

สถานการณ์การจำหน่ายไฟฟ้า

สะสม มกราคม-มิถุนายน 2568

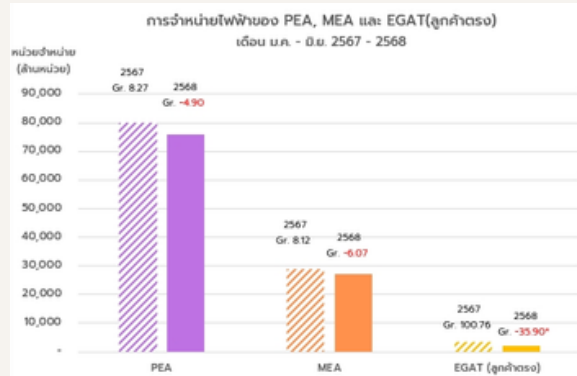
การจำหน่ายไฟฟ้าในภาพรวมของ กฟผ.

การจำหน่ายไฟฟ้า 75,944.22 ล้านหน่วย คิดเป็นสัดส่วน 72.10% เมื่อเทียบกับการจำหน่ายไฟฟ้าทั้งประเทศ	ในประเทศ 75,802.31 ล้านหน่วย สัดส่วน 99.81%
	ต่างประเทศ 141.91 ล้านหน่วย สัดส่วน 0.19%

การจำหน่ายไฟฟ้าสะสม เดือนมกราคม-มิถุนายน 2568

ลดลงร้อยละ 4.90 จากช่วงระยะเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า

จากภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ความไม่แน่นอนของนโยบายการขึ้นภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ รวมถึง การแข่งขันกับสินค้านำเข้าราคาถูกจากต่างประเทศ นอกจากนี้ปัญหานี้ครวเรือนและค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูง ยังกดดันการอุปโภคบริโภคของภาคเอกชนในประเทศให้ชะลอตัวลง



*หมายเหตุ: เดือน ม.ค. - มิ.ย. 68 กฟผ. มีปริมาณการจำหน่ายไฟฟ้าให้ลูกค้าตรงรวมทั้ง 2,205.81 ล้านหน่วย แบ่งเป็นลูกค้าตรงในประเทศ 666.78 ล้านหน่วย และลูกค้าตรงต่างประเทศ 1,539.03 ล้านหน่วย โดยปริมาณการจำหน่ายให้ลูกค้าตรงในภาพรวมปรับตัวลดลงร้อยละ 35.90 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักจากการจำหน่ายไฟฟ้าให้แก่อุตสาหกรรม (EDL) ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันลาวมีศักยภาพในการผลิตไฟฟ้าเองมากขึ้น จึงลดความจำเป็นในการนำเข้าไฟฟ้าจากไทย ซึ่งการจำหน่ายไฟฟ้าให้แก่อุตสาหกรรมคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 79.05 ของปริมาณการจำหน่ายไฟฟ้าให้ลูกค้าตรงทั้งหมด

การจำหน่ายไฟฟ้าจำแนกตามกลุ่มลูกค้าของ กฟผ.

กลุ่มลูกค้ารายย่อย

หน่วยจำหน่ายไฟฟ้า 28,172.27 ล้านหน่วย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.10 ของหน่วยจำหน่ายไฟฟ้าทั้งหมด หดตัวร้อยละ 8.32

โดยกลุ่มบ้านอยู่อาศัย หดตัวร้อยละ 9.33 จากพายุฤดูร้อนที่ทำให้มีฝนตกหนักในหลายพื้นที่ ส่งผลให้อุปสงค์โดยรวมลดลงทั่วประเทศ ประกอบกับประชาชนมีการประหยัดค่าใช้จ่าย เพื่อรักษาสภาพคล่องในภาวะหนี้ครัวเรือนสูง โดยเฉพาะภาระค่าไฟฟ้าที่มีแนวโน้มสูงขึ้น จึงส่งผลให้ความต้องการใช้ไฟฟ้าของบ้านอยู่อาศัยลดลง

ในขณะที่กลุ่มพาณิชย์รายย่อย หดตัวร้อยละ 5.21 จากความกังวลในปัญหาค่าครองชีพและหนี้ครัวเรือนสูง ความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อของธนาคาร รวมถึงภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่งผลให้ประชาชนระมัดระวังการใช้จ่ายอย่างเข้มงวด ลดการอุปโภคบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย



กลุ่มลูกค้ารายใหญ่

หน่วยจำหน่ายไฟฟ้า 40,811.30 ล้านหน่วย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.74 ของหน่วยจำหน่ายไฟฟ้าทั้งหมด หดตัวร้อยละ 2.64

โดยกลุ่มอุตสาหกรรม หดตัวร้อยละ 2.64 จากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ความไม่แน่นอนของนโยบายการขึ้นภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ประกอบกับปัญหาการแข่งขันค่าของเงินบาท ทำให้สินค้าส่งออกของไทยมีราคาสูงขึ้นในตลาดโลก ประกอบกับการแข่งขันทางด้านราคาที่ได้รับแรงกดดันจากจีนที่ระบายนโยบายอาเซียนและไทย ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมมีการปรับลดการผลิตลง

ในขณะที่กลุ่มพาณิชย์รายใหญ่ หดตัวร้อยละ 2.67 จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง โดยเฉพาะจีนที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวหลัก เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจโลกชะลอตัว รวมถึงมาตรการดึงดูดนักท่องเที่ยวของประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียที่เข้มข้นมากขึ้น ส่งผลให้โรงแรมและห้างสรรพสินค้าได้รับผลกระทบจากการสูญเสียรายได้จากลูกค้าต่างชาติ ในขณะที่ลูกค้าในประเทศก็มีการชะลอการใช้จ่ายจากปัญหาค่าครองชีพและหนี้ครัวเรือน



กลุ่มลูกค้าภาครัฐ

หน่วยจำหน่ายไฟฟ้า 6,960.65 ล้านหน่วย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.16 ของหน่วยจำหน่ายไฟฟ้าทั้งหมด หดตัวร้อยละ 3.47 จากอุปสงค์โดยรวมที่ต่ำกว่าปีก่อนหน้าและปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยทั่วประเทศที่สูงขึ้น รวมถึงมาตรการลดการใช้พลังงานในหน่วยงานภาครัฐ ส่งผลให้หน่วยงานราชการต่าง ๆ มีการใช้ไฟฟ้าลดลง เช่น เทศบาล อบต. อบจ. เป็นต้น



การจำหน่ายไฟฟ้าจำแนกตามประเภทกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

หน่วยจำหน่ายแยกตามประเภทกิจกรรมทางเศรษฐกิจสูงสุด 5 อันดับแรก ปี 2565 - 2568 (ม.ค. - มิ.ย.)

อุตสาหกรรม	หน่วยจำหน่าย (ล้านหน่วย)				อัตราการขยายตัว (%)			
	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
อาหาร	6,843.04	6,700.21	7,202.50	6,962.59	2.61	2.09	7.50	-3.33
อิเล็กทรอนิกส์	3,150.49	3,068.07	3,603.01	3,411.41	2.19	2.62	17.44	-5.32
เหล็กและโลหะ	3,730.30	3,259.31	3,457.00	3,160.55	7.12	-12.63	6.07	-8.58
พลาสติก	1,873.96	1,808.41	1,908.80	1,946.28	0.79	-3.50	5.55	1.96
ยานยนต์	2,042.32	2,004.04	1,921.80	1,918.09	1.06	-1.87	4.10	-0.19

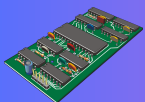


อาหาร

-3.33%
YoY

มีสัดส่วนการจำหน่ายไฟฟ้าร้อยละ 17.06 ของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ หน่วยจำหน่ายหดตัวร้อยละ 3.33 จากการผลิตน้ำแข็งและเครื่องต้มลดลง เนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนน้อยกว่าปีก่อนและภาคการท่องเที่ยวชะงัก ส่งผลให้ความต้องการบริโภคน้ำแข็งและเครื่องต้มลดลง ขณะเดียวกันการผลิตอาหารทะเลแปรรูปลดลง เนื่องจากความต้องการที่ลดลงของภาคการท่องเที่ยว รวมถึงวัตถุดิบจากสัตว์น้ำธรรมชาติมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากสภาพอากาศแปรปรวนและมาตรการควบคุมการจับสัตว์น้ำของภาครัฐที่เข้มงวดมากขึ้น

