



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากเบอร์ลิน

(Weekly News from Berlin)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

25 - 28 มกราคม 2562

## ข่าวภายในประเทศ

เยอรมนีได้รับผลประโยชน์จากช่วงพักรบ Trade War ระหว่างจีนกับอเมริกา

หลังจากการประชุม G20 ในกรุง Buenos Aires ช่วงสิ้นปี 2018 ได้จบลง กลุ่มนักธุรกิจต่างก็สัมผัสได้ถึงความเปลี่ยนแปลงในระดับการค้าโลก ประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาเริ่มทราบแล้วว่า ไม่มีทางที่จะชนะเรื่องการค้ากับจีนได้ และนาย Xi Jinping ผู้นำจีนก็ต้องรับความจริงว่าการกระจายการทำงานในระดับนานาชาตินั้น ไม่ได้มีไว้เพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศของจีนเท่านั้น ในเวลานี้ราคาสินค้าในประเทศอเมริกามีราคาสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากนโยบายการปรับขึ้นภาษีนำเข้าของอเมริกันเอง จนส่งผลให้บริษัทในอเมริกาจำนวนมากต้องการที่จะย้ายฐานการผลิตออกนอกประเทศ ในเวลาเดียวกันจีนก็ส่งสัญญาณให้เห็นว่า ไม่ต้องการให้มีปัญหาทางการค้ามากกว่าในปัจจุบัน เพราะจีนเองก็ได้รับผลกระทบจากนโยบายภาษีของทั้ง 2 ประเทศ ส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจของประเทศจีนเช่นกัน ซึ่งการพักรบของ 2ยักษ์ใหญ่ทางเศรษฐกิจก็ส่งสัญญาณที่ดีให้กับเศรษฐกิจของเยอรมันที่ผูกพันกับการส่งออกมากเป็นพิเศษ จะเห็นได้จากเศรษฐกิจของประเทศในช่วงครึ่งปี 2018 ที่คงที่แทบไม่มีการขยายตัว ซึ่งได้รับผลกระทบจากปัญหาที่กีดกันทางการค้าของทั้ง 2 ประเทศเป็นหลัก โดยการพักรบในครั้งนี้ น่าจะส่งผลดีกับเศรษฐกิจของประเทศเยอรมนีด้านการส่งออกในช่วงต้นปี 2019 และมีแนวโน้มที่จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจในช่วงปี 2020 ต่อไป โดยรายการสั่งซื้อสินค้าที่สูงขึ้นในช่วงปลายฤดูร้อนที่ผ่านมาเป็นสัญญาณที่ดีว่าเศรษฐกิจมีแนวโน้มที่จะกลับมาเจริญเติบโตอีกครั้ง นาย Bert Rürup ประธานสถาบัน Handelsblatt Research Institute กล่าวว่า “การที่เศรษฐกิจของประเทศเยอรมนีลดตัวลงเล็กน้อยในไตรมาสที่ 3 ปี 2018 นั้น เราถือว่าเป็นภาวะเศรษฐกิจถดถอย เราเห็นว่า โดยเฉลี่ยแล้วเศรษฐกิจของเยอรมันและเศรษฐกิจโลกนั้น จัดว่ามั่นคงในระดับหนึ่ง”



นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

การที่เศรษฐกิจของประเทศในช่วงปลายฤดูร้อนลดตัวลงนั้น ไม่ได้หมายความว่า ประเทศเยอรมนีกำลังประสบปัญหาเศรษฐกิจถดถอย แต่เป็นเพราะปัจจัยพิเศษอย่าง อากาศที่ร้อนเป็นพิเศษมากกว่า ที่ทำให้ผู้บริโภคไม่มีอารมณ์ที่จะออกไปจับจ่ายใช้สอย และปริมาณน้ำในแม่น้ำและลำคลองที่ต่ำมากจนทำให้การขนย้ายสินค้าทางน้ำ



