

Fact Sheet ประเทศ เยอรมนี ประจำเดือน กุมภาพันธ์ 2563

1. ข้อมูลทั่วไป	2. เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ*			
		ปี 2018	ปี 2019	ปี 2020
พื้นที่ 348,540 ตารางกิโลเมตร				
เมืองหลวง กรุงเบอร์ลิน (Berlin)	GDP (พันล้านยูโร) ¹	3,386.0	3,435.8	-
เมืองสำคัญ Hamburg, Köln, München, Frankfurt	GDP per Capita (ยูโร) ²	40,883	41,342	-
ประชากร 83.14 ล้านคน (30 ก.ย. 2019)	GDP Growth (%) ³	1.5	0.6	-
ภาษาราชการ เยอรมัน	Good & Services exports (%change) ⁴	-4.7 (ธ.ค)	2.4 (ธ.ค)	-
ระบอบการปกครอง แบบประชาธิปไตย	Inflation (%)	1.4 (ม.ค)	1.6 (ม.ค)	1.5 (ม.ค)
นายกรัฐมนตรี นาง Angela Merkel / ประธานาธิบดี นาย Frank-Walter Steinmeier	Unemployment Rate (%) ⁵	3.1 (ธ.ค)	3.2 (ธ.ค)	-
อัตราแลกเปลี่ยน 1€ = 34.70 บาท (วันที่ 30 ก.พ. 63) 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 บิทูมินัส ลิกไนต์ เกลือ สีนเธอร์ แร่เหล็ก	ตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศเยอรมนี ⁶ 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 ⁷ ปี 2017** 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
3.1 ยุทธศาสตร์ 1. แสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ เช่น Food Service, HORECA, Institution เช่น โครงการส่งเสริมเมนูอาหารไทยใน Canteens เยอรมนี โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศยุโรปส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจHORECA 2019 เป็นต้น 2. นำประเด็นที่ EU และเยอรมนีใช้เป็นข้อกีดกันทางการค้า เช่น Sustainability, Food Safety มาร่วมทำกิจกรรมทางการตลาด และประชาสัมพันธ์กับสินค้าส่งออกของไทย เช่น การช่วยเหลือ ชุมชนหมู่บ้าน ไทยอย่างยั่งยืน 3. ส่งเสริมสินค้าไทยกับบริษัท Start Up 4. สร้างนักรบเศรษฐกิจจากนักศึกษาไทยในเยอรมนี	นโยบายเศรษฐกิจ: จากการแข่งขันเรื่องราคาสินค้าบริโภคในร้านค้าปลีกต่างๆแล้ว นาง Angela Merkel ออกมาประกาศให้กลุ่มผู้ค้าปลีก ให้ความสำคัญกับกลุ่มเกษตรกรมากกว่านี้ แต่นาง Merkel ไม่เห็นด้วยกับข้อเสนอของพรรค Bündnis 90/Die Grünen ที่ต้องการให้มีการกำหนดราคาสินค้าบริโภค แต่ต้องการให้ภาคอุตสาหกรรม สร้างความ “เป็นธรรม” ในการประกอบธุรกิจกับเกษตรกรมากขึ้น และเห็นว่า การขายทุ้มตลาดในเวลานั้นนั้นได้ถูกห้ามตามกฎหมายอยู่แล้ว และออกมาร้องขอให้ภาคอุตสาหกรรมให้จ่ายค่าสินค้าเกษตรแก่เกษตรกรใน “ราคาที่เหมาะสม” เพราะในปัจจุบันนี้สามารถรู้สึกได้ว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญ” ด้านมาตรฐาน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสูงขึ้น และมีแนวโน้มพร้อมที่จะใช้เงินกับสินค้าเหล่านี้มากขึ้น แนวโน้มเศรษฐกิจ:

<p>5. นำระบบจัดการและเทคโนโลยีของเยอรมนีมาพัฒนาสินค้าส่งออกของไทยให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ด้วยการจับคู่การค้าระหว่างบริษัท ร่วมทุน หรือการรับช่วงการผลิต</p> <p>6. เจาะกลุ่ม Niche Market เช่น กลุ่มแพคเกจจิ้ง 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>ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการเยอรมันเดือนแรกของปี กลับมาขยายตัวขึ้นเล็กน้อย โดยค่าดัชนี Ifo ของเดือนกุมภาพันธ์อยู่ที่ 96.1 จุด เพิ่มขึ้นจากเดิมในเดือนมกราคมที่อยู่ 96.0 จุด แม้ว่าการประเมินสถานการณ์ธุรกิจในปัจจุบันจะไม่ตึง และเห็นว่าเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะแยกลงอีก โดยภาคเศรษฐกิจของเยอรมันในเวลานี้ยังไม่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 มากนัก และจากแบบสอบถามมีแนวโน้มที่เศรษฐกิจของประเทศในช่วงไตรมาสแรกอาจจะขยายตัวขึ้นร้อยละ 0.2</p> <p>ในส่วนธุรกิจสินค้า intermediate goods ของประเทศเยอรมนี (สินค้าที่นำไปประกอบ หรือเป็นส่วนชิ้นเพื่อผลิต สินค้าสำเร็จรูปอีก) โดยค่าดัชนีดังกล่าวขยายตัวขึ้น 3 เดือนติดต่อกัน ค่าประเมินสถานการณ์เชิงลบของธุรกิจในอนาคตก็ลดตัวลง อย่างไรก็ตามสถานการณ์การค้าในปัจจุบันก็ไม่ได้ดีมากนัก แม้ว่าความต้องการสินค้า และจำนวนการส่งสินค้าจะเพิ่มขึ้นก็ตาม</p> <p>ดัชนีธุรกิจบริการ มีการลดตัวลงอยู่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่พอใจกับสถานการณ์การค้าในปัจจุบัน และคาดการณ์ว่าในอนาคตจะแยกลงไปอีก ดัชนีการค้าปรับตัวแยกลงอีกครั้ง แม้ว่าสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการคาดการณ์ในอนาคตที่เคยเห็นว่าดี ก็กลับแยกลง จะมีเพียงกลุ่มผู้ค้าปลีกเท่านั้นที่คาดการณ์ว่าสถานการณ์การค้าในอนาคตน่าจะดีขึ้นบ้าง</p> <p>ในขณะที่ ดัชนีธุรกิจก่อสร้างลดตัวลงต่อไป แม้ว่าคาดการณ์ว่า สถานการณ์ในอนาคตน่าจะดีขึ้นก็ตาม</p>
<p>3.2 กิจกรรมในปี 2019 ช่วงเดือน กุมภาพันธ์</p> <p><u>สคต.เบอร์ลิน</u></p> <p>1. โครงการส่งเสริมการขายสินค้า OTOP ทาง Online ใน Website: www.otop-germany.com, การเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นและนำเสนอผ่านช่อง Youtube: https://www.youtube.com/channel/UC1hqt6ayrv7VWYl4d0f2cuw</p> <p>2. เข้าพบหารือกับผู้บริหารบริษัท Thai Coconut PCL เป็นบริษัทผู้จำหน่ายผู้ผลิต ผู้ส่งออกและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับมะพร้าว ทั้งสดและแปรรูป โดยส่งออกสินค้ามากกว่า 70 ประเทศทั่วโลก เข้าหารือเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นในธุรกิจนำเข้าสินค้ามะพร้าวแปรรูปต่าง ๆ ในเยอรมนี</p> <p>3. เข้าพบหารือกับผู้บริหารบริษัท Internationale Fruchthandels Gesellschaft Weichert GmbH & Co.KG เป็นผู้นำเข้า กระจายสินค้าผักและผลไม้สด ฯลฯ ทั่วประเทศเยอรมนี โดยสินค้าสินค้าทั้งหมด นำเข้ามาจากต่างประเทศทั่วโลก แล้วกระจายสินค้าไปสู่ธุรกิจ HORECA ปัจจุบันนำเข้าสินค้าจากไทย ได้แก่ หัวปลี ข้าวโพดอ่อน หน่อไม้ฝรั่ง และตะไคร้</p> <p>4. เข้าพบผู้ประกอบการไทยในงานแสดงสินค้า Fruit Logistica 2020 จัดขึ้น ณ Berlin Messe ตามโครงการ SME's Pro - Active โดยมีบริษัทไทยที่จำหน่ายสินค้าประเภทผัก ผลไม้สด ผลไม้แปรรูป น้ำดื่มผลไม้ ฯลฯ เข้าร่วม</p>	<p>สถานการณ์การค้า:</p> <p>เชื้อไวรัสโคโรนา จะพัฒนาตัวเป็น “หงส์ดำ” ตัวใหญ่ ที่แผ่ปีกครอบคลุมเทียบเท่ากับช่วงวิกฤติเศรษฐกิจปี 2018 หัวหน้าหน่วยเศรษฐศาสตร์ของบริษัท Moody's นาย John Lonski เน้นคำว่า “หงส์ดำ” นี้ เป็นคำที่ใช้ในกลุ่มนักเก็งกำไร ใช้เรียกสถานการณ์ที่ไม่คาดฝัน ส่งผลกระทบต่อตลาดหุ้น และเศรษฐกิจ โดยในครั้งที่เชื้อโรค Sars โจมตีประเทศจีน แนนอนที่เศรษฐกิจของประเทศจีนได้รับผลกระทบ ไม่ว่าจะการค้าที่ถดถอย การเดินทางท่องเที่ยวลดลง หรือหุ้นตกอย่างหนัก แต่ในเวลานั้น เศรษฐกิจของประเทศจีน ขยายตัวในตัวเลข 2 หลัก จึงทำให้ประเทศจีนสามารถรับมือด้านเศรษฐกิจกับวิกฤติในครั้งนี้ได้ในระดับหนึ่ง</p> <p>ในเวลานั้น เชื้อโรค Sars ได้เกิดขึ้นในช่วงที่เศรษฐกิจของโลกกำลังเริ่มฟื้นตัว แต่ปัญหาเชื้อโคโรนาในเวลานี้ เข้ามายังประเทศจีนในช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศจีนขยายตัวสูงสุดในรอบ 30 ปี และในช่วงที่เศรษฐกิจโลกขยายตัวต่ำสุดในรอบ 10 ปี ในเวลาเดียวกันเศรษฐกิจของประเทศจีน มีผลกับเศรษฐกิจโลกมากกว่าเมื่อช่วง 17 ปีที่แล้ว สัดส่วนเศรษฐกิจของประเทศจีนอยู่ที่ร้อยละ 4 ของทั้งโลก แต่ปัจจุบัน อยู่ที่ร้อยละ 15 อีกทั้งเครือข่ายด้านเศรษฐกิจยานยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วน ก็มีการผูกพันมากกว่าในอดีต</p> <p>สถานการณ์การลงทุน:</p> <p>การขับเคลื่อนแห่งอนาคต เรามักจะนึกถึง Tesla เสถียรพลังงาน รถยนต์ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่ หรือการห้ามใช้รถยนต์ดีเซล แต่บางเรื่องกลับไม่ได้ถูกกล่าวถึงเท่าที่ควร อย่างเช่น เชื้อเพลิงจากไฮโดรเจนเหลว หรือเซลล์เชื้อเพลิง เป็นต้น เพราะอุปสรรคต่างๆ ที่จะนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้จริง น่าจะทยอยหมดไปภายในช่วง 10 ปีข้างหน้า จากรายงาน “Path to hydrogen competitiveness” ที่จัดทำโดย Hydrogen Council ร่วมกับบริษัทให้คำปรึกษา McKinsey แสดงให้เห็นว่า ในปี 2030 ราคาของสินค้ากลุ่มนี้ จะลดลงอย่างมาก ซึ่งเป็นไปได้ที่จะลดลงถึงร้อยละ 50 และจะทำให้ไฮโดรเจนสามารถแข่งขันกับพลังงานทางเลือกอื่นๆ ได้ โดยในรายงานได้แสดง</p>

