

Fact Sheet ประเทศ เยอรมนี ประจำเดือน ธันวาคม 2561

1. ข้อมูลทั่วไป	2. เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ*			
พื้นที่ 348,540 ตารางกิโลเมตร		ปี 2016	ปี 2017	ปี 2018 (ไตรมาสที่ 3)
เมืองหลวง กรุงเบอร์ลิน (Berlin)	GDP (พันล้านยูโร) ¹	3,144.05	3,364.35	858.38
เมืองสำคัญ Hamburg, Köln, München, Frankfurt	GDP per Capita (ยูโร) ²	38,180	39,470	10,362
ประชากร 82.8 ล้านคน (31 มี.ค. 2018)	GDP Growth (%) ³	1.9	2.2	3.0
ภาษาราชการ เยอรมัน	Good & Services exports (%change) ⁴	-4.5 (ต.ค.)	6.9 (ต.ค.)	8.7 (ต.ค.)
ระบอบการปกครอง แบบประชาธิปไตย	Inflation (%)	0.8 (พ.ย.)	1.8 (พ.ย.)	2.3 (พ.ย.)
นายกรัฐมนตรี นาง Angela Merkel / ประธานาธิบดี นาย Frank-Walter Steinmeier	Unemployment Rate (%) ⁵	3.9 (ต.ค.)	3.7 (ต.ค.)	3.2 (ต.ค.)
อัตราแลกเปลี่ยน 1€ = 37.50 บาท (วันที่ 20 ธ.ค. 61) โดยเฉลี่ยปี 2017 1€ = 1.130 US\$ โดยเฉลี่ยปี 2016 1€ = 1.107 US\$ โดยเฉลี่ยปี 2015 1€ = 1.110 US\$	สินค้าส่งออกที่สำคัญของเยอรมนีปี 2017** ได้แก่ (หน่วย = ร้อยละ): รถยนต์และชิ้นส่วน 16.4, เคมีภัณฑ์ 15.0, เครื่องจักรกล 14.6, อิเล็กทรอนิกส์ 6.0, เวชภัณฑ์ 5.4, อิเล็กทรอนิกส์, 4.7, รถประเภทอื่นๆ 4.3, สินค้าบริโภค 4.3, อื่นๆ 29.3			
ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ ปิทมัส ลิกไนต์ เกลือ สินเธอร์ แร่เหล็ก	<p>ตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศเยอรมนี ปี 2017** (เรียงตามลำดับ) ได้แก่ อเมริกา ฝรั่งเศส จีน เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ อิตาลี ออสเตรเลีย อื่นๆ</p> <p>สินค้านำเข้าที่สำคัญของประเทศเยอรมนีปี 2017** (หน่วย = ร้อยละ) ได้แก่ เคมีภัณฑ์ 13.6, รถยนต์และชิ้นส่วน 9.5, เครื่องจักรกล 8.9, 5.4, อิเล็กทรอนิกส์ 8.4, สินค้าบริโภค 6.5, อิเล็กทรอนิกส์ 5.8, น้ำมันดิบ 4.8, เวชภัณฑ์ 4.4, สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 4.1, อื่นๆ 34.0</p> <p>ตลาดนำเข้าที่สำคัญของประเทศเยอรมนี ปี 2016** ได้แก่ (หน่วย = ร้อยละ): เนเธอร์แลนด์ จีน ฝรั่งเศส เบลเยียม อิตาลี โปแลนด์ สาธารณรัฐเช็ก อื่นๆ</p>			

*จาก Statistische Bundesamt

**จาก German Trade & Invest ซึ่งข้อมูลจะ Up Date ปีละ 2 ครั้งในเดือนพ.ค. และเดือนพ.ย. (ซึ่งจะมีการปรับข้อมูลพื้นฐาน 1 ครั้ง ในเดือนพ.ค. เท่านั้น)

