

Fact Sheet ประเทศ เยอรมนี ประจำเดือน มิถุนายน 2563

1. ข้อมูลทั่วไป	2. เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ*			
พื้นที่ 348,540 ตารางกิโลเมตร		ปี 2018	ปี 2019	ปี 2020 (ไตรมาส 1)
เมืองหลวง กรุงเบอร์ลิน (Berlin)	GDP (พันล้านยูโร) ¹	3,386.0	3,435.8	847.44
เมืองสำคัญ Hamburg, Köln, München, Frankfurt	GDP per Capita (ยูโร) ²	40,883	41,342	10,195
ประชากร 83.16 ล้านคน (30 ธ.ค. 2019)	GDP Growth (%) ³	1.5	0.6	-1.9
ภาษาราชการ เยอรมัน	Good & Services exports (%change) ⁴	9.5 (เม.ย.)	-0.3 (เม.ย.)	-31.1 (เม.ย.)
ระบอบการปกครอง แบบประชาธิปไตย	Inflation (%)	2.1 (พ.ค.)	1.4 (พ.ค.)	0.6 (พ.ค.)
นายกรัฐมนตรี นาง Angela Merkel / ประธานาธิบดี นาย Frank-Walter Steinmeier	Unemployment Rate (%) ⁵	3.5 (เม.ย.)	3.2 (เม.ย.)	4.3 (เม.ย.)
อัตราแลกเปลี่ยน 1€ = 34.64 บาท (วันที่ 30 มิ.ย. 63) โดยเฉลี่ยปี 2019 1€ = 1.120 US\$ โดยเฉลี่ยปี 2018 1€ = 1.181 US\$ โดยเฉลี่ยปี 2017 1€ = 1.130 US\$	สินค้าส่งออกที่สำคัญของเยอรมนีปี 2019** ได้แก่ (หน่วย = ร้อยละ): เครื่องจักรกล 16.5, รถยนต์และชิ้นส่วน 15.9, เคมีภัณฑ์ 15.5, อิเล็กทรอนิกส์ 6.8, อิเล็กทรอนิกส์ 5.1, สินค้าบริโภค 4.5, อุปกรณ์ตรวจวัด และตั้งค่า 4.0, รถประเภทอื่นๆ 3.5, สินค้าจากเหล็ก 3.1, สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 2.1, อื่นๆ 22.5			
ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ บิทมัส ลิกไนต์ เกลือ สีนีแควร์ แร่เหล็ก ทองแดง นิกเกิล ยูเรเนียม ธาตุโปแตสเซียม วัสดุก่อสร้าง	ตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศเยอรมนี ⁶ ปี 2019** (เรียงตามลำดับ) ได้แก่ อเมริกา ฝรั่งเศส จีน เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ อิตาลี โปแลนด์ อื่นๆ			
	สินค้านำเข้าที่สำคัญของประเทศเยอรมนีปี 2019** (หน่วย = ร้อยละ) ได้แก่ เคมีภัณฑ์ 13.8, รถยนต์และชิ้นส่วน 10.6, เครื่องจักรกล 9.8, อิเล็กทรอนิกส์ 8.3, สินค้าบริโภค 6.2, สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 4.4, น้ำมันดิบ 3.2, สินค้าจากเหล็ก 2.7, อื่นๆ 31.5			
	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
<p>3.1 ยุทธศาสตร์</p> <p>1. แสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ เช่น Food Service, HORECA, Institution และ Online เช่น โครงการส่งเสริมเมนูอาหารไทยใน Canteens เยอรมนี โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศยุโรปส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA 2019 เป็นต้น</p> <p>2. นำประเด็นที่ EU และเยอรมนี ใช้เป็นข้อกีดกันทางการค้า เช่น Sustainability, Food Safety มาร่วมทำกิจกรรมทางการตลาด และประชาสัมพันธ์ ร่วมกับสินค้าส่งออกของไทย</p> <p>3. ส่งเสริมสินค้าไทย กับบริษัท Start Up</p> <p>4. สร้างนักรบเศรษฐกิจ จากนักศึกษาไทยในเยอรมนี</p>	<p>นโยบายเศรษฐกิจ:</p> <p>กระทรวงการคลัง เยอรมนี ดำเนินนโยบายขับเคลื่อนประเทศ และเศรษฐกิจ โดยได้ทำเรื่องขอเพิ่มการใช้เงินงบประมาณปี 2020 เพิ่มเติม เพื่อนำเงินมาแก้ไขวิกฤติ โดยสภาฯ ลงความเห็นยอมรับการขอเพิ่ม สร้างหนี้ 62.5 พันล้านยูโร ซึ่งเมื่อรวมกับที่ได้ขอไว้ก่อนที่ 156 พันล้านยูโร ก็จะขอเพิ่ม ทำให้ขยายหนี้ของประเทศ รวมเป็น 218.5 พันล้านยูโร</p> <p>ในปีนี้ ก่อนวิกฤติ รมว.คลัง คาดการณ์ว่า จะไม่สร้างหนี้เพิ่มแม้แต่ยูโร หรือทำตามนโยบาย schwarze Null แต่ ณ ปัจจุบัน กระทรวงการคลัง แถลงว่า “ไม่มีปัญหาที่จะสร้างหนี้เพิ่ม รัฐบาลมีกำลังพอ และเคยลดหนี้มาแล้วได้แล้ว ทำไมจะกลับมาทำอีกไม่ได้ ในอนาคต” Covid-19 เป็นตัวการทำลายนโยบายการเงินของประเทศ ที่ที่ตั้งอยู่บนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ที่แข็งแกร่ง รายได้จากภาษีจำนวนมาก และนโยบายดอกเบี้ยที่ต่ำ ทำให้เยอรมนีสามารถดำเนินนโยบายด้านต่างๆ รวมไปถึงด้านเศรษฐกิจ ได้โดยปราศจากการสร้างหนี้เพิ่ม นานถึง 6 ปี</p>

<p>5. นำระบบจัดการและเทคโนโลยีของเยอรมนี มาพัฒนาสินค้าส่งออกของไทยให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น 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. ส่งเสริมอาหารฮาลาล ในกลุ่มผู้อพยพชาวมุสลิม เช่น กลุ่มชาวซีเรีย อัฟกานิสถาน ที่หนีสงครามมาอยู่ในเยอรมนี กว่าล้านคน</p> <p>9. การบูรณาการกับภาคเอกชน ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ โดยผลักดันสินค้าเชิงรุกเป็นรายตลาด</p> <p>10. การกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า เน้นการใช้กลยุทธ์พันธมิตรหุ้นส่วน (Strategic Partnership) สร้างผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น การเจรจา FTA</p>	<p>แนวโน้มเศรษฐกิจ:</p> <p>ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการเยอรมัน กลับมาดีขึ้นเรื่อยๆ โดยดัชนีผู้ประกอบการ ifo ขยายตัวขึ้นเป็น 86.2 จุด จากเดิมที่อยู่ที่ 79.7 จุด โดยเป็นการขยายตัวที่เร็วที่สุด เท่าที่เคยมีการวัดค่าดัชนีผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า สถานการณ์ทางการค้า เริ่มกลับมาดีขึ้นอีกครั้ง และคาดการณ์ว่า ในอนาคต จะดีขึ้นไปอีก ภาคเศรษฐกิจของประเทศเยอรมัน เริ่มกลับมาเห็นโอกาส และแสงสว่างอีกครั้ง</p> <p>ดัชนีธุรกิจสินค้า intermediate goods ของประเทศเยอรมนี (สินค้าที่นำไปประกอบ หรือเป็นส่วนประกอบเพื่อผลิต สินค้าสำเร็จรูปอีก) กลับมาขยายตัวขึ้นอย่างก้าวกระโดด ส่วนใหญ่เป็นผลจากการคาดการณ์สถานการณ์เศรษฐกิจในอนาคตเป็นหลัก ซึ่งไม่เคยมีค่าคาดการณ์ที่ขยายตัวเร็วขนาดนี้มาก่อน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ยังคาดการณ์ว่า สถานการณ์การค้าในปัจจุบัน ยังไม่ได้ดีมากนัก</p> <p>ดัชนีธุรกิจบริการ ขยายตัวขึ้นอีกครั้งต่อเนื่อง ส่วนใหญ่เป็นเพราะ การคาดการณ์สถานการณ์เศรษฐกิจในช่วงครึ่งปีหลัง เป็นเชิงบวก อีกทั้ง สถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน ก็เริ่มกลับมาดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด</p> <p>ดัชนีการค้า กลับมาขยายตัวขึ้นอีกครั้ง โดย มาจากการประเมินปริมาณสินค้าในคลังโกดัง และการคาดการณ์ผลประกอบการธุรกิจในอนาคต เป็นหลัก โดยมีการขยายตัวขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา อย่างต่อเนื่อง แม้ว่าผู้ประกอบการส่วนหนึ่ง จะคาดการณ์ว่า สถานการณ์การค้า จะยังคงไม่ดีขึ้น โดยในกลุ่มค้าปลีกได้มีการคาดการณ์ว่า จะไม่ดีขึ้นกว่ากลุ่มค้าส่ง</p> <p>ดัชนีธุรกิจก่อสร้าง เริ่มกลับมาขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่มาจากการลดการประเมินเชิงลบลง ทั้งนี้บริษัทก่อสร้างส่วนใหญ่ คาดการณ์ว่า สถานการณ์ในปัจจุบัน ดีขึ้นกว่าเดือนที่ผ่านมา</p>
<p>3.2 กิจกรรมในปี 2019 ช่วงเดือน มิถุนายน</p> <p><u>สคต.เบอร์ลิน</u></p> <p>1. ส่งเสริมการขายสินค้า OTOP ทาง Online ผ่านการเผยแพร่ ภาพยนตร์สั้นและนำเสนอผ่านช่อง Youtube: https://www.youtube.com/channel/UC1hqt6ayrv7VWY14d0f2cuw</p> <p>2. ประสานนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล แจ้งสรุปข้อมูลความคืบหน้าในการจัดงาน และการเดินทางเข้าร่วมงานงาน Bangkok Gems & Jewelry 2020 ซึ่งจะจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 7 - 11 ก.ย. 63</p> <p>3. ประสานนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล แจ้งสรุปข้อมูลความคืบหน้าในการจัดงาน และการเดินทางเข้าร่วมงานงานแสดงสินค้า Thaifex - Anuga Asia 2020 ซึ่งจะจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 22 -26 ก.ย. 63</p> <p>4. ทหารือผ่าน Video Conference ร่วมกับ บริษัท Barracuda Stylecompany บริษัทผู้นำเข้า/ขายส่ง/ขายปลีกสินค้าเครื่องประดับตกแต่งบ้าน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นในการดำเนินธุรกิจสินค้า lifestyle ในประเทศเยอรมนี</p> <p>5. ทหารือผ่านทาง Video Conference ร่วมกับ บริษัท MACO-Möbel Vertriebs GmbH ปัจจุบัน ดำเนินธุรกิจนำเข้า คำส่ง/ปลีกสินค้าเฟอร์นิเจอร์ เฟอร์นิเจอร์ครัวและ</p>	<p>สถานการณ์การค้า:</p> <p>สัญญาณต่างๆ ได้เข้ามาทำลายโครงสร้างเศรษฐกิจ และการค้าแบบเก่า ได้ปรากฏเริ่มชัดเจนขึ้นเรื่อยๆ ประการแรก การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโลก ที่ลดตัวลง เป็นตัวเร่งให้ความอ่อนแอของหลายๆ ประเทศ แสดงออกมาให้เห็นชัดเจนขึ้น ซึ่งก็จะเพิ่มหนักขึ้นเรื่อยๆ กับประเทศที่ภาคธุรกิจมีความผูกพันกับช่องทางการจำหน่ายสินค้าในต่างแดน และผูกพันกับผู้ผลิตชิ้นส่วน และวัตถุดิบข้ามเขตแดน</p> <p>บริษัทให้คำปรึกษา EY แสดงข้อมูลว่า บริษัทจำนวนมาก ใช้สถานการณ์ในปัจจุบัน มาเป็นบทเรียน และเริ่มการตรวจสอบความมั่นคง และโครงสร้างของระบบ Supply Chain</p> <p>ประการสอง ภาคอุตสาหกรรมรถยนต์เยอรมัน พอใจความสำเร็จในอดีตมากเกินไป และปรับตัวเข้าหารูปแบบการขับเคลื่อนที่ทันสมัยได้ช้าไป ซึ่งเสี่ยงที่จะสูญเสียอำนาจในตลาดนานาชาติ โดยจากวิกฤติ Covid-19 ส่งผลให้หลายๆ ประเทศ ต้องใช้นโยบาย Shutdown เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ จนกระทบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจของเยอรมนี ที่เริ่มกลับมาขยายตัวขึ้นช้าๆ หลังจากปี 2009 - 2019 ก็กลายเป็นหยุดชะงักทันที และยังไม่มีความโน้มถ่วงเศรษฐกิจจะกลับมาขยายตัวได้เท่ากับช่วงก่อนวิกฤติ ได้อย่างรวดเร็วได้อีกครั้ง</p> <p>สถานการณ์การลงทุน:</p> <p>มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ การลงทุน ที่รัฐบาล วางแผนจะใช้เงินงบประมาณในปี 2020 ขยับปรับแผนมากขึ้นเป็น 509.3 พันล้าน เนื่องจากก่อนหน้านี้วิกฤติ รว.คลัง ได้วางแผนที่จะใช้เงินงบประมาณ เพียง 362 พันล้านยูโร โดย ให้เหตุผลว่า ได้ปรับแผนการใช้งบประมาณที่จะใช้ในปี 2021 หรือปีต่อไป มาใช้ให้</p>

<p>ของตกแต่งบ้าน/สวน, ธุรกิจห้างสรรพสินค้า และธุรกิจบริการเช่ารถพ่วง เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล และความคิดเห็นในการดำเนินธุรกิจสินค้าเฟอร์นิเจอร์ เฟอร์นิเจอร์ครัวและของตกแต่งบ้าน/สวน ในประเทศเยอรมนี</p> <p>6. ประสานร้านอาหารไทย ที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select ประชาสัมพันธ์เชิงชีวชน เข้าร่วมการกิจกรรมสัมมนาออนไลน์ เรื่อง เล่าอาหารไทย จากไทยสู่เยอรมนี วิถีชีวิตใหม่กับธุรกิจอาหาร จัดโดย สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเบอร์ลิน</p>	<p>เร็วขึ้น เช่น การใช้เงินในกองทุนพัฒนาพลังงาน และรักษาสภาพอากาศ เป็นต้น</p> <p>รัฐบาลเยอรมัน ออกมาย้ำว่า จะต้องรับนำเงินงบประมาณที่เพิ่มขึ้นหลายพันล้านยูโร ออกไปใช้ทันที และป้องกันไม่ให้เกิดการหยุดชะงักในการลงทุน โดยได้ชี้แจงไว้ในร่างกฎหมายว่า “กิจกรรมต่างๆ ในโครงการเพื่อการสนับสนุนเศรษฐกิจ และการจัดการกับวิกฤติ จะประสบความสำเร็จได้ ก็ต่อเมื่อ ถูกนำไปใช้ได้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์อย่างรวดเร็ว” ซึ่งหมายความว่า จะไม่ใช้เงินงบประมาณ ข้ามปีต่อไป “ไม่อย่างนั้น ก็ไม่ควรที่จะเรียกเงินงบประมาณว่า มาตราการกระตุ้นเศรษฐกิจ และการจัดการกับวิกฤติ”</p>
<p>7. จัดทำแผนนัดหมาย ประชุมผ่านทางระบบ VDO ร่วมกับผู้บริหาร บริษัท C.P. Intertrade อันเนื่องมาจาก ที่บริษัท มีความต้องการขอคำปรึกษา ในเรื่องการตลาด และโอกาสทางการค้า ของธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม ในประเทศเยอรมนี</p> <p>8. ประสาน และหาหรือผู้เกี่ยวข้องฝ่ายเยอรมัน เพื่อวางแผนเกี่ยวกับรูปแบบ และช่วงเวลาการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมผ่านทางสื่อออนไลน์ ตามโครงการบูรณาการกลุ่มประเทศยุโรปฯ HORECA 2020 เพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดกิจกรรมฯ ผ่านช่องทางออนไลน์</p> <p>9. ประสานสื่อฯ นิตยสาร เรื่องการปรับเปลี่ยนช่วงเวลาโฆษณาผ่านสื่อ Online แบบผสม ผ่านทางสื่อเว็บไซต์ นิตยสาร เยอรมัน Feinschmecker เป็นระยะเวลา 4 สัปดาห์ เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าเกษตร อาหารอุตสาหกรรม และสินค้าศาลาเพื่อการส่งออก</p> <p>10. ประสานผู้นำเข้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อเชิญชวน และสอบถามความคืบหน้า การเข้าร่วมเจรจาการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ตามโครงการจับคู่เจรจาการค้า สินค้าไลฟ์สไตล์ และแฟชั่น ผ่านช่องทางออนไลน์</p>	<p>มีบริษัทไทยที่เข้าไปลงทุนในเยอรมนี ได้แก่ 1.) Thai Union ถือหุ้น 51% ในบริษัทอาหารทะเล Rügen Fisch อีกทั้งยังเป็นเจ้าของบริษัท 2.) Marine Nutrients GmbH อีกด้วย 3.) คาร์เปท อินเตอร์เนชั่นแนล ไทยแลนด์ จำกัด (มหาชน) 4.) แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) 5.) บริษัท กลุ่มเซนทรัล 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>สกต.แฟรงก์เฟิร์ต</p> <p>1. ทหารือกับ Mr.Joerg Punge ตำแหน่ง CEO บริษัท Bioraum GmbH ผู้จัดจำหน่ายพื้นไม้ ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษา และทำความสะอาดสำหรับพื้นไม้ อาหาร และเสื้อผ้า ณ เมือง Müllheim ประเทศเยอรมนี</p> <p>2. ทหารือกับ Mr.Günter Scheffel Publisher's Representative บริษัท LPV GmbH (นิตยสาร Lebensmittelpraxis) เป็นนิตยสารเฉพาะทางสำหรับการค้าปลีกและอุตสาหกรรมอาหาร</p> <p>3. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Medica 2020 (16-19 พ.ย. 2563)</p> <p>4. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Frankfurt Book Fair 2020 (14 -18 ต.ค. 2563)</p> <p>5. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า BIOFACH 2021 (17-20 ก.พ. 2564)</p> <p>6. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Automechanika Fair 2020 (8-12 ก.ย.2563)</p>	

<p>7. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Beauty Dusseldorf 2020 (18-20 ก.ย. 2563)</p> <p>8. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Anuga Fair 2021 (9-13 ต.ค.2564)</p> <p>9. ดำเนินการออกแบบ Banner และลงประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok October 2020 (21-25 ต.ค. 2563) บนเฟซบุ๊ก สคต.</p> <p>10. ดำเนินการลงประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair 2020 (7-11 ก.ย. 2563) บนนิตยสาร GZ เดือน มิ.ย. 63 และเว็บไซต์ gzs-online.de</p> <p>11. ดำเนินการดำเนินการประชาสัมพันธ์ Thailand Weeks – Eat Thai & Drink Thai กิจกรรมส่งเสริมการขายและการขยายผลในสื่อหรือโซเชียลมีเดียของร้านอาหารไทยในรัฐไบเอิร์นและรัฐบาเดิน เวือร์ทเทมแบร์ก บน Facebook ของสำนักงาน</p>	
---	--

5. สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศไทยกับเยอรมนี									
เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	2019	2020		2019	2020		2019	2020	
		(ม.ค.-พ.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-พ.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-พ.ค.)	+/- (%)
	10,825.21	3,933.30	-13.77	4,537.11	1,703.48	-10.28	6,288.10	2,229.82	-16.26
ที่มา: MenuCom									

6. สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดเยอรมนีปี 2019 – ปี 2020 (หน่วย: ล้าน USD)					
อันดับ	สินค้า	2019	2019 (ม.ค.-พ.ค.)	2020 (ม.ค.-พ.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-พ.ค.)
1	อัญมณีและเครื่องประดับ	588.6	192.1	226.8	18.02
2	แผงวงจรไฟฟ้า	462.2	201.0	175.5	-12.69
3	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	496.6	211.6	151.9	-28.19
4	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่อง	162.4	80.4	88.3	9.82
5	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	283.8	106.1	74.0	-30.20
6	เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและ	109.5	45.1	73.4	62.67
7	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	183.5	76.7	69.8	-8.96
8	ผลิตภัณฑ์ยาง	172.2	82.7	63.7	-22.95
9	ก๊อก วาล์วและส่วนประกอบ	144.8	61.2	52.2	-14.66
10	เลนส์	113.2	49.4	34.0	-31.19
ที่มา: MenuCom					

7. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดเยอรมนีปี 2019 – ปี 2020 (หน่วย: ล้าน USD)					
อันดับ	สินค้า	2019	2019 (ม.ค.-พ.ค.)	2020 (ม.ค.-พ.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-พ.ค.)
1	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,275.3	547.5	465.8	-14.92
2	เคมีภัณฑ์	578.0	235.1	242.3	3.07
3	ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	766.0	348.7	240.5	-31.01
4	เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	701.8	286.9	228.2	-20.47
5	ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	414.7	178.8	176.4	-1.33
6	เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การ	424.8	183.7	123.1	-33.01
7	แผงวงจรไฟฟ้า	192.2	81.2	68.7	-15.36
8	รถยนต์นั่ง	167.3	69.4	59.5	-14.29
9	ผลิตภัณฑ์โลหะ	165.7	67.7	58.2	-14.14
10	เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้และทองคำ	186.5	75.0	52.4	-30.13
ที่มา: MenuCom					

Updated วันที่ 30 มิ.ย. 63

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