

คาดการณ์ พฤษภาคม 2569

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2
ล้านคน **(-8%)**
เทียบกับ
พ.ค. 2568

จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลง
จากผลกระทบของวิกฤตพลังงาน
ที่ลดขีดความสามารถ
ในการเดินทาง
ทั้งด้านราคาบัตรโดยสารที่เพิ่มขึ้น
และการปรับลดแผนการบินเข้าไทย

TOP 5 Tourist Arrivals

| | % Grand Total Share | | | % Grand Total Share | |
|-------------|---------------------|------|---------|---------------------|------|
| | Short-Haul | 79% | 21% | Long-Haul | |
| China | 403,000 | +30% | Russia | 81,000 | -3% |
| Malaysia | 308,000 | -20% | USA | 67,000 | -2% |
| India | 232,000 | +2% | UK | 56,000 | -16% |
| Singapore | 76,000 | -1% | France | 36,000 | -7% |
| South Korea | 76,000 | -17% | Germany | 30,000 | -22% |

หมายเหตุ: (+,-)...%Growth พ.ค. 2569 เทียบกับ พ.ค. 2568

หมายเหตุ: จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทย เดือนพฤษภาคม 2569 คาดการณ์จากพฤติกรรมการเดินทางในอดีตและจำนวนที่นั่งโดยสาย
บนเครื่องบิน (Seat Capacity) โดย กองกลยุทธ์การตลาด ททท.

Forward Booking พฤษภาคม 2569

Flight Search ลดลง

-3%

เทียบกับ
พ.ค. 2568

เกาหลีใต้ ลดลงสูงสุด (-57%)
อินโดนีเซีย (-32%) เวียดนาม
(-31%) ออสเตรเลีย (-29%)

ยอดจอง ตั๋วเครื่องบินล่วงหน้า เข้าไทยเพิ่มขึ้น

+6%

เทียบกับ
พ.ค. 2568

5 ตลาด ที่ยอดจองฯ มีอัตราการเติบโตสูงสุด

Kazakhstan +79%

Argentina +37%

UAE +34%

Myanmar +32%

Spain +32%

แผนการบิน พฤษภาคม 2569

7 เส้นทางบินตรงใหม่เข้าไทย

Short-haul 6 เส้นทาง

- South Korea 2 เส้นทาง
Seoul - Chiang Mai
Seoul - Bangkok
- Hong Kong 1 เส้นทาง
Hong Kong - Bangkok
- Singapore 1 เส้นทาง
Singapore - Bangkok
- Malaysia 1 เส้นทาง
Kuala Lumpur - Bangkok
- Cambodia 1 เส้นทาง
Phnom Penh - Bangkok

Long-haul 1 เส้นทาง

- UAE
Sharjah - Phuket

Seat Capacity ลดลง

จำนวนที่นั่งโดยสาร

3.6

ล้านที่นั่ง

ฟื้นตัว 83%

เทียบกับ
พ.ค. 2562

(-2%)

เทียบกับ
พ.ค. 2568

ข้อมูลจากระบบ ForwardKeys, 27 เม.ย. 2569

หมายเหตุ: เส้นทางบินใหม่ พ.ค. 2569 เทียบกับ เม.ย. 2569

ข้อมูลจากระบบ OAG, 27 เม.ย. 2569

ปัจจัยสนับสนุน

China Labour Day “ความนิยมเดินทางมาไทยช่วงวันหยุดวันแรงงานจีน”

คาดการณ์นักท่องเที่ยวจีนเดินทางเข้าไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (1-5 พ.ค. 2569)

+29%

เทียบกับ 1-5 พ.ค. 2568

- ‘ไทย’ ติด Top 3 จุดหมายปลายทางยอดนิยม
- การเปิด 3 เส้นทางบินตรงใหม่เข้าไทยจากจีน (Hangzhou, Shenzhen, Yangzhou)
- พฤติกรรมการจอง “Early Lock-in” หรือจองก่อนราคาจะสูงขึ้น และคอยตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงของราคาอย่างใกล้ชิด

Concert-Driven Tourism “ช่วยดึง demand ในช่วง Low Season”



High Demand ในช่วงสัปดาห์ที่มีการจัดคอนเสิร์ตรวมนักแสดงซีรีส์วาย (BL) จาก GMMTV ‘LOL2026’ (22-24 พ.ค. 2569)

- ยอด Flight Search สูงสุด 6.8 ล้านครั้ง (+8%)
- แฟนคลับใหญ่ในเอเชียอยู่ในฟิลิปปินส์ เวียดนาม และอินโดนีเซีย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่

Mechanism ที่ช่วยดึงนักท่องเที่ยวต่างชาติ

| | | |
|---|--|---|
| Fan Travel ‘แฟนคลับยอมบินข้ามประเทศ’ เพื่อมาดูคอนเสิร์ต โดยเฉพาะ K-pop / J-pop fandom | Trip Bundling ‘เที่ยว + ดูคอนเสิร์ต’ ใช้เวลา 3-5 วัน | Regional Tour Effect ‘เลือกไทยเป็นจุดหมาย’ ได้เปรียบเรื่องค่าครองชีพถูกกว่า ญี่ปุ่น/เกาหลีใต้ และเดินทางสะดวก |
|---|--|---|

Potential Segment

ผลสำรวจแฟนคลับต่างชาติ (GMMTV International Fandom Survey): สหรัฐอเมริกา 27%, อินเดีย 17.1%, สหราชอาณาจักร 5.3%, แคนาดา 3.9%, ออสเตรเลียและฟินแลนด์ 3.3% ตามลำดับ

ปัจจัยอุปสรรค

วิกฤตพลังงาน → ต้นทุนพลังงานสูง - ราคาบัตรโดยสารพุ่ง - ปรับลดเที่ยวบิน

การปรับเพิ่มค่าธรรมเนียมภาษีน้ำมัน

- **ราคาบัตรโดยสารของสายการบินจีน เพิ่มขึ้นสูงกว่า 50%** (เช่น Juneyao Airlines, Spring Airlines, Xiamen Airlines) โดยปรับเพิ่มค่าธรรมเนียมน้ำมันเชื้อเพลิง เส้นทางระหว่างประเทศและภายในภูมิภาค บางเส้นทาง ตั้งแต่ช่วงกลางเดือน มี.ค.
- **ราคาบัตรโดยสารของสายการบินญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น 70-140%** (Japan Airlines, All Nippon Airways) จากการปรับขึ้นค่าธรรมเนียมน้ำมันในเส้นทางระหว่างประเทศ (พ.ค.-มิ.ย)

ปรับลดเที่ยวบิน/เส้นทางบิน

- **Thai Airways ปรับลดเที่ยวบิน ประมาณ 5%** (พ.ค.) หรือคิดเป็น 46 เที่ยวบินต่อวัน (จากเดิมเฉลี่ย 200 เที่ยวบิน/วัน) ครอบคลุมหลายเส้นทาง
 - เอเชีย: สิงคโปร์ พนมเปญ อังคอง ไทเป อินชอน เชียงไฮ้ ปักกิ่ง นาริตะ นิวเดลี มุมไบ ไฮเดอราบัด
 - ยุโรป: อิสตันบูล แฟรงก์เฟิร์ต มิวนิค โคเปนเฮเกน ออสโล และสตอกโฮล์ม
- **Thai Air Asia ปรับลดเที่ยวบิน ประมาณ 30%** (พ.ค.-มิ.ย.) ตลาดอินเดีย ปรับลดมากที่สุด: กัวฮาทิ ภาฐมาณฑุ ชัยปุระ อาร์เมดาบาด ไฮเดอราบัด เซนไน โคชิ บาหลี อังคอง สิงคโปร์ ซิดนีย์

