Nghiên cứu hiện tượng học về sự giao thoa không gian nghỉ dưỡng hiện đại và văn hóa biển tại phường Mũi Né

Huỳnh Công Tuấn
Khoa Du lịch, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
hctuan@ntt.edu.vn

Tóm tắt

Nghiên cứu khám phá trải nghiệm hiện tượng học của du khách tại phường Mũi Né, tỉnh Lâm Đồng, dưới góc độ giao thoa giữa không gian resort hiện đại và bản sắc văn hóa làng chài ven biển. Trong 6 tháng đầu năm 2025, du lịch Mũi Né ước đón 5,54 triệu lượt khách, tăng 18,48% so với cùng kỳ; ngày khách phục vụ ước đạt 10.636,8 ngày khách, tăng 22,77%. Gần 200 dự án nghỉ dưỡng đang trực tiếp tái định hình cảnh quan và không gian văn hóa bản địa. Dựa trên phương pháp hiện tượng học qua phỏng vấn sâu và quan sát tham dự, bài viết phân tích cách du khách tri nhận sự tương phản và hòa hợp giữa tiện nghi lưu trú xa hoa với nếp sống bám biển truyền thống. Kết quả cho thấy trải nghiệm của du khách không chỉ là tiêu thụ dịch vụ thuần túy mà là quá trình tương tác, đàm phán ý nghĩa văn hóa phức tạp. Bài báo đóng góp góc nhìn học thuật cho lý thuyết trải nghiệm du lịch ven biển, đồng thời đề xuất hàm ý quản trị không gian nhằm dung hòa quy hoạch kiến trúc với bảo tồn di sản biển, hướng tới phát triển du lịch bền vững.

Nhận 01/05/2026
Được duyệt 30/06/2026
Công bố 30/09/2026

Từ khóa
Hiện tượng học du lịch, trải nghiệm du khách, không gian nghỉ dưỡng, văn hóa biển, phường Mũi Né

® 2026 Journal of Science and Technology − NTTU

1 Đặt vấn đề

Phường Mũi Né (tỉnh Lâm Đồng) đang đô thị hóa du lịch mạnh mẽ, chuyển từ làng chài ven biển truyền thống thành "thủ phủ resort" của Việt Nam. Sức hút điểm đến không ngừng tăng: Mũi Né liên tục lọt top địa danh được du khách tìm kiếm nhiều nhất nửa đầu năm, hướng tới mục tiêu đón 10,6 triệu lượt khách năm 2025. Sự bùng nổ hạ tầng kiến tạo diện mạo không gian mới, đặc trưng bởi các quần thể nghỉ dưỡng cao cấp.

Các khu nghỉ dưỡng hiện đại không chỉ là khối bê tông vô hồn mà được thiết lập qua quy chuẩn không gian khắt khe nhằm tạo trải nghiệm "nghỉ dưỡng lý tưởng". Resort có mật độ xây dựng rất thấp (15–25%) để tối đa hóa mảng xanh và mặt nước; vùng đệm sinh thái với chỉ số lùi 30–100 m, giữ lại ít nhất 50% thảm thực vật bản địa [10], vừa bảo vệ hệ sinh thái vừa tạo cách ly. Không gian cũng tối ưu tiếp cận thị giác với trên 80% phòng hướng biển; hồ bơi vô cực tạo hiệu ứng hòa với đại dương; hành lang thẩm thấu cao đón gió biển xuyên sâu 200–500 m vào nội khu [10].

Tuy nhiên, chính sự sắp đặt không gian tinh vi mang tính "đóng khung" tự nhiên ấy lại tạo đan xen, va đập kỳ lạ với văn hóa bản địa. Bên cạnh tiện nghi xa hoa và bờ biển rộng 150–200 m được quy hoạch kỹ lưỡng là nhịp sống thô mộc, nguyên bản của cộng đồng ngư dân. Bức tường rào resort chia cắt nhưng đồng thời đặt du khách vào ranh giới sát sao giữa tĩnh lặng sang trọng và nhộn nhịp thuyền thúng, giữa hương tinh dầu spa và mùi nước mắm nồng đặc trưng miền biển.

Thay vì tiếp cận dưới lăng kính quy hoạch hay kinh tế đơn thuần, nghiên cứu dùng phương pháp hiện tượng học để khám phá "thế giới sống" của người trải nghiệm. Từ tương phản vật lý và văn hóa trên, câu hỏi nghiên cứu cốt lõi là: du khách cảm nhận, trải nghiệm và gán ý nghĩa như thế nào cho thế giới xung quanh khi đứng tại ranh giới giao thoa trực tiếp giữa không gian nghỉ dưỡng hiện đại, biệt lập và văn hóa biển truyền thống, nguyên bản tại Mũi Né?

