



HOTEL : INDUSTRY ANALYSIS AND OUTLOOK

แนวนันมธุรกิจโรงแรม

20 August 2025

HOTEL : INDUSTRY ANALYSIS AND OUTLOOK

แนวโน้มธุรกิจโรงแรม



KEY SUMMARY

ธุรกิจโรงแรมในปี 2025 ได้เผชิญกับหลายเหตุการณ์ที่สร้างแรงกดดันและส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง แต่ยังคงได้อานิสงส์จากนักท่องเที่ยวไทยที่ยังเติบโตต่อเนื่อง ในช่วง 7 เดือนแรกของปี ธุรกิจโรงแรมต้องเผชิญกับแรงกดดันทั้งจากประเด็นด้านความปลอดภัย ความผันผวนทางเศรษฐกิจ และปัญหามิรัฐศาสตร์ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง -6.35%YoY มาอยู่ที่ 19.3 ล้านคน โดยนักท่องเที่ยวจีนลดลงสูงสุดกว่า -35%YoY มาอยู่ที่ 2.69 ล้านคน แต่ยังเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยสูงสุดตามด้วยนักท่องเที่ยวมาเลเซีย, อินเดีย, รัสเซีย และเกาหลีใต้ ส่งผลให้ภาครัฐเร่งออกมาตรการเรียกความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวจีนให้กลับคืนมาควบคู่ไปกับการเจรจาตลาดศักยภาพที่เติบโตสูงอย่างยุโรปและตะวันออกกลางที่เดินทางมาท่องเที่ยวในไทยมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มทยอยฟื้นตัว อย่างไรก็ดี ในภาพรวมคาดว่าในปีนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติจะลดลงราว -7%YoY มาอยู่ที่ 32.9 ล้านคน และยังมีความเสี่ยงหากความขัดแย้งระหว่างไทย-กัมพูชายืดเยื้อ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยที่ยังเติบโตต่อเนื่องในช่วง 6 เดือนแรกของปีจากจำนวนผู้เยี่ยมเยือนไทยที่เพิ่มขึ้น 2.3%YoY มาอยู่ที่ 139.4 ล้านคนและมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอีกจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐอย่าง “โครงการเที่ยวไทยคนละครั้ง” ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เยี่ยมเยือนไทยในปีนี้เติบโตที่ 2.5%YoY มาอยู่ที่ 277.1 ล้านคน ด้วยอานิสงส์จากนักท่องเที่ยวไทยที่เติบโตจึงส่งผลให้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศของธุรกิจโรงแรมมีแนวโน้มใกล้เคียงกับปี 2024 ที่ 72% ขณะที่ราคาห้องพักเฉลี่ยมีแนวโน้มลดลงราว -5%YoY มาอยู่ที่ราว 1,790 บาทต่อห้อง จากการใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวไทยให้เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นทดแทนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่หดตัว

อย่างไรก็ดี ธุรกิจโรงแรมยังต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งในด้านราคา ด้านบริการ และการนำเสนอประสบการณ์ รวมถึงการแข่งขันในระดับภูมิภาค ท่ามกลางภาวะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาไทยลดลง ทำให้โรงแรมที่ปรับใช้กลยุทธ์กระจายความเสี่ยงขยายฐานนักท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายไม่พึ่งพิงรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้รับผลกระทบไม่มากนัก แต่สถานการณ์ดังกล่าวได้ผลักดันให้หลายโรงแรมต้องใช้กลยุทธ์เชิงรุกมากขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จึงส่งผลให้การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในปีนี้มีแนวโน้มยิ่งขึ้นทั้งจาก 1) การแข่งขันด้านราคาเมื่อนักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบราคาที่พักบนแพลตฟอร์ม OTA ได้อย่างสะดวก จึงทำให้ธุรกิจโรงแรมต้องปรับกลยุทธ์ด้านราคาอย่างทันทั่วถึงเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการเพิ่มความคุ้มค่าผ่านโปรโมชั่นพิเศษ เช่น เครดิตร้านอาหาร หรือการอัปเกรดห้องพัก 2) การแข่งขันด้านบริการและการนำเสนอประสบการณ์เพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่และบริการที่ใส่ใจรายละเอียด ไม่ว่าจะเป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ยกระดับบริการ, การจัดกิจกรรมสร้างประสบการณ์ และการพัฒนาคอนเซ็ปต์โรงแรมในรูปแบบเฉพาะอย่าง Wellness resort หรือ Eco-hotel 3) การแข่งขันในระดับภูมิภาค โดยที่ผ่านมา ธุรกิจโรงแรมไทยต้องเผชิญแรงกดดันจากประเทศคู่แข่งในภูมิภาคที่เร่งพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ขณะเดียวกัน เช่น โรงแรมระดับโลกยังขยายการลงทุนในเมืองท่องเที่ยวของอาเซียนอย่างต่อเนื่องทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

นอกจากนี้ กระแสความยั่งยืนเป็นอีกปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจโรงแรมในปัจจุบัน จากเทรนด์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใส่ใจด้านความยั่งยืนมากขึ้น อีกทั้ง ธุรกิจโรงแรมชั้นนำของโลกต่างออกมาตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2050 ซึ่งโรงแรมหลายแห่งได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่อลดการใช้ไฟฟ้า เช่น ระบบอัจฉริยะ รวมถึงการใช้พลังงานสะอาด อีกทั้ง หน่วยงานภาครัฐของไทยอย่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมก็ให้ความสำคัญกับกระแสความยั่งยืนในธุรกิจโรงแรมและผลักดันให้ธุรกิจโรงแรมไทยก้าวสู่ความยั่งยืนตามมาตรฐานสากลด้วยเช่นกัน 🌱



Industry overview

ธุรกิจโรงแรมถือเป็นธุรกิจหลักในภาคการท่องเที่ยวด้วยรายได้หลักของธุรกิจมาจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติผ่านการให้บริการด้านที่พัก การจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม การจัดเลี้ยงและการประชุมสัมมนา รวมถึงการให้บริการด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง เช่น บริการสปาเพื่อสุขภาพ และการให้เช่าพื้นที่เชิงพาณิชย์

โดยผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ได้แก่ 1) กลุ่มธุรกิจโรงแรมที่รายได้หลักมาจากการให้บริการด้านที่พัก ได้แก่ ASIA, BEYOND, CENTEL, DUSIT, ERW, GRAND, LRH, MANRIN, MINT, OHTL, ROH, SHANG, SHR และ VRANDA 2) กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวที่รายได้หลักมาจากธุรกิจอื่นนอกจากห้องพักโรงแรม ได้แก่ SPA ซึ่งรายได้หลักมาจากธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและเวลเนส รวมถึง CSR ที่รายได้หลักมาจากธุรกิจสนามกอล์ฟ

รูปที่ 1 : ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	
 กลุ่มธุรกิจโรงแรมที่รายได้หลักมาจากการให้บริการด้านที่พัก	- ASIA - BEYOND - CENTEL - DUSIT - ERW - GRAND - LRH - MANRIN - MINT - OHTL - ROH - SHANG - SHR - VRANDA
 กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวที่รายได้หลักมาจากธุรกิจอื่น นอกจากห้องพักโรงแรม	- SPA - CSR

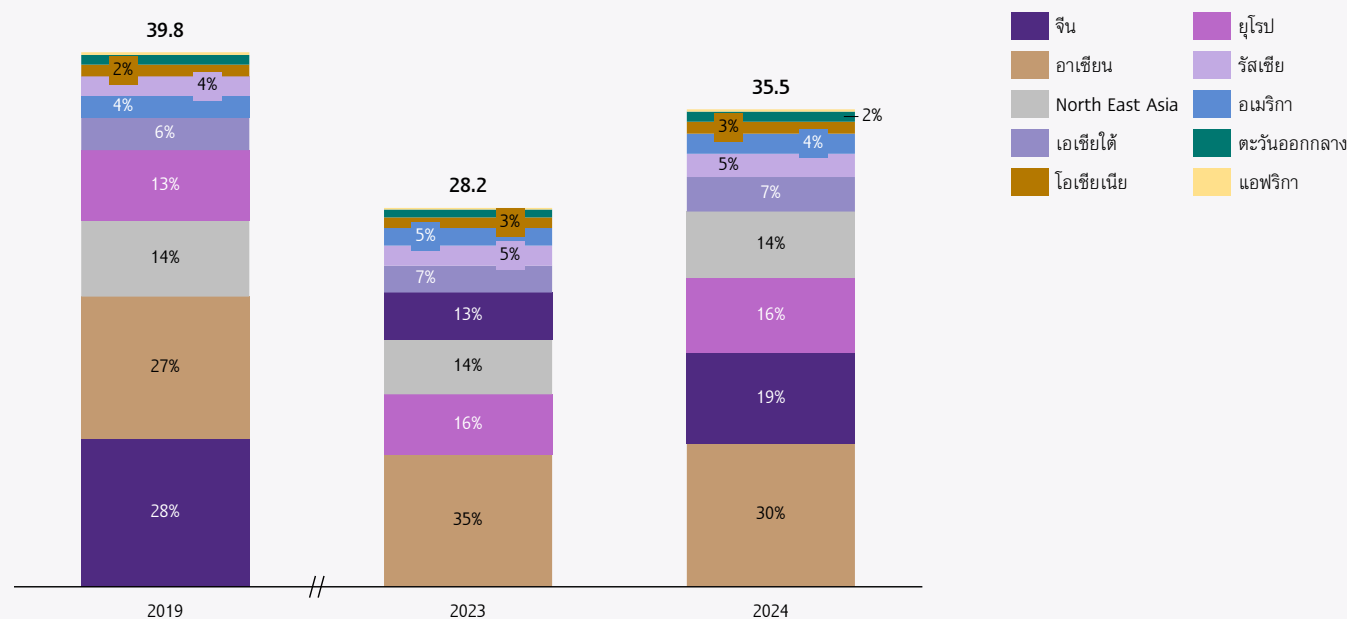
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ SET