IMF ปรับลด GDP โลก

ปรับลดประมาณการเศรษฐกิจโลกปี 2569 ลง (-0.2%) เป็น 3.1% สะท้อนถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคส่งผลโดยตรงต่อภาคการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มชะลอตัวลงตามกำลังซื้อที่ตึงตัว

- **สหรัฐฯ** - ปรับลด GDP ลง เป็น 2.3% ในปี 2026 (ก่อนหน้านี้ 2.4%)
- **ยูโรโซน** - 1.1% (ก่อนหน้านี้ 1.3%)
- **จีน** - 4.4% (ก่อนหน้านี้ 4.5%)

Tourism Competition

| | | |
|--|--|---|
| South Korea Top Destination ช่วง Golden Week + วันแรงงานจีน • ความได้เปรียบจาก K-pop / K-culture • Medical & Beauty Tourism ราคาถูกกว่าตลาดตะวันตก 40-70% (ต่างชาติเดินทาง 2 ล้านคน/ปี) | Japan Top Destination • ค่าเงินเยนอ่อนค่า • Seasonal Factor: เป็นช่วงฤดูใบไม้ผลิที่อากาศดี • แนวโน้มตลาดเติบโตขึ้น: ยุโรป (+15-40%) อเมริกา (+12%) ออสเตรเลีย (+10%) เนื่องจากชื่นชอบ พักยาว + Local Experience (%Growth: Jan-Mar 2026) | Vietnam เน้นกลยุทธ์เจาะกลุ่มเชิงลึกของแต่ละตลาด • India: Wedding, Halal Cuisine • Europe: In-depth Cultural, Sustainable สามารถแย่งตลาดอินเดียจากไทยได้ในระดับหนึ่ง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวอินเดียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (ม.ค.-มี.ค. 69: +69%) |
|--|--|---|

คาดการณ์เดือนพฤษภาคม 2569

จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวไทย*
16.59 ล้านคน-ครั้ง (-3%)

รายได้จากการท่องเที่ยว
89,989 ล้านบาท (-12%)

จำนวนสะสม ม.ค. - พ.ค. 69
85.32 (+0.1%)
 ล้านคน-ครั้ง

คิดเป็นร้อยละ 40
 ของเป้าหมาย ททท.
 (ปี 2569 = 214 ล้านคน-ครั้ง)

จำนวนสะสม ม.ค. - พ.ค. 69
457,241 (-4%)
 ล้านบาท

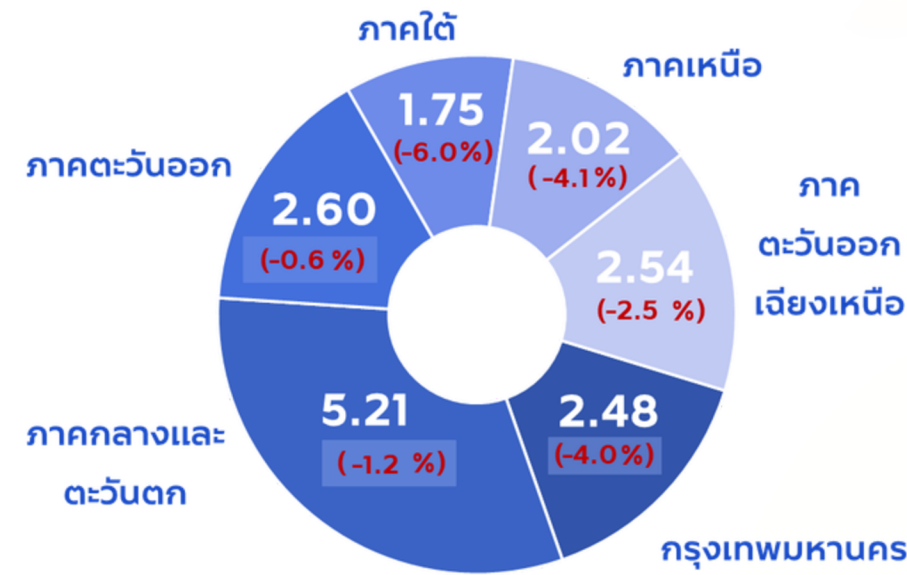
คิดเป็นร้อยละ 39
 ของเป้าหมาย ททท.
 (ปี 2569 = 1.173 ล้านล้านบาท)

หมายเหตุ: 1. * จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวไทย คำนวณจากจังหวัดเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทาง
 2. (+/- %) คือ อัตราการเติบโต ปี 2569 เทียบกับ ปี 2568

รายภูมิภาค

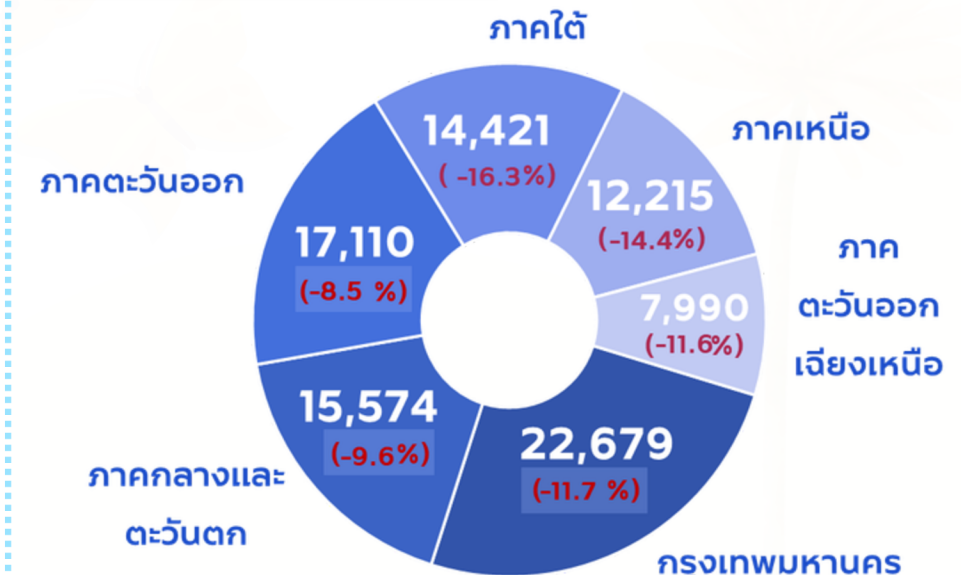
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน

หน่วย : ล้านคน-ครั้ง



รายได้จากผู้เยี่ยมชมเยือน

หน่วย : ล้านบาท

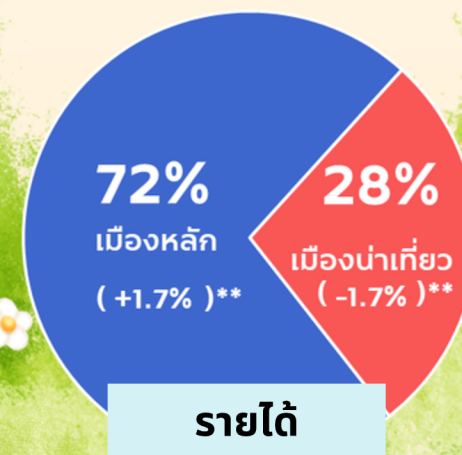
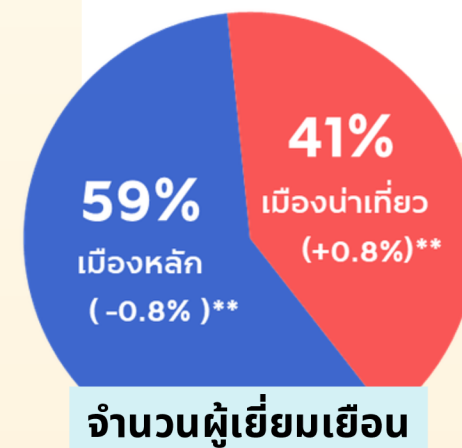


