ประเทศอินโดนีเซีย



(1) ข้อมูลทั่วไป

เมืองหลวง : จาการ์ตา

พื้นที่ : ประมาณ 1.9 ล้านตารางกิโลเมตร

ประชากร : 269 ล้านคน

ภาษาราชการ : บาฮาซา อินโดนีเซีย

เมืองสำคัญ : สุราบายา (เมืองใหญ่อันดับ 2-ชวาตะวันออก) บันดุง (เมืองใหญ่อันดับ 3-ชวาตะวันตก) เมดาน (เมืองใหญ่อันดับ 4 –เกาะสุมาตรา)

ระบอบการปกครอง : ระบอบสาธารณรัฐแบบประชาธิปไตย

ประธานาธิบดี : โจโก วิโดโด (Joko Widodo)

อัตราแลกเปลี่ยน: 1,000 รูเปียห์ เท่ากับ 2.2416 บาท (อัตราขายเฉลี่ย ณ 29/09/63)

ทรัพยากรธรรมชาติ: ถ่านหิน ก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน ป่าไม้ แร่ธาตุ (ทองแดง นิกเกิล อลูมิเนียม) หินชอล์ก

(2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจอินโดนีเซีย

	ปี 2019	ปี 2020	ปี 2021
GDP (US$bn) Current Prices	1,111.713	1,204.830	1,297.175
GDP Per Capita (US$)	3,735.64	3,778.13	4,167.80
GDP growth (%)	5.025	0.499	8.204
Goods & services exports (%)	0.849	3.325	5.739
Inflation (%)	2.82	2.87	2.937
Unemployment	5.28	7.5	6.0

สินค้าส่งออกที่สำคัญ : น้ำมันปาล์ม ถ่านหิน ก๊าซธรรมชาติ น้ำมันปิโตรเลียม แร่ธาตุ

สินค้านำเข้าที่สำคัญ : น้ำมันสำเร็จรูป น้ำมันดิบ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ตลาดส่งออกที่สำคัญของอินโดนีเซีย : จีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น อินเดีย (ไทย อันดับที่ 9)

ตลาดนำเข้าที่สำคัญของอินโดนีเซีย : จีน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย ไทย

(3) <u>ยุทธศาสตร์/กิจกรรม</u>

<u>ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ (ตลาดอาเซียน)</u>

1. Branding: รักษา Brand Momentum ส่งเสริมและรักษาภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทย ให้เป็นที่ยอมรับและนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ และงานแสดงสินค้าอื่น ๆ ที่ไทยเข้าร่วม

2. สนับสนุน SMEs from Local to Global

2.1 ส่งเสริมให้ SMEs ไทยมีโอกาสเปิดตลาดสินค้าในอาเซียนมากขึ้น ผ่านการพัฒนาศักยภาพทั้งสินค้าและผู้ประกอบการ พร้อมทั้งเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Top Thai Brands, Mini Thailand Week และผ่านช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในแต่ละประเทศ

2.2 Strategic Partnership for MSMEs

- สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับกลุ่มนักธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจการค้าการลงทุนในอนาคตในแต่ละประเทศ เช่น กลุ่ม Super Rich และกลุ่ม Young Executives ในกรอบความร่วมมือ ACMECS และกลุ่ม Startups ในสิงคโปร์

- สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานภาครัฐ สมาคมการค้ารายใหม่ ๆ กลุ่มธุรกิจใหม่ ๆ ที่มีบทบาทมากขึ้นเพื่อขยายการค้าการลงทุนของไทย

3. ขยายความร่วมมือทางการค้าในโอกาสการเป็นประธานอาเซียน

4. ส่งเสริมการส่งออกสินค้าใหม่ ๆ ส่งเสริมการส่งออกสินค้านวัตกรรมต่าง ๆ ที่ไทยได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ในยุค Digital Economy

5. บุกเจาะตลาดเมืองรอง: ดาเวา เซบู ของฟิลิปปินส์ เสียมราฐของกัมพูชา สุราบายา ของอินโดนีเซีย ซาบาห์ ซาราวักของมาเลเซีย มัณฑะเลย์และตองยีของเมียนมา ฯลฯ

<u>กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (ปีงบประมาณ 2563)</u>

- โครงการบุกเจาะตลาดอินโดนีเซียผ่านช่องทาง E-Platform: Blibli.com ภายใต้โครงการบุกเจาะตลาดการค้าออนไลน์ในภูมิภาคอาเซียน (ส.ค. 63)
- โครงการ Online Business Matching สินค้าฮาลาล (ก.ย. 63)

(4) <u>สถานการณ์เศรษฐกิจ</u>

- กระทรวงการค้าอินโดนีเซีย (MoT) ออกกฎระเบียบฉบับที่ 59 ปี 2020 อนุญาตให้นำเข้าสินค้าภาคผลิตบางชนิดในอุตสาหกรรมบางประเภทเท่านั้น เพื่อแก้ไขกฎระเบียบกระทรวงการค้าอินโดนีเซีย ฉบับที่ 118/M-DAG/PER/12/2015 ว่าด้วยการนำเข้าสินค้าภาคผลิตตามเกณฑ์ 3 ประการ ได้แก่ สินค้าประกอบกัน (complementary goods) สินค้าที่ใช้สำหรับการทดลองตลาด (goods used for market testing) และสินค้าเพื่อการบริการหลังการขาย (goods for after-sales service purposes) ซึ่งอนุญาตให้อุตสาหกรรมทุกประเภทนำเข้าสินค้าภาคผลิตที่เข้าข่ายหลักเกณฑ์ดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ภายใต้กฎระเบียบกระทรวงการค้าฉบับที่ 59 ปี 2020 รัฐบาลได้จำกัดจำนวนอุตสาหกรรม โดยคาดว่ากฎระเบียบดังกล่าวจะกระตุ้นภาคการผลิตภายในประเทศซึ่งกำลังการผลิตลดลงจากการแพร่ระบาดของ COVID-19
- หน่วยงานยาและอาหารของอินโดนีเซีย (BPOM) ออกกฎระเบียบฉบับที่ 12 ปี 2020 เมื่อปลายเดือนมิถุนายน 2563 กำหนดหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตสำหรับธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอินโดนีเซีย โดยใบอนุญาตจะอยู่ในรูปแบบการแจ้งเตือน (Notification) และออกแบบมาเพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทั้งหมดที่จำหน่ายในอินโดนีเซียปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดโดย BPOM คำนึงถึงความปลอดภัยผลิตภัณฑ์ คุณภาพ รูปแบบ และวัตถุประสงค์ ผู้ที่สามารถยื่นขอการแจ้งเตือน ได้แก่ ผู้ผลิตเครื่องสำอางในอินโดนีเซีย ธุรกิจเครื่องสำอางที่มีสัญญาการผลิตกับผู้ผลิตต่างประเทศหรือในประเทศ ผู้นำเข้าเครื่องสำอาง ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางต้องมีตรารับรองฮาลาล ภายใต้พระราชบัญญัติการรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลฉบับที่ 33/2014 ของอินโดนีเซีย ตั้งแต่วันที่ 17 ตุลาคม 2562 ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคและบริการที่เกี่ยวข้องต่างๆ ต้องได้รับการรับรองฮาลาล โดยผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและยาจะมีผลบังคับใช้ในปี 2565
- ในปี 2564 รัฐบาลจะเพิ่มงบประมาณด้านสาธารณสุข 170 ล้านล้านรูเปียห์ หรือร้อยละ 6.2 ของงบประมาณ เพื่อรับมือกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 และเสริมสร้างการป้องกัน การตรวจสอบ และการตอบสนองกับโรคต่างๆ นอกจากนี้ จะจัดสรรงบประมาณ 414 ล้านล้านรูเปียห์ สำหรับสาธารณูปโภคดิจิทัลและการสื่อสาร สาธารณสุข น้ำ สุขาภิบาล ที่อยู่อาศัย และสนับสนุนด้านอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว งบประมาณ 30.5 ล้านล้านรูเปียห์สำหรับการปฏิรูปกระบวนการของรัฐบาลเป็นระบบดิจิทัล รวมทั้งขยายเครือข่ายโทรศัพท์ 4G ให้ครอบคลุมชุมชนหมู่บ้านในชนบทต่างๆ งบประมาณ 104 ล้านล้านรูเปียห์สำหรับโครงการต่างๆ เพื่อเพิ่มความมั่นคงด้านอาหารของอินโดนีเซีย ทั้งการส่งเสริมการผลิตอาหารโดยการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและเทคโนโลยี การฟื้นฟูระบบอาหารของประเทศ โดยการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างเกษตรกรและชาวประมง การจำหน่ายอาหาร รวมถึงการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมอาหารเพื่อเพิ่มผลผลิต
- รัฐบาลจะดำเนินโครงการฟื้นฟูเศรษฐกิจแห่งชาติ (PEN) อย่างต่อเนื่องในปี 2564 โดยการโอนเงินสดให้แก่ผู้ยากไร้และคนว่างงาน ตลอดจนการสนับสนุนทางการเงินแก่ธุรกิจ โครงการนี้เป็นส่วนเพิ่มจากงบประมาณปกติ โดยรัฐบาลจัดสรรงบประมาณ 357 ล้านล้านรูเปียห์ หรือประมาณครึ่งหนึ่งของงบประมาณการใช้จ่ายของรัฐที่กำหนดสำหรับปีนี้ที่ 692.5 ล้านล้านรูเปียห์ นอกจากนี้ ภายใต้โครงการฟื้นฟูฯ รัฐบาลจัดสรรเงินสำหรับวัคซีน การวิจัยและการพัฒนาด้านสาธารณสุข สร้างห้องปฏิบัติการ และเงินอุดหนุนสำหรับ BPJS Kesehatan