2 Cơ sở lý thuyết

2.1 Hiện tượng học và "Không gian sinh tồn" trong trải nghiệm du lịch

Nghiên cứu này lựa chọn hiện tượng học làm lăng kính chủ đạo, từ chối việc đo lường trải nghiệm du lịch bằng những con số thống kê khô khan để tiến sâu vào "thế giới sống" – nơi mọi hiện tượng hiện lên nguyên bản qua ý thức của con người.

Trong triết học của Martin Heidegger [1], nhấn mạnh đến "không gian sinh tồn" thông qua khái niệm Dasein không gian vật lý được chuyển hóa thành "nơi chốn" khi nó được lấp đầy bởi các hoạt động và cảm xúc của con người. Một bức tường rào resort không chỉ là vật

https://doi.org/10.55401/st5fh935

thể vô tri, mà là yếu tố định hình cách du khách cảm nhận về sự biệt lập hay tính kết nối.

Dưới góc độ Địa lý học nhân văn, Tuan [2] phân biệt rõ giữa "Không gian" và "Nơi chốn". Cùng với đó, khái niệm Genius Loci (Hồn nơi chốn) của Norberg−Schulz [3] sẽ giúp kiến giải cách các resort hiện đại đang cố gắng hòa nhập, hay ngược lại, đang phá vỡ "hồn cốt" nguyên bản của làng chài Mũi Né trong mắt du khách.

Theo Merleau−Ponty [4] cho rằng con người nhận thức thế giới không chỉ qua lý trí mà thông qua cơ thể. Áp dụng vào bối cảnh du lịch, trải nghiệm của du khách không chỉ là việc di chuyển từ điểm A đến điểm B, mà là quá trình họ "cư trú" và tương tác trực tiếp với thế giới xung quanh qua đa giác quan. Một bức tường rào resort hay một bờ biển tại Mũi Né dưới góc nhìn hiện tượng học không chỉ là vật thể vô tri, mà là các yếu tố kích thích quá trình nhận thức, định hình nên cách du khách cảm nhận về sự biệt lập, sự kết nối, sự sang trọng hay tính chân thực của điểm đến.

2.2 Sự giao thoa không gian và Lý thuyết Không gian thứ ba

Sự phát triển hạ tầng nghỉ dưỡng tại Mũi Né đại diện quá trình kiến tạo không gian toàn cầu hóa: đề cao quy chuẩn, tiện nghi, biệt lập và thẩm mỹ hiện đại. Đối sánh với nó, văn hóa biển bản địa mang tính địa phương sâu sắc: thô mộc, nguyên bản, gắn với nhịp sinh hoạt đời thường của ngư dân. Va chạm hai hệ giá trị tạo hiện tượng địa lý – văn hóa đặc thù.

Kế thừa lý thuyết phân vùng sân khấu của Goffman [5], MacCannell [6] chia không gian du lịch thành "khu vực tiền cảnh" và "khu vực hậu cảnh". Du khách Mũi Né đứng ở ranh giới sát sao giữa hai khu vực; sự hấp dẫn nảy sinh khi họ có cơ hội "vượt rào" từ xa hoa dàn dựng sang đời sống thô ráp của làng chài.

Augé [7] định nghĩa "non-places" là không gian tiêu chuẩn hóa toàn cầu, thiếu bản sắc lịch sử. Resort xa hoa tại Mũi Né có nguy cơ trở thành non-place nếu hoàn toàn khép kín. Tuy nhiên, sự "thẩm thấu" của cảnh quan và văn hóa bản địa đã kéo không gian này trở lại thực tại địa phương.

Theo Homi Bhabha và Edward Soja, "Không gian thứ ba" không chỉ là ranh giới vật lý chia cắt hai khu vực mà là không gian lai ghép – nơi giá trị đối lập gặp gỡ, đan xen, đối thoại. Tại Mũi Né, "Không gian thứ ba" hiện diện cả vật lý lẫn tâm thức:

Về vật lý: đó là khu vực chuyển tiếp như mép sóng nơi du khách dạo bộ cắt ngang bãi đáp thuyền thúng, hay ban công resort hiện đại ngập mùi biển và hương xưởng nước mắm lân cận.

Về tâm thức: đó là trạng thái lơ lửng của du khách khi vừa tận hưởng đặc quyền riêng tư, tiện nghi chuẩn quốc tế, lại vừa khát khao trải nghiệm tính "chân thực" của làng chài bản địa.

Qua lăng kính "Không gian thứ ba", giao thoa tại Mũi Né không bị xem là xung đột triệt tiêu lẫn nhau mà là mảnh đất màu mỡ nơi các tầng ý nghĩa mới về trải nghiệm du lịch được du khách liên tục tái tạo và kiến giải.**3 Phương pháp nghiên cứu**

3.1 Phỏng vấn sâu bán cấu trúc

Quy mô và tiêu chí chọn mẫu: nghiên cứu tiến hành phỏng vấn sâu với 15 du khách. Tiêu chí cốt lõi là khách phải có thời gian lưu trú trên 3 ngày tại các resort ven biển Mũi Né. Việc thiết lập mốc thời gian này nhằm đảm bảo du khách đã có đủ độ "thẩm thấu" để không gian vật lý xung quanh chuyển hóa thành "nơi chốn" mang tính sinh tồn và ý nghĩa. Bảng 1 dưới đây mô tả chi tiết đặc điểm của 15 du khách tham gia phỏng vấn sâu.

Bảng 1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu (15 du khách tham gia phỏng vấn sâu)

Mã du khách	Quốc tịch	Độ tuổi	Giới tính	Loại hình Resort lưu trú	Số ngày lưu trú
P1	Việt Nam	32	Nam	Centara Mirage Resort Mũi Né	4
P2	Việt Nam	28	Nam	Novela Resort & Spa Mũi Né	3
P3	Đức	45	Nam	Terracotta Resort Mũi Né Phan Thiết	5
P4	Úc	50	Nam	Aroma Beach Resort & Spa	4
P5	Pháp	35	Nữ	Coral Sea Resort Mũi Né	3
P6	Mỹ	41	Nữ	Anantara Mũi Né Resort	6
P7	Việt Nam	27	Nữ	The Anam Mũi Né	3
P8	Nhật Bản	55	Nữ	Sea Lion Beach Resort	4
P9	Hàn Quốc	38	Nam	Mũi Né Bay Resort	3
P10	Canada	44	Nữ	Mandala Cham Bay Mui Ne	5
P11	Việt Nam	60	Nam	Sea Links Beach Resort & Golf	7
P12	Anh	29	Nam	The Sailing Bay Beach Resort	4
P13	Việt Nam	25	Nữ	Sonata Resort & Spa	3
P14	Hà Lan	48	Nam	The Cliff Resort & Residences	5
P15	Việt Nam	33	Nữ	Victoria Phan Thiet Beach Resort & Spa	3

Kỹ thuật khai thác: kịch bản phỏng vấn được thiết kế dạng mở, khuyến khích du khách đóng vai trò là "người kể chuyện". Các câu hỏi sẽ tập trung vào việc khơi gợi các trải nghiệm đa giác quan của họ: cảm giác của họ ra sao khi bước qua cánh cổng resort để hòa vào khu chợ cá buổi sớm? Sự tương phản về âm thanh (nhạc thiền và tiếng động cơ ghe) và mùi hương (spa và nước mắm) tác động thế nào đến cảm nhận của họ về "tính chân thực" của Mũi Né?

3.2 Quan sát tham dự

Không gian quan sát: tác giả sẽ đóng vai trò là một phần của bối cảnh, tiến hành quan sát tại các "Không gian thứ ba", nơi ranh giới giữa sự xa hoa của resort và đời sống nguyên bản của làng chài giao nhau.

Tiêu điểm quan sát: nghiên cứu sẽ tập trung ghi chép về các biểu hiện phi ngôn ngữ, hành vi không gian và phản ứng cơ thể của du khách tại các vùng chuyển tiếp này. Ví dụ: sự ngần ngại hay hào hứng khi vượt rào cản vật lý; cách họ tương tác với các yếu tố văn hóa địa phương.

3.3 Phương pháp phân tích dữ liệu

Toàn bộ dữ liệu thu thập từ các bản ghi âm phỏng vấn và nhật ký quan sát thực địa được xử lý bằng phương pháp phân tích hiện tượng học diễn giải (Smith, Flowers, & Larkin, 2009) [8]. Quy trình phân tích này đặc biệt chú trọng vào quá trình "diễn giải kép", theo đó nhà nghiên cứu nỗ lực giải mã cách thức mà chính du khách đang trải nghiệm, lý giải và kiến tạo ý nghĩa cho thế giới sống của họ tại Mũi Né. Để tăng tính minh bạch và độ tin cậy, quy trình IPA được thực hiện tuần tự qua 4 bước cốt lõi như sau:

Bước 1: đọc và ghi chú ban đầu. Tác giả tiến hành đọc đi đọc lại từng bản ghi âm và nhật ký quan sát. Ở bước này, các ghi chú được thực hiện ở 3 cấp độ: (1) Mô tả nội dung thực tế du khách nói; (2) Sử dụng ngôn ngữ của chính du khách để nắm bắt từ ngữ biểu cảm; (3) Ghi chú mang tính khái niệm hóa, liên hệ với các khái niệm hiện tượng học đã nêu ở phần cơ sở lý thuyết.

Bước 2: phát triển chủ đề mới nổi. Từ các ghi chú ban đầu, tác giả cô đọng nội dung thành những "chủ đề sơ

khởi". Đây là bước chuyển hóa từ dữ liệu thô sang các đơn vị ý nghĩa cô đọng hơn.

Bước 3: tìm kiếm sự kết nối giữa các chủ đề. Đối với từng bản ghi của mỗi du khách, tác giả tiến hành nhóm các chủ đề sơ khởi lại với nhau dựa trên sự tương đồng về ý nghĩa, sự đối lập hay mối quan hệ nhân quả.

Bước 4: phân tích đa trường hợp. Đây là bước tổng hợp quan trọng nhất. Tác giả so sánh, đối chiếu các nhóm chủ đề của 15 du khách với nhau để tìm ra các mẫu hình chung, các chủ đề lặp lại hoặc các điểm tương phản nổi bật xuyên suốt tập dữ liệu.

3.4 Các biện pháp đảm bảo độ tin cậy và tính nghiêm ngặt của nghiên cứu

Nghiên cứu này tuân thủ các tiêu chí đánh giá độ tin cậy của Lincoln và Guba (1985) [9]. Bốn tiêu chí này được cụ thể hóa thông qua các biện pháp sau:

Thứ nhất, kiểm tra thành viên nhằm đảm bảo độ tin cậy nội tại. Sau khi thực hiện các bước phân tích sơ bộ và hình thành các chủ đề cốt lõi, nhà nghiên cứu tiến hành liên hệ lại với 5 du khách để trình bày lại các kết quả phân tích, các chủ đề đã trích xuất. Mục đích của bước này là nhằm xác minh xem cách diễn giải và kiến tạo ý nghĩa của nhà nghiên cứu có phù hợp và phản ánh trung thực với trải nghiệm sống, suy nghĩ và cảm xúc của chính họ hay không.

Thứ hai, tính phản tư nhằm hạn chế sự can thiệp của những định kiến cá nhân. Nhà nghiên cứu duy trì một Nhật ký phản tư xuyên suốt quá trình thực hiện nghiên cứu, từ giai đoạn xác định vấn đề, thu thập dữ liệu đến giai đoạn phân tích. Trong cuốn nhật ký này, tác giả ghi lại những suy tư cá nhân, những giả định mang tính chủ quan về Mũi Né, cũng như phản ứng cảm xúc cá nhân trước những câu chuyện của du khách, từ đó đảm bảo tính trung thực của quá trình "diễn giải kép".

Thứ ba, dấu vết kiểm tra nhằm đảm bảo độ phụ thuộc và tính xác nhận của nghiên cứu. Mọi dữ liệu thô và sản phẩm phân tích đều được lưu trữ một cách hệ thống và có tổ chức. Cụ thể, hệ thống dữ liệu bao gồm:

− Bản ghi âm gốc của 15 cuộc phỏng vấn sâu.

− Bản gỡ băng được đánh mã du khách (P1 đến P15) và có đánh dấu thời gian rõ ràng.

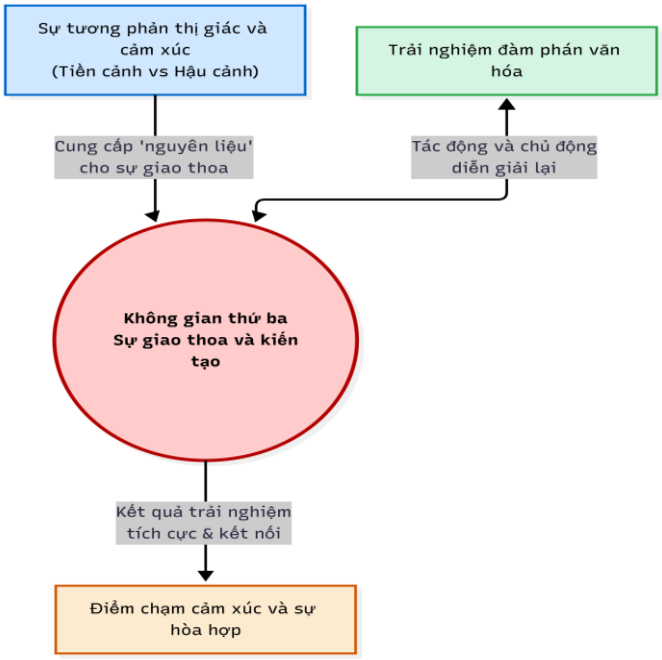
− Nhật ký quan sát tham dự tại hiện trường.

Việc thiết lập một "dấu vết" tài liệu rõ ràng này cho phép một nhà nghiên cứu khác có thể dễ dàng truy nguyên quy trình phân tích để xác nhận tính hợp lý của các kết luận đã đưa ra.

Thứ tư, mô tả bối cảnh đậm đặc nhằm đảm bảo khả năng chuyển hóa. Ở các phần trước của bài nghiên cứu, tác giả đã cung cấp một mô tả chi tiết về bối cảnh không gian địa lý (phường Mũi Né), đặc điểm kiến trúc (tỷ lệ xây dựng, vùng đệm sinh thái), đặc điểm văn hóa cộng đồng (làng chài, mùi vị, âm thanh) và quy trình nghiên cứu. Việc mô tả đậm đặc này tạo điều kiện cho người đọc có thể đánh giá được mức độ có thể áp dụng (chuyển hóa) các kết quả nghiên cứu của Mũi Né sang các bối cảnh không gian nghỉ dưỡng ven biển khác có đặc điểm tương đồng.

4 Kết quả và thảo luận

Qua quá trình phân tích hiện tượng học từ 15 mẫu phỏng vấn sâu và nhật ký quan sát tham dự, nghiên cứu đã bóc tách được "thế giới sống" của du khách tại Mũi Né. Dữ liệu cho thấy trải nghiệm của họ không tĩnh tại mà là một quá trình vận động, đàm phán liên tục giữa hai chiều không gian: hiện đại và truyền thống.



Hình 1. Mối quan hệ giữa các chủ đề trải nghiệm và quá trình kiến tạo "Không gian thứ ba"

4.1 Sự tương phản thị giác và cảm xúc: "Bên trong" và "Bên ngoài" hàng rào

Kết quả khảo sát chỉ ra rằng du khách nhận thức sự tương phản không gian qua trải nghiệm đa giác quan. Sự đối lập giữa "khu vực tiền cảnh" và "khu vực hậu cảnh" tạo ra một cú sốc nhẹ ban đầu nhưng dần chuyển hóa thành sự thích thú.

Chia sẻ về cảm xúc của mình, du khách P1 (nam, Việt Nam, lưu trú 4 ngày) bộc bạch: "Lần đầu bước vào resort, tôi ngỡ ngàng vì sự sang trọng và sự tĩnh lặng như chốn bồng lai. Nhưng sự an toàn và yên tĩnh ấy cũng khiến tôi có cảm giác mình đang bị nhốt trong một cái lồng vàng. Chỉ khi bước ra khỏi cổng resort, chạm vào cát ấm nóng dưới chân, nghe tiếng sóng rì

rào hòa lẫn với tiếng rao của những người bán cá, tôi mới thực sự cảm nhận được mình đang ở biển, đang sống trọn vẹn với khoảnh khắc hiện tại".

Cảm xúc này được lặp lại ở nhiều du khách khác. Du khách P8 (nữ, Nhật bản) chia sẻ chi tiết về sự tương phản thị giác: "Ở trong khu nghỉ dưỡng, mọi thứ đều được sắp đặt quá hoàn hảo, màu sắc được bài trí hài hòa, bãi cỏ được cắt tỉa tỉ mỉ đến mức vô hồn. Tôi muốn đi dạo trên bãi biển dài, và thật bất ngờ khi thấy ngay cạnh hàng rào resort là cảnh ngư dân kéo lưới, những chiếc thuyền thúng thô ráp nằm nghiêng mình trên cát, tiếng cười nói rộn ràng của họ làm tôi choáng ngợp. Cái mùi mặn mòi của nước biển và mùi cá tươi bốc lên khiến tôi thấy mình đang sống thực sự, chứ không phải đang xem một bộ phim về resort nữa".

Bảng 2. Sự thích nghi cảm giác của du khách sau 3 ngày lưu trú

Giác quan	Yếu tố trải nghiệm	Phản ứng ban đầu	Phản ứng sau 3 ngày lưu trú
Thính giác	Sóng biển, tiếng ghe thuyền	Cảm thấy lạ lẫm	Thư giãn, cảm nhận tính chân thực
Khứu giác	Mùi biển, mùi hải sản/nước mắm	Khó chịu nhẹ	Chấp nhận, nhận diện được bản sắc
Thị giác	Cảnh quan resort hiện đại đối lập với làng chài thô mộc	Ngỡ ngàng, hụt hẫng vì tương phản mạnh	Thích thú, xem là nét đặc trưng riêng có
Vị giác	Ẩm thực resort chuẩn hóa đối lập với hải sản đường phố dân dã	E ngại vệ sinh, sốc khẩu vị ban đầu	Hứng thú, cảm nhận vị tươi nguyên bản.
Xúc giác	Bề mặt resort sạch sẽ đối lập với cát biển/bùn đất thô ráp	Dơ bẩn, sợ phơi nhiễm môi trường	Thoải mái, xem là dấu ấn trải nghiệm thực tế

Đáng chú ý, có tới 80 % du khách tham gia khảo sát khẳng định rằng âm thanh là yếu tố kiến tạo tính chân thực mạnh mẽ nhất. Theo lời người tham gia P2: "Tiếng ghe làm mọi thứ thật hơn" – chính âm thanh thô ráp này đã phá vỡ sự vô hồn của một không gian nghỉ dưỡng đóng kín.

4.2 Trải nghiệm "Đàm phán văn hóa"

Khảo sát chứng minh rằng khách du lịch hiện đại không còn hài lòng với việc bị "nhốt" trong các không gian biệt lập. Họ chủ động thực hiện các cuộc "đàm phán văn hóa" để tìm kiếm sự chân thực và ý nghĩa sinh tồn tại điểm đến. Phá vỡ rào cản: Có 73,3 % (11/15) du khách đánh giá cao các thiết kế "không gian mở". Người tham gia P4 nhấn mạnh sự hài lòng khi "không bị tách biệt khỏi bên ngoài".

Chấp nhận sự không hoàn hảo: du khách sẵn sàng đánh đổi sự tiện nghi vô trùng để lấy tính nguyên bản. Phân tích khứu giác cho thấy, mùi hải sản/làng chài ban đầu gây khó chịu nhẹ, nhưng sau đó được diễn giải là đặc trưng văn hóa ("Ban đầu khó chịu, sau thấy đặc trưng" − P3).

Nghịch lý du lịch: nghiên cứu ghi nhận một hiện tượng học thú vị từ người tham gia P6: "Ra ngoài lại thấy thư giãn hơn". Dù trả tiền cho sự xa hoa bên trong, không gian chữa lành thực sự của họ lại nằm ở khu vực xô bồ bên ngoài rào dậu.

4.3 Sự hòa hợp và những điểm chạm

Sự giao thoa giữa không gian nghỉ dưỡng và văn hóa biển đạt đến đỉnh cao tại các "Không gian thứ ba" – nơi các hoạt động tương tác trực tiếp diễn ra. Dữ liệu khảo sát đã thống kê được các "khoảnh khắc kích hoạt cảm xúc" mạnh mẽ nhất giúp không gian vật lý chuyển hóa thành nơi chốn gắn bó:

− Đi chợ cá sáng: là điểm chạm mang lại giá trị cao nhất với 9/15 người nhắc đến. Sự thiếu tiện nghi của bãi biển lầy lội được bù đắp hoàn toàn bởi cảm giác gắn kết xã hội ("Chợ cá là điểm đáng nhớ nhất" − P5).

− Ăn hải sản địa phương: (8 lượt đề cập). Việc sử dụng ẩm thực bản địa (có thể ngay trong khuôn viên

nhà hàng sang trọng hoặc tại các quán ăn lân cận) là một dạng đàm phán văn hóa qua vị giác.

− Dạo biển sáng sớm và giao tiếp ngư dân: (7 và 6 lượt đề cập).

Nhờ những điểm chạm tích cực này, có tới 86,7 % du khách trải qua sự chuyển hóa nhận thức sâu sắc sau 3 ngày lưu trú. Từ tâm thế của một "người quan sát" xa lạ, họ bước vào trạng thái tồn tại gắn kết với địa phương, thể hiện qua lời khẳng định của người tham gia P1: "Sau 3 ngày tôi thấy mình như đang sống ở đây". Sự giao thoa không gian tại Mũi Né, do vậy, đã kiến tạo nên một trải nghiệm lưỡng diện hoàn hảo: vừa đáp ứng nhu cầu hưởng thụ cá nhân cao cấp, vừa bồi đắp tri thức và thỏa mãn khát khao kết nối văn hóa chân thực.

5 Hàm ý quản trị và phát triển

5.1 Thiết kế kiến trúc và quy hoạch "Không gian thứ ba"

Thay vì theo đuổi mô hình "pháo đài nghỉ dưỡng", các chủ đầu tư và kiến trúc sư cần chú trọng thiết kế các vùng không gian chuyển tiếp. Dữ liệu cho thấy 73,3 % du khách đề cao không gian mở. Do đó, cần thiết kế các hành lang sinh thái, lối đi dạo nội khu có khả năng "thẩm thấu" cảnh quan làng chài từ xa, tạo cảm giác kết nối nhưng vẫn đảm bảo an ninh.

Sử dụng vật liệu mang tính "Nơi chốn" đưa các vật liệu bản địa và các biểu tượng văn hóa biển vào kiến trúc tiền sảnh, nhà hàng để làm mềm hóa không gian hiện đại.

5.2 Quản trị trải nghiệm đa giác quan

Kết quả khảo sát đã chứng minh âm thanh thô ráp và mùi hương đặc trưng của làng chài là những yếu tố kích thích tính chân thực mạnh mẽ nhất. Các nhà quản lý resort cần thay đổi tư duy từ "che giấu" sang "tôn vinh".

Không "vô trùng hóa" điểm đến: không nên lạm dụng vách cách âm hay xịt phòng công nghiệp để triệt tiêu hoàn toàn tiếng sóng, tiếng ghe thuyền hay mùi gió biển. Thay vào đó, cần quản lý kỳ vọng của khách hàng ngay từ khâu đặt phòng.

Nghệ thuật chuyển hóa giác quan: khi khách được cung cấp đủ thông tin và bối cảnh văn hóa, sự "khó chịu nhẹ" ban đầu về khứu giác hay thính giác sẽ nhanh chóng được họ tự diễn giải lại thành "trải nghiệm bản sắc bản địa" như nghiên cứu đã chỉ ra.

5.3 Tích hợp văn hóa bản địa vào chuỗi giá trị dịch vụ

Dựa trên bảng phân tích các "khoảnh khắc kích hoạt cảm xúc", các resort cần chủ động thiết kế các sản phẩm du lịch nằm ở ranh giới giao thoa:

Tour "Thức giấc cùng làng chài": biến việc tham quan chợ cá sáng sớm thành một dịch vụ trải nghiệm cao cấp. Điều này giúp khách "vượt rào" an toàn từ khu vực tiền cảnh sang hậu cảnh.

Đưa "hậu cảnh" vào "tiền cảnh": tổ chức các phiên chợ hải sản thu nhỏ ngay trong khuôn viên resort, mời ngư dân địa phương trực tiếp hướng dẫn du khách đan lưới hoặc chế biến ẩm thực.

5.4 Hàm ý cho chính quyền địa phương trong quy hoạch điểm đến

Để mục tiêu đón 10,6 triệu lượt khách vào năm 2025 diễn ra bền vững, chính quyền tỉnh Lâm Đồng nói chung và Mũi Né nói riêng cần có chiến lược bảo tồn cảnh quan nhân văn:

Bảo vệ "Hậu cảnh" nên hạn chế tối đa việc giải tỏa trắng các làng chài lâu đời để nhường chỗ cho các siêu dự án. Nếu mất đi làng chài, thuyền thúng và ngư dân, Mũi Né sẽ tự đánh mất "Hồn nơi chốn" và biến thành một "Phi nơi chốn" nhàm chán như bất kỳ bãi biển vô danh nào trên thế giới.

6. Kết luận

Nghiên cứu hiện tượng học tại Mũi Né chứng minh giao thoa giữa không gian nghỉ dưỡng hiện đại và văn hóa biển truyền thống không phải xung đột quy hoạch mà là giá trị cốt lõi tạo sức hút độc bản của điểm đến.

