

# CHỢ NỔI TÂY NAM BỘ NHÌN TỪ GÓC ĐỘ VĂN HÓA HỌC

Võ Văn Sơn\*

**Title:** *Floating markets the southwest region of Vietnam perspectives cultural studies*

**Từ khóa:** chợ nổi, hàng hóa, Tây Nam Bộ, văn hóa.

**Keywords:** *floating markets, products, the Southwest region of Vietnam, culture.*

**Thông tin chung:**

Ngày nhận bài: 05/9/2016

Ngày nhận kết quả bình duyệt: 26/9/2016

Ngày chấp nhận đăng bài: 31/10/2016

**Tác giả:**

\* ThS., Trường ĐH Tiền Giang

Email: vovanson@tgu.edu.vn

**TÓM TẮT**

Hình thành từ lâu đời, chợ nổi là nét văn hóa đặc thù của vùng Tây Nam Bộ (đồng bằng sông Cửu Long). Bài viết giới thiệu những nét chính: Lịch sử hình thành và phát triển chợ nổi, địa điểm họp chợ, phương tiện vận chuyển hàng hóa, cách thức giới thiệu sản phẩm, nguyên tắc mua bán, tập quán tín ngưỡng của chợ nổi ở Tây Nam Bộ.

**ABSTRACT**

Formed ages ago, floating markets are the unique culture of the Southwest region of Vietnam (Mekong Delta). This article introduces some main features of formation and development history of floating markets, location of the markets, means of goods transportation, methods for product marketing, trading rules, religious beliefs and the image of floatings markets in literature and arts of the Southwest region of Vietnam.

## 1. Đặt vấn đề

Tây Nam Bộ (đồng bằng sông Cửu Long) là khu vực có diện tích 40.548,2km<sup>2</sup>, trải rộng trên khắp 13 tỉnh, thành phía Nam của Việt Nam. Tây Nam Bộ được xem là vùng đất của sông nước. Nơi đây có nhiều con sông, con rạch lớn nhỏ đan xen nhau như mạng nhện. Chính yếu tố sông nước này đã tác động đến cuộc sống của người dân nơi đây và đã tạo nên nền “văn minh sông rạch” (Sơn Nam, 2004, tr.30).

“Văn minh sông rạch là kết quả quá trình thích nghi của cư dân với môi trường tự nhiên ở Tây Nam Bộ. Điều này được thể hiện rõ qua lối sống, cách sinh hoạt, nhà cửa, đi lại, ẩm thực... Trong đó, biểu hiện rõ nhất là phương thức giao thương của cộng đồng, mà tiêu biểu là chợ nổi” (Huỳnh Ngọc Thu, 2015, tr.65).

Nhiều nhà nghiên cứu nhận định, chợ nổi ở Tây Nam Bộ được xem là hình thức mua bán, sinh hoạt đặc thù của cư dân vùng Tây Nam Bộ. Vì vậy, nét sinh hoạt văn hóa này cần được

gìn giữ và phát huy trong thời đại hiện nay. Vì vậy, “chợ nổi là nguồn tài nguyên quý giá, một hình thức văn minh thương mại, một đặc trưng văn hóa và đặc sản du lịch, niềm tự hào của vùng đất, con người Nam Bộ, vùng Tây Nam Bộ” (Nhâm Hùng, 2009, tr.32), góp phần làm nên vẻ đẹp văn hóa của đất nước Việt Nam.

## 2. Nội dung

### 2.1. Lịch sử hình thành và phát triển của chợ nổi Tây Nam Bộ

Chợ nổi ở Tây Nam Bộ đã được nhen nhóm từ khi có bước chân của lưu dân người Việt vào khai phá vùng đất này từ thế kỷ XVII - XVIII. Theo sách Gia Định Thành Thông Chí thì vào năm 1732, chúa Nguyễn hạ chỉ cho dựng dinh Long Hồ tại Cái Bè, gọi là Cái Bè Dinh. Lúc bấy giờ, vàm Cái Bè được miêu tả là nơi “sông sâu nước chảy”, có rất nhiều ghe xuồng từ khắp nơi đổ về tập trung buôn bán nhộn nhịp. Đến khi chợ Hưng Lợi (Định Tường) ra đời thì các đặc điểm về chợ nổi bắt đầu xuất hiện:

“Hàng hóa liền nhau, chợ gần sông cái. Người đi lại đỡ thuyền đợi nước thủy triều, cho nên sông có nhiều thuyền bán thức ăn” (Nguyễn Anh Tuấn, 2007, tr.44-45). Như thế, chợ đã lan xuống sông. Đây là dấu hiệu manh nha sự ra đời của cách thức mua bán trên sông.

Đến giữa thế kỉ XIX - XX, khi người Pháp chiếm Nam Kỳ, thực hiện chủ trương “đào kinh, lập chợ, mở lộ xe” thì hoạt động thương mại có điều kiện phát triển “nhảy vọt”. Nhiều chợ nổi lần lượt ra đời và đã chứng tỏ được những lợi ích thiết thực. Tiêu biểu, “*chợ nổi Cái Răng*<sup>(4)</sup> được hình thành vào những năm đầu của thế kỷ XX khi các ghe chở hàng gia dụng, gốm sứ từ Biên Hòa, Sài Gòn, Lái Thiêu xuống; các ghe chở lá lợp nhà, chiếu, than đước, cà ràng từ miệt Cà Mau, Rạch Giá lên tụ họp, mua bán” (Nguyễn Trọng Nhân, 2012, tr.62).

Trong thời gian này, chợ nổi Ngã Bảy (Hậu Giang) cũng ra đời và được xem là trung tâm đầu mối và là chợ nổi khá sầm uất. Tác giả Sơn Nam cũng ghi nhận về chợ nổi Ngã Bảy: “Chợ sung túc hơn nhiều huyện lỵ có thể nói là phần thịnh hơn tỉnh lỵ Hà Tiên. Buổi sáng, lúc nhóm chợ xuống ghe tập nập, đến nổi chúng ta có thể đi một vòng tròn qua năm con kinh sáng, bằng cách chèo từ xuống này sang ghe kia, đậu sát bên... xuống cầu tôm, ghe lươn, ghe cà vòm, ghe tam bản kiểu Cần Thơ chen nhau trên vùng nước mặn trong khi tàu đò, tàu dòng ghe xúp len in ỏi cố vạch một lối thoát (Sơn Nam, 2005, tr.122). Sự ra đời của chợ nổi Cái Răng và Ngã Bảy cho thấy tính hoàn thiện của kiểu cách nhóm chợ trên sông với qui mô lớn, số lượng tàu ghe buôn bán tăng lên, mỗi lúc càng nhiều người tụ họp dần dần làm cho chợ nổi thêm sung túc.

Sau đó, các chợ nổi khác của Tây Nam Bộ cũng lần lượt hình thành và phát triển. Tính đến hiện nay, vùng Tây Nam Bộ có khoảng 9

<sup>(4)</sup> Ngày 9/7/2016, Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch công nhận chợ nổi Cái Răng quận Cái Răng (thành phố Cần Thơ) là Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia. Hơn 100 năm hình thành và phát triển, chợ nổi Cái Răng trở thành biểu tượng du lịch đặc trưng của thành phố Cần Thơ.

chợ nổi còn hoạt động. Đó là chợ nổi: Trà Ôn (Vĩnh Long), Ba Ngàn (Hậu Giang), Long Xuyên, Châu Đốc (An Giang), Sông Trẹm, Năm Căn (Cà Mau), Vĩnh Thuận (Kiên Giang)... Nét đặc trưng quan trọng của các chợ nổi này là tạo nên một hệ thống luân chuyển hàng hóa từ chợ này đến chợ khác bằng đường thủy (xem hình 1).

Hiện nay, chợ nổi Cái Răng, Phong Điền, Phụng Hiệp (thành phố Cần Thơ) và chợ nổi Cái Bè (tỉnh Tiền Giang) là những chợ đầu mối quan trọng trong hệ thống chợ nổi ở Tây Nam Bộ. Các thương lái thường điều ghe lớn đến lấy hàng từ các chợ này sau đó chuyển về các chợ Vĩnh Thuận, Ngã Năm, Gành Hào... bán lại cho các ghe nhỏ để phân phối đến người tiêu dùng.



Hình 1. Chợ nổi Cái Bè tháng 5/2015  
(Ảnh: Võ Văn Sơn)

Nhìn chung, sự ra đời của các chợ nổi là một sự sáng tạo của người dân Tây Nam Bộ trong những ngày đầu ổn định cuộc sống, được manh nha, sơ khai khoảng thế kỉ XVII - XVIII và hoàn thiện dần vào thế kỉ thứ XIX - XX. Hệ thống các chợ nổi đã đánh dấu bước phát triển lớn trong sự phát triển nền kinh tế và tạo nên một nét văn hóa đặc trưng riêng của cư dân vùng Tây Nam Bộ nói riêng và Nam Bộ nói chung.

## 2.2. Đặc điểm của chợ nổi Tây Nam Bộ

### 2.2.1. Điểm họp chợ nổi

Hệ thống sông ngòi, kênh rạch chằng chịt là điều kiện thuận lợi cho người dân Tây Nam Bộ phát triển các hình thức vận tải và mua bán đường thủy nội địa. Chợ nổi thường họp ở nơi là đầu mối của các tuyến giao thông đường thủy gắn với các khu vực lân cận có giao thông đường bộ chưa phát triển vì 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. Đây là điều kiện chính cho sự hình thành và phát triển của các chợ nổi: Ngã Năm, Ngã Bảy, Cái Răng, Phong Điền, Phụng Hiệp, Trà Ôn, Cái Bè,...

Đa phần, các chợ nổi đều nhóm họp ở những nơi ngã ba, ngã tư sông, các miệng vàm hoặc ở tại tuyến kênh, sông 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. Một đặc điểm hết sức chung là tất cả chợ nổi đều tọa lạc trên trục giao thông và giao thương chiến lược cạnh sông Tiền, sông Hậu và các chi lưu, kinh đào dài rộng. Từ các chợ nổi có thể đưa hàng hóa về khắp các địa phương ở đồng bằng sông Cửu Long.

Một đặc điểm nữa cũng rất nổi bật của chợ nổi là thường họp ở cạnh chợ họp cố định trên bờ, gần với một khu vực đông dân cư tập trung (thị trấn, thị xã, thành phố). Các chợ trên bờ cũng có vị trí là quay mặt ra sông theo hướng mở, tạo thế “trên bến dưới thuyền” của vùng Tây Nam Bộ. Đa phần những chợ nổi đã khảo sát đều có vị trí tại thị tứ (chợ nổi Ngã Năm tại thị trấn Ngã Năm, chợ nổi Ngã Bảy tại thị xã Ngã Bảy, chợ nổi Cái Răng tại quận Cái Răng, chợ nổi Trà Ôn thị trấn Trà Ôn, chợ nổi Cái Bè tại thị trấn Cái Bè...). Chính vì vậy, chợ nổi đóng vai trò là chợ đầu mối trong việc cung cấp nguồn nông sản cho cư dân vùng thị tứ.

Ngoài ra, các chợ nổi cũng nằm liền kề với những vùng miệt vườn, miệt rẫy như chợ nổi Phong Điền (thành phố Cần Thơ) nằm cạnh vườn cam, vườn quýt, vườn dâu. Chợ nổi Cái Bè (tỉnh Tiền Giang) nằm trên đoạn sông Tiền, giáp vùng có nhiều trái cây như: Bưởi da xanh, xoài cát Hòa Lộc, vú sữa Lò Rèn; gần đó là vùng chợ Lách Bến Tre nổi tiếng với sầu riêng, măng cụt. Dọc con kênh đi vào chợ nổi Ngã Bảy là một khu vườn với đầy đủ các loại trái cây và rau củ của miệt vườn như: Dừa, cam, dưa hấu, rau cải, các loại củ...

### 2.2.2. Phương tiện vận chuyển và hàng hóa ở chợ nổi

Thuở ban đầu, người buôn bán trên chợ nổi nhóm họp bằng xuồng ba lá, xuồng năm lá, ghe tam bản. Hiện nay, phương tiện vận chuyển hàng hóa ở chợ nổi còn có tắc ráng, ghe máy. Người đi mua cũng đến chợ bằng xuồng, ghe. Những chiếc xuồng con len lỏi khéo léo giữa hàng trăm ghe thuyền mà hiếm khi có va quệt xảy ra. Cư dân ở Tây Nam Bộ vốn chân chất và trọng nghĩa tình. Họ mua bán và trao đổi hàng hóa và ứng xử rất chan hòa, không có cảnh giành giật hàng hóa. 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, cư dân ở các chợ nổi Tây Nam Bộ vẫn giữ nguyên nét sinh hoạt đặc trưng này:

*“Tàu lớn, tàu nhỏ lừng xăng;  
Ghe dò các chợ giăng giăng nẻo đường”*

### 2.2.3. Hàng hóa ở chợ nổi

Ngày nay có thể khẳng định rằng hàng hóa ở chợ nổi Tây Nam Bộ rất phong phú và đa dạng gần như không thua kém gì các chợ trên bờ. “Thời sơ khai, hàng hóa chủ lực ở chợ nổi có lẽ là món ăn, thức uống cung ứng cho người đi ghe đường dài. Thời thịnh hành, hàng hóa chợ nổi đa ngành, đa dạng vừa cung ứng cho giới thương hồ, vừa giải quyết nhu cầu cho cư dân địa phương... Thời phát triển, hàng hóa chợ nổi tập trung nhiều nhất là: Trái cây, rau củ, phương thức giao thương chủ yếu là mua bán sỉ” (Nhâm Hùng, 2009, tr.54).

Cũng như chợ trên bờ, hàng hóa chợ nổi cũng được chia làm nhiều nhóm hàng hóa khác nhau nhằm đáp ứng mọi nhu cầu và tiện ích cho người dân vùng ven sông. Chủ yếu đó là các nhóm hàng hóa: Nhóm hàng nông sản (các loại trái cây, rau, củ, hoa, cây cảnh,...); nhóm thực phẩm tươi sống (các loại thịt, cá tươi, các loại động vật); nhóm hàng thủ công nghiệp (tô, chén, đĩa, ly, lu, hủ, cà ràng, thúng, nia, rổ, sàng, cần xé, làm bằng tre, trúc, lưới, vó, các loại cần câu, đăng, chia,...); nhóm hàng phục vụ vận

chuyển (xăng, dầu hỏa, dầu chạy máy, nhớt, ga,...); nhóm hàng gia dụng (quần áo, giày dép, xà bông, dầu gội, kem đánh răng, bàn chải, đường, sữa, muối, kim, chỉ, lược chải đầu, gương soi,...) được bày bán cố định trên các ghe tạp hóa nổi hoặc các ghe hàng lưu động. Dân địa phương và các vùng lân cận thường sử dụng các ghe, xuồng trung bình chở các mặt hàng nông sản đến đây tiêu thụ, các thương lái sử dụng các ghe bầu lớn để thu mua. Từ đây, hàng hóa sẽ theo các thương lái xuôi dòng toả đi khắp nơi.

Dù họp trên sông nước, giao thông hoàn toàn bằng đường thủy nhưng chợ nổi vẫn mang đầy đủ các yếu tố đặc trưng của chợ nói chung, đó là hàng hóa đa dạng, đáp ứng được các nhu cầu cần thiết của người dân. Qua đó cho thấy, trong điều kiện địa hình sông nước chằng chịt như ở Tây Nam Bộ, người dân vẫn có thể tận dụng và sáng tạo để làm kinh tế và phát triển kinh tế một cách thuận lợi nhất.



Hình 2. Cảnh buôn bán ở chợ nổi Cái Răng tháng 4/2015. (Ảnh: Võ Văn Sơn)

#### 2.2.4. Cách thức giới thiệu sản phẩm

Phong cách rao hàng và tiếp thị sản phẩm bằng “cây bèo” là một nét văn hóa giao thương độc đáo chỉ có ở chợ nổi (xem Hình 2). Người bán hàng thường dùng một cây tre dài (hay còn gọi là cây sào) dài từ 3 - 5m. Cây bèo thường được treo ở độ cao trung bình, không quá cao hoặc quá thấp, dễ dàng với tầm nhìn của khách hàng. Trên cây bèo, người ta “bèo” lơ lửng những món hàng có trên ghe, mỗi thứ một ít gọi là hàng mẫu, để khi khách hàng tới họ thấy người bán này “bèo” thứ gì thì có nghĩa là trong ghe bán thứ hàng hóa đó, khách đi chợ cứ ghé thẳng tới ghe và mua hàng. Có thể nói, “cây bèo” chính là nét riêng của chợ nổi và được sử dụng rộng rãi là bởi vì không gian

mênh mông sông nước cộng với tiếng máy nổ của động cơ sẽ phần nào át đi tiếng rao của người bán. Đây là hình thức quảng cáo (marketing) sơ khai, đơn giản nhưng rất hiệu quả. Cho đến nay, cây bèo vẫn là cách thức “quảng cáo” duy nhất có thời gian tồn tại lâu đời nhất trên đất Tây Nam Bộ. Chính vì vậy, thi sĩ Huỳnh Kim đã mô tả:

*“Chợ đã nổi từ giữa đêm về sáng  
Ta vẫn chìm từ giữa buổi hoàng hôn  
Em **treo bèo** Cái Răng, Ba Láng  
Ta Thương hồ Vàm Săng, Cần Thơ...*

(“Chợ nổi Cái Răng”, 2005)

Bên cạnh hình thức cây bèo truyền thống, cư dân ở chợ nổi còn sử dụng các phương thức giới thiệu sản phẩm hiện đại như: Phân khu vực cho hàng hóa (chợ nổi Trà Ôn, chợ nổi Ngã Năm, chợ nổi Cái Răng: Mỗi nhóm hàng hóa, cây trái được phân thành từng khu riêng trên chợ); dùng bảng hiệu, hộp đèn, áp phích, băng rôn; dùng loa phát tiếng rao hàng đã thu sẵn; đánh keng gọi hàng; dùng điện thoại di động gọi hàng.

#### 2.2.5. 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. 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 xuống 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 của địa phương đó... mang về trao đổi với nhà vườn. Hành trình xuôi ngược như thế đã tạo cho chợ nổi Tây Nam Bộ có nét đặc thù riêng biệt mà không dễ nơi nào có được.

Tác giả đã tiến hành khảo sát chợ nổi Cái Bè, các chủ ghe cho biết, họ luôn có mạng lưới thương lái nhỏ ở các vườn thuộc khu vực vùng chợ nổi. Khi cần hàng, các chủ ghe sẽ gọi điện cho thương lái giúp họ gom hàng tại các chủ vườn. Sau khi đủ hàng, chủ ghe sẽ vận chuyển hàng của mình để phân phối lại. Thông thường,

muốn đủ hàng, các chủ ghe phải có số lượng thương lái đông. Các thương lái này không nằm ở một khu vực nhất định mà trải dài theo dọc các tuyến chợ nổi. Sau khi chủ ghe lấy hàng ở chợ nổi này sẽ di chuyển sang chợ nổi khác để tiếp tục lấy thêm hàng. Trong lúc đợi lấy thêm hàng, họ cũng bán bớt hàng trên ghe. Theo nhiều chủ ghe, cuộc hành trình bán hàng của họ thường kéo dài từ 3 ngày đến một tuần.

Đặc biệt, người dân Tây Nam Bộ thường có nguyên tắc mua bán rất nhanh, gọn và trọng tình nghĩa “thuận mua, vừa bán”. Trong đó, chữ “tín” được người thương lái rất coi trọng. Bởi vì, ở các chợ họp trên sông nước, thông thường, mỗi lần giao dịch chỉ diễn ra trong thời gian ngắn. Khi người bán chào hàng, người mua gọi vào gần ghe để xem và mua hàng. Nhờ chữ tín được tôn trọng nên dù khối lượng hàng hóa cả chục tấn, cũng chỉ giao dịch bằng miệng, không kỳ kèo và nói thách về giá. Mọi người thấm nhuần các quy ước, thông lệ mua bán trên sông nên đã tự thỏa thuận, vạch ra một công thức, trật tự giao thương riêng, nhờ đó mà hoạt động mua bán diễn ra được nhanh chóng.

#### 2.2.6. Các hình thức trao đổi và đo lường hàng hóa ở chợ nổi

Chợ nổi nào cũng vậy, rất nhiều ghe thương lái từ nhiều vùng, nhiều địa phương đến giao dịch. Phương thức giao thương chung của họ là chào hàng qua hình thức “cây bẹo” treo trước mũi ghe. Bọn ghé ghe nào cần mua cứ đến xem hàng rồi ngã giá, mặt hàng trái cây thì có loại một, loại hai, loại ba,... và các mặt hàng khác. Hai bên thương lượng, đồng ý loại nào thì bán mua loại đó theo giao ước, thỏa thuận. Ngoài sự thương lượng về giá cả tính theo đơn vị, họ còn phải thỏa thuận về sử dụng công cụ cân, đo, đong, đếm như thế nào để hài lòng cả hai phía. Vì vậy, các thương lái ở chợ nổi thường xác định việc đo lường hàng hóa bằng cân, đong, đo đếm, thậm chí họ có thể ước lượng số lượng, trọng lượng hàng hóa bằng tay, bằng mắt.

Theo khảo sát của tác giả, các chợ nổi ở Tây Nam Bộ từng tồn tại 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 (20kg lúa, gạo), lít, chai, lon, cân ký,... và đếm thì có đếm thiên (bằng 1000 đơn vị hàng hoá), đếm trăm (bằng 100 đơn vị hàng hoá), đếm chục (10, 12, 14, 16, 18 đơn vị hàng hoá)<sup>(5)</sup>, đếm chiếc, đếm cái,... có khi tính bằng rổ, thúng, cần xé,... Tất cả những cách thức đo lường đó đã được giới thương nhân tự đặt ra và chấp thuận. Từ đó, họ mang ra sử dụng như một quy tắc bất thành văn. Người mua, người bán cứ theo đó mà tính toán, đo lường. Có thể nói, phương thức mua bán và đo lường hàng hoá tại các chợ nổi là một sáng tạo đặc biệt của cư dân vùng sông nước.

#### 2.2.7. Tập quán tín ngưỡng, kiêng kỵ ở chợ nổi

Người làm nghề buôn bán trên sông nước “rày đây 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 “bề 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 chung lên bàn thờ. Cũng như trên bờ, người làm ăn thường mua hoa tươi, bánh trái để cúng kiến vào ngày mùng hai và mười sáu âm lịch trong tháng. “Theo tín ngưỡng của giới thương hồ, có việc gì họ cũng thường hay khấn vái Bà Thủy hoặc Hà Bá, là những vị thần cai quản khúc sông nơi họ buôn bán, theo họ thì rất linh thiêng. Nếu xảy ra xung đột trong kinh doanh mà không có hướng giải quyết họ thường hay thề là có Bà Thủy, Hà Bá làm chứng cho sự trong sạch không gian lận của họ” (Nguyễn Thị Thoa, 2011, tr.93).

Bên cạnh, họ rất tin vào vận may, hên xui may rủi. Họ cho rằng buôn bán trên sông là nghề “bà Cậu”, đầu xuôi thì đuôi lọt, mua nhanh bán nhanh, mua may bán đắt, nên khi khách

<sup>(5)</sup> Ở một số địa phương của vùng Tây Nam Bộ, cư dân mua bán còn quy ước một chục “có đầu” bằng 12, có nơi một chục bằng 14, 16, có khi tới 18 đơn vị hàng hóa. Có thể nói cách tính này phần nào còn nói lên tính rộng rãi, hào phóng của người dân ở vùng đất mới.

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. Vào mỗi buổi sáng, họ cầu mong gặp được một người mở hàng có duyên cho một ngày bán đắt. Để lấy sự may mắn, khi mở hàng, người bán thường rao sát giá, nhưng không bán liền, mà chờ người mua mặc cả một vài lần cho không khí thêm rôm rả. 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, roi, rút, đổ, ngã, sẩy, trở, lẩn, té, nhào,... Trên đường đi mua bán, người ngồi trên ghe xuồng kỵ gặp rắn và ngỗng lội trước mũi ghe, kỵ 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 xuồng 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. Kết luận

Có thể nói, chợ nổi ra đời là một quy luật tất yếu của sự phát triển trong lĩnh vực thương mại nhằm đáp ứng nhu cầu phân phối, tiêu thụ hàng hóa của cư dân trong vùng khi điều kiện giao thông đường bộ còn nhiều hạn chế và đồng thời còn thể hiện tập quán đi lại, mua bán trên sông của một bộ phận đông đảo cư dân ở vùng đất mới. Sự ra đời và phát triển chợ nổi đã khẳng định tinh thần năng động, đầy sáng tạo của người dân Tây Nam Bộ.

Mỗi chợ nổi đã hội tụ đủ các yếu tố: Là đầu mối tiêu thụ hàng nông sản, là điểm trung chuyển hàng hóa trong vùng, đem lại công ăn việc làm đáng kể cho người dân địa phương. Bên cạnh đó, nhiều chợ nổi còn là điểm thu hút du khách trong và ngoài nước đến tham quan. Qua bao đời nay, chợ nổi ở Tây Nam Bộ vẫn giữ nguyên nét sinh hoạt đặc trưng này. Từ đây, cây trái hoa quả và thủy sản sẽ theo các thương lái xuôi dòng toả đi khắp cả nước.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trịnh Hoài Đức (Đỗ Mộng Khương dịch năm 1998). *Gia Định thành thông chí*. Hà Nội: Nhà xuất bản Giáo dục.
2. Nhâm Hùng. (2009). *Chợ nổi vùng đồng bằng sông Cửu Long*. TP. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Trẻ.
3. Huỳnh Kim. (12.7.2005). Chợ nổi Cái Răng. Truy cập ngày 20/5/2015, từ <http://vietbao.vn/Van-hoa/Cho-noi-Cai-Rang-Tho-cua-Huynh-Kim/45157530/105>.
4. Sơn Nam. (2004). *Đồng bằng sông Cửu Long - Nét sinh hoạt xưa và vẫn minh miệt vườn*. TP. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Trẻ
5. Sơn Nam. (2005). *Tìm hiểu đất Hậu Giang và lịch sử đất An Giang*. TP. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Trẻ.
6. Nguyễn Phúc Nghiệp. (1998). *Kinh tế nông nghiệp Tiền Giang thế kỷ XIX*. TP. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Trẻ.
7. Nguyễn Trọng Nhân. (2012). Bước đầu tìm hiểu du lịch đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Khoa học và Xã hội Nhân văn*, 28, 62.
8. Huỳnh Ngọc Thu. (2015). Chợ nổi ở Đồng bằng sông Cửu Long hiện nay. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Khoa học và Xã hội Nhân văn*, 18, 65.
9. Nguyễn Anh Tuấn (chủ biên năm 2007). *Địa chí Tiền Giang (tập 2)*. Ban Tuyên Giáo Tỉnh ủy Tiền Giang và Trung tâm UNESCO thông tin tư liệu Lịch sử và Văn hóa Việt Nam.
10. Nguyễn Thị Thoa. (2011). *Vai trò của Chợ trong đời sống người Việt*. Luận văn thạc sĩ sử học. Trường Đại học Khoa học và Xã hội Nhân văn thành phố Hồ Chí Minh, TP. Hồ Chí Minh.