

สถานการณ์การจำหน่ายไฟฟ้า

สะสม ม.ค. - ธ.ค. 2567

การจำหน่ายไฟฟ้าในภาพรวมของ กฟผ.

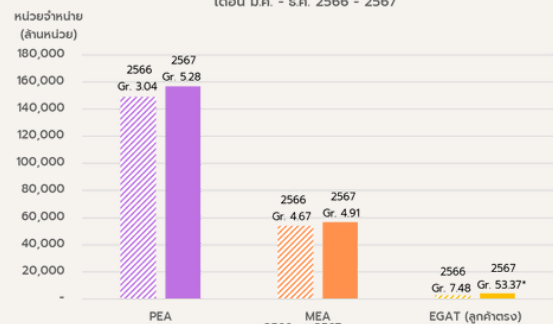
การจำหน่ายไฟฟ้า
156,838.24
 ล้านหน่วย
 สัดส่วน 72.03%

ในประเทศ
156,414.97 ล้านหน่วย
 สัดส่วน 99.73%

ต่างประเทศ
423.27 ล้านหน่วย
 สัดส่วน 0.27%

การจำหน่ายไฟฟ้าปี 2567 ขยายตัวร้อยละ 5.28 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากภาคการท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การบริโภคภายในประเทศปรับตัวดีขึ้นจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ประกอบกับการส่งออกที่ฟื้นตัวจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่ย้ายตัวได้ดี รวมทั้งการลงทุนของภาครัฐในโครงสร้างพื้นฐานซึ่งช่วยสร้างงานและกระตุ้นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ

การจำหน่ายไฟฟ้าของ PEA, MEA และ EGAT(ลูกค้าตรง)
 เดือน ม.ค. - ธ.ค. 2566 - 2567



*หมายเหตุ: เดือน ม.ค. - ธ.ค. 2567 กฟผ. มีการจำหน่ายไฟฟ้าให้ลูกค้าตรงทั้งหมด 4,363.84 ล้านหน่วย โดยแบ่งเป็นลูกค้าในประเทศ 1,299.14 ล้านหน่วย และลูกค้าต่างประเทศ 3,064.70 ล้านหน่วย โดยอัตราการเติบโตปี 2567 อยู่ที่ร้อยละ 53.37 ซึ่งมาจากการขยายตัวของการจำหน่ายไฟฟ้าให้ลูกค้าต่างประเทศ ที่มีอัตราการเติบโตร้อยละ 83.24 (ปี 2566 มีการจำหน่ายไฟฟ้าต่างประเทศเท่ากับ 1,672.30 ล้านหน่วย) โดยลูกค้าต่างประเทศ คือ การไฟฟ้าบราซิล (TNB) การไฟฟ้ากัมพูชา (EDC) และการไฟฟ้าลาว (EDL) ซึ่งมีสัดส่วนการจำหน่ายไฟฟ้าให้กับการไฟฟ้าลาวสูงที่สุดถึงร้อยละ 80.22

การจำหน่ายไฟฟ้าจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของ กฟผ.

กลุ่มลูกค้ารายย่อย

หน่วยจำหน่ายไฟฟ้า 59,036.84 ล้านหน่วย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.64 ของหน่วยจำหน่ายไฟฟ้าทั้งหมด มีการขยายตัวร้อยละ 7.36

โดยกลุ่มบ้านอยู่อาศัย ขยายตัวร้อยละ 7.93 จากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นจากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ เช่น การตรึงราคาน้ำมันดีเซลและราคาน้ำมันขายปลีก LPG และมาตรการแจกเงินดิจิทัลวอลเล็ต 10,000 บาท ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้น ประกอบกับมาตรการลดค่าไฟฟ้าเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่กลุ่มพาณิชย์รายย่อยขยายตัวร้อยละ 5.67 จากภาคการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรมขนาดเล็ก ร้านอาหารที่ระลึก รถทัวร์ และการขนส่งผู้โดยสาร รวมทั้งมาตรการกระตุ้นและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ และการเข้าสู่ฤดูท่องเที่ยวในช่วงปลายปี ส่งผลดีต่อธุรกิจขนาดเล็ก

กลุ่มลูกค้ารายใหญ่

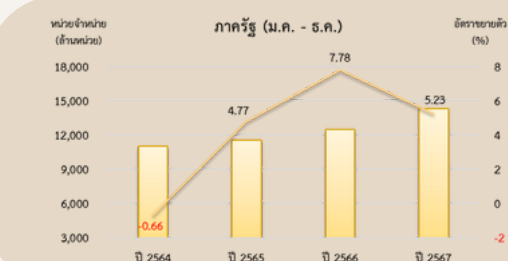
หน่วยจำหน่ายไฟฟ้า 83,487.17 ล้านหน่วย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.23 ของหน่วยจำหน่ายไฟฟ้าทั้งหมด ขยายตัวร้อยละ 3.86

โดยกลุ่มอุตสาหกรรมขยายตัวร้อยละ 2.36 จากภาครัฐที่ยังคงเร่งรัดการดำเนินงานในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะโครงการพัฒนาเครื่องจักรกลคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจและดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ ในขณะที่กลุ่มพาณิชย์รายใหญ่ ขยายตัวร้อยละ 9.18 จากอุปสงค์ในประเทศที่ยังขยายตัวต่อเนื่องของธุรกิจบริการ ร้านอาหาร ภัตตาคาร และห้างสรรพสินค้าที่มีการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงมีการลงทุนขยายสาขาในทำเลศักยภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัวและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

กลุ่มลูกค้าภาครัฐ

หน่วยจำหน่ายไฟฟ้า 14,314.23 ล้านหน่วย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.13 ของหน่วยจำหน่ายไฟฟ้าทั้งหมด ขยายตัวร้อยละ 5.23

จากการใช้ไฟฟ้าของหน่วยงานราชการส่วนภูมิภาค และส่วนการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รวมทั้งโรงเรียนรัฐบาล มหาวิทยาลัยของรัฐ และโรงพยาบาล เป็นต้น



การจำหน่ายไฟฟ้าจำแนกตามประเภทกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

หน่วยจำหน่ายแยกตามประเภทกิจกรรมทางเศรษฐกิจสูงสุด 5 อันดับแรก ปี 2564 - 2567 (ม.ค. - ธ.ค.)

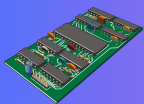
อุตสาหกรรม	หน่วยจำหน่าย (ล้านหน่วย)				อัตราการขยายตัว (%)			
	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
อาหาร	13,648.32	13,894.57	13,758.97	14,498.10	2.56	1.80	-0.98	5.37
อิเล็กทรอนิกส์	6,237.63	6,088.43	6,246.54	7,115.82	4.27	-2.39	2.60	13.92
เหล็กและโลหะ	6,973.43	7,175.49	6,598.35	6,705.43	23.00	2.90	-8.04	1.62
ยานยนต์	4,017.07	4,162.05	4,024.38	3,840.02	18.38	3.61	-3.31	-4.58
พลาสติก	3,693.46	3,693.19	3,626.11	3,809.41	5.11	-0.01	-1.82	5.06



อาหาร
+5.37%
YoY

มีสัดส่วนการจำหน่ายไฟฟ้าร้อยละ 17.37 ของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ หน่วยจำหน่ายขยายตัวร้อยละ 5.37 จากธุรกิจอาหารที่มีการขยายตัวตามการส่งออก และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และร้านอาหาร โดยกลุ่มสินค้าที่มีการขยายตัว ได้แก่ ข้าว ปลาผิวน้ำกระป๋อง ไข่แปรรูป น้ำตาล และอาหารสัตว์เลี้ยง เป็นต้น รวมทั้งการเติบโตของธุรกิจ Fast Food และอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่าง ๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงวิถีการบริโภคที่เน้นความรวดเร็วในการประกอบอาหารและการบริโภค

1



อิเล็กทรอนิกส์
+13.92%
YoY

มีสัดส่วนการจำหน่ายไฟฟ้าร้อยละ 8.52 ของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ หน่วยจำหน่ายขยายตัวร้อยละ 13.92 จากการผลิตและการส่งออกที่ขยายตัวจากการเติบโตของเทคโนโลยี 5G และแนวโน้มของผู้บริโภคที่หันมาใช้อุปกรณ์อัจฉริยะเพิ่มขึ้น มีความต้องการผลิตภัณฑ์และสินค้าที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ รวมถึงแนวโน้มความต้องการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น เพื่อใช้ในการพัฒนาและเปลี่ยนผ่านโครงสร้างพื้นฐานให้สามารถรองรับเทคโนโลยี IoT (Internet of Thing) รวมทั้งการเติบโตของธุรกิจ Data Center

2



เหล็กและโลหะ
+1.62%
YoY

มีสัดส่วนการจำหน่ายไฟฟ้าร้อยละ 8.03 ของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ หน่วยจำหน่ายขยายตัวร้อยละ 1.62 จากการขยายตัวของการลงทุนภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์โลหะ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล และอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยเฉพาะการก่อสร้างในโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ ทำให้ความต้องการภายในประเทศเพิ่มขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่มีการขยายตัว ได้แก่ เหล็กแผ่นหนาไร้ร้อน เหล็กแผ่นเคลือบสังกะสี และเหล็กแผ่นเคลือบโครเมียม เป็นต้น

3



ยานยนต์
-4.58%
YoY

มีสัดส่วนการจำหน่ายไฟฟ้าร้อยละ 4.60 ของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ หน่วยจำหน่ายหดตัวร้อยละ 4.58 จากการผลิตที่ปรับตัวลดลงจากสินค้ารถบรรทุกปิคอัพ และรถยนต์นั่งขนาดเล็กเป็นหลัก ตามการชะลอตัวของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ประกอบกับหนี้สินภาคครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้สถาบันการเงินมีความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อ ประกอบกับการรอตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในช่วงที่การแข่งขันด้านราคา โดยเฉพาะรถยนต์พลังงานไฟฟ้า

4



พลาสติก
+5.06%
YoY

มีสัดส่วนการจำหน่ายไฟฟ้าร้อยละ 4.56 ของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ หน่วยจำหน่ายขยายตัวร้อยละ 5.06 จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง อาทิ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เวชภัณฑ์และเครื่องสำอาง การค้าปลีกและธุรกิจ E-Commerce ที่ส่งผลต่อบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เกี่ยวข้อง เช่น กล่องพลาสติกบรรจุอาหาร ถัง และขวดพลาสติก เป็นต้น ประกอบกับภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรม *New S-Curve ที่มีส่วนผลักดันอุตสาหกรรมพลาสติกที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) มีการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น

*New S-curve : เป็นรูปแบบการลงทุนในอุตสาหกรรมใหม่ เพื่อพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้าและเทคโนโลยี

5

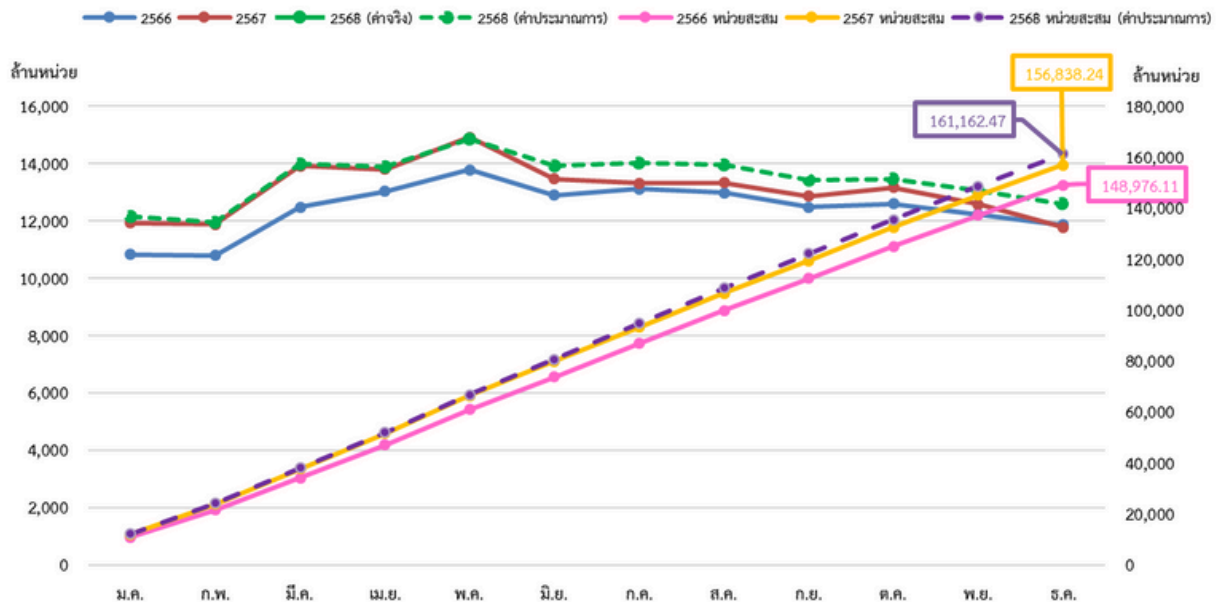


การคาดการณ์การจำหน่ายไฟฟ้า



หน่วยจำหน่ายไฟฟ้า

หน่วยจำหน่ายไฟฟ้า ปี 2566 - 2568



อัตราการเติบโตสะสม (Growth Rate)

อัตราการเติบโตสะสม (Growth Rate: Gr.) ปี 2566 - 2568



หมายเหตุ : ปี 2567 เป็นข้อมูลจริง ณ วันที่ 20 ก.พ.2568

คณะทำงานจัดทำคำพยากรณ์ความต้องการไฟฟ้าได้จัดทำ Load Forecast (ชุดวันที่ 26 กันยายน 2567) คาดการณ์ว่าในปี 2568 กฟผ. จะจำหน่ายไฟฟ้าได้ 161,162.47 ล้านหน่วย โดยจะขยายตัวร้อยละ 2.76 เมื่อเทียบกับปี 2567 สอดคล้องกับสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่ประมาณการค่าผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ปี 2568 ที่ร้อยละ 2.3 - 3.3 หรือค่ากลางที่ 2.8 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเพิ่มขึ้นของรายจ่ายภาครัฐ การขยายตัวของอุปสงค์ภาคเอกชนในประเทศ การฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของภาคการท่องเที่ยว และการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการส่งออกสินค้า แต่อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานไฟฟ้า ดังนี้

ปัจจัยด้านบวก



1. การผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Tourism Hub ระดับโลก และการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ *Man-made Destination สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก พร้อมต่อยอดเทศกาลศิลปวัฒนธรรมไทย รวมถึงจัดให้มีเทศกาลใหม่ระดับโลก ทั้งเทศกาลดนตรี อาหาร ศิลปะ ไปจนถึงการเป็นศูนย์กลางทางกีฬา และ Entertainment Complex ที่รัฐบาลผลักดันให้เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ทำให้การท่องเที่ยวไทยเติบโตมากขึ้น และประกาศให้ปี 2568 เป็นปี Amazing Thailand Grand Tourism and Sports Year 2025 เพื่อเสริมจุดแข็ง สร้างความโดดเด่น และความได้เปรียบในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

*Man Made Destination หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สวนสนุกระดับโลก การจัดเทศกาลที่มีเอกลักษณ์ การจัดงานประชุมและสัมมนาในระดับนานาชาติ แหล่งช้อปปิ้งที่มีเสน่ห์ หรือแลนด์มาร์กที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมและความทันสมัย



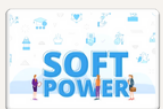
2. การเร่งรัดส่งเสริมการลงทุนภาคเอกชนให้กลับมาขยายตัว โดยการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนต่างชาติ เพื่อดึงดูดเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการลงทุนในรูปแบบของกิจการร่วมค้า (Joint venture) เพื่อสร้างโอกาสในการส่งเสริมการสร้างธุรกิจเกี่ยวเนื่องของไทยในช่วงของการย้ายฐานการลงทุนของผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการกีดกันทางการค้า รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขยายฐานการผลิตในประเทศไทย การเร่งรัดโครงการลงทุนของภาคเอกชน หลังได้รับการออกบัตรส่งเสริมการลงทุน โดยเฉพาะโครงการที่เกี่ยวข้องกับ Data Center และ Cloud Region เพื่อให้เกิดเปิดเงินลงทุนจริงสู่ระบบเศรษฐกิจและเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลของไทย ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนการขยายตัวของภาคการผลิตและบริการให้มีศักยภาพ



3. การขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการส่งออกสินค้า จากทิศทางการค้าโลกที่มีการขยายตัวตามยอดคำสั่งซื้อใหม่ (New orders) ในกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมหลักที่เพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งแนวโน้มวัฏจักรขาขึ้นของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสัญญาณสะท้อนถึงทิศทางการเพิ่มขึ้นของยอดขายสินค้าอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า รวมทั้งการส่งออกในกลุ่มสินค้าเกษตรเกษตรแปรรูปและอาหารของไทย ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่ไทยมีศักยภาพ และมีแนวโน้มขยายตัวได้ต่อเนื่องตามความต้องการของตลาดโลกที่ยังสูง เป็นปัจจัยสนับสนุนให้การผลิตภาคอุตสาหกรรมฟื้นตัวอย่างชัดเจนมากขึ้น รวมทั้งส่งผลให้การลงทุนภาคเอกชนกลับมาขยายตัวดีขึ้น



4. การขับเคลื่อนนโยบายยุทธศาสตร์การส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมแห่งอนาคต การขยายฐานตลาดการค้าใหม่ ไปจนถึงการเร่งผลักดันการทำความตกลงการค้าเสรี (FTA) ให้ครอบคลุมพันธมิตรทางการค้าในทุกภูมิภาค ประกอบกับการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขอุปสรรคทางการค้า ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งและรักษาการเติบโตของภาคการส่งออกของไทยในระยะต่อไป