Kết luận chính gồm ba nhóm:

Về nhận thức trải nghiệm du khách: nghỉ dưỡng biển ngày nay vượt xa thụ hưởng tiện nghi biệt lập, là quá trình “đàm phán văn hóa” chủ động, đa giác quan. Các yếu tố bản địa thô mộc là điểm chạm đắt giá giúp giải tỏa tính vô hồn của kiến trúc chuẩn hóa, chuyển không gian lưu trú xa lạ thành nơi chốn giàu ý nghĩa cảm xúc.

Về quy hoạch và phát triển bền vững: chạy đua thương mại hóa bằng giải tỏa trắng làng chài lâu đời hoặc xây resort khép kín, “vô trùng” sẽ triệt tiêu “hồn nơi chốn”, nguy cơ biến Mũi Né thành “phi nơi chốn” thiếu bản sắc. Du lịch bền vững đòi hỏi kiến trúc nghỉ dưỡng có độ “thẩm thấu”, tôn trọng vùng đệm sinh thái và chủ động đưa đời sống bản địa vào chuỗi giá trị dịch vụ.

Thông điệp cốt lõi cho Mũi Né: sức hấp dẫn lâu dài trong hành trình đạt mục tiêu tăng trưởng lượt khách nằm ở năng lực duy trì cân bằng tinh tế trên ranh giới giao thoa. Điểm đến thành công là nơi du khách bước ra khỏi không gian xa xỉ riêng tư để chạm vào nhịp đập trần trụi, nguyên bản nhưng giàu sức sống của văn hóa biển Việt Nam.

Nghiên cứu được tài trợ bởi Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, TP. Hồ Chí Minh, trong khuôn khổ đề tài cấp cơ sở. Tác giả cảm ơn sự hỗ trợ của Nhà trường và hợp tác của các cá nhân tham gia nghiên cứu.

Tài liệu tham khảo

1. Heidegger, M. (1962). *Being and time*. Harper & Row. ISBN: 978−0−06−063850−4
2. Tuan, Y.−F. (1977). *Space and place: The perspective of experience. University of Minnesota Press.* ISBN: 978−0−8166−0808−4
3. Norberg−Schulz, C. (1980). *Genius loci: Towards a phenomenology of architecture*. Rizzoli. ISBN: 978−0−8478−0287−6
4. Merleau−Ponty, M. (2012). *Phenomenology of perception*. Routledge. ISBN: 978−0−415−83433−9
5. Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books. ISBN: 978−0−385−09402−3
6. MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class*. University of California Press. ISBN: 978−0−520−21892−6
7. Augé, M. (1995). *Non−places: Introduction to an anthropology of supermodernity*. Verso. ISBN: 978−1−85984−051−1
8. Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). Interpretative phenomenological analysis: Theory, method and research. SAGE Publications.
9. Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. SAGE Publications.
10. Bộ Xây dựng. (2021). Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Quy hoạch xây dựng (QCVN 01:2021/BXD).
11. Thông tin điện tử Du lịch Lâm Đồng. (2025). Trong 6 tháng đầu năm, Mũi Né đón hơn 5,5 triệu lượt khách. https://dulichbinhthuan.com.vn/trong−6−thang−dau−nam−mui−ne−don−hon−55−trieu−luot−khach/

A phenomenological study of the intersection between modern resort spaces and maritime culture in Mũi Né Ward.

Huynh Cong Tuan
Faculty of Tourism, Nguyen Tat Thanh University, Ho Chi Minh City, Viet Nam
hctuan@ntt.edu.vn

Abstract

This study explores tourists' phenomenological experiences in Mui Ne Ward, Lam Dong Province, through the lens of the intersection between modern resort space and the cultural identity of a coastal fishing village. In the first six months of 2025, Mui Ne tourism is estimated to have received 5.54 million visitors, up 18.48% year-on-year; guest days served are estimated at 10,636.8, up 22.77% year-on-year. Nearly 200 resort projects are directly reshaping the landscape and local cultural space. Using a phenomenological approach through in-depth interviews and participant observation, the article analyzes how tourists perceive both the contrast and the harmony between luxurious accommodation amenities and traditional sea-dependent livelihoods. The findings show that tourists' experiences in Mui Ne are not merely the consumption of services but a complex process of interaction and negotiation of cultural meaning. The article offers academic perspectives contributing to theories of coastal tourism experience and proposes practical spatial management implications to reconcile architectural planning with marine heritage preservation, toward sustainable tourism development.

Keywords: Tourism phenomenology, tourist experience, resort space, marine culture, Mui Ne Ward.