ดำเนินได้ไม่ได้มากจนทำให้บริษัทจำนวนมากต้องลดปริมาณการผลิตสินค้าลงตาม อีกทั้งอุตสาหกรรมรถยนต์ก็ประสบปัญหาการปรับใช้มาตรฐานการตรวจสอบความปลอดภัยใหม่ WLTP (Worldwide harmonized Light vehicles Test Procedure) อันใหม่ จึงมีการคาดการณ์ว่า เศรษฐกิจโดยรวมแล้ว เศรษฐกิจของปี 2018 ไม่น่าจะขยายตัวมากกว่าร้อยละ 1.8 ซึ่งจากประสบการณ์ในอดีต แสดงให้เห็นว่า ภาคเศรษฐกิจของประเทศนั้นสามารถปรับตัวเข้ากับกรอบการค้าที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว และสามารถหาตลาดใหม่มารองรับตลาดเดิมได้อย่างดี อย่างไรก็ตามสงครามการค้าระหว่าง จีนกับสหรัฐ ในครั้งนี้ก็ได้ส่งผลกระทบต่อบริษัทจำนวนมาก แต่สัญญาณเชิงบวกของการประชุม G20 นั้นก็ทำให้ผลสงครามในครั้งนี้ทุเลาลงบ้าง แต่เศรษฐกิจที่ถดถอยในช่วงกลางปี 2018 นั้นก็อาจจะยังส่งผลกับเศรษฐกิจปี 2019 ไม่มากนักน้อย จึงคาดการณ์ว่า เศรษฐกิจของประเทศปี 2019 น่าจะขยายตัวขึ้นเพียงร้อยละ 1.5 เท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการบริโภคภายในประเทศ ซึ่งแม้ว่าตัวเลขดังกล่าวจะต่ำกว่าปี 2018 ก็ตามแต่ก็ยังสูงกว่าค่าความเป็นไปได้ในระยะยาวอยู่ แต่ในปีนี้มีแนวโน้มที่ปัญหาห่วงโซ่อุปทานการผลิตก็มีแนวโน้มจะหนักขึ้น ปัญหาเงินกำลังการผลิตก็จะมากขึ้น และปัญหาขาดแคลนแรงงานก็จะหนักขึ้น อย่างไรก็ตามในปี 2019 ความไม่แน่นอนเรื่อง ปัญหาการแยกตัวของสหราชอาณาจักรออกจาก EU หรือ Brexit นั้นก็น่าจะจบลง การหารือด้านการลดกำลังทหาร และยุทธศาสตร์ระหว่างจีนกับสหรัฐ ก็มีสัญญาณเชิงบวกออกมาให้เห็น แต่ในการคำนวณนี้ทางสถาบันคาดการณ์ว่า จะไม่มีการขยายการกีดกันทางภาษีระหว่าง USA กับ EU ด้านเหล็กหรือรถยนต์ ภาคการส่งออกของเยอรมนีจึงมีแนวโน้มที่จะขยายตัวขึ้นไปอีก ซึ่งสถานการณ์ของเศรษฐกิจโลกที่เริ่มคลี่คลายลง ก็น่าจะส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศในช่วงปี 2020 น่าจะขยายตัวขึ้นร้อยละ 2.0 เพราะภาคการค้าระหว่างประเทศไม่น่าจะสามารถมาฉุดให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวเหมือนในช่วงปี 18/19 ทั้งภาคการส่งออกและนำเข้าเองก็น่าจะกลับมาขยายตัวอีกครั้ง

จาก Handelsblatt 28 มกราคม 2562

- นโยบายภาครัฐ     เศรษฐกิจการลงทุน     แนวโน้มตลาด     รายงานสินค้าและบริการ     อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