ในปี 2024 ธุรกิจโรงแรมฟื้นตัวได้ดีถึงอัตราการเข้าพักและราคาห้องพักเฉลี่ยทั่วประเทศที่สูงกว่าปี 2019 แม้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติยังไม่กลับสู่ภาวะปกติ

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจในภาคการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 ก่อนช่วงสูงและยังอยู่ระหว่างการฟื้นตัว โดยในปี 2024 เริ่มเห็นสัญญาณบวกที่สะท้อนถึงการกลับมาเข้าใกล้ภาวะปกติมากขึ้นของภาคการท่องเที่ยวไทยจากการเร่งตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยแล้วราว 35.5 ล้านคนหรือฟื้นตัวจากปี 2019 ที่ราว 89% โดยนักท่องเที่ยวจีนเป็นนักท่องเที่ยวหลักที่เดินทางเข้าไทยสูงสุดที่ 6.7 ล้านคนตามด้วยนักท่องเที่ยวมาเลเซียที่ราว 4.9 ล้านคน และนักท่องเที่ยวอินเดีย 2.1 ล้านคน ซึ่งแม้นักท่องเที่ยวจีนจะกลับมาเป็นนักท่องเที่ยวหลักของไทยแต่ยังเป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มฟื้นตัวช้าเพียงราว 60% เมื่อเทียบกับปี 2019 ซึ่งเป็นผลจากการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปของนักท่องเที่ยวจีนกลุ่มกรุ๊ปทัวร์ที่ยังมีความกังวลในด้านสุขอนามัยในการเดินทางไปต่างประเทศและยังมีความเปราะบางสูงจากภาวะเศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัว จึงทำให้นักท่องเที่ยวจีนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ตามมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลจีนที่ออกมากระตุ้นเศรษฐกิจตลอดทั้งปี ในขณะที่การท่องเที่ยวในประเทศของไทยยังเติบโตได้ดีต่อเนื่องจากปี 2023 สะท้อนจากจำนวนผู้เยี่ยมเยือนไทยที่เพิ่มขึ้นเป็น 270.2 ล้านคนหรือเติบโตราว 8.7% YoY จึงส่งผลบวกให้ภาพรวมธุรกิจโรงแรมทั้งในส่วนของอัตราการเข้าพักเฉลี่ยและราคาห้องพักเฉลี่ยทั่วประเทศเติบโตได้สูงกว่าปี 2019 โดยอัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศอยู่ที่ 72% ของอุปทานห้องพักทั้งหมด ซึ่งสูงกว่าปี 2019 ที่ 70% เช่นเดียวกับราคาห้องพักเฉลี่ยที่เติบโตได้ดี เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เดินทางด้วยตัวเอง (FIT) ซึ่งมีการใช้จ่ายค่อนข้างสูง ประกอบกับทางผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่ปรับราคาห้องพักขึ้นตามต้นทุนการบริหารจัดการที่สูงขึ้นและตามการยกระดับการให้บริการตามเทรนด์ความต้องการของผู้เข้าพัก เช่น การบริการด้านเวลเนส การปรับปรุงห้องพักให้เป็น Smart room จึงส่งผลให้ราคาห้องพักเฉลี่ยทั่วประเทศในปี 2024 เพิ่มขึ้นราว 9% เทียบกับปี 2019 ที่ 1,732 บาทต่อห้องมาอยู่ที่ราว 1,884 บาทต่อห้อง

รูปที่ 2 : สัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาไทย

หน่วย : ล้านคน



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



Industry outlook and trend

ในปี 2025 ธุรกิจโรงแรมต้องเผชิญกับหลายเหตุการณ์ที่สร้างแรงกดดันและส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยตรง ขณะที่นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยยังเติบโตต่อเนื่อง

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มลดลงจากปี 2024 รว -7%YoY มาอยู่ที่ 32.9 ล้านคนซึ่งเป็นผลจากการลดลงของนักท่องเที่ยวจีนเป็นหลัก ในช่วง 7 เดือนแรกของปี ธุรกิจโรงแรมของไทยต้องเผชิญกับปัจจัยกดดันที่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างต่อเนื่องทั้งจาก

1) ประเด็นด้านความปลอดภัย จากกระแสข่าวเชิงลบกรณีหวังชิงที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนลดลงทันทีหลังเทศกาลวันหยุดช่วงตรุษจีน และเหตุแผ่นดินไหวรุนแรงในเมียนมาในช่วงปลายเดือนมีนาคมที่ลั่นสะเทือนมาถึงพื้นที่กรุงเทพฯ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางส่วนเกิดความกังวลในความปลอดภัยของโรงแรมที่เป็นตึกสูง

2) ภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง จากการประกาศมาตรการภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ที่จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ

ในหลายประเทศจึงทำให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกเริ่มชะลอการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวลง

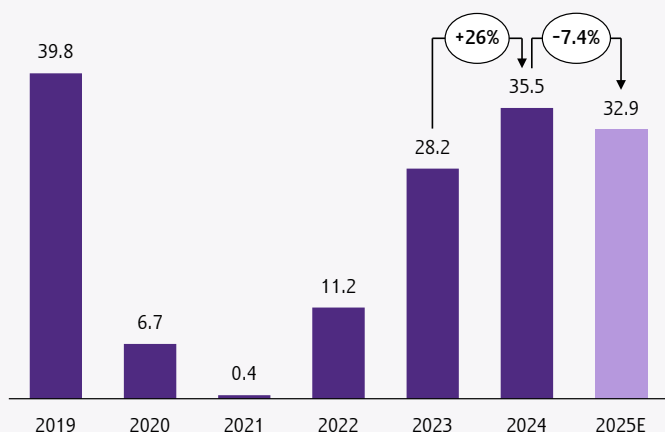
3) ปัญหาด้านภูมิรัฐศาสตร์ ทั้งความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ปะทุขึ้นจนทำให้ประเทศใกล้เคียงที่มีความเสี่ยงประกาศปิดน่านฟ้าชั่วคราวและสายการบินหลายสายต้องเปลี่ยนเส้นทางบินหรือหยุดให้บริการในบางเส้นทาง และปัญหาชายแดนไทย-กัมพูชาที่ส่งผลให้รัฐบาลประกาศปิดด่านข้ามแดนชั่วคราวซึ่งทำให้เกิดข้อจำกัดในการเดินทางระหว่าง 2 ประเทศ ด้วยปัจจัยกดดันเหล่านี้จึงส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยตั้งแต่ มกราคม-กรกฎาคม 2025 ลดลงราว -6.35%YoY มาอยู่ที่ 19.3 ล้านคน โดยนักท่องเที่ยวจีนเป็นนักท่องเที่ยวที่ลดลงสูงสุดกว่า -35%YoY มาอยู่ที่ 2.69 ล้านคนแต่ยังเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไทยสูงสุดตามด้วยนักท่องเที่ยวมาเลเซีย (2.66 ล้านคน), อินเดีย (1.37 ล้านคน), รัสเซีย (1.12 ล้านคน) และเกาหลีใต้ (0.90 ล้านคน)

