

# ẨM THỰC DU LỊCH GẮN VỚI TRẢI NGHIỆM VĂN HÓA

● PHAN THỊ NGỌC DIỆP

## TÓM TẮT:

Du lịch trải nghiệm ẩm thực (DLTNAT) đang trở thành một loại hình du lịch khá phổ biến ở nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam. Thông qua DLTNAT, du khách không chỉ được trải nghiệm các món ăn, đồ uống, mà còn được trải nghiệm bản sắc văn hóa và cuộc sống của cộng đồng tại điểm đến. Việc trải nghiệm du lịch ẩm thực luôn gắn kết với trải nghiệm văn hóa trong suốt hành trình của du khách, mang lại cho du khách những cảm nhận chân thật nhất. Bài viết này bàn về ẩm thực du lịch gắn với trải nghiệm văn hóa.

**Từ khóa:** du lịch ẩm thực, trải nghiệm văn hóa, đặc sản vùng miền.

## 1. Đặt vấn đề

Xét về bản chất cũng như hoạt động, du lịch ẩm thực (DLAT) là một phần của du lịch văn hóa, trong đó có gắn với cộng đồng địa phương, với tôn giáo, tín ngưỡng và là hoạt động chủ yếu của du lịch. Chủ đề “ẩm thực” là nhân tố chính trong các chương trình du lịch, nhưng lại ít được chú ý đến. DLAT bao gồm đối tượng tham gia, đối tượng tổ chức, địa điểm, nghi lễ, hay nghi thức xoay quanh cách tổ chức bữa ăn, cách chế biến món ăn và kể cả cách thưởng thức một món ăn, thức uống nhất định, để từ đó đúc kết ra vấn đề bản sắc văn hóa bản địa, góp phần giới thiệu văn hóa bản địa ra thế giới. Như vậy, nhu cầu trải nghiệm ẩm thực tại điểm đến là một nhu cầu có thực, tồn tại trong hầu hết tất cả các chương trình du lịch, như là một trong những nhu cầu của trải nghiệm văn hóa.

Ở một số quốc gia trên thế giới có ngành Du lịch phát triển đã thành công trong việc khai thác

văn hóa ẩm thực thành sản phẩm ẩm thực du lịch thông qua các lễ hội ẩm thực quy mô lớn, như: Lễ hội bia, xúc xích (Đức), lễ hội pizza (Ý), lễ hội Socola (Pháp)...

Việt Nam sở hữu di sản văn hóa ẩm thực được hình thành qua hàng ngàn năm, đã làm say lòng rất nhiều du khách nước ngoài khi ghé thăm dải đất hình chữ S. Hàng chục món ăn nổi tiếng của Việt Nam như phở, bún chả, hay bánh mì,... đã được các tổ chức trên thế giới, tạp chí ẩm thực, kênh truyền thông quốc tế uy tín vinh danh. Ẩm thực mỗi vùng miền đều có nét đặc trưng riêng, đa dạng, hài hòa, tinh tế, dễ thưởng thức và chứa đựng tính nghệ thuật cao. Thời gian qua, văn hóa ẩm thực đang được khai thác hiệu quả trong hoạt động kinh doanh du lịch tại Việt Nam, đặc biệt trong các chương trình du lịch trải nghiệm văn hóa bản địa.

Vấn đề đặt ra làm sao để DLTNAT vừa phát triển đúng mục đích, vừa góp phần duy trì, bảo tồn

những món ăn truyền thống, cách chế biến và quan tâm hỗ trợ cho những nghệ nhân dân gian, góp phần phát triển kinh tế bền vững ở từng địa phương. Trong đó, DLTNAT chính là hướng phát triển du lịch bền vững cho những địa phương không có nhiều tài nguyên du lịch thiên nhiên, hay di tích, di sản.

## 2. Sơ lược du lịch trải nghiệm ẩm thực trên thế giới và ở Việt Nam

Bắt kịp xu hướng trải nghiệm ẩm thực của du khách, từ lâu, các quốc gia có ngành Du lịch phát triển đã hình thành và phát triển các lễ hội ẩm thực. Tại Dijon - Pháp, một thành phố cổ thuộc vùng Burgundy, có nhiều di sản văn hóa vật thể và phi vật thể, đã được khai thác lễ hội ẩm thực từ năm 2018 (UNWTA, 2017,74-75). Hay ở Mỹ hàng năm có 1.500 hội chợ ẩm thực (food festival) (UNWTA, 2017,112-113). Tại Thái Lan, món canh chua tôm (tom yum kung) và gỏi đu đủ (som tom) đã lọt vào danh sách 50 món ăn độc đáo trên thế giới theo bình chọn của kênh CNNgo.com (Kururatchaikul, 2014, 6-7), trở thành món ăn không thể thiếu của du khách khi DLTNAT tại Thái Lan.

Ở Việt Nam, các thành phố lớn như Hà Nội, Huế và Thành phố Hồ Chí Minh là đại diện cho ẩm thực 3 miền đất nước. Thành phố Hồ Chí Minh được xem như một trong những thành phố tiên phong đưa ẩm thực Việt lên tầm cao mới và trở thành một sản phẩm du lịch mới, tiêu biểu. Với mục tiêu hướng đến phục vụ, giới thiệu nhiều đặc sản địa phương không chỉ đến người dân Thành phố Hồ Chí Minh, mà còn du khách đến từ các vùng miền trong cả nước và du khách quốc tế, các chương trình như ngày hội du lịch, ngày hội ẩm thực, lễ hội ẩm thực hay tuần lễ ẩm thực đã được nối tiếp nhau diễn ra tại các khu vui chơi, các công viên, hay các trung tâm hội nghị. Ngoài ra, những chương trình giới thiệu ẩm thực nước ngoài như ngày hội ẩm thực Pháp, Đức, hay Tuần lễ ẩm thực ASEAN cũng đã trở thành những sự kiện thường niên của Thành phố Hồ Chí Minh. Thậm chí, trong bất kỳ hoạt động hội chợ, triển lãm nào, Ban

Tổ chức đều dành ra không gian riêng cho ẩm thực, với các gian hàng đến từ các địa phương và hệ thống nhà hàng danh tiếng. Tiêu biểu như Ngày hội du lịch hay Hội chợ du lịch quốc tế ITE hàng năm đều thu hút những đơn vị lữ hành, vận chuyển, khách sạn, nhà hàng, đối tác nước ngoài đến tìm cơ hội làm ăn.

Ẩm thực đường phố Việt Nam nói riêng và Thành phố Hồ Chí Minh nói chung được xem là một sản phẩm đặc trưng độc đáo. Tại Thành phố Hồ Chí Minh, nhiều con đường đã được cho phép, quy hoạch và tổ chức thành phố ẩm thực, như phố ẩm thực Vĩnh Khánh - quận 4 hay phố ẩm thực chợ Nguyễn Tri Phương - quận 10. Các công ty du lịch vừa và nhỏ đã nắm bắt cơ hội này một cách nhanh chóng. Nhiều chương trình du lịch được thiết kế để du khách có trải nghiệm ẩm thực đường phố một cách gần gũi, thực chất nhất. Ví dụ như chương trình du lịch đi bằng xe máy, du khách có thể đi bằng xe Vespa, len lỏi đến từng ngõ ngách, con hẻm để xem cuộc sống hàng ngày, sinh hoạt sống động của người dân Thành phố. Du khách sẽ dừng lại những quán ăn để trải nghiệm các món ăn ngay tại nhà hàng địa phương, ngay trên hè phố, chứ không phải chỉ có các nhà hàng sang trọng. Đó là những quán ốc hải sản, bánh xèo, quán bia hơi bình dân - nơi tập trung những người dân lao động, thu nhập thấp hoặc trải nghiệm cà phê bột, trà đá vỉa hè với các bạn trẻ. Các tour này được đánh giá rất cao, thu hút nhiều du khách và đem lại nguồn thu đáng kể cho các đơn vị tổ chức và tạo thêm nhiều việc làm cho các bạn trẻ. Ngoài ra, trải nghiệm ẩm thực còn được thực hiện bằng tour xe đạp hay đi bộ, với các tên gọi hấp dẫn là foodie night tour hay food tour. Chỉ cần một cú nhấp chuột, trang Tripadvisor sẽ đưa ra 10 chương trình du lịch khám phá Thành phố Hồ Chí Minh bằng xe đạp kết hợp trải nghiệm ẩm thực rất phong phú. Hoặc tại thành phố Hải Phòng, Sở Du lịch Hải Phòng đã cho ra mắt bản đồ món ngon mang tên "Hải Phòng - lòng vòng ẩm thực", phát miễn phí tại các nhà ga và bến xe, giúp du khách có những trải nghiệm ăn uống trọn

vẹn nhất khi đặt chân tới thành phố Hoa Phượng đỏ. Theo đó, du khách dễ dàng được thưởng thức các món ăn nổi tiếng, là “đặc sản” của thành phố Hải Phòng, như: bánh đúc tàu, bánh đa cua, bánh mì cay, cà phê cốt dừa, cháo lòng, bánh bèo, nem chua, giá bể xào, dưa dầm,...

### **3. Du lịch trải nghiệm ẩm thực còn chưa xứng với tiềm năng**

Thời gian qua, nhiều công trình nghiên cứu về ẩm thực và thực hành ẩm thực gắn với du lịch ở nước ta đã được xuất bản; nhiều trang web giới thiệu về đặc sản vùng miền; nhiều tour gắn với ẩm thực được xây dựng; các địa phương tổ chức các lễ hội ẩm thực, tuần lễ ẩm thực; thậm chí, các chương trình sự kiện, hội chợ, triển lãm dù không phải chủ đề chính là ẩm thực nhưng vẫn có những gian hàng hay khu vực trưng bày, giới thiệu, phục vụ món ăn của địa phương. Tuy nhiên, việc phát triển du lịch ẩm thực, khai thác xu hướng du lịch trải nghiệm ẩm thực vẫn còn trong phạm vi hẹp. Các đơn vị tổ chức hay địa phương “chỉ tiếp cận nhận thức ẩm thực là một hoạt động trong du lịch, có vai trò quan trọng đối với du lịch, mà chưa xác định đó là một loại hình du lịch” (theo Vương Xuân Tình). Thực tế hiện nay, xu hướng DLTNAT còn chưa phát triển đúng với tiềm năng của các địa phương và cả nước ta.

Đối với thị trường du lịch nội địa, các đơn vị tổ chức vẫn lệ thuộc vào hệ thống các cơ sở nhà hàng - khách sạn quen thuộc, việc lên thực đơn cho khách do nhà hàng - khách sạn bố trí. Đơn vị tổ chức chỉ quan tâm tới giá tiền, chất lượng bữa ăn, tránh trùng lặp món ăn và yêu cầu kiêng chay của khách. Chính vì thế, du khách khó có thể trải nghiệm ẩm thực hay văn hóa ẩm thực của địa phương đó. Nếu có, du khách cũng “không được lựa chọn” trải nghiệm, mà được sắp xếp theo đơn vị tổ chức hoặc nhà hàng - khách sạn địa phương và hoàn toàn theo hướng “bị động”. Với suy nghĩ chủ quan của mình, công ty du lịch và quản lý, đầu bếp của nhà hàng - khách sạn theo kinh nghiệm nhiều đoàn trước đã tổ chức lên các thực đơn hay chế biến cho du khách. Trong một số trường hợp,

đoàn khách sẽ được bố trí một món ăn độc lạ, tùy theo mùa; nhưng cũng do nhà hàng quyết định. Ngoại trừ đối với những du khách đã từng đi, từng biết, hoặc nghe nói đến một món ăn ngon, đặc trưng nào đó của vùng miền, họ sẽ hỏi hướng dẫn viên hoặc nhà hàng để đặt nấu và thưởng thức.

Đối với thị trường du lịch nước ngoài, các đơn vị tổ chức còn lệ thuộc vào đối tác nước ngoài nhiều hơn so với thị trường du lịch nội địa. Việc bố trí, sắp xếp bữa ăn, món ăn hoàn toàn theo chương trình định sẵn và được gửi cho đơn vị tổ chức trước khi chuyển đi khởi hành. Tuy nhiên, các đối tác nước ngoài vẫn có ý thức, mong muốn giới thiệu đặc sản địa phương cho du khách Việt Nam. Ví dụ: món Kim chi, rượu Soju, hay gà hầm sâm trong hầu hết các chương trình tour Hàn Quốc; món sushi hay rượu sake trong chương trình tour Nhật Bản; món ốc sên ở Pháp; mì spaghetti vị mực ở Venice, Ý; đùi heo, xúc xích theo kiểu Đức; bánh mì “nan” của Ấn Độ,... Ngoài ra, do hội nhập văn hóa hay phương tiện truyền thông đại chúng, nhiều món ăn được quảng bá, đưa vào các tác phẩm điện ảnh cũng khiến du khách Việt Nam mong muốn được thưởng thức khi đến, tiêu biểu như: topboki của Hàn Quốc; mì Ramen, súp Miso ở Nhật Bản,...