## ข่าวเศรษฐกิจ

### เหยื่อยุคดิจิทัล

ในช่วงคริสต์มาสที่ผ่านมาเหล่าร้านค้าปลีกต่างก็พยายามที่จะดึงลูกค้ามาให้ได้มากที่สุด แต่ยอดจำหน่ายในช่วงดังกล่าวก็ไม่ได้สูงมากอย่างที่หวังไว้ โดยหลายปีมานี้ เหล่ากลุ่มผู้ค้าปลีกรายย่อยก็กำลังเดินเข้าหาจุดจบอย่างช้าๆ ในทางตรงกันข้ามธุรกิจ e-Commerce กลับมีการขยายตัวเป็นตัวเลข 2 หลัก ซึ่งกลุ่มผู้ค้าปลีกก็จะพอใจมากแล้วถ้ายอดจำหน่ายในช่วงคริสต์มาสที่ผ่านมาจะขยายตัวขึ้นสักร้อยละ 1 นาย Michael Gerling ผู้บริหารสถาบันวิจัยค้าปลีก (EHI - EHI Retail Institute e. V.) กล่าวว่า “ในปี 2019 นั้นเป็นปีที่เหล่าผู้ค้าปลีกต้องทำงานหนักเป็นพิเศษ” โดยธุรกิจค้าปลีกในเยอรมนีนั้นล้มเหลวล้มตา และพัฒนาตัวตามการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างทางการค้าที่เข้าเกินไป ซึ่งแทนที่จะลดพื้นที่จำหน่ายสินค้าลง และพัฒนาตัวด้านดิจิทัลมากขึ้น แต่กลุ่มธุรกิจค้าปลีกกลับแข่งขันที่จะเปิดร้านสาขาสู้กัน โดยในช่วง 12 ปีที่ผ่านมา พื้นที่จำหน่ายสินค้าของร้านค้าปลีกมีปริมาณเพิ่มขึ้นจาก 116 เป็น 124 ล้านตารางเมตร จึงส่งผลเสียกับบางธุรกิจอย่างหนัก ซึ่งธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการขยายพื้นที่จำหน่ายสินค้ามากที่สุดก็คือธุรกิจแฟชั่นเสื้อผ้า ส่งผลให้ร้านค้าปลีกด้านดังกล่าวต้องปิดตัวตามกันไปจำนวนมาก แม้แต่บริษัทที่เก่าแก่อย่าง Esprit และ Gerry ก็ต้องต่อสู้อย่างหนักเพื่อที่จะไม่ต้องปิดตัวลง แม้แต่การร่วมตัวระหว่าง Kaufhof และ Karstadt นั้นก็เป็นการร่วมตัวเพราะความจำเป็นเพื่อที่จะอยู่รอดมากกว่าเป็นการร่วมตัวเพื่อขยายธุรกิจในอนาคตแต่อย่างใด บริษัท Metro ก็แยกห้างค้าปลีก Real ขายออกไป และยังไม่ชัดเจนว่า ห้างดังกล่าวจะยังคงรักษาตัวในการแข่งขันที่ดุเดือดนี้ได้นานขนาดไหน โดยการคาดการณ์ด้านการพัฒนาตัวของธุรกิจค้าปลีกนั้นก็ได้ไม่ได้สวยหรูเลย ดัชนีการบริโภคของสถาบัน Handelsblatt Research Institute ที่คำนวณโดยสมาคมผู้ค้าปลีกชาวเยอรมัน (HDE – Handelsverband Deutschland) และออกมาเป็นรายเดือนนั้น แสดงให้เห็นถึง แนวโน้มการบริโภคที่อาจจะคงที่หรือหดตัวลง และความไม่ต้องการบริโภคในช่วงต้นปี โดยดัชนีผู้บริโภคในเดือนธันวาคมลดตัวลงเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา หรืออยู่ที่ 100.12 จุด ซึ่งสูงเท่ากับช่วงเดือนมกราคม 2017 และอีกหนึ่งธุรกิจที่มีแนวโน้มจะได้รับผลกระทบจากการบริโภคที่หดตัวลงก็คือ ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า อย่าง Media Markt และ Saturn ที่ประสบปัญหายอดขายหดตัวในช่วงฤดูร้อนที่ผ่านมา พร้อมกับมาเจอยอดจำหน่ายไม่ถึงเป้าในช่วงคริสต์มาสเข้าไปอีก ยอดจำหน่ายของ economy (บริษัทหลักของ Media



- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนั้น นำข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



Markt และ Saturn) ลดตัวลงร้อยละ 0.9 เหลืออยู่ที่ 21.4 ล้านยูโร แม้แต่ผลกำไรก่อนหักภาษีก็ลดลงอย่างหนัก จนเป็นเหตุให้นาย Peter Haas ผู้บริหารหลักพร้อมกับนาย Mark Frese ผู้บริหารด้านการเงิน ต้องลาออกเพื่อรับผิดชอบปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งปัญหาหลักก็คือ ceconomy ไม่

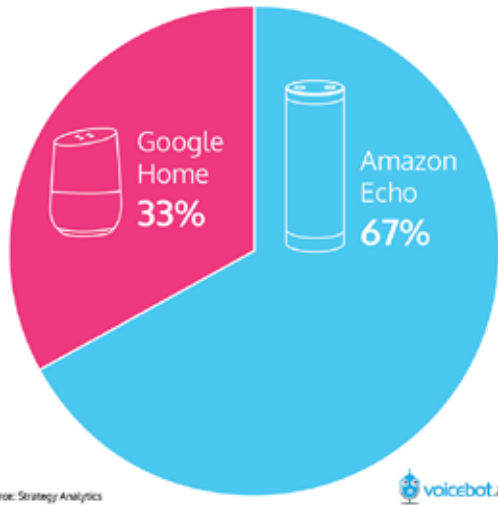
สามารถตามเทรนด์ E-Commerce ได้ทัน และยอดจำหน่ายของร้านสาขาที่ลดตัวลงเร็วกว่าที่คาดการณ์และยอดจำหน่ายของร้าน Online ของบริษัทยังโตไม่เต็มที่พอที่จะมาทดแทนยอดจำหน่ายที่ลดลงนี้ได้ ซึ่งทาง ceconomy ก็พยายามใช้ปัญหานี้มาสร้างพลังขับเคลื่อน นาย Ferran Reverter ผู้บริหารด้านการค้าของ Media Markt และดูแล Saturn ด้วยนั้นได้กล่าวว่า “ปีนี้เป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลง” โดย ceconomy หวังว่า ยอดจำหน่ายในปี 2019 จะขยายตัวขึ้นบ้าง อย่างไรก็ตามความต้องการนี้ก็เชื่อว่าจะเป็นไปได้ง่าย ๆ เพราะ ceconomy นั้นอยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อในการปรับรูปแบบธุรกิจขนาดใหญ่ และต้องใช้ความสามารถขนานหนักในการผลักดันสินค้าให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยนาย Gerling ผู้เชี่ยวชาญด้านการค้ากล่าวว่า “ในเยอรมนีนั้นสินค้าแบบหรรหรร กับราคาประหยัดนั้นสามารถจำหน่ายได้ง่าย แต่สินค้าระหว่าง 2 ระดับนี้เองที่ต้องแข่งขันอย่างหนัก”

ในอีกหนึ่งธุรกิจที่ต้องให้ความสนใจมากขึ้นก็คือ ธุรกิจการค้าสินค้าบริโภค แม้ว่าเจ้าใหญ่ทั้ง 4 เจ้าได้แบ่งตลาดกันไปกว่าร้อยละ 90 ของพื้นที่ค้าปลีกทั้งหมดแล้ว แต่ Aldi, Lidl, Edeka และ Rewe ก็ยังพยายามที่จะหาพื้นที่ในการตั้งร้านค้าปลีกของตนในใจกลางเมือง แต่ความใหญ่โตของบริษัทเหล่านี้เองอาจจะกลายเป็นปัญหาในระยะยาวได้ โดยในปี 2019 นั้น ธุรกิจการค้าสินค้าบริโภค Online จะมีความสำคัญมากขึ้น ซึ่งผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ชนะก็คือ บริษัทที่มีความยืดหยุ่นสูง และมีแนวคิดใหม่ๆ เช่น บริษัท Start Ups อย่าง Getnow หรือ Picnic เป็นต้น ในเวลานี้ Discounter อย่าง Aldi และ Lidl ยังไม่ได้มีการเคลื่อนไหวใดๆ ในด้านการค้าสินค้าบริโภค Online ผู้นำด้านตลาดดังกล่าวอย่าง Edeka ก็เริ่มทดลองบ้างอย่างไรโครงการเล็กๆ จะมีเฉพาะ Rewe เท่านั้นที่มีการให้บริการ Online อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งบริษัทยักษ์ใหญ่เหล่านี้กำลังพึงพอใจกับความสำเร็จในอดีต ซึ่งถ้าพวกเขาจะสามารถขยายยอดจำหน่ายได้ ถ้าพวกเขาให้ความสำคัญกับธุรกิจ e-Commerce มากขึ้นกว่าในอดีต ก็เป็นไปได้ที่จะไม่สายเกินไป นาย Gerling กล่าวว่า “การค้าสินค้าบริโภคนั้นเป็นสิ่งที่ผู้ขายต้องลงทุนในระยะยาว” ซึ่งถ้าใครพูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญด้านการคาดการณ์เทรนด์ว่า สิ่งใดเป็นเทรนด์ที่สำคัญในปี 2019 ที่จะทำให้การค้าปลีกเกิดการเปลี่ยนแปลง พวกเขา ก็จะตอบว่า การแก้ปัญหาผ่านระบบดิจิทัลและเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยนาย Johannes Berentzen จากบริษัทให้คำปรึกษาด้านการบริหารจัดการ Dr. Wieselhuber & Partner ได้ยกตัวอย่างเทคโนโลยีให้เห็นเป็นบางอย่าง เช่น การบริหารข้อมูลอย่างชาญฉลาด (Smart Data) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือ การสั่งซื้อสินค้าทางเสียง (Voice Commerce)

- นโยบายภาครัฐ
  เศรษฐกิจการลงทุน
  แนวโน้มตลาด
  รายงานสินค้าและบริการ
  อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

EUROPEAN SMART SPEAKER MARKET SHARE 2017



Source: Strategy Analytics



ทำให้การค้า Online ขยายตัวขึ้นไปอีก ยิ่งถ้าเหล่าร้านค้าปลีกขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพมากขึ้นไป  
กว่าในปัจจุบัน

สิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจการค้าปลีกเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ แต่ผู้ค้าปลีกจำนวนมากขาด  
สิ่งสำคัญที่จะช่วยพัฒนาเทรนด์นี้ก็คือ การแคลน  
บุคลากรที่มีความรู้ด้านดังกล่าว ซึ่งถ้าไม่มีแล้ว ก็  
ยากที่จะผลักดันให้ไปใช้เทคโนโลยีที่ตีเยี่ยมได้ นาย  
Gerling กล่าวอย่างหนักใจว่า “ปัญหาขาดแคลน  
บุคลากรในธุรกิจการค้านี้เริ่มหนักขึ้นเรื่อยๆ  
แทบทุกร้านค้ามองหาบุคลากรอย่างหนัก” โดย  
ปัญหาหลักก็คือเรื่องค่าแรง โดยสหภาพแรงงาน  
เยอรมัน Verdi ให้ความเห็นว่า ร้านค้าจำนวนมาก  
ไม่พร้อมที่จะค่าแรงที่สูงกว่านี้ ซึ่งปัญหานี้น่าจะ

จาก Handelsblatt 25 มกราคม 2562

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy  
Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany  
email - thaicom.berlin@t-online.de

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น  
ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้  
ไม่ว่าโดยทางใด