1



อิเล็กทรอนิกส์

-5.32%
YoY

มีสัดส่วนการจำหน่ายไฟฟ้าร้อยละ 8.36 ของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ หน่วยจำหน่ายหดตัวร้อยละ 5.32 จากการผลิตเครื่องจักรและเครื่องมือไฟฟ้า อาทิ มอเตอร์ไฟฟ้า ปั๊มน้ำ ส่วน เลื่อยไฟฟ้า อุปกรณ์ควบคุมไฟฟ้า ที่ลดลงจากความต้องการในประเทศที่ชะลอตัว ทั้งในส่วนของการผลิตอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัวและภาคอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุแผ่นดินไหว ประกอบกับการแข่งขันของสินค้านำเข้าราคาถูกจากจีน และความไม่แน่นอนของนโยบายการขึ้นภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยปรับลดกำลังผลิต

2



เหล็กและโลหะ

-8.58%
YoY

มีสัดส่วนการจำหน่ายไฟฟ้าร้อยละ 7.74 ของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ หน่วยจำหน่ายหดตัวร้อยละ 8.58 จากมาตรการขึ้นภาษีนำเข้าเหล็กของสหรัฐฯ ทำให้ประเทศคู่ค้าของสหรัฐฯ อาทิ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ได้รับผลกระทบและส่งออกราคาเหล็กมายังอาเซียนและไทยมากขึ้น โดยเฉพาะจีนที่อยู่ในสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวและมีปัญหาการผลิตเกินความต้องการในประเทศ จึงมีการระบายสินค้าราคาถูกมายังอาเซียนและไทยจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงและภาวะสินค้าล้นตลาด จึงทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องมีการปรับลดกำลังการผลิต

3



พลาสติก

1.96%
YoY

มีสัดส่วนการจำหน่ายไฟฟ้าร้อยละ 4.77 ของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ หน่วยจำหน่ายขยายตัวร้อยละ 1.96 จากการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกสำหรับใช้ในครัวเรือน อาทิ เครื่องครัว เครื่องใช้ประจำโต๊ะอาหาร เครื่องใช้ในห้องน้ำ ที่ขยายตัวตามความต้องการของประเทศคู่ค้า อย่างเช่น สหรัฐฯ และอาเซียน จากความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย ทนทาน ดีไซน์ทันสมัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากตลาดโลกให้ความสนใจกับสินค้า ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

4



ยานยนต์

-0.19%
YoY

มีสัดส่วนการจำหน่ายไฟฟ้าร้อยละ 4.70 ของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ หน่วยจำหน่ายหดตัวร้อยละ 0.19 จากการผลิตเพื่อส่งออกและจำหน่ายในประเทศที่ลดลง เนื่องจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัวและอุตสาหกรรมยานยนต์บางส่วนยุติการผลิตรุ่นเดิมและปรับไลน์การผลิตไปสู่รถยนต์ไฟฟ้า (BEV) และรถยนต์ไฮบริด (HEV) เพื่อรองรับความต้องการของตลาด ขณะเดียวกันกำลังซื้อในประเทศอยู่ในภาวะเปราะบางจากปัญหานี้ครัวเรือนและค่าครองชีพสูง รวมถึงความเข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อของสถาบันการเงิน กดดันให้ยอดขายรถยนต์ในประเทศลดลง

