VIETNAMESE GASTRONOMY IN HANOI'S FIVE-STAR HOTEL

Vietnamese tourism has many flourishing signals in the recent years. Going with the increasing of foreign visitors, Vietnamese restaurant has been born and developed fast in many luxurious hotels in Hanoi. However, some restaurants are not the real ones, it means that there could be several different styles in Vietnamese restaurant such as Chinese, Thailand, and Western… This report mentions to how to create the standard Vietnamese restaurant in five stars hotels. Designing and decoration, menu and taste, customer service and promotion are the most important problems.

ẨM THỰC VIỆT TRONG KHÁCH SẠN 5 SAO TẠI HÀ NỘI

Nguyễn Ngọc Dung [1]

1. Sự khởi sắc của ngành du lịch

Không thể phủ nhận rằng văn hóa ẩm thực đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển du lịch của mỗi quốc gia. Trong thời gian 10 năm trở lại đây, khách du lịch quốc tế và nội địa của Việt Nam đã tăng đột biến, từ 2,3 triệu lượt khách quốc tế và 11,7 triệu lượt khách nội địa năm 2001 đã tăng lên hơn 6 triệu lượt khách quốc tế và 23 triệu lượt khách nội địa năm 2011. Trong đó, du khách quốc tế tập trung chủ yếu ở Hà Nội (chiếm khoảng 32%) và thành phố Hồ Chí Minh (chiếm khoảng 45%).

Cùng với tốc độ phát triển của ngành Du lịch, ngành kinh doanh khách sạn tại Thủ đô cũng có những bước tiến quan trọng. Theo số liệu từ Tổng cục Du lịch, tính đến ngày 15/6/2011, Hà Nội đã có tổng số 47/409 khách sạn được xếp hạng từ 3 đến 5 sao của cả nước (chiếm 11,5%), với 6.859/41.761 phòng (chiếm 16,4%). Trong đó có 11 khách sạn 5 sao với 3.731 phòng. Đi kèm với sự gia tăng này là sự tăng lên về đội ngũ nhân sự cùng với những đòi hỏi cao hơn về chất lượng dịch vụ và sự chuyên nghiệp.

[1] Ths, Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn

2. Khách du lịch cũng là "thực khách văn hóa"

Trong các khách sạn 5 sao, ngoài chất lượng phòng đẳng cấp cùng phong cách phục vụ chuyên nghiệp, dịch vụ ăn uống (ẩm thực) là một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu thu hút du khách, góp phần xây dựng và khẳng định giá trị bền vững của thương hiệu. Theo kết quả nghiên cứu, doanh thu từ dịch vụ phục vụ ăn uống chiếm khoảng 40-45% trong tổng doanh thu của các khách sạn 5 sao tại Hà Nội. Thông qua hệ thống các nhà hàng, quầy bar, phòng tiệc… văn hóa ẩm thực Việt Nam có điều kiện thâm nhập vào các thực khách, đặc biệt là các thực khách quốc tế, vốn coi thưởng thức ẩm thực là một trải nghiệm tất yếu trong chuyến đi của họ.

Chúng ta đều biết rằng, khách du lịch quốc tế đến với Việt Nam không chỉ để tham quan, khám phá các danh thắng hay các điểm du lịch văn hóa, lịch sử thuần túy mà còn luôn tìm đến nền ẩm thực địa phương mang đậm văn hóa vùng, miền nơi họ đặt chân tới. Điểm qua các khách sạn 5 sao lớn tại Hà Nội, mỗi nơi đều có cho mình những nhà hàng mang phong cách ẩm thực riêng như Trung Hoa, Nhật Bản, Hàn Quốc, Pháp, Ý... Tuy nhiên khách lưu trú thường có nhu cầu thưởng thức nhiều hơn cả là ẩm thực Hà Nội nói chung và ẩm thực Viêt Nam nói riêng tại các nhà hàng phục vụ món ăn Việt. Du khách có thể dễ dàng tìm đến nhà hàng Ba Miền tại khách sạn Hilton Hanoi Opera, nhà hàng Spices Garden tại khách sạn Sofitel Legend Metropole Hà Nội, nhà hàng Sài Gòn tại khách sạn Intercontinental Hanoi Westlake, nhà hàng Ming tại khách sạn Sofitel Plaza Hanoi, nhà hàng Oven D'Or tại khách sạn Sheraton Hanoi hay nhà hàng Taoyuan tại khách sạn Grand Plaza… Tại đây, các món ăn Việt có thể được phục vụ từ 1 đến 3 bữa trong ngày. Thông thường, bữa sáng được phục vụ từ 6h00 đến 10h00, bữa trưa từ 11h00 đến 14h00 và bữa tối từ 17h30 đến 22h00.

