

Phát triển văn hóa ẩm thực người Cơ Tu tỉnh Quảng Nam trong định hướng sản phẩm du lịch đặc thù

Trần Tấn Vĩnh¹, Nguyễn Thị Huỳnh Vân², Nguyễn Thị Quỳnh Như³, Nguyễn Phúc Quân^{4*}

^{1,2,3,4}Trường Đại học Đông Á

*Tác giả liên hệ: quannp@donga.edu.vn

Tóm tắt

Nghiên cứu này tập trung khảo sát thực trạng khai thác ẩm thực truyền thống của người Cơ Tu tại tỉnh Quảng Nam trong bối cảnh phát triển du lịch đặc thù. Trên nền tảng khung lý thuyết về du lịch đặc thù (special interest tourism), kết hợp với cách tiếp cận liên ngành giữa nhân học văn hóa và phát triển bền vững, nghiên cứu đã làm rõ các đặc trưng văn hóa ẩm thực Cơ Tu như nguồn nguyên liệu gắn với tự nhiên, phương pháp chế biến truyền thống, vai trò của nó trong hoạt động lễ hội và đời sống cộng đồng. Khảo sát tại ba xã: Lăng (huyện Tây Giang), Sông Kôn và Ating (huyện Đông Giang) cho thấy ẩm thực Cơ Tu vừa mang tính bản địa sâu sắc, vừa có tiềm năng trở thành sản phẩm du lịch đặc sắc. Tuy nhiên, việc đưa ẩm thực vào hoạt động du lịch hiện nay còn rời rạc, thiếu chuyên nghiệp, chưa đảm bảo chất lượng dịch vụ, đồng thời đặt ra các vấn đề về bảo tồn văn hóa và chia sẻ lợi ích kinh tế giữa cộng đồng và doanh nghiệp.

Nhận 03/06/2025

Được duyệt 26/08/2025

Công bố 30/09/2025

Từ khóa

Ẩm thực dân tộc cơ tu, du lịch đặc thù, phát triển bền vững, bản sắc văn hóa, du lịch cộng đồng

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1 Giới thiệu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và công nghiệp hóa du lịch diễn ra mạnh mẽ, xu hướng tìm về các giá trị bản địa, nguyên bản và mang tính trải nghiệm đang trở thành định hướng chiến lược của nhiều địa phương, đặc biệt là các khu vực có đa dạng văn hóa tộc người. Tại Việt Nam, các cộng đồng dân tộc thiểu số ở miền núi Trung Bộ, trong đó có người Cơ Tu tại tỉnh Quảng Nam, sở hữu những di sản văn hóa phong phú, đặc sắc và ít bị đồng hóa, trong đó nổi bật là tri thức ẩm thực truyền thống - một loại hình văn hóa vật thể và phi vật thể gắn chặt với môi trường cư trú, sinh kế và thế giới quan bản địa [1, 2]. Tuy nhiên, việc tích hợp các yếu tố văn hóa ẩm thực này vào thiết kế sản phẩm du lịch vẫn còn phân tán, manh mún và chưa tạo thành chuỗi giá trị rõ ràng.

Khái niệm du lịch đặc thù (special interest tourism) xuất hiện từ thập niên 1980, được định nghĩa như một hình thức du lịch định hướng chuyên biệt, nơi động cơ tham gia của du khách không chỉ là nghỉ dưỡng hay tiêu dùng, mà chủ yếu nhằm thỏa mãn nhu cầu tìm hiểu, học hỏi, hoặc trải nghiệm sâu một khía cạnh văn hóa, xã hội, môi trường cụ thể [3]. Trong khuôn khổ này, ẩm thực không chỉ được xem là “sản phẩm bổ trợ” cho du lịch, mà còn có thể trở thành trung tâm của hành trình trải nghiệm - được gọi là du lịch ẩm thực (culinary tourism) hoặc du lịch ẩm thực bản địa khi gắn với không gian văn hóa dân tộc thiểu số. Du lịch đặc thù, theo đó, đòi hỏi sự thiết kế sản phẩm theo hướng cá thể hóa, có chiều sâu văn hóa

và thường dựa vào tri thức bản địa như một trục nội dung cốt lõi.

Trên cơ sở lý thuyết du lịch đặc thù, nghiên cứu này đặt vấn đề: làm thế nào để các giá trị ẩm thực truyền thống của người Cơ Tu không chỉ được bảo tồn như một di sản, mà còn được khai thác như một nguồn lực văn hóa trong thiết kế các sản phẩm du lịch có định hướng đặc thù - tức hướng đến việc tạo nên trải nghiệm sâu, mang tính giáo dục, tương tác và bền vững [4]. Đặc biệt, trong bối cảnh Quảng Nam đang triển khai chiến lược phát triển du lịch xanh và du lịch dựa vào cộng đồng, việc xây dựng mô hình khai thác ẩm thực Cơ Tu như một phần của du lịch đặc thù không chỉ góp phần phát triển kinh tế - xã hội địa phương mà còn có ý nghĩa trong bảo tồn văn hóa và nâng cao năng lực chủ thể cộng đồng dân tộc thiểu số [1].

Văn hóa ẩm thực truyền thống của người Cơ Tu tại Quảng Nam là sự phản ánh sinh động của mối quan hệ hài hòa giữa con người với thiên nhiên núi rừng miền Trung. Từ đời sống sản xuất nương rẫy và săn bắt-hái lượm, người Cơ Tu đã phát triển một hệ thống ẩm thực đặc sắc, dựa trên nguyên liệu tự nhiên sẵn có như rau rừng, măng, các loại củ, cá suối, thịt thú rừng (đùi, sóc, nhím) và gia vị bản địa (tiêu rừng, lá sắn non, ớt) [5-7]. Các phương pháp chế biến mang đậm tính sinh thái như nấu trong ống tre, nướng trực tiếp trên than, xông khói và lên men truyền thống không chỉ giữ được hương vị nguyên bản mà còn bảo tồn kỹ năng bản địa truyền đời [4, 8].

Nhiều món ăn của người Cơ Tu thể hiện rõ vai trò xã hội-văn hóa trong đời sống cộng đồng. Ví dụ, món *zor rá/zi rá/z'rá/z'ò rá* (canh thập cẩm rau rừng và thịt) và *z'rua* (thịt muối lên men) thường được chuẩn bị trong dịp lễ hội và cúng tế; món *bánh sừng trâu* làm từ nếp không nhân là biểu tượng của ngày Tết cổ truyền; còn *com lam* là món ăn không thể thiếu trong các dịp đón khách quý hoặc đi rầy dài ngày [8]. Bên cạnh giá trị dinh dưỡng, các món ăn này còn gắn liền với nghi lễ tâm linh và tín ngưỡng dân gian, phản ánh quan niệm của người Cơ Tu về sự hài hòa với rừng, lòng biết ơn với thần linh và cộng đồng [9]. Không gian ẩm thực thường diễn ra quanh bếp lửa trong nhà sàn-nơi quy tụ gia đình, dòng tộc và là trung tâm sinh hoạt tập thể, góp phần duy trì cấu trúc xã hội truyền thống. Do vậy, ẩm thực Cơ Tu không chỉ là hệ thống tri thức bản địa phong phú mà còn là một yếu tố quan trọng trong bản sắc văn hóa dân tộc, mang tiềm năng lớn trong việc phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù gắn với trải nghiệm văn hóa sâu sắc và bền vững.

Nghiên cứu được xây dựng trên nền tảng ba trụ cột lý thuyết chính: du lịch đặc thù, du lịch văn hóa gắn với tri thức bản địa, và tiếp cận hệ sinh thái văn hóa trong phát triển du lịch cộng đồng. Thứ nhất, lý thuyết về du lịch đặc thù do Douglas, Derrett và Moscardo phát triển, khẳng định rằng động cơ của du khách ngày càng đa dạng và chuyển từ những mục tiêu tổng quát như nghỉ dưỡng sang những trải nghiệm mang tính chuyên biệt, sâu sắc và có định hướng cá nhân hóa [3]. Trong đó, du lịch ẩm thực (culinary tourism) là một phân ngành quan trọng, không chỉ thỏa mãn nhu cầu vị giác mà còn mở ra cơ hội tiếp cận chiều sâu văn hóa và lối sống địa phương [4]. Du khách ngày nay có xu hướng tìm kiếm những trải nghiệm xác thực (authentic experiences), nơi họ không chỉ “tiêu dùng” mà còn được “tham dự” vào các hoạt động văn hóa-từ thu hái nguyên liệu đến chế biến và thưởng thức món ăn-như một quá trình học hỏi và trao đổi.

Thứ hai, nghiên cứu tiếp cận ẩm thực Cơ Tu như một thành tố của tri thức bản địa (indigenous knowledge)-vốn là hệ thống tri thức tích hợp giữa môi trường tự nhiên, tập quán xã hội và kinh nghiệm sống của cộng đồng qua nhiều thế hệ [10, 11]. Ẩm thực, theo đó, không chỉ là kỹ năng nấu nướng, mà còn phản ánh cách con người tương tác với môi trường (rừng, suối, rẫy), tổ chức quan hệ xã hội (bữa ăn cộng đồng, nghi lễ) và biểu đạt bản sắc tộc người [9]. Khai thác ẩm thực truyền thống trong du lịch vì vậy không thể tách rời khỏi bối cảnh văn hóa-xã hội của cộng đồng, và cần được tiếp cận như một “tài nguyên sống” chứ không phải hiện vật trưng bày.

Thứ ba, nghiên cứu vận dụng tiếp cận hệ sinh thái văn hóa (cultural ecosystem approach) trong phát triển du lịch cộng đồng, nhấn mạnh vai trò trung tâm của cộng đồng địa phương trong việc kiến tạo, truyền giữ và chủ động tham gia vào hoạt động du lịch [12]. Thay vì áp đặt các sản phẩm du lịch từ bên ngoài, cách tiếp cận này khuyến khích sự “đồng kiến tạo giá trị” (co-creation of value) giữa du khách và cộng đồng bản địa, trong đó ẩm thực truyền thống không chỉ là nội dung mà còn là phương tiện để thúc đẩy đối thoại văn hóa và phát triển bền vững [13]. Đồng thời, cách tiếp cận này cũng đặt ra yêu cầu cao đối với nhà thiết kế trải nghiệm và nhà quản lý văn hóa-du lịch trong việc tôn trọng tính toàn vẹn của tri thức bản địa, phân phối lợi ích công bằng và duy trì sức sống văn hóa nội sinh.

Sự kết hợp ba trụ cột lý thuyết cho phép nghiên cứu đề xuất mô hình khai thác ẩm thực truyền thống Cơ Tu không chỉ phục vụ thương mại mà còn hướng đến bảo tồn văn hóa, giáo dục liên văn hóa và phát triển cộng đồng bền vững theo nguyên tắc đạo đức du lịch hiện đại. Nghiên cứu đặt mục tiêu hệ thống hóa, phân tích giá trị văn hóa ẩm thực Cơ Tu tại Quảng Nam và đánh giá khả năng khai thác trong thiết kế sản phẩm du lịch. Nội dung tập trung vào ba hướng: phân tích đặc trưng ẩm thực (nguồn nguyên liệu, chế biến, ngữ cảnh, giá trị văn hóa), khảo sát thực trạng khai thác du lịch, và đề xuất mô hình trải nghiệm du lịch ẩm thực bền vững. Khảo sát được thực hiện tại ba địa điểm đại diện cho cộng đồng Cơ Tu: Lăng (A, Tây Giang), Sông Kôn (B, Đông Giang) và Ating (C, Đông Giang). Do triển khai trước khi có chính sách sắp xếp đơn vị hành chính, bài báo vẫn giữ nguyên tên địa phương để bảo đảm tính phù hợp với nội dung nghiên cứu.

2 Phương pháp nghiên cứu

Để đạt được các mục tiêu trên, nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính chủ đạo, kết hợp với một số phương pháp hỗ trợ nhằm thu thập và phân tích dữ liệu đa chiều, cụ thể như sau:

- Phân tích tài liệu (document analysis): Thu thập và phân tích các tài liệu khoa học, báo cáo quy hoạch du lịch địa phương, các văn bản liên quan đến văn hóa dân tộc Cơ Tu, cùng các nghiên cứu trước đây về du lịch đặc thù và du lịch ẩm thực.
- Khảo sát sơ bộ (survey): Thực hiện khảo sát ngắn với du khách nhằm thu thập thông tin phản hồi về mức độ hài lòng, nhu cầu trải nghiệm ẩm thực địa phương, và nhận thức về du lịch đặc thù. Khảo sát được tiến hành tại ba địa điểm thuộc huyện Đông Giang, Quảng Nam: xã Lăng (A), Sông Kôn (B) và A Ting (C). Tổng số người tham gia là 308, gồm 102 người ở Lăng (61 nam,

41 nữ), 100 người ở Sông Kôn (43 nam, 57 nữ) và 106 người ở A Tĩng (68 nam, 38 nữ).

- Phỏng vấn sâu (in-depth interviews): Tiến hành phỏng vấn các thành viên trong cộng đồng Cơ Tu, bao gồm nghệ nhân ẩm thực, người già, phụ nữ nấu ăn truyền thống, cán bộ địa phương phụ trách du lịch và doanh nghiệp lữ hành. Mục đích là khai thác tri thức bản địa về ẩm thực truyền thống, cách thức tổ chức các hoạt động ăn uống trong đời sống và lễ nghi, cũng như đánh giá quan điểm về phát triển du lịch ẩm thực.

- Phương pháp phân tích nội dung (content analysis): Dữ liệu thu thập được xử lý bằng phương pháp phân tích nội dung định tính để rút ra các chủ đề chính liên quan đến đặc trưng văn hóa ẩm thực, hiện trạng khai thác và nhu cầu phát triển sản phẩm du lịch đặc thù.

3 Kết quả nghiên cứu

3.1 Đặc trưng văn hóa ẩm thực truyền thống của người Cơ Tu tại Quảng Nam

Bảng 1 Kết quả khảo sát

CÂU HỎI	CÂU TRẢ LỜI	A (%)	B (%)	C (%)
1. Thông tin cá nhân	Nam	59,8	43	64,15
	Nữ	40,2	57	35,85
2. Hộ gia đình có thường xuyên khai thác nguồn lương thực, thực phẩm từ thiên nhiên hay không?	Không	21,64	25	23,57
	Chim thú	0	1	14,29
	Rau củ quả	52,99	72	46,43
	Khác (cá, ốc, ếch)	25,37	2	15,71
3. Hộ gia đình có khai thác nguồn nguyên liệu trong thiên nhiên để chế biến các loại thuốc, nước uống?	Không	73,55	44,12	35,83
	Tà vạt	4,13	0,98	16,67
	Tr'đin	4,13	0	5,83
	Men rượu	3,31	0	5
	Thuốc (nấm lim xanh)	9,92	47,06	28,33
	Mật ong	4,13	0	5,83
	Chè dây	0,83	7,84	2,5
4. Những món ăn, thức uống nào được xem là đặc sản ẩm thực của dân tộc?	Không biết	1,36	3,09	0
	Cơm lam	30,91	11,2	20,54
	Cá Liêng	15,91	8,69	5,74
	Bánh sừng trâu	18,18	13,32	18,73
	Zơ rá	9,09	2,7	4,83
	Rau rừng	5	4,83	5,14
	Thịt nấu/nướng ống tre	10,91	7,72	6,34
	Thịt gác bếp	3,18	7,72	2,42
	Rượu các loại	3,64	15,44	24,17
	Xôi	1,82	6,18	3,93
	Lá sắn	0	5,02	4,83
	Măng	0	5,21	1,21
	Ốc đá	0	5,79	0,6
	Khác (ếch, đọt mây, ớt, mật ong)	0	3,09	1,51
5. Gia đình ông/ bà có thường chiêu đãi những món ăn, thức uống truyền thống đặc biệt dành cho khách quý hay không?	Không	5,83	22	39,05
	Có	94,17	78	60,95
6. Nếu có đó là món gì?	Thịt nấu/nướng ống tre	9,86	12,17	19,23
	Cơm lam	23,94	9,57	13,46
	Zơ rá	14,08	0,87	0
	Cá Liêng	11,27	16,52	11,54
	Bánh sừng trâu	7,04	19,13	19,23
	Rau rừng	1,41	3,48	3,85

CÂU HỎI	CÂU TRẢ LỜI	A (%)	B (%)	C (%)
	Rượu	2,82	13,91	11,54
	Thịt gác bếp	0	0	5,77
	Ốc đá	0	6,09	0
	Xôi	29,58	18,26	15,38
7. Món ăn truyền thống có được sử dụng trong hoạt động du lịch cộng đồng hay không?	Không	4,9	7	11,32
	Có	95,1	67	88,68
	Khác (tại địa phương chưa thấy có mô hình du lịch cộng đồng)	0	26	0
8. Theo ông bà, Nhà nước cần có những hỗ trợ gì để bảo tồn, phát huy ẩm thực truyền thống dân tộc? Nếu cần thì Nhà nước nên hỗ trợ những gì?	Không cần	0	0,44	0,99
	Cần Vốn	29,93	18,67	18,09
	Cần Chợ	13,16	16	16,78
	Cần Tiêu thụ	28,95	9,33	21,38
	Cần Du lịch	13,16	32,89	21,38
	Cần Lễ hội	14,47	22,67	21,38
	Khác	0,33	0	0

Bảng số liệu khảo sát trình bày kết quả từ ba địa phương: xã Lăng (huyện Tây Giang, ký hiệu A), xã Sông Kôn (huyện Đông Giang, ký hiệu B), và xã Ating (huyện Đông Giang, ký hiệu C). Những dữ liệu này cung cấp một bức tranh khái quát về thực trạng khai thác, bảo tồn và khả năng tích hợp văn hóa ẩm thực truyền thống của người Cơ Tu trong phát triển du lịch đặc thù tại khu vực miền núi Quảng Nam.

Về khai thác lương thực, thực phẩm từ thiên nhiên, xã Sông Kôn (B) ghi nhận tỷ lệ hộ khai thác rau củ quả cao nhất (72 %), trong khi xã Ating (C) có tỷ lệ khai thác chim thú từ rừng cao vượt trội (14,29 %). Xã Lăng (A) có tỷ lệ khai thác “khác” như cá, ốc, ếch khá đáng kể (25,37 %). Dù vậy, tỷ lệ hộ không còn khai thác tự nhiên dao động từ 21,64 % đến 25 %, cho thấy xu hướng chuyển dịch dần sang lối sống phụ thuộc vào thị trường hoặc sản xuất nông nghiệp định cư.

Về sử dụng dược liệu và nguyên liệu thiên nhiên để chế biến nước uống, xã Lăng (A) cho thấy mức độ bảo tồn thấp nhất với 73,55 % hộ không sử dụng, trong khi xã Ating (C) có sự phong phú hơn: 16,67 % dùng *tà vạt*, 5,83 % dùng *tr'đin*, và các loại khác như *men rượu*, *mật ong*, *chè dây* đều hiện diện. Xã Sông Kôn (B) nổi bật ở mức sử dụng *nấm lim xanh* cao nhất (47,06 %), gợi mở tiềm năng phát triển sản phẩm dược liệu gắn với du lịch. Về nhận diện đặc sản ẩm thực, cả ba địa phương đều xem *com lam*, *cá liêng* và *bánh sừng trâu* là những món ăn đại diện. Tuy nhiên, mức độ nhận biết món *Zơ rá*-đặc sản tiêu biểu của Cơ Tu-lại rất thấp (2,7 % ở Sông Kôn và 4,83 % ở Ating). Xã Ating có tỷ lệ xem *rượu các loại*

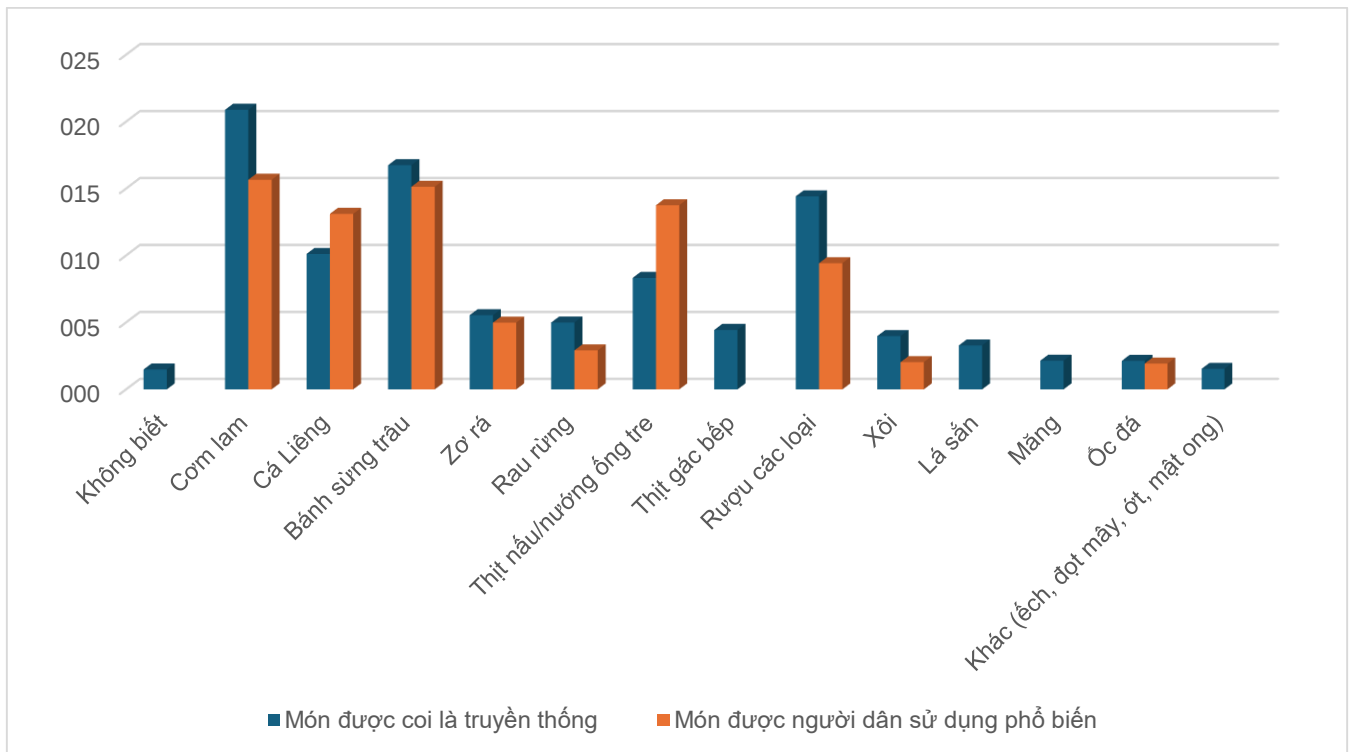
là đặc sản cao nhất (24,17 %), phản ánh tầm quan trọng của rượu truyền thống trong các nghi lễ và sinh hoạt cộng đồng-yếu tố phù hợp với thiết kế trải nghiệm du lịch đặc thù.

Về tập quán chiêu đãi khách bằng món ăn truyền thống, xã Lăng duy trì thực hành này một cách bền vững nhất (94,17 %), trong khi xã Ating chỉ đạt 60,95 %. Các món phổ biến gồm *xôi*, *com lam*, *cá liêng* và *bánh sừng trâu*. Đáng chú ý, *Zơ rá*-dù là món truyền thống có giá trị văn hóa cao-lại vắng mặt hoàn toàn ở Ating trong thực đơn chiêu đãi, có thể do khó chế biến hoặc không còn phổ biến trong đời sống thường nhật.

Về du lịch cộng đồng gắn với ẩm thực, xã Lăng có tỷ lệ cao nhất về việc đưa món ăn truyền thống vào hoạt động du lịch (95,1 %). Ngược lại, xã Sông Kôn có tới 26 % người được hỏi khẳng định chưa thấy mô hình du lịch cộng đồng tại địa phương, phản ánh sự khác biệt trong mức độ phát triển và nhận thức du lịch giữa các vùng.

Cuối cùng, về nhu cầu hỗ trợ của Nhà nước trong bảo tồn và phát huy ẩm thực truyền thống, cả ba địa phương đều mong muốn hỗ trợ về vốn, thị trường tiêu thụ, tổ chức lễ hội và phát triển du lịch. Sông Kôn đặc biệt nhấn mạnh nhu cầu đầu tư cho du lịch (32,89 %), trong khi Ating có mức độ đồng đều giữa các hạng mục. Điều này mở ra tiềm năng xây dựng mô hình du lịch đặc thù dựa trên bản sắc ẩm thực Cơ Tu, nếu có chính sách hỗ trợ đúng hướng.

3.2 Sự khác biệt giữa ẩm thực truyền thống và thực phẩm hàng ngày của người dân



Hình 1 Sự khác biệt giữa ẩm thực truyền thống và thực phẩm hàng ngày của người dân (đvt: %)

3.2.1 Món ăn được coi là truyền thống

Các món ăn như cơm lam, bánh sừng trâu, rượu các loại và cá liêng được đánh giá cao về giá trị truyền thống, với tỷ lệ lần lượt là 20,88 %, 16,74 %, 14,42 % và 10,11 %. Điều này cho thấy người dân nhận thức rõ các món ăn này như một phần quan trọng của văn hóa địa phương. Thịt nấu/nướng ống tre cũng có giá trị cao với 8,32 %, phản ánh sự gắn bó với kỹ thuật chế biến truyền thống. Ngược lại, một số món như lá sắn (3,28 %), măng (2,14 %), và ốc đá (2,13 %) được xem là truyền thống nhưng với mức độ công nhận thấp hơn. Điều này có thể do các món này gắn liền với thói quen ăn uống trong một nhóm nhỏ hoặc một vùng địa phương cụ thể, thay vì phổ biến trên diện rộng.

Điểm đáng chú ý là 1,48 % số người dân được khảo sát không biết hoặc không xác định món nào là truyền thống. Điều này phản ánh một thách thức trong việc bảo tồn văn hóa ẩm thực, khi một bộ phận dân cư chưa có nhận thức đầy đủ về giá trị truyền thống của các món ăn.

3.2.2 Món ăn được sử dụng phổ biến

Phân tích tần suất sử dụng cho thấy các món như cơm lam, thịt nấu/nướng ống tre, cá liêng, và bánh sừng trâu được tiêu thụ phổ biến nhất. Cơm lam chiếm tỷ lệ sử dụng cao (15,66 %), phù hợp với vai trò của món ăn này như một món đặc sản phổ biến. Tương tự, cá liêng và thịt nấu/nướng ống tre đạt tỷ lệ sử dụng lần lượt là 13,11 % và 13,75 %, cho thấy sức hấp dẫn của các món này không chỉ nằm ở giá trị truyền thống mà còn ở tính thực tiễn và sự yêu thích của người dân.

Bánh sừng trâu (15,13 %) cũng được sử dụng phổ biến, điều này chứng tỏ món ăn này không chỉ được công nhận về truyền thống mà còn dễ dàng hòa nhập vào bữa ăn hàng ngày.

Rượu các loại có sự chênh lệch đáng kể giữa giá trị truyền thống (14,42 %) và tần suất sử dụng (9,42 %). Điều này có thể phản ánh rằng rượu được đánh giá cao trong các nghi lễ, lễ hội nhưng ít được tiêu thụ trong đời sống thường nhật.

Một số món như rau rừng, xôi, và ốc đá có tỷ lệ sử dụng thấp hơn (2,91 %, 2,03 %, và 1,92 % tương ứng). Điều này có thể do các món này ít được chuẩn bị hoặc không phù hợp với khẩu vị hàng ngày của người dân.

3.2.3 Những khác biệt đáng chú ý ẩm thực truyền thống và thực phẩm hàng ngày của người dân

Món được coi là truyền thống nhưng ít sử dụng: Một số món như rượu các loại, lá sắn, và măng có giá trị truyền thống cao nhưng tỷ lệ sử dụng thực tế thấp, cho thấy những món này có thể chỉ được chuẩn bị trong các dịp đặc biệt, thay vì tiêu thụ hàng ngày.

Món phổ biến nhưng không được đánh giá cao về truyền thống: Cá liêng và thịt nấu/nướng ống tre có tỷ lệ sử dụng thực tế cao hơn mức công nhận về giá trị truyền thống. Điều này có thể xuất phát từ việc các món này được đánh giá cao về hương vị hoặc phù hợp với nhu cầu dinh dưỡng, nhưng chưa được người dân liên kết mạnh mẽ với truyền thống văn hóa.

Sự chênh lệch giữa nhận thức và thực tế: Một tỷ lệ nhỏ người dân (1,48 %) không xác định được món truyền thống. Điều này cho thấy vai trò quan trọng của giáo dục

và quảng bá văn hóa ẩm thực trong việc củng cố bản sắc dân tộc.

Từ bảng số liệu, có thể thấy sự gắn kết giữa giá trị văn hóa và thực tiễn sử dụng của các món ăn truyền thống không đồng nhất. Một số món ăn như cơm lam, bánh sừng trâu và thịt nấu/nướng ống tre thể hiện vai trò quan trọng cả về truyền thống lẫn tiêu dùng hàng ngày. Tuy nhiên, các món như lá sắn, măng, hay rượu các loại chủ yếu giữ vai trò biểu tượng văn hóa, ít xuất hiện trong bữa ăn thường nhật.

4 Thảo luận và đề xuất

Trong quá trình nghiên cứu khai thác ẩm thực truyền thống của người Cơ Tu phục vụ phát triển du lịch đặc thù tại Quảng Nam, có thể nhận thấy tiềm năng rõ rệt nhưng cũng đồng thời đối diện với nhiều thách thức đáng lưu tâm, đặc biệt là về tính bền vững, năng lực tổ chức, nhận thức cộng đồng và mô hình hợp tác kinh tế giữa người dân bản địa với doanh nghiệp. Những thách thức này nếu không được phân tích đúng và xử lý thỏa đáng sẽ dẫn tới tình trạng lệch pha giữa kỳ vọng phát triển và năng lực thực hiện, từ đó làm mất đi tính xác thực của trải nghiệm du lịch cũng như đe dọa tới việc bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống.

Một trong những thách thức cốt lõi là xác định đúng bản chất công việc du lịch ẩm thực trong đời sống của người Cơ Tu. Hiện nay, phần lớn đồng bào đang sống chủ yếu bằng các hoạt động sản xuất nông-lâm nghiệp truyền thống, trong khi các mô hình du lịch, nếu không có dòng khách ổn định và doanh thu rõ ràng, thì khó có thể thay thế sinh kế chính. Do đó, việc định vị hoạt động du lịch ẩm thực là một nghề phụ trợ, tăng thêm thu nhập, chứ không phải công việc toàn thời gian, là cách tiếp cận phù hợp với điều kiện thực tế. Điều này cũng đồng nghĩa với việc cần xác định chu kỳ khai thác du lịch phù hợp, có thể theo mùa, theo dịp lễ hội, hoặc đặt trước theo tour trọn gói để tránh tình trạng người dân bỏ sản xuất chính mà không có đảm bảo thu nhập tương ứng.

Một vấn đề khác nảy sinh từ mô hình tổ chức dịch vụ là tỷ lệ chia sẻ lợi nhuận giữa doanh nghiệp lữ hành và cộng đồng người dân. Nếu tỷ lệ này không minh bạch và hợp lý, người dân bản địa dễ bị đẩy vào vị thế làm thuê trong chính không gian văn hóa của mình, làm suy giảm động lực bảo tồn văn hóa ẩm thực và chất lượng trải nghiệm du lịch. Cần thiết lập các thỏa thuận hợp đồng rõ ràng, minh bạch về tỷ lệ đầu tư-lợi nhuận-trách nhiệm giữa các bên. Đặc biệt, cần xây dựng các mô hình hợp tác kinh tế cộng đồng như hợp tác xã du lịch hoặc tổ nhóm dịch vụ văn hóa-ẩm thực bản địa do người Cơ Tu làm chủ, doanh nghiệp giữ vai trò hỗ trợ kỹ thuật,

quảng bá, liên kết thị trường và bảo đảm tiêu chuẩn dịch vụ.

Vấn đề chất lượng và tính xác thực của dịch vụ là một thách thức khác cần được đặt lên hàng đầu. Trải nghiệm du lịch ẩm thực chỉ có giá trị thực sự nếu người dân trực tiếp tham gia, món ăn được chế biến đúng theo cách thức truyền thống và không bị “sân khấu hóa”. Thực trạng ở một số địa phương hiện nay cho thấy hiện tượng giả dân tộc như thuê người đóng vai đồng bào, dựng nhà sàn mô hình, phục dựng món ăn một cách máy móc đang làm xói mòn niềm tin của du khách, đặc biệt là khách quốc tế có yêu cầu cao về tính trải nghiệm. Để tránh điều này, cần xây dựng hệ thống đào tạo, hỗ trợ người dân bản địa tham gia cung cấp dịch vụ thực sự. Việc ký kết hợp đồng, có cam kết làm việc theo đợt (theo tour, theo mùa vụ), và chia sẻ doanh thu hợp lý là cách để người Cơ Tu có thể chủ động tham gia mà không rời bỏ sinh kế chính. Đặc biệt, cần đảm bảo yếu tố vệ sinh an toàn thực phẩm và tuân thủ pháp luật trong chế biến, phục vụ món ăn truyền thống. Một số món ăn đặc trưng của người Cơ Tu như thịt thú rừng, rau rừng, mật ong rừng có thể tiềm ẩn nguy cơ vi phạm quy định về săn bắt, bảo tồn hoặc không đảm bảo vệ sinh nếu không được kiểm soát kỹ. Do vậy, mô hình du lịch ẩm thực cần được phát triển theo hướng chuyên nghiệp hóa với các tiêu chuẩn dịch vụ cao cấp, vừa phục vụ nhóm khách quốc tế có nhu cầu chi tiêu cao, tần suất thấp, vừa tránh việc khai thác đại trà, mất kiểm soát. Các tour cần được tổ chức theo hình thức đặt trước, có thời gian chuẩn bị kỹ lưỡng để bảo đảm sự đồng đều trong trải nghiệm giữa các lượt khách. Từ các phân tích đã trình bày, nghiên cứu đề xuất một số chính sách và giải pháp trọng tâm nhằm phát triển văn hóa ẩm thực của người Cơ Tu như một thành tố của sản phẩm du lịch đặc thù tại Quảng Nam. Trước hết, cần xác định du lịch ẩm thực là một sinh kế phụ trợ, triển khai theo mô hình mùa vụ phù hợp với điều kiện tự nhiên và văn hóa bản địa, đồng thời xây dựng kế hoạch cụ thể cho từng giai đoạn hoạt động. Thứ hai, cần hỗ trợ thành lập và phát triển các tổ nhóm, hợp tác xã du lịch cộng đồng có tư cách pháp nhân, đủ năng lực điều hành dịch vụ, thực hiện các hợp đồng cung ứng minh bạch và chuyên nghiệp. Hiện nay, vai trò của các tổ nhóm và hợp tác xã ẩm thực trong điều hành dịch vụ tại cộng đồng người Cơ Tu mới chỉ dừng lại ở mức gợi ý chung, chưa được thiết lập thành các thực thể có tổ chức rõ ràng và hoạt động hiệu quả. Các đơn vị này chưa có tư cách pháp nhân, thiếu cơ chế điều phối, quản lý nguồn lực và phân phối lợi ích một cách minh bạch, dẫn đến sự lúng túng trong triển khai dịch vụ và khó khăn trong việc bảo đảm chất lượng cũng như duy trì sự phát triển lâu dài. Nếu được

hình thành và vận hành đúng cách, các tổ nhóm hoặc hợp tác xã này có thể đóng vai trò trung tâm trong toàn bộ chu trình dịch vụ: từ xây dựng kế hoạch, tổ chức chuỗi cung ứng nguyên liệu, quản lý nhân lực phục vụ, đến giám sát chất lượng, thực hiện truyền thông, đón tiếp khách và kết nối với các đối tác du lịch chuyên nghiệp. Thứ ba, cần đầu tư vào đào tạo cho người dân bản địa các kỹ năng cốt lõi như nấu ăn chuyên nghiệp, đón tiếp du khách, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, qua đó nâng cao chất lượng dịch vụ và tính cạnh tranh. Thứ tư, phải thiết lập cơ chế kiểm soát nguồn nguyên liệu sử dụng trong các sản phẩm ẩm thực, bảo đảm tuân thủ pháp luật, đồng thời khuyến khích sử dụng nguyên liệu bản địa có tính bền vững. Thứ năm, có thể tổ chức các mô hình dịch vụ ẩm thực cao cấp gắn với sản phẩm du lịch đặc thù, hướng tới nhóm khách quốc tế có nhu cầu trải nghiệm sâu và sẵn sàng chi trả cao.

Bên cạnh đó, cần tăng cường công tác truyền thông nhằm nâng cao nhận thức cộng đồng về giá trị của ẩm thực truyền thống, đồng thời định vị hình ảnh điểm đến Quảng Nam như một địa bàn du lịch văn hóa-sinh thái đặc sắc. Một hướng đi tiềm năng là phát triển các hình thức du lịch trải nghiệm có chu trình khép kín, chẳng hạn: tham gia hái nguyên liệu-chế biến món ăn-thưởng thức-nghe kể chuyện văn hóa, từ đó tạo nên chuỗi trải nghiệm độc đáo, gắn kết giữa du khách và cộng đồng địa phương thông qua thực hành ẩm thực truyền thống.

Tóm lại, phát triển du lịch ẩm thực Cơ Tu cần một cách tiếp cận thận trọng, bền vững và có chiến lược dài hạn, trong đó đặt con người-đặc biệt là người dân bản địa-làm trung tâm của quá trình phát triển. Mỗi món ăn không chỉ là một sản phẩm tiêu dùng mà còn là hiện thân Tài liệu tham khảo

[1] Poloong Plênh, "Độc đáo ẩm thực người Cơ Tu," *Văn hóa Quảng Nam*, 2022.

[2] Trần Tấn Vĩnh, "Người Cơ Tu ở Việt Nam," *NXB Thông tấn*, 2017.

[3] N. Douglas, N. Douglas, & R. Derrett, *Special interest tourism*. 2001.

[4] Trần Văn Anh, "Phân tích tiềm năng, xác định sản phẩm du lịch và đề xuất các giải pháp phát triển du lịch các huyện miền núi phía tây Quảng Nam theo hướng bền vững," *Kỷ yếu Hội nghị Địa lý toàn quốc*, 2021.

[5] Tôn Nữ Khánh Trang, "Ăn uống của người Cơ Tu (Dẫn liệu từ 1 làng)," *Tạp chí Dân tộc học*, 2003.

[6] Nguyễn Thị Ngọc Trinh, "Văn hóa vật chất của người Cơ Tu ở xã Hòa Bắc huyện Hòa Vang, thành phố Đà Nẵng," *Luận văn Thạc sĩ, Học viện Khoa học Xã hội*, 2018.

[7] Lưu Ngọc Thành & Trần Đức Nguyên, "Bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa của cộng đồng dân cư Cơ Tu huyện Tây Giang, tỉnh Quảng Nam," *Viện nghiên cứu Văn hóa*, 2020.

[8] Vương Xuân Tình, "Chế biến món ăn trong ống tre của các tộc người ở Việt Nam và Đông Nam Á," *Tạp chí Dân tộc học*, 2024.

[9] Nguyễn Công Trường, "Tri thức địa phương của người Cơ Tu trong khai thác và sử dụng thực vật rừng," *Tạp chí Khoa học Đại học Thủ Dầu Một*, 2017.

[10] E. Waterton & S. Watson, *Heritage and community engagement: Collaboration or contestation?* Routledge, 2013.

[11] L. Smith & E. Waterton, *Heritage, communities and archaeology*. A&C Black, 2013.

của văn hóa, của tri thức dân gian và của một cách sống cần được tôn trọng, bảo tồn và lan tỏa.

5 Kết luận

Từ kết quả nghiên cứu có thể khẳng định rằng ẩm thực truyền thống Cơ Tu là một tài nguyên văn hóa có giá trị, có thể trở thành động lực phát triển du lịch đặc thù nếu được khai thác một cách khoa học, bền vững và phù hợp với điều kiện thực tiễn. Thách thức hiện tại không nằm ở nội tại của giá trị ẩm thực, mà ở phương thức tổ chức hoạt động du lịch chưa tương thích với điều kiện kinh tế-xã hội và nhận thức văn hóa của cộng đồng địa phương. Việc phát triển du lịch ẩm thực Cơ Tu không nên theo hướng toàn thời gian thay thế nghề truyền thống, mà cần được xác định là sinh kế phụ trợ mang tính mùa vụ, có sự chuẩn bị kỹ lưỡng về chất lượng dịch vụ, an toàn thực phẩm và yếu tố văn hóa.

Các giải pháp đề xuất bao gồm: tổ chức du lịch theo hợp đồng đặt trước; hình thành các tổ hợp tác, mô hình kinh tế cộng đồng; chia sẻ lợi ích minh bạch giữa người dân và doanh nghiệp; tăng cường đào tạo, hướng dẫn thực hành du lịch chuyên nghiệp; và quan trọng hơn cả là bảo đảm tính "thật" trong trải nghiệm-tránh hiện tượng sân khấu hóa văn hóa bản địa. Khi những nguyên tắc này được bảo đảm, du lịch ẩm thực sẽ không chỉ trở thành công cụ xóa đói giảm nghèo mà còn là phương tiện bảo tồn và phát huy di sản văn hóa dân tộc Cơ Tu trong quá trình hội nhập và phát triển.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu được thực hiện bởi nguồn kinh phí của đề tài nghiên cứu khoa học cấp tỉnh Quảng Nam: "Bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa ẩm thực của các dân tộc thiểu số ở miền núi tỉnh Quảng Nam"

- [12] B. Ubertazzi, "Culture, Sustainable Development and UNESCO," *Pravovedenie*, p. 4, 2020.
- [13] M. A. Akaka, H. J. Schau, & S. L. Vargo, "The co-creation of value-in-cultural-context," in *Consumer culture theory*: Emerald Group Publishing Limited, 2013, pp. 265-284

Developing the culinary culture of The Co Tu People in Quang Nam province within the orientation of special-interest tourism products

Tran Tan Vinh¹, Nguyen Thi Huynh Van², Nguyen Thi Quynh Nhu³, Nguyen Phuc Quan^{4*}

^{1,2,3,4}DongA University

*Corresponding Author: quannp@donga.edu.vn

Abstract This study focuses on examining the current state of traditional culinary practices of the Cơ Tu ethnic group in Quảng Nam Province within the context of developing special interest tourism. Based on the theoretical framework of special interest tourism and employing an interdisciplinary approach that bridges cultural anthropology and sustainable development, the research elucidates the key characteristics of Cơ Tu culinary culture, such as the use of natural ingredients, traditional processing methods, and the cultural roles of food in festivals and communal life. Fieldwork conducted in three communes-Lăng (Tây Giang District), Sông Côn, and Ating (Đông Giang District)-reveals that Cơ Tu cuisine not only embodies deep local identity but also holds significant potential as a distinctive tourism product. However, the current integration of culinary elements into tourism activities remains fragmented and under-professionalized, with inconsistent service quality. This situation also raises concerns regarding cultural preservation and the equitable distribution of economic benefits between the local community and tourism enterprises.

Keywords Cơ Tu ethnic cuisine, special interest tourism, sustainable development, cultural identity, community-based tourism