SCB EIC Industry insight

Hotel

ธุรกิจโรงแรมในปี 2027 เติบโตดีขึ้นตามการฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่ยังต้องเผชิญแรงกดดันจากปัจจัยด้านภูมิรัฐศาสตร์ เศรษฐกิจโลกที่เปราะบางจากวิกฤตค่าครองชีพ และประเด็นด้านความปลอดภัยที่อาจส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยยังเติบโตได้เล็กน้อย

November 2026



Executive summary



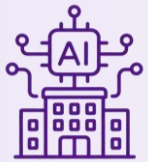
ภาพรวมของธุรกิจโรงแรมทั่วประเทศในปี 2027 คาดว่าจะฟื้นตัวดีขึ้นจากปี 2026 หลังภาคการท่องเที่ยวทยอยกลับเข้าสู่ภาวะปกติจากวิกฤตตะวันออกกลาง โดยอัตราการเข้าพักเฉลี่ยฟื้นตัวมาอยู่ที่ 72% ใกล้เคียงกับปี 2025 จากหดตัวเล็กน้อยในปี 2026 ตามการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติและการเติบโตของนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย ขณะที่ราคาห้องพักเฉลี่ยมีแนวโน้มได้รับแรงกดดันจากกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวที่มีความเปราะบางตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความเสี่ยงรอบด้าน อย่างไรก็ดี ในระยะข้างหน้า อัตราการเข้าพักและราคาห้องพักเฉลี่ยมีแนวโน้มเติบโตแบบชะลอตัว จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทยที่เติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป และยังได้รับแรงกดดันจากการแข่งขันที่มีโอกาสเพิ่มสูงขึ้นจากจำนวนห้องพักใหม่ที่ทยอยเปิดให้บริการ



นักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2027 คาดว่าจะอยู่ที่ราว 33.4 ล้านคนเพิ่มขึ้นราว 5.9%YoY หลังหดตัวในปี 2026 จากการทยอยฟื้นตัวหลังความตึงเครียดในตะวันออกกลางเริ่มผ่อนคลาย แต่ยังมีโอกาสเผชิญกับความเสี่ยงและมีประเด็นที่ต้องติดตามไม่ว่าจะเป็น 1) ความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ : ปัญหาด้านภูมิรัฐศาสตร์ในหลายพื้นที่ของโลกในปัจจุบันอาจทำให้เกิดความเสี่ยงใหม่ต่อบรรยากาศและความปลอดภัยในการเดินทางระหว่างประเทศ 2) ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย : สถานการณ์ด้านความปลอดภัยในไทยที่ยังเกิดขึ้นเป็นระลอกได้สร้างความกังวลใจให้แก่นักท่องเที่ยวในวงกว้างโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน 3) การปรับทิศทางยุทธศาสตร์ “Value over Volume” ของภาครัฐที่จะเน้นเศรษฐกิจผู้มาเยือน (Visitor economy) ผ่านการจัดประชุมระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ การศึกษา รวมถึงงานเทศกาล/อิเวนต์ระดับโลก อย่างไรก็ดี ในระยะข้างหน้า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มเติบโตได้ต่อเนื่องแต่การเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติยังต้องเผชิญแรงกดดันจาก Tourism war ที่เข้มข้นขึ้นในเอเชีย



นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยปี 2027 คาดว่าจะเติบโตราว 2.2%YOY มาอยู่ที่ 290.9 ล้านคนและมีโอกาสเติบโตแบบชะลอตัวในระยะข้างหน้า โดยได้รับแรงหนุนจาก 1) ต้นทุนการเดินทางลดลง จากราคาน้ำมันที่ปรับลดลงต่อเนื่อง 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมทำให้การเดินทางสะดวกขึ้น เช่น รถไฟท่องเที่ยว เครือข่ายมอเตอร์เวย์ที่เริ่มเปิดให้บริการ และ 3) นโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศของภาครัฐที่คาดว่าจะออกมาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ดี การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวไทยอาจถูกกดดันจากการเดินทางไปต่างประเทศของคนไทยกลุ่มกำลังซื้อ โดยเป็นผลจากมาตรการฟรีวีซ่าและแพ็กเกจราคาประหยัดที่เริ่มออกมาดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไทยไปเที่ยวหลังราคา Jet fuel เริ่มลดลง และภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังเปราะบางซึ่งจะส่งผลต่อการวางแผนท่องเที่ยวและการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวตามงบประมาณที่มีอยู่จำกัด



ในระยะข้างหน้า ความยั่งยืนและเทคโนโลยี AI จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นต่อธุรกิจโรงแรม โดยความยั่งยืนกำลังขยับสถานะมาเป็นเงื่อนไขพื้นฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม อีกทั้ง นักท่องเที่ยวยังเห็นความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่ได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำการตลาดและการก้าวสู่ความยั่งยืนมากขึ้น และยังเริ่มนำเทคโนโลยี AI เข้ามาใช้เพื่อปรับกลยุทธ์การตลาด ยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า รวมถึงลดต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาวอีกด้วย



ทิศทางนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเป็นอย่างไร เมื่อโลกยังเผชิญความเสี่ยงภูมิรัฐศาสตร์?

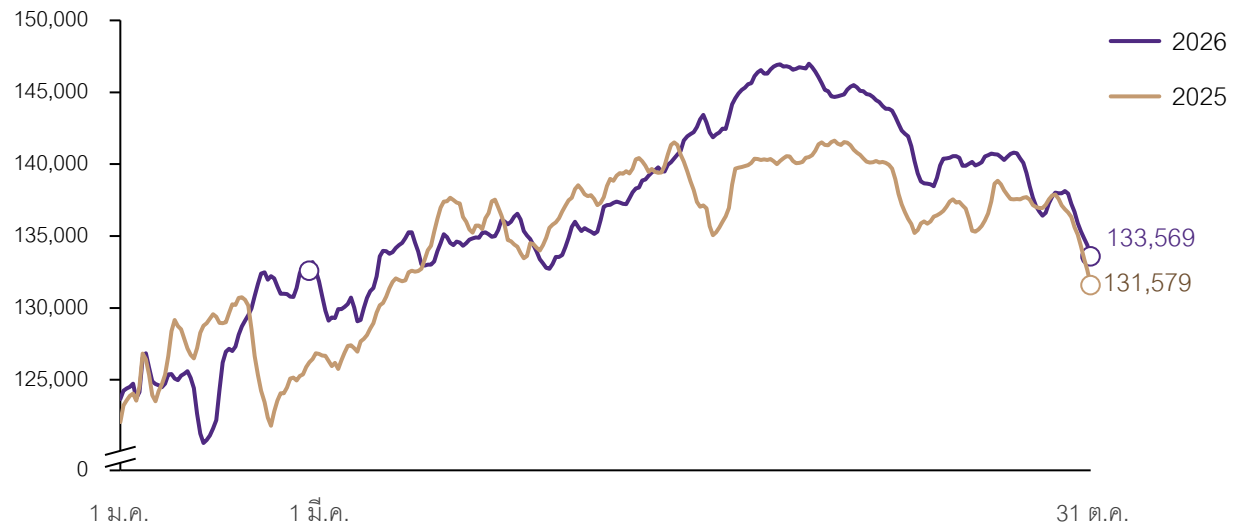
สถานการณ์ความตึงเครียดในตะวันออกกลางที่เริ่มผ่อนคลายส่งผลให้ราคาน้ำมันทยอยปรับลดลง ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการเดินทางและเอื้อต่อการเดินทางระหว่างประเทศ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2027 จะฟื้นตัวมาอยู่ที่ 33.4 ล้านคนจากที่หดตัวในปี 2026 อย่างไรก็ดี ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ในหลายพื้นที่ยังเป็นความเสี่ยงใหม่ที่ต้องติดตามซึ่งอาจกระทบต่อบรรยากาศการเดินทางระหว่างประเทศ

การเดินทางระหว่างประเทศของโลกทยอยฟื้นตัวดีขึ้นสะท้อนจากจำนวนเที่ยวบินที่เพิ่มขึ้น แต่ยังต้องเผชิญแรงกดดันจากราคาตั๋วเครื่องบินที่ปรับขึ้นสูงตามราคาน้ำมันโลก

จำนวนเที่ยวบินพาณิชย์ของโลกรายวันเติบโตตามปกติ

หน่วย : เที่ยวบิน (7-day moving average)

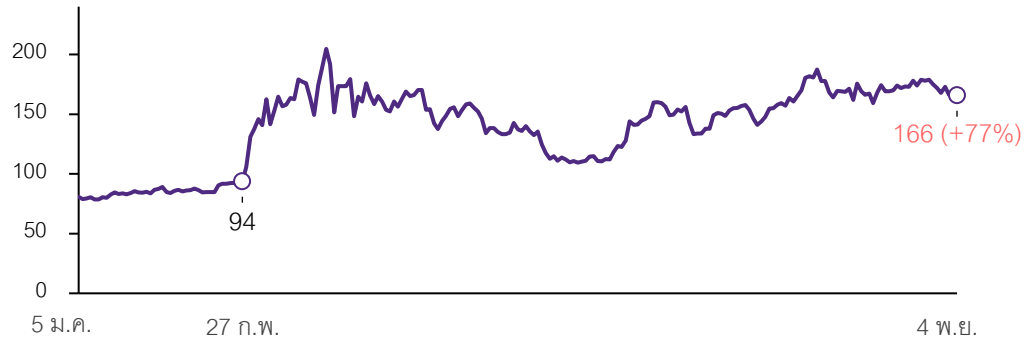
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค	ก.ย.	ต.ค.	YTD
%YoY	-1.7%	2.9%	2.5%	-0.8%	-0.8%	-0.3%	4.4%	3.2%	2.8%	0.9%	1.3%



ภาพรวมปริมาณเที่ยวบินพาณิชย์โลกในปี 2026 ยังคงเติบโตจากปี 2025 จากการฟื้นตัวได้เร็วหลังสายการบินสัญชาติตะวันออกกลางทยอยกลับมาให้บริการตามปกติ แต่ยังเติบโตแบบชะลอตัวจากการปรับตารางเที่ยวบินด้วยต้นทุนสายการบินที่ยังอยู่ในระดับสูงและความต้องการเดินทางทั่วโลกชะลอตัวตามราคาตั๋วเครื่องบินที่ปรับเพิ่มขึ้น

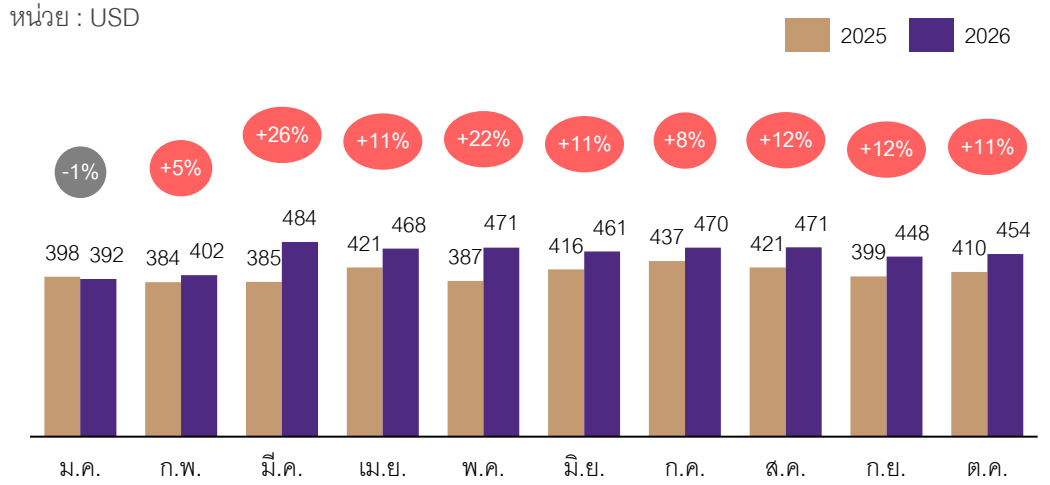
Jet fuel (SG Jet Kero Spot)

หน่วย : USD/barrel



Global average airfare price

หน่วย : USD

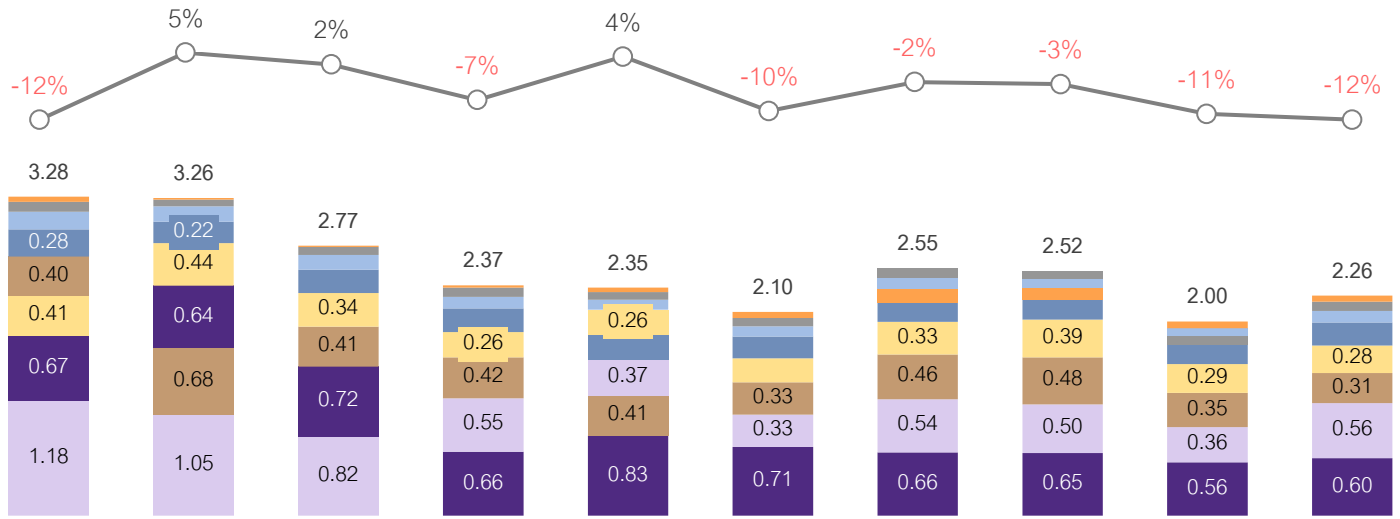


ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Flightradar24 และ OAG

ในช่วง 10 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยแล้วกว่า 25.4 ล้านคน โดยหลายตลาดยังเผชิญภาวะหดตัวต่อเนื่อง อีกทั้ง เริ่มเห็นสัญญาณการชะลอตัวของนักท่องเที่ยวจีนจากความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยที่ลดลง