(5) สถานการณ์การค้าระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย

เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
ปี 2020 (%)	ปี 2019	ปี 2020		ปี 2019	ปี 2020		ปี 2019	ปี 2020	
		ม.ค.-ส.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ส.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ส.ค.	+/- (%)
	16,325.99 (-10.30)	9,298.87	-15.57	9,105.18 (-11.15)	5,618.73	-7.14	7,220.81 (-9.21)	3,680.14	-25.85

(6) สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดอินโดนีเซีย ปี 2019 – ปี 2020 หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2019	ปี 2019 ม.ค.-ส.ค.	ปี 2020 ม.ค.-ส.ค.	ปี 2020 +/- (%) ม.ค.-ส.ค.
1. อากาศยาน ยานอวกาศ และส่วนประกอบ	117.68	8.01	1,389.35	17,245.19
2. น้ำตาลทราย	1,024.58	714.57	565.02	-20.93
3. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,388.99	937.63	473.82	-49.47
4. เม็ดพลาสติก	821.77	548.74	398.37	-27.40
5. เคมีภัณฑ์	707.34	496.44	309.42	-37.67
6. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	539.68	370.02	228.52	-38.24
7. เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	305.75	198.68	152.35	-23.32
8. เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ	428.10	294.53	148.42	-49.61
9. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	341.63	222.31	145.56	-34.52
10. ผลิตภัณฑ์พลาสติก	223.39	149.22	113.98	-23.62
การส่งออกรวม	**9,105.18**	**6,050.78**	**5,618.73**	**-7.14**

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

(7) สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดอินโดนีเซีย ปี 2019 – ปี 2020 หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2019	ปี 2019 ม.ค.-ส.ค.	ปี 2020 ม.ค.-ส.ค.	ปี 2020 +/- (%) ม.ค.-ส.ค.
1. ถ่านหิน	960.37	681.37	613.27	-9.99
2. น้ำมันดิบ	708.94	499.32	308.35	-38.25
3. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	519.62	349.85	259.56	-25.81
4. ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	573.87	398.55	228.66	-42.63
5. เคมีภัณฑ์	391.56	291.80	193.47	-33.70
6. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	216.81	143.72	180.68	25.72
7. สินแร่โลหะอื่นๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	259.86	176.23	149.47	-15.18
8. เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	195.54	136.82	142.82	4.39
9. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	258.06	168.02	133.87	-20.32
10. รถยนต์นั่ง	418.90	221.99	106.13	-52.19
การนำเข้ารวม	**7,220.81**	**4,963.27**	**3,680.14**	**-25.85**

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร