

CHỢ NỔI VÀ DU LỊCH CHỢ NỔI VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG - NHỮNG PHÁT HIỆN CHÍNH

Nguyễn Trọng Nhân*

TÓM TẮT

Chợ nổi và du lịch chợ nổi là hình thức thương mại và loại hình du lịch đặc trưng của vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Chợ nổi được bảo tồn sẽ mang lại nhiều lợi ích cho vùng trên nhiều phương diện. Tuy nhiên, do sự phát triển của kinh tế, xã hội và nhu cầu du lịch trong thời đại mới, làm cho chợ nổi và du lịch chợ nổi phải đương đầu với những thách thức. Nhằm cung cấp thông tin cho các bên liên quan trong việc ra quyết định bảo tồn và phát huy chợ nổi, nghiên cứu này được thực hiện. Công trình phân ánh các phát hiện chính trong quá trình nghiên cứu của tác giả về chợ nổi, du lịch chợ nổi và những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức đối với chợ nổi cũng như du lịch chợ nổi.

Từ khóa: chợ nổi, du lịch chợ nổi, đồng bằng sông Cửu Long.

ABSTRACT

Floating market and floating market tourism is a characteristic trading and tourism type of the Mekong Delta of Vietnam. Floating markets conservation will bring benefits for the area in many aspects. However, because of economic, social development and new era tourism needs, making floating markets and floating market tourism have to deal with threats. To supply information for stakeholders in decision making of floating markets conservation and development, this research was carried out. The paper reflects the main findings in the author's research process on floating markets, floating market tourism and strengths, weaknesses, opportunities and threats for floating markets as well as floating market tourism.

Key words: floating market, floating market tourism, the Mekong Delta of Vietnam.

1. Đặt vấn đề

Chợ nổi là loại hình thương mại, văn hóa truyền thống có mặt ở một số quốc gia vùng Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam. Trên lãnh thổ Việt Nam, chợ nổi phân bố ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long, nơi tận cùng phía Nam của tổ quốc. Cũng là chợ truyền thống nhưng

chợ nổi có nhiều điểm đặc biệt bởi gắn liền với môi trường sông nước.

Chợ nổi được xem là tài sản độc đáo và quý giá của vùng Đồng bằng sông Cửu Long bởi tính bản địa, đặc trưng và vai trò to lớn của nó. Trước thập niên 80 của thế kỉ XX, chợ nổi chỉ đảm nhận chức năng thương mại, từ thập niên 80 trở lại đây, nhiều chợ nổi lại gánh thêm chức năng du lịch.

* Thạc sĩ, Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Cần Thơ

Phát triển thương mại và du lịch sẽ đem lại cho người dân và địa phương nhiều lợi ích. Tuy nhiên, trước sự phát triển của kinh tế, xã hội và nhu cầu du lịch trong thời đại mới, làm cho chợ nổi và du lịch chợ nổi phải đương đầu với những thách thức. Để có sự phản ứng phù hợp đối với tình hình chợ nổi và du lịch chợ nổi hiện nay, cần phải có những luận cứ phục vụ cho quá trình ra quyết định. Vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm cung cấp những thông tin quan trọng giúp nhiều bên liên quan đi đến quyết định trong việc bảo tồn và phát huy chợ nổi.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để trả lời các câu hỏi nghiên cứu, phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu sơ cấp được sử dụng. Dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng phương pháp quan sát thực địa và điều tra bằng bảng câu hỏi. Trong quá trình nghiên cứu, tác giả thực hiện 4 lần quan sát tất cả các chợ nổi ở vùng (lần 1 vào các tháng 4, 5, 7 và 9 năm 2015; lần 2 vào tháng 12/2016; lần 3 vào tháng 4 năm 2017 và lần 4 vào tháng 8 năm 2017). Bên cạnh đó, tác giả còn tham gia ngày hội Du lịch văn hóa chợ nổi Cái Răng và lễ đón bằng chứng nhận Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia văn hóa chợ nổi Cái Răng vào ngày 8 tháng 7 năm 2016; tham dự lễ hội Văn hóa chợ nổi Cái Răng vào ngày 8 tháng 7 năm 2017.

Phương pháp phỏng vấn bán cấu trúc được sử dụng để thu thập thông tin từ đại diện cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa và du lịch, người dân mua bán trên sông. Theo đó, 8 đại diện cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa và du lịch ở tỉnh Tiền Giang, thành phố Cần Thơ, tỉnh An Giang và Sóc Trăng được phỏng vấn từ ngày 27 tháng 10 đến ngày 29 tháng 11 năm 2017; 80 người dân mua bán trên các

chợ nổi được phỏng vấn từ ngày 4 tháng 3 đến ngày 29 tháng 4 năm 2017.

Phương pháp điều tra bằng bảng câu hỏi được sử dụng để thu thập thông tin từ du khách. Theo đó, 400 du khách được phỏng vấn ở chợ nổi Cái Bè và Cái Răng bằng kỹ thuật lấy mẫu kiểu thuận tiện. Các phương pháp phân tích thống kê mô tả, kiểm định giả thuyết về trị trung bình của hai tổng thể, phân tích tương quan hai biến, đánh giá độ tin cậy thang đo, phân tích nhân tố khám phá, phân tích hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng để phân tích dữ liệu.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Chợ nổi vùng Đồng bằng sông Cửu Long

Chợ nổi Đồng bằng sông Cửu Long có thể được hình thành từ cuối thế kỉ XVIII mà điển hình là chợ nổi Cái Bè. Đến đầu thế kỉ XX, một loạt các chợ nổi Trà Ôn, Cái Răng, Ngã Bảy, Ngã Năm lại ra đời. Các chợ nổi Phong Điền, Long Xuyên, Châu Đốc, Cà Mau xuất hiện vào thập niên 70 của thế kỉ XX. Cái Nước và Vĩnh Thuận là hai chợ nổi ra đời muộn hơn so với các chợ nổi trên (thập niên 80 và 90 của thế kỉ XX, lần lượt).

Do sự tác động tổng hòa các yếu tố: hệ thống sông ngòi và kênh rạch chằng chịt, sự yếu kém của mạng lưới giao thông đường bộ, sự hình thành của nền kinh tế hàng hóa, tập quán giao thương trên sông của người dân, sự tiến triển của nghề đóng ghe xuống, tính tự do trong neo đậu và buôn bán cao, sự hình thành của hệ thống đô thị đã sản sinh ra hệ thống chợ nổi vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

Để khắc phục tình trạng ách tắc và tai nạn giao thông, trật tự không đảm bảo, công an đường thủy đã di dời hầu hết chợ nổi đến vị trí khác vào thập niên cuối của thế kỉ XX (Cà Mau, Cái Răng, Châu Đốc, Ngã Năm), thập niên thứ nhất (Ngã Bảy, Cà Mau, Long Xuyên, Trà Ôn) và thứ hai (Cái Nước và Vĩnh Thuận) của thế kỉ XXI. Nhờ đó, tình hình an toàn và thông thoáng trong giao thông được cải thiện rất đáng kể, tình trạng mất trật tự ít khi xảy ra. Tuy nhiên, hệ lụy của việc di dời là làm giảm lượng ghe xuồng tập trung mua bán và thay đổi bản chất chợ nổi.

Trong 11 chợ nổi ở vùng, Cái Răng, Long Xuyên và Ngã Năm có quy mô lớn, các chợ nổi còn lại (Cái Bè, Trà Ôn, Châu Đốc, Ba Ngàn, Vĩnh Thuận, Cà Mau, Cái Nước) có quy mô nhỏ. Chợ nổi phân bố ở 8 tỉnh/thành phố có điều kiện tự nhiên, kinh tế, xã hội thuận lợi cho việc neo đậu và mua bán (Tiền Giang, Vĩnh Long, Cần Thơ, An Giang, Hậu Giang, Sóc Trăng, Kiên Giang và Cà Mau). Hoạt động giao thương ở chợ nổi diễn ra suốt năm nhưng mức độ sung túc có sự thay đổi nhất định theo quý (từ tháng 1 đến tháng 4, từ tháng 4 đến tháng 8 số lượng ghe xuồng tham gia mua bán tăng, từ tháng 9 đến tháng 12 số lượng ghe xuồng tham gia mua bán giảm) và thời điểm (giáp Tết Đoan Ngọ và Tết Nguyên Đán số lượng ghe xuồng tham gia mua bán đông đúc hơn so với những thời điểm khác của năm).

