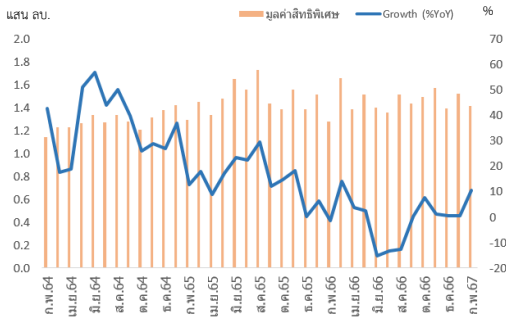


มูลค่านำเข้าใช้สิทธิพิเศษ และอัตราการขยายตัว



Key Highlight

มูลค่าการใช้สิทธิ 1.42 แสนลพ.
เพิ่มขึ้นจากปีก่อน (+11,338 ลพ.)



มูลค่าการใช้สิทธิ

17%

ต่อมูลค่านำเข้าทั้งหมด
(ปีก่อน 17%)



มูลค่าการใช้สิทธิ

+9%

จากปีก่อน (YoY)



มูลค่าการใช้สิทธิ

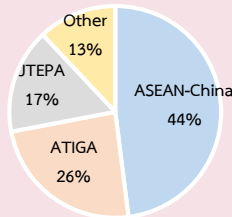
-7%

จากเดือนก่อน (MoM)

สินค้าที่ใช้สิทธิพิเศษสูงสุด (%YoY)

1	รถยนต์นั่ง	5,274 ลพ. (-19%)
2	มันสำปะหลัง	5,123 ลพ. (+13%)
3	แผ่นเหล็กรีดร้อนไม่เจือ ไม่ชุบ	5,060 ลพ. (+51%)
4	แผ่นเหล็กรีดชุบหรือเคลือบ	4,277 ลพ. (-10%)
5	แผ่นเหล็กกล้าเจือรีด	4,246 ลพ. (+26%)

สัดส่วนการใช้สิทธิพิเศษ



สินค้าที่ใช้สิทธิเพิ่มขึ้น/ลดลง สูงสุด (%YoY)

อันดับ	สินค้า	มูลค่า	YoY (%)
1	แผ่นเหล็กรีดร้อนไม่เจือ ไม่ชุบ	+1,713 ลพ.	(+51%)
2	แผ่นเหล็กกล้าเจือรีด	+889 ลพ.	(+26%)
3	เหล็กโครงสร้าง	+828 ลพ.	(+71%)
1	ตัวเร่งปฏิกิริยาอะตะไลต์	-1,629 ลพ.	(-48%)
2	ส่วนประกอบยานยนต์	-1,451 ลพ.	(-34%)
3	รถยนต์นั่ง	-1,264 ลพ.	(-19%)

อาเซียน-จีน (ASEAN-China)

6.3 หมื่น ลพ. ↑ 34% YoY

- ❖ มูลค่าใช้สิทธิ เพิ่มขึ้น +16,117 ลพ. ขยายตัวต่อเนื่อง 6 เดือนติดต่อกัน
- ❖ **สินค้าที่ขยายตัวสูง** จากเหล็กโครงสร้าง มูลค่า +786 ลพ. (+71%) โดยขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือนติดต่อกัน รองลงมาเป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้ มูลค่า +680 ลพ. (+140%) ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือนติดต่อกัน
- ❖ **สินค้าที่หดตัวสูง** จากแผ่นเหล็กกล้าเจือรีด มูลค่า -757 ลพ. (-49%) หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือนติดต่อกัน โดยรวมมีมูลค่าการนำเข้าลดลง รองลงมาเป็นแผ่นเหล็กชุบหรือเคลือบ มูลค่า -360 ลพ. (-11%)
- ❖ **ข้อสังเกต** รถยนต์นั่ง ขยายตัวสูงถึง 97% โดยสินค้าดังกล่าว ถือเป็นสินค้าที่ใช้สิทธิ ASEAN - China สูงสุด โดยรองลงมาเป็น แผ่นเหล็กชุบหรือเคลือบ ขยายตัว 19%

อาเซียน (ATIGA)

3.7 หมื่น ลพ. ↓ 8% YoY

- ❖ มูลค่าใช้สิทธิ ลดลง -3,262 ลพ. หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือน
- ❖ **สินค้าที่ขยายตัวสูง** จากมันสำปะหลัง มูลค่า +555 ลพ. (+12%) และ กาแฟ ขยายตัวถึง 5 เท่า จาก 59 ลพ. เป็น 366 ลพ. อีกทั้งยังขยายตัวต่อเนื่อง 6 เดือนติดต่อกัน
- ❖ **สินค้าที่หดตัวสูง** จากรถยนต์นั่ง ลดลง -1,259 ลพ. (-80%) หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือนติดต่อกัน มูลค่าการนำเข้าลดลง ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน และ รถจักรยานยนต์ ลดลง -565 ลพ. (-52%) โดยหดตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6
- ❖ **ข้อสังเกต** ประเทศคู่ค้าส่วนใหญ่หดตัว โดยอินโดนีเซียหดตัวสูงสุด จากรถยนต์นั่ง โดยหดตัว 4 เดือนต่อเนื่อง และ รถจักรยานยนต์ รองลงมาเป็นมาเลเซีย จาก รถยนต์นั่ง หดตัว 75% และ สวิตเซอร์แลนด์ ไม่มีการนำเข้าในปี

ไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)

2.4 หมื่น ลพ. ↓ 5% YoY

- ❖ มูลค่าใช้สิทธิ ลดลง -1,269 ลพ. โดยหดตัว 10 เดือนต่อเนื่อง
- ❖ **สินค้าที่ขยายตัวสูง** จากแผ่นเหล็กรีดร้อนไม่เจือ ไม่ชุบ มูลค่า +1,679 ลพ. (+51%) และ แผ่นเหล็กกล้าเจือรีด +1,486 ลพ. (+95%)
- ❖ **สินค้าที่หดตัวสูง** หดตัวจาก 2 สินค้าเป็นหลัก ได้แก่ ตัวเร่งปฏิกิริยาอะตะไลต์ มูลค่า -1,610 ลพ. (-65%) รองลงมาเป็นส่วนประกอบยานยนต์ ลดลง -1,593 ลพ. (-67%)
- ❖ **ข้อสังเกต** สินค้านำเข้าหลักในเดือนนี้คือ แผ่นเหล็กรีดร้อนไม่เจือ ไม่ชุบ ขยายตัว 51% ในเดือนนี้ หลังจากหดตัวมา 4 เดือนต่อเนื่อง

กลุ่มความตกลงอื่น

- ❖ ASEAN - India หดตัว 8% หลังจากขยายตัวเมื่อเดือนก่อน โดยหดตัวสูงสุดจากยาสูบ หดตัว 57%
- ❖ ASEAN - Japan หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือนติดต่อกัน ถึงแม้ว่ามูลค่าการนำเข้าจะเพิ่มขึ้นจากเดือนที่แล้ว โดยหดตัวสูงสุดจากตัวเร่งปฏิกิริยาอะตะไลต์ 4 เดือนติดต่อกัน ลดลง 54% (คิดเป็น 14% ของการใช้สิทธินี้) และ แผ่นแถบอะลูมิเนียม (ความหนาเกิน 0.2 มิลลิเมตร) ที่ไม่มีกรนำมาเข้ามา 3 เดือนติดต่อกัน
- ❖ Thailand - Australia หดตัว 57% โดยหดตัวต่อเนื่อง 4 เดือนติดต่อกัน สินค้าที่หดตัวสูงสุดคือ ถ่านหิน เนื่องจากไม่มีการนำเข้าในเดือนนี้และเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา รองลงมาเป็น ข้าวบาร์เลย์ หดตัวมากสุดในรอบ 11 เดือน

- ❖ RCEP ขยายตัวในเดือนนี้ 42% และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง 14 เดือนติดต่อกัน โดยประเทศคู่ค้าหลักยังคงเป็น จีน ขยายตัว 38% และมีแคนาดาขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่ามูลค่าการนำเข้าจะมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยในช่วง 4 เดือนที่ผ่านมา โดยสินค้าที่ขยายตัวสูงสุดคือ กระดาษชำระ ขยายตัวกว่า 4.5 เท่า ทั้งหมดนำเข้าจากจีน (เดือนตุลาคม และ พฤศจิกายน มีการนำเข้าจากเวียดนามเล็กน้อย)
- ❖ ASEAN - Korea กลับมาขยายตัว 6% จากยางสังเคราะห์ ซึ่งขยายตัว 90% หลังจากหดตัวในเดือนมกราคม และ แผ่นเหล็กกล้าเจือรีด ที่ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน
- ❖ ASEAN - Australia - NZ ขยายตัวเล็กน้อย 2% โดยสินค้าหลักที่ขยายตัวคือ เนย ไขมัน และน้ำมันอื่น ๆ ที่ได้จากนม ซึ่งขยายตัว 121% ส่วนสินค้านำเข้าหลักในเดือนนี้คือ เนื้อโคกระป๋องแช่แข็ง และ แซ่เย็น ขณะที่ นมและครีมที่เติมน้ำตาล มีแนวโน้มมูลค่าการนำเข้าลดลงในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา