

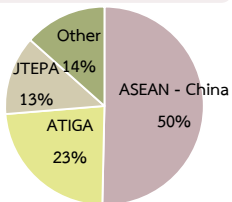
มูลค่านำเข้าที่ใช้สิทธิพิเศษ

163,952 ลบ.

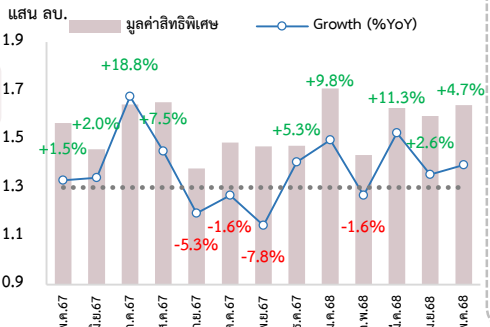
📈 7,332 ลบ. (+4.7%)

สัดส่วนการใช้สิทธิพิเศษ

ต่อการใช้สิทธิรวม



แนวโน้มการใช้สิทธิพิเศษและอัตราการขยายตัว



ภาพรวมการใช้สิทธิพิเศษ

มูลค่าการใช้สิทธิ 1.63 แสนลบ. ขยายตัวสูงจาก ASEAN-China JTEPA และ ASEAN-Australia-New Zealand ที่มูลค่าใช้สิทธิสูงสุดเป็นประวัติการณ์ แต่หดตัวสูงจาก ATIGA และ ASEAN-Korea

📌 กลุ่มสินค้าที่ใช้สิทธิพิเศษสูงสุด ได้แก่ กลุ่มเหล็กและเหล็กกล้า กลุ่มเครื่องจักรและส่วนประกอบ และกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์

📌 สัดส่วนการใช้สิทธิต่อมูลค่านำเข้ารวมอยู่ที่ 16.4% (ปีก่อน 16.7% เดือนก่อน 16.3%)

สินค้าที่ใช้สิทธิพิเศษสูงสุด (%YoY)

🚗 รถยนต์นั่ง	7,856 ลบ. +148.4%
📦 แผ่นเหล็กกล้าเจือรีด	5,895 ลบ. +40.5%
📦 แผ่นเหล็กรีดชุบ/เคลือบ	5,008 ลบ. -0.7%

สินค้าที่ใช้สิทธิฯ เพิ่มขึ้น สูงสุด (%YoY)

🚗 รถยนต์นั่ง	+ 4,693 ลบ. +148.4%
🔌 เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า	+ 1,818 ลบ. +320.7%
💼 มีการทำงานเป็นเอกเทศ	
📦 แผ่นเหล็กกล้าเจือรีด	+ 1,700 ลบ. +40.5%

สินค้าที่ใช้สิทธิฯ ลดลง สูงสุด (%YoY)

🌾 ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	-1,185 ลบ. -46.0%
🛩 เครื่องปรับอากาศ	-984 ลบ. -47.8%
🔌 ท่อนและเส้นเหล็กหรือเหล็กกล้าไม่เจือรีดร้อน	-694 ลบ. -61.6%

1 อาเซียน-จีน (ASEAN-China)

มูลค่าใช้สิทธิ 82,540 ลบ. 📈 9,228 ลบ. (+12.6%)

📌 **สินค้าที่ขยายตัวสูง** ได้แก่ รถยนต์นั่ง เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีการทำงานเป็นเอกเทศ (ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน ส่วนใหญ่เป็นชิ้นส่วนประกอบ ออปติคัลและส่วนประกอบไมโครรับส่งสัญญาณแสง) แผ่นเหล็กกล้าเจือรีด (สูงสุดในรอบ 26 เดือน) เหล็กโครงสร้าง และของทำด้วยเหล็ก

📌 **สินค้าที่หดตัวสูง** ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ แผ่นเหล็กรีดชุบหรือเคลือบ แอปเปิ้ลสด/สาเล่สด บั๊นจัน/เครน และจอมอนิเตอร์

📌 **สินค้านำเข้าหลัก** คือรถยนต์นั่ง (ใช้สิทธิ 6,508 ลบ. +4,291 ลบ./+193.5%) คิดเป็นสัดส่วน 8% ต่อมูลค่านำเข้ารวมที่ใช้สิทธิ ASEAN-China) ทั้งหมดนำเข้าจากจีน ส่วนใหญ่หดตัวจากรถยนต์ไฟฟ้ายี่ห้อ DEEPA LOTUS และ VOLVO เป็นหลัก

2 อาเซียน (ATIGA)

มูลค่าใช้สิทธิ 38,283 ลบ. 📉 2,057 ลบ. (-5.1%)

📌 **สินค้าที่หดตัวสูง** ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (หดตัวสูงจากเมียนมาและ สปป.ลาว) ท่อน/เส้นเหล็กหรือเหล็กกล้าไม่เจือรีดร้อน (หดตัวสูงจากมาเลเซียและเวียดนาม) และกาแฟ (หดตัวสูงจากเวียดนามและ สปป.ลาว)

📌 **สินค้าที่ขยายตัวสูง** กาแฟ/ชาสำเร็จรูป (ขยายตัวสูงจากเวียดนามและมาเลเซีย) แผ่นเหล็กรีดชุบหรือเคลือบ (ขยายตัวสูงจากเวียดนาม) และรถยนต์นั่ง (ขยายตัวสูงจากมาเลเซีย)

📌 **สินค้านำเข้าหลัก** มันสำปะหลัง (นำเข้าหลักจาก สปป.ลาวและกัมพูชา) สารแต่งกลิ่นสำหรับผลิตเครื่องดื่ม (นำเข้าหลักจากสิงคโปร์) และ กาแฟ/ชาสำเร็จรูป (นำเข้าหลักจากเวียดนามและมาเลเซีย)

3 ไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)

มูลค่าใช้สิทธิ 21,109 ลบ. 📈 1,405 ลบ. (+7.1%)

ขยายตัวครั้งแรกในรอบ 15 เดือน

📌 **สินค้าที่ขยายตัวสูง** แผ่นเหล็กกล้าเจือรีด (+621 ลบ./+37.0%) แผ่นเหล็กรีดร้อนไม่เจือไม่ชุบ (+578 ลบ./+19.4%) รถชุดดิน (ขยายตัว +147 ลบ./+63.8%) รถยนต์นั่ง มีมูลค่าใช้สิทธิสูงสุดเป็นประวัติการณ์จากยี่ห้อ NISSAN (ปีก่อนไม่นำเข้า) และแผ่นเหล็กรีดเย็นไม่เจือไม่ชุบ

📌 **สินค้าที่หดตัวสูง** ส่วนใหญ่จากกลุ่มยานยนต์ ได้แก่ รถตู้ (-260 ลบ./-77.7%) ต่ำสุดในรอบ 14 เดือน ส่วนประกอบยานยนต์ (-119 ลบ./-7.1%) และรถจักรยานยนต์ (-88 ลบ./-76.2%) ต่ำสุดในรอบ 39 เดือน

📌 **สินค้านำเข้าหลัก** สินค้ากลุ่มเหล็กและเหล็กกล้า (สัดส่วน 42%) ขยายตัวในรอบ 9 เดือน เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และยานบกและส่วนประกอบ

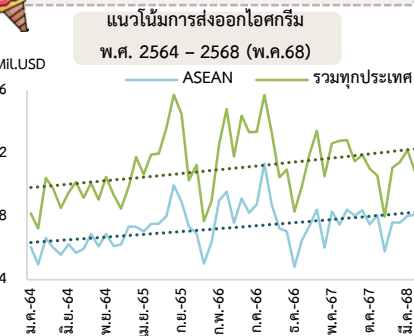
4 กลุ่มความตกลงอื่น

ประกอบด้วย ASEAN-Korea Thailand-Australia ASEAN-India ASEAN-Japan Thailand-New Zealand Thailand-China ASEAN-Australia-New Zealand Thailand-Chile Thailand-Peru Thailand-India ASEAN-Hong Kong และ RCEP

📌 **มีมูลค่าใช้สิทธิรวม** 22,020 ลบ. 📉 1,244 ลบ. (-5.3%) โดยความตกลงที่ใช้สิทธิสูง ได้แก่ ASEAN-Korea (7,918 ลบ. -1,054 ลบ./-11.7%) สินค้านำเข้าหลักคือ กลุ่มเหล็กและเหล็กกล้า กลุ่มเชื้อเพลิง และกลุ่มของทำด้วยพลาสติก รองลงมาคือ RCEP (4,221 ลบ. +202 ลบ./+5.0%) สินค้านำเข้าหลักคือ กลุ่มกระดาษ/กระดาษแข็ง (จากจีนเป็นหลัก) กลุ่มของทำด้วยพลาสติก (จากเกาหลีใต้เป็นหลัก) และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (จากญี่ปุ่นและจีนเป็นหลัก) และ Thailand-Australia (2,559 ลบ. -478 ลบ./-15.7%)

📌 **สินค้านำเข้าหลัก** คือ กลุ่มเชื้อเพลิง กลุ่มผลิตภัณฑ์นม/ไข่สัตว์ปีก/น้ำผึ้งธรรมชาติ และกลุ่มผลไม้และลูกนัตที่บริโภคได้ (ส่วนใหญ่เป็นทุเรียน)

โอกาสส่งออกไอศกรีมไทยในตลาดอาเซียน



📌 **ในช่วงปี พ.ศ. 2564 - 2567** ไทยมีมูลค่าการส่งออกไอศกรีมเฉลี่ยปีละ 134 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ไปยังคู่ค้าสำคัญ คือ กลุ่มประเทศอาเซียน สหภาพยุโรปและประเทศอื่น ๆ (ส่วนใหญ่ส่งออกไปเกาหลีใต้) และมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องสำหรับ 5 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2568 ไทยส่งออกไอศกรีม 58 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-0.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ/-0.5%YoY) ไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน 41 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (คิดเป็นสัดส่วน 70% ของการส่งออกไอศกรีมทั้งหมด) ขยายตัว 4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ +10.4%YoY โดยมีตลาดหลักที่มาเลเซีย ฟิลิปปินส์และกัมพูชา รวมถึงส่งออกไปสหภาพยุโรปและประเทศอื่น ๆ อีก 18 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (สัดส่วน 30%)¹ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันทำให้การส่งออกไอศกรีมขยายตัว ส่วนหนึ่งมาจากความตกลงการค้าเสรี (FTA) ที่ประเทศคู่ค้า 17 ประเทศจาก 18 ประเทศยกเว้นภาษาจีนนำเข้าไอศกรีมจากไทย มีเพียงญี่ปุ่นที่ยังเก็บภาษ้นำเข้าอัตราารร้อยละ 21.0 - 29.8 ทั้งนี้ คาดว่าการส่งออกไอศกรีมจะขยายตัวมากขึ้น จากข้อได้เปรียบด้านภาษาจาก FTA และการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ทำให้ไทยมีความพร้อมเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไอศกรีมในภูมิภาคเอเชีย²