Đẩy mạnh hợp tác giữa BẢO TÀNG VÀ DU LỊCH

Các bảo tàng Việt Nam nói chung và Bảo tàng Lịch sử quốc gia (BTLSQG) nói riêng thời gian qua đã có lượng khách tham quan khá đông. Tuy nhiên, để thu hút một cách mạnh mẽ hơn sự quan tâm của du khách đến với thiết chế văn hóa đặc biệt này, còn rất nhiều việc phải làm, đặc biệt là sự phối hợp chặt chẽ hơn giữa Du lịch và Bảo tàng. Đó là chia sẻ của TS Nguyễn Văn Cường, Giám đốc BTLSQG trong cuộc trò chuyện với PV Tạp chí Du lịch.

**** Thực hiện chỉ đạo của Bộ trưởng Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch Nguyễn Ngọc Thiện về việc xây dựng và phát triển thương hiệu, khai thác tiềm năng của bảo tàng, thu hút mạnh mẽ hơn nữa sự quan tâm của công chúng và du khách, BTLSQG đã có những định hướng gì trong thời gian tới, thưa ông?***

Có thể nói, thời gian qua các bảo tàng nói chung và BTLSQG nói riêng đã làm được khá nhiều việc, trong đó có hoạt động quảng bá thu hút khách trong nước, quốc tế đến bảo tàng. Những năm trước đây, khách du lịch tham quan các điểm di tích là chính, nhưng hiện nay bảo tàng đã trở thành điểm đến thu hút đông đảo nhân dân, du khách trong nước và quốc tế. Điều này chứng tỏ mối quan tâm của du khách rất lớn. Tuy nhiên, trong tổng lượng khách đến tham quan, tìm hiểu bảo tàng hàng năm, thì lượng khách từ các công ty lữ hành còn ít, chủ yếu là khách tự tìm đến. Đây là vấn đề đáng suy nghĩ. Lượng khách quốc tế đến thủ đô Hà Nội rất đông, nhưng trong số đó tỷ lệ khách đến bảo tàng chỉ chiếm một phần nhỏ, có thể có nhiều lý do, nhưng cơ bản là do sự bắt tay giữa bảo tàng với du lịch chưa chặt chẽ.

Mục tiêu lâu dài của BTLSQG là luôn nâng cao sức hút đối với khách tham quan du lịch trong và ngoài nước, phát huy giáo dục truyền thống và lịch sử của bảo tàng đối với thế hệ trẻ, lực lượng vũ trang... Thực hiện chỉ đạo của Bộ trưởng Nguyễn Ngọc Thiện, định hướng của BTLSQG là phải thay đổi về chất lượng, đẩy mạnh về chiến lược, nâng cao về quy mô để thực sự vừa là cơ quan nghiên cứu khoa học vừa là điểm tham quan du lịch hấp dẫn, tham gia phục vụ phát triển du lịch. Đặc biệt, trong bối cảnh Nghị quyết 08 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn được ban hành mới đây thì ngoài chức năng nghiên cứu khoa học và phổ biến các giá trị lịch sử di sản bảo tàng cũng là một mắt xích tham gia vào phát triển du lịch.

**** Công tác truyền thông, quảng bá của bảo tàng được triển khai ra sao để giới thiệu với đối tượng khách du lịch quốc tế, thưa ông?***

Hoạt động quan trọng này đã được BTLSQG chú trọng nhiều năm nay, như thành lập bộ phận truyền thông để đẩy mạnh thông tin, giới thiệu điểm đến bảo tàng với nhiều đối tượng; xây dựng trang web bằng tiếng Anh, tiếng Pháp để tập trung vào thị trường khách quốc tế; chủ động trong hợp tác quốc tế để giới thiệu hình ảnh, tư liệu hiện vật của BTLSQG trong những sự kiện được tổ chức tại nước ngoài...

Chỉ trong vòng 5 năm trở lại đây, BTLSQG đã có bước tiến xa, thu hút du khách tham quan nhiều hơn, tư liệu hiện vật phong phú hơn. Hiện trang web của BTLSQG có khoảng 30 triệu lượt truy cập, chứng tỏ sự quan tâm của công chúng rất lớn.

Đặc biệt, lĩnh vực hợp tác quốc tế là một thế mạnh của bảo tàng bởi tư cách đại diện cho

Xem tiếp trang 54

Xây dựng thực đơn...

Tiếp theo trang 51

→ Thực đơn kh ông để quá to cũng không quá nhỏ. Không dài quá cũng không ngắn. Có những trang trong thực đơn để giới thiệu những món ăn đặc biệt của nhà hàng. Thực đơn nên dùng giấy chất liệu tốt, đảm bảo độ bền và đẹp.

Hầu như các cuốn thực đơn đều có bìa để nhằm mục đích tạo độ bền cho quyển thực đơn và tăng tính chuyên nghiệp của nhà hàng. Bìa của thực đơn được thiết kế đủ để truyền tải hình ảnh, phong cách đặc trưng của nhà hàng. Những thông tin quan trọng cần có trên bìa thực đơn gồm địa chỉ, số điện thoại liên lạc và giờ mở cửa nhà hàng. Màu của bìa thực đơn nên tương ứng hoặc tương phản hợp lý với tông màu chung của nhà hàng.

Ngôn ngữ sử dụng trong thực đơn hướng tới thị trường khách mục tiêu. Có thể sử dụng song ngữ (tiếng Việt và một số ngôn ngữ thông dụng như tiếng Anh, Pháp, Italia, Nhật Bản...).

Thực đơn phải thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Đây là phương châm hành động, mục tiêu phấn đấu của doanh nghiệp. Để thực hiện được nguyên tắc này người làm thực đơn phải căn cứ vào kết quả nghiên cứu, phân tích thị trường, nghiên cứu văn hóa ẩm thực của các nhóm khách chính, nghiên cứu thời gian và khả năng tài chính của khách...

Thực đơn phải phù hợp với điều kiện thực hiện của nhà hàng như khả năng cung ứng, dự trữ nguyên liệu thực phẩm; cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng từ nhà xưởng, thiết bị dụng cụ nhà bếp đến phòng ăn, dụng cụ trong phòng ăn; đội ngũ nhân viên về số lượng, trình độ tay nghề, khả năng hợp tác...

Thực đơn phải đạt hiệu quả kinh tế hợp lý. Vì đây là mục tiêu hàng đầu của nhà hàng. Do đó, khâu phân tích và tính giá thành chuẩn phải tiến hành hết sức cẩn trọng, chính xác. Mặt khác, khi có sự tác động của thị trường, thực đơn cũng phải có những đối sách thích hợp.

Thực đơn được xem như là người bán hàng thầm lặng, có vai trò vô cùng quan trọng trong việc khách hàng đánh giá về sự chuyên nghiệp của nhà hàng đó. Chính vì vậy, nhà quản lý nên cẩn trọng, suy nghĩ tìm tòi và đưa ra bản thực đơn hấp dẫn nhất, đặc biệt nhất để có thể nâng cao vị thế cho nhà hàng, thu hút ngày càng nhiều thực khách đến thưởng thức dịch vụ, và quan trọng nhất là nâng cao được doanh thu cho nhà hàng. Đó chính là mục tiêu quan trọng mà các nhà hàng du lịch hướng tới trong tương lai.■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hồng Vân, Công Mỹ, Hoàng Giang, Kinh doanh nhà hàng, Nxb Trẻ, 2017, tr69-73.

2. TS. Trịnh Xuân Dũng, cử nhân Hoàng Minh Khang, Tập quán và khẩu vị ăn uống của một số nước, thực đơn trong nhà hàng, Hà Nội, 2000, tr116-117.

3. ThS. Vũ An Dân, Quản trị dịch vụ ăn uống và nhà hàng, Nxb Thanh niên, 2009, tr40-45.

Đẩy mạnh hợp tác...

Tiếp theo trang 10

Là bảo tàng đứng đầu hệ thống các bảo tàng Việt Nam và là nơi thu hút số lượng khách nước ngoài lớn nhất trong cả nước, BTLSQG đã có những điều chỉnh, định hướng hoạt động và bước đầu đã đạt những kết quả đáng ghi nhận.

thiết chế văn hóa của quốc gia, nên thời gian qua BTLSQG đã hợp tác với rất nhiều bảo tàng trên thế giới, các viện nghiên cứu và các tổ chức văn hóa khác.

Không chỉ quảng bá giá trị văn hóa qua trưng bày, BTLSQG cũng là cơ quan nghiên cứu khoa học về khảo cổ, về lịch sử, và các lĩnh vực liên quan, hiện nay BTLSQG có quan hệ thường xuyên với 25 nước, hơn 10 ký kết hợp tác và hàng năm đều có những cuộc trưng bày ở các nước; đồng thời đón nhận sự tham gia của nhiều nước trong việc nghiên cứu xuất bản, tổ chức trưng bày. Là thành viên của Hiệp hội các bảo tàng quốc gia thế giới, là sáng lập viên của Hiệp hội bảo tàng quốc gia châu Á, BTLSQG hòa đồng vào cộng đồng chung của hệ thống các bảo tàng và có sự hợp tác chặt chẽ nhờ đó mang lại lợi ích cho cả nhiều phía...

**** Để tăng sức hấp dẫn của bảo tàng đối với công chúng và du khách, theo ông cần có sự đầu tư như thế nào về trang thiết bị?***

Các bảo tàng trên thế giới đã có bước tiến xa do được đầu tư đồng bộ, tạo ra sức hấp dẫn đặc biệt, tạo thói quen đến tham quan bảo tàng của người dân, nhưng đối với BTLSQG thì đây là vấn đề hết sức nan giải. Một mặt phải tự thay đổi lại cách thức hoạt động, cách thức để đến với công chúng và để kéo công chúng đến, mặt khác phải xây dựng những dự án ngắn và dài hạn. Chính phủ đã ra quyết định đầu tư bảo tàng mới cũng là để đáp ứng vấn đề đó. Hiện nay, hệ thống trưng bày chưa đáp ứng được nhu cầu của công chúng và du khách vì đầu tư đã lâu, tuy kiến trúc rất đẹp nhưng không gian để dành cho một bảo tàng hiện đại còn thiếu, ví dụ như phòng chiếu phim cho trẻ em, phim tư liệu, phòng tương tác, rồi nhiều thiết bị khác... đang là đòi hỏi, là yêu cầu cấp bách, nhưng chỉ có bảo tàng mới trong tương lai mới có thể giải quyết những vấn đề này...

Làm sao để bảo tàng trở thành điểm đến hấp dẫn với du khách? Làm sao để việc tham quan bảo tàng không phải là điều quá xa lạ trong nhận thức của nhân dân? Đó là mong mỏi của tất cả những người làm công tác bảo tàng. Tôi nghĩ rằng để thực hiện được điều đó, một trong những việc cần làm là cần đẩy mạnh hợp tác giữa bảo tàng và du lịch.

**** Xin cảm ơn TS Nguyễn Văn Cường!***

VIỆT HÙNG (thực hiện)