ด้วยภาคการท่องเที่ยวไทยยังเผชิญกับความเสี่ยงที่ค่อนข้างสูง ภาครัฐจึงเร่งทยอยออกมาตรการมากระตุ้นนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงที่เหลือของปีทั้งมาตรการที่จะเรียกความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวจีนให้กลับคืนมาอย่างเช่น โครงการ “สวัสดิ์ หนีหนาว” ที่เชิญอินฟลูเอนเซอร์ชาวจีนเข้ามาท่องเที่ยวในไทยและแชร์ประสบการณ์ที่ดีในสื่อโซเชียลมีเดีย การสนับสนุนเที่ยวบินเช่าเหมาลำจากเมืองรองของจีนเพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวจีนกลุ่มกรุ๊ปทัวร์ การทำโปรโมชั่นร่วมกับแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยว (Online Travel Agents : OTA) และการเชิญตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวของจีนเข้ามาสำรวจแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในไทย ควบคู่ไปกับการเจาะตลาดศักยภาพที่เติบโตสูงอย่างนักท่องเที่ยวยุโรปและตะวันออกกลางที่เดินทางมาท่องเที่ยวในไทยมากขึ้นต่อเนื่องผ่านการออก Roadshow โปรโมตการท่องเที่ยวไทย รวมถึงการเจรจากับสายการบินต่างชาติในการเปิดเที่ยวบินเพิ่มเพื่อรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่ามาตรการเหล่านี้จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มทยอยฟื้นตัวในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี อย่างไรก็ตาม ภาคการท่องเที่ยวไทยยังมีความเสี่ยงหากความขัดแย้งระหว่างไทย-กัมพูชายืดเยื้อ ซึ่งอาจจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยยังเติบโตที่ 2.5%YoY มาอยู่ที่ 277.1 ล้านคน ซึ่งเป็นผลจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐ โดยในช่วง 6 เดือนแรกของปี การท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวไทยยังเติบโตได้ดีต่อเนื่องจากจำนวนผู้เยี่ยมเยือนไทยที่เพิ่มขึ้น 2.3%YoY มาอยู่ที่ 139.38 ล้านคน และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอีกในช่วงที่เหลือของปีจากมาตรการภาครัฐที่ออกมากระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่าง “โครงการเที่ยวไทยคนละครึ่ง” ซึ่งภาครัฐจะสนับสนุนค่าที่พักสูงสุด 50% หรือไม่เกิน 3,000 บาท ต่อห้องต่อคืน และ E-coupon 500 บาทต่อสิทธิสำหรับเป็นส่วนลดค่าอาหารและกิจกรรมท่องเที่ยว จำนวนทั้งหมด 500,000 สิทธิ โดยสามารถใช้สิทธิได้ตั้งแต่วันที่ 4 กรกฎาคม – 31 ตุลาคม 2025 นอกจากนี้ ภาครัฐและภาคเอกชนยังร่วมกันจัดงานประเพณี เทศกาลดนตรี และกีฬาอย่างต่อเนื่องทั่วประเทศภายใต้แคมเปญ “Amazing Thailand Grand Tourism and Sports Year 2025” ซึ่งจะช่วยให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความเปราะบางของภาวะเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัวมีแนวโน้มส่งผลให้คนไทยระมัดระวังการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น ขณะที่กลุ่มคนไทยที่ยังมีกำลังซื้อที่สูงก็มีโอกาสเดินทางไปต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากมาตรการฟรีวีซ่าและแพ็คเกจเที่ยวต่างประเทศ ราคาประหยัดที่ออกมาดึงดูดนักท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่อง

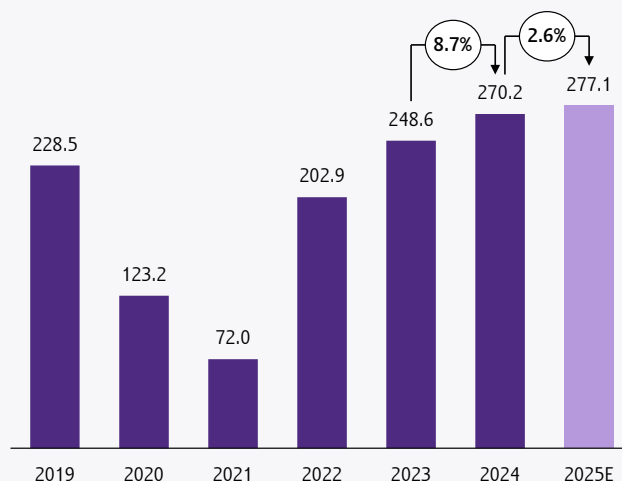
รูปที่ 3 : จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาไทย

หน่วย : ล้านคน



รูปที่ 4 : จำนวนผู้เยี่ยมเยือนไทย

หน่วย : ล้านคน



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

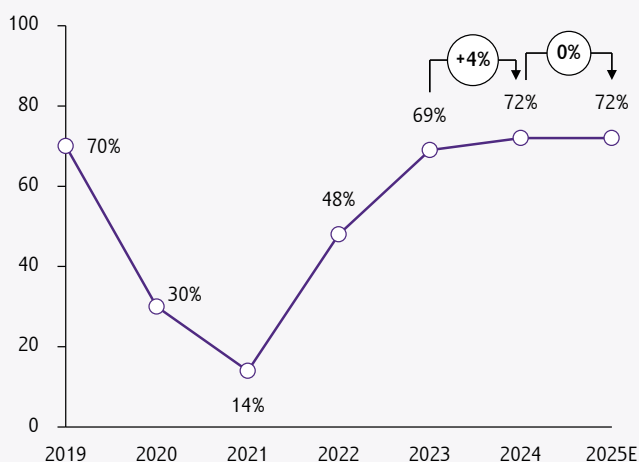


ธุรกิจโรงแรมยังได้อานิสงส์จากนักท่องเที่ยวไทยที่เติบโต ส่งผลให้อัตราเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศมีแนวโน้มใกล้เคียงกับปี 2024 ที่ 72% ขณะที่ราคาห้องพักเฉลี่ยมีแนวโน้มลดลง -5%YoY มาอยู่ที่ราว 1,790 บาทต่อห้อง โดยในช่วง 6 เดือนแรกของปี ด้วยภาวะที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมต้องหันมาพึ่งพิงรายได้จากนักท่องเที่ยวไทยที่ยังเติบโตมากขึ้นผ่านการใช้กลยุทธ์ด้านราคาสะท้อนได้จากราคาห้องพักเฉลี่ยทั่วประเทศที่ลดลง -5%YoY จาก 1,920 บาทต่อห้อง เป็น 1,826 บาทต่อห้อง ซึ่งการใช้กลยุทธ์ด้านราคา นอกจากจะดึงดูดนักท่องเที่ยวไทยมากขึ้นแล้ว ยังส่งผล

ให้ธุรกิจโรงแรมในภาพรวมทั่วประเทศสามารถรักษาอัตราการเข้าพักเฉลี่ยให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับปี 2024 ที่ 72% ได้ โดยในช่วงที่เหลือของปี โครงการเที่ยวไทยคนละครั้งจะเริ่มใช้สิทธิแล้วในช่วงต้นเดือนกรกฎาคม ที่ผ่านมามีเข้ามาช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวไทยเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นทดแทนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทยอยฟื้นตัว ส่งผลให้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยและราคาห้องพักเฉลี่ยไม่หดตัวมากโดยเฉพาะในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (กรกฎาคม-กันยายน) และจะฟื้นตัวดีขึ้นในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีซึ่งเป็นช่วงไฮซีซั่นของการท่องเที่ยวไทยจากการเข้ามาเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

รูปที่ 5 : อัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศ

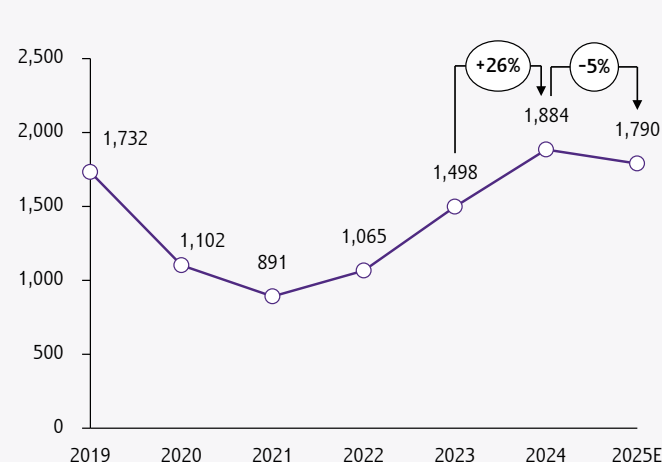
หน่วย : % ของอุปทานห้องพักทั้งหมด



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รูปที่ 6 : ราคาห้องพักเฉลี่ยทั่วประเทศ

หน่วย : บาทต่อห้อง



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย



Competitive landscape

อย่างไรก็ดี ธุรกิจโรงแรมยังต้องเผชิญกับการแข่งขันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นทั้งการแข่งขันด้านราคา การแข่งขันด้านบริการและการนำเสนอประสบการณ์ รวมถึงการแข่งขันในระดับภูมิภาคจากประเทศคู่แข่งในเอเชีย ท่ามกลางภาวะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาไทยลดลง ทำให้ธุรกิจโรงแรมที่ปรับใช้กลยุทธ์กระจายความเสี่ยงขยายฐานนักท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย ไม่พึ่งพิงรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้รับผลกระทบไม่มากนัก แต่สถานการณ์ดังกล่าวก็ผลักดันให้หลายโรงแรมต้องใช้กลยุทธ์เชิงรุกมากขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจโรงแรมในปีนี้เข้มข้นและซับซ้อนยิ่งขึ้น ซึ่งรวมถึง

1) การแข่งขันด้านราคา เมื่อแพลตฟอร์ม OTA ได้กลายเป็นสนามแข่งขันด้านราคาหลักที่นักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบราคาที่พักจากหลากหลายโรงแรมได้พร้อมกัน จึงส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ด้านราคาอย่างต่อเนื่องและทันทั่วถึงเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในสายตาของนักท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงการเพิ่มความคุ้มค่าให้กับนักท่องเที่ยวผ่านโปรโมชั่นพิเศษ เช่น สิทธิ Late check-out, เครดิตร้านอาหาร/บริการสปาภายในโรงแรม หรือการอัปเกรดห้องพักฟรี เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจท่ามกลางตัวเลือกจำนวนมาก และด้วยสถานการณ์ที่เศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มชะลอตัวจากปัจจัยเสี่ยงรอบด้าน จึงส่งผลให้ราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักและวางแผนท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2) การแข่งขันด้านบริการและการนำเสนอประสบการณ์ ซึ่งธุรกิจโรงแรมทุกวันนี้ให้ความสำคัญกับการยกระดับบริการและการสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมุ่งสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่และบริการที่ใส่ใจในรายละเอียด ไม่ว่าจะเป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ยกระดับการบริการด้วยการใช้ข้อมูล (Data) มาปรับบริการให้ตรงกับความต้องการเฉพาะบุคคล, การจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงวิถีท้องถิ่น ทั้งการทำอาหารพื้นถิ่นจากวัตถุดิบชุมชน การเรียนรู้หัตถกรรมพื้นบ้าน การล่องเรือสัมผัสวิถีชีวิตริมฝั่งแม่น้ำ ตลอดจนการพัฒนาคอนเซ็ปต์ของโรงแรมในรูปแบบเฉพาะทางอย่าง Wellness/Retreat resort, Art hotel, Eco-Resort หรือที่พักที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น

ซึ่งไม่เพียงจะช่วยสร้างความประทับใจและการจดจำ แต่ยังเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำได้อีกในอนาคต

3) การแข่งขันในระดับภูมิภาคจากประเทศคู่แข่งในเอเชีย ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจโรงแรมไทยต้องเผชิญแรงกดดันที่เพิ่มขึ้นจากประเทศคู่แข่งในภูมิภาคที่เร่งพัฒนาภาคการท่องเที่ยวอย่างจริงจังผ่านการออกมาตรการฟรีวีซ่าเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักคือ นักท่องเที่ยวจีนจากจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศที่สูงและยังเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อ ในขณะเดียวกัน เช่น โรงแรมระดับโลกยังขยายการลงทุนในเมืองท่องเที่ยวสำคัญในอาเซียนอย่างต่อเนื่อง เช่น ดานัง, ฮอยอัน และญาจางของเวียดนาม, บาห์ลีและจาการ์ตาของอินโดนีเซีย, รวมถึงโกตาकिनาบาลู ของมาเลเซียทำให้นักท่องเที่ยวที่สนใจท่องเที่ยวในเอเชียมีทางเลือกมากขึ้นจากความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น ภาครัฐและธุรกิจโรงแรมไทยจึงต้องเร่งโปรโมตการท่องเที่ยวไทยในทุกช่องทางอย่างต่อเนื่องเพื่อให้การท่องเที่ยวไทยเป็นกระแสและยังคงเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก

นอกจากนี้ กระแสความยั่งยืนเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อแนวทางการดำเนินธุรกิจของโรงแรมในปัจจุบัน จากเทรนด์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใส่ใจด้านความยั่งยืนมากขึ้นและกลายเป็นการเดินทางกระแสหลักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก สะท้อนจากรายงานการเดินทางอย่างยั่งยืนประจำปี 2025 ของ Booking.com ซึ่งสำรวจนักท่องเที่ยวกว่า 32,000 คนจาก 32 ประเทศ พบว่านักท่องเที่ยวราว 53% หันมาใส่ใจด้านความยั่งยืนทั้งในเรื่องผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกัน ธุรกิจโรงแรมชั้นนำของโลกก็เห็นความสำคัญของความยั่งยืนมากขึ้นเริ่มจากการออกมำตรฐานเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net zero target) ภายในปี 2050 โดยปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจโรงแรมราว 40% เกิดจากการใช้ไฟฟ้าเป็นหลัก (Scope 2) ซึ่งธุรกิจโรงแรมหลายแห่งต่างนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้มากขึ้นเพื่อลดการใช้ไฟฟ้า เช่น การปรับเปลี่ยนอุปกรณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน การนำระบบอัจฉริยะมาใช้ และการเพิ่มปริมาณการใช้พลังงานสะอาดอย่างการติดตั้ง