Chợ nổi có đặc điểm là nhóm họp trên đoạn sông có những điều kiện thuận lợi; việc đi lại và chuyên chở hàng hóa được thực hiện bằng ghe và vỏ lãi/xuồng; hàng nông sản chiếm ưu thế; sử dụng cây bèo trong tiếp thị hàng hóa; được nhóm họp suốt ngày, có nơi hoạt động cả vào ban đêm nhưng buổi sáng vẫn là

thời điểm mua bán đông đúc nhất; người Kinh đóng vai trò quan trọng trong hoạt động giao thương ở chợ nổi.

Chợ nổi có vai trò phân phối hàng nông sản, làm đa dạng văn hóa vùng, tạo việc làm và mang lại thu nhập cho người dân, giao lưu văn hóa và trao đổi thông tin, quảng bá hình ảnh vùng, tạo cảm hứng cho hoạt động sáng tạo nghệ thuật, là nguồn tài nguyên du lịch.

Gây ô nhiễm môi trường sông nước là hạn chế của chợ nổi. Quá trình tồn tại và phát triển của chợ nổi đã, đang và sẽ phải đối mặt với những thách thức: sự phát triển của mạng lưới giao thông đường bộ, chợ trên bờ và nhà vừa cùng sự suy giảm số người tiếp nối hoạt động mua bán trên sông. Hiện tại, hoạt động mua bán ở chợ nổi có một số thay đổi đáng kể so với thời điểm thập niên 80 trở về trước (sự tương quan giữa số ghe nhỏ và ghe lớn, loại hình phương tiện vận chuyển, đối tượng bán hàng, hàng hóa, dịch vụ, đơn vị đo lường, cách thức thu mua hàng hóa). Chợ nổi có nhiều điểm tương đồng và khác biệt với chợ trên bờ.

3.2. Du lịch chợ nổi vùng Đồng bằng sông Cửu Long

Có nhiều điều kiện hỗ trợ hoạt động khai thác du lịch chợ nổi vùng Đồng bằng sông Cửu Long, đó là vị trí địa lí và khả năng tiếp cận, tài nguyên du lịch, trình độ phát triển kinh tế - xã hội.

Chợ nổi vùng Đồng bằng sông Cửu Long tọa lạc gần trung tâm thị trấn, thị xã và thành phố, nơi có mạng lưới giao thông đường bộ khá hoàn chỉnh nên du khách có thể tiếp cận chợ nổi bằng đường bộ một cách dễ dàng. Hơn nữa, chợ nổi còn nằm gần nơi giao nhau của nhiều nhánh sông hoặc trên một đoạn sông khá rộng đến rộng, nằm gần hoặc trực tiếp

trên những tuyến giao thông chính của vùng, tạo thuận lợi cho du khách trong việc tiếp cận chợ nổi bằng đường thủy. Ngoài ra, chợ nổi còn nằm khá gần trung tâm gửi khách của các thành phố; phụ cận chợ nổi lại có nhiều điểm tham quan khác, là những yếu tố quan trọng để thu hút du khách và nâng cao khả năng liên kết trong khai thác du lịch.

Yếu tố tự nhiên có khả năng hấp dẫn du khách ở chợ nổi là sông nước và môi trường không khí. Hàng hóa, dịch vụ, phương thức mua bán, hoạt động mua bán và đời sống của cư dân thương hồ là nguồn tài nguyên du lịch nhân văn quan trọng của chợ nổi. Hàng hóa trên chợ nổi khá đa dạng (nông sản, thức ăn, đồ uống, thực phẩm tươi sống, quần áo, nhu yếu phẩm, đồ gia dụng, cây giống, xăng dầu,...), vừa phục vụ nhu cầu của du khách vừa là đối tượng quan sát của họ. Vận chuyển, tham quan, ăn uống, mua sắm và sửa cần là những dịch vụ trên chợ nổi. Dịch vụ không chỉ góp phần tạo nên hoạt động bình thường của chợ nổi mà còn là sức hấp dẫn, tiện nghi và một phần trong chuỗi những hoạt động của du khách. Hàng hóa được bán sỉ và lẻ; đơn vị đo lường là kg, thiên, chực, tạ, nải, trái; giao hàng bằng cách đưa từng bọc, buồng; chuyên từng cặp hoặc tung từng trái trong điều kiện hai ghe sát cạnh nhau. Đến chợ nổi để mua hàng hóa và tìm hiểu phương thức mua bán của người dân cũng là nhu cầu của nhiều du khách. Bẹo hàng là hình thức quảng bá hàng hóa rất đặc trưng trên chợ nổi và cây bẹo được sử dụng để thực hiện chức năng này. Là một biểu tượng đặc biệt trên chợ nổi nên cây bẹo nhận được sự quan tâm của nhiều du khách. Hoạt động mua bán và đời sống của cư dân thương hồ có nhiều nét độc đáo đã thôi thúc không ít du khách đến tham quan, tìm hiểu.

Các tuyến đường quốc lộ, tỉnh lộ đi qua chợ nổi đều được tráng nhựa và làn đường đủ rộng cho việc lưu thông của phương tiện vận tải khách với nhiều loại tải trọng khác nhau. Riêng đối với một số huyện lộ và đường nội thị kết nối quốc lộ với chợ nổi còn hạn chế về độ rộng và chất lượng mặt đường. Các bến tàu, cảng du lịch chợ nổi Đồng bằng sông Cửu Long đã đáp ứng được nhu cầu tham quan của du khách. Tuy nhiên, bến tàu du lịch chợ nổi Cái Bè đang phải đối mặt với vấn đề rác thải, mùi hôi và không gian đỗ xe. Tương tự, rác thải cũng là vấn đề đối với cảng du lịch Ninh Kiều. Các bến đò chợ nổi do chưa được quy hoạch và đầu tư xây dựng (tận dụng bờ kè và bến phà) nên chỉ đáp ứng được nhu cầu tham quan của khách đi lẻ, khách đi theo đoàn dưới dạng nhóm nhỏ; các tiêu chuẩn về thẩm mỹ, vệ sinh môi trường, mức độ tiện lợi trong tham quan cũng không đảm bảo. Mạng lưới thương nghiệp phụ cận chợ nổi không chỉ đáp ứng nhu cầu ăn uống, mua sắm mà còn là nơi du khách có thể tham quan. Các thành tố cơ sở hạ tầng khác như hệ thống thông tin liên lạc, hệ thống cấp nước, mạng lưới điện cơ bản đáp ứng được hoạt động khai thác du lịch ở chợ nổi. Với câu du lịch chợ nổi như hiện nay, nhân viên phục vụ đã đáp ứng được đòi hỏi về lượng. Bên cạnh những điểm mạnh (nhanh chóng trong thực hiện các dịch vụ, nhiệt tình giúp đỡ du khách, thân thiện và mến khách, chuyên nghiệp trong điều khiển phương tiện tham quan, phục vụ du khách một cách hòa nhã), nhân viên phục vụ du lịch chợ nổi vẫn tồn tại một số hạn chế về chất (kiến thức điểm đến, tâm lý du khách và nghệ thuật giao tiếp, năng lực thuyết minh, kỹ năng quản lý cảm xúc, năng lực ngoại ngữ, văn hóa ứng xử). Sự thỏa mãn của du khách sẽ giảm sút khi không

có sự kết hợp giữa tham quan chợ nổi với các loại hình du lịch khác. Các loại hình du lịch có mối quan hệ mật thiết, góp phần tạo nên sức hấp dẫn của chương trình du lịch chợ nổi là tham quan vườn cây ăn trái, tham quan làng nghề, thưởng thức đờn ca tài tử, đi xuồng trên sông rạch, tham quan nhà cổ, viếng thăm làng dân tộc, tham quan nhà thờ/đình/chùa/thiền viện/khu lưu niệm/thánh đường, xem xiếc khi/đua heo/đua chó,...

Du lịch chợ nổi ra đời từ thập niên 80 của thế kỉ XX và Ngã Bảy là điểm đến. Sau đó, các chợ nổi Cái Bè, Cái Răng, Trà Ôn, Phong Điền, Long Xuyên, Châu Đốc, Ngã Năm cũng đón khách. Hoạt động du lịch diễn ra ở 8 trong số 11 chợ nổi Đồng bằng sông Cửu Long nhưng chợ nổi Cái Bè và Cái Răng đã được đầu tư khai thác du lịch thật sự nên thu hút được nhiều du khách. 6 chợ nổi còn lại (Trà Ôn, Phong Điền, Long Xuyên, Châu Đốc, Ba Ngàn, Ngã Năm) đã có khách đến viếng thăm nhưng với số lượng ít và mang tính tự phát. 3 chợ nổi Vĩnh Thuận, Cà Mau và Cái Nước chưa thấy du khách đến tham quan. Do chưa có nhiều các dịch vụ ăn uống, mua sắm, vui chơi giải trí; khoảng cách từ bến tàu/cảng du lịch, bên đò đến chợ nổi gần cùng với không gian chợ nổi không lớn lắm nên khó kéo dài thời gian tham quan của du khách. Trung bình du khách chỉ bỏ ra từ 30 phút đến 2 giờ đồng hồ cho việc di chuyển và tham quan chợ nổi. Đến chợ nổi, du khách thường thực hiện một số hoạt động: ngắm cảnh hai bên bờ sông, quan sát hoạt động mua bán và sinh hoạt của cư dân thương hồ, ngắm và mua hàng nông sản, ăn uống, mua hàng lưu niệm, tham gia loại hình nghệ thuật đờn ca tài tử, chụp ảnh. Nói chung, các chợ nổi Đồng bằng sông Cửu Long mới chỉ được khai thác trên cơ sở tận dụng những yếu tố hấp dẫn tự nhiên và văn hóa sẵn

có, chưa có sự đầu tư gì đáng kể. Hệ quả, đến chợ nổi, du khách không thể tham gia nhiều hoạt động và ít thu được những trải nghiệm thú vị. Hiện tại, những khoản thu từ du lịch đã có ở chợ nổi Cái Bè, Cái Răng, Phong Điền, Long Xuyên, Châu Đốc, Ba Ngàn và Ngã Năm với mức độ nhiều ít khác nhau. Cái Bè và Cái Răng là hai điểm du lịch có nhiều khoản thu nhất từ du khách, trong khi đó, các chợ nổi còn lại có mức thu không đáng kể. Do đa dạng hơn về các loại hình dịch vụ nên du khách có nhiều khoản chi tiêu ở chợ nổi Cái Răng hơn so với chợ nổi Cái Bè. Các chợ nổi còn lại chủ yếu có thu từ hoạt động đi lại và ăn uống nhỏ lẻ của du khách. Trừ phương tiện vận chuyển khách, các cơ sở vật chất như nhà hàng ven chợ nổi, điểm giải trí, ăn uống và mua sắm trên chợ nổi còn nghèo nàn. Du lịch chợ nổi chủ yếu được quảng bá thông qua phương tiện Internet và tồn tại dưới dạng hình ảnh, tin tức và video. Bên cạnh đó, một số chợ nổi còn được quảng bá trên ấn phẩm hướng dẫn du lịch. Trong các chợ nổi, Cái Răng không chỉ có tần số xuất hiện nhiều hơn mà hình thức quảng bá cũng đa dạng hơn. Tình hình trật tự và an toàn trong du lịch chợ nổi Đồng bằng sông Cửu Long khá tốt. Ngoại trừ tình trạng ăn xin, chèo kéo và thách giá cần phải được cải thiện, các phương diện còn lại (quản lý tình trạng bán hàng rong, trộm cắp, lừa gạt, tai nạn giao thông) nên tiếp tục duy trì. Môi trường sông nước và cảnh quan hiện đang là vấn đề đáng quan tâm đối với công tác bảo tồn và khai thác chợ nổi. Đối tượng tham gia xả thải chủ yếu là người dân thương hồ và cư dân địa phương. Không chỉ có rác thải trên sông, cảnh quan ở một hoặc hai bên bờ sông nơi chợ nổi tọa lạc không đủ tiêu chuẩn cho hoạt động khai thác du lịch. Những ngôi nhà lụp xụp, những chiếc bè cũ kỹ, bãi bùn và cây

cối, khu dân cư đầy rác rưởi,... thật sự là rào cản đối với những chợ nổi muốn trở thành nơi đến du lịch hấp dẫn. Các hoạt động người dân địa phương tham gia chủ yếu trong du lịch là chuyên chở khách tham quan, phục vụ ăn uống, bán hàng nông sản cho du khách, hướng dẫn khách tham quan. Tuy nhiên, lợi ích từ du lịch chủ yếu đổ dồn về công ty du lịch và đơn vị cung ứng phương tiện vận chuyển khách. Các dịch vụ ở chợ nổi gồm tham quan, ăn uống, mua sắm và vui chơi giải trí. Giá cả các dịch vụ trên khá đắt so với những gì du khách nhận được.

