

GIẢI PHÁP BẢO TỒN VÀ PHÁT HUY GIÁ TRỊ VĂN HÓA CHỢ NỔI CÁI BÈ TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP HIỆN NAY

Võ Văn Sơn

Trường Đại học Tiền Giang

Email: vovanson@tgu.edu.vn

Tóm tắt: Chợ nổi Cái Bè (Tiền Giang) là một trong những chợ nổi lâu đời và tiêu biểu nhất của vùng Tây Nam Bộ. Khác với những khu chợ nổi khác, chợ nổi Cái Bè mở từ tờ mờ sáng cho đến tối khuya. Chợ vừa bán sỉ, vừa bán lẻ, đóng vai trò quan trọng đối với kinh tế, xã hội và văn hóa của cư dân địa phương. Tuy nhiên hiện nay, chợ nổi Cái Bè đang đối mặt nhiều nguy cơ làm mất đi nét đẹp vốn có. Vận dụng phương pháp nghiên cứu liên ngành, bài viết giới thiệu lịch sử hình thành, những đặc trưng của chợ nổi Cái Bè; từ đó đề xuất các giải pháp bảo tồn, phát triển chợ nổi trong thời kỳ hội nhập hiện nay.

Từ khóa: chợ nổi Cái Bè; giải pháp bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa; thời kỳ hội nhập.

Nhận bài: 08/06/2022; Phản biện: 13/06/2022; Duyệt đăng: 16/06/2022.

1. Lịch sử hình thành và phát triển của chợ nổi Cái Bè



Chợ nổi Cái Bè ngày nay

Chợ nổi Cái Bè là một trong những chợ nổi tiêu biểu của vùng Tây Nam Bộ nói chung và Cái Bè nói riêng, được hình thành vào những năm cuối thế kỷ XVIII. *Địa chí Tiền Giang (2007)* có ghi nhận: "Chợ nổi Cái Bè ở thôn Bình Đông, huyện Kiến Đăng, lập năm Nhâm Tý (1732) cùng lúc với việc lập dinh Long Hồ, nên còn gọi là chợ Long Hồ. Lúc bấy giờ, vàm Cái Bè được là nơi "sông sâu nước chảy", có rất nhiều ghe xuồng từ khắp nơi đổ về tập trung trao đổi, buôn bán nông sản nhộn nhịp nên dần "hợp" thành chợ nổi. Đây là ngôi chợ nổi tiêu biểu ở miệt vườn "trên bến dưới thuyền", thuận tiện giao thông thủy bộ. Tại đây, lái buôn thường dùng bè tre (mảng) chở hàng nông sản sang Campuchia bán. Bè tre đầu kín vòm rạch nên dân gian còn gọi là rạch Cái Bè". Đến đầu thế kỷ XIX, chợ nổi Cái Bè rất sung túc. Bè tre đầu kín vòm rạch, chở lúa gạo, cá khô, cau khô và các loại vỏ cây già, cây được bán tận Campuchia.

Sau nhiều năm phát triển sung túc, chợ nổi Cái Bè

đã trở thành những chợ đầu mối quan trọng trong hệ thống chợ nổi Tây Nam Bộ. Nhiều ghe, xuồng từ nhiều nơi đổ về chợ nổi mua hàng sỉ và tải đi khắp các kênh rạch nhỏ bán lẻ. Theo tiến trình phát triển, cùng với tác động của nhiều yếu tố khách quan, chợ nổi Cái Bè không còn sầm uất như xưa và ngày càng thu hẹp. Khảo sát thực tế cho thấy, số lượng ghe thuyền neo đậu ở trung tâm chợ nổi đã giảm nhiều so với trước đây, chỉ còn khoảng 150-200 ghe buôn bán sỉ các mặt hàng trái cây (do hệ thống giao thông đường bộ hiện nay đã phát triển), mức độ tấp nập trong hoạt động mua bán cũng giảm sút. Ngoài ra, cảnh quan sông nước còn bị thay đổi do ô nhiễm môi trường đã làm vẻ đẹp của vùng không còn như xưa.

2. Đặc trưng và nét độc đáo của chợ nổi Cái Bè

2.1. Địa điểm họp chợ

Đa phần, các chợ nổi ở Tây Nam Bộ thường được hình thành tại ngã ba, ngã năm, thậm chí là ngã bảy ở các miệng vàm của sông hoặc ở tại tuyến kênh (kinh) không rộng quá mà cũng không quá hẹp, không quá cạn mà cũng không quá sâu, có biên độ triều khá ổn định và có tốc độ dòng chảy chậm tạo điều kiện thuận lợi cho việc neo đậu ghe để giao dịch mua bán. Bên cạnh đó, địa điểm họp chợ lý tưởng là nơi giáp nước (nơi nước lớn và nước ròng gặp nhau) sẽ dễ dàng di chuyển và neo đậu ghe thuyền. Những địa điểm này ở khu vực trên bờ cũng hình thành các thị tứ, thị trấn, dân cư đông đúc.

Đặc biệt, chợ nổi Cái Bè chạy dài cả cây số dọc theo cù lao Tân Phong (sông Tiền), giáp gianh giữa ba tỉnh Tiền Giang, Vĩnh Long và Bến Tre. Đây là vị trí thuận lợi nhất trong vùng để người bán và người mua thông qua đường thủy gặp nhau thực hiện các hoạt động mua bán. Ngoài ra, chợ nổi còn nằm gần vựa trái cây nhất của tỉnh (quýt đường, cam sành, bưởi lòng, vú sữa, ổi xá lị, xoài cát, lôm chôm, sầu riêng, măng cụt). Đặc trưng và cũng là thế mạnh của chợ nổi Cái Bè là nơi tập kết, mua bán

hàng hóa nông sản giữa các thương hồ đến từ các địa phương khác nhau.

2.2. Thời gian họp chợ

Chợ nổi Tây Nam Bộ hoạt động suốt năm nhưng mức độ sung túc có sự khác biệt theo thời điểm. Chợ nổi Cái Bè thường họp khá sớm, thường từ lúc mờ sáng (khoảng 3 - 4 giờ), nhộn nhịp nhất (khoảng 7 - 9 giờ). Người nông dân sử dụng xuồng ghe chở các mặt hàng nông sản do mình trồng được đem đến đây để bán cho các thương lái. Giới thương hồ thu mua hàng hoá từ nông dân rồi chở đi khắp vùng miền, có khi sang cả Campuchia để tiêu thụ. Buổi tối, chỉ còn những ghe còn hàng chưa bán hết neo đậu chờ đến sáng để bán. Vào những ngày tết, xuồng ghe của các thương lái đến chợ nổi neo đậu buôn bán đông gấp 2-3 lần so với ngày thường.

2.3. Chủ thể tham gia và phương tiện vận chuyển

Chủ thể tham gia họp chợ nổi chính là các chủ ghe xuồng gọi chung là giới thương hồ. Hình thức truyền nghề của cư dân thương hồ hầu hết theo dạng "cha truyền con nối". Các chủ ghe tập trung neo đậu gần nhau, buôn bán cùng loại mặt hàng thường có mối quan hệ thân tộc với nhau. Tại chợ nổi Cái Bè, còn có sự góp mặt của các chủ vựa, chủ vườn, thương lái (đối tượng trung gian giữa nhà vựa và nhà vườn; đôi khi thương lái cũng là chủ ghe) và các đối tượng khác (chủ yếu phục vụ cho dịch vụ chợ nổi như bán hàng ăn, cà phê, trái cây phục vụ du lịch, lái tàu/lái đò thuê, sửa máy tàu, bốc xếp cho các nhà vựa...). Nhìn chung, các đối tượng phục vụ cho hoạt động ở chợ nổi đa dạng, số lượng tăng giảm tùy theo mùa vụ.

Thuở ban đầu, người buôn bán trên chợ nổi nhóm họp bằng xuồng ba lá, xuồng năm lá, ghe tam bản. Ngày nay, phương tiện vận chuyển hàng hóa ở chợ nổi còn có cả tắc ráng, xuồng máy. Người đi mua cũng đến chợ bằng xuồng, ghe. Những ghe xuồng này có nguồn gốc từ khắp các địa phương trong và ngoài vùng. Việc mua bán diễn ra ngay trên sông nước, khi đồng ý mua hàng, người mua và kẻ bán chuyển hàng từ ghe này sang ghe kia. Mỗi chiếc ghe là một gia đình "lưu động" trên sông, trong đó có cả những gia đình hai thế hệ. Họ coi chiếc ghe là nhà, khách hàng là người thân lối xóm. Qua bao đời nay, giới thương hồ vẫn giữ nguyên nét sinh hoạt đặc trưng này: "Tàu lớn, tàu nhỏ lẳng xẵng; Ghe đò vào chợ giăng giăng nẻo đường" (ca dao).

2.4. Hàng hóa mua bán

Hàng hóa chủ lực ở chợ nổi Cái Bè thời sơ khai thường là những món ăn, thức uống cung ứng cho người đi ghe đường dài. Thời thịnh hành, hàng hóa chợ nổi có phần đa dạng hơn vừa cung ứng cho giới thương hồ, vừa giải quyết nhu cầu cho cư dân địa phương, như: nhóm hàng nông sản; nhóm hàng thủ công, gia dụng; nhóm hàng thực phẩm chưa chế biến và chế biến sẵn; hàng gia dụng thiết yếu hằng ngày hàng nông sản, hàng thực phẩm, hàng phục vụ vận chuyển, hàng gia dụng... được bày bán cố định trên các ghe tạp hóa nổi hoặc các ghe hàng lưu động.

Tuy nhiên, hàng hóa chủ lực của chợ nổi Cái Bè là nông sản, nhiều nhất trái cây đến rau củ, cá mắm, hàng thủ công, đến tết có thêm hoa kiểng. Mùa nào quả ấy, chợ nổi lúc nào cũng đông vui và tấp nập. Mỗi mặt hàng đã được phân loại cho đồng đều về chất lượng, kích cỡ. Từ đây, hàng hóa sẽ theo các thương lái xuôi dòng toả đi khắp nơi. Quy mô chợ phụ thuộc vào mùa trái cây, trung bình mỗi ngày có khoảng 100 - 200 tấn trái cây, rau củ. Ngoài ra, còn có nhiều xuồng nhỏ lưu động cung cấp các dịch vụ ăn uống, giải khát và sản phẩm phục vụ nhu cầu đời sống trên sông.

2.5. Hình thức giới thiệu sản phẩm

Hình thức chào hàng khá ấn tượng và độc đáo ở chợ nổi là sử dụng cây bẹo. Thương lái thường sử dụng cây tầm vòng dài (khoảng 3-5m), cắm trước mũi ghe và treo lên đó mặt hàng mà ghe mình có bán (treo gì bán ấy). Cây bẹo là một hình thức quảng cáo trực quan thông minh. Vì nếu treo bằng hiệu mà để quá cao thì sẽ vương gió, để quá thấp thì khách hàng sẽ không thấy. Còn với cây bẹo thì khách hàng chỉ cần đứng từ xa nhìn vào là đã biết trên ghe bán những mặt hàng nào. Hình ảnh cây bẹo giúp chúng ta phân biệt được ghe mua và ghe bán một cách dễ dàng.

Có thể nói cây bẹo là hình thức quảng bá, giới thiệu sản phẩm độc đáo nhất của giới thương hồ mà không nơi đâu có được. Từ lâu, hình ảnh cây bẹo đã đi sâu vào đời sống văn hóa của người dân vùng sông nước.

2.6. Phương thức và nguyên tắc buôn bán sản phẩm

Buôn bán hai chiều, đó là phương thức mua bán phổ biến của cư dân chợ nổi Cái Bè. Hàng hóa từ trên miệt vườn được vận chuyển về bằng những chiếc xuồng hay ghe bầu. Họ không neo đậu lâu như trước mà đi nhỏ lẻ xuồng tận các vùng sâu, vùng xa, vào các kênh rạch rao bán, trao đổi sản phẩm, chẳng hạn lấy trái cây đổi cá, lấy rau đổi gà, vịt chứ không nhất thiết người dân chỉ có tiền mới mua được. Hết hàng, họ mua lại những sản phẩm tại địa phương đó... mang về trao đổi với nhà vườn. Thông thường, muốn đủ hàng, các chủ ghe phải có số lượng bán hàng đông.

Đặc biệt, giới thương hồ thường có nguyên tắc mua bán rất nhanh, gọn và trọng tình nghĩa "thuận mua, vừa bán". Bởi vì, chợ họp trên sông nước, thông thường, mỗi lần giao dịch chỉ diễn ra trong thời gian ngắn, không thể kỳ kèo dài dòng. Các giao dịch của cư dân ở chợ nổi chủ yếu bằng niềm tin, hoạt động mua bán dựa trên mối bạn hàng, không có hợp đồng. Người mua và người bán ngã giá, tiền trao cháo múc, nhờ đó mà hoạt động mua bán diễn ra được nhanh chóng.

2.7. Các hình thức trao đổi và đo lường hàng hóa

Giới thương hồ của chợ nổi Cái Bè sử dụng hai kiểu cách mua bán cơ bản là bán sỉ và bán lẻ. Nếu người mua muốn mua sỉ thì người bán sẽ bán với giá rẻ hơn so với người mua lẻ. Hai kiểu mua bán sỉ và lẻ được cụ thể bằng cách đo lường chung, đó là bằng: giạ (20 kg lúa, gạo), lít, chai, lon, cân ký... và đếm thì có đếm thiên (bằng 1000 đơn vị hàng hóa), đếm trăm (bằng 100 đơn vị hàng hóa), đếm chục (10, 12, 14, 16, 18 đơn vị hàng

hóa), đếm chiếc, đếm cái..., cũng có khi tính bằng rổ, thúng, cần xé,... thậm chí có thể ước lượng số lượng, trọng lượng hàng hóa bằng tay, bằng mắt (bán mào). Tất cả những cách thức đo lường đó đã được giới thương hồ đặt ra và chấp thuận. Người mua, người bán cứ theo đó mà tính toán, đo lường. Có thể nói, phương thức mua bán và đo lường hàng hóa tại chợ nổi là một sự sáng tạo đặc biệt của cư dân vùng sông nước.

2.8. Tập quán tín ngưỡng, kiêng kỵ

Người làm nghề buôn bán trên sông nước "rày dầy mai đó", lênh đênh từ chợ nổi này đến chợ nổi khác, vùng này đến vùng khác, đời sống tín ngưỡng lại có nét riêng. Trong nội thất ghe, họ thường bố trí một bàn thờ Phật, hoặc thờ Thủy Long, Bà Cậu, Thần Tài. Đi sông nước thường thờ Quan Âm Bồ Tát, cầu mong được an lành. Có "nạn" sẽ được bẻ trên" che chở. Mỗi tối họ đều nhang khói với lòng thành vài ba câu khấn vái. Ngày rằm, ngày lễ cũng mua hoa quả tươi chưng lên bàn thờ. Bên cạnh, họ rất tin vào vận may, hên xui may rủi. Họ cho rằng đầu xuôi thì đuôi lọt, mua nhanh bán nhanh, mua may bán đắt, nên khi khách xuống ghe mua hàng, bao giờ họ

cũng đón tiếp rất niềm nở, lịch sự và thân thiện, thao tác nhanh nhẹn, không để người mua phải đợi lâu. Khi đã thuận mua, vừa bán, ấy là lúc họ cảm thấy rất hài lòng.

Yếu tố tâm lý ảnh hưởng rất nhiều đến tính cách của cư dân chợ nổi. Do đó hình thành những tập quán kiêng kỵ trong mua bán. Họ rất kiêng cử những lời độc địa chua cay, quái gở, đồng thời tránh dùng những từ: úp, lật, rơi, rớt, đổ, ngã, sẩy, trở, lẩn, té, nhào... Trên đường đi mua bán, người ngồi trên ghe xuống ky gặp rắn và ngỗng lội trước mũi ghe, ky chở mèo và rùa (thậm chí tài công và chủ ghe cũng không ăn thịt mèo và rắn). Trái lại khi gặp chó lội ngang sông là điềm hên, gặp đom đóm bay nhiều là điềm tốt lành. Ngoài ra, khi ngồi trên xuống ghe lỡ để rơi con dao xuống nước, phải lặn mò cho được vì việc mất dao dưới đáy nước là điều cấm kỵ.

3. Thực trạng hoạt động du lịch của chợ nổi Cái Bè hiện nay

Hơn 200 năm hình thành và phát triển, chợ nổi Cái Bè trở thành biểu tượng văn hóa của Tiền Giang, là điểm du lịch hấp dẫn với du khách, đặc biệt là du khách nước ngoài rất thích khám phá và trải nghiệm, dẫn đến tổng thu từ du khách cũng không ngừng gia tăng, góp phần cải thiện kinh tế địa phương, doanh nghiệp và người dân tham gia kinh doanh dịch vụ du lịch. Đánh giá chung về khả năng và hiện trạng khai thác chợ nổi phục vụ mục đích du lịch, tác giả Nguyễn Trọng Nhân cho rằng chợ nổi Cái Bè xếp thứ tự 2/11 chợ nổi của vùng Tây Nam Bộ (sau chợ nổi Cái Răng) như: "Vị trí và khả năng tiếp cận; Sức hấp dẫn của tài nguyên; Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch; Sự kết hợp khai thác du lịch; Chính sách phát triển du lịch".

Mỗi năm, Cái Bè đã đón hơn 150.000 khách du lịch, trong đó hơn 70% là khách nước ngoài. Du khách biết đến hình ảnh điểm đến chủ yếu thông qua người thân hoặc bạn bè. Đến chợ nổi, phần lớn du khách thực hiện hoạt động tham quan cảnh quan. Vì vậy, các công ty lữ hành thường bố trí những chiếc đò nhỏ đưa khách qua những dòng kênh, rạch nhỏ đến thăm nhà cổ Ba Đức, đi chợ nổi Cái Bè, tham quan cảnh hạp chợ trên sông, theo các món hàng treo trên cây bèo ở đầu ghe, khách sẽ trải nghiệm mua bán với các thương lái, để tìm hiểu nét văn hóa mua bán trên sông rất đặc trưng của người dân vùng sông nước, rồi ghé lại các lò kẹo dừa, lò bánh trắng, lò bánh cốm ven sông,... để tìm hiểu về các làng nghề thủ công truyền thống của cư dân vùng Tây Nam Bộ.

Theo đánh giá của du khách, các tiêu chí ảnh hưởng đến hoạt động khai thác du lịch chợ nổi: hướng dẫn viên du lịch, nhân viên phục vụ trên phương tiện vận chuyển tham quan, môi trường sông nước, giá cả dịch vụ du lịch, hệ thống giao thông phục vụ du lịch, trật tự và an toàn trong du lịch, phương tiện vận chuyển tham quan, sự trang bị công cụ bảo vệ môi trường và sức khỏe du khách. Hầu hết, các tiêu chí ảnh hưởng đến hoạt động khai thác du lịch chợ nổi đều được du khách đánh giá ở mức khá tốt và khá hợp lý.



Du khách thích thú trải nghiệm đi chợ nổi Cái Bè

Do sự phát triển của kinh tế, xã hội đã và đang gây ra những thách thức đối với sự tồn tại và phát triển của chợ nổi. "Hiện nay, chợ nổi Cái Bè đang đối mặt nhiều nguy cơ làm mất đi nét đẹp vốn có của nó". So với những thập niên 90, chợ nổi hiện tại không còn sung túc như trước, số lượng tàu ghe mua bán đã giảm đi rất nhiều. Khảo sát vào tháng 10/2020, chợ chỉ còn 120-150 tàu ghe. "Nguyên nhân chính khiến thương lái bỏ nghề mua bán trên sông là vì chợ nổi không còn làm ăn tốt như xưa". Về lý thuyết, nếu mỗi năm chợ nổi giảm 20-30 tàu, ghe thì đến năm 2030-2040 chợ nổi Cái Bè sẽ biến mất. Nhiều chuyên gia cho rằng, khả năng này rất có thể xảy ra bởi phương thức thương lái bao tiêu, mua trái cây tại vườn, đang là xu thế mạnh, cộng với sự hoàn thiện các mạng lưới giao thông bộ.

Chính vì thế cuối năm 2017, UBND huyện Cái Bè lập đề án "Bảo tồn và phát huy chợ nổi Cái Bè". với mục tiêu sẽ giữ nguyên hiện trạng chợ nổi, nhưng có sự sắp xếp, quản lý, bố trí lại để đáp ứng các yêu cầu về an toàn giao thông thủy; vùng nước quy hoạch có chiều dài từ 400 - 500 m từ vàm Cái Bè đến ngã Kênh 28; đảm bảo số lượng ghe, tàu neo đậu cố định từ 100 - 150 chiếc và tiếp nhận 200 - 300 ghe, tàu neo đậu mua bán có tải trọng từ 20 - 60 tấn. Đồng thời, phải bảo tồn tối đa những giá trị văn hóa tiêu biểu, đặc sắc của chợ nổi nhằm đáp ứng nhu cầu sinh kế của người dân và nhu cầu tham quan, mua sắm của du khách.

4. Một số giải pháp bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa chợ nổi Cái Bè

Nhiều năm qua, chợ nổi Cái Bè là chợ đầu mối trung chuyển trái cây lớn nhất giữa khu vực Tây Nam Bộ với thành phố Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, theo thời gian, mức độ sung túc của chợ nổi có xu hướng giảm. Những năm gần đây, hệ thống giao thông đường bộ ở Tiền Giang phát triển (mở rộng quốc lộ 1A, xây cầu Mỹ Thuận, cầu Cái Bè, cầu Rạch Miễu,...) thì việc di chuyển của người dân thuận lợi hơn, cùng với sự phát triển của khoa học kỹ thuật và công nghệ thông tin, chợ nổi không còn đóng vai trò độc tôn trong việc trao đổi, mua bán hàng hóa. Do đó, chợ nổi Cái Bè đang thay đổi theo hướng thu hẹp dần phạm vi và tính chất. Kết quả phỏng vấn 400 du khách ở chợ nổi Cái Bè, 95% đáp viên cho rằng chợ nổi cần được bảo tồn và duy trì.

Bằng nhiều phương pháp tiếp cận, thu thập và phân tích dữ liệu khác nhau, chúng tôi đề xuất một số giải pháp bảo tồn và phát triển chợ nổi Cái Bè trong thời kỳ hội nhập:

Thứ nhất, các cơ quan chức năng cần gấp rút triển khai đề án "Bảo tồn và phát triển Chợ nổi Cái Bè". Trước mắt cần thực hiện tốt các ý kiến của các cơ quan chuyên môn và người dân đối với việc cải tạo, nâng cấp chợ nổi Cái Bè, tạo điểm nhấn thu hút khách du lịch, trên cơ sở hạn chế phá vỡ hiện trạng, cần ổn định vị trí chợ nổi để người dân an tâm mua bán và duy trì mối quan hệ thường xuyên với bạn hàng; đảm bảo an toàn giao thông thủy bộ và vệ sinh môi trường, thực phẩm; đồng thời phải bảo

tồn tối đa những giá trị văn hóa tiêu biểu, đặc sắc của chợ nổi, nhằm đáp ứng nhu cầu sinh kế của người dân và du khách.

Thứ hai, các cơ quan chức năng tiếp tục nghiên cứu không gian văn hóa chợ nổi Cái Bè với các tập quán xã hội, tri thức dân gian, tín ngưỡng bản địa... của người dân sinh sống và sinh hoạt tại chợ nổi, làm cơ sở khoa học cho việc nghiên cứu về sự thích ứng cũng như cách thức ứng xử hòa hợp của người dân với hoàn cảnh thiên nhiên, địa lý, thổ nhưỡng và môi trường xã hội nơi đây.

Thứ ba, các cơ quan chức năng cần tổ chức các buổi nói chuyện, tập huấn, tuyên truyền nâng cao ý thức của người dân chợ nổi về bảo vệ môi trường, an toàn giao thông, phòng chống cháy nổ và cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp; từng bước xóa bỏ tư tưởng "ăn xổi ở thì" trong làm du lịch như: bán hàng kém chất lượng, chặt chém, chèo kéo; chú trọng khâu dạy nghề, cách thức kinh doanh kết hợp làm du lịch, bộ quy tắc giao tiếp với du khách; hỗ trợ cho các hộ kinh doanh tại khu vực chợ nổi được vay vốn ưu đãi.

Thứ tư, các cơ quan chức năng cần đa dạng hóa các hình thức trải nghiệm cho du khách; liên kết, tạo ra những tuyến du lịch giữa các cơ sở du lịch trên địa bàn với điểm đến chợ nổi, trong đó cần gắn chặt với các tuyến du lịch sinh thái miệt vườn. Song song đó, phát triển các sản phẩm du lịch mang tính đặc trưng của địa phương, tránh tình trạng hàng lưu niệm giống nhau giữa các địa phương với chất lượng không được kiểm soát; đầu tư xây dựng các cơ sở dịch vụ trên sông và trên bờ để phục vụ tốt nhất cho du khách.

Thứ năm, hướng dẫn viên du lịch phải là "sứ giả" của các công ty du lịch với du khách và người dân địa phương; giới thiệu những kiến thức về chợ nổi và văn hóa địa phương; tuyên truyền cho mọi người có ý thức bảo vệ môi trường, xử lý thu gom rác thải đúng nơi quy định, không vứt rác bừa bãi xuống sông. Theo các du khách tham quan, người dân địa phương cần cải thiện cảnh quan chợ nổi là dọn dẹp rác thải ở hai bên bờ sông và tuyến dân cư nơi chợ nổi tọa lạc; sửa sang lại những ngôi nhà tạm bợ ven sông; vệ sinh và sắp xếp trật tự khu chợ phố ở hai bên chợ nổi.

Thứ sáu, người dân địa phương và giới thương hồ cần giữ gìn nét đẹp văn hóa kinh doanh; cung cấp đầy đủ và chu đáo các dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ăn uống và mua sắm cho du khách; niêm yết giá cả dịch vụ theo quy định; đảm bảo an ninh, trật tự và an toàn cho du khách và có trách nhiệm bảo vệ môi trường...; thực hiện nếp sống văn minh, văn hóa, thân thiện với khách du lịch và thực hiện các biện pháp bảo vệ môi trường; đồng thời khách du lịch cần tuân thủ nghiêm các quy định của cơ quan chủ quản tại các chợ nổi; tôn trọng văn hóa mua bán của cư dân chợ nổi và có ý thức bảo vệ môi trường sông nước, cảnh quan chợ nổi.

Tiến sĩ sử học Nguyễn Phúc Nghiệp (Nguyên Trường khoa Khoa học xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Tiền Giang) cho rằng: "Trước đây, chợ nổi Cái Bè rất nhộn nhịp, thu hút nhiều du khách nhưng khoảng ba năm nay,

từ khi có cầu Cái Bè thì ghe xuồng buôn ngày càng ít (phần lớn người dân bỏ chợ). Để bảo tồn và phát triển chợ nổi Cái Bè, các ngành chức năng cần quan tâm đảm bảo an toàn giao thông (phân luồng giao thông, bố trí hệ thống phao tiêu chỉ dẫn giao thông, tuyên truyền nâng cao ý thức chấp hành pháp luật về an toàn giao thông đường thủy), thành lập Tổ tự quản chợ nổi (hướng dẫn ghe tàu neo đậu, xử lý các tình huống cứu hộ, giữ gìn an ninh trật tự và an toàn), đầu tư hạ tầng phụ trợ (nhà vệ sinh công cộng, hệ thống điện chiếu sáng công cộng, cầu bến), kêu gọi sự đầu tư của xã hội để phát triển các dịch vụ (ăn uống, mua sắm, vui chơi giải trí), phát triển du lịch (phân khu bảo tồn chợ nổi và khu phát triển dịch vụ du lịch), vệ sinh môi trường (tổ chức thu gom rác hàng ngày, bố trí thùng đựng rác, tuyên truyền, giáo dục nâng cao ý thức bảo vệ môi trường của người dân), thực hiện các chính sách hỗ trợ về giáo dục, y tế, vay vốn nhằm thu hút người dân thương hồ đến mua bán, để có thể khai thác nét văn hóa chợ nổi Cái Bè xứng với tiềm năng vốn có".

5. Kết luận và khuyến nghị

Để bảo tồn và khai thác chợ nổi Cái Bè phục vụ du lịch hiệu quả, tác giả đề xuất một số khuyến nghị cho nhiều bên liên quan như sau:

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cần quan tâm: Tăng cường quảng bá hình ảnh của các chợ nổi Tây Nam Bộ nói chung và Cái Bè nói riêng trên các cơ quan báo chí, sách hướng dẫn, tạp chí, nhất là website, mạng xã hội của cơ quan; Tiếp tục hỗ trợ các địa phương đào tạo đội ngũ nhân viên phục vụ du lịch chợ nổi.

- UBND tỉnh Tiền Giang, UBND huyện Cái Bè cần: Duy trì và cải thiện sức mua của người dân địa phương; Tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người dân về tầm quan trọng của chợ nổi; Điều tra xã hội học để nắm bắt tâm tư, nguyện vọng của người dân mua bán trên chợ nổi; Cải thiện cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ hoạt động chợ nổi; Có chính sách ưu đãi về tín dụng, thuế đối với các thành phần kinh tế tham gia đầu tư phát triển du lịch chợ nổi; tuyệt đối không thu phí đối với người dân thương hồ; Chỉ đạo các đơn vị chức năng đảm bảo trật tự và an toàn trong hoạt động mua bán và du lịch ở chợ nổi; Khai thác chợ nổi theo hướng thương mại và du lịch.

- Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch cần: Đẩy mạnh công tác quảng bá hình ảnh điểm đến chợ nổi Cái Bè bằng nhiều hình thức, phương tiện khác nhau: báo chí, mạng xã hội, hội thảo, xúc tiến quảng bá du lịch; Cải thiện chất lượng đội ngũ nhân viên phục vụ du lịch chợ nổi, liên kết với các trường đào tạo du lịch trong và ngoài nước; Nghiên cứu phát triển các loại hình du lịch trên sông, phát triển các dịch vụ du lịch, xây dựng khu ẩm thực chợ nổi, phát triển cơ sở lưu trú (homestay); Đề nghị các đơn vị, cá nhân kinh doanh dịch vụ du lịch chợ nổi điều chỉnh giá cho phù hợp với chất lượng và niềm yết giá đối với các dịch vụ quan trọng; Tăng cường đầu tư và xây dựng chính sách bảo tồn chợ nổi.

- Công ty du lịch cần: Nghiên cứu xây dựng chương trình du lịch gắn với chợ nổi, chào bán cho khách hàng, Chia sẻ lợi ích với người dân thương hồ; Sử dụng nhiều lao động địa phương. Đặc biệt, cần chú trọng hơn đến tính độc đáo, sáng tạo của các món quà lưu niệm và sự chuyên nghiệp của đội ngũ hướng dẫn viên và nhân viên phục vụ du lịch. □

Tài liệu tham khảo

- [1]. Trần Hoàng Diệu, Nguyễn Anh Tuấn (chủ biên), (2007). *Địa chí Tiền Giang*, tập 2, Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy Tiền Giang, Trung tâm Unesco Thông tin Tư liệu Lịch sử Văn hoá Việt Nam, Hà Nội.
- [2]. Nguyễn Hữu Hiếu (2017), *Đặc trưng chợ nổi Đồng bằng sông Cửu Long*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học Bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa sông nước Đồng bằng sông Cửu Long trong quá trình hội nhập và phát triển, Trường Đại học Cần Thơ, NXB Đại học Cần Thơ. (tr.62-75).
- [3]. Nhâm Hùng (2009), *Chợ nổi vùng đồng bằng sông Cửu Long*, NXB Trẻ, TP. Hồ Chí Minh.
- [4]. Ngô Văn Lệ, Ngô Thị Phương Lan, Huỳnh Ngọc Thu (2019), *Hoạt động thương hồ ở đồng bằng Sông Cửu Long*. NXB Chính trị Quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
- [5]. Nguyễn Trọng Nhân (2019). *Chợ nổi và khai thác chợ nổi phục vụ mục đích du lịch ở Đồng bằng sông Cửu Long*. Luận án tiến sĩ ngành địa lý, Trường Đại học Sư phạm Hà Nội, Hà Nội.
- [6]. Quốc sử quán triều Nguyễn (2006). *Đại Nam nhất thống chí* (tập 5), NXB Thuận Hóa, Thừa Thiên Huế.
- [7]. Võ Văn Sơn (2017), *Chợ nổi Tây Nam Bộ nhìn từ góc độ Văn hóa học*, Tạp chí Khoa học Trường Đại học An Giang, 3: 101-108.

Solutions to preserve and promote the cultural value of Cai Be floating market in the current integration period

Vo Van Son

Tien Giang University

Email: vovanson@tgu.edu.vn

Abstract: Cai Be floating market in Tien Giang is one of the oldest and most typical floating markets of the Southwest region. Unlike other floating markets, Cai Be floating market is open from early morning until late at night. The market operating in both wholesales and retails plays an important role in the economy, society and culture of local residents. However, at present, Cai Be floating market is facing many risks of losing its inherent beauty. Applying interdisciplinary research methods, the article introduces the history of formation, the characteristics of Cai Be floating market; thereby proposing solutions to preserve and develop floating markets in the current integration period.

Keywords: Cai Be floating market, solutions to preserve and promote the cultural value, integration period.