

Fact Sheet ประเทศ เยอรมนี ประจำเดือน มีนาคม 2562

1. ข้อมูลทั่วไป	2. เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ*			
พื้นที่ 348,540 ตารางกิโลเมตร		ปี 2017	ปี 2019	ปี 2019
เมืองหลวง กรุงเบอร์ลิน (Berlin)	GDP (พันล้านยูโร) ¹	3,364.35	3,388.2	-
เมืองสำคัญ Hamburg, Köln, München, Frankfurt	GDP per Capita (ยูโร) ²	39,470	40,883	-
ประชากร 83.0 ล้านคน (31 ก.ย. 2018)	GDP Growth (%) ³	2.2	1.5	-
ภาษาราชการ เยอรมัน	Good & Services exports (%change) ⁴	11.7 (ม.ค.)	8.4 (ม.ค.)	1.7 (ม.ค.)
ระบอบการปกครอง แบบประชาธิปไตย	Inflation (%)	2.2 (ก.พ.)	1.1 (ก.พ.)	1.5 (ก.พ.)
นายกรัฐมนตรี นาง Angela Merkel / ประธานาธิบดี นาย Frank-Walter Steinmeier	Unemployment Rate (%) ⁵	6.3 (ม.ค)	5.8 (ม.ค)	5.3 (ม.ค)
อัตราแลกเปลี่ยน 1€ = 35.74 บาท (วันที่ 28 มี.ค. 62) 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 สินเธาว์ แร่เหล็ก	ตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศเยอรมนี ปี 2017** (เรียงตามลำดับ) ได้แก่ อเมริกา ฝรั่งเศส จีน เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ อิตาลี ออสเตรเลีย อื่นๆ			
	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			
	ตลาดนำเข้าที่สำคัญของประเทศเยอรมนี ปี 2016** ได้แก่ (หน่วย = ร้อยละ): เนเธอร์แลนด์ จีน ฝรั่งเศส เบลเยียม อิตาลี โปแลนด์ สาธารณรัฐเช็ก อื่นๆ			

*จาก Statistische Bundesamt โดย GDP ไตรมาสที่ 1 ของปีนั้นๆจะออกในเดือน พ.ค. ของทุกปี

**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. แสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ เช่น Food Service, HORECA, Institution เช่น โครงการส่งเสริมเมนูอาหารไทยใน Canteens เยอรมนี โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศยุโรปส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA 2019 เป็นต้นฯ</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: ประธานกรรมการกลุ่มผู้ให้คำปรึกษารัฐบาลด้านเศรษฐกิจ (Wirtschaftsweise) และประธานสถาบันเพื่อการวิจัยทางเศรษฐกิจ ของมหาวิทยาลัยมิวนิค (Ifo – Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München) มีความเห็นที่ตรงกันว่า ความเสี่ยงที่อันตรายที่สุดต่อเศรษฐกิจระยะสั้นของเยอรมนีก็คือ การที่สหราชอาณาจักร (UK) แยกตัวออกจากสหภาพยุโรป หรือ Brexit โดยกล่าวว่า “สถานการณ์ Brexit แบบปราศจากแบบแผน (Hard Brexit) นั้น จะส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่าง UK และ EU อย่างหนัก”</p> <p>สถาบันเศรษฐกิจเยอรมนี (IW – Instituts der Deutschen Wirtschaft) คาดการณ์ว่า ถ้า Hard Brexit เกิดขึ้นจริงจะส่งผลกระทบต่อ GDP ของประเทศได้ประมาณร้อยละ 0.5 ซึ่ง Brexit ธรรมดาจะส่งผลกระทบต่อ GDP เยอรมันน้อยกว่ามาก</p> <p>ในเวลาเดียวกันสมาชิก EU ก็เป็นห่วงกับปริมาณหนี้ของประเทศอิตาลี รวมไปถึง</p>