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยในปี 2026

หน่วย : ล้านคน, %YoY



	10M2026	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.*	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
จีน (16%)	13%	-40%	82%	38%	32%	33%	7%	9%	18%	9%	-14%
อเมริกา (5%)	0%	2%	0%	-2%	-2%	4%	-1%	3%	3%	-2%	-7%
ยุโรป (31%)	0%	10%	5%	-4%	-6%	0%	-4%	6%	1%	-3%	-4%
อื่น ๆ (3%)	-2%	-5%	-7%	7%	-5%	-4%	1%	0%	1%	2%	-2%
ตะวันออกกลาง (1%)	-5%	6%	-51%	-33%	-57%	-2%	-27%	9%	15%	19%	9%
เอเชียใต้ (8%)	-3%	23%	6%	9%	-2%	-3%	-9%	-15%	-10%	-18%	-9%
N.E Asia (13%)	-9%	-18%	0%	-3%	-4%	-5%	-14%	-8%	-10%	-3%	-19%
อาเซียน (23%)	-16%	-23%	6%	6%	-2%	0%	-17%	-11%	-13%	-27%	-19%

ในช่วง 10 เดือนที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาไทยยังหดตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศในเอเชีย ขณะที่นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางที่ได้รับผลกระทบจากความขัดแย้งโดยตรงกลับมาเติบโตดีขึ้น

หมายเหตุ : *ข้อมูลในช่วงวันที่ 22-25 มิ.ย. 2026 ประเมินเบื้องต้นเนื่องจากระบบจัดเก็บข้อมูลของกระทรวงฯ ขัดข้องอยู่ระหว่างตรวจสอบข้อมูล

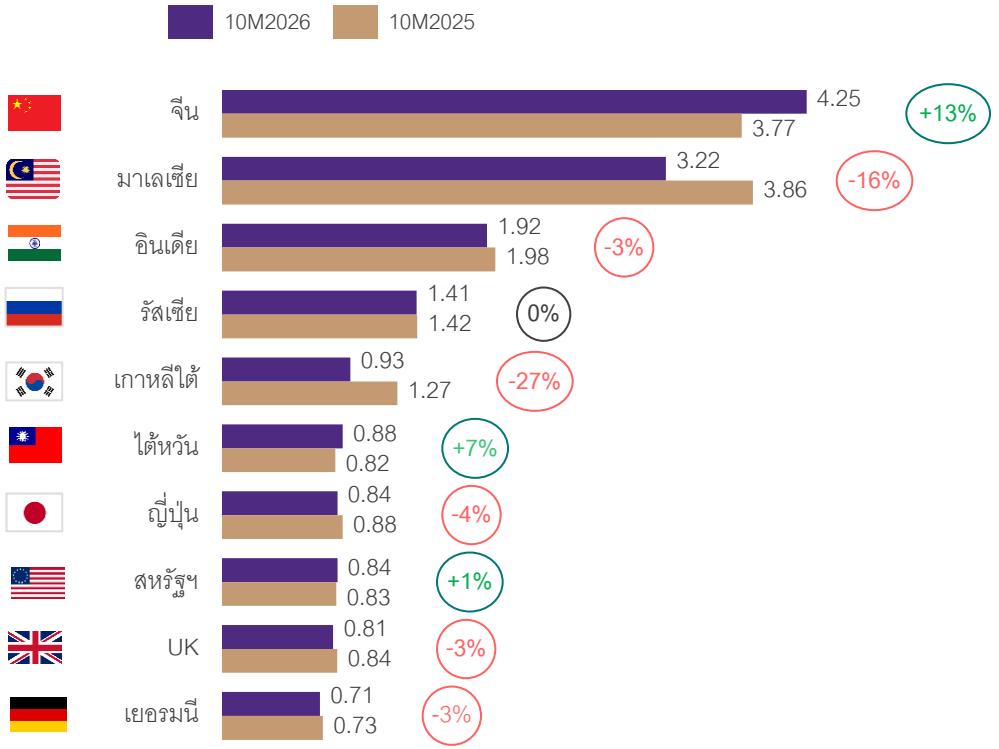
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ TATIC

SCB EIC

แม้นักท่องเที่ยวต่างชาติหลักของไทยจะชะลอตัวในหลายสัญชาติ แต่ยังมีนักท่องเที่ยวหลายกลุ่มที่เติบโตอย่างนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศที่ใช้ภาษาจีน กลุ่ม CIS และกลุ่มสแกนดิเนเวีย

10 อันดับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยสูงสุดในช่วง 10M2026

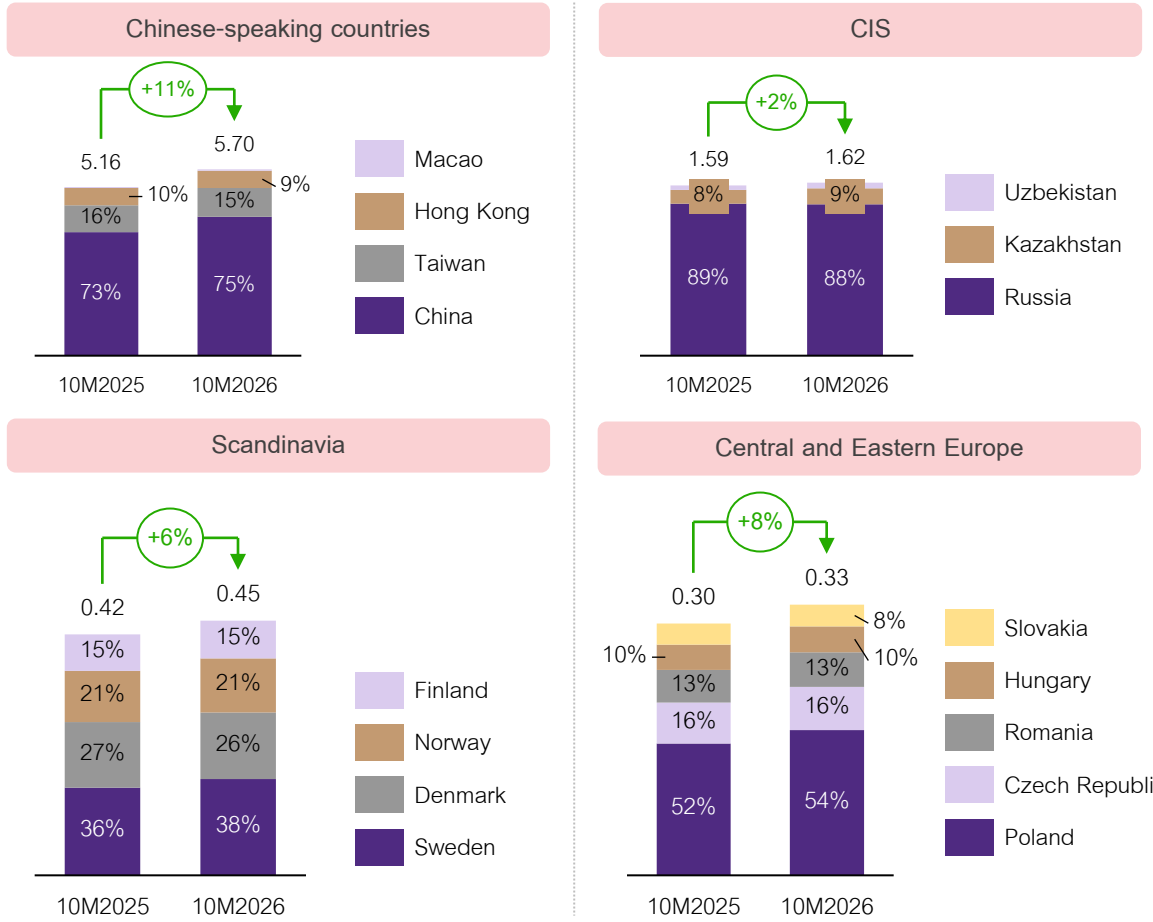
หน่วย : ล้านคน, %YoY



นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลักของไทยหลายกลุ่มยังหดตัว ทั้งนักท่องเที่ยวมาเลเซีย อินเดีย และเกาหลีใต้ แต่ยังมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ยังเติบโต ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มกำลังซื้อสูงและนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่

กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ยังเติบโตในปี 2026

หน่วย : ล้านคน, %YoY



หมายเหตุ : *ข้อมูลในช่วงวันที่ 22-25 มิ.ย. 2026 ประเมินเบื้องต้นเนื่องจากระบบจัดเก็บข้อมูลของกระทรวงฯ ขัดข้องอยู่ระหว่างตรวจสอบข้อมูล
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ TATIC

SCB EIC

นอกจากนี้ Tourism war ในเอเชียยังคงแข่งขันรุนแรง โดยหลายประเทศรวมถึงไทยเผชิญความผันผวนของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ขณะที่เวียดนามและเกาหลีใต้ยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

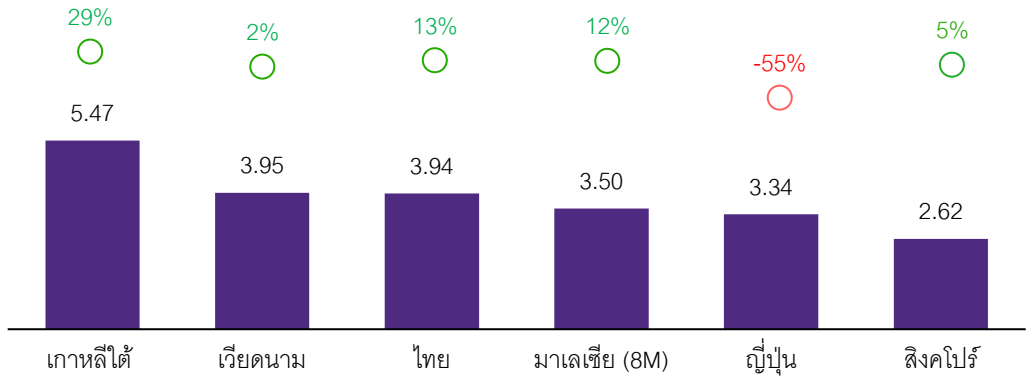
Tourism war ในเอเชียยังเข้มข้น

นักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละประเทศ (7M26)	จำนวน (ล้านคน)	อัตราการเปลี่ยนแปลงเทียบปี 2025 (%YoY)										
	YTD	%YTD	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct
Japan	30.7	-3%	-5%	6%	3%	-6%	-4%	-7%	0%	-10%	-5%	
Thailand	25.5	-5%	-12%	5%	2%	-7%	4%	-10%	-2%	-3%	-11%	-12%
Malaysia	19.5	-1%	-8%	20%	0%	1%	-3%	-5%	-12%	0%	1%	
Vietnam	19.5	14%	19%	18%	1%	23%	16%	15%	7%	18%	16%	7%
South Korea	17.1	20%	0%	26%	27%	19%	20%	23%	21%	23%	21%	

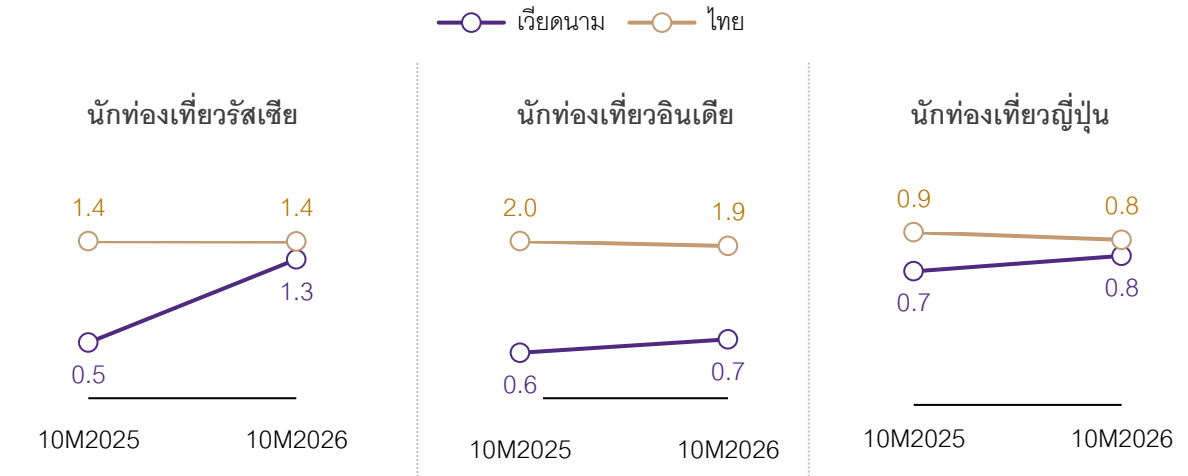
นักท่องเที่ยวจีนกระจายการเดินทางไปในหลายประเทศมากขึ้น

จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปในแต่ละประเทศในช่วง 9M2026

(หน่วย : ล้านคน, %YoY)



เวียดนามเป็นคู่แข่งสำคัญของไทยใน 3 ตลาดหลัก (หน่วย : ล้านคน, %YoY)



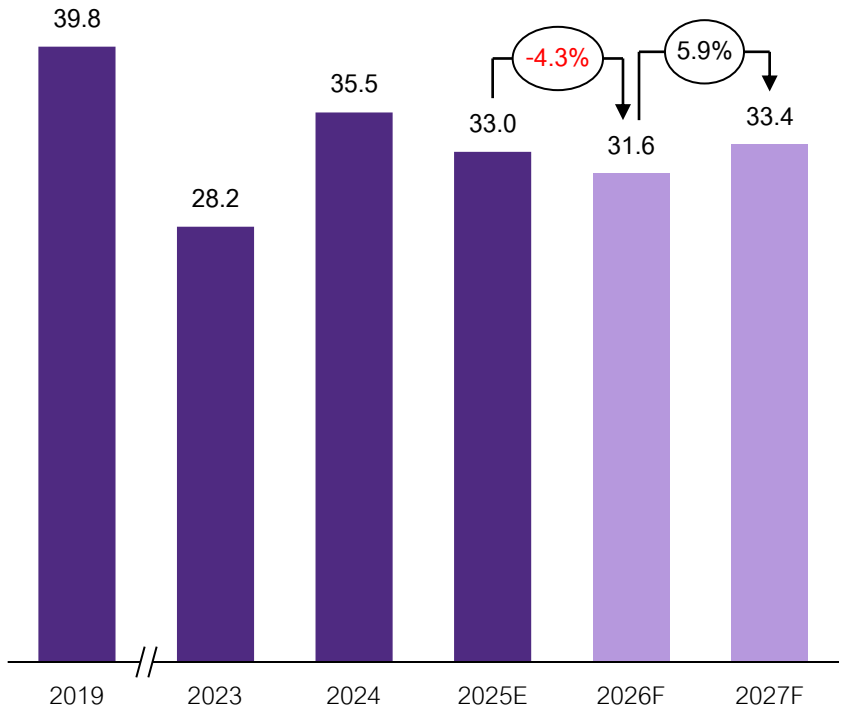
แม้หลายประเทศจะเผชิญผลกระทบจากวิกฤตตะวันออกกลาง แต่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปเกาหลีใต้และเวียดนามยังคงเติบโต ส่วนหนึ่งเป็นผลจากนักท่องเที่ยวจีนที่ยังเติบโตต่อเนื่องจากการเดินทางที่สะดวกใช้ระยะเวลาเดินทางไม่มากและมีทางเลือกการเดินทางหลากหลาย เช่น การเดินทางจากจีนไปเวียดนามผ่านด่านทางบก หรือการเดินทางจากจีนไปเกาหลีใต้ผ่านทางเรือเฟอร์รี่

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ CEIC

นักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2027 คาดว่าจะทยอยฟื้นตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ 33.4 ล้านคน จากหดตัวในปี 2026 แต่ยังต้องติดตามความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ในหลายพื้นที่ของโลก ประเด็นด้านความปลอดภัย และนโยบายท่องเที่ยวของภาครัฐ

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยปี 2026-2027F

หน่วย : ล้านคน



ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2027

ต้นทุนการเดินทางที่ทยอยปรับลดลง

ตามราคาน้ำมันอากาศยาน (Jet fuel) ที่คาดว่าจะปรับตัวลดลงในทิศทางเดียวกับราคาน้ำมันดิบโลก หลังสถานการณ์ในตะวันออกกลางเริ่มดีขึ้น

กำลังซื้อของนักเดินทางทั่วโลกดีขึ้น

ผู้คนทั่วโลกมีแนวโน้มกลับมาใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น หลังทั่วโลกต้องเผชิญแรงกดดันจากวิกฤตค่าครองชีพและภาวะเงินเฟ้อรุนแรงในปีที่ผ่านมา

Tourism war ในเอเชียที่ยังเข้มข้น

หลายประเทศในเอเชียต่างออกมาตรการและแคมเพนการตลาดเชิงรุกอย่างต่อเนื่องเพื่อแย่งชิงนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งส่วนใหญ่ทับซ้อนกัน

ประเด็นสำคัญที่ต้องติดตาม

ความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์

ปัญหาด้านภูมิรัฐศาสตร์ในหลายพื้นที่ของโลกในปัจจุบันอาจทำให้เกิดความเสี่ยงใหม่ต่อบรรยากาศและความปลอดภัยในการเดินทางระหว่างประเทศ

ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย

สถานการณ์ด้านความปลอดภัยในไทยที่ยังเกิดขึ้นเป็นระลอกได้สร้างความกังวลใจให้แก่นักท่องเที่ยวในวงกว้างโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีความอ่อนไหวสูงอย่างนักท่องเที่ยวจีน

ยุทธศาสตร์ Value over Volume

ภาครัฐปรับกลยุทธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ผ่านการจัดประชุมระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ รวมถึงงานเทศกาล/อิเวนต์ระดับโลก

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การเปลี่ยนผ่านจากการพึ่งพาปริมาณนักท่องเที่ยว (Volume) สู่การสร้างมูลค่า (Value) มีทิศทางอย่างไร

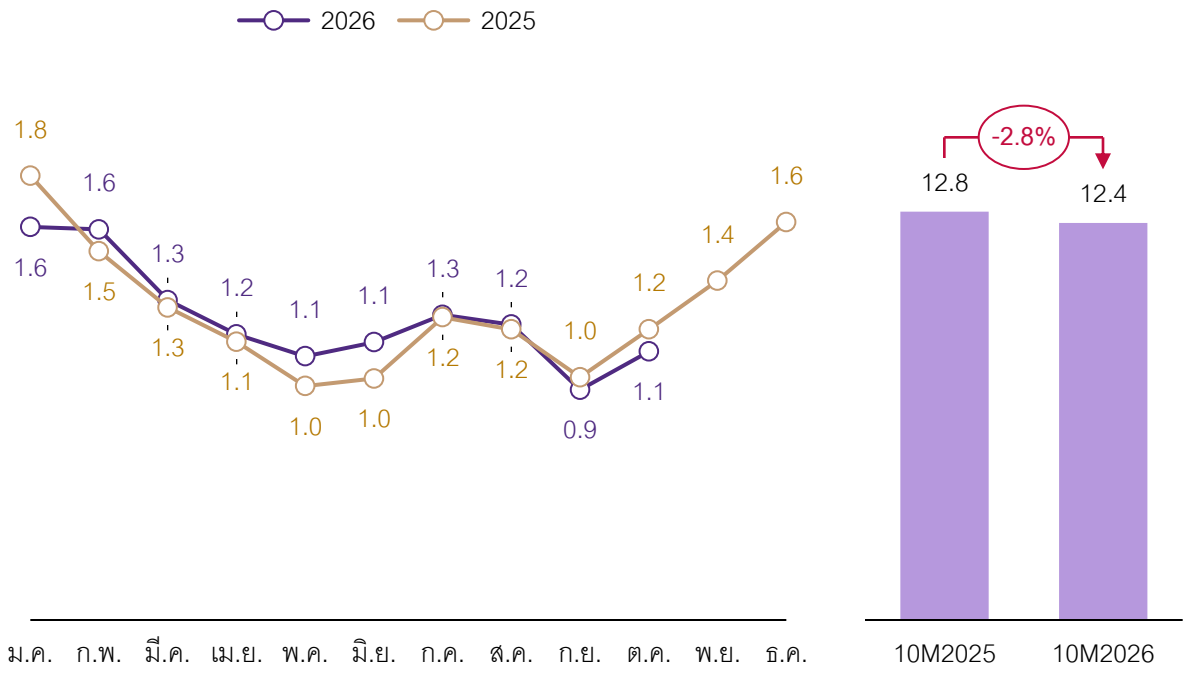
ความผันผวนของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาไทยส่งผลให้ภาครัฐเร่งปรับกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวจากการเน้นปริมาณสู่การสร้างมูลค่าเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว อีกทั้ง ยังขยายขอบเขตการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด Visitor economy ผ่านผู้มาเยือนหลากหลายกลุ่ม อาทิ MICE, Medical & Wellness tourism, Educational travel, Events & Concerts และการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์และซีรีส์



รายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในไทยโดยรวมยังชะลอตัวตามจำนวนนักท่องเที่ยว แต่การใช้จ่ายเฉลี่ยต่อทริปของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้น

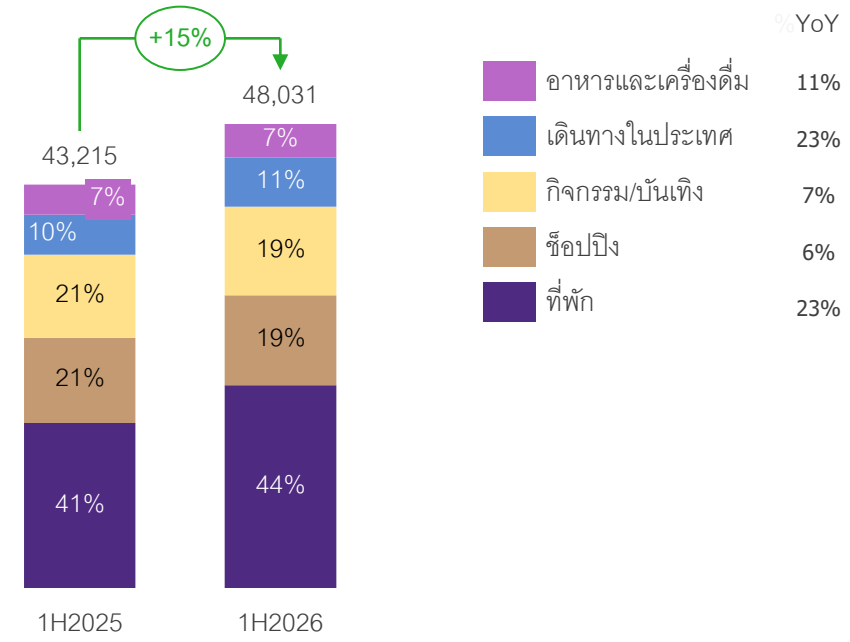
รายได้จากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

หน่วย : แสนล้านบาท



การใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากผลสำรวจของ TAT

หน่วย : บาท/คน/ทริป



รายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาพรวมยังต่ำกว่าปีก่อนเล็กน้อย ตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อยู่ในภาวะชะลอตัว แต่การใช้จ่ายเฉลี่ยต่อทริปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกหมวดโดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านที่พัก การเดินทางในประเทศ และอาหารและเครื่องดื่มที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากต้นทุนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ TATIC

ไทยปรับกลยุทธ์ขยายโอกาสสร้างรายได้ของประเทศสู่ Visitor economy ให้กลายเป็นจุดหมายของผู้มาเยือน ด้วยเหตุผลที่หลากหลาย ผ่านการสร้าง "มูลค่าทางเศรษฐกิจจากผู้มาเยือนอย่างครบวงจร"

แนวคิด Visitor economy ถูกนำมาใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยต่อยอดบริการเฉพาะกลุ่มที่มีอยู่เดิมให้มีความลึกและตอบโจทย์ผู้มาเยือนได้อย่างเฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น



ผู้เดินทางเพื่อพักผ่อน (Leisure visitor)

- MICE
- Education
- Sport
- VFR (เยี่ยมเพื่อน, ญาติ)
- Business
- Medical & Wellness
- Concert
- Film & Series
- Long-term stay

นโยบายการก้าวสู่เศรษฐกิจผู้มาเยือน (Visitor economy) ของไทย

ยกระดับระบบนิเวศ

- ผลักดันไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Wellness & Medical Tourism hub)
- อำนวยความสะดวกและทำการตลาดเจาะลึกในกลุ่มถ่ายทำภาพยนตร์ (Film makers), กลุ่มนักกีฬา, การท่องเที่ยวเรือสำราญ (Yacht & Cruise) และเครื่องบินส่วนตัว (Private jet)

โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและข้อมูล

- Tourism intelligence platform : พัฒนาระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) และ Agentic AI วิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของผู้มาเยือนแบบเชิงลึก (Data-driven Insights)
- พัฒนาระบบคัดกรองและการผ่านเข้าเมืองในรูปแบบดิจิทัลแบบไร้รอยต่อ เพื่ออำนวยความสะดวกสูงสุดแก่ผู้มาเยือน

ความปลอดภัยและมาตรฐานความเชื่อมั่น

- สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยและน่าเชื่อถือในระดับสากล
- ยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในทุกมิติการเดินทาง ทั้งระบบขนส่งสาธารณะ ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยว
- สร้างกลไกการคุ้มครองและดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง เพื่อลบข้อจำกัดและข้อกังวลด้านความมั่นคงปลอดภัย

กระจายรายได้และความยั่งยืน

- พัฒนาและส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงสู่เมืองรอง ชูเสน่ห์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มสัดส่วนการกระจายรายได้
- Sustainability : สนับสนุนกลุ่มท่องเที่ยวสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อดันอันดับความยั่งยืนของไทยสู่สากล

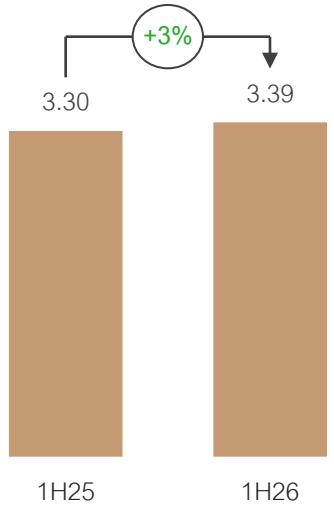
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ไทยมีโอกาสขยายรายได้จาก Visitor economy ผ่านผู้มาเยือนหลากหลายกลุ่ม อาทิ MICE, Medical tourism, Educational travel, คอนเสิร์ต และการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์และซีรีส์

ตัวอย่างกลุ่ม Visitor ที่มีโอกาสสร้างรายได้ให้กับไทยค่อนข้างสูง

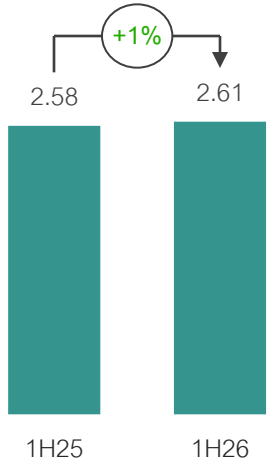
MICE

รายได้จากผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ
(หน่วย : หมื่นล้านบาท)



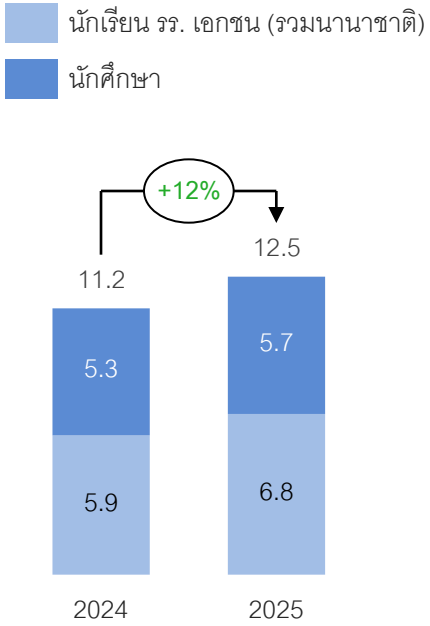
Medical tourism

รายได้ค่ารักษาพยาบาลของผู้ป่วยต่างชาติ*
(หน่วย : หมื่นล้านบาท)



Education

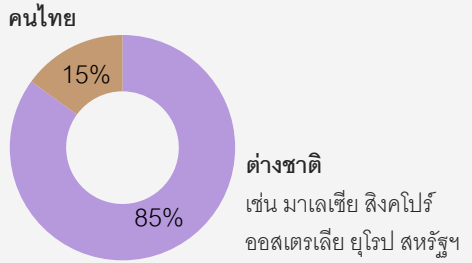
จำนวนนักเรียน/นักศึกษาต่างชาติ
(หน่วย : หมื่นคน)



Concert , Film & Series

- เทศกาลดนตรีขนาดใหญ่

สัดส่วนผู้ซื้อบัตรงาน Tomorrowland Thailand (150,000 ใบ)



- คอนเสิร์ตต่างชาติในไทย เช่น ศิลปิน K-pop ศิลปินจีนที่มีฐานแฟนคลับขนาดใหญ่ โดยสถิติการจัดคอนเสิร์ตและแฟนมีตติ้งของศิลปินต่างชาติในไทยสูงกว่า 250–300 งาน/ปี
- กระแส Soft power ไทย อย่าง Lisa, T-Pop และซีรีส์ Boys love & Girls love ที่มีฐานแฟนคลับทั่วโลกทั้งเอเชีย อเมริกาใต้ ยุโรป อเมริกาเหนือ

หมายเหตุ : *คำนวณจาก 4 เครือ รพ. ใหญ่ ได้แก่ BDMS, BH, BCH และ PR9
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



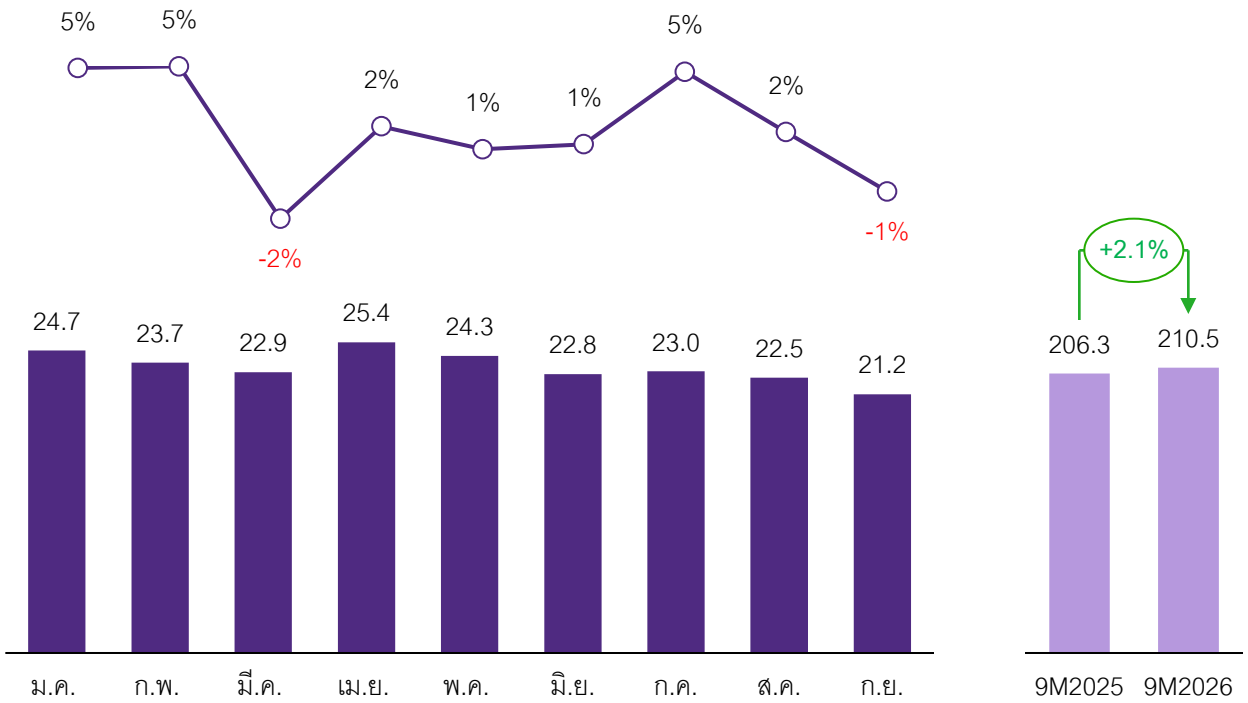
แนวโน้มคนไทยเที่ยวไทยจะมีทิศทางอย่างไร?

ต้นทุนการเดินทางที่ทยอยปรับลดลงส่งผลให้คนไทยมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น โดยจำนวนผู้เยี่ยมเยือนไทยปี 2027 คาดว่าจะอยู่ที่ 290.9 ล้านคน ขยายตัว 2.2%YoY จากมาตรการภาครัฐที่คาดว่าจะออกมาเร่งการท่องเที่ยวในประเทศและการเดินทางที่สะดวกขึ้น แต่ยังมีแรงกดดันจากเศรษฐกิจที่ยังเปราะบางและกลุ่มคนไทยกำลังซื้อสูงที่จะเดินทางเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น

จำนวนนักท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวได้เร็วหลังเผชิญวิกฤตราคาน้ำมันในช่วงเดือนมีนาคม แต่เริ่มเห็นสัญญาณชะลอตัวอีกครั้งในเดือนกันยายนจากสถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่

จำนวนผู้เยี่ยมเยือนไทยปี 2026

หน่วย : ล้านคน , %YOY



นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยในภาพรวมยังเติบโตแม้เผชิญกับแรงกดดันจากราคาน้ำมันและสถานการณ์น้ำท่วม
แต่จังหวัดที่มีคนไทยไปเที่ยวสูงยังคงเป็นจังหวัดใกล้กรุงเทพฯ อย่างชลบุรี กาญจนบุรี และเพชรบุรี

10 จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนไทยสูงสุดในช่วง 9M2026		
กรุงเทพฯ	23.32 ล้านคน	3.5%YoY
ชลบุรี	12.57 ล้านคน	0.1%YoY
กาญจนบุรี	11.15 ล้านคน	3.0%YoY
เพชรบุรี	7.94 ล้านคน	0.1%YoY
ประจวบคีรีขันธ์	7.92 ล้านคน	-1.3%YoY
พระนครศรีอยุธยา	7.09 ล้านคน	4.0%YoY
นครราชสีมา	6.95 ล้านคน	1.9%YoY
เชียงใหม่	6.15 ล้านคน	2.7%YoY
ฉะเชิงเทรา	4.87 ล้านคน	2.2%YoY
สุพรรณบุรี	4.41 ล้านคน	-0.6%YoY

จังหวัดที่ผู้เยี่ยมเยือนไทยเติบโตสูง :

- สุโขทัย (12%)
- พะเยา (10%)
- นครศรีธรรมราช (8%)
- ปทุมธานี (7%)
- แพร่ (7%)
- ลำพูน (6%)

12 จังหวัดที่ผู้เยี่ยมเยือนไทยชะลอตัว :

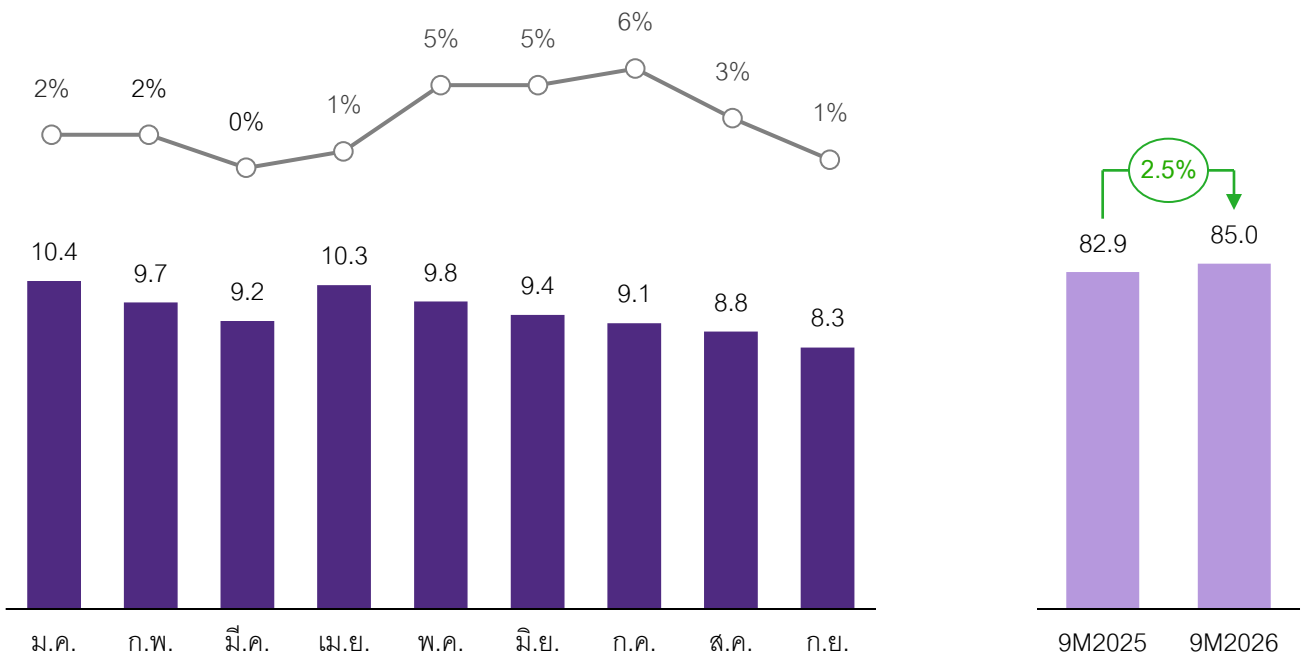
- สระแก้ว (-10%)
- กาฬสินธุ์ (-6%)
- สงขลา (-3%)
- แม่ฮ่องสอน (-3%)
- มุกดาหาร (-2%)
- มหาสารคาม (-2%)
- ประจวบคีรีขันธ์ (-1%)
- ศรีสะเกษ (-1%)
- สุพรรณบุรี (-1%)
- สมุทรสาคร (-1%)
- ระนอง (-1%)
- นครพนม (-1%)

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

คนไทยสนใจท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แต่ส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวในจังหวัดใกล้กรุงเทพฯ และจังหวัดที่มีสนามบินภูมิภาครองรับ

จำนวนผู้เยี่ยมเยือนไทยในเมืองรองปี 2026

หน่วย : ล้านคน , %YOY



จังหวัดเมืองรองที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนไทยสูง (> 2 ล้านคน) ในช่วง 9M2026		
สุพรรณบุรี	4.4 ล้านคน	-0.6%YoY
เชียงราย	4.2 ล้านคน	2.1%YoY
สมุทรสงคราม	4.1 ล้านคน	1.5%YoY
นครศรีธรรมราช	3.6 ล้านคน	8.3%YoY
ลพบุรี	3.4 ล้านคน	0.2%YoY
อุดรธานี	3.2 ล้านคน	4.3%YoY
บุรีรัมย์	2.9 ล้านคน	1.3%YoY
จันทบุรี	2.9 ล้านคน	3.8%YoY
อุบลราชธานี	2.6 ล้านคน	0.5%YoY
พิษณุโลก	2.5 ล้านคน	5.3%YoY
นครนายก	2.4 ล้านคน	3.9%YoY
ราชบุรี	2.3 ล้านคน	0.4%YoY
หนองคาย	2.0 ล้านคน	1.1%YoY
เพชรบูรณ์	2.0 ล้านคน	-0.1%YoY

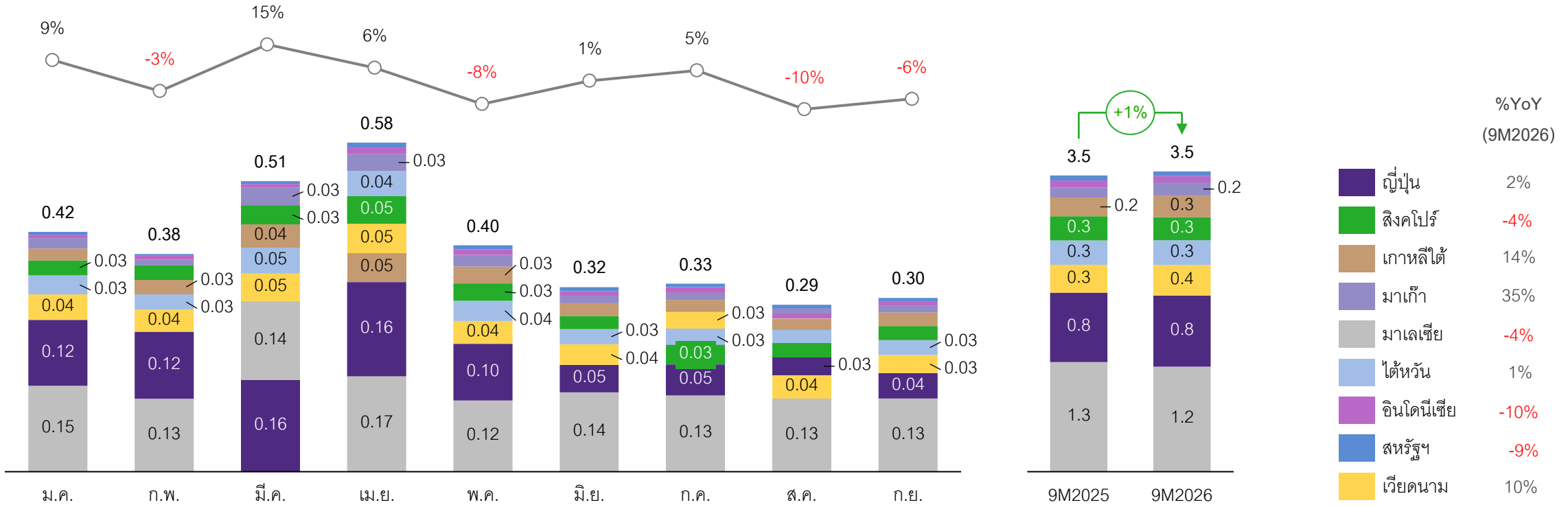
จังหวัดในเมืองรองได้รับความนิยมจากคนไทยมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากจำนวนผู้เยี่ยมเยือนไทยที่ยังเติบโตต่อเนื่อง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นจังหวัดที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ และการเดินทางสะดวกจากการมีสนามบินภูมิภาคหรือรถไฟสายหลักรองรับ

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จำนวนคนไทยเที่ยวนอกโดยรวมที่เติบโตยังเป็นปัจจัยกดดันในการเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในประเทศ โดยภาครัฐเตรียมออกมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มเติม

จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปต่างประเทศในประเทศจุดหมายหลัก

หน่วย : ล้านคน , %YOY



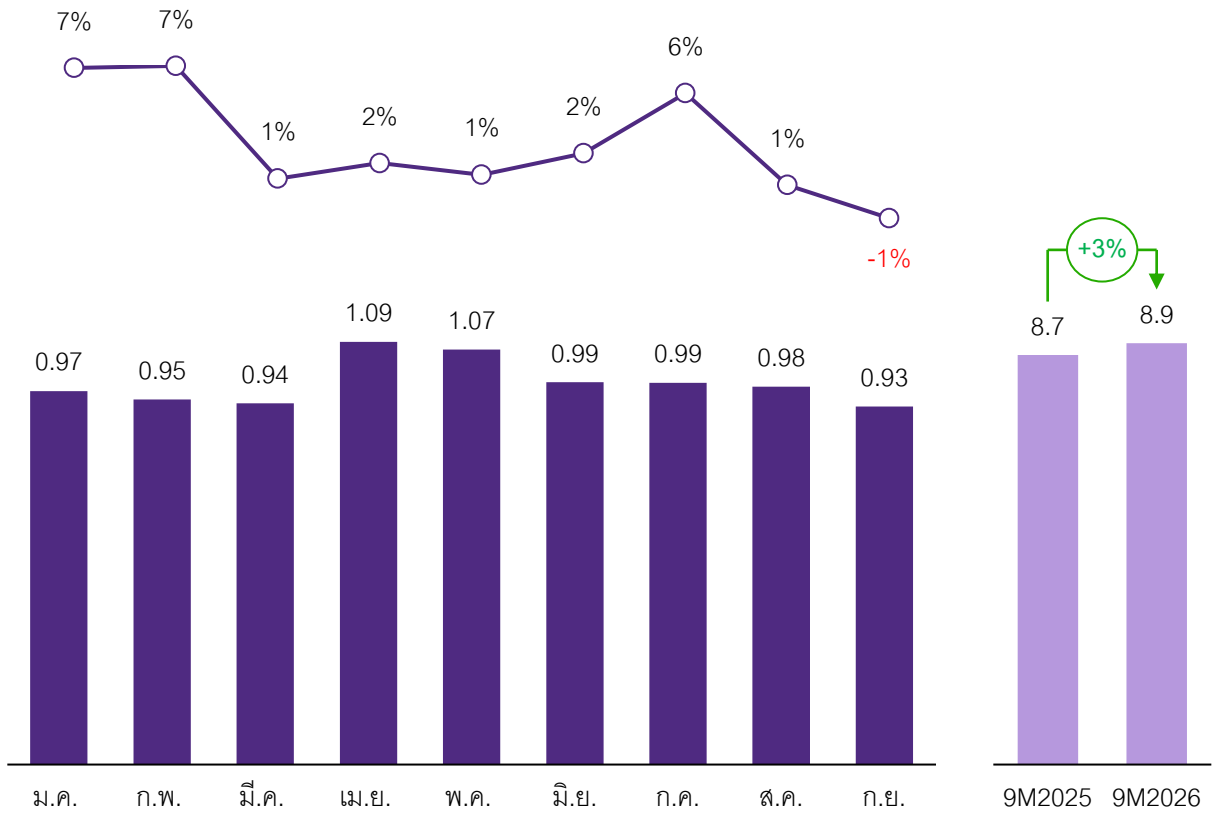
จำนวนคนไทยเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศยังเติบโต ทั้งญี่ปุ่น เวียดนาม และไต้หวัน นอกจากนี้ ยังคาดว่าในปีนี้คนไทยมีแนวโน้มเดินทางไปจีนไม่ต่ำกว่า 3.5 ล้านคน และจะเติบโตต่อเนื่องจากนโยบายยกเว้นวีซ่า และความคุ้มค่าด้วยค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมากนัก ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งแรงกดดันต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ CEIC

รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนไทยในภาพรวมยังคงเติบโต แต่เริ่มเห็นสัญญาณชะลอตัว โดยคนไทยใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อทริปยังคงทรงตัว แต่จำนวนทริปในการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

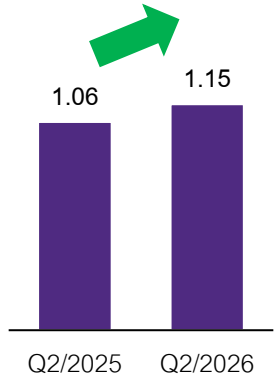
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนไทยปี 2026

หน่วย : แสนล้านบาท , %YOY

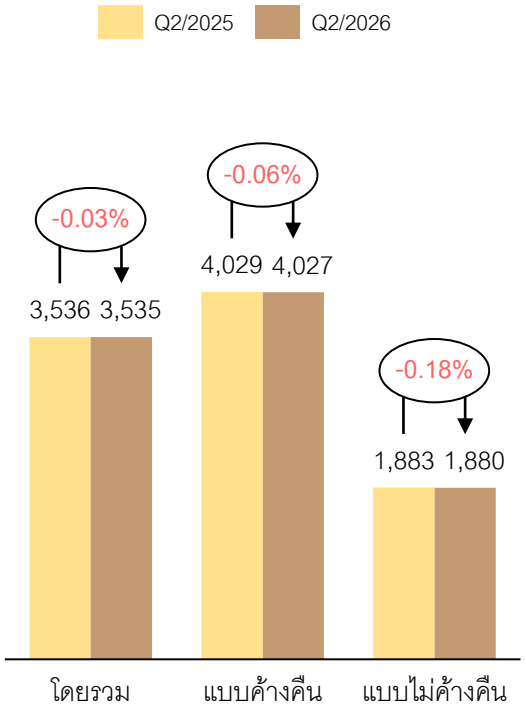


พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2026

จำนวนทริปท่องเที่ยวเฉลี่ย
(หน่วย : ทริป/ไตรมาส)



การใช้จ่ายเฉลี่ยโดยรวม
(หน่วย : บาท/คน/ทริป)



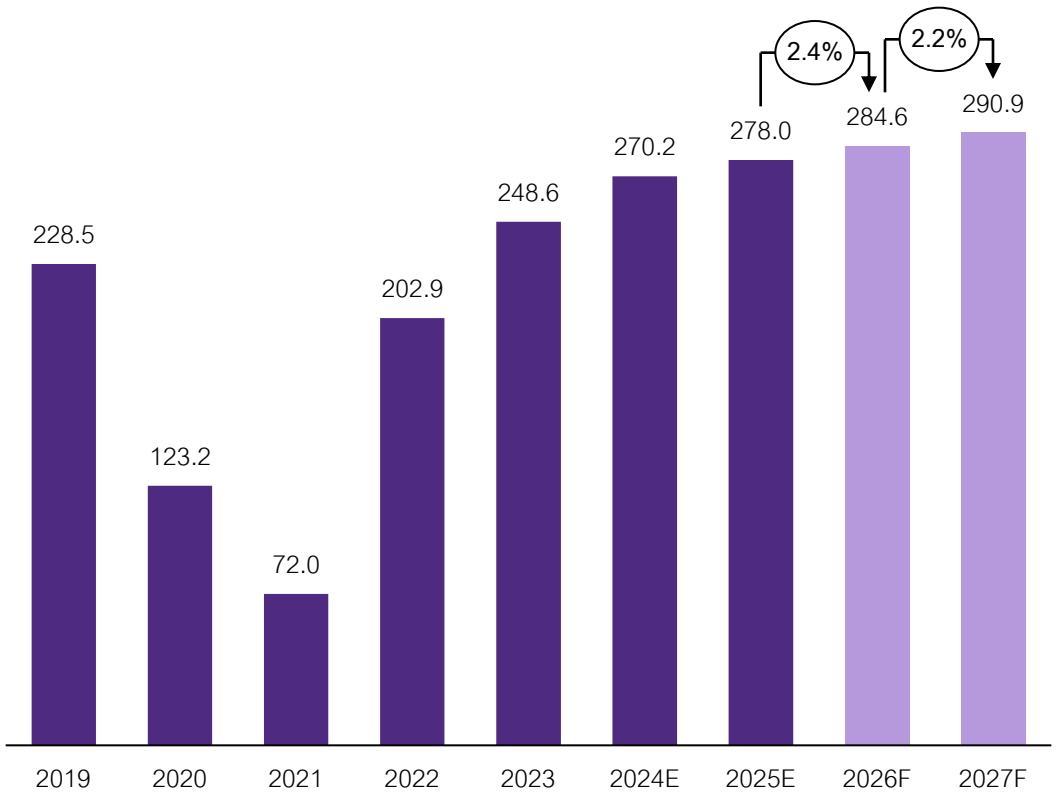
คนไทยมีแนวโน้มท่องเที่ยวแบบทริปค้างคืนมากขึ้น จากผลสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พบว่า 77% ท่องเที่ยวแบบค้างคืน ซึ่งสูงกว่าไตรมาสเดียวกันปี 2025 อยู่ที่ราว 68%

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และโครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยปี 2026 (ไตรมาส 2)

ผู้เยี่ยมเยือนไทยปี 2027 คาดว่าจะอยู่ที่ 290.9 ล้านคน จากมาตรการภาครัฐที่คาดว่าจะออกมาเร่งการท่องเที่ยวในประเทศและการเดินทางที่สะดวกขึ้น แต่มีแรงกดดันจากเศรษฐกิจที่ยังเปราะบางและคนไทยเที่ยวนอกมากขึ้น

ประมาณการผู้เยี่ยมเยือนไทยปี 2026-2027F

หน่วย : ล้านคน



ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย

- **ต้นทุนการเดินทางลดลง** จากราคาน้ำมันที่ปรับลดลงต่อเนื่อง แม้จะยังอยู่ในระดับสูงและผันผวน แต่คนไทยหันมาเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้ที่ค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก
- **การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมทำให้การเดินทางสะดวกขึ้น** เช่น รถไฟท่องเที่ยว เครือข่ายมอเตอร์เวย์ที่เริ่มเปิดให้บริการทั้งเส้นกาญจนบุรี และนครราชสีมา รวมถึงเส้นพระราม 2 ที่เปิดให้ทดลองใช้แล้วในเดือน ส.ค. ที่ผ่านมา
- **นโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศของภาครัฐ** อย่างโครงการเที่ยวไทยคนละครึ่งพลัส ซึ่งอยู่ระหว่างการพิจารณาเงื่อนไข และคาดว่าจะขยายสิทธิ์ไปถึงภาคขนส่งอย่างสายการบินและรถขนส่งด้วย
- **การเดินทางไปต่างประเทศของนักท่องเที่ยวไทย** โดยเป็นผลจากมาตรการฟรีวีซ่าและแพ็กเกจราคาประหยัดที่เริ่มออกมาดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไทยไปเที่ยวหลังราคา Jet fuel เริ่มลดลง
- **ภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังเปราะบาง** ซึ่งจะส่งผลต่อการวางแผนท่องเที่ยวและการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวตามงบประมาณที่มีอยู่จำกัด

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

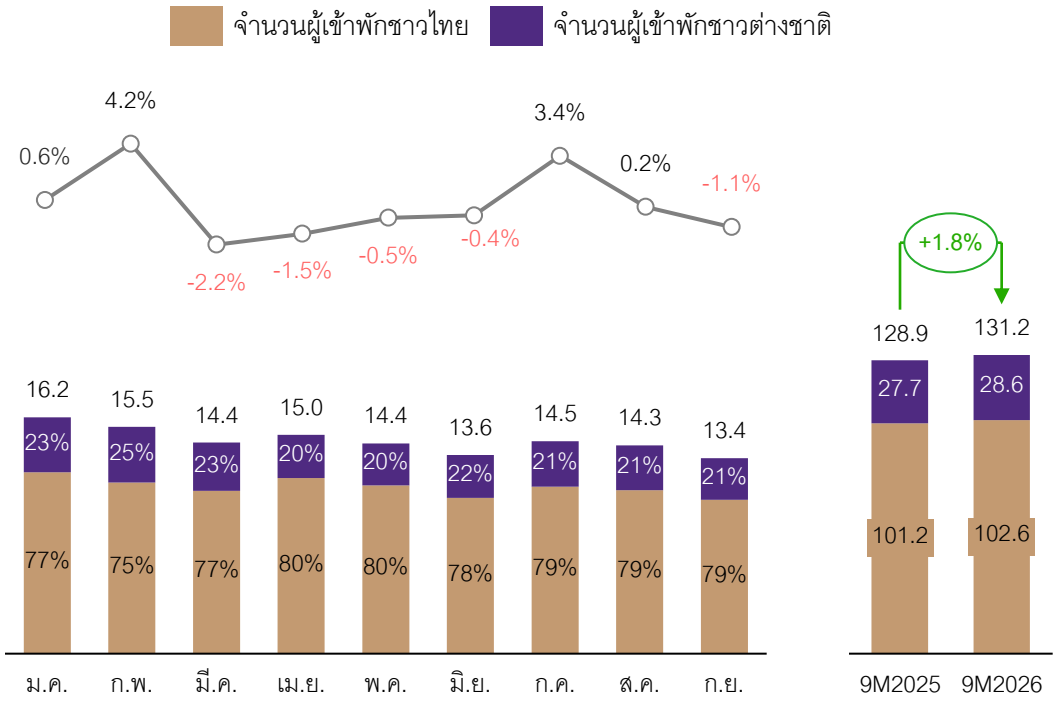
“นักท่องเที่ยวเปลี่ยน แข่งขันสูง โลกผันผวน” ส่งผลต่อธุรกิจโรงแรมอย่างไร?

ในปี 2027 ธุรกิจโรงแรมมีแนวโน้มเติบโตดีขึ้นทั้งอัตราการเข้าพักและราคาห้องพักเฉลี่ยตามการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติและการเติบโตของนักท่องเที่ยวไทย แต่ยังต้องเผชิญการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งจาก Tourism war และห้องพักใหม่ที่เปิดให้บริการ รวมถึงแรงกดดันจากกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่ยังเปราะบางตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความเสี่ยงรอบด้าน อีกทั้ง ในระยะข้างหน้า ประเด็นด้านความยั่งยืนและเทคโนโลยีสมัยใหม่จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในธุรกิจโรงแรม

ธุรกิจโรงแรมกำลังฟื้นตัวจากผลกระทบวิกฤตตะวันออกกลาง แต่ยังต้องเผชิญกับความผันผวนของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศยังต่ำกว่าปี 2025 เล็กน้อย

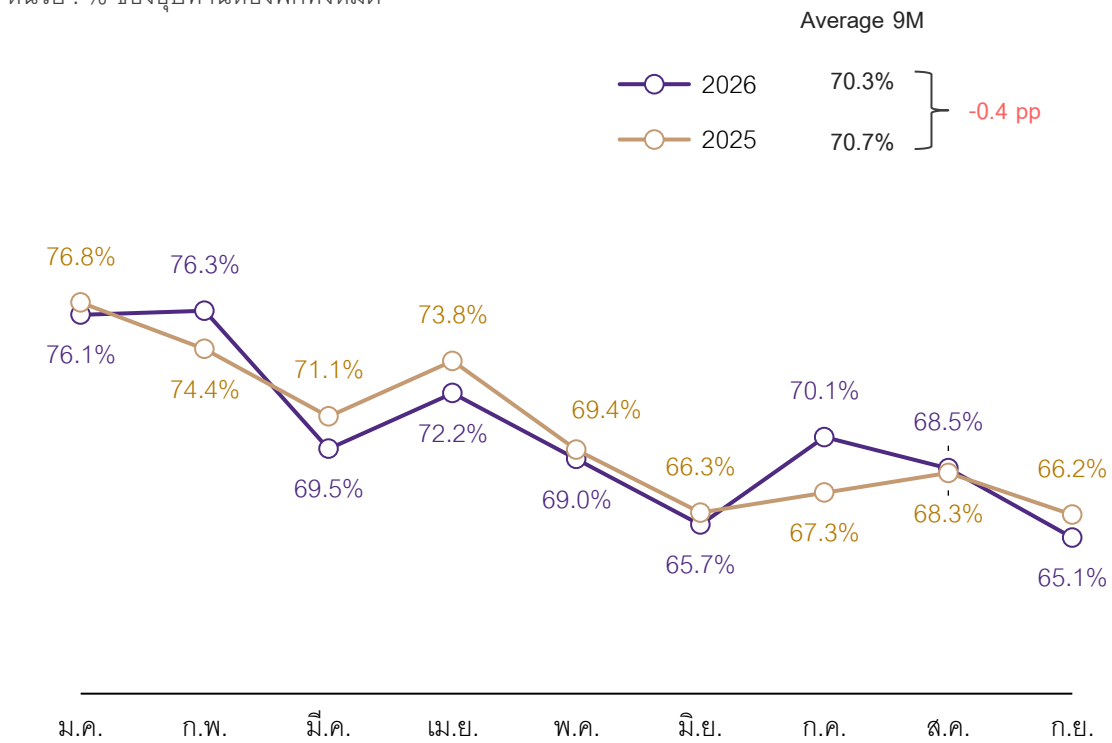
จำนวนผู้เข้าพัก

หน่วย : ล้านคน, % YoY



อัตราการเข้าพักทั่วประเทศ

หน่วย : % ของอุปทานห้องพักทั้งหมด



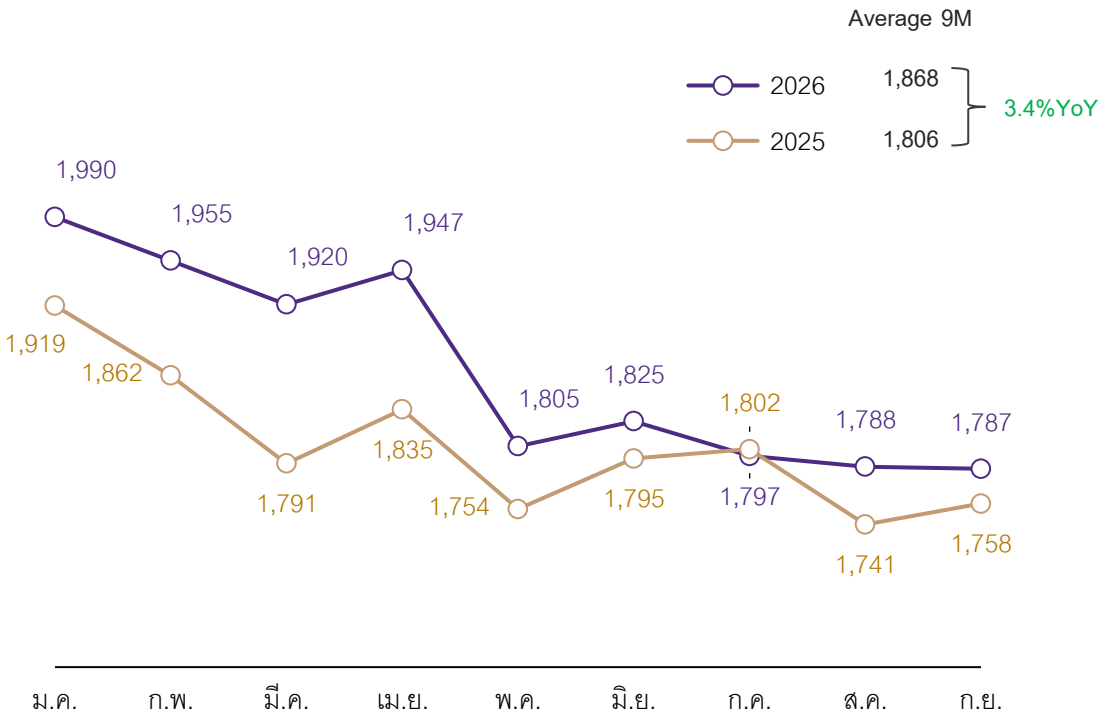
แม้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาพรวมจะหดตัว แต่จำนวนผู้เข้าพักยังเติบโตส่งผลให้อัตราการเข้าพักยังทรงตัวจากปีก่อน ซึ่งได้แรงหนุนจากนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยที่ยังเติบโต และระยะเวลาพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ยาวนานขึ้น อีกทั้ง ยังได้อานิสงส์จากกลุ่มเข้าพักที่เป็นกลุ่มผู้เยี่ยมเยือนอื่น เช่น กลุ่มที่เดินทางมาประชุมนานาชาติ

หมายเหตุ : นอกจากโรงแรมแล้วยังมีที่พักประเภทอื่น เช่น เกสต์เฮาส์ บังกะโล เซอร์วิสอะพาร์ตเมนต์ โฮมสเตย์ โดยทางกระทรวงฯ ได้ปรับโครงสร้างข้อมูลตามปี 2025 และนำรีสอร์ตไปรวมกับโรงแรมทำให้ข้อมูลเปลี่ยนแปลงตามโครงสร้างข้อมูลใหม่
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ค่าห้องพักเฉลี่ยทั่วประเทศโดยรวมยังคงเติบโตดีตามการเพิ่มมูลค่าการบริการของธุรกิจโรงแรม อย่างไรก็ดี ค่าห้องพักเฉลี่ยในภาคกลางหดตัวลงเล็กน้อยส่วนหนึ่งมาจากการแข่งขันที่สูง

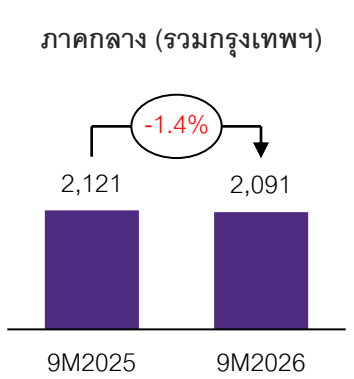
ค่าห้องพักเฉลี่ยทั่วประเทศ

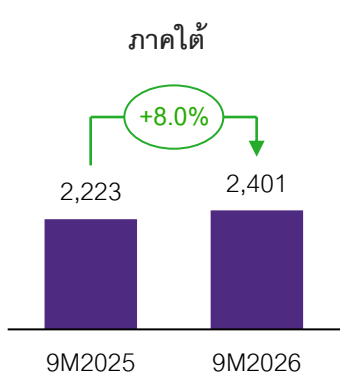
หน่วย : บาทต่อห้อง

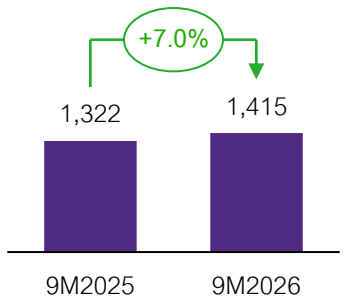


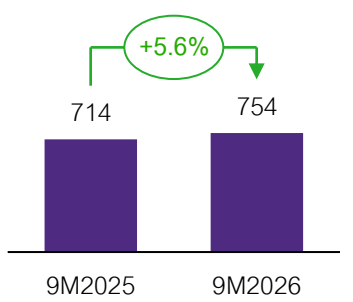
ราคาห้องพักเฉลี่ยทั่วประเทศยังเติบโตดี จากการยกระดับการบริการของธุรกิจโรงแรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้เข้าพักส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการจ่ายค่าที่พักเพิ่มขึ้นหากได้รับการบริการที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการเฉพาะตัว รวมถึงการได้รับประสบการณ์ที่ดีตลอดการเข้าพัก

ค่าห้องพักเฉลี่ยในแต่ละภูมิภาค





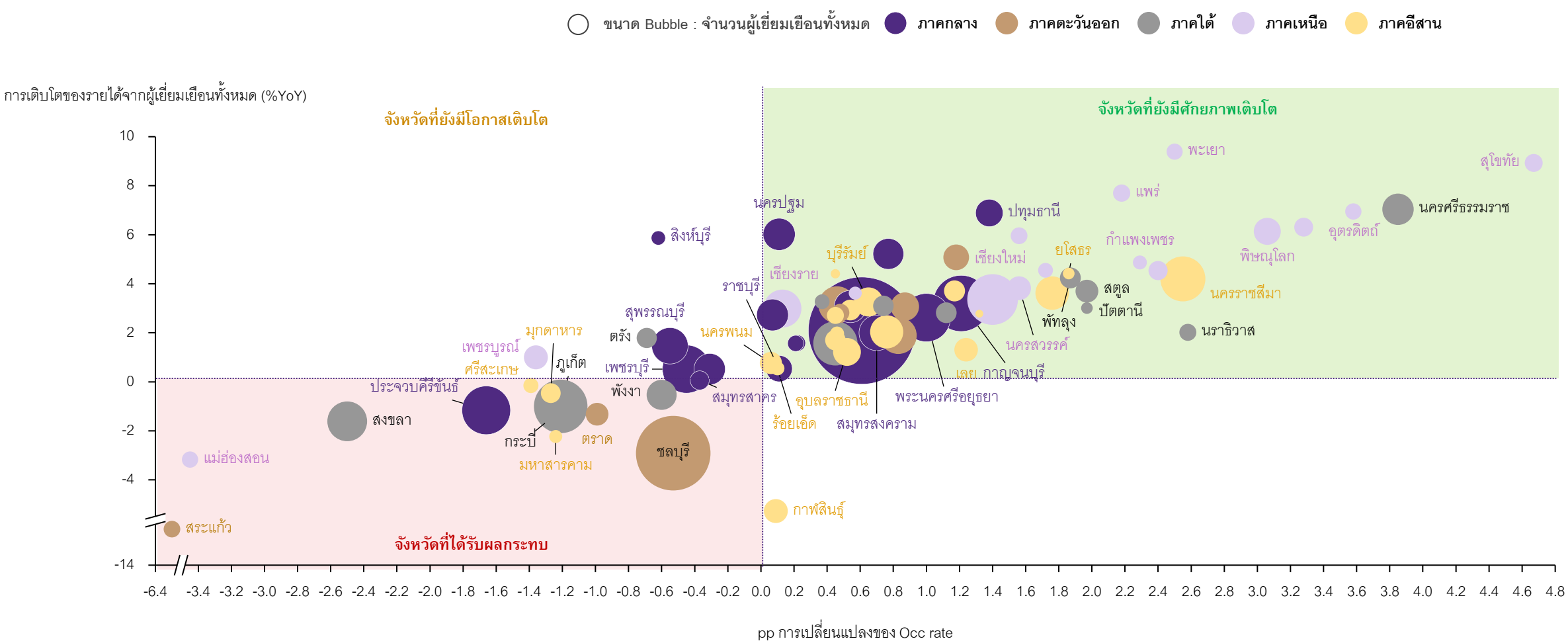




ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย

ธุรกิจโรงแรมในแหล่งเที่ยวสำคัญยังได้รับผลกระทบอย่างชลบุรี ภูเก็ต กระบี่ ประจวบฯ และสงขลา แต่หลายจังหวัดยังเติบโตได้ดีแม้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งต่างชาติและไทยยังเผชิญกับความไม่แน่นอนสูง

การประเมินผลกระทบต่อธุรกิจภาคการท่องเที่ยวในช่วง 9M2026

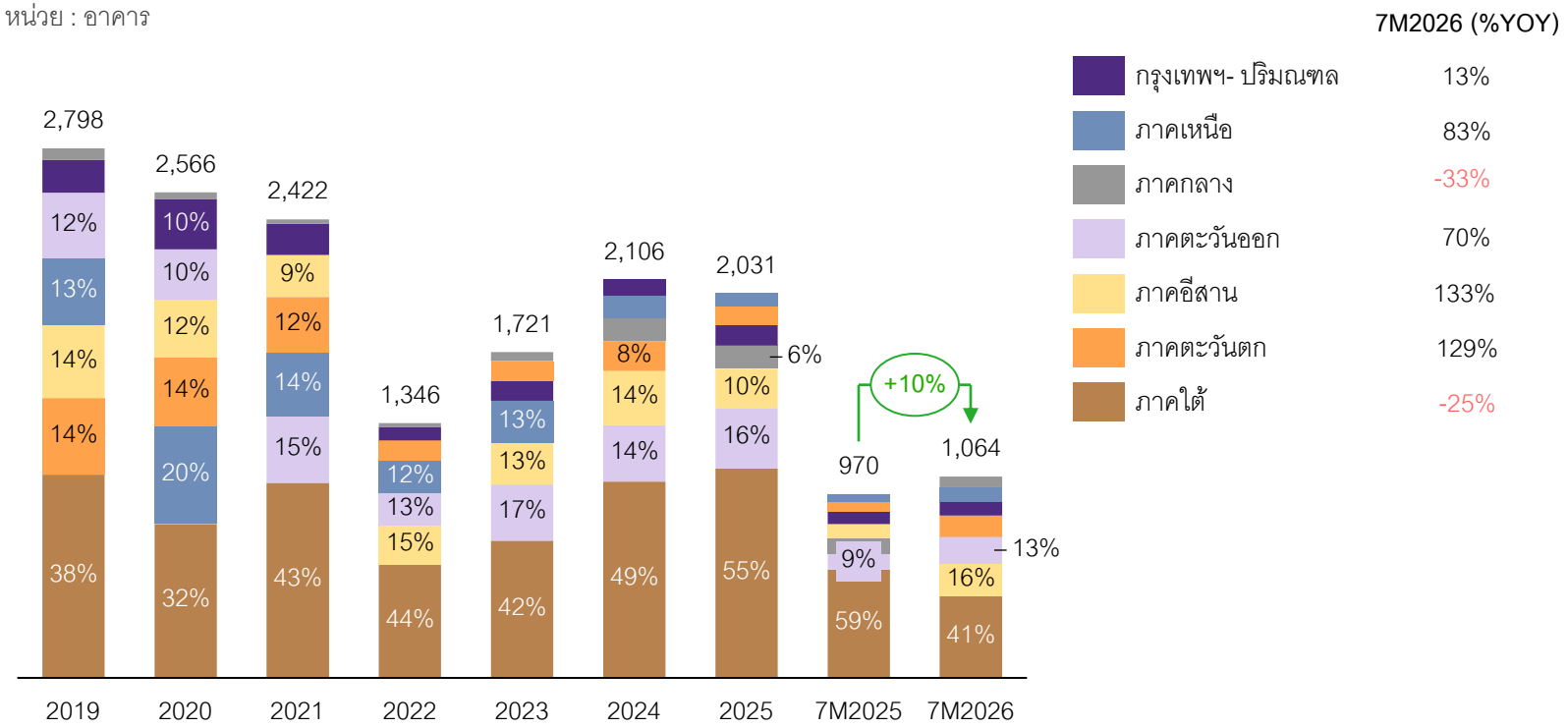


ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมมีแนวโน้มถูกกดดันจากการแข่งขันที่สูงขึ้น จากโรงแรมแห่งใหม่ที่จะทยอยเปิดให้บริการ โดยเฉพาะในกระบี่ ภูเก็ต นครราชสีมา และสุราษฎร์ธานี

การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการโรงแรม

หน่วย : อาคาร



	7M2026 (%YOY)
กรุงเทพฯ- ปริมณฑล	13%
ภาคเหนือ	83%
ภาคกลาง	-33%
ภาคตะวันออก	70%
ภาคอีสาน	133%
ภาคตะวันตก	129%
ภาคใต้	-25%

จำนวนโรงแรมเปิดใหม่ยังมีแนวโน้มเติบโตสูง สะท้อนได้จากจำนวนการออกใบอนุญาตก่อสร้างที่ยังขยายตัว ซึ่งภาคใต้อย่างกระบี่ ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานีมีจำนวนโรงแรมที่ขอใบอนุญาตก่อสร้างสูงสุด ตามด้วยภาคอีสานอย่างนครราชสีมา และภาคตะวันออกอย่างเช่น ชลบุรี และจันทบุรี โดยการเพิ่มขึ้นของจำนวนห้องโรงแรมนี้จะทำให้การแข่งขันในธุรกิจโรงแรมสูงขึ้น

จังหวัดที่มีการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการโรงแรมสูงสุดในช่วง 7M2026		
กระบี่	122 อาคาร	270%YoY
ภูเก็ต	119 อาคาร	-60%YoY
นครราชสีมา	107 อาคาร	234%YoY
สุราษฎร์ธานี	66 อาคาร	113%YoY
ปทุมธานี	49 อาคาร	308%YoY
ชลบุรี	47 อาคาร	74%YoY
ประจวบคีรีขันธ์	42 อาคาร	100%YoY
กาญจนบุรี	33 อาคาร	725%YoY
จันทบุรี	30 อาคาร	605%YoY
ชุมพร	30 อาคาร	275%YoY

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ REIC

ธุรกิจโรงแรมในปี 2027 มีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้น ทั้งอัตราการเข้าพักและราคาห้องพักเฉลี่ย จากวิกฤตตะวันออกกลางที่มีสัญญาณดีขึ้น แต่ยังต้องเผชิญแรงกดดันจาก Tourism war และกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวที่ยังเปราะบาง

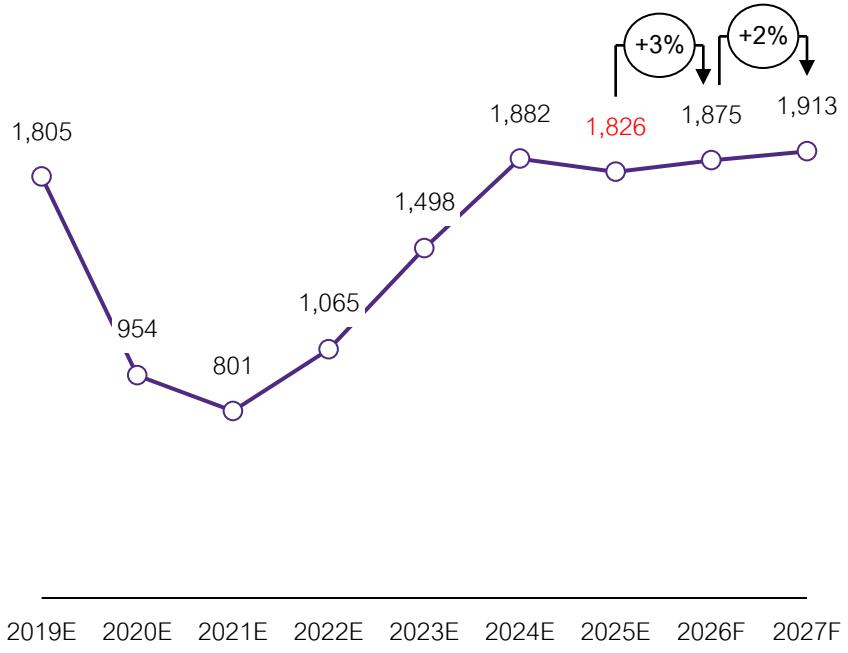
ประมาณการอัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศ

หน่วย : % ของอุปทานห้องพักทั้งหมด



ประมาณการราคาห้องพักเฉลี่ย

หน่วย : บาท/ห้อง/คืน



ภาพรวมภาวะธุรกิจโรงแรม

- **ในปี 2027 อัตราการเข้าพักและราคาห้องพักเฉลี่ยมีแนวโน้มเติบโตเล็กน้อย** หลังวิกฤตตะวันออกกลางมีสัญญาณดีขึ้น โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติฟื้นตัวมาอยู่ที่ 33.4 ล้านคน แต่ยังต้องเผชิญการแข่งขัน Tourism war ที่สูงขึ้นจากที่หลายประเทศออกมาตรการเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างต่อเนื่อง ขณะที่นักท่องเที่ยวไทยยังมีแนวโน้มเติบโตได้ราว 2.2%YoY อย่างไรก็ดี ราคาห้องพักเฉลี่ยยังมีแนวโน้มได้รับแรงกดดันจากกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่มีความเปราะบางตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความเสี่ยงรอบด้าน

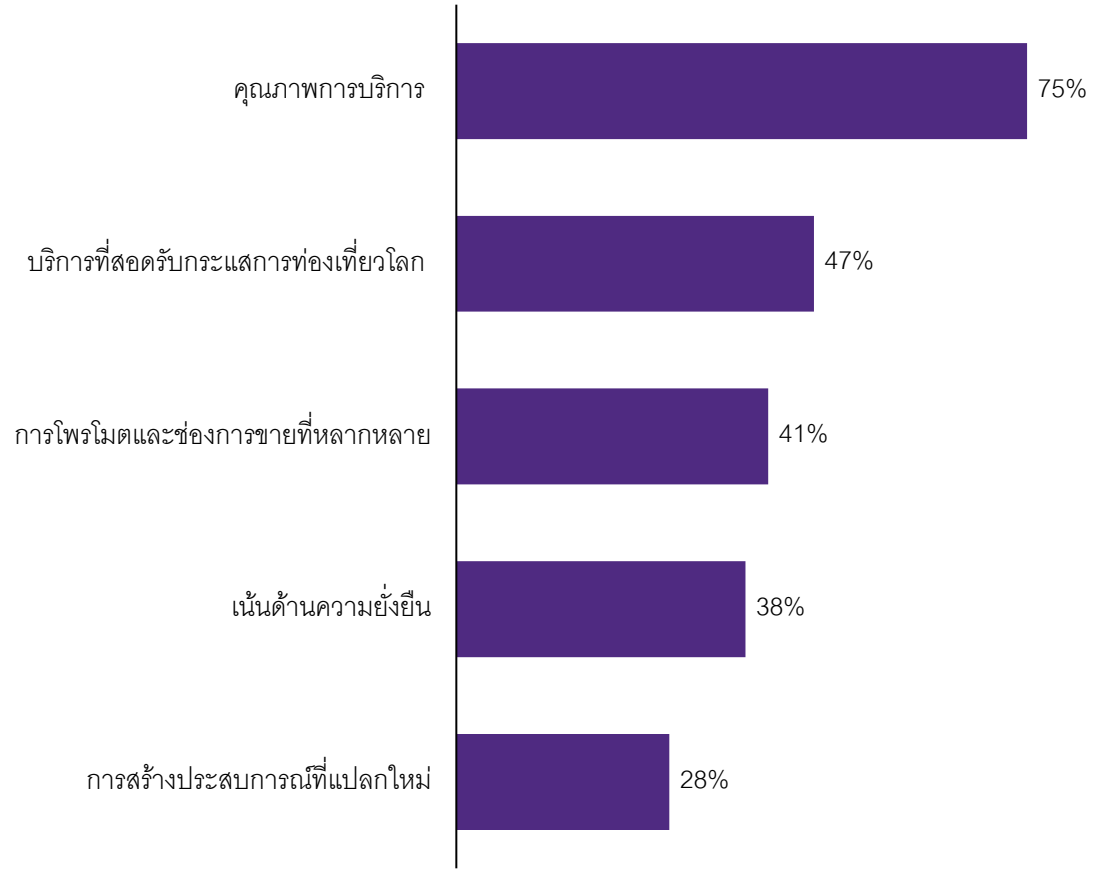
- **ในระยะข้างหน้าอัตราการเข้าพักและราคาห้องพักเฉลี่ยมีแนวโน้มเติบโตแบบชะลอตัวลง** จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทยที่เติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป อย่างไรก็ดี การแข่งขันก็มีโอกาสเพิ่มสูงขึ้นด้วยจากจำนวนห้องพักใหม่ที่ทยอยเปิดเพิ่มขึ้น ขณะที่การเติบโตของราคาห้องพักมีโอกาสได้รับอานิสงส์จากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวดีขึ้น

หมายเหตุ : นอกจากโรงแรมแล้วยังมีที่พักประเภทอื่น เช่น เกสต์เฮาส์ บังกะโล เซอร์วิสอะพาร์ตเมนต์ โฮมสเตย์ โดยทางกระทรวงฯ ได้ปรับโครงสร้างข้อมูลตามปี 2025 และนำรีสอร์ตไปรวมกับโรงแรมทำให้ข้อมูลเปลี่ยนแปลงตามโครงสร้างข้อมูลใหม่
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ในระยะต่อไป เกมการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวยังมุ่งเน้นคุณภาพการบริการและการเข้าถึงลูกค้าในช่องทางที่หลากหลาย ซึ่งการยกระดับการบริการอย่างต่อเนื่องและขยายตลาดเป็นแนวทางการปรับตัวที่ธุรกิจให้ความสำคัญ

ทิศทางเกมการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมไทยใน 1-2 ปี ข้างหน้า

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจโรงแรม



แนวทางในการปรับตัวเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมไทย



ขยายตลาดนักท่องเที่ยวประเทศใหม่ ๆ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพการเติบโตสูง อย่างจีน และยุโรป



เพิ่มความคุ้มค่าของบริการ เช่น การนำเสนอแพ็กเกจรวมกิจกรรมพิเศษ การเพิ่มสิทธิพิเศษต่าง ๆ รวมถึงเวลาการเข้าพักที่ยืดหยุ่น



ขยายช่องทางการตลาดทั้ง Online และ Offline เช่น การโพรโมตผ่าน Social commerce และ Content marketing ควบคู่กับการร่วมงาน Travel fairs & Roadshows



ยกระดับมาตรฐานความยั่งยืน เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาว และสร้างจุดขายที่ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวยุคใหม่



เจาะตลาดนักท่องเที่ยวไทยมากขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังเติบโต และมีมาตรการรัฐออกมาสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของผลสำรวจความคิดเห็นของธุรกิจท่องเที่ยวในช่วงเดือน มี.ค.-เม.ย. 2026

ความยั่งยืนกำลังขยับสถานะมาเป็นเงื่อนไขพื้นฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม อีกทั้ง นักท่องเที่ยวยังเห็นความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น

ความยั่งยืนช่วยเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างไร?



ความยั่งยืนกำลังกลายเป็นเครื่องมือรักษาอัตรากำไร
จากการประหยัดต้นทุนระยะยาวผ่านการลดการใช้น้ำ ลดขยะอาหาร การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน โดย Sustainable Hospitality Alliance ระบุว่าโรงแรมที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนสามารถลดต้นทุนดำเนินงานได้สูงสุดราว 30%



ความยั่งยืนกำลังมีผลต่อการเข้าถึงลูกค้าและช่องทางขาย
แพลตฟอร์มจองที่พักออนไลน์ (OTAs) ได้เปลี่ยนระบบตัวกรอง (Filters) จัดลำดับโรงแรมใหม่ ซึ่งเป็นผลให้โรงแรมที่ไม่มีมาตรฐานความยั่งยืนรองรับ อาจถูกลดการมองเห็น (Visibility) ในหน้าแรกของแพลตฟอร์มส่งผลให้โอกาสเข้าถึงลูกค้าลดลง



ความยั่งยืนกำลังกลายเป็นเงื่อนไขในการเข้าถึง “แหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำ”
สถาบันการเงินเริ่มใช้เกณฑ์ ESG เป็นกรอบในการประเมินความเสี่ยงและปล่อยสินเชื่อ ซึ่งโรงแรมที่ละเลยความยั่งยืนอาจถูกประเมินว่ามี "ความเสี่ยงสูง" (เช่น ความเสี่ยงจากกฎหมายภาษีคาร์บอน) ส่งผลให้การกู้เงินมีเงื่อนไขเพิ่มขึ้น หรือต้องแบกรับอัตราดอกเบี้ยที่สูง



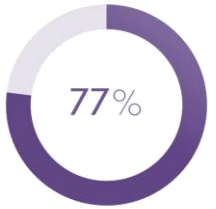
ความยั่งยืนกำลังเปลี่ยนจากการลดผลกระทบสู่ความอยู่รอดในสภาพอากาศผันผวน
เนื่องจากเป็นธุรกิจที่อ่อนไหวต่อสภาพภูมิอากาศสูงจากความร้อน ภัยแล้ง น้ำท่วม การกัดเซาะชายฝั่ง และความเสื่อมโทรมของธรรมชาติ ซึ่งจะเพิ่มต้นทุน ลดฤดูกาลท่องเที่ยว และทำให้จุดหมายปลายทางสูญเสียความน่าสนใจได้

การท่องเที่ยวยั่งยืนในมุมมองของนักท่องเที่ยวปี 2026

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม



ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก เลือกที่พักที่มีการรับรองมาตรฐานความยั่งยืน



ของนักท่องเที่ยวเอเชียให้ความสำคัญของความยั่งยืนเพิ่มจาก 68% ในปี 2025

อันดับนักท่องเที่ยวเอเชียที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน

# 1	**ไทย** (95%)
# 2	**อินโดนีเซีย** (93%)
# 3	**อินเดีย** (88%)
# 3	**มาเลเซีย** (88%)

นโยบายภาครัฐกับการผลักดันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- **การยกระดับมาตรฐานของผู้ประกอบการ** ผ่านเครื่องมือ เช่น STGs STAR และ STAR Plus, CF Hotels, Thailand Tourism Awards, Green Hotel, Green Hotel Plus และ Trusted Thailand
- **การพัฒนาเมืองและพื้นที่ต้นแบบอย่างยั่งยืน** ททท. ได้นำโมเดล Krabi Prototype ที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงฟื้นฟู การอนุรักษ์ชายฝั่ง การมีส่วนร่วมของชุมชน และกิจกรรมที่มีผลกระทบต่ำ ไปต่อยอดสู่ Chiang Mai Prototype และเริ่มพัฒนาพังงา น่าน และเพชรบุรีเป็นพื้นที่นำร่องสีเขียว
- **การส่งเสริมเส้นทางและประสบการณ์คาร์บอนต่ำ** ภาครัฐได้พัฒนา Green Tourism Collections ซึ่งประกอบด้วย 20 เส้นทางใน 10 เมืองสีเขียว รวมถึงเส้นทาง Travel with Care เช่น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและชุมชน
- **การเตรียมรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ** ในโครงการ Thailand Green Plan 2030 ระยะที่ 2 ภายใต้แนวคิด Climate Emergency in Tourism รวมถึงการพัฒนาบุคลากรผ่าน Thailand Green Coach เพื่อช่วยให้พื้นที่และผู้ประกอบการประเมินความเสี่ยงและออกแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับมาตรฐานระดับสากล

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, Agoda และ Booking

นักท่องเที่ยวยุคใหม่คาดหวัง "ความยั่งยืนที่สมเหตุสมผลและจับต้องได้จริง" ควบคู่ไปกับความสะดวกสบายและการบริการที่มีคุณภาพโดยต้องการให้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมกลมกลืนไปกับประสบการณ์การเข้าพัก

"โรงแรมยั่งยืน" ในรูปแบบที่นักท่องเที่ยวยุคนี้คาดหวังและมองหา



ความสะดวกสบาย ที่ไม่ทำลายโลก

- **เทคโนโลยีอัจฉริยะแบบซ่อนรูป** : ระบบเปิด-ปิดไฟและแอร์อัตโนมัติ (Motion Sensors)
- **ของใช้พรีเมียมจากธรรมชาติ** : ขวดเซรามิกปั๊มขนาดใหญ่สำหรับสบู่/แชมพูสูตรออร์แกนิก เสื้อคลุมและผ้าปูที่นอนทำจากฝ้ายธรรมชาติ 100% ที่นุ่มสบายแต่ประหยัดน้ำในการซัก
- **น้ำดื่มสะอาดที่ไร้ขยะ** : ตู้กรองน้ำอัจฉริยะ (Water Filtration Station) ประจำชั้น หรือขวดแก้วดีไซน์สวยงามที่เติมน้ำดื่มบริสุทธิ์ให้ทุกวัน แทนการให้ขวดน้ำพลาสติกแบบเดิม



ความโปร่งใสและ ตรวจสอบได้

- **แดชบอร์ดแสดงผล** (Sustainability Dashboard) : คาดหวังการเห็นข้อมูลบนแอปพลิเคชันของโรงแรม หรือหน้าจอทีวีในห้องพัก เช่น วันนี้เราช่วยประหยัดน้ำไปกี่ลิตร หรือทริปนี้ของเราปล่อยคาร์บอนไปเท่าไร
- **ใบรับรองระดับสากล** : แสดงบนแพลตฟอร์มการจองเพื่อให้ตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่ายและมั่นใจ



การเชื่อมโยงกับ ท้องถิ่นอย่างแท้จริง

- **อาหารจากวัตถุดิบรอบตัว** (Zero-Mile Dining) : เมนูอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นตามฤดูกาลจากเกษตรกรในพื้นที่
- **งานดีไซน์เล่าเรื่องชุมชน** : การตกแต่งโรงแรมด้วยงานคราฟต์ เฟอร์นิเจอร์ หรือโครงสร้างที่ใช้วัสดุรีไซเคิล/วัสดุในท้องถิ่น ซึ่งให้ความรู้สึกมีเอกลักษณ์ (Local Vibe) ที่หาไม่ได้จากที่อื่น



สิทธิประโยชน์ จากการทำดี

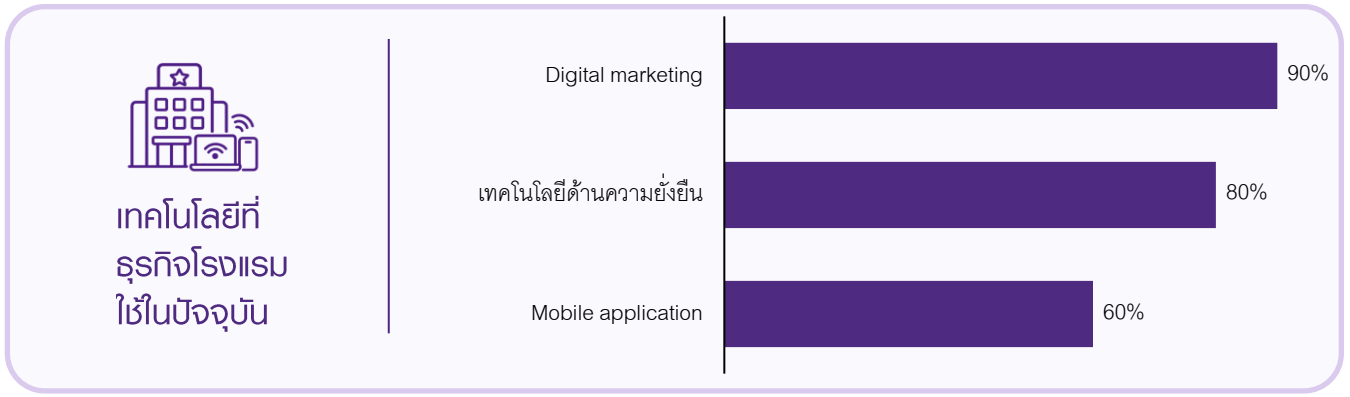
- **เปลี่ยนการประหยัดเป็นสิทธิพิเศษ** : โปรแกรมที่มอบคูปองแทนเงินสด ร้านอาหาร หรือสปา (Green Credits) เมื่อผู้เข้าพักเลือกที่จะปฏิเสธการเปลี่ยนผ้าเช็ดตัว หรือแยกขยะในห้องพักอย่างถูกต้อง
- **การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสั้น ๆ ที่ได้ผลลัพธ์จริง** เช่น คลาสทำอาหารจากวัตถุดิบเหลือ (Upcycled Cooking) หรือการซื้อสินค้าที่รายได้ทั้งหมดมอบให้องค์กรด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

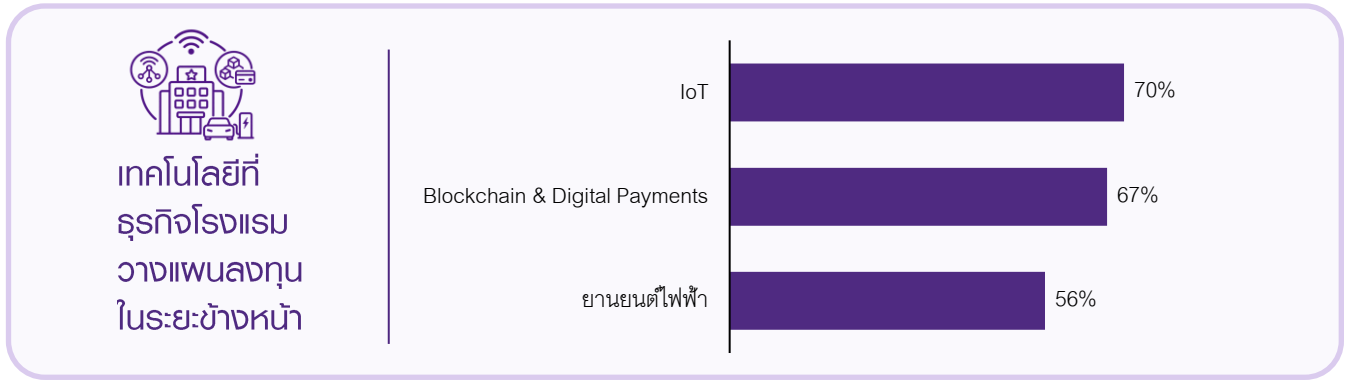
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ธุรกิจโรงแรมไทยส่วนใหญ่นำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำการตลาดและการก้าวสู่ความยั่งยืน โดยในระยะข้างหน้ามีแนวโน้มลงทุนในอุปกรณ์ IoT เพิ่มขึ้น ซึ่งความพร้อมด้านบุคลากรยังเป็นความท้าทายสำคัญในการปรับใช้เทคโนโลยี

เทคโนโลยีที่ใช้ในธุรกิจโรงแรม

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม





ความท้าทายสำคัญในการนำเทคโนโลยีมาใช้ของธุรกิจโรงแรม

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม



การใช้งานเทคโนโลยีของธุรกิจโรงแรมในปัจจุบันยังกระจุกตัวอยู่ในเทคโนโลยีที่คุ้นเคย อย่าง Digital marketing เพื่อเป็นช่องทางในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวยุคใหม่ และเทคโนโลยีที่สนับสนุนความยั่งยืนอย่างการติดตั้งระบบเซ็นเซอร์ แผงโซลาร์เซลล์ อีกทั้ง ยังมีแผนการลงทุนเพิ่มขึ้นในอุปกรณ์ IoT ที่ใช้ในห้องพักและ Digital payment ในระยะข้างหน้า

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของผลสำรวจความคิดเห็นของธุรกิจท่องเที่ยวในช่วงเดือน มี.ค.-เม.ย. 2026

ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมไทยเริ่มนำเทคโนโลยี AI เข้ามาปรับใช้มากขึ้น เพื่อปรับกลยุทธ์การตลาด ยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า และลดต้นทุนการดำเนินงาน

ประโยชน์ของ AI ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม



วิเคราะห์ข้อมูลตลาดแบบเรียลไทม์

ทั้งสภาพอากาศ, อิเวนต์ในเมือง, อัตราตั๋วเครื่องบิน, พฤติกรรมคู่แข่ง และความต้องการของตลาด ณ เวลานั้น

- สามารถตอบสนองต่ออุปสงค์ได้เร็ว
- รักษาอัตราการเข้าพักให้เหมาะสม



เจาะกลุ่มลูกค้าแม่นยำ

ช่วยคาดการณ์แนวโน้มการยกเลิกห้องพัก และแนะนำโพรโมชันให้กับลูกค้าแต่ละคนในจังหวะที่ถูกต้อง

- ทำการตลาดได้ตรงจุด
- โอกาสในการเพิ่มยอดจอง



ยกระดับประสบการณ์ลูกค้าแบบเฉพาะบุคคล

วิเคราะห์ประวัติการเข้าพักและพฤติกรรมบนโลกออนไลน์ เพื่อเตรียมบริการพร้อมต้อนรับ

- เพิ่มรายได้จากการแนะนำบริการที่เหมาะสม
- เพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ
- เพิ่มอัตราการกลับมาพักซ้ำ



ช่วยบริหารจัดการระบบหลังบ้าน

คาดการณ์ปริมาณการเข้าพักในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างแม่นยำซึ่งช่วยในการจัดตารางการทำงานของพนักงาน รวมถึงระบบตรวจจับประสิทธิภาพของอุปกรณ์เพื่อวางแผนการซ่อมบำรุง

- ลดต้นทุนการดำเนินงาน
- ใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ลดโอกาสเกิดความผิดพลาด

ตัวอย่างการนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในธุรกิจโรงแรมไทย



Hyper-Dynamic Pricing : ใช้ระบบ AI ในการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของตลาด พฤติกรรมการจองของนักท่องเที่ยว และราคาของคู่แข่งแบบเรียลไทม์ เพื่อคำนวณและปรับเปลี่ยนราคาห้องพักโดยอัตโนมัติ



AI-Driven Marketing : นำ AI มาใช้วิเคราะห์ฐานข้อมูลลูกค้าในระบบ Loyalty program เพื่อส่งมอบข้อเสนอ โพรโมชัน และการแนะนำแพ็กเกจห้องพักที่ตรงใจลูกค้าแบบเฉพาะบุคคลในช่วงเวลาที่ถูกต้อง



AI Delivery Robots : ใช้หุ่นยนต์อัจฉริยะในการส่งของ แชมพู ผ้าเช็ดตัว หรืออาหารค่ำ (Room service) ให้ถึงหน้าห้องพัก โดยหุ่นยนต์สามารถกดลิฟต์และโทรศัพท์หาผู้เข้าพักได้เองโดยอัตโนมัติเมื่อถึงหน้าห้อง



In-room Voice AI : ติดตั้งลำโพงอัจฉริยะที่เชื่อมต่อระบบสั่งการด้วยเสียงของ AI ในห้องพัก ช่วยให้ผู้เข้าพักสามารถสั่งเปิด-ปิดไฟ ปรับแอร์ หรือขอเปิดเพลงได้ง่าย

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Centara, Minor และ Staybridge

KEY TAKEAWAYS สำหรับธุรกิจโรงแรม

การสร้างมูลค่าให้กับการบริการ



การยกระดับการบริการโดยเน้นประสบการณ์ ซึ่งจะช่วยสร้างความประทับใจและความทรงจำที่มีความหมายตลอดการเข้าพัก อีกทั้ง ยังช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ลดการแข่งขันด้านราคา และกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำหรือบอกต่อ เนื่องจากผู้เข้าพักยุคใหม่คาดหวังบริการที่เข้าใจความต้องการของตนเอง และประสบการณ์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง

การก้าวสู่ความยั่งยืน



ความยั่งยืนกลายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเติบโตของธุรกิจโรงแรมในระยะยาว เนื่องจากนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น และมองหาโรงแรมที่ได้มาตรฐานด้านความยั่งยืน อีกทั้ง การก้าวสู่ความยั่งยืนยังสามารถช่วยให้ธุรกิจโรงแรมลดต้นทุนการดำเนินงานได้ในระยะยาวจากการใช้ทรัพยากรด้านพลังงานและน้ำ

การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่



เทคโนโลยีสมัยใหม่ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ และยกระดับความพึงพอใจของผู้เข้าพัก โดยเฉพาะเทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลไม่ว่าจะเป็นข้อมูลของคู่แข่ง แนวโน้มการจอง ราคาห้องพักในตลาด รวมถึงพฤติกรรมของผู้เข้าพัก ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมสามารถปรับกลยุทธ์ให้สอดรับตามสถานการณ์ได้อย่างทันท่วงที

ผู้จัดทำ



ดร.กมลมาลย์ แจ้งล้อม

นักวิเคราะห์อาวุโส

kamonmarn.jaenglom@scb.co.th

Disclaimer

This document is made by The Siam Commercial Bank Public Company Limited ("**SCB**") for the purpose of providing information summary only. Any information and analysis herein are collected and referred from public sources which may include economic information, marketing information or any reliable information prior to the date of this document. SCB makes no representation or warranty as to the accuracy, completeness and up-to-dateness of such information and SCB has no responsibility to verify or to proceed any action to make such information to be accurate, complete, and up-to-date in any respect. The information contained herein is not intended to provide legal, financial or tax advice or any other advice, and it shall not be relied or referred upon proceeding any transaction. In addition, SCB shall not be liable for any damages arising from the use of information contained herein in any respect.



ท่านพึงพอใจต่อบทวิเคราะห์นี้เพียงใด?

ความเห็นของท่าน สำคัญกับเรา

ร่วมตอบแบบสอบถาม 7 ข้อ
เพื่อนำไปพัฒนาบทวิเคราะห์ของ
SCB EIC ต่อไป

คลิกเพื่อทำ
แบบสอบถาม

SCB EIC | ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER



INSIGHTFUL ECONOMIC AND BUSINESS
INTELLIGENCE FOR EFFECTIVE DECISION MAKING

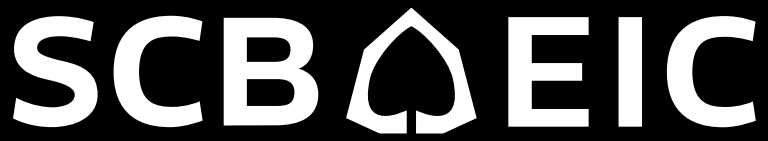
WEBSITE

www.scbeic.com

up-to-date with email notification

LINE OFFICIAL ACCOUNT

SCB EIC


SCB EIC