ทุกภูมิภาคมีแนวโน้มการเติบโต **ลดลงทั้งด้านจำนวนและรายได้** “ภาคใต้” และ “ภาคเหนือ” ลดลงมากที่สุด

TOP 5 เมืองหลัก - เมืองน่าเที่ยว

| จังหวัด | จำนวน (คน-ครั้ง) | %Growth (69/68) | จังหวัด | จำนวน (คน-ครั้ง) | %Growth (69/68) |
|--------------|------------------|-----------------|-------------------|------------------|-----------------|
| 22 เมืองหลัก | 13,292,200 | -3.9% | 55 เมืองน่าเที่ยว | 9,255,200 | -4.1% |
| สมุทรสาคร | 138,400 | +0.3% | ตราด | 203,700 | +2.8% |
| กระบี่ | 143,200 | -0.9% | นครนายก | 241,800 | +0.4% |
| ชลบุรี | 1,454,100 | -1.2% | มุกดาหาร | 144,900 | -0.1% |
| สระบุรี | 386,400 | -1.6% | หนองคาย | 213,200 | -0.1% |
| ฉะเชิงเทรา | 480,600 | -2.6% | บึงกาฬ | 68,700 | -0.3% |

ที่มา: จำนวนและรายได้ เดือนพฤษภาคม 2569 ประมาณการ โดยกองกลยุทธ์การตลาด ททท. ณ วันที่ 23 เม.ย. 69



แหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เดือนพฤษภาคม

แม้ภาพรวมจะมีแนวโน้มการเติบโตลดลง แต่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตามข้อมูลการค้นหา “ที่เที่ยว” และ “ที่พัก” ผ่าน Google Trends (ช่วงวันที่ 16-27 เมษายน 2569)



“ส่วนใหญ่ค้นหาที่เที่ยวและที่พักใกล้กรุงเทพฯ เดินทางสะดวก ใช้เวลาไม่นาน โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้งและชายทะเล”

แหล่งท่องเที่ยวชายทะเล:

- ชลบุรี (พัทยา บางแสน เกาะล้าน)
- ระยอง (สัตหีบ เกาะเสม็ด เกาะเสม็ด)
- ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน)
- เพชรบุรี (ชะอำ หาดเจ้าสำราญ)
- ตราด (เกาะช้าง)

แคมป์ปิ้ง : สระบุรี นครราชสีมา (เขาใหญ่) นครนายก กาญจนบุรี เพชรบุรี (แก่งกระจาน)

ที่มา: Google Trends ณ วันที่ 27 เม.ย. 69

หมายเหตุ: ** การเพิ่ม/ลดของสัดส่วนเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา

ปัจจัยสนับสนุน

วันหยุดยาวช่วงวันแรงงานและวันฉัตรมงคล (วันที่ 1 - 4 พ.ค. 69)

ที่มา : Agoda Thailand ณ วันที่ 23 เม.ย. 69

ส่งผลให้คนไทยมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น สะท้อนจากการค้นหาที่พิกบน Agoda ช่วงวันหยุดดังกล่าว พบว่า มีการค้นหา “ที่พักใกล้กรุงเทพ” เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งให้เห็นถึงพฤติกรรมคนไทยที่นิยมเลือกจุดหมายปลายทางระยะใกล้ ใช้เวลาเดินทางน้อย

★ **ระยอง +44%** | **พิกษา +40%** | **ชลบุรี +29%** | **เกาะเสม็ด +22%** | **หัวหิน/ชะอำ +19%**



เทรนด์เที่ยวด้วยรถไฟ

จากข้อมูล Google Trends (วันที่ 16-27 เม.ย. 69) พบว่า “คำค้นหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วยรถไฟ” เพิ่มสูงขึ้น เมื่อเทียบกับข้อมูล 12 วันก่อนหน้า

★ | **One Day Trip รถไฟ +350%** | **รถไฟท่องเที่ยว กาญจนบุรี +200%** | **ท่องเที่ยวรถไฟ +20%** | **จองตั๋วรถไฟ +350%**

**สะท้อนว่าคนไทยมีความสนใจในการท่องเที่ยวด้วยรถไฟเพิ่มขึ้น และคาดว่าพฤษภาคมจะมีแนวโน้มเกิดการเดินทางจริง โดยเฉพาะเส้นทางที่มุ่งสู่กาญจนบุรี

สอดคล้องกับเทรนด์ Slow Travel “ท่องเที่ยวเพื่ออิลใจ เน้นประสบการณ์ใหม่ เดินทางง่าย ประหยัด ใกล้ชิดธรรมชาติ”



ที่มา : Google Trends ณ วันที่ 27 เม.ย. 69

เทศกาล / งานประเพณี

ทุกภูมิภาคมีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ *คาดว่าส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวภายในภูมิภาค และเน้นเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ขณะที่การใช้จ่ายอยู่ในระดับจำกัด

▼ Amazing Thailand GI Tour & Trail Running 2026 Highlight



เชียงใหม่ ระยอง ขอนแก่น

▼ ภาคกลางและภาคตะวันตก



สุพรรณบุรี



เพชรบุรี

▼ ภาคเหนือ



นครสวรรค์ อุทัยธานี

▼ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ยโสธร



เลย

▼ ภาคตะวันออก

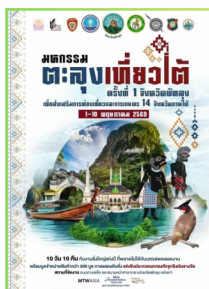


ระยอง

▼ ภาคใต้



ปัตตานี



พิกษา

ปัจจัยอุปสรรค

ภาวะเศรษฐกิจในประเทศ - วิกฤติน้ำมัน

■ **กำลังซื้อของคนไทยลดลง ต้องระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น** โดย สศช. ประเมินว่า หากสถานการณ์ความขัดแย้งยังไม่คลี่คลาย GDP ปี 2569 อาจโตเพียง 0.7% และแม้คนไทยยังมีความต้องการท่องเที่ยวเพื่อคลายความเครียดอยู่ แต่มีการปรับพฤติกรรมเป็น “เที่ยวแบบประหยัด” มากขึ้น อาจส่งผลต่อรายได้ทางการท่องเที่ยวในอนาคต



สอดคล้องกับข้อมูล Agoda Travel Outlook 2026 ที่ระบุว่า คนไทย (โดยเฉพาะ Gen Z) เปลี่ยนเทรนด์ท่องเที่ยวใหม่

- เน้นเที่ยวทริปสั้น 1-3 วัน (65%)
- ราคาที่พิกเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ (57%)
- เที่ยวแบบจำกัดงบ เน้นความคุ้มค่าในราคาที่เข้าถึงได้



■ **สายการบินปรับลด / ยกเลิกเที่ยวบินภายในประเทศชั่วคราว** ในเส้นทางกรุงเทพฯ (สุวรรณภูมิ) ไปยังจังหวัดต่าง ๆ เช่น อุตรดิตถ์ ขอนแก่น อุบลราชธานี เชียงราย กระบี่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และสงขลา (หาดใหญ่) ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย โดยเฉพาะการเดินทางข้ามภูมิภาค

■ **ขักรถท่องเที่ยวระยะไกลลดลง** เนื่องจากราคาน้ำมันและค่าครองชีพอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพิ่มขึ้น คนไทยจึงหันมาเที่ยวระยะใกล้ และเลือกใช้รถไฟ / รถสาธารณะมากขึ้น



เข้าสู่ช่วงฤดูฝน - สภาพอากาศแปรปรวน

ส่งผลให้เกิดฝนฟ้าคะนองและมรสุมทางทะเล (ช่วงกลางเดือนพฤษภาคม) ถือเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวหลัก (Low Season) อาจส่งผลให้คนไทยท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและทำกิจกรรมกลางแจ้งน้อยลง โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน

