

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF CAI RANG FLOATING MARKET IN THE CURRENT PERIOD

Nguyen Hong Anh Thy

University of Economics and Law, Vietnam National
University, Ho Chi Minh City

ROR: <https://ror.org/0138jhg57>

Email: thynhak24504a@st.uel.edu.vn

ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0002-4347-8162>

Article History

Received: 16/9/2025
Reviewed: 02/10/2025
Revised: 15/10/2025
Accepted: 28/11/2025
Released: 30/12/2025

DOI: <https://doi.org/10.64223/tvj.e2025.v1.i4.a64>

Abstract:

More than just an iconic tourist destination in Can Tho city, Cai Rang floating market is also a cultural heritage deeply rooted in the identity of the Mekong Delta region. However, in recent years, Cai Rang floating market has been gradually shrinking in both scale and its vibrant traditional values. This article focuses on clarifying the unique values of Cai Rang floating market and analyzing the current state of its activities. Based on this, the article proposes several measures for the preservation and sustainable development of Cai Rang floating market, ensuring it remains not only an attractive tourist destination but also an indispensable part of the cultural life of Can Tho people.

Keywords: *Cai Rang floating market; Cultural heritage; Preservation; Tourism; Sustainable development.*

1. Đặt vấn đề

Một trong những chợ nổi lâu đời và nổi tiếng nhất của vùng đồng bằng sông Cửu Long là chợ nổi Cái Răng, nơi đây đã gắn liền với sự ra đời và phát triển của văn hóa sông nước Nam Bộ. Không chỉ là nơi trao đổi, mua bán hàng hóa, mà chợ nổi Cái Răng còn là nơi lưu giữ sống động những nét văn hóa dân gian độc đáo, thể hiện nhịp sống, nếp sinh hoạt, phương thức làm ăn và lối sống đời nhân xứ thể ghi đậm dấu ấn của người dân miền sông nước. Là sản phẩm văn hóa, du lịch đặc sắc của Cần Thơ nói riêng và khu vực Tây Nam Bộ nói chung, chợ nổi Cái Răng đã trải qua bao thăng trầm lịch sử cũng như đóng vai trò to lớn đối với đời sống tinh thần của nhân dân.

Trong bối cảnh hiện nay, với tốc độ đô thị hóa cùng sự phát triển nhanh chóng của ngành du lịch, chợ nổi Cái Răng đang có nhiều điều kiện thuận lợi để được quảng bá rộng rãi, hấp dẫn du khách trong nước và quốc tế. Hoạt động du lịch đã và đang góp phần làm gia tăng giá trị kinh tế, tạo nguồn thu nhập cho cư dân địa phương, đồng thời mang hình ảnh chợ nổi đến gần hơn với cộng đồng xã hội. Tuy nhiên, song hành với những mặt tích cực trên, chợ nổi Cái Răng cũng đang đối mặt với không ít thách thức như sự sụt giảm số lượng ghe, xuồng mua bán

hàng hóa, sự mai một dần của một số tập quán sinh hoạt truyền thống cũng như các vấn đề ô nhiễm môi trường nước và không gian sống trên sông nước. Việc bảo tồn và phát huy hiệu quả các giá trị văn hóa của chợ nổi Cái Răng trong giai đoạn hiện nay chịu tác động trực tiếp bởi những yếu tố trên.

Từ thực tiễn đó, việc nghiên cứu lịch sử hình thành, vai trò của chợ nổi Cái Răng, phân tích hiện trạng, đồng thời đề xuất giải pháp phát triển phù hợp với thực tiễn địa phương là vô cùng cần thiết. Bài viết mong muốn đóng góp một góc nhìn thực tiễn về chợ nổi Cái Răng. Qua đó, góp phần khơi dậy bản sắc đô thị miền sông nước trong tiến trình phát triển bền vững, hài hòa giữa hiện đại và truyền thống.

2. Tổng quan nghiên cứu

Theo Henri Lefebvre trong *The Production of Space*, không gian xã hội là sản phẩm do con người tạo ra thông qua hoạt động sản xuất, quan hệ kinh tế và thực hành văn hóa. Mỗi cộng đồng đều tự sản xuất ra không gian riêng của mình, phản ánh đặc điểm văn hóa, kinh tế và chịu sự chi phối của các quan hệ quyền lực, phương thức sản xuất và cấu trúc xã hội. Như vậy, có thể xem chợ nổi là một không gian xã hội đặc thù được hình thành từ nhu cầu giao thương sông nước và được tái tạo qua nhiều thế hệ

thông qua các tập quán buôn bán, sinh hoạt trên ghe, lối sống thương hồ. Sự vận hành của chợ nổi vừa mang chức năng kinh tế, vừa chứa đựng lớp nghĩa văn hóa, thể hiện đúng tinh thần không gian văn hóa - xã hội của Lefebvre. Thêm vào đó, quá trình đô thị hóa Cần Thơ và sự chuyển dịch của chợ nổi sang phục vụ du lịch cũng chứng minh cho tính biến đổi, tái cấu trúc liên tục của không gian xã hội mà lý thuyết này đề cập.

Ngoài ra, theo lý thuyết sinh kế bền vững được phát triển bởi Chambers, Conway và hoàn thiện qua cách tiếp cận của DFID, sinh kế của một cộng đồng là sự kết hợp giữa các nguồn lực mà họ sở hữu (tự nhiên, xã hội, nhân lực, tài chính, vật chất), các chiến lược sinh kế mà họ lựa chọn và các kết quả sinh kế đạt được. Một sinh kế được xem là bền vững khi nó có khả năng duy trì và cải thiện nguồn lực, đồng thời chống chịu được các cú sốc, biến đổi mà không làm suy giảm tiềm năng phát triển tương lai của cộng đồng. Cách tiếp cận sinh kế bền vững cho thấy, chợ nổi không chỉ là một địa điểm buôn bán, mà là một hệ sinh kế phụ thuộc trực tiếp vào nguồn lực sông nước, mạng lưới xã hội thương hồ, kỹ năng nghề truyền thống và dòng chảy kinh tế địa phương. Những thực hành như vận chuyển nông sản, buôn bán trên ghe, chế biến ẩm thực tại chỗ hay kết nối thương lái đã hình thành nên chiến lược sinh kế đặc trưng của cư dân chợ nổi. Tuy nhiên, hệ sinh kế này đang đối mặt với nhiều áp lực. Lý thuyết giúp xác định rõ những yếu tố đang làm suy giảm tài sản sinh kế của cộng đồng chợ nổi, từ đó nhấn mạnh nhu cầu xây dựng giải pháp bảo tồn văn hóa gắn với ổn định sinh kế như duy trì nguồn lực tự nhiên, tăng cường vốn xã hội, bổ trợ vốn nhân lực và tạo thêm nguồn thu bền vững thông qua các mô hình du lịch văn hóa.

Một vấn đề khác nói về du lịch văn hóa, theo nghiên cứu của Greg Richards vào năm 2018, đây được xem như một hiện tượng xã hội có phạm vi ngày càng mở rộng, gắn với nhiều lĩnh vực nghiên cứu như hành vi tiêu dùng văn hóa, bảo tồn di sản hay mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế sáng tạo. Trên cơ sở đó, một khái niệm bao quát hơn về du lịch văn hóa được đưa ra: Đây là loại hình du lịch xuất phát từ nhu cầu của du khách muốn tìm hiểu, trải nghiệm và tham gia vào đời sống văn hóa, bao gồm cả những giá trị hữu hình và vô hình. Khung lý luận này thể hiện một xu hướng: Văn hóa trong du lịch không chỉ dừng lại ở di sản vật thể, mà mở rộng đến văn hóa sống thường ngày của cộng đồng địa phương. Richards nhấn mạnh du khách hiện đại không chỉ đi để xem, mà để trải nghiệm và tương tác, qua đó khiến văn hóa địa phương trở thành một dạng sản phẩm trải nghiệm. Dưới góc nhìn du lịch văn hóa, những yếu tố này chính là nguồn lực quan trọng để phát triển các sản phẩm du lịch mang tính trải nghiệm, đồng thời giúp bảo tồn giá trị văn hóa địa phương theo hướng bền vững.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng hai phương pháp nghiên cứu chính.

Thứ nhất, phương pháp phân tích - tổng hợp tài liệu được vận dụng nhằm thu thập, chọn lọc và tham khảo các nguồn tài liệu thứ cấp như tạp chí học thuật, báo chí chính thống và tài liệu của các cơ quan quản lý văn hóa và du lịch. Qua đó, giúp xây dựng cơ sở lý luận và nhận diện tổng quan vấn đề.

Thứ hai, phương pháp khảo sát thực địa được thực hiện thông qua việc trực tiếp đến chợ nổi Cái Răng để quan sát hoạt động giao thương, không gian du lịch và sự tham gia của người dân, tiểu thương, du khách. Phương pháp này góp phần cung cấp dữ liệu thực tế, phản ánh đúng hiện trạng của chợ nổi Cái Răng hiện nay.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Lịch sử hình thành và phát triển của chợ nổi Cái Răng