<p>ออกคูหาจำนวน 5 บริษัท และมีบริษัทไทยที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ แต่ออกคูหาในงานอีก 2 บริษัท</p> <p>5. งานแสดงสินค้า THAIFEX 2020: ส่งจดหมายเพิ่มเติมเชิญชวนการเข้าร่วมงานฯ ให้แก่ บริษัทผู้นำเข้าเยอรมัน จำนวน 50 ราย</p> <p>6. โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศยุโรปฯ HORECA 2020: กิจกรรมในงาน INTERNORCA 2020 จัดในระหว่างวันที่ 13 - 17 มีนาคม 2563 ณ Hamburg Messe โดยประสานกับบริษัทเยอรมันเกี่ยวกับการตกแต่งคูหา</p> <p>7. คณะนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล ตอบรับการเดินทางเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Bangkok Gems & Jewelry Feb. 2020 ณ ตอนนี้อยู่ จำนวน 27 ราย</p> <p>8. คณะนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล ตอบรับการเดินทางเข้าร่วมงานแสดงสินค้า THAIFEX 2020 ในเบื้องต้น จำนวน 10 ราย</p> <p>9. โครงการ HORECA 2020: ประสานบริษัทเยอรมันเกี่ยวกับการเตรียมจัดทำสื่อโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การจัดทำคู่มือสูตรปรุงอาหารไทย และการจัดทำเอกสารแนะนำร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select เพื่อแจกจ่ายให้แก่ผู้สนใจและผู้เข้าร่วมชมกิจกรรม</p> <p>10. ร่วมกับสอท. เข้าพบผู้บริหาร และสำรวจสนามบินนานาชาติ กรุงเบอร์ลินแห่งใหม่ BER โดยคาดว่าสนามบินจะแล้วเสร็จสมบูรณ์และเปิดให้ใช้บริการได้ตุลาคมนี้ โดยเข้าหารือเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการเปิดเส้นทางการบิน และแผนความร่วมมือในด้านโลจิสติกส์ สำหรับสายการบินระหว่างกรุงเทพ และเบอร์ลินโดยตรง</p> <p>11. ส่งจดหมายเชิญชวนร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select จำนวน 44 ร้าน ในเขตอาณาเดินทางเข้าร่วมงาน THAIFEX Anuga Asia 2020</p> <p>12. ได้รับการประสานจากบริษัทไทยผู้จำหน่ายสินค้าอุปกรณ์ทางการแพทย์ ขอความช่วยเหลือให้สำนักงานตรวจสอบความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิตหน้ากากป้องกันเชื้อโรคที่ตั้งอยู่ในเมืองฮัมบูร์ก บริษัท BSN medical</p> <p>13. นัดหมายกับบริษัท GoAsia เป็นกิจการจำหน่ายปลีกสินค้าอาหารเอเชีย</p> <p>สคต.แฟรงก์เฟิร์ต</p> <p>1. พบ Mrs. Somban Tamaschke บริษัท Thai Asia Shop Bonn ผู้นำเข้าสินค้าอาหาร ณ เมืองโคโลญจน์</p> <p>2. พบ Mr. Günter Scheffel, บริษัท adwork GmbH นิตรสาร Lebensmittelpraxis ณ เมืองเนิร์นแบร์ก</p> <p>3. พบ Mrs. Erika Schmidt ตำแหน่ง Managing Director บริษัท Global Thinking GmbH ผู้นำเข้าสินค้ายาหม่อง</p> <p>4. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Medica 2020 (16-19 พ.ย. 2563)</p>	<p>ให้เห็นว่า เฉพาะเยอรมนีในปี 2019 ได้มีการลงทุนสูงถึง 30 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในด้านพลังงานทางเลือก อย่างด้านพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น</p> <p>มีบริษัทไทยที่เข้าไปลงทุนในเยอรมนี ได้แก่ 1.) Thai Union ถือหุ้น 51% ในบริษัทอาหารทะเล Rügen Fisch อีกทั้งยังเป็นเจ้าของบริษัท 2.) Marine Nutrients GmbH อีกด้วย 3.) คาร์เพท อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล ไทยแลนด์ จำกัด (มหาชน) 4.) แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) 5.) บริษัท กลุ่มเซนท์ริล จำกัด (Central Group) 6.) บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด 7.) Harikul Group Co., Ltd. 8.) KOERNER Agro Export Center Co., Ltd. 9.) Charoen Pokphand Food PCL ถือหุ้น Paulsen Food GmbH 10.) Delta Electronics (Thailand) PLC. 11.) The Thai Silk Co., Ltd. 12.) Siam Offset Co., Ltd. 13.) Thann-Oryza Co., Ltd. 14.) Holistic Medical Center 15.) Qualy Co., Ltd. 16.) EASTERN POLYMER GROUP 17.) Bangkok Solar Power Co., Ltd. 18.) Chatchawan Import Export and Packaging Ltd., Part 19.) CHI-MAS S&K Ohg 20.) FICO Corporation เข้าซื้อกิจการโรงแรม 8 แห่ง ในเยอรมนี 19.) Cobra Advanced Composites Co., Ltd. 21.) TCC Group ผู้ถือหุ้นใหญ่โรงแรม Fraser Suite 22.) บริษัท ยู ซิตี้ จำกัด (มหาชน) บริษัทแม่ของ บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ที่เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของ Vienna House Capital เจ้าของ Vienna International Hotel Management ในสัดส่วนร้อยละ 35.64</p>
---	--

