

ĐỊNH HÌNH NGÀNH DU LỊCH - KHÁCH SẠN NĂM 2026: NHỮNG XU HƯỚNG DU LỊCH CHỦ ĐẠO

ThS. Trần Gia Vinh

TÓM TẮT: Bài viết tổng hợp và phân tích các xu hướng chủ đạo của ngành du lịch được dự báo sẽ định hình giai đoạn phát triển năm 2026, dựa trên các báo cáo toàn cầu và những nghiên cứu cập nhật gần đây. Năm 2026 được nhận định là giai đoạn chuyển từ tăng trưởng theo chiều rộng sang tăng trưởng theo chiều sâu, với trọng tâm là trải nghiệm du lịch có ý nghĩa, ứng dụng công nghệ, phát triển bền vững và cá nhân hóa dịch vụ. Các xu hướng này không chỉ tác động đến hành vi và lựa chọn điểm đến của du khách, mà còn góp phần tái định hình mô hình sản phẩm, dịch vụ và cách thức vận hành của ngành du lịch - khách sạn.

Từ khóa: xu hướng du lịch 2026; du lịch bền vững; trí tuệ nhân tạo (AI) trong du lịch; trải nghiệm du lịch.

1. Giới thiệu

Sau giai đoạn phục hồi hậu đại dịch, du lịch toàn cầu đang bước vào một chu kỳ phát triển mới, trong đó trọng tâm dần chuyển từ nhu cầu di chuyển và nghỉ dưỡng cơ bản sang những trải nghiệm mang tính cá nhân, có chiều sâu và giá trị lâu dài. Giai đoạn từ năm 2023 đến 2025 ghi nhận sự phục hồi về quy mô và tần suất du lịch, chủ yếu với các nhóm khách nhỏ và hành trình linh hoạt; tuy nhiên, những thay đổi trong kỳ vọng và hành vi của du khách đã bắt đầu trở nên rõ nét hơn.

Các khảo sát quốc tế cho thấy công nghệ, tính bền vững và mức độ cá nhân hóa ngày càng đóng vai trò quan trọng trong quyết định du lịch của khách hàng (Booking.com, 2025; Simon-Kucher & cộng sự, 2025). Trong bối cảnh đó, năm 2026 được xem là thời điểm “tái định hình” đối với ngành du lịch - khách sạn, khi các xu hướng mới không chỉ ảnh hưởng đến lựa chọn điểm đến và dịch vụ, mà còn đặt ra yêu cầu điều chỉnh đối với chiến lược phát triển, mô hình kinh doanh và chất lượng nguồn nhân lực của toàn ngành. Ngoài ra, trong bối cảnh tăng trưởng quốc tế đã khôi phục quy mô nhưng chưa tạo ra chuyển biến về giá trị, du lịch nội địa vẫn là nguồn ổn định doanh thu đáng tin cậy nhất của Việt Nam, đồng thời là nền tảng quan trọng cho

tăng trưởng tương lai (Vietnam's Travel Landscape 2026: From Recovery to Resilience).

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết được thực hiện theo phương pháp tổng hợp và phân tích tài liệu (literature review), tập trung vào các báo cáo và nghiên cứu về xu hướng du lịch do các tổ chức và nền tảng uy tín trong ngành công bố. Nguồn dữ liệu bao gồm các báo cáo xu hướng của các nền tảng du lịch toàn cầu như Booking.com, Agoda, Expedia và Skyscanner; các phân tích chuyên sâu về hành vi du lịch và thị trường từ các tổ chức tư vấn và truyền thông quốc tế, tiêu biểu là Forbes và Simon-Kucher & cộng sự; cùng với các bài viết và báo cáo chuyên ngành được công bố trên những kênh truyền thông có độ tin cậy cao.

Các tài liệu được lựa chọn trong khoảng thời gian từ cuối năm 2025 đến đầu năm 2026 nhằm đảm bảo tính cập nhật của dữ liệu. Nội dung các nguồn tài liệu này được phân tích và hệ thống hóa theo phương pháp phân tích chủ đề (thematic analysis), qua đó xác định những xu hướng nổi bật và các điểm hội tụ trong sự thay đổi hành vi du lịch, từ đó làm cơ sở cho việc nhận diện các xu hướng chủ đạo của ngành du lịch - khách sạn trong năm 2026.

3. Kết quả và Phân tích

3.1. Du lịch trải nghiệm và cá nhân hóa (Experiential & Personalized Travel)

Người du lịch ngày nay không chỉ tìm kiếm điểm đến đẹp, mà còn mong muốn trải nghiệm sâu sắc và mang tính cá nhân. Báo cáo của Booking.com cho thấy du khách ưu tiên các hành trình phản ánh phong cách sống và sở thích riêng, từ đó định hình chuyến đi như một tuyên ngôn bản sắc cá nhân (vntravel.org.vn, 2025; Booking.com, 2025). Xu hướng này thúc đẩy dịch vụ du lịch và khách sạn thiết kế các sản phẩm tùy chỉnh cao, từ tour khám phá văn hóa đến trải nghiệm dựa theo sở thích cá nhân.

3.2. Du lịch bền vững & tái tạo (Sustainable & Regenerative Tourism)

Du lịch bền vững trong giai đoạn đã trở thành một tiêu chí quan trọng trong quyết định thực hiện chuyến du lịch của du khách. Ngày càng nhiều du khách mong muốn tham gia vào các hoạt động du lịch kết hợp giữa giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường. Xu hướng này thúc đẩy sự phát triển của các mô hình du lịch có trách nhiệm với môi trường, đồng thời mở rộng

sang cách tiếp cận du lịch tái tạo (regenerative tourism); trong đó du lịch được kỳ vọng tạo ra giá trị gia tăng lâu dài, bền vững và ổn định cho cộng đồng địa phương và hệ sinh thái tại điểm đến.

Theo Forbes (2025), du khách ngày càng ưu tiên những lựa chọn giúp giảm phát thải khí carbon, khuyến khích tiêu dùng sản phẩm địa phương và tăng cường sự tương tác có ý nghĩa với cộng đồng người dân bản địa. Báo cáo của Asia Sustainable Travel cũng đồng tình với quan điểm này và nhấn mạnh thêm rằng: “Du lịch trong tương lai cần hướng tới việc tạo ra những tác động tích cực có thể đo lường được đối với môi trường và xã hội, thay vì chỉ dừng lại ở mục tiêu duy trì sự bền vững” (Asia Sustainable Travel, 2026). Những thay đổi trong nhận thức và hành vi của du khách cho thấy du lịch bền vững và tái tạo đang trở thành nền tảng quan trọng định hình sự phát triển của ngành du lịch - khách sạn trong những năm tới.



Góc xanh tại Khách sạn Villa Huế, Trường Cao đẳng Du lịch Huế (Ảnh: Villa Hue Hotel)

3.3. Công nghệ và AI trong du lịch (AI and Tech-Driven Travel)

Công nghệ, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo (AI), đang ngày càng ảnh hưởng đến cách du lịch được lập kế hoạch và trải nghiệm. AI được sử dụng phổ biến trong việc hỗ trợ tìm kiếm thông tin, lên kế hoạch lịch trình tự động, cá nhân hoá gợi ý và tối ưu hoá hành trình cho du khách.

Một số ví dụ liên quan đến việc ứng dụng công nghệ, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo (AI) trong lĩnh vực du lịch hiện nay như: Ứng dụng AI tự động gợi ý lịch trình tham quan Huế trong 2 ngày dựa trên sở thích ăn uống và văn hoá của khách; Chatbot AI hỗ trợ trả lời câu hỏi về giờ mở cửa, giá vé và phương

tiện di chuyển 24/7; AI phân tích thói quen tìm kiếm để đề xuất nhà hàng, quán cà phê hoặc địa điểm check-in phù hợp từng người; AI dịch ngôn ngữ trực tiếp khi du khách giao tiếp với người dân địa phương hoặc đọc bảng hướng dẫn...

Việc sử dụng công cụ AI đã tăng mạnh, với nhiều du khách trẻ (Gen Z và Millennial) có xu hướng chuyên dùng AI cho việc lập kế hoạch và tìm kiếm thông tin du lịch (Simon-Kucher & cộng sự, 2025). Khảo sát của Travel Industry Wire (2025) cho thấy, từ các tập đoàn khách sạn quốc tế (Marriott, Hyatt, Hilton...) đến các tập đoàn và chuỗi khách sạn trong nước cũng đã bắt đầu tích hợp AI vào dịch vụ khách hàng và tối ưu hóa trải nghiệm lưu trú.

3.4 Sức khỏe, tinh thần và thiên nhiên (Wellness & Nature-Centric Travel)

Chuyên hướng từ du lịch giải trí đơn thuần sang tìm kiếm sự cân bằng sức khỏe và tinh thần là xu hướng rõ nét. Chuyên đi vì sức khỏe (wellness travel) và các hoạt động gắn liền với thiên nhiên (retreat, yoga ngoài trời, hoặc kết nối thiên nhiên sâu sắc...) trở thành những lựa chọn phổ biến đối với du khách tìm kiếm sự thư giãn và phục hồi năng lượng. Điều này phản ánh mong muốn “tận hưởng trọn vẹn và phục hồi bản thân” sau quãng thời gian căng thẳng của cuộc sống hiện đại.



Ảnh minh họa (Nguồn: Internet)

3.5. Phong cách du lịch mới: Du lịch theo đam mê cá nhân và Du lịch theo phân khúc chuyên biệt

Trong bối cảnh hành vi du lịch ngày càng đa dạng và cá nhân hóa, du lịch theo đam mê cá nhân (passion-led travel) và du lịch theo phân khúc chuyên biệt (niche travel) nổi lên như những phong cách du lịch mới, phản ánh sự chuyển dịch từ du lịch đại trà sang các trải nghiệm có chiều sâu và

mang đậm dấu ấn cá nhân. Hai xu hướng này có mối liên hệ chặt chẽ, trong đó đam mê và mối quan tâm riêng của du khách trở thành cơ sở hình thành các phân khúc du lịch chuyên biệt.

Du lịch theo đam mê cá nhân là hình thức du lịch được thúc đẩy bởi những sở thích cụ thể của du khách như văn hóa, di sản, ẩm thực, nghệ thuật hay lịch sử. Thay vì lựa chọn điểm đến trước, du khách xác định đam mê cá nhân và xây dựng hành trình xoay quanh mối quan tâm đó. Tại Việt Nam, xu hướng này được thể hiện qua các tour di sản Cố đô Huế, tour trải nghiệm văn hóa - kiến trúc phố cổ Hội An kết hợp thủ công truyền thống, hay các hành trình khám phá lịch sử - văn hóa Thăng Long tại Hà Nội thông qua hệ thống di tích, bảo tàng và không gian phố cổ.

Song song với đó, *du lịch theo phân khúc chuyên biệt* tập trung vào việc phục vụ những nhóm du khách có nhu cầu và động cơ du lịch tương đồng nhưng không thuộc phân khúc đại trà. Các tour chuyên biệt như tour ẩm thực đường phố tại Hà Nội, tour du lịch cộng đồng gắn với làng nghề và đời sống bản địa ở Hội An, hay các chương trình du lịch di sản kết hợp học tập và nghiên cứu tại Huế là những ví dụ tiêu biểu cho du lịch ngách tại Việt Nam. Mặc dù quy mô thị trường không lớn, các phân khúc này thường có mức độ gắn bó cao và sẵn sàng chi trả cho những trải nghiệm chuyên sâu, phù hợp với sở thích cá nhân.



Ảnh minh họa (Nguồn: Internet)

Sự kết hợp giữa du lịch theo đam mê cá nhân và du lịch theo phân khúc chuyên biệt cho thấy du lịch ngày càng trở thành phương tiện để du khách thể hiện bản sắc cá nhân và tìm kiếm giá trị tinh thần. Đối với ngành du lịch - khách sạn Việt Nam, xu hướng này mở ra cơ hội phát triển các sản phẩm chuyên biệt dựa trên lợi thế văn hóa, di sản và tài nguyên bản địa, qua đó nâng cao chất lượng trải nghiệm và hướng tới phát triển bền vững.

4. Thảo luận ý nghĩa của nội dung nghiên cứu đối với ngành du lịch - khách sạn Việt Nam

Các xu hướng du lịch được phân tích cho thấy ngành du lịch - khách sạn của Việt Nam cần điều chỉnh chiến lược phát triển sản phẩm và dịch vụ theo hướng phù hợp, thích ứng với sự thay đổi trong hành vi và kỳ vọng của du khách. Trước hết, việc tối ưu hóa trải nghiệm cá nhân trở thành yêu cầu quan trọng đối với các cơ sở lưu trú, doanh nghiệp lữ hành và điểm đến, nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của các phân khúc khách ngày càng chuyên biệt hơn. Song song với đó, việc tích hợp công nghệ số và các ứng dụng trí tuệ nhân tạo vào hoạt động quản lý, vận hành và phục vụ khách hàng được xem là giải pháp cần thiết để nâng cao hiệu quả hoạt động, chất lượng dịch vụ và khả năng cạnh tranh của các khách sạn và doanh nghiệp du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số.

Bên cạnh khía cạnh vận hành, các xu hướng này cũng đặt ra yêu cầu mới đối với hệ thống cơ sở đào tạo du lịch - khách sạn tại Việt Nam. Chương trình đào tạo cần được điều chỉnh theo hướng tăng cường kỹ năng số, tư duy dịch vụ cá nhân hóa và nhận thức về phát triển bền vững, qua đó giúp người học thích ứng tốt hơn với yêu cầu thực tiễn của ngành. Đồng thời, việc phát triển các sản phẩm du lịch bền vững, gắn với bảo tồn văn hóa, bảo vệ môi trường và tạo ra tác động tích cực cho cộng đồng địa phương, được xem là nền tảng quan trọng để ngành du lịch - khách sạn Việt Nam hướng tới phát triển dài hạn và có trách nhiệm.

5. Kết luận

Năm 2026, ngành du lịch Việt Nam cần xác định rõ mục tiêu không còn là gia tăng số lượng khách bằng mọi giá, mà là giảm thiểu rủi ro do sự phụ thuộc vào một số ít thị trường khách truyền thống. Các xu hướng du lịch năm 2026 là một tín hiệu vui, cho thấy ngành dịch vụ đang bước vào giai đoạn chuyển đổi mạnh mẽ, với trọng tâm là trải nghiệm cá nhân hoá, ứng dụng công nghệ, phát triển bền vững và chăm sóc sức khỏe. Những thay đổi này

không chỉ tác động đến hành vi du khách mà còn đặt ra yêu cầu mới đối với mô hình vận hành, chất lượng dịch vụ và nguồn nhân lực của ngành.

Trong bối cảnh đó, đào tạo và phát triển nhân lực giữ vai trò then chốt. Các cơ sở đào tạo, đặc biệt là hệ thống các trường đào tạo nghề cần chủ động cập nhật chương trình, tăng cường đào tạo thực hành, trải nghiệm thực tế, kỹ năng số và tư duy dịch vụ hiện đại nhằm đáp ứng nhu cầu thực tiễn và cấp thiết của doanh nghiệp. Việc gắn kết chặt chẽ giữa đào tạo và thị trường lao động sẽ là nền tảng quan trọng giúp ngành du lịch - khách sạn nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững trong giai đoạn tới.

Tài liệu tham khảo:

1. UN World Tourism Organization. (2024). *Tourism and sustainability development goals*.
2. World Travel & Tourism Council. (2024). *Global travel & tourism economic impact report*.
3. Asia Sustainable Travel. (2026). *Regenerative tourism and sustainability trends in Asia*.
4. Travel Industry Wire. (2025). *AI and personalization trends in hospitality and travel*.
5. Vietnam National Administration of Tourism. (2024). *Vietnam tourism development strategy to 2030*.
6. The Outbox Company. (2026): *Vietnam's Travel Landscape: From Recovery to Resilience*.
7. Simon-Kucher & Partners. (2025). *Five global travel trends for 2026*.
8. Booking.com. (2025). *Travel predictions 2026: The future of travel*.

SHAPING THE HOSPITALITY & TOURISM INDUSTRY IN 2026: KEY TRAVEL TRENDS

Abstract: *This paper synthesizes and analyzes the key trends in the tourism industry expected to shape its development in 2026, drawing on global reports and recent studies. The year 2026 is projected to mark a shift toward quality-driven growth, with a strong emphasis on meaningful travel experiences, technology adoption, sustainability, and personalized values. These trends not only influence travelers' destination choices but also contribute to the reshaping of service design and delivery across the tourism and hospitality sector.*

Keyword: *tourism trends 2026; sustainable tourism; artificial intelligence (AI) in tourism; travel experience.*