โซลาเซลล์ เป็นต้น ซึ่งนอกจากการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว แนวทางก้าวสู่เป้าหมายแห่งความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมยังรวมถึงการเปิดโอกาสให้ Suppliers ได้กำหนดเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระยะยาวและวางแนวทางไปสู่เป้าหมายร่วมกัน เช่น การปรับระบบการขนส่งสินค้า และการพัฒนาสินค้า/บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม, การสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น เช่น การใช้วัตถุดิบจากเกษตรกรในพื้นที่และการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ในชุมชน, และการส่งเสริมให้ผู้เข้าพักมีส่วนร่วมในการช่วยลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมผ่านการสื่อสารภายในห้องพัก เช่น การลดการใช้พลาสติกและการแยกขยะ

เช่นเดียวกับ หน่วยงานภาครัฐของไทยที่ให้ความสำคัญกับกระแสความยั่งยืนในธุรกิจโรงแรมผ่านการออก

แคมเปญส่งเสริมให้ธุรกิจโรงแรมไทยใส่ใจด้านความยั่งยืนมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ตั้งเป้าหมายผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวยั่งยืนในระดับภูมิภาค รวมถึงกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมและผลักดันให้ธุรกิจโรงแรมไทยก้าวสู่ความยั่งยืนตามมาตรฐานสากลผ่านโครงการ “Green Hotel Plus” ซึ่งมีหลักเกณฑ์ประเมินที่อ้างอิงตามแนวทางของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council : GSTC) จะเห็นได้ว่าความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมไม่ใช่แค่เพียงตอบโจทย์เทรนด์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ แต่ยังส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและยกระดับธุรกิจโรงแรมไทยได้ในระยะยาว ๕

ภาคผนวก

พลประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กลุ่มธุรกิจโรงแรมที่รายได้หลักมาจากการให้บริการด้านที่พัก
ASIA, BEYOND, CENTEL, DUSIT, ERW, GRAND, LRH,
MANRIN, MINT, OHTL, ROH, SHANG, SHR, VRANDA

กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวที่รายได้หลักมาจากธุรกิจอื่น

SPA

CSR

FY2024 Performance	Sale (ล้านบาท)	243,019.4 (11%YoY)	1,673.1 (14%YoY)	201.97 (8%YoY)
	Net Profit (ล้านบาท)	12,122.1	309.1	63.1
	Profit Margin (%)	5%	18%	31%
	ROE เฉลี่ย (%)	3.7%	29.5%	5.2%
1H2025 Performance	Sale (ล้านบาท)	117,594.0 (-1%YoY)	755.9 (-4%YoY)	104.8 (1%YoY)
	Net Profit (ล้านบาท)	5,249.8	86.92	29.9
	Profit Margin (%)	4.5%	11.5%	28.51%
	ROE เฉลี่ย (%)	2.6%	23.9%	4.7%

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



Author

ดร.กมลมาลย์ แจ่งล่อ

นักวิเคราะห์อาวุโส

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (SCB EIC)

ข้อสงวนสิทธิ์ : บทความนี้จัดทำขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (“ธนาคาร”) เพื่อวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข้อมูลและบทวิเคราะห์เท่านั้น ข้อมูลและบทวิเคราะห์ใด ๆ ที่ปรากฏในบทความนี้ ได้ถูกรวบรวมและอ้างอิงมาจากแหล่งข้อมูลสาธารณะ ซึ่งอาจรวมถึงข้อมูลทางเศรษฐกิจ ข้อมูลทางการตลาด หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่มีความน่าเชื่อถือก่อนวันที่บทความนี้ได้ถูกจัดทำขึ้น ธนาคารไม่รับประกันหรือรับรองว่าข้อมูลดังกล่าวมีความถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์ และเป็นปัจจุบัน รวมถึงธนาคารไม่มีหน้าที่ในการตรวจสอบข้อมูลหรือดำเนินการใด ๆ ให้ข้อมูลถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์ และเป็นปัจจุบันไม่ว่าในกรณีใด ๆ ทั้งนี้ บทความนี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้คำแนะนำทางกฎหมาย ทางการเงิน ทางภาษี หรือคำแนะนำอื่นใด และไม่ควรถูกใช้เป็นเอกสารอ้างอิงในการดำเนินการใด ๆ นอกจากนี้ ธนาคารไม่ยอมรับผิดในความเสียหายใด ๆ ที่เกิดจากการใช้ข้อมูลในเอกสารนี้ ไม่ว่าในกรณีใด ๆ ก็ตาม

“Economic and business
intelligence for effective
decision making”



ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์



เจาะลึก
สถานการณ์เศรษฐกิจ



เกาะติด
การเปลี่ยนแปลงที่ส่งพล
ต่อภาคธุรกิจ



อัปเดต
ประเด็นร้อนที่ไม่ควรพลาด



Stay connected

Find us at



@scbeic | 

www.scbeic.com