Đối với việc thu hút khách du lịch quốc tế, hầu hết các đơn vị tổ chức đều đưa vào chương trình tham quan những trải nghiệm ẩm thực cho du khách nước ngoài khi đến Việt Nam. Đơn cử, món phở hay chả giò (nem rán) xuất hiện rất nhiều trong thực đơn phục vụ khách nước ngoài. Du khách có nhu cầu ăn kiêng chay còn có thể thoải mái lựa chọn và được phục vụ tại nhà hàng. Nhiều chương trình du lịch còn đưa khách về ở tại nhà dân (homestay) như Tây Nam bộ, Tây Nguyên, Tây Bắc như là một cách để du khách có trải nghiệm ẩm thực trọn vẹn. Tuy nhiên, với hình thức này, du khách vẫn là người quan sát và thưởng thức. Gần đây, các món ăn như phở, bánh mì, bún chả,... đã trở thành hiện tượng sau chương trình quảng cáo thực tế của đầu bếp trứ danh Anthony Bourdain Martin Yang và Gordon

Ramsay. Những món ăn này cần được quảng bá giới thiệu đến khách thập phương, trong đó có khách du lịch nước ngoài.

Bên cạnh đó, mặc dù nhiều địa phương đã thường xuyên tổ chức các lễ hội ẩm thực hay tuần lễ ẩm thực mang nhiều màu sắc khác nhau, nhưng các lễ hội này hầu như mới chỉ chủ yếu phục vụ người dân địa phương, rất ít du khách vãng lai hay khách quốc tế được vào tham quan, thưởng thức. Cũng không có các đơn vị lữ hành tổ chức tour đến các địa phương này vào các lễ hội hay tuần lễ ẩm thực, hoặc nếu có, chỉ là trùng hợp ngẫu nhiên. Trong khi đó, nhìn sang lễ hội của nước bạn là lễ hội October fes (Lễ hội bia Đức vùng Bavaria) lại trở thành điểm đến cho du khách Việt Nam vào tháng 10 hàng năm tại Đức. Thậm chí, nhiều nhà hàng còn mở ưu đãi, khuyến mại, thậm chí tổ chức lễ hội này ngay tại Việt Nam. Trên các phương tiện truyền thông, nhiều lễ hội ẩm thực châu Âu còn được quảng bá với nhiều món ăn hấp dẫn. Hầu hết công ty du lịch chủ yếu khai thác khía cạnh lễ hội ẩm thực châu Âu để bán, quảng bá các chương trình du lịch của họ.

Một sản phẩm cũng liên quan đến trải nghiệm ẩm thực nhưng rất tiếc chỉ được khai thác ở thị trường du lịch quốc tế, đó là tour lớp học nấu ăn (cooking class) và tour trình diễn nấu ăn (cooking demonstration). Hiện nay, nhiều đơn vị du lịch - lữ hành đã đưa 2 sản phẩm này vào chương trình du lịch của mình, như trình diễn nấu ăn ở Hội An và Thành phố Hồ Chí Minh. Du khách đơn lẻ cũng có thể trực tiếp đăng ký trên các trang web của đơn vị tổ chức chương trình lớp học nấu ăn, hay trình diễn nấu ăn bao gồm bữa ăn. Có lẽ, du khách Việt Nam quá quen với các món ăn Việt Nam, nên hạn chế trong việc tổ chức các sản phẩm hay chương trình như thế này. Đối với du khách quốc tế, việc tham gia ngay từ khâu đi chợ, chọn nguyên liệu, chuẩn bị, nêm nếm, nấu nướng, trang trí và thưởng thức chính món ăn mình nấu như là một trải nghiệm không thể nào quên. Đối với du khách Việt Nam, khi đi du lịch Hàn Quốc, sẽ có cơ hội tham gia lớp học làm kim chi, hoặc khi đi đi ăn theo kiểu

Tepanyaki, du khách sẽ được xem đầu bếp chế biến tại bàn và thưởng thức nó. Du lịch Việt Nam cần phải học hỏi thêm cách làm du lịch ẩm thực của các nước. Hiện nay, Việt Nam đã có một số tour bao gồm tham quan và thưởng thức rượu vang tại lâu đài rượu vang ở Phan Thiết, rượu sim ở Phú Quốc, hay vườn nho ở Phan Rang dành cho thị trường nội địa.

Nếu nghĩ DLTNAT chỉ có ở những địa phương phát triển mạnh về cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch hay ở những nhà hàng - khách sạn sang trọng và được chế biến bởi những đầu bếp danh tiếng, thì việc trải nghiệm ẩm thực này mang tính chủ quan, nhất là trong chương trình du lịch. Một nhu cầu thưởng thức nguyên bản, nguyên liệu được lựa chọn, nêm nếm, chuẩn bị và nấu nướng bởi một nghệ nhân hoặc đơn giản là một người dân địa phương biết công thức, biết cách nấu nướng theo kiểu truyền thống cũng là một nhu cầu có thực và trở thành một sản phẩm độc đáo, đúng chất DLTNAT. Thử tưởng tượng, du khách về tham quan một làng quê, trải nghiệm một ngày làm nông dân, trồng rau, cuốc đất, chăm sóc vườn cây, ao cá;... Vào buổi trưa, du khách được chủ nhà (thường là người biết nấu ăn hợp khẩu vị, hoặc là nghệ nhân dân gian) tổ chức, hướng dẫn, chế biến và phục vụ bữa ăn cho du khách theo khẩu vị nguyên bản của người dân địa phương (firsthand testimony), như vậy sẽ rất thú vị đối với khách du lịch. Đây là một trải nghiệm thực tế khó quên cho du khách, nhất là khách nước ngoài, đó là chưa kể nếu gia đình có đám tiệc, du khách sẽ có thêm trải nghiệm về cuộc sống sinh hoạt của người dân bản địa. Hiện tại, nhiều công ty du lịch nước ngoài tại Việt Nam đã thành công với chương trình này, như Oversea Adventure Travel khi họ tổ chức cho du khách Mỹ đến ăn ở tại nhà dân cả 3 miền nông thôn ở miền Bắc - Bắc Giang; miền Trung - Nha Trang và Tây Nguyên - Đà Lạt.

#### **4. Cần xem ẩm thực là yếu tố cấu thành chuỗi sản phẩm du lịch**

Hiện nay, nhiều địa phương đã thường xuyên tổ chức các lễ hội ẩm thực, hay tuần lễ ẩm thực

mang nhiều màu sắc khác nhau. Tuy nhiên, các lễ hội này hầu như chủ yếu phục vụ dân địa phương, rất ít du khách vãng lai hay khách quốc tế vào tham quan, thưởng thức. Cũng không có nhiều đơn vị lữ hành tổ chức tour đến các địa phương này vào các dịp lễ hội hay tuần lễ ẩm thực, hoặc chỉ là sự trùng hợp ngẫu nhiên. Như vậy, ẩm thực du lịch không thể đứng riêng lẻ trong một chương trình du lịch, mà còn là một yếu tố cấu thành chuỗi sản phẩm du lịch, đặc biệt là sự kết nối với trải nghiệm văn hóa vùng miền.

Tiến sĩ Nguyễn Bảo Thoa - Viện trưởng Viện Nghiên cứu và Phát triển ngành nghề nông thôn Việt Nam (VIRI) đã đề xuất mô hình “Trải nghiệm ẩm thực gắn với du lịch cộng đồng” tại Làng Mơ Hra (xã Kông Lơng Khơng, huyện Kbang, tỉnh Gia Lai). Mô hình này tuân thủ nguyên tắc về khai thác du lịch dựa trên tính “nguyên gốc” của văn hóa bản địa, hạn chế tối đa những tác động của thương mại hóa khi người dân tham gia dịch vụ du lịch. Du khách đến với làng Mơ Hra sẽ được trải nghiệm không gian văn hóa công chiêng Tây Nguyên ngay chính “cái nôi” của nó, ở đó đội công chiêng gồm 35 người và đặc biệt có đội công chiêng nữ và đội công chiêng nhí. Về với làng Mơ Hra để tận hưởng cuộc sống yên bình của miền quê, tách biệt sự xô bồ của đô thị; được tiếp xúc, gặp gỡ những con người chân chất, mộc mạc, được nghe già làng kể chuyện, xem họ dệt vải, đan lát và đặc biệt được thưởng thức những món ăn do chính tay người đồng bào nấu, họ đi hái rau rừng, bắt cá, bắt ốc về chế biến

những món ăn đậm chất địa phương. Với một thực đơn khá phong phú không chỉ là cơm lam, gà nướng quen thuộc, mà còn có gà giã muối é, cá suối sa lũa, tép đùm, canh ốc đá với ngọn ting ting, bánh khoai mì... và nhiều món ăn dân giã theo từng mùa ở đây. Một số công ty lữ hành khảo sát điểm này đã đánh giá cao về việc phát triển du lịch cộng đồng, đảm bảo yếu tố phát triển bền vững ở địa phương này.

Như vậy, ẩm thực du lịch gắn với trải nghiệm văn hóa luôn có mối tương hỗ lẫn nhau trong việc định hình cho một điểm đến hay một chương trình du lịch hấp dẫn để thu hút khách du lịch.

### 5. Kết luận

DLTNAT đã và đang trở thành xu hướng phát triển. Việc nghiên cứu, phát triển đúng hướng, đúng nhu cầu và đúng đối tượng của DLTNAT sẽ mở ra hướng đi mới cho ngành Du lịch Việt Nam nói chung và cho các địa phương nói riêng trong việc xây dựng một sản phẩm du lịch mới mẻ, chất lượng và đạt hiệu quả kinh tế cao. Nếu như những sản phẩm du lịch thông thường dễ bị sao chép, chu kỳ sống của sản phẩm ngắn, thì DLTNAT vượt lên trên những trở ngại để trở thành sản phẩm đặc trưng của địa phương đó. Không những thế, việc phát triển DLTNAT sẽ là đầu tàu, kéo theo sự phát triển đồng bộ của cả hệ thống. Đó là: bảo tồn ẩm thực dân gian, phát hiện và vinh danh nghệ nhân dân gian, sưu tầm, bảo tồn những công thức, cách chế biến xưa nay, gìn giữ và phát huy kho tàng ẩm thực không chỉ của người Việt, mà còn của đồng bào các dân tộc trên khắp đất nước Việt Nam ■

### TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hall, C. Michael and Liz Sharples (2003), “The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste”, *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*, Butterworth and Heinemann, pp. 1-24.
2. Đặng Nghiêm Vạn (2010), *Văn hóa Việt Nam đa tộc người*, NXB Văn học, Hà Nội.
3. Nguyễn Từ Chi (2013), *Văn hóa tộc người Việt Nam*, NXB Văn hóa Thông tin, Hà Nội.

4. Nguyễn Thị Bảy, Trần Quốc Vượng (2010), *Văn hóa ẩm thực Việt Nam nhìn từ lý luận và thực tiễn*, NXB Từ điển Bách khoa và Viện Văn hóa, Hà Nội.
5. Ngô Đức Thịnh (2010), *Khám phá ẩm thực truyền thống Việt Nam*, NXB Trẻ, TP. Hồ Chí Minh.
6. Vương Xuân Tình (2004), *Tập quán ăn uống của người Việt vùng Kinh Bắc*, NXB Khoa học Xã hội, Hà Nội.
7. Trần Quốc Vượng (1997), “*Văn hóa ẩm thực trên nền cảnh môi trường sinh thái, nhân văn Việt Nam và ba miền Nam, Trung, Bắc*”, Kỷ yếu Hội nghị khoa học Bản sắc Việt Nam trong ăn uống, Trường Đại học dân lập Hùng Vương, TP. Hồ Chí Minh.

**Ngày nhận bài: 4/8/2022**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/9/2022**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 13/9/2022**

*Thông tin tác giả:*

**ThS. PHAN THỊ NGỌC DIỆP**

**Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Gia Lai**

## **THE CULINARY TOURISM IN ASSOCIATION WITH CULTURAL EXPERIENCES**

● Master. **PHAN THI NGOC DIEP**

Department of Culture

Sports and Tourism of Gia Lai Province

### **ABSTRACT:**

Culinary tourism has become a fairly popular tourism type in many countries including Vietnam. Culinary tourism does not only allow visitors experience foods and drinks, but also experience the destination's local cultural identity and life. The culinary experience is always linked to the cultural experience throughout the travel of tourists and the culinary experience gives travellers the most authentic feelings. This paper discusses the culinary tourism in association with cultural experiences.

**Keywords:** culinary tourism, cultural experiences, regional specialties.