3. ยุทธศาสตร์/กิจกรรม	4. สถานการณ์เศรษฐกิจ
<p>3.1 ยุทธศาสตร์</p> <p>1. แสวงหาช่องทางตลาดใหม่ๆ เช่น Food Service, Institution เช่น โครงการส่งเสริมเมนูอาหารไทยใน Canteens เยอรมนี</p> <p>2. นำประเด็นที่ EU และเยอรมนีใช้เป็นข้อกีดกันทางการค้า เช่น Sustainability, Food Safety มาร่วมทำกิจกรรมทางการตลาด และประชาสัมพันธ์กับสินค้าส่งออกของไทย เช่น การช่วยเหลือ ชุมชนหมู่บ้าน ไทยอย่างยั่งยืน</p> <p>3. ส่งเสริมสินค้าไทยกับบริษัท Start Up</p> <p>4. สร้างนักรบเศรษฐกิจจากนักศึกษาไทยในเยอรมนี</p>	<p>นโยบายเศรษฐกิจ: ปัจจุบันกลุ่มประเทศสหภาพฯ ได้เห็นแล้วว่า ธุรกิจการเงินที่ต้องผ่านสหรัฐฯ นั้นไม่ได้เป็นประโยชน์เสมอไป แต่ก็เป็นจุดอ่อนสำหรับประเทศอื่นๆ ด้วย จากการที่สหรัฐฯ เริ่มนโยบายการค้าว่าบาททางธุรกิจกับอิหร่านจะส่งผลลูกโซ่กับประเทศอื่นๆ ตามมา จนทำให้สหภาพฯ ต้องออกมาต่อสู้เพื่อรักษาอิสรภาพทางการเงินของสหภาพฯ ไว้ ล่าสุดนาย Jean-Claude Juncker ประธานกรรมการบริหารสหภาพฯ ออกมาประกาศว่า สหภาพฯ ต้องเพิ่มความเข้มแข็งให้กับเงินสกุลยูโร โดยในกรุงเบอร์ลินนั้นพรรค SPD ก็เห็นเป็นโอกาสที่จะทำคะแนน และออกมาร้องขอให้รัฐบาลเยอรมนีสนับสนุนด้านดังกล่าว นาย Nils Schmid โฆษกด้านต่างประเทศของกลุ่มผู้บริหารพรรค SPD กล่าวว่า “สหภาพฯ ต้องร่วมกันผลักดันให้เงินสกุลยูโรเข้มแข็งขึ้น” แม้ว่าในปัจจุบันการประกอบธุรกิจของสหรัฐฯ ทั้งโลกนั้นจะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 20 เท่านั้น แต่การค้ำว่าครั้งโลก</p>

