

Du lịch hè 2026: Địa phương linh hoạt kích cầu trước áp lực chi phí

05:42 12/04/2026

Mùa du lịch hè năm 2026 đang đến gần trong bối cảnh ngành du lịch đối mặt với nhiều thách thức từ biến động giá nhiên liệu và sự điều chỉnh hoạt động của các hãng hàng không. Trước nguy cơ ảnh hưởng đến lượng khách, nhiều địa phương đã chủ động triển khai các giải pháp kích cầu linh hoạt, vừa thích ứng tình hình, vừa tạo thêm sức hút cho điểm đến.

Tại Lâm Đồng, việc Sân bay Liên Khương tạm đóng cửa đến khoảng tháng 8/2026 được xem là yếu tố tác động trực tiếp đến dòng khách. Để ứng phó, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh đã tổ chức các chương trình khảo sát dành cho báo chí, KOLs và doanh nghiệp lữ hành nhằm xây dựng sản phẩm du lịch đường bộ và tour liên vùng.

Trọng tâm của chiến dịch là phát triển các gói combo trọn gói với mức giá hợp lý, kết hợp giữa lưu trú, ẩm thực, tham quan và vận chuyển. Các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng du lịch được kết nối chặt chẽ hơn để tạo ra sản phẩm đồng bộ, vừa tiết kiệm chi phí, vừa nâng cao trải nghiệm cho du khách. Hiện đã có gần 40 doanh nghiệp tham gia chương trình với nhiều ưu đãi hấp dẫn, từ giảm giá phòng nghỉ đến dịch vụ chăm sóc sức khỏe. Bên cạnh đó, việc ứng dụng mã QR để cung cấp thông tin doanh nghiệp cũng giúp du khách dễ dàng tiếp cận dịch vụ hơn.



Các điểm tham quan du lịch sinh thái, thiên nhiên trở thành những điểm đến lý tưởng, thu hút số lượng lớn khách du lịch.

Trong khi đó, tại Huế, các doanh nghiệp lữ hành nhanh chóng điều chỉnh chiến lược thị trường. Thay vì phụ thuộc vào khách quốc tế đường dài, nhiều đơn vị chuyển hướng sang thị trường nội địa và khu vực gần như Đông Nam Á, Đông Bắc Á. Song song, các sản phẩm du lịch được thiết kế lại theo hướng linh hoạt, tối ưu chi phí nhưng vẫn đảm bảo chất lượng.

Đại diện doanh nghiệp cho biết, với các hợp đồng đã ký, mức giá vẫn được giữ nguyên để đảm bảo uy tín. Với các tour mới, doanh nghiệp sẵn sàng giảm biên lợi nhuận để hạn chế tăng giá. Các đơn vị cung ứng dịch vụ từ lưu trú, vận chuyển đến điểm tham quan cũng chủ động phối hợp, xây dựng các gói sản phẩm phù hợp, qua đó giữ chân du khách trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Tại khu vực miền Trung, Quảng Trị đẩy mạnh các hoạt động kích cầu bằng chuỗi sự kiện văn hóa, du lịch quy mô lớn. Mở đầu là chương trình truyền hình trực tiếp tại biển Bảo Ninh, tiếp nối là các lễ hội ẩm thực, không gian văn hóa và khu trưng bày sản phẩm OCOP với hàng trăm gian hàng.

Đáng chú ý, địa phương này còn tăng cường xúc tiến thị trường quốc tế, đặc biệt là khách Hàn Quốc thông qua các chương trình kết nối với doanh nghiệp lữ hành lớn. Không gian kết nối giao thương (Business Matching) cũng được tổ chức nhằm mở rộng cơ hội hợp tác giữa các đơn vị du lịch, vận tải và dịch vụ. Bên cạnh đó, các sự kiện thể thao như giải golf cũng được kỳ vọng tạo thêm sức hút cho điểm đến.

Ở phía Bắc, Quảng Ninh tiếp tục khẳng định lợi thế bằng việc làm mới sản phẩm du lịch. Điểm nhấn là chương trình lễ hội ánh sáng trên tàu du lịch diễn ra

tại Vịnh Hạ Long, với hàng chục tàu được thắp sáng và diễu hành trên vịnh, kết hợp các màn trình diễn pháo hoa độc đáo.

Khác với trước đây, du khách có thể trực tiếp tham gia trải nghiệm trên tàu trong suốt hành trình. Đây được xem là bước thử nghiệm để phát triển sản phẩm du lịch đêm thường kỳ, góp phần kéo dài thời gian lưu trú và tăng chi tiêu của du khách. Đồng thời, tỉnh cũng tiếp tục nâng cấp các sản phẩm đặc trưng như du lịch biển đảo, nghỉ dưỡng, sinh thái và cộng đồng tại các địa bàn như Vân Đồn hay Đông Triều.

Không chỉ các địa phương, các sự kiện quy mô quốc gia cũng đóng vai trò quan trọng trong kích cầu du lịch. Tại Hà Nội, Hội chợ Du lịch quốc tế Việt Nam VITM 2026 thu hút hàng trăm doanh nghiệp trong và ngoài nước tham gia. Điểm nổi bật của năm nay là hoạt động kết nối giao thương B2B, nơi các doanh nghiệp trực tiếp gặp gỡ, trao đổi và ký kết hợp tác.

Song song với đó, nhiều chương trình khuyến mại, giảm giá tour được tung ra nhằm kích cầu tiêu dùng du lịch. Các hoạt động kết nối B2C cũng giúp người dân tiếp cận trực tiếp với các sản phẩm du lịch ưu đãi.

Trong bối cảnh thế giới còn nhiều biến động, yếu tố an toàn đang trở thành tiêu chí hàng đầu của du khách khi lựa chọn điểm đến. Vì vậy, bên cạnh việc làm mới sản phẩm và giảm giá dịch vụ, ngành du lịch Việt Nam cũng cần chú trọng xây dựng hình ảnh điểm đến an toàn, ổn định và thân thiện.

Việc các địa phương chủ động thích ứng, đa dạng hóa sản phẩm và tăng cường liên kết đang tạo nên thế chủ động cho du lịch Việt Nam trong mùa cao điểm hè 2026. Đây không chỉ là giải pháp ngắn hạn mà còn là bước đi quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh trong dài hạn.

Nam Sơn