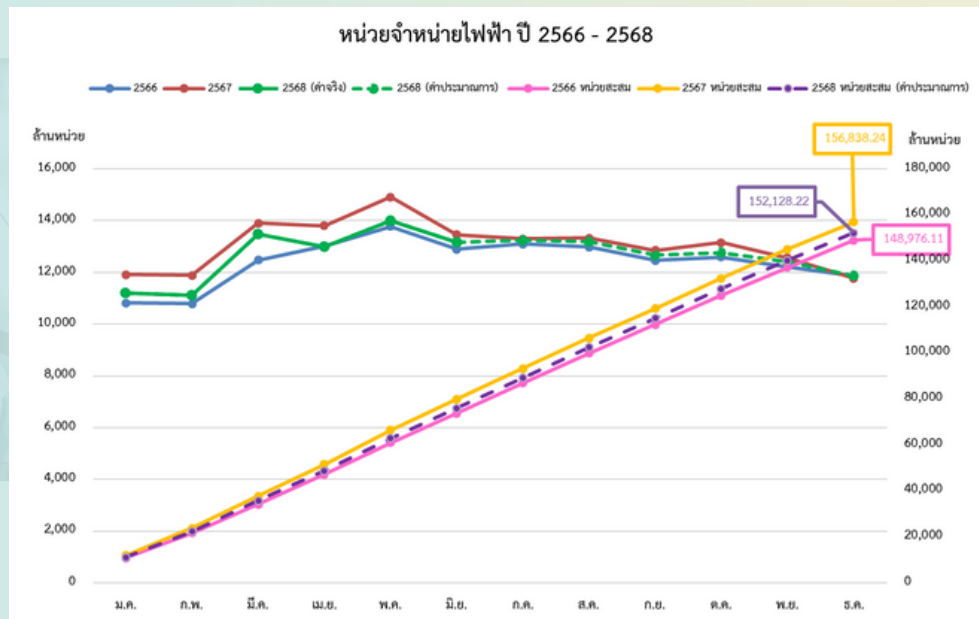
5



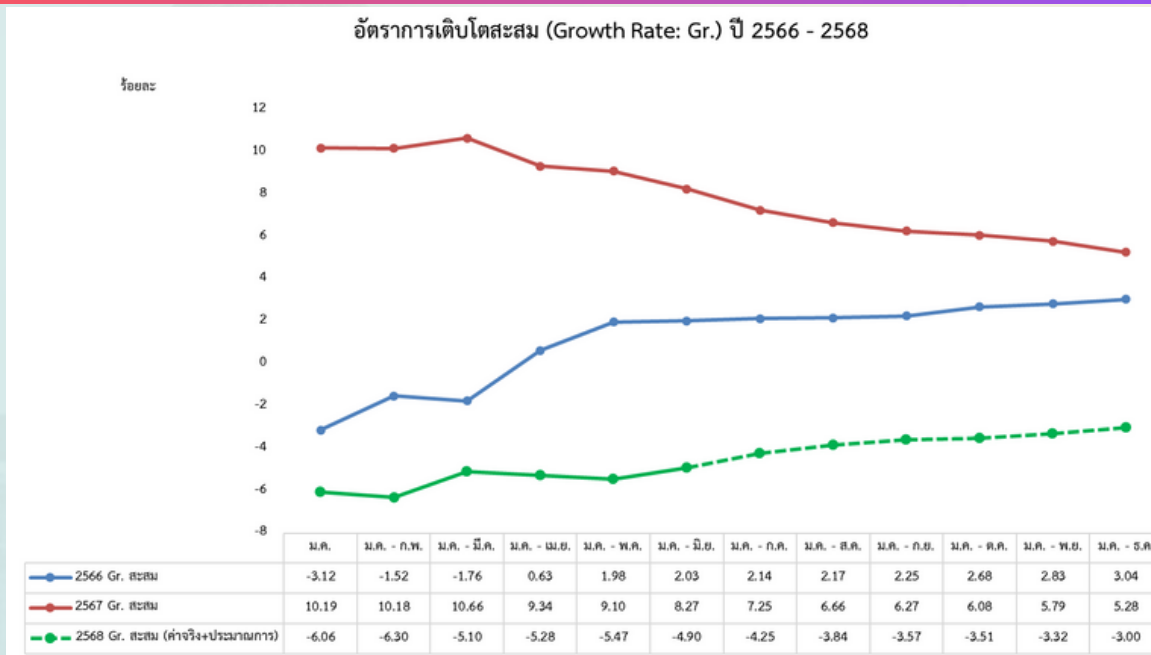
การคาดการณ์การจำหน่ายไฟฟ้า



หน่วยจำหน่ายไฟฟ้า



อัตราการเติบโตสะสม (Growth Rate)



หมายเหตุ : ปี 2568 ประกอบด้วยข้อมูลจริงเดือน ม.ค.-มิ.ย. 68 และค่าประมาณการเดือน ก.ค.-ธ.ค. 68

เนื่องด้วยหน่วยจำหน่าย ปี 2568 มีแนวโน้มการเติบโตต่ำกว่าข้อมูลประมาณการ Load Forecast ปี 2568 (ชุดวันที่ 26 กันยายน 2567) (โดยใช้ GDP ชุด กันยายน 2567 ที่ร้อยละ 2.95) อย่างมีนัยสำคัญ ประกอบกับสภาพสถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ปรับลดประมาณการค่าผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ (GDP) ปี 2568 เหลือร้อยละ 1.3-2.3 หรือค่ากลางที่ 1.8 (จากเดิมร้อยละ 2.3-3.3 หรือ ค่ากลางที่ 2.8)

กฟภ. จึงได้มีการทบทวนและจัดทำประมาณการ Load Forecast ปี 2568 ให้สอดคล้องสถานการณ์เศรษฐกิจและข้อมูลการจำหน่ายไฟฟ้าที่เกิดขึ้นจริง โดยคาดว่าในปี 2568 กฟภ. จะจำหน่ายไฟฟ้าได้ 152,128.22 ล้านหน่วย ลดลงร้อยละ 3.00 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยเสี่ยงจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว การหดตัวของอุตสาหกรรมการผลิต การส่งออกสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายการขึ้นภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ประกอบกับภาคการท่องเที่ยวมีแนวโน้มปรับตัวลดลง รวมถึงปัญหาการหนี้สินครัวเรือนและภาคธุรกิจที่อยู่ในระดับสูง และความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการขยายตัวของเศรษฐกิจ ทั้งนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่ออัตราการเติบโตของเศรษฐกิจไทย ดังนี้

ปัจจัยด้านลบ



1. ปัญหาการผลิตส่วนเกินของจีนที่มีการผลิตสินค้ามากเกินไปกว่าความต้องการของตลาดภายในประเทศ เนื่องจากเศรษฐกิจอยู่ในภาวะชะลอตัว ประกอบกับสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐฯ ทำให้จีนมีการระบายสินค้าจำนวนมากมายังไทยและอาเซียน ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมการผลิตของไทยต้องแข่งขันกับสินค้าของจีนที่มีข้อได้เปรียบด้านราคาอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออก



2. แม้การเจรจาลดอัตราภาษีตอบโต้ของสหรัฐฯ จากร้อยละ 36 เหลือร้อยละ 19 จะประสบความสำเร็จ แต่เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราภาษีนำเข้าก่อนหน้านี้ที่อยู่เพียงร้อยละ 10 ยังถือว่าเป็นภาระที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้ต้นทุนการส่งออกของผู้ประกอบการไทยยังคงสูงกว่าช่วงก่อนมาตรการ ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดสหรัฐฯ



3. การแข็งค่าของเงินบาทส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากราคาสินค้าไทยมีราคาสูงขึ้นในตลาดโลก ทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวต่างชาติก็ต้องเผชิญกับต้นทุนการเดินทางที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีราคาสูงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย



4. ประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เวียดนาม มาเลเซีย มีการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุกในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจีน ด้วยข้อได้เปรียบด้านระบบคมนาคมที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลักได้สะดวก นอกจากนี้หลายประเทศยังมีค่าครองชีพและต้นทุนการท่องเที่ยวที่ต่ำกว่าไทย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ก่อให้เกิดแรงกดดันต่อภาคการท่องเที่ยวไทยอย่างมีนัยสำคัญ



5. ปัญหาเชิงโครงสร้างของภาคการท่องเที่ยวและบริการ ที่พึ่งพาการตลาดนักท่องเที่ยวจีนเป็นหลัก ทำให้ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัวอย่างรุนแรง รวมถึงปัญหาภาพลักษณ์ความปลอดภัยของประเทศไทยที่เป็นกระแสรุนแรงในประเทศจีน เช่น ข่าวศูนย์หลอกหลวงบริเวณพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ข่าวเหตุแผ่นดินไหวรุนแรง ที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวจีนเป็นอย่างมาก



6. ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ เช่น สงครามยูเครน-รัสเซีย ความตึงเครียดในตะวันออกกลาง และสถานการณ์ชายแดนไทย-กัมพูชา ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะด้านต้นทุนโลจิสติกส์ ที่เกิดภาวะวัตถุดิบขาดแคลนและมีราคาสูง รวมถึงความแม่นยำในการวางแผนธุรกิจลดลง



7. ภาระหนี้สินครัวเรือนและภาคธุรกิจที่อยู่ในระดับสูง ภายใต้มาตรฐานสินเชื่อที่มีความเข้มงวดมากขึ้น ทิศทางและคุณภาพของสินเชื่อที่ปรับตัวลดลง ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่กีดกันการขยายตัวของการบริโภคภาคเอกชน

ปัจจัยด้านบวก



1. การเจรจามาตรการภาษีตอบโต้ (Reciprocal) ของสหรัฐฯ ประสบความสำเร็จ โดยไทยสามารถเจรจาขอลดภาษีสินค้านำเข้าไปยังสหรัฐฯ เหลือร้อยละ 19 จากเดิมที่สหรัฐฯ ประกาศจะเรียกเก็บภาษีสินค้านำเข้าจากไทยสูงถึงร้อยละ 36 ส่งผลให้สินค้าไทยกลับมาอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง อาทิ เวียดนาม (อัตราภาษีร้อยละ 20) อินโดนีเซีย (อัตราภาษีร้อยละ 19) มาเลเซีย (อัตราภาษีร้อยละ 19) ฟิลิปปินส์ (ร้อยละ 19)



2. คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบให้มีการทบทวนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ภายใต้กรอบวงเงิน 157,000 ล้านบาท โดยให้ใช้งบประมาณดังกล่าวในการกระตุ้นและสร้างความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันที่เผชิญกับการบังคับใช้มาตรการด้านภาษีศุลกากรของสหรัฐฯ โดยแบ่งเป็นการใช้จ่ายเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านน้ำและคมนาคม ด้านท่องเที่ยว ด้านการลดผลกระทบส่งออก/เพิ่มผลิตภาพ และด้านเศรษฐกิจชุมชนและอื่น ๆ



3. การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของรัฐโดยเฉพาะการคมนาคมและการขนส่งสินค้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ เช่น โครงการรถไฟทางคู่ โครงการรถไฟความเร็วสูง และโครงการรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดง



6. การดำเนินมาตรการกระตุ้นการบริโภคภาคเอกชน ผ่านหลากหลายโครงการสำคัญของรัฐบาล ทั้งที่ดำเนินการแล้วและอยู่ระหว่างการดำเนินการ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และสร้างแรงผลักดันให้การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ โครงการ Easy e-Receipt โครงการเงินดิจิทัล 10,000 บาท เฟส 1 และ เฟส 2 โครงการเที่ยวคนละครึ่ง โครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML) โครงการบ้านเพื่อคนไทย เป็นต้น



4. สำนักคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment : BOI) ได้มีการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง เช่น กลุ่มดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า กลุ่มยานยนต์และชิ้นส่วน เป็นต้น เพื่อกระตุ้นการลงทุนภาคเอกชน และสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูง ยกกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยอย่างยั่งยืน



5. การขับเคลื่อนนโยบายยุทธศาสตร์การส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ ในการเร่งผลักดันการเจรจาความตกลงการค้าเสรี (FTA) กับหลายประเทศและกลุ่มเศรษฐกิจ เช่น สมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (EFTA) สหภาพยุโรป (EU) สหรัฐอเมริกา (USA) เป็นต้น เพื่อขยายตลาดส่งออกและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ



7. การดำเนินโครงการ Amazing Thailand Grand Tourism & Sport Year 2025 มุ่งกระตุ้นเศรษฐกิจไทย ผ่านเทศกาลท่องเที่ยวและงานแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ โดยเฉพาะการเป็นเจ้าภาพจัดงานสำคัญอย่าง SEA Games 2025, FIVB Women's World Championship 2025 และ ASEAN Para Games 2026 ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ สร้างความคึกคักให้กับภาคการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ



8. การท่องเที่ยวระยะไกล (Long-haul tourism) ของประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างชัดเจน โดยเฉพาะจากตลาดยุโรป อเมริกา และตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นผลจากกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่มุ่งเน้นดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง (high-value travellers) ผ่านความร่วมมือกับสายการบินและการส่งเสริมตลาดเฉพาะกลุ่ม