<p>5. นำระบบจัดการและเทคโนโลยีของเยอรมนีมาพัฒนาสินค้าส่งออกของไทยให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ด้วยการจับคู่การค้าระหว่างบริษัท ร่วมทุน หรือการรับช่วงการผลิต</p> <p>6. เจาะกลุ่ม Niche Market เช่น กลุ่มเพศทางเลือก กลุ่มรักษาสุขภาพ ออร์แกนิกส์ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มสถาบัน (Horeca) กลุ่มรักสัตว์ รักสิ่งแวดล้อม Hipster</p> <p>7. ส่งเสริม Product/ Service Champion ที่มีศักยภาพ เช่น ข้าว อาหารสุขภาพ สินค้าบริการ (ร้านอาหารไทย และสปา)</p> <p>8. ส่งเสริมอาหารฮาลาลในกลุ่มผู้อพยพชาวมุสลิม เช่น กลุ่มชาวซีเรีย อัฟกานิสถาน ที่หนีสงครามมาอยู่ในเยอรมนีกว่า 1 ล้านคน</p> <p>9. การบูรณาการกับภาคเอกชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ โดยผลักดันสินค้าเชิงรุกเป็นรายตลาด</p> <p>10. การกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า เน้นการใช้กลยุทธ์พันธมิตรหุ้นส่วน (Strategic Partnership) สร้างผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น การเจรจา FTA</p>	<p>ใช้เงินสกุลเหรียญสหรัฐในการชำระหนี้สิน ซึ่งการเป็นผู้นำด้านการเงินนี้เองทำให้อเมริกามีอำนาจในการต่อรองด้านนโยบายคว่ำบาตรมากเป็นพิเศษ แม้แต่การนำเข้าพลังงานของสหภาพฯ นั้น ก็เป็นการซื้อขายผ่านสกุลเงินเหรียญสหรัฐ โดยนาย Schmid กล่าวว่า “ผู้ผลิตน้ำมันดิบของโลกทุกอย่าง รัสเซีย นอร์เวย์ อิรัก และ คาซัคสถาน ซึ่งประเทศเหล่านี้จริงๆแล้วไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้เงินสกุลเหรียญสหรัฐในการค้าขายก็ได้ และนี่ก็ถึงเวลาแล้วที่เราจะต้องพูดในเรื่องการปรับเงินสกุลยูโรได้แล้ว”</p> <p>แนวโน้มเศรษฐกิจ: ดัชนีในการประกอบธุรกิจของเยอรมนียังคงลดลงอย่างต่อเนื่อง กลุ่มผู้บริหารยังคงไม่พอใจในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ดัชนี Ifo ของเดือนธันวาคมลดลงเหลือ 101.0 จุดจากเดิมที่อยู่ที่ 102.0 จุดในเดือนก่อนหน้า บริษัทจำนวนมากแสดงความไม่มั่นใจในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน และการคาดการณ์ในอนาคตก็แย่ลง จัดว่าเศรษฐกิจในช่วงคริสต์มาสปี 2018 นั้นนับเป็นปีพิเศษ ดัชนีธุรกิจสินค้า intermediate goods ของประเทศเยอรมนี (สินค้าที่นำไปประกอบ หรือเป็นส่วนประกอบเพื่อผลิต สินค้าสำเร็จรูปอีก) ได้ลดตัวอย่างไม่มีแนวโน้มที่จะหยุด เหตุผลหลักน่าจะมาจากการลดความเชื่อมั่นในการประกอบธุรกิจของบริษัทลง นับเป็นครั้งแรกที่ต่ำขนาดนี้ตั้งแต่เดือนพ.ค. 2016 บริษัทจำนวนมากลดปริมาณการผลิตสินค้าลง ปริมาณสินค้าในคลังก็ลดปริมาณลงเช่นกัน อย่างไรก็ตามแม้ว่าปริมาณสินค้าจะลดลงแต่ก็ยังจัดว่ามีปริมาณที่สูงอยู่ ดัชนีธุรกิจบริการเองก็ลดตัวอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งผู้ประกอบการรู้สึกว่าการดำเนินงานในปัจจุบันแย่กว่าเดือนที่ผ่านมา ค่าคาดการณ์ในอนาคตจึงต่ำตามไปด้วย ในด้านการค้านั้นดัชนีดังกล่าวลดลงเล็กน้อย โดยธุรกิจค้าส่งปรับตัวขึ้น ค่าปลีกปรับตัวลดลงเล็กน้อย ดัชนีธุรกิจก่อสร้างยังรักษาระดับของเดือนที่ผ่านมาได้อยู่ไม่มีการปรับตัวลดลง และบริษัทต่างๆ ก็คาดการณ์ว่า สถานการณ์ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบันดีขึ้น ในทางกลับกันคาดการณ์ว่า การประกอบธุรกิจในอนาคตจะแย่ลง</p>
<p>3.2 กิจกรรมในปี 2018 ช่วงเดือน ธันวาคม</p> <p>สคต.เบอร์ลิน</p> <p>1. โครงการส่งเสริมการขายสินค้า OTOP ทาง Online ใน Website: www.otop-germany.com. การเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นและนำเสนอผ่านช่อง Youtube: https://www.youtube.com/channel/UC1hqt6ayrv7WVY14d0f2cuw</p> <p>2. เข้าพบหารือกับผู้จัดการบริษัท Getränke Nordmann GmbH ซึ่งเป็นบริษัทผู้จำหน่ายเครื่องดื่มรายใหญ่ในเยอรมนี</p> <p>3. เข้าพบหารือกับผู้บริหารบริษัทคาราบาวตะวันออก จำกัด เพื่อหารือแนวทางในการขยายและหาตัวแทนจำหน่ายเครื่องดื่มของบริษัทในเยอรมนี</p> <p>4. ประสานไปยังผู้จัดการงานแสดงสินค้า Nordstil 2019 ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ ของตกแต่งบ้าน สินค้าเครื่องประดับ เพื่อเข้าร่วมงานซึ่งจะจัดช่วงวันที่ 12-14 ม.ค. 62</p>	<p>สถานการณ์การค้า: ในเวลานี้ใครต้องการที่จะซื้อผ้าพันคอหรือจาก Hermès เลือกันหนาวจาก Burberry หรือ เครื่องแต่งกายจาก Gucci ก็ต้องเดินทางไปยังร้านหรือใจกลางเมืองใหญ่เพื่อซื้อสินค้าเหล่านี้ แต่ในอนาคตพฤติกรรมการซื้อสินค้านี้คงกล่าวจะต้องเปลี่ยนไป นาย Serge Hoffmann ผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าหรูหราของบริษัทให้คำปรึกษา Bain & Company กล่าวว่า “ในอนาคตลูกค้าสินค้าหรูหราระยะซื้อสินค้า Online เพิ่มมากขึ้น” โดยสัดส่วนธุรกิจ Online ของสินค้าหรูหรายุที่ร้อยละ 9 ในปีที่ผ่านมาจะขยายเป็นร้อยละ 25 ในปี 2025 จากการค้ารวมของ Bain แสดงให้เห็นว่า ยอดจำหน่ายสินค้าหรูหราทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นจาก 23 พันล้านเป็น 80 พันล้าน โดยสิ่งที่ทำให้ยอดขายมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดนั่นก็คือ กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น ลูกค้านี้ซื้อสินค้าส่วนใหญ่ Online ผ่านทางอินเทอร์เน็ตแม้ว่าจะเป็น รองเท้า Gucci ราคา 960 ยูโรก็ตาม โดยลูกค้า Gen Y และ Z จะเป็นตัวการหลักในการผลักดันสินค้ายี่ห้อหรูหราระหว่างหลายปีข้างหน้า โดยสัดส่วนของยอดขายที่ขยายตัวขึ้นจากร้อยละ 32 เป็นร้อยละ 55 ของผู้ซื้อสินค้าหรูทั้งหมดเลยทีเดียว นาย Hoffmann ยังคาดการณ์อีกว่า นอกจากลูกค้าวัยรุ่นจะซื้อสินค้าผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้นแล้ว แต่ยังมีมีการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจสินค้าหรูอีก และกล่าวว่า “มีแนวโน้มที่ผู้บริโภคชาวจีนจะซื้อสินค้าหรูหรามากขึ้น แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อในประเทศ” นั้นหมายความว่า “พวกเขาจะใช้เงินในยุโรปลดลงในการท่องเที่ยวในยุโรป” ซึ่งร้านค้าหรูหราระหว่าง</p>

<p>5. บริษัท Food Service Arakmark GmbH จัดกิจกรรมต่อเนื่องโครงการส่งเสริมเมนูอาหารไทยใส่ใจสุขภาพใน canteen ของหน่วยงานวุฒิสภาเยอรมัน (Bunestag) ในเดือนธันวาคม โดยสคต. เบอร์ลินให้การสนับสนุนจัดส่งเอกสารประชาสัมพันธ์สูตรปรุงอาหารไทยไปให้</p> <p>6. ประธานบริษัทเยอรมัน เกี่ยวกับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดงสินค้า Bangkok Gems & Jewelry 2019 ผ่านทางนิตยสาร Schmuck โดยจะลงประชาสัมพันธ์การจัดงาน 3 ครั้ง คือ ลงในนิตยสารฉบับเดือนกุมภาพันธ์ เดือนพฤษภาคม และเดือนสิงหาคม 2561</p> <p>7. ติดต่อประสานไปยังหน่วยงาน Messe Hamburg ซึ่งเป็นผู้จัดงานแสดงสินค้าของเมืองฮัมบูร์ก เพื่อเข้าพบและหารือเกี่ยวกับภาพรวมงานแสดงสินค้าที่จะจัดในปี 2019 และงานที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการไทยในการเข้าร่วมออกบูทและเข้าเยี่ยมชมงาน</p> <p>8. เข้าร่วมประชุม Conference Corporate Globalisation Meet Industry 4.0 (การประชุมสัมมนา ด้านกระแสโลกาภิวัตน์เพื่อให้สอดคล้องกับอุตสาหกรรม 4.0) ณ มหาวิทยาลัย ESMT</p> <p>สคต.แฟรงก์เฟิร์ต</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พบ Mr. Manfred Görg ตำแหน่ง CEO บริษัท Dr. Goerg GmbH 2. พบ Mr. Norbert Noisser ตำแหน่ง Referent für Außenwirtschaft, Standortmarketing, Messen หน่วยงาน Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung 3. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงาน Frankfurt Book Fair 2019 4. ดำเนินการทุกด้านในงานแสดงสินค้า BIOFACH 2019 (13-16 กุมภาพันธ์ 2562) ณ เมืองนูแรมเบิร์ก 5. ดำเนินการทุกด้านในงานแสดงสินค้า Beauty 2019 (29-31 มีนาคม 2561) ณ เมืองดุสเซลดอร์ฟ 6. ดำเนินการทุกด้านในงานแสดงสินค้า Vivaness 2020 7. ประชาสัมพันธ์ และเชิญแขกเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair 2019 ณ ประเทศไทย 8. ประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE April 2019 ณ ประเทศไทย 9. ประชาสัมพันธ์ โครงการสร้างความรับรู้การค้าในต่างประเทศ 	<p>ยุโรปน่าจะได้รับผลกระทบดังกล่าว “ส่วนแบ่งตลาดในยุโรปจะลดลง ซึ่งน่าจะมีการลดปริมาณเครือข่ายร้านค้าในยุโรปลง”</p> <p>สถานการณ์การลงทุน: เยอรมนีจะจัดได้ว่าเป็นผู้นำด้านเศรษฐกิจของโลก ดัชนีด้านการแข่งขันที่จัดทำโดย World Economic Forums (WEF) นั้น แสดงให้เห็นว่า ประเทศเยอรมนีครองอันดับ 3 ประเทศที่มีกำลังในการแข่งขันสูงรองจากอเมริกา และสิงคโปร์เลยทีเดียว โดยการตรวจสอบของ WEF ในครั้งนี้ให้ความสำคัญด้านดิจิทัลสูงเป็นพิเศษ โดยการปฏิวัติอุตสาหกรรมกับระบบดิจิทัลนั้น เป็นเรื่องที่ทำให้บริษัท และภาคการเมืองต่างต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานใหม่ และการที่ประเทศใดจะเป็นผู้นำในยุคดิจิทัลได้นั้น การที่จะมีเฉพาะระบบภาษีที่ต่ำ แรงงานคุณภาพจำนวนมาก ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ดี และการเมืองที่มั่นคงนั้นไม่เพียงพอแล้วที่จะทำให้พื้นที่ดังกล่าวควรค่าแก่การลงทุน โดยถ้าตามความเห็นของนักเศรษฐศาสตร์ WEF แล้วนั้น ใครต้องการที่จะเป็นแนวหน้าด้านนี้ ต้องสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการพัฒนาแนวความคิดใหม่ๆให้เกิดขึ้น พื้นที่ช่วยผลักดันบริษัทให้เจริญเติบโตอย่างสมบูรณ์ และสามารถปรับตัวตามเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ได้อย่างรวดเร็ว</p> <p>มีบริษัทไทยที่เข้าไปลงทุนในเยอรมนี ได้แก่ 1.) Thai Union ถือหุ้น 51% ในบริษัทอาหารทะเล Rügen Fisch 2.) คาร์เปท อินเตอร์เนชันแนล ไทยแลนด์ จำกัด (มหาชน) 3.) แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) 4.) บริษัท กลุ่มเซนทรัล จำกัด (Central Group) 5.) บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด 6.) Harikul Group Co., Ltd. 7.) KOERNER Agro Export Center Co., Ltd. 8.) Charoen Pokphand Food PCL ถือหุ้น Paulsen Food GmbH 9.) Delta Electronics (Thailand) PLC. 10.) The Thai Silk Co., Ltd. 11.) Siam Offset Co., Ltd. 12.) Thann-Oryza Co., Ltd. 13.) Holistic Medical Center 14.) Qualy Co., Ltd. 15.) EASTERN POLYMER GROUP 16.) Bangkok Solar Power Co., Ltd. 17.) Chatchawan Import Export and Packaging Ltd., Part 18.) CHIMAS S&K Ohg 22.) FICO Corporation เข้าซื้อกิจการโรงแรม 8 แห่ง ในเยอรมนี 19.) Cobra Advanced Composites Co., Ltd. 20.) ThaiBev เข้าซื้อกิจการโรงแรม</p>
--	--

5. สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศไทยกับเยอรมนี									
เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	2017	2018		2017	2018		2017	2018	
		(ม.ค.-พ.ย.)	+/- (%)		(ม.ค.-พ.ย.)	+/- (%)		(ม.ค.-พ.ย.)	+/- (%)
	10,997.21	11,042.23	8.67	4,925.56	4,763.77	3.42	6,071.66	6,278.46	13.02
ที่มา: MenuCom									

6. สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดเยอรมนีปี 2017 – ปี 2018 (หน่วย: ล้าน USD)						
อันดับ	สินค้า	2017	2017 (ม.ค.-พ.ย.)	2018 (ม.ค.-พ.ย.)	+/- (%) (ม.ค.-พ.ย.)	
1	อัญมณีและเครื่องประดับ	633.7	581.1	697.6	20.04	
2	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	596.7	537.3	556.5	3.58	
3	แผงวงจรไฟฟ้า	520.8	479.1	524.2	9.42	
4	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	275.8	238.9	264.1	10.57	
5	ผลิตภัณฑ์ยาง	215.4	196.3	174.2	-11.25	
6	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	160.0	94.2	125.4	33.22	
7	ก๊อ กวาล์และส่วนประกอบ	106.4	125.9	124.8	-0.85	
8	อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด	134.1	41.1	123.7	201.18	
9	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่อง	101.8	122.7	122.9	0.15	
10	เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับให้สัญญาณเสียง	98.0	148.0	109.6	-25.89	
ที่มา: MenuCom						

7. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดเยอรมนีปี 2017 – ปี 2018 (หน่วย: ล้าน USD)						
อันดับ	สินค้า	2017	2017 (ม.ค.-พ.ย.)	2018 (ม.ค.-พ.ย.)	+/- (%) (ม.ค.-พ.ย.)	
1	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,405.0	1,281.1	1,248.6	-2.54	
2	เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	680.7	518.4	837.9	61.62	
3	ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	578.6	606.6	712.3	17.43	
4	เคมีภัณฑ์	566.5	533.6	593.8	11.28	
5	ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	365.4	345.8	395.2	14.30	
6	เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การ	346.9	315.1	336.6	6.82	
7	เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	160.9	196.6	208.4	6.01	
8	รถยนต์นั่ง	201.8	147.9	194.2	31.35	
9	แผงวงจรไฟฟ้า	170.1	158.1	189.1	19.62	
10	ผลิตภัณฑ์โลหะ	156.1	140.7	156.9	11.50	
ที่มา: MenuCom						

¹ Bruttoinlandsprodukt

² BIP pro Kopf

³ Preisbereinigt, verkettet

⁴ Export/Außenhandel Census-X-12-ARIMA

⁵ ILO-Wirtschaftsdaten kompakt

⁶ Hauptabnehmerländer

⁷ Hauptlieferländer