Hai nghiên cứu trường hợp về khai thác chợ nổi phục vụ du lịch được thực hiện ở Cái Bè và Cái Răng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, du khách biết đến hình ảnh du lịch chợ nổi Cái Bè và Cái Răng chủ yếu thông qua người thân và bạn bè, Internet và công ty du lịch. Du khách đến chợ nổi vì nhiều mục đích nhưng nổi bật vẫn là tận hưởng bầu không khí trong lành và mát mẻ, tìm hiểu hoạt động mua bán trên sông của người dân, tìm hiểu đời sống và sinh hoạt trên sông của người dân. Đến chợ nổi Cái Bè và Cái Răng, du khách thường thực hiện một số hoạt động như tham quan cảnh quan, nghiên cứu/tìm hiểu hình thức mua bán trên sông của người dân, nghiên cứu/tìm hiểu đời sống và sinh hoạt trên sông của người dân. Hầu hết những điều kiện phục vụ khai thác du lịch chợ nổi Cái Bè và Cái Răng được du khách đánh giá ở mức khá tốt/khá hợp lý, chẳng hạn, hướng dẫn viên du lịch, hệ thống giao thông phục vụ du lịch, phương tiện vận chuyển tham quan chợ nổi, trật tự và an toàn trong du lịch, giá cả dịch vụ du lịch. Phương diện được du khách đánh giá ở mức tốt là nhân viên phục vụ trên phương tiện vận chuyển tham quan. Trong khi đó, mức độ tương đối ô nhiễm là sự đánh giá của du khách đối với môi trường sông

nước ở chợ nổi. 8 nhân tố ảnh hưởng đến sự khai thác du lịch chợ nổi Cái Bè và Cái Răng theo thứ tự giảm dần là “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”. Ở độ tin cậy 99%, mức độ hấp dẫn của chợ nổi Cái Bè và Cái Răng có tương quan thuận đến sự hài lòng, dự định viếng thăm lặp lại và giới thiệu của khách hàng. Tuy nhiên, mối quan hệ giữa mức độ hấp dẫn của điểm đến với sự hài lòng và dự định giới thiệu đến người thân và bạn bè của du khách mạnh hơn dự định quay lại của họ. Chợ nổi Cái Bè và Cái Răng có sự khác biệt về mức độ hấp dẫn với độ tin cậy 99%. Theo sự đánh giá của du khách, chợ nổi Cái Răng hấp dẫn hơn chợ nổi Cái Bè (5,12/7 và 4,64/7 điểm, lần lượt). Chợ nổi Cái Bè và Cái Răng cũng có sự khác biệt về sự hài lòng, dự định quay lại và giới thiệu của du khách. Ở độ tin cậy 95%, du khách cảm thấy hài lòng đối với chợ nổi Cái Răng hơn chợ nổi Cái Bè (5,14/7 và 4,85/7 điểm, lần lượt). Dự định quay lại chợ nổi Cái Răng của du khách cao hơn chợ nổi Cái Bè với độ tin cậy 99% và giá trị trung bình tương ứng là 5,19/7 và 4,53/7 điểm. Ở độ tin cậy 99%, dự định giới thiệu chợ nổi Cái Răng của du khách cao hơn chợ nổi Cái Bè (5,68/7 và 5,26/7 điểm, lần lượt).

3.3. Điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đối với chợ nổi và du lịch chợ nổi vùng Đồng bằng sông Cửu Long

Chợ nổi, du lịch chợ nổi là sản phẩm của môi trường tự nhiên và hoạt động kinh tế

- xã hội nên bản thân nó luôn có những điểm mạnh, điểm yếu; đồng thời, đón nhận những cơ hội và phải đối mặt với những thách thức cụ thể như sau:

- *Điểm mạnh (Strengths - S)*: (i) Đóng vai trò quan trọng trong thúc đẩy phát triển kinh tế, xã hội và làm giàu văn hóa của địa phương; (ii) Còn giữ được tính chân thực của hoạt động giao thương trên sông; (iii) Người dân thương hồ thân thiện, hiếu khách, cách mua bán và sinh hoạt thể hiện tính đặc trưng của văn hóa vùng sông nước Cửu Long; (iv) Là một dạng tài nguyên hỗn hợp tự nhiên và nhân văn độc đáo, có khả năng thu hút khách du lịch; (v) Nằm gần trung tâm đô thị nên khả năng tiếp cận dễ dàng; (vi) Có vị trí thuận lợi trong việc liên kết với các loại hình du lịch khác.

- *Điểm yếu (Weaknesses - W)*: (i) Ô nhiễm môi trường sông nước; (ii) Cảnh quan ven chợ nổi thiếu thẩm mỹ; (iii) Khá nhiều rác thải ở bến tàu du lịch và bãi đỗ xe; (iv) Hệ thống giao thông đường bộ kết nối chợ nổi chưa hoàn chỉnh; (v) Bến tàu du lịch còn thiếu và chưa đảm bảo chất lượng; (vi) Phương tiện vận chuyển tham quan ở một số nơi chưa phù hợp với tiêu chuẩn phục vụ du lịch; (vii) Nhân viên phục vụ du lịch còn một số hạn chế về chất; (viii) Giá cả dịch vụ du lịch chưa thật sự hợp lý; (ix) Sản phẩm du lịch chưa đa dạng và ít thể hiện tính đặc trưng; (x) Quảng bá hình ảnh điểm đến chưa mạnh mẽ; (xi) Công tác đảm bảo an ninh trật tự và sức khỏe du khách hạn chế ở một số mặt; (xii) Chưa có sự đầu tư đáng kể cho hoạt động bảo tồn, khai thác du lịch chợ nổi; (xiii) Người dân sống ven chợ nổi và mua bán trên sông ít có được lợi ích từ du lịch; (xiv) Thiếu sự hợp tác giữa chính quyền địa phương, cơ

quan quản lý nhà nước về du lịch, doanh nghiệp, cộng đồng địa phương và cơ sở giáo dục/nghiên cứu; (xv) Nhận thức của người dân về du lịch còn hạn chế; (xvi) Công tác quản lý chợ nổi và du lịch chợ nổi chưa sát sao.

- *Cơ hội (Opportunities - O)*: (i) Địa phương bắt đầu quan tâm đến công tác bảo tồn chợ nổi; (ii) Du lịch chợ nổi được xem là ngành kinh tế quan trọng của địa phương; (iii) Cầu du lịch chợ nổi lớn.

- *Thách thức (Threats - T)*: (i) Sự suy giảm ghe, xuồng mua bán trên chợ nổi; (ii) Sự cạnh tranh của các loại hình du lịch khác; (iii) Du khách ngày càng đòi hỏi cao về chất lượng dịch vụ và môi trường du lịch.

4. Kết luận

Chợ nổi và du lịch chợ nổi có vai trò quan trọng đối với các mặt kinh tế, văn hóa và xã hội vùng Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng và cả nước nói chung. Vì vậy, việc giữ gìn và phát huy chợ nổi theo hướng thương mại - du lịch sẽ là mô hình thích hợp đối với các chợ nổi Cái Bè, Cái Răng, Long Xuyên và Ngã Năm, trong khi các chợ nổi còn lại sẽ phù hợp hơn đối với hình thức thương mại truyền thống.

Phương châm của hoạt động kinh doanh du lịch là cung cấp cho du khách những gì họ cần chứ không phải là những gì điểm đến có. Vì vậy, việc xác định đúng thế mạnh của các chợ nổi và tập trung đầu tư có trọng tâm trọng điểm sẽ là chiến lược phù hợp cho hoạt động khai thác du lịch chợ nổi vùng Đồng bằng sông Cửu Long trong thời gian sắp tới.

Ngày nhận bài: 19/5/2018

Ngày gửi phản biện: 21/5/2018