3. Nhà hàng Việt có "thuần Việt"?

Tuy nhiên điều đáng nói là tại một số nhà hàng, các món ăn truyền thống của Việt Nam lại được phục vụ xen lẫn với các món ăn của các nước khác. Ngoài các nhà hàng phục vụ các món ăn chuyên Việt như nhà hàng Ba Miền - khách sạn Hilton Hanoi Opera, nhà hàng Spices Garden - khách sạn Sofitel Legend Metropole Hanoi hay nhà hàng Sài Gòn - khách sạn Intercontinental Hanoi Westlake thì nhà hàng Ming - khách sạn Sofitel Plaza Hanoi lại phục vụ cả món ăn Việt Nam và Trung Hoa, nhà

hàng Oven D'Or - khách sạn Sheraton phục vụ cả ẩm thực Việt Nam lẫn ẩm thực Châu Âu, hay như nhà hàng Taoyuan phục vụ các món đặc trưng của cả 3 nước Việt Nam, Trung Hoa và Thái Lan. Điều này phần nào làm giảm đi nét đặc trưng, sự phong phú cũng như chất lượng các món ăn thuần Việt. Và như một tất yếu, thực khách sẽ ấn tượng hơn với Ba Miền, Spices Garden và Sài Gòn.

Du khách quốc tế thường đến Việt Nam thông qua các công ty du lịch. Mục đích chính của các nhà hàng này là phục vụ và mang lại sự tiện lợi nhiều nhất cho khách hàng nghỉ tại khách sạn, vốn phần lớn là người nước ngoài đến từ nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới (chiếm hơn 90%). Số lượng khách hàng không lưu trú đến dùng bữa tại đây thường chỉ chiếm khoảng 15 - 20%. Đối tượng khách này có gia tăng chút vào mùa cao điểm là khoảng thời gian đầu và cuối năm với các ngày lễ lớn.

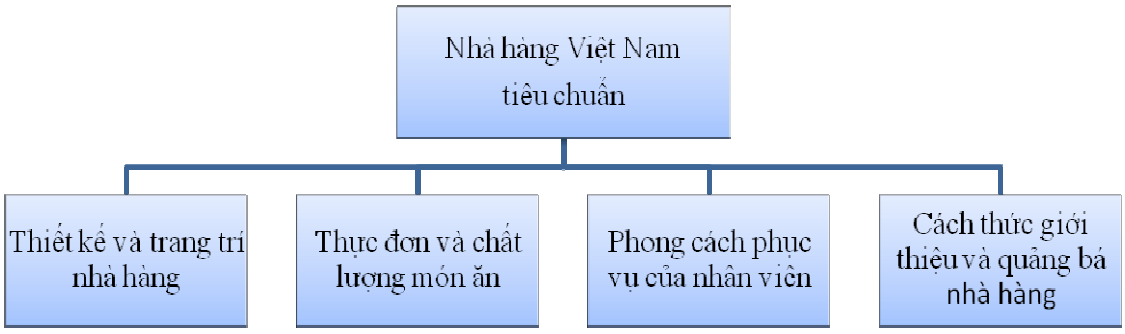
Trên các diễn đàn cũng như một số trang web uy tín có thể tìm thấy vô vàn những lời nhận xét, bình luận về món ăn Việt trong các khách sạn 5 sao tại Hà Nội. Điểm qua có thể thấy những nhận xét tích cực dành cho nhà hàng Ba Miền - khách sạn Hilton Hanoi Opera và nhà hàng Spices Garden - khách sạn Sofitel Legend Metropole Hanoi với những thực đơn phong phú, chắt lọc đặc sản từ 3 miền Bắc - Trung - Nam Việt Nam. Tại đây các đầu bếp danh tiếng và chuyên nghiệp với nhiều năm kinh nghiệm trong môi trường khách sạn quốc tế 5 sao đã đem đến cho thực khách những cảm nhận vị giác trung thực nhất về món ăn Việt Nam. Qua khảo sát, phần lớn khách hàng tại các khách sạn 5 sao đánh giá cao các món ăn mang đậm phong cách Việt như phở bò, gỏi cuốn, nộm các loại, nem rán, bún chả Hà Nội, bún bò Nam bộ, các loại bánh Huế, chè Huế… đặc biệt khi được dùng kèm với các loại rau xanh, rau thơm và gia vị theo mùa.

Cuộc sống hiện đại, du lịch phát triển, nhu cầu ẩm thực tăng, các nhà hàng cao cấp chuyên ẩm thực Việt Nam tại Hà Nội - đối thủ cạnh tranh trực tiếp của các nhà hàng phong cách Việt trong các khách sạn 5 sao ra đời ngày càng nhiều. Giờ đây, các thực khách, kể cả các thực khách quốc tế có thể mở rộng sự lựa chọn ra các nhà hàng Việt tồn tại độc lập bên ngoài khách sạn như Quán Ngon (18 Phan Bội Châu và 26 Trần Hưng Đạo), chuỗi nhà hàng Sen gồm Maison Sen (61 Trần Hưng Đạo), Sen Nam

Thanh (84 Nguyễn Du), Sen Hà Thành (177 Nguyễn Du), Sen Tây Hồ (164 Đường Lạc Long Quân), chuỗi nhà hàng Ao ta (137 Mai Hắc Đế và 31 - 33 Huỳnh Thúc Kháng)… Những nhà hàng kiểu này với ưu điểm chủ yếu là thực đơn phong phú, thuần Việt, không gian bài trí dân dã, đậm đà phong cách Việt, giá mềm hơn (dao động từ 150.000đ - 300.000đ/khách đối với ăn chọn món và 200.000 - 400.000đ/khách đối với ăn tự chọn). Mặt khác trong điều kiện cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, hầu hết các nhà hàng bên ngoài khách sạn cũng quan tâm đặc biệt đến chất lượng phục vụ, coi sự hài lòng của khách là mục tiêu hành động của doanh nghiệp. Do vậy, tuy ra đời sau các nhà hàng Việt Nam đó đã thu hút được khá nhiều khách quốc tế từ các khách sạn. Thực tế đó đặt ra những khó khăn nhất định trong kinh doanh ẩm thực Việt đối với các khách sạn 5 sao tại Hà Nội.

4. Xây dựng hình ảnh một nhà hàng đậm chất Việt tại các khách sạn 5 sao

Câu hỏi đặt ra làm thế nào để xây dựng được một nhà hàng đậm chất Việt Nam ngay trong một khách sạn 5 sao đẳng cấp quốc tế giữa lòng thủ đô. Thách thức lớn đối với nhà hàng là vừa mang đến cho du khách quốc tế một nền văn hóa ẩm thực đậm đà Việt Nam, vừa làm hài lòng du khách nội địa và thu hút được một bộ phận khách hàng có khả năng chi trả đang sinh sống và làm việc tại Hà Nội. Hướng tới mục tiêu đó, qua quá trình nghiên cứu và khảo sát, chúng tôi xin đưa ra một số yếu tố cơ bản tạo nên một nhà hàng Việt Nam kiểu mẫu sau đây:



4.1. Thiết kế và trang trí nhà hàng

Cùng với việc tổ chức đón tiếp chu đáo, chuyên nghiệp, không gian thiết kế, lối kiến trúc và nội thất sẽ tạo nên ấn tượng tốt đẹp cho khách hàng khi bước chân vào nhà hàng. Nhìn chung, nhà hàng cần được thiết kế phù hợp với mô hình kinh doanh, các loại hình sản phẩm, phong cách phục vụ, bản sắc văn hóa, đối tượng khách hàng và mức độ sang trọng của nhà hàng.

Chẳng hạn khi đến với nhà hàng Ba Miền (khách sạn Hilton Hanoi Opera) khách hàng có thể dễ dàng nhận ra phong cách ẩm thực Việt Nam được thể hiện qua lối thiết kế kiến trúc. Bên trong nhà hàng được bố trí nhiều hàng cây chuối màu xanh tự nhiên của nông thôn Việt Nam, trên bàn ăn lọ hoa được thay bằng những khóm mạ, khách hàng có cảm giác được giao hòa với thiên nhiên, với không gian bên ngoài thông qua hệ thống mái và cửa kính trong suốt. Hay như nhà hàng Spices Garden có thiết kế mang đậm chất Việt Nam với việc trưng bày các loại gia vị truyền thống của Việt Nam ngay trên lối đi. Thực khách có thể ngắm nghía và tìm hiểu thêm về các loại gia vị trong thời gian dùng bữa tại nhà hàng. Không gian độc đáo, ấn tượng này hoàn toàn phù hợp với một nhà hàng chuyên phục vụ các món ăn Việt Nam, dù rằng diện tích nhà hàng không quá lớn.

Như vậy, để tạo được ấn tượng đối với khách hàng và phù hợp với đặc điểm kinh doanh, nhà hàng Việt trong khách sạn 5 sao cần được thiết kế và trang trí nội thất dựa trên ý tưởng độc đáo, mô phỏng những đặc trưng của văn hóa ẩm thực ba miền Việt Nam.

4.2. Thực đơn và chất lượng món ăn

Trước hết cần khẳng định rằng, đây chính là yếu tố then chốt, là linh hồn của nhà hàng và tạo nên sự thành công trong kinh doanh ẩm thực. Để giữ chân được khách lưu trú và thu hút được khách bản địa, các nhà hàng trong khách sạn 5 sao cần xây dựng một hệ thống thực đơn phong phú và thuần Việt (bao gồm thực đơn gọi món hoặc tự chọn), thực đơn phải đảm bảo cả các món ăn truyền thống được ưa thích và các món ăn đặc sản của riêng nhà hàng. Sản phẩm hoàn thiện cần cân bằng và hội tụ đủ các yếu tố về lượng - chất, độ tươi mới của nguyên liệu, trang trí hấp dẫn và phù hợp… Một hạn chế thường gặp trong nhiều nhà hàng thuộc khách sạn 5 sao là vị của

các món ăn Việt Nam thường bị điều chỉnh ít nhiều cho phù hợp với khách nước ngoài, và như vậy ẩm thực Việt Nam khó được thưởng thức và đánh giá chân thực.

Theo nhiều chuyên gia, một món ăn ngon phải hội tụ đủ tối thiểu 4 yếu tố, đó là: "ngon mắt" (được trang trí như tác phẩm nghệ thuật), "ngon mũi" (đảm bảo có mùi thơm, hương vị đặc trưng), "ngon miệng" (tạo ấn tượng và giữ chân khách) và "ngon tinh thần" (khách hàng cảm thấy vui khỏe, thoải mái về thể chất và tinh thần sau khi dùng món ăn). Ngoài ra còn một số yếu tố bổ trợ khác như vệ sinh an toàn thực phẩm, chỉ tiêu về dinh dưỡng, chất lượng nguyên liệu đầu vào, dụng cụ, công cụ phục vụ, phương pháp và quy trình chế biến… trong đó quan trọng nhất phải kể đến là kinh nghiệm, tuổi nghề của người bếp trưởng và các đầu bếp.

4.3. Phong cách phục vụ của nhân viên

Phong cách phục vụ tạo nên sự khác biệt, đặc biệt đối với ngành kinh doanh dịch vụ. Phong cách phục vụ có ảnh hưởng trực tiếp và chi phối mạnh mẽ mức độ hài lòng của khách. Một nghiên cứu ở Anh đã công bố: khoảng 65% khách hàng không quay lại nhà hàng vì không hài lòng với thái độ phục vụ của nhân viên.

Theo nghĩa rộng, phong cách phục vụ trong nhà hàng ngoài những yếu tố như thao tác, kỹ năng, khả năng tác nghiệp của nhân viên, văn hóa ứng xử với khách hàng… còn bao gồm cả trang phục, đồng phục của nhân viên. Rõ ràng một bộ trang phục "vest" nam hay một bộ "jupe" nữ kiểu Âu sẽ không phù hợp với một không gian nhà hàng Việt, trong khi một bộ áo dài, một áo tứ thân hay áo bà ba (truyền thống hoặc cách tân) sẽ hấp dẫn và gây tò mò đối với thực khách. Việc thiết kế và lựa chọn trang phục cho nhà hàng cũng cần tính đến sự phù hợp với công việc của nhân viên ở các vị trí khác nhau (lễ tân nhà hàng, nhân viên bán hàng, nhân viên phục vụ bàn, nhân viên pha chế, nhân viên hỗ trợ...).

Trên thực tế, hầu hết các khách sạn 5 sao đều xây dựng phong cách phục vụ theo hướng chuyên nghiệp, đạt đẳng cấp quốc tế, tuân thủ những chuẩn mực của tập đoàn. Nhìn chung, chất lượng và phong cách phục vụ trong các nhà hàng, khách sạn này khá tốt với mục tiêu mang lại sự tiện nghi và hài lòng tối đa cho khách hàng. Tuy nhiên, điều đáng nói ở đây là các nhà hàng Việt nên xây dựng phong cách phục vụ đặc

trưng, riêng có của nhà hàng, đảm bảo kết hợp hài hòa lòng hiếu khách, nồng hậu của người Việt Nam với sự chuyên nghiệp trong phục vụ.

Ngoài những yếu tố trên, đội ngũ nhân lực của nhà hàng cần được đào tạo bài bản và có kiến thức về văn hóa ẩm thực Việt Nam nói chung, văn hóa kinh doanh và thực đơn phục vụ của nhà hàng, khách sạn nói riêng để sẵn sàng tư vấn có trách nhiệm cho mọi đối tượng khách.

4.4. Cách thức giới thiệu và quảng bá nhà hàng

Văn hóa ẩm thực Việt được coi là tài sản quý, là yếu tố quan trọng thu hút khách du lịch, đặc biệt là khách quốc tế. Ẩm thực Việt mang những nét văn hóa riêng với ba miền Bắc, Trung, Nam, trong đó bao gồm cả những món ăn thuần Việt và những món ăn chịu ảnh hưởng của các nền văn hóa khác như văn hóa Trung Hoa, văn hóa Ấn Độ, văn hóa Pháp ...

Sau khi xây dựng những yếu tố đặc trưng, các nhà hàng Việt trong các khách sạn 5 sao cần được giới thiệu, quảng bá với khách lưu trú và các đối tượng khách bên ngoài khách sạn (khách lưu trú trong các khách sạn khác, người nước ngoài đang sinh sống, làm việc tại Hà Nội, người dân địa phương), đặc biệt trong điều kiện cạnh tranh gay gắt hiện nay. Nghệ thuật ẩm thực Việt Nam có thể được quảng bá thông qua một số hình thức sau đây:

- *Quảng bá ngay trong nhà hàng*

Khá nhiều nhà hàng Nhật nằm trong các khách sạn tại Tokyo có lồng ghép việc giới thiệu về lịch sử ra đời, xuất xứ nguyên liệu, gia giảm đi kèm, phương thức chế biến… của từng món ăn, đồ uống ngay trong nhà hàng. Điều này thường gây hứng thú và để lại ấn tượng tốt đẹp đối với khách, bởi như vậy mỗi món ăn, đồ uống đã trở thành một tác phẩm nghệ thuật và mỗi nhân viên nhà hàng trở thành một xứ giả truyền bá giá trị ẩm thực của dân tộc.

Các chương trình, sản phẩm, chính sách mới của nhà hàng có thể được thể hiện trên các kẹp đặt trên bàn khách, dán "poster", đặt "stand" trong nhà hàng…

• *Quảng bá trong khách sạn*:

Quảng bá bằng hình ảnh, panô, áp phích tại các khu vực dễ gây sự chú ý cho khách, nhân viên khách sạn giới thiệu trực tiếp với khách, thiết kế các chương trình khuyến mại, bán kèm, tặng kèm, thường xuyên cập nhật, làm mới sản phẩm và thực đơn… Đặc biệt một số khách sạn còn áp dụng chương trình hướng dẫn thực hành chế biến món ăn ngay tại nhà hàng dành cho các đối tượng khách có nhu cầu tìm hiểu thêm về ẩm thực Việt Nam (như khách sạn Hilton Hanoi Opera, khách sạn Sofitel Legend Metropole Hanoi).

• *Quảng bá ngoài khách sạn*: tại sân bay, các trung tâm thương mại, trên mạng internet, một số báo, tạp chí chuyên ngành, kênh truyền hình trong nước và quốc tế, tham gia các triển lãm về ẩm thực, tham gia các tuần lễ văn hóa du lịch tại nước ngoài…

Du lịch Việt Nam đang trên đà phát triển, nhu cầu được thâm nhập, khám phá nền văn hóa ẩm thực đậm đà bản sắc, được thưởng thức những món ăn đặc sản Việt nói chung và món ngon Hà thành nói riêng của du khách, đặc biệt là du khách nước ngoài là thực tế. Vấn đề đăt ra đối với các khách sạn 5 sao là làm thế nào để tạo dựng, duy trì và phát triển các nhà hàng Việt hội tụ đủ 4 yếu tố tích cực trên đây, làm tiền đề phát triển kinh doanh, tạo dựng các giá trị bền vững và củng cố thương hiệu./.