5. นโยบายของรัฐบาลที่มุ่งสนับสนุนอาหารไทยให้เป็น Soft Power เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สนับสนุนธุรกิจ Startup ในอุตสาหกรรมรายใหม่ ครอบคลุมถึงกลุ่มอาหารอนาคต (Future Food) และอาหารฮาลาล ซึ่งจะช่วยผลักดันให้ประเทศไทยมีความมั่นคงทางด้านอาหาร และเป็นแหล่งผลิตอาหารที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก

ปัจจัยด้านลบ



1. ปัญหาโครงสร้างภาคการผลิตของไทยที่ผลิตสินค้าไม่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดโลก และยังเป็นการผลิตที่อยู่ในอุตสาหกรรมดั้งเดิม เช่น สิ่งทอ เคมีภัณฑ์ เครื่องหนัง พลาสติก วัสดุก่อสร้าง อิเล็กทรอนิกส์ และยานยนต์ ซึ่งมีความสามารถทางการแข่งขันที่ลดน้อยถอยลงท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว และยังเผชิญกับต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะราคาพลังงานและค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น รวมทั้งการแข่งขันที่สูงขึ้นจากการเข้ามาของสินค้าจีนทั้งตลาดในประเทศ และตลาดส่งออก ซึ่งเป็นการเพิ่มแรงกดดันต่อภาคผลิตไทย



2. ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่า เนื่องจากนโยบายกีดกันทางการค้า และการปรับเพิ่มภาษีนำเข้าของสหรัฐอเมริกาส่งผลให้ดอลลาร์แข็งค่า การส่งออกสินค้าของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาได้รับผลกระทบสูง เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องจักรกล อาหารแปรรูปและเครื่องดื่ม ยานพาหนะ และยางและผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น การลงทุนโดยตรงจากสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มลดลง เนื่องจากนโยบายของประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา เช่น การสนับสนุนให้ย้ายฐานการผลิตกลับประเทศ เป็นต้น ทำให้แรงจูงใจในการลงทุนในประเทศไทยลดลง



3. ปัจจัยทางการเมืองระหว่างประเทศ อาจส่งผลให้เศรษฐกิจโลกเติบโตในอัตราชะลอลงและมีความเปราะบางมากขึ้น ความขัดแย้งระหว่างประเทศที่ยืดเยื้อนำไปสู่การปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานและการค้าโลก รวมถึงการออกมาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยนโยบายของเศรษฐกิจในประเทศหลัก ๆ ไม่สามารถกลับไปอยู่ในระดับต่ำเช่นในอดีตได้ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดทิศทางการค้าโลกในอนาคต



4. ภาระหนี้สินครัวเรือนและภาคธุรกิจที่อยู่ในระดับสูง ภายใต้มาตรฐานสินเชื่อที่มีความเข้มงวดมากขึ้น ส่งผลให้สถาบันการเงินหลายรายปรับเกณฑ์รายได้ขั้นต่ำของผู้ขอสินเชื่อขึ้น ทั้งสินเชื่อประเภทเช่าซื้อ รถยนต์ และสินเชื่อเพื่อการบริโภคอื่น ๆ เช่นเดียวกับธุรกิจ SMEs ที่สถาบันการเงินได้ปรับเพิ่มความเข้มงวดในการกำหนดเงื่อนไขประกอบสัญญาการให้สินเชื่อ โดยเพิ่มหลักทรัพย์ค้ำประกัน และปรับเพิ่มมูลค่าหลักประกัน (Margin) สำหรับกลุ่มธุรกิจเสี่ยงมากขึ้น



5. ความไม่แน่นอนจากการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ภายใต้ประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการค้าโลกอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการยกระดับความเข้มงวดของมาตรการกีดกันทางการค้าและการลงทุนของจีนและประเทศคู่ค้าอื่น ๆ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่การผลิตโลกและทิศทางการลงทุน นอกจากนี้ยังมีแนวทางในการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่สำคัญ ซึ่งประธานาธิบดีทรัมป์ได้เคยประกาศไว้ในช่วงหาเสียง อาทิ มาตรการทางด้านภาษี และมาตรการด้านแรงงาน เป็นต้น ซึ่งหากมีการดำเนินมาตรการดังกล่าวจะส่งผลโดยตรงต่อเศรษฐกิจสหรัฐฯ และอาจส่งผลกระทบต่อเนื่องต่อความผันผวนของตลาดการเงินและเศรษฐกิจโลกในภาพรวม