thực Hải Dương trong hệ thống nhà hàng, khách sạn.....	71
3.7. Nâng cao chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm .....	72
3.8. Kết hợp các tour du lịch với ẩm thực địa phương.....	74
3.9. Tiểu kết chương 3.....	76
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>78</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>80</b>
<b>PHỤ LỤC</b>	

## **PHỤ LỤC**



**Bánh đậu xanh**



**Cơ sở sản xuất bánh đậu xanh**



**Bánh gai Ninh Giang**



**Bánh đa Kẽ Sắt**





**Bún Đông Cạn**



**Côm làng Thạc**



**Chả rươi**



**Mắm rươi**





**Mắm cáy Hải Dương**



**Bún cá rô đồng**





**Vải thiều Thanh Hà**



**Nông dân thu hoạch vải**