<p>5. นำระบบจัดการและเทคโนโลยีของเยอรมนีมาพัฒนาสินค้าส่งออกของไทยให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ด้วยการจับคู่การค้าระหว่างบริษัท ร่วมทุน หรือการรับช่วงการผลิต</p> <p>6. เจาะกลุ่ม Niche Market เช่น กลุ่มเพศทางเลือก กลุ่มรักสุขภาพ 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 ที่หนีสงครามอยู่ในเยอรมนี กว่า 1 ล้านคน</p> <p>9. การบูรณาการกับภาคเอกชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ โดยผลักดันสินค้าเชิงรุกเป็นรายตลาด</p> <p>10. การกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า เน้นการใช้กลยุทธ์พันธมิตรหุ้นส่วน (Strategic Partnership) สร้างผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น การเจรจา FTA</p>	<p>สภาวะธุรกิจการเงินที่ต้องผ่านสหรัฐฯ จากการ เริ่มนโยบายการค้าว่าบาดทางธุรกิจกับอิหร่านจะส่งผลกระทบต่อประเทศอื่นๆ</p> <p>แนวโน้มเศรษฐกิจ: องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development) ได้คาดการณ์ว่า เศรษฐกิจของประเทศเยอรมนีน่าจะขยายตัวขึ้นเพียงร้อยละ 0.7 เท่านั้น จากเดิมที่คาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ 1.6 สถาบันเพื่อการวิจัยทางเศรษฐกิจ Leibniz แห่งเมือง Halle (IWH - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle) คาดการณ์ว่า เศรษฐกิจของประเทศน่าจะขยายตัวขึ้นเพียงร้อยละ 0.5 สถาบันเศรษฐกิจโลก (Ifw – Institut für Weltwirtschaft) กล่าวว่า “เศรษฐกิจโดยรวมนั้นอาจจะลดตัวลง แต่ยังคงห่างไกลจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอยมากอยู่” เช่นในเวลานี้ ธุรกิจก่อสร้างมีงานรอให้ทำเป็นจำนวนมาก สถาบันเพื่อการวิจัย ทางเศรษฐกิจประเทศเยอรมนี (DIW – Deutscher Institut für Wirtschaftsforschung) กล่าวว่า “ตัวเลขการผลิตของภาคอุตสาหกรรมรถยนต์เยอรมันก็ไม่เลวร้าย” แม้ว่าช่วงขาขึ้นของประเทศ จะผ่านพ้นไปแล้ว แต่เรายังไม่ได้เข้าสู่สภาวะเศรษฐกิจถดถอย การบริโภคภายในประเทศยังคงขยายตัวอยู่ ตลาดแรงงานในประเทศก็ดำเนินไปได้ด้วยดี ในช่วงเดือนมกราคมที่ผ่านมา มีจำนวนผู้ประกอบการอาชีพที่ต้องชำระเบี้ยประกันสังคมเพิ่มมากขึ้นถึง 79,000 คน เหตุการณ์อย่างนี้เรายังไม่เรียกว่าวิกฤติเศรษฐกิจ</p>
<p>3.2 กิจกรรมในปี 2019 ช่วงเดือน มีนาคม</p> <p>สคต.เบอร์ลิน</p> <p>1. โครงการส่งเสริมการขายสินค้า OTOP ทาง Online ใน Website: www.otop-germany.com, การเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นและนำเสนอผ่านช่อง Youtube: https://www.youtube.com/channel/UC1hqt6ayrv7WVYl4d0f2cuw</p> <p>2. เข้าพบหารือกับเจ้าของบริษัท Philippi GmbH ซึ่งเป็นผู้นำเข้า ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก สินค้าไลฟ์สไตล์ของตกแต่งบ้าน เพื่อประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE April 2019</p> <p>3. เข้าร่วมงานแสดงสินค้า และพบปะกับผู้ประกอบการภายในงาน International Tourismus Börse (ITB) เป็นงานแสดงสินค้าการท่องเที่ยวระดับนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในโลก ณ ศูนย์จัดการแสดงสินค้า Messe Berlin โดย ททท.มาออกบูธ Thailand Pavilion ภายในงาน และมีผู้ประกอบการไทยกว่า 100 กิจการ</p> <p>4. เข้าพบหารือ Hamburg Messe und Congress GmbH ผู้บริหารศูนย์การจัดงานแสดงสินค้า ถึงความร่วมมือด้านงานแสดงสินค้านี้ระหว่างกันในอนาคต และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นข้อคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า โดยหนึ่งในงานแสดงสินค้าหลักที่สำคัญและจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีของ Hamburg Messe ได้แก่ งาน INTERNOGA</p> <p>5. ดำเนินกิจกรรมโครงการส่งเสริมสินค้า/อาหารไทยเข้าสู่ธุรกิจ HoReCa ในประเทศเยอรมนี โดยได้ออกบูธ</p>	<p>สถานการณ์การค้า: ตลาดแรงงานของประเทศดำเนินไปได้อย่างสวยงาม ประชาชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น อัตราเงินเฟ้อ และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวผลักดันให้การบริโภคภายในประเทศขยายตัว โดยในเดือนมีนาคม ดัชนีดังกล่าวก็ลดตัวลงอยู่ที่ 99.42 จุด กลับมาอยู่ที่เดิม หลังจากที่มีการขยายตัวขึ้นเล็กน้อยในเดือนที่ผ่านมา การลดตัวลงส่งผลเสียกับดัชนีการบริโภคของ HDE ซึ่งการที่ผู้บริโภคระมัดระวังในการบริโภคมากขึ้นนั้นเป็นผลมาจากข่าวเศรษฐกิจในช่วงหลายสัปดาห์ที่ผ่านมา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการรายงานตัวเลขเศรษฐกิจในช่วงครึ่งปีหลังปี 2018 ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว เศรษฐกิจของประเทศคงที่ และหุ้นที่ตกลง เป็นหลัก ซึ่งในช่วงหลายวันมานี้มีสัญญาณเชิงบวกจำนวนหนึ่งออกมาแสดงให้เห็น เช่นการตกลงกันได้ระหว่างจีนกับสหรัฐอเมริกาในปัญหาสงครามการค้า และตัวเลขการส่งออกของประเทศที่กลับมาขยายตัวขึ้นอีกครั้ง อีกทั้งยอดจำหน่ายในช่วงเดือนมกราคมที่ผ่านมา ก็มีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคมที่ผ่านมา ตลาดแรงงานก็ไม่มีสัญญาณว่าจะลดความต้องการลงแต่อย่างใด</p> <p>สถานการณ์การลงทุน: บริษัทให้คำปรึกษา Inverto แสดงข้อมูลว่า บริษัทขนาดใหญ่ในปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญกับการลงทุนเพื่อรักษา/เพิ่มช่องของวัตถุดิบมากขึ้นกว่าในอดีตอย่างมาก และการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบ และการขาดแคลนวัตถุดิบ จะส่งผลกระทบต่อยอดขายของแต่ละบริษัทอย่างเห็นได้ชัด รวมไปถึงสงครามการค้าระหว่าง USA กับจีนก็จะมีทำให้ราคาวัตถุดิบในตลาดโลกขยายตัวขึ้นไปอีก โดยในอดีตนั้นบริษัทจำนวนมากพยายามรักษาราคาวัตถุดิบไว้โดยการทำสัญญาระยะยาวต่างๆ เพื่อป้องกันการแปรปรวนในตลาด แต่ในปัจจุบัน บริษัทในเยอรมนีเริ่มหันมาสนใจลงทุน และควรวางบริษัทต่างๆที่มีความเกี่ยวกับวัตถุดิบ เพื่อสามารถขยายธุรกิจ เพิ่มช่องทาง และเพื่อให้ได้มายังวัตถุดิบที่ต้องการในระยะยาว และมีความยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต</p> <p>มีบริษัทไทยที่เข้าไปลงทุนในเยอรมนี ได้แก่ 1.) Thai Union ถือหุ้น 51% ในบริษัทอาหารทะเล Rügen Fisch 2.) คาร์เพท อินเตอร์เนชั่นแนล ไทยแลนด์</p>

ประชาสัมพันธ์ Mini Info Stand เพื่อประชาสัมพันธ์ สินค้า/อาหารไทย กิจกรรมสาธิตปรุงอาหารไทย และ กิจกรรมต่างๆ บนเวทีกลาง ตลอดช่วงการจัดงานทั้ง 5 วัน ระหว่างวันที่ 15-19 มี.ค. 62 ในงาน INTERNOGA โดยมี ผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก

6. เข้าร่วมงานแสดงสินค้า และพบปะกับผู้ประกอบการ ภายในงานหนังสือนานาชาติ จัดขึ้น ณ ศูนย์แสดงสินค้า เมืองไลฟ์ซิก จัดขึ้นระหว่างวันที่ 21 - 24 มี.ค. 62
7. เชิญชวนนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล เพื่อเข้าร่วมงาน แสดงสินค้า THAIFEX 2019 จำนวน 50 บริษัท
8. ประสานการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดง สินค้า Bangkok Gems & Jewelry 2019 ผ่านทาง นิตยสาร Schmuck ครั้งที่ 2 ฉบับเดือนพฤษภาคม 2562
9. ส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select ประสานการจัดกิจกรรมช่วงงาน ให้แก่ กิจกรรมที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือกให้เดินทางเข้าร่วม โครงการดังกล่าว
10. ประสานและให้ข้อมูลบริษัทผู้ประกอบการไทย 2 บริษัท ที่จะเข้าร่วมออกบูธในงาน Hannover Messe 2019 เพื่อตรวจสอบและประเมินผลการเข้าร่วมโครงการ SME Proactive

สคต.แฟรงก์เฟิร์ต

1. พบบริษัท a cuckoo moment ผู้นำเข้าสินค้า เครื่องประดับและอัญมณี
2. พบบริษัท Quellfresh Handels GmbH ผู้กระจาย สินค้าเกี่ยวกับร้านนวดไทย
3. พบบริษัท Kreyenhop & Kluge GmbH & Co. KG ผู้นำเข้าสินค้าอาหาร
4. พบบริษัท Baan Nuad Thai GmbH ผู้นำเข้าสินค้า เกี่ยวกับร้านนวดไทย
5. พบบริษัท Buddhastyle-Ciffre Handels UG & Co.KG ผู้นำเข้าของตกแต่ง/ไลฟ์สไตล์
6. พบผู้จัดงาน Interzoo งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสัตว์ เลี้ยงที่ใหญ่ที่สุดในสหภาพยุโรป เพื่อหาหรือแนวทาง สนับสนุนผู้ประกอบการไทย (SMEs) ที่จะเข้าร่วมงานในปี 2020
7. ดำเนินการทุกด้านในงานแสดงสินค้า Beauty 2019 (29-31 มีนาคม 2561) ณ เมืองคูลเซลดอร์ฟ
8. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงาน งานแสดงสินค้า Frankfurt Book Fair 2019
9. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงาน งานแสดงสินค้า Medica 2019

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 ใน เยอรมนี 19.) Cobra Advanced Composites Co., Ltd. 20.) ThaiBev เข้าซื้อ กิจการโรงแรม

<p>10. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงาน งานแสดงสินค้า Anuga 2019</p> <p>11. ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล เข้าชมงานแสดงสินค้า STYLE April 2019 ณ ประเทศไทย</p> <p>12. ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล เข้าชมงานแสดงสินค้า THAIFEX 2019 ณ ประเทศไทย</p> <p>13. ตรวจสอบผู้ประกอบการไทยภายใต้โครงการ SMEs Proactive และเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า ISH 2019 ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต</p> <p>14. เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า IWA Outdoor Classics 2019 ณ เมืองนูเรมเบิร์ก</p> <p>15. เยี่ยมร้านอาหารไทยจำนวน 2 ร้านเพื่อเชิญชวนสมัครและต่ออายุ ตราสัญลักษณ์ Thai Select ณ เมืองโคเบลนซ์ และ เมืองนูเรมเบิร์ก</p> <p>16. ดำเนินการเตรียมการประชาสัมพันธ์ Thai SELECT App และจัดกิจกรรมส่งเสริมร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai SELECT</p>	
---	--

5. สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศไทยกับเยอรมนี									
เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	2018	2019		2018	2019		2018	2019	
		(ม.ค.-ก.พ.)	+/- (%)		(ม.ค.-ก.พ.)	+/- (%)		(ม.ค.-ก.พ.)	+/- (%)
	11.911,57	1,832.46	-8.41	5.153,84	780.58	-9.31	6.757,73	1,051.88	-,73
ที่มา: MenuCom									

6. สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดเยอรมนีปี 2018 – ปี 2019 (หน่วย: ล้าน USD)					
อันดับ	สินค้า	2018	2018 (ม.ค.-ก.พ.)	2019 (ม.ค.-ก.พ.)	+/- (%) (ม.ค.-ก.พ.)
1	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	600.5	112.5	104.2	-7.37
2	อัญมณีและเครื่องประดับ	746.5	113.3	93.9	-17.14
3	แผงวงจรไฟฟ้า	566.1	94.0	89.5	-4.84
4	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	139.3	27.4	33.7	23.13
5	ผลิตภัณฑ์ยาง	192.6	32.2	31.9	-0.74
6	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	295.7	60.0	24.7	-58.80
7	ถอก วาวล์และส่วนประกอบ	135.6	13.6	24.5	79.44
8	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่อง	131.4	21.0	24.0	14.32
9	เครื่องยนต์เส้นตาภายในแบบลูกสูบและ	72.4	10.5	22.1	111.04
10	เลนส์	108.9	18.4	18.5	0.50
ที่มา: MenuCom					

7. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดเยอรมนีปี 2018 – ปี 2019 (หน่วย: ล้าน USD)					
อันดับ	สินค้า	2018	2018 (ม.ค.-ก.พ.)	2019 (ม.ค.-ก.พ.)	+/- (%) (ม.ค.-ก.พ.)
1	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,362.8	294.7	225.6	-23.44
2	ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	781.4	129.1	142.3	10.23
3	เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	891.4	100.6	108.9	8.18
4	เคมีภัณฑ์	636.4	103.2	85.6	-17.06
5	ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	423.2	87.0	71.5	-17.79
6	เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การ	362.6	51.8	70.7	36.52
7	เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้และทองคำ	213.8	31.9	45.8	43.65
8	แผงวงจรไฟฟ้า	204.0	29.1	32.7	12.20
9	ผลิตภัณฑ์โลหะ	169.6	26.7	24.5	-8.16
10	รถยนต์นั่ง	202.0	38.8	22.1	-43.06

ที่มา: MenuCom

Updated วันที่ 27 ก.พ. 62

¹ Bruttoinlandsprodukt

² BIP pro Kopf

³ Preisbereinigt, verkettet

⁴ Export/Außenhandel Census-X-12-ARIMA

⁵ ILO-Wirtschaftsdaten kompakt

⁶ Hauptabnehmerländer

⁷ Hauptlieferländer