<p>5. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Frankfurt Book Fair 2020 (14 -18 ต.ค. 2563)</p> <p>6. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Automechanika Fair 2020 (8-12 ก.ย.2563)</p> <p>7. ดำเนินการเข้าร่วมงาน และเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า BIOFACH 2020 (12-15 ก.พ.2563)</p> <p>8. ดำเนินการเข้าร่วมงานและเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า Vivaness 2020 (12-15 ก.พ.2563)</p> <p>9. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Beauty Dusseldorf 2020 (6-8 มี.ค. 2563)</p> <p>10. ประสานแจ้งข้อมูลผู้นำเข้าที่ได้รับรางวัล Thailand's Friend Award ในงาน Bangkok Gems and Jewelry 2020 ณ ประเทศไทย</p> <p>11. ประสานและตอบคำถามกับผู้นำเข้าที่สนใจลงทะเบียนเยี่ยมชมงานทางอีเมลล์และโทรศัพท์ และส่งหนังสือเชิญแขกเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Thaifex 2020 (26-30 พ.ค. 63)</p> <p>12. ส่งจดหมายเชิญผู้นำเข้าและผู้ซื้อสินค้าผลไม้จากเยอรมนี และสวีตเซอร์แลนด์เข้าร่วมกิจกรรมโครงการจับคู่ธุรกิจสินค้าผลไม้สด แปรรูป และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่น ๆ เพื่อรองรับมาตรการกีดกันทางการค้า ณ ประเทศไทย</p> <p>13. เยี่ยมชมและเชิญชวนร้านอาหารลำปาง (Nakorn Lampang Restaurant) ณ เมือง Herzogenaurach ร่วมสมัครตราสัญลักษณ์ Thai SELECT</p> <p>14. ตรวจสอบผู้ประกอบการโครงการ SMEs Proactive จำนวน 1 บริษัท และเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าEuroshop 2020 ณ เมืองดีสเซิลดอร์ฟ</p> <p>15. ตรวจสอบผู้ประกอบการโครงการ SMEs Proactive จำนวน 10 บริษัท และเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า Spielwarenmesse 2020 ณ เมืองนูเรมเบิร์ก</p> <p>16. ตรวจสอบผู้ประกอบการโครงการ SMEs Proactive จำนวน 2 บริษัท และเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า งาน ISM ณ เมืองโคโลญจน์</p> <p>17. ประสานงานและเตรียมการไปตรวจผู้ประกอบการโครงการ SMEs Proactive ในงานแสดงสินค้า GrindTec 2020 ณ เมือง เฮาส์บวร์ก</p> <p>18. ประสานงานและเตรียมการไปตรวจผู้ประกอบการโครงการ SMEs Proactive ในงานแสดงสินค้า Eisenwarenmesse 2020 ณ เมืองโคโลญจน์</p>	
---	--

5. สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศไทยกับเยอรมนี									
เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	2019	2020		2019	2020		2019	2020	
		(ม.ค.-ม.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-ม.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-ม.ค.)	+/- (%)
	10,825.21	920.47	-5.63	4,537.11	384.67	-3.49	6,288.10	535.80	-7.10

ที่มา: MenuCom

6. สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดเยอรมนีปี 2019 – ปี 2020 (หน่วย: ล้าน USD)					
อันดับ	สินค้า	2019	2019 (ม.ค.-ม.ค.)	2020 (ม.ค.-ม.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-ม.ค.)
1	อัญมณีและเครื่องประดับ	588.6	44.1	45.8	3.88
2	แผงวงจรไฟฟ้า	462.2	47.1	42.3	-10.23
3	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	496.6	49.0	37.4	-23.64
4	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	283.9	14.7	27.7	87.52
5	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่อง	162.4	13.0	24.3	87.38
6	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	183.6	17.6	14.6	-17.13
7	ผลิตภัณฑ์ยาง	172.7	17.3	13.0	-25.04
8	ก๊อก วาล์วและส่วนประกอบ	144.8	11.4	11.6	1.58
9	มอเตอร์และเครื่องกำเนิดไฟฟ้า	53.7	5.2	10.8	105.68
10	เลนส์	113.2	9.0	10.0	10.47

ที่มา: MenuCom

7. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดเยอรมนีปี 2018 – ปี 2019 (หน่วย: ล้าน USD)					
อันดับ	สินค้า	2019	2019 (ม.ค.-ม.ค.)	2020 (ม.ค.-ม.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-ม.ค.)
1	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,275.4	136.1	129.3	-4.95
2	เคมีภัณฑ์	578.3	47.7	59.2	24.00
3	ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	766.1	83.9	54.1	-35.52
4	เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	701.8	55.9	52.2	-6.72
5	ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	415.6	40.9	39.6	-3.27
6	เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การ	425.1	31.3	30.7	-2.04
7	รถยนต์นั่ง	167.3	14.8	19.8	33.40
8	แผงวงจรไฟฟ้า	192.2	19.0	16.8	-11.67
9	ผลิตภัณฑ์โลหะ	165.7	12.5	12.0	-3.85
10	ผลิตภัณฑ์ทำจากพลาสติก	115.7	10.3	11.1	8.29

ที่มา: MenuCom

Updated วันที่ 29 ก.พ. 63

- ¹ Bruttoinlandsprodukt
- ² BIP pro Kopf
- ³ Preisbereinigt, verkettet
- ⁴ Export/Außenhandel
- ⁵ ILO-Arbeitsmarktstatistik
- ⁶ Hauptabnehmerländer
- ⁷ Hauptlieferländer