Lịch sử của chợ nổi Cái Răng được hình thành vào khoảng đầu thế kỷ XX. Ban đầu, quá trình trao đổi hàng hóa trong cộng đồng dân cư chủ yếu dựa vào đường thủy, các dòng sông, kênh, rạch giữ vai trò là “*tuyến giao thông huyết mạch*” khi hệ thống giao thông đường bộ vẫn chưa phát triển. Khi đó, các hoạt động buôn bán, vận chuyển hàng hóa trên sông hình thành một cách tự nhiên, phục vụ nhu cầu tiêu thụ nông sản và sinh hoạt hằng ngày của người dân địa phương. Xuất phát từ chính nhu cầu thực tế như vậy, chợ nổi Cái Răng là điểm tập kết của các thương nhân mua bán nông sản giữa các vùng miền với nhau. Các ghe, xuồng đến từ khắp vùng đồng bằng sông Cửu Long, chờ theo các mặt hàng nông sản từ trái cây, rau quả, đến gốm sứ, bếp củi, lò lửa hình thành hoạt động mua bán nhộn nhịp. Với hàng trăm ghe lớn nhỏ hoạt động suốt từ hai hoặc ba giờ sáng đến lúc mặt trời lên cao, không gian chợ nổi ngày càng trở nên sôi động. Sau ngày giải phóng, đặc biệt từ khi đất nước thực hiện công cuộc đổi mới vào năm 1986, chợ nổi vẫn tiếp tục tồn tại và thích nghi, giữ vững vai trò là trung tâm giao thương, buôn bán si quan trọng của vùng đồng bằng sông Cửu Long. Các tiểu thương và thương lái từ các tỉnh lân cận như Hậu Giang, Sóc Trăng, Vĩnh Long (trước đây) vẫn thường xuyên tề tựu về đây, góp phần duy trì nhịp sống buôn bán sôi động trên sông.

Bước qua thế kỷ XXI, chợ nổi Cái Răng không chỉ đơn giản là một trung tâm thương mại truyền thống, mà còn ngày càng khẳng định vị thế như một điểm tham quan văn hóa và du lịch độc đáo, mang đậm bản sắc sông nước miền Tây Nam Bộ. Với hình ảnh những chiếc ghe đầy ắp sản vật miền sông nước và nét sinh hoạt đặc sắc của cư dân địa phương, chợ nổi Cái Răng đã thu hút ngày càng đông du khách trong

và ngoài nước đến tham quan, tìm hiểu và khám phá cuộc sống mộc mạc nơi đây. Được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công nhận là “*Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia vào năm 2016*”, chợ nổi Cái Răng góp phần định hình một giai đoạn mới trong nỗ lực bảo vệ và khai thác các giá trị truyền thống. Quyết định trên còn khẳng định vai trò to lớn về mặt văn hóa và là động lực thúc đẩy các hoạt động của du lịch địa phương, góp phần nâng cao nhận thức của người dân đối với việc gìn giữ nét đẹp của chợ nổi.

Chợ nổi Cái Răng cũng như nhiều khu du lịch và điểm thương mại truyền thống khác đã chịu thiệt hại nghiêm trọng bởi đại dịch COVID-19. Do chuỗi cung ứng nông sản bị đứt gãy bởi những hạn chế về việc đi lại giữa các vùng, số lượng ghe, xuồng mua bán giảm sút đáng kể. Hoạt động mua bán gần như đóng băng và bầu không khí náo nhiệt vốn có của chợ nổi Cái Răng đứt đoạn trong suốt một thời gian dài. Dù đã có những nỗ lực phục hồi hoạt động, song cũng không thực sự triệt để dẫn đến chất lượng đem lại không thật sự rõ rệt. Để lấy lại nhịp sống sôi động vốn có, đồng thời thích ứng với những biến đổi trong bối cảnh mới, việc khôi phục chợ nổi Cái Răng đòi hỏi có sự hợp tác tích cực hơn nữa từ các cấp chính quyền, cộng đồng dân cư cùng các bên liên quan.

4.2. Các nét văn hóa đặc trưng của chợ nổi Cái Răng

Chợ nổi Cái Răng không chỉ đơn thuần là một không gian giao thương, mà còn là nơi kết tinh những giá trị văn hóa đặc thù của cư dân miền sông nước Cửu Long. Nổi bật hàng đầu trong các tập quán thương mại tại đây chính là hình thức bẹo hàng, một nét văn hóa biểu tượng dường như chỉ có thể tìm thấy tại các chợ nổi miền Tây. Bẹo hàng là hành động treo mẫu sản phẩm chính thức lên một cây sào cao thường được gọi là cây bẹo gắn cố định ở mũi hoặc trước khoang ghe. Phương thức này phản ánh sự tinh tế và linh hoạt vượt trội của cộng đồng thương hồ trong môi trường buôn bán không có mặt bằng cố định. Cây bẹo đóng vai trò như một tín hiệu thương phẩm, giúp khách hàng, dù đang di chuyển hay neo đậu từ xa, có thể dễ dàng nhận diện chính xác loại hàng hóa ghe đang bày bán mà không cần phải tiếp cận gần hoặc cất tiếng hỏi. Chính sự đồng loạt của hàng trăm cây bẹo rực rỡ sắc màu ấy, đã kiến tạo nên một không gian thị giác đầy sống động, đa sắc thái, vừa là đặc trưng nhận diện chợ nổi, vừa là minh chứng cho sự sáng tạo trong giao tiếp phi ngôn ngữ của cư dân miền sông nước.

Bên cạnh đó, đời sống thương hồ, một cộng đồng dân cư sống đời lềnh đênh trên sông nước đã hình thành nên một lối sinh hoạt văn hóa riêng biệt. Với họ, chiếc ghe vừa là phương tiện mưu sinh, vừa là mái ấm gia đình, còn chợ nổi là nơi diễn ra mọi sinh hoạt thường nhật. Ngôn ngữ giao tiếp không chỉ qua

lời nói, mà còn thông qua tín hiệu tay, còi ghe, âm thanh rao hàng đặc trưng, tất cả tạo nên một bản hòa âm đậm chất miền Tây Nam Bộ phản ánh sự gần gũi, giản dị và đầy linh hoạt của người dân nơi đây. Hơn nữa, đời sống sông nước đã tích lũy cho họ một kho tàng tri thức dân gian đồ sộ, bao gồm kỹ thuật neo đậu ghe trong dòng chảy phức tạp, trao đổi hàng hóa trên ghe và đặc biệt là những tri thức thực hành sâu sắc về địa lý thủy lợi, đặc tính mùa vụ nông sản. Việc truyền nghề từ thế hệ này sang thế hệ khác về kinh nghiệm lái ghe, phân biệt chất lượng nông sản theo mùa và quan sát thời tiết đã biến mỗi thương hồ trở thành một chuyên gia thực thụ. Cuộc sống thương hồ ấy không tĩnh tại mà luôn vận động, phản ánh sâu sắc triết lý sống thuận thiên và thích nghi cao độ với môi trường sông nước đặc thù.

Không gian chợ nổi còn là nơi lưu giữ và quảng bá những giá trị văn hóa phi vật thể độc đáo như đờn ca tài tử Nam Bộ, một loại hình nghệ thuật đã được UNESCO ghi danh là Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại. Các ghe hàng ở chợ nổi Cái Răng tổ chức trình diễn đờn ca tài tử, góp phần lưu giữ và giới thiệu văn hóa dân tộc với du khách trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, ẩm thực ghe thuyền cũng là một yếu tố thu hút không thể bỏ qua với những món ngon gắn liền với miền sông nước như bún mắm, bánh tét lá cẩm, cà phê kho đều được chế biến, thưởng thức ngay trên ghe, đem lại trải nghiệm mới lạ và thú vị đối với du khách.

Từ những nét đặc sắc ấy, ta thấy chợ nổi Cái Răng không những là một điểm thương mại, mà còn là “*bảo tàng sống*” chứa đựng những giá trị văn hóa đặc sắc của cư dân miền Tây sông nước, nơi mà mỗi ghe hàng, mỗi câu nói, mỗi món ăn lại là một câu chuyện về con người và vùng đất Tây Nam Bộ.

4.3. Thực trạng chợ nổi Cái Răng hiện nay

4.3.1. Mặt tích cực

Trong những năm qua, chính quyền địa phương đã triển khai nhiều mục tiêu nhằm duy trì sự tồn tại và giá trị của chợ nổi Cái Răng, từ đó hình thành một nền tảng pháp lý và định hướng hành động khá rõ ràng cho công tác bảo tồn. Sau 5 năm thực hiện, “*Đề án Bảo tồn và phát triển chợ nổi Cái Răng gắn với phát triển du lịch và phát triển kinh tế xã hội quận Cái Răng giai đoạn 2016 - 2020*” đã hoàn tất 10 trong số 13 nhiệm vụ đặt ra cho thấy, nỗ lực chuyển các mục tiêu chiến lược thành kết quả cụ thể. Bên cạnh đó, các kế hoạch được ban hành hàng năm diễn hình như “*Kế hoạch tổ chức thực hiện nhiệm vụ trọng tâm để bảo tồn và phát triển chợ nổi Cái Răng năm 2023*”, thể hiện công tác bảo tồn luôn được cập nhật và điều chỉnh theo nhu cầu thực tế. Việc đang bắt đầu thực hiện đề án mới từ năm 2026 và chủ trương kêu gọi khu vực tư nhân đồng góp cũng phản ánh một hướng tiếp cận cởi mở, toàn diện hơn hướng về phát triển bền vững.

Mặt khác, chợ nổi Cái Răng vẫn duy trì được vị thế trên bản đồ du lịch của thành phố Cần Thơ, thể hiện qua sự phục hồi ấn tượng của lượng khách tham quan sau giai đoạn suy giảm nghiêm trọng do đại dịch COVID-19. Cụ thể, trong ba quý đầu năm 2024, khu vực Cái Răng đã thu hút hơn 02 triệu lượt khách du lịch, riêng chợ nổi thu hút trên 680.000 lượt. Bức tranh chung của thành phố đến tháng 11/2025 cũng cho thấy xu hướng tăng trưởng tích cực với khoảng 10 triệu lượt khách, tăng 20% so với cùng kỳ. Những con số này là minh chứng rằng, chợ nổi Cái Răng vẫn là điểm neo văn hóa thu hút khách du lịch.

Đáng chú ý, chợ nổi Cái Răng đang được tái định vị và tôn vinh thông qua lăng kính của giới trẻ, góp phần nâng cao nhận thức cộng đồng về giá trị văn hóa truyền thống. Thông qua các chương trình và cuộc thi do các trường học phát động nhằm giới thiệu di tích và địa điểm du lịch, một lần sóng các bạn trẻ đã trực tiếp tìm về chợ nổi, sẵn sàng thức dậy vào lúc ba, bốn giờ sáng để trải nghiệm thực địa, quan sát và ghi lại nhịp sống thương hồ. Những hình ảnh, Video chất lượng cao họ đăng tải trên các nền tảng mạng xã hội không chỉ là hoạt động truyền thông, mà còn là hành động đánh thức giá trị văn hóa, biến chợ nổi thành một đối tượng nghiên cứu, khám phá đầy cảm hứng. Sự dân thân của thế hệ mới này không chỉ làm đa dạng hóa góc nhìn về chợ nổi, mà còn tạo ra một kênh quảng bá tự nhiên và đầy sức sống.

4.3.2. Mặt hạn chế

Ngân sách hạn hẹp cùng việc thiếu sự phối kết hợp chặt chẽ giữa các bên liên quan đã khiến những nỗ lực bảo tồn trở nên khó khăn, nhiều tiêu thương chán nản và phải rời xa không gian chợ nổi truyền thống để đi tìm kiếm cơ hội việc làm khác.

Tình trạng ô nhiễm môi trường và sự thiếu đồng bộ của cơ sở hạ tầng là một hạn chế vật chất nghiêm trọng, đe dọa trực tiếp đến mỹ quan, sức khỏe cộng đồng và chất lượng trải nghiệm du lịch. Lượng lớn rác thải sinh hoạt, cùng với dầu nhớt thải ra từ các phương tiện giao thông đường thủy, kết hợp với hiện tượng nước tù đọng, đã làm suy giảm nghiêm trọng chất lượng nguồn nước. Sự xuống cấp này không chỉ gây mất mỹ quan đô thị trên sông, mà còn ảnh hưởng tiêu cực đến sức khỏe của cư dân thương hồ và gây ấn tượng xấu đối với du khách. Phản ánh từ một nhóm du khách châu Âu về sự thất vọng khi chứng kiến rác thải tràn ngập là minh chứng rõ ràng cho thấy, ô nhiễm đang làm giảm giá trị văn hóa và kinh tế của chợ nổi. Hơn nữa, việc thiếu các bến cập ghe kiên cố, an toàn, cùng với các tiện ích thiết yếu như nhà vệ sinh công cộng trên sông và khu vực đậu ghe du lịch được quy hoạch đã gây khó khăn lớn trong hoạt động mua bán và hạn chế nghiêm trọng sự thoải mái, an toàn của du khách, từ đó ảnh

hưởng đến khả năng giữ chân và thu hút khách du lịch cao cấp.

Sự đơn điệu của sản phẩm du lịch và việc thiếu liên kết chuỗi giá trị văn hóa đang làm suy giảm đáng kể sức hấp dẫn của chợ nổi đối với du khách hiện đại. Trải nghiệm du lịch thường chỉ dừng lại ở việc ngồi trên ghe và quan sát các ghe khác bán trái cây. Sự thiếu hụt các hoạt động và sản phẩm văn hóa đặc sắc có chiều sâu đã khiến nhiều du khách nhận xét chợ nổi "*chỉ có mấy chiếc ghe*" và không còn nhiều bằng những năm về trước; vì thế, không đủ để tạo nên một trải nghiệm đáng nhớ và giữ chân họ lâu hơn. Các hoạt động văn hóa có giá trị như biểu diễn đờn ca tài tử, tổ chức các hội chợ kết hợp lễ hội văn hóa đang diễn ra rất ít. Trong bối cảnh du lịch hiện đại yêu cầu sự đa dạng hóa trải nghiệm và sự thể hiện rõ ràng bản sắc đặc trưng, việc chậm trễ tái tạo chợ nổi thành một bức tranh văn hóa tổng thể, nhộn nhịp, vừa giữ gìn đời sống thương hồ truyền thống, vừa tạo ra các giá trị mới gắn với du lịch là một hạn chế then chốt cần được khắc phục.

4.4. Cơ hội và thách thức đặt ra

Cơ hội lớn nhất đặt ra cho chợ nổi Cái Răng chính là khả năng chuyên hóa giá trị văn hóa nội tại và truyền thống thành động lực phát triển đa chiều. Với vai trò là "*bảo tàng sống*" về sông nước và đời sống thương hồ, chợ nổi là tài sản văn hóa vô giá cần được khai thác cho mục đích giáo dục, nghiên cứu và xây dựng bản sắc địa phương. Sự cam kết của chính quyền địa phương qua việc hoàn thành các hạng mục quan trọng trong đề án bảo tồn và chuẩn bị cho đề án mới giai đoạn sắp tới cho thấy, một khuôn khổ pháp lý và hành động kiên quyết nhằm gìn giữ sinh mệnh văn hóa. Điều này tạo cơ hội để xây dựng một hệ thống quản lý toàn diện, mới gọi đầu tư tư nhân nhằm cung cấp nguồn lực tài chính ổn định cho công tác bảo tồn di sản, đảm bảo tính bền vững thay vì chỉ phụ thuộc vào ngân sách. Bên cạnh đó, sự quan tâm và tham gia tích cực của giới trẻ, thông qua việc khám phá và quảng bá chợ nổi bằng ngôn ngữ và nền tảng số hiện đại, đang mở ra cánh cửa để kết nối di sản truyền thống với công chúng mới, đảm bảo tính kế thừa và tạo ra một kênh truyền thông hiệu quả, chân thực, giúp lan tỏa các giá trị văn hóa cốt lõi của chợ nổi. Hơn nữa, sự phục hồi của lượng khách tham quan còn chứng minh rằng, sức hút của thương hiệu văn hóa Cái Răng trường tồn, là một nền tảng vững chắc để phát triển các loại hình kinh doanh sáng tạo khác ngoài thương mại nông sản thuần túy.

Tuy nhiên, con đường tái sinh chợ nổi không hề bằng phẳng mà bị chằng chịt bởi nhiều thách thức vì một số nguyên nhân nhất định. Hiện tượng thừa vắng của ghe buôn nông sản; một số ghe hàng còn lại thì thổi phồng giá cả các mặt hàng khiến chợ nổi có nguy cơ mất đi giá trị vốn có của một không gian

giao thương sinh động, chân thật. Thách thức về chất lượng trải nghiệm và môi trường đặt ra một bài toán phức tạp cho công tác quản lý. Ô nhiễm môi trường nước cùng với cơ sở hạ tầng du lịch thiếu đồng bộ không chỉ làm suy giảm mỹ quan và đe dọa sức khỏe, mà còn làm xói mòn uy tín du lịch. Mặt khác, sự đơn điệu và thiếu chiều sâu của sản phẩm du lịch hiện tại là một rào cản lớn, không đủ khả năng giữ chân du khách hoặc khuyến khích họ chi tiêu nhiều hơn.

5. Thảo luận

Để bảo tồn và phát huy hiệu quả những giá trị của chợ nổi Cái Răng, có thể xem xét các giải pháp sau:

Thứ nhất, thiết lập cơ chế bảo trợ và hỗ trợ sinh kế cho tiểu thương ghe buôn. Di sản chỉ sống khi gắn với cộng đồng, đặc biệt là những người đang gắn bó với nghề bán hàng trên sông nước. Do đó, cần xây dựng một cơ chế bảo trợ và hỗ trợ dài hạn cho nhóm đối tượng này, bao gồm cấp thẻ hành nghề chợ nổi, miễn giảm thuế phí neo đậu và vận chuyển, hỗ trợ tiếp cận vốn ưu đãi. Song song đó, triển khai các chương trình tín dụng ưu đãi thông qua Ngân hàng Chính sách Xã hội hoặc hợp tác với doanh nghiệp tài chính nhằm hỗ trợ vốn sửa chữa ghe thuyền, đầu tư vào sản phẩm du lịch và nâng cấp thiết bị an toàn. Chính sách này không chỉ giúp giảm áp lực kinh tế cho người buôn bán, mà còn khuyến khích họ duy trì hoạt động và gắn bó với không gian chợ nổi.

Thứ hai, tiến hành tái thiết kế tổng thể không gian và hệ thống hạ tầng của chợ nổi Cái Răng. Hiện nay, nhiều hạng mục hạ tầng quan trọng như bến cập neo đậu, cầu dẫn lên xuống, các điểm dừng chân, quầy hàng trên sông, nhà vệ sinh cũng như các phương tiện như ghe, xuồng vận chuyển khách và hàng hóa đều đã cũ kỹ và xuống cấp. Vì vậy, tiến hành rà soát và sửa chữa các hạng mục đã xuống cấp nhằm đảm bảo an toàn cho cả du khách và thương hồ. Tiếp đến, thiết kế bổ sung các gian hàng nổi chuyên biệt, vừa đáp ứng yêu cầu trưng bày và kinh doanh sản phẩm, vừa có thể trở thành địa điểm tương tác mang lại trải nghiệm mới mẻ cho du khách. Những gian hàng này được trang trí hài hòa giữa yếu tố hiện đại và yếu tố truyền thống nhằm không chỉ giúp tạo nên một diện mạo mới cho chợ nổi, mà đồng thời vẫn bảo tồn được không gian ký ức đặc trưng của vùng sông nước Tây Nam Bộ.

Thứ ba, tăng cường bảo vệ môi trường sinh thái, đặc biệt là chất lượng nguồn nước. Trước mắt, xây dựng quy chế bảo vệ môi trường riêng cho chợ nổi, trong đó quy định cụ thể trách nhiệm của từng nhóm đối tượng tham gia (tiểu thương, người dân địa phương, doanh nghiệp, khách tham quan), kết hợp với các cơ chế giám sát và xử phạt rõ ràng. Bên

cạnh đó, đầu tư lắp đặt hệ thống thùng rác nổi phân loại dọc tuyến sông, xây dựng trạm thu gom rác hữu cơ và vô cơ định kỳ, có sự phối hợp giữa lực lượng đô thị, đoàn thể thanh niên và chính cộng đồng thương hồ. Ngoài ra, khuyến khích các hộ kinh doanh chuyển sang sử dụng vật liệu thân thiện với môi trường, giảm thiểu đồ nhựa dùng một lần trên ghe hàng và từng bước hỗ trợ ứng dụng mô hình kinh tế tuần hoàn quy mô nhỏ tại khu vực chợ. Ví dụ như tái chế rác hữu cơ thành phân bón sinh học, kết hợp sản xuất nông sản sạch phục vụ khách du lịch.

Thứ tư, chú trọng duy trì và phát triển các hoạt động đặc sắc, có chiều sâu. Sự thiếu vắng các hoạt động văn hóa đặc trưng và sản phẩm du lịch có chiều sâu là một trong những hạn chế lớn hiện nay của chợ nổi Cái Răng, khiến trải nghiệm của du khách trở nên nhàm chán và khó khăn để tạo dấu ấn riêng biệt. Có thể tổ chức các tuyến du lịch trải nghiệm mang tính tương tác và gắn kết với đời sống sông nước địa phương như đi ghe thu hoạch trái cây theo mùa, tham gia nấu ăn và thưởng thức bữa sáng trên ghe, hoặc tập chèo xuồng truyền thống nhằm khắc phục hạn chế trên. Đồng thời, các hoạt động như trình diễn nghệ thuật truyền thống, giao lưu âm thực dân gian, trình bày nghệ thuật dân ca Nam Bộ, đờn ca tài tử cần được tăng cường tổ chức. Đặc biệt, để tăng tính đa dạng và hấp dẫn du khách, chợ nổi cần đa dạng về sản phẩm mua bán trên ghe. Không chỉ giúp du khách hiểu biết sâu sắc hơn về đời sống, nếp sinh hoạt của người dân miền sông nước, mà những hoạt động trên cũng tạo thêm cơ hội gia tăng thu nhập cho bà con.

Thứ năm, tăng cường truyền thông sáng tạo bằng cách phát động các cuộc thi sáng tạo Video ngắn, hình ảnh nghệ thuật, ký họa hoặc Vlog du lịch xoay quanh trải nghiệm tại chợ nổi, dưới góc nhìn của du khách, giới trẻ và chính cư dân địa phương biến chợ nổi Cái Răng trở thành một địa điểm vừa truyền thống, vừa hiện đại. Những tác phẩm xuất sắc có thể được sử dụng trong các hoạt động truyền thông của địa phương, đăng tải trên Website, App du lịch và trang mạng xã hội địa phương. Đồng thời, chính quyền có thể phối hợp với hướng dẫn viên du lịch và đội ngũ sáng tạo nội dung địa phương xây dựng kênh mạng xã hội riêng về chợ nổi, đưa câu chuyện đời thực, cảnh đẹp, góc nhìn văn hóa mang tính địa phương và lan truyền rộng rãi trên các nền tảng mạng xã hội phổ biến hiện nay.

6. Kết luận

Không chỉ là biểu tượng văn hóa của Cần Thơ, chợ nổi Cái Răng còn là di sản quý giá kết tinh từ nền sinh hoạt lâu đời và tinh thần của cư dân địa phương. Vì thế, cần có sự vào cuộc từ nhiều phía, bao gồm chính quyền địa phương, các ban, ngành liên quan, người dân địa phương và du khách nhằm

bảo vệ và phát triển giá trị của chợ nổi Cái Răng một cách bền vững. Chợ nổi Cái Răng hoàn toàn có thể trở lại vị thế là niềm tự hào của người dân Cần Thơ và là điểm du lịch không thể nào bỏ qua trên bản đồ du lịch Việt Nam khi các giải pháp trên được thực hiện đồng bộ, hiệu quả.

Tài liệu tham khảo

Ái,L.(2024). *Du lịch Cái Răng đón trên 2 triệu lượt khách trong 8 tháng đầu năm*. <https://baocantho.com.vn/du-lich-cai-rang-don-tren-2-trieu-luot-khach-trong-8-thang-dau-nam-a177559.html>.

Chambers, R. and Conway, G.(1992) *Sustainable Rural Livelihoods: Practical Concepts for the 21st Century*. IDS Discussion Paper 296, IDS, Brighton.

Chí,Q.(2024). *Vẫn đang tìm giải pháp bảo tồn và phát triển du lịch ở chợ nổi Cái Răng*. <https://tuoitre.vn/van-dang-tim-giai-phap-bao-ton-va-phat-trien-du-lich-o-cho-noi-cai-rang-20240729174959285.htm>.

Department for International Development. (1999). *Sustainable livelihoods guidance sheets*. London.

Minh,L.(2025). *Cần Thơ: Du lịch tăng trưởng mạnh mẽ với doanh thu gần 8.700 tỉ đồng*. <https://congluan.vn/can-tho-du-lich-tang-truong-manh-me-voi-doanh-thu-gan-8-700-ti-dong-10321686.html>.

Nhâm,H.(2009). *Chợ nổi đồng bằng sông Cửu Long*. Nxb.Trẻ.

Nguyễn,V.D.(2016). Việt Nam trong mối quan hệ trung tâm - ngoại vi nhìn từ lý thuyết không gian văn hóa - xã hội. *Tạp chí Thông tin Khoa học xã hội*, số 3.

Richards,G.(2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, volume 36.

Trần,T.N.H. và các cộng sự. (2015). *Đề án Bảo tồn và phát triển chợ nổi Cái Răng gắn với phát triển du lịch và phát triển kinh tế xã hội quận Cái Răng giai đoạn 2016 - 2020*.

Ủy ban nhân dân thành phố Cần Thơ. (2023). *Kế hoạch 79/KH-UBND của Ủy ban nhân dân thành phố Cần Thơ tổ chức thực hiện nhiệm vụ trọng tâm để bảo tồn và phát triển chợ nổi Cái Răng năm 2023*.

**PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CHỢ NỔI CÁI RĂNG
TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY**

Nguyễn Hồng Anh Thy

Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia
TP. Hồ Chí Minh

ROR: <https://ror.org/0138jhg57>

Email: thynhak24504a@st.ucl.edu.vn

ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0002-4347-8162>

Lịch sử bài báo

Ngày nhận bài:	16/9/2025
Ngày phản biện:	02/10/2025
Ngày tác giả sửa:	15/10/2025
Ngày duyệt đăng:	28/11/2025
Ngày phát hành:	30/12/2025

DOI: <https://doi.org/10.64223/tvj.e2025.v1.i4.a64>

Tóm tắt:

Không chỉ là một điểm đến du lịch mang tính biểu tượng của thành phố Cần Thơ, chợ nổi Cái Răng còn là một di sản văn hóa mang đậm bản sắc vùng đồng bằng sông Cửu Long. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, chợ nổi Cái Răng đang dần bị thu hẹp cả về quy mô lẫn giá trị truyền thống sống động vốn có. Bài viết tập trung làm sáng tỏ những giá trị đặc sắc của chợ nổi Cái Răng, đồng thời phân tích thực trạng các hoạt động tại đây. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số biện pháp bảo tồn và phát triển bền vững chợ nổi Cái Răng để giữ nơi đây không chỉ là một điểm đến tham quan du lịch hấp dẫn, mà còn là phần hồn không thể thiếu trong đời sống văn hóa của người Cần Thơ.

Từ khóa: Chợ nổi Cái Răng; Di sản văn hóa; Bảo tồn; Du lịch; Phát triển bền vững.