

ประเทศอินโดนีเซีย



(1) ข้อมูลทั่วไป

เมืองหลวง : จาการ์ตา
พื้นที่ : ประมาณ 1.9 ล้านตารางกิโลเมตร
ประชากร : 269 ล้านคน
ภาษาราชการ : ภาษาอินโดนีเซีย
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 2.4031 บาท (อัตราขายเฉลี่ย ณ 22/11/65)
ทรัพยากรธรรมชาติ : ถ่านหิน ก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน ป่าไม้ แร่ธาตุ (ทองแดง นิกเกิล อลูมิเนียม) หินชอล์ก

(2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจอินโดนีเซีย

	ปี 2021	ปี 2022	ปี 2023
GDP (US\$bn) Current Prices	1,150.25	1,247.35	1,356.34
GDP Per Capita (US\$)	4,224.98	4,538.15	4,888.90
GDP growth (%)	3.20	5.94	6.36
Goods & services exports (%)	8.89	5.68	5.50
Inflation (%)	1.55	2.84	3.20
Unemployment	6.60	6.00	5.60

สินค้าส่งออกที่สำคัญ : น้ำมันปาล์ม ถ่านหิน ก๊าซธรรมชาติ น้ำมันปิโตรเลียม แร่ธาตุ
สินค้านำเข้าที่สำคัญ : น้ำมันสำเร็จรูป น้ำมันดิบ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
ตลาดส่งออกที่สำคัญของอินโดนีเซีย : จีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น อินเดีย (ไทย อันดับที่ 9)
ตลาดนำเข้าที่สำคัญของอินโดนีเซีย : จีน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ (ไทย อันดับที่ 8)

(3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

แผนผลักดันการส่งออกเชิงรุกและเชิงลึก (ตลาดอาเซียน) 98 กิจกรรม

1. แผนเชิงรุก 72 กิจกรรม

- 1.1 การค้าออนไลน์เพื่อเร่งรัดการส่งออกในยุค New Normal สุวีอาเซียน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Lazada/Redmart (สิงคโปร์)/ Shopee (เวียดนาม) รวมทั้งจัดตั้งร้าน TopThai Store บนแพลตฟอร์ม Kiangthai (กัมพูชา) และแพลตฟอร์ม Shopee (มาเลเซีย)
- 1.2 การเชิญผู้นำเข้าเข้าร่วมกิจกรรม OBM สินค้าและบริการเป้าหมาย อาทิ สินค้าอาหารแห่งอนาคต สินค้า BCG สินค้าสุขภาพ และสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์
- 1.3 การส่งเสริม Soft Power ส่งเสริมอาหารไทยผ่านช่องทางต่าง ๆ
- 1.4 จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ทางการค้า เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์ตลาดนำการผลิต

1.5 การประชุม Networking และ การประชุม JTC

2. แผนเชิงลึก 26 กิจกรรม

- 2.1 การเจาะตลาดเมืองรอง ได้แก่ เมืองพระตะบอง (กัมพูชา)/ แขวงสะหวันนะเขต (สปป.ลาว)/ เมืองนันทะเลย์ (เมียนมา)/ เมืองกว่างนิงห์และดานัง (เวียดนาม)/ เมืองปาล์มบังและสุราบายา (อินโดนีเซีย)/ เมืองเซบู (ฟิลิปปินส์)
 - จัดกิจกรรม In-Store Promotion ร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ เช่น Rimping Supermarket (สปป.ลาว)/ Makro (กัมพูชา)/ Tops Market (เวียดนาม) เน้นการจัดงานในรูปแบบ Hybrid คือ ดำเนินกิจกรรมออฟไลน์ ณ ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มซูเปอร์มาร์เก็ต ในกลุ่มสินค้าศักยภาพใหม่ อาทิ ของใช้ในชีวิตประจำวัน อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
 - จัดงาน Mini Thailand Week ที่กัมพูชา เมียนมา อินโดนีเซีย และเวียดนาม รวมทั้งเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำคัญในประเทศดังกล่าว
- 2.2 จัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าฮาลาล อาทิ การจัด Thailand Pavilion สินค้าฮาลาล ในงาน MIHAS การประสานความร่วมมือตราสัญลักษณ์ฮาลาล ไทย-อินโดนีเซีย
- 2.3 ผลักดันสินค้าและบริการเป้าหมาย อาทิ การส่งเสริมสินค้าอาหารไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในตลาดเวียดนามตอนกลาง การเพิ่มช่องทางตลาดในอินโดนีเซียให้กับมหาวิทยาลัยเอกชนไทย ภายใต้โครงการ Study in Thailand การส่งเสริมการขายตลาดข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวในฟิลิปปินส์ ภายใต้โครงการ Think Rice, Think Thailand

กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (ปีงบประมาณ 2566)

- กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ (เม.ย.-ก.ย. 66)

(4) สถานการณ์เศรษฐกิจ

● นโยบายหลักของรัฐบาลอินโดนีเซียในปัจจุบัน คือ เพิ่มการส่งออก ลดการนำเข้า โดยเร่งพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในประเทศ เพื่อดึงดูดการลงทุนทั้งจากในประเทศและจากต่างประเทศ เพื่อสร้างโอกาสในการจ้างงาน และพัฒนาทักษะแรงงานในประเทศ นอกจากนี้ ยังมีการออกกฎหมาย Omnibus Law เพื่อคลายอุปสรรคการลงทุน ควบคู่กับการลดการนำเข้า ด้วยอุปสรรคของโรคระบาด COVID-19 ทำให้รัฐบาลอินโดนีเซียเร่งออกกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับภาคการผลิตทั้งหมด อาทิ กฎหมายแรงงาน การกำหนดค่าแรงขั้นต่ำ เป็นต้น

● ภายใต้ Government Regulation No.40 of 2021 สำหรับเขตเศรษฐกิจพิเศษในประเทศ (SEZ) ฉบับล่าสุด มุ่งเน้นในการให้แรงจูงใจทางด้านภาษีต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ ให้เข้ามาประกอบการในเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยให้สิทธิพิเศษลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล (CIT) การไม่จัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และการยกเว้นอากรขาเข้า ทั้งนี้ กิจกรรมที่ไม่ได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล จะได้รับสิทธิพิเศษทดแทน ได้แก่ ลดภาษีรายได้ โดยคำนวณจากร้อยละ 30 ของจำนวนเงินลงทุน ระยะเวลาในการคำนวณค่าเสื่อมราคาและสินทรัพย์ กำหนดอัตราภาษีเงินปันผลร้อยละ 10 เว้นแต่จะได้รับการสิทธิอื่นที่มีอัตราต่ำกว่า และขดเขตการค้าทุนสูงสุด 10 ปี นอกจากนี้ ชาวต่างชาติที่มีทักษะพิเศษทำงานในเขตเศรษฐกิจพิเศษและพำนักในอินโดนีเซียเป็นเวลามากกว่า 183 วันในรอบ 12 เดือนสามารถใช้อัตราคำนวณภาษีของอินโดนีเซียได้เป็นเวลา 4 ปี

● ภายใต้ Government Regulation No.29 of 2021 ซึ่งตราขึ้นตามกฎหมาย Omnibus กำหนดให้กระทรวงการค้า (MoT) เป็นหน่วยงานที่ดำเนินการอนุมัติการตรวจสอบ กำหนดข้อผูกพัน และออกใบอนุญาตการนำเข้าและส่งออก

● การดำเนินการนำเข้าหรือส่งออกใช้เพียงหมายเลขประจำตัวธุรกิจ (NIB) โดยสามารถขอรับ NIB ผ่านระบบ Online Single Submission (OSS) ซึ่งก่อนหน้านั้นผู้ประกอบการต้องยื่นขอใบอนุญาตนำเข้าหนึ่งในสามประเภท ได้แก่ ใบอนุญาตนำเข้าทั่วไป (API-U) ใบอนุญาตนำเข้าสำหรับผู้ผลิต (API-P) และใบอนุญาตนำเข้าแบบจำกัด (API-T) ทั้งนี้ ควรตรวจสอบรหัสสินค้าของอินโดนีเซีย Harmonization System (HS) Code สำหรับจำแนกสินค้าทุกประเภท อัตราภาษีและอากรศุลกากร รวมถึงข้อกำหนดการนำเข้าและส่งออกสำหรับผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยเฉพาะ เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางประเภทต้องมีใบอนุญาตหรือการลงทะเบียนเพิ่มเติม

● อินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากร muslim มากที่สุดในโลก ได้ประกาศระเบียบฮาลาล ฉบับใหม่ ซึ่งมีผลบังคับใช้ 5 ปี ระหว่างวันที่ 17 ตุลาคม 2564 – 17 ตุลาคม 2569 โดยครอบคลุมสินค้าเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีเพียงผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม และกระบวนการแปรรูปเนื้อสัตว์ ขยายไปสู่สินค้าสิ้นเปลืองที่มีส่วนผสมของสัตว์ และอาจรวมถึงผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล เสื้อผ้า หมวก เครื่องประดับ อุปกรณ์ในครัวเรือน บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและเครื่องดื่ม เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องเขียนและอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยกำหนดให้ BPJPH เป็นหน่วยงานหลัก และให้ประสานการทำงานกับ Indonesia Ulema Council (MUI) พร้อมทั้งให้อำนาจลงโทษต่อผู้ตรวจสอบมาตรฐานที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดคุณภาพฮาลาล ทั้งนี้ อินโดนีเซียยังไม่ให้การยอมรับตราฮาลาลจากต่างประเทศ ทำให้สินค้าที่นำเข้ามาจำหน่ายในอินโดนีเซียต้องขอรับรองตราฮาลาลจากอินโดนีเซียอีกครั้ง

(5) สถานการณ์การค้าระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย

เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
ปี 2022 (%)	ปี 2021	ปี 2022		ปี 2021	ปี 2022		ปี 2021	ปี 2022	
		ม.ค.-ต.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ต.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ต.ค.	+/- (%)
1.5	17,031.33 (26.91)	17,157.63	23.40	8,918.21 (16.91)	8,894.83	23.27	8,113.12 (40.07)	8,262.80	23.54

(6) สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดอินโดนีเซีย ปี 2021 – ปี 2022

หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2021	ปี 2021 ม.ค.-ต.ค.	ปี 2022 ม.ค.-ต.ค.	ปี 2022 +/- (%) ม.ค.-ต.ค.
1. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,211.19	986.45	1,217.66	23.44
2. น้ำตาลทราย	435.93	348.67	957.49	174.61
3. เม็ดพลาสติก	1,057.79	873.14	889.31	1.85
4. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	590.84	473.35	612.70	29.44
5. เคมีภัณฑ์	656.22	537.95	563.82	4.81
6. อากาศยาน ยานอวกาศ และส่วนประกอบ	237.97	187.88	384.17	104.48
7. เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ	469.95	370.72	368.97	-0.47
8. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	385.43	306.27	328.98	7.42
9. สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	252.66	180.35	292.12	61.97
10. น้ำมันสำเร็จรูป	179.16	134.79	220.84	63.84
การส่งออกรวม	8,918.21	7,215.44	8,894.83	23.27

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

(7) สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดอินโดนีเซีย ปี 2021 – ปี 2022

หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2021	ปี 2021 ม.ค.-ต.ค.	ปี 2022 ม.ค.-ต.ค.	ปี 2022 +/- (%) ม.ค.-ต.ค.
1. ถ่านหิน	1,112.19	867.02	1,586.25	82.95
2. น้ำมันดิบ	1,373.71	1,123.77	1,211.19	7.78
3. เคมีภัณฑ์	561.50	453.46	522.08	15.13
4. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	552.97	454.20	510.82	12.47
5. สินแร่โลหะอื่นๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	482.17	376.23	477.67	26.96
6. ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	480.40	409.83	385.70	-5.89
7. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	296.59	235.91	364.17	54.37
8. รถยนต์นั่ง	191.85	177.93	322.79	81.41
9. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	322.06	268.77	308.55	14.80
10. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	281.02	233.21	249.93	7.17
การนำเข้ารวม	8,113.12	6,688.51	8,262.80	23.54

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร