



# ข่าวเด่นประจำสัปดาห์

สคต. ณ กรุงเทพมหานคร อินโดนีเซีย

วันที่ 18 – 22 พฤษภาคม 2563

\*\*\*\*\*

## การขาดดุลการค้า: ผลกระทบจากการส่งออกถ่านหินและยานพาหนะลดลง

### สรุปข่าว

เดือนเมษายน 2563 อินโดนีเซียขาดดุลการค้า 344 ล้านดอลลาร์สหรัฐหลังจากที่สองเดือนก่อนมีส่วนเกินดุลการค้า เนื่องจากการส่งออกยานพาหนะและถ่านหินของประเทศลดลง ด้วยความต้องการตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ลดลง



ข้อมูลจากสำนักงานสถิติกลาง (BPS) เปิดเผยว่า เดือนเมษายน 2563 เศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีมูลค่าการส่งออก 12,190 ล้านดอลลาร์สหรัฐลดลงร้อยละ 7 และมูลค่าการนำเข้า 12,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐลดลงร้อยละ 6.1 จากปีก่อน โดยมูลค่าการส่งออกยานพาหนะ 283 ล้านดอลลาร์สหรัฐลดลงร้อยละ 60 จากปีก่อน มูลค่าการส่งออกถ่านหิน 1,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐลดลงร้อยละ 25 ขณะที่การส่งออกน้ำมันปาล์ม 1,460 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 22 จากปีก่อน สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่ได้รับประโยชน์จากสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกาเมื่อปีที่ผ่านมา การส่งออกเดือนเมษายน 2563 มูลค่า 216,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐลดลงร้อยละ 39 เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนก่อน

ผลผลิตจากภาคอุตสาหกรรมของอินโดนีเซียลดลงในเดือนมีนาคม 2563 โดย IHS Markit ประกาศดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อของอินโดนีเซีย (Purchasing Manager Index: PMI การประเมินกิจกรรมการผลิต) ลดลง ต่ำที่สุดในรอบเก้าปี (ดัชนีต่ำกว่า 50 แสดงให้เห็นถึงการหดตัว) โดยบริษัทจำนวนมากระงับการดำเนินงาน เนื่องจากรัฐบาลกำหนดมาตรการป้องกันไวรัสที่เข้มงวดในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19

## วิเคราะห์ผลกระทบ โอกาส/แนวทางการปรับตัวของภาครัฐ/ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการไทย

มูลค่าการส่งออกและนำเข้าของอินโดนีเซียเดือนเมษายน 2563 ลดลง ส่งผลให้ขาดดุลการค้า การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้หลายประเทศล็อกดาวน์ และกระทบต่อการส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์ของอินโดนีเซีย โดยเฉพาะยานพาหนะและถ่านหินที่เป็นสินค้าส่งออกหลัก

ที่มา : The Jakarta Post ลงวันที่ 8 พฤษภาคม 2563

\*\*\*\*\*

### ท่ามกลางการแพร่ระบาดของ Covid-19

#### อินโดนีเซียมุ่งมั่นในการพึ่งพาตนเองด้านอุปกรณ์ทางการแพทย์

#### สรุปข่าว

จากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาหรือ Covid-19 โดย ณ วันที่ 17 พฤษภาคม 2563 อินโดนีเซียมีผู้ติดเชื้อ 17,025 ราย และมีผู้เสียชีวิต 1,089 ราย ซึ่งรวมถึงบุคลากรทางการแพทย์จำนวนมาก

คณะทำงานเฉพาะกิจที่รับผิดชอบ Covid-19 เปิดเผยเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2563 มีบุคลากรทางการแพทย์ทั้งสิ้น 55 รายติดเชื้อ ประกอบไปด้วยแพทย์ 38 ราย และนางพยาบาล 12 ราย ซึ่งบุคลากรทางการแพทย์ติดเชื้อจากหลายสาเหตุ รวมถึงจากการรักษาผู้ป่วยที่ไม่ได้แจ้งการเจ็บป่วยที่แท้จริง และการขาดแคลนชุดป้องกันสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ในระหว่างที่ทำการรักษาผู้ป่วย

นอกจากการขาดแคลนชุด PPE แล้วอินโดนีเซียยังขาดแคลนอุปกรณ์ทางการแพทย์อื่น เช่น ชุดตรวจทดสอบ Covid-19 เครื่องช่วยหายใจ หน้ากากอนามัย และยารักษาโรค เป็นต้น



เมื่อต้นเดือนเมษายน 2563 กระทรวงการค้าได้ผ่อนคลายนโยบายการนำเข้าและส่งออกอุปกรณ์ทางการแพทย์ เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนและความต้องการในประเทศที่พุ่งสูงขึ้น โดยกระทรวงการค้าออก Trade Minister's Regulation No. 34 of 2020 ห้ามการส่งออกยาฆ่าเชื้อ ชุด PPE หน้ากากอนามัย วัสดุติบสำหรับหน้ากากอนามัย และเอทิลแอลกอฮอล์ เป็นการชั่วคราวจนถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2563 ในขณะเดียวกัน กระทรวงการค้าออก Trade Minister's Regulation No. 28 of 2020 ยกเว้นข้อกำหนดการยื่น Surveyor Report (LS) สำหรับการนำเข้าหน้ากากอนามัย ผลิตภัณฑ์ PPE และอุปกรณ์ด้านสาธารณสุข เป็นการชั่วคราวจนถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2563

สภาผู้แทนราษฎรของอินโดนีเซีย (DPR) เรียกร้องให้รัฐบาลผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์สำหรับ Covid-19 แทนการพึ่งพาการนำเข้า ซึ่งอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่จำเป็นต้องดำเนินการผลิตจำนวนมาก รวมถึง ชุดตรวจทดสอบ PCR, RT Lamp, Turbidimetry and Colorimetric-based test kits, non-PCR Rapid Diagnostic Test Kits (RDT), เครื่องช่วยหายใจ, mobile BSL-2 Laboratory, powered air-purifying respirators และชุด PPE นอกจากนี้ เรียกร้องให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวิจัยและเทคโนโลยีดำเนินการวิจัยที่นำไปสู่การผลิตวัตถุดิบสำหรับเวชภัณฑ์เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งด้านสุขภาพในประเทศ โดยเรียกร้องให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมให้ความช่วยเหลือการทำงานร่วมกับภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อเร่งพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการจัดการและรับมือการแพร่ระบาดของ Covid-19

กระทรวงอุตสาหกรรมร่วมมือกับทีมงานจากมหาวิทยาลัย 4 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัย Gadjah Mada Jagja, มหาวิทยาลัย University of Indonesia, สถาบันเทคโนโลยีบันดุง และสถาบันเทคโนโลยี Surabaya Sepuluh November สำหรับการผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์จำนวนมาก



โดยมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งกำลังพัฒนาเครื่องช่วยหายใจและอยู่ระหว่างการทดสอบและหาวิธีภาคอุตสาหกรรมเพื่อการผลิตจำนวนมาก หวังว่าในอนาคตอันใกล้จะสามารถผลิตเครื่องช่วยหายใจได้อย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ ในขณะเดียวกัน มหาวิทยาลัยอินโดนีเซีย (UI) จะผลิตเครื่องช่วยหายใจราคาต่ำ COVENT-20 โดยตั้งเป้าหมายการผลิตเครื่องช่วยหายใจเดือนละ 1,000 เครื่องเพื่อแจกจ่ายให้แก่โรงพยาบาลต่างๆ นอกจากนี้ PT Len Industri, PT Pindad และ PT Dirgantara Indonesia (PTDI) รัฐวิสาหกิจเพื่ออุตสาหกรรมเชิงยุทธศาสตร์แสดงความพร้อมในการผลิตเครื่องช่วยหายใจสำหรับผู้ป่วย COVID-19 กว่าพันเครื่อง ส่วนผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางเริ่มปรับทิศทางธุรกิจ โดยผลิตชุดป้องกัน PPE เพื่อต่อสู้กับ COVID-19

### วิเคราะห์ผลกระทบ โอกาส/แนวทางการปรับตัวของภาครัฐ/ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการไทย

อินโดนีเซียขาดแคลนอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์เพื่อรับมือกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้รัฐบาลเร่งพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์และยา โดยสนับสนุนการใช้วัตถุดิบและวัสดุสำหรับการผลิตที่มีในประเทศทดแทนการนำเข้าวัตถุดิบและอุปกรณ์จากต่างประเทศ

ที่มา : Tempo.co ลงวันที่ 17 พฤษภาคม 2563

\*\*\*\*\*

## บริษัทต่างหันมาทำการตลาดแบบดิจิทัลในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19

### สรุปข่าว

ธุรกิจอินโดนีเซียหันมาทำการตลาดแบบดิจิทัลในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 เนื่องจากผู้บริโภคหันมาใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น จากการสำรวจโดย Mobile Marketing Association (MMA) และ SurveySensum เมื่อเดือนเมษายน 2563 พบว่า ธุรกิจในประเทศมุ่งเน้นไปที่สื่อดิจิทัลเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในช่วงวิกฤตด้านสุขภาพ (ซึ่งปกติที่ผ่านมามักพึ่งพาการโฆษณาทางโทรทัศน์) และคาดว่าจะการตลาดแบบดิจิทัลจะอยู่ได้อีกนาน โดยนักธุรกิจอินโดนีเซียเชื่อว่าการตลาดดิจิทัลมีศักยภาพที่จะช่วยสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG) และบริษัทค้าปลีก ในขณะที่ผู้ให้บริการทางการเงินระบุว่า การตลาดดิจิทัลช่วยสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในแบรนด์ของตน

## Digital media roles in marketing

Most businesses use digital marketing to build brand awareness

Digital media role in marketing	Total APAC	India	Indonesia	Singapore	Vietnam
Build brand awareness and recall	68%	66%	68%	76%	61%
Share knowledge with consumer	52%	51%	53%	48%	58%
Build emotional connection	52%	50%	47%	65%	47%
Instill trust in brand	43%	41%	37%	54%	41%
Provide online service/delivery at doorstep	40%	37%	37%	50%	38%

Table: JP/Eisya Elokari • Source: Mobile Marketing Association (MMA) and SurveySensum • Created with [Datawranner](#)

การสำรวจของ MMA ก่อนหน้านี้พบว่า มีลูกค้าที่สำรวจร้อยละ 70 พยายามที่จะใช้บริการดิจิทัลเป็นครั้งแรกในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งรวมถึงแอปพลิเคชันฟิตเนส สื่อบันเทิงดิจิทัล ซอฟต์แวร์ทำงานจากที่บ้าน และการบริการด้านการศึกษาออนไลน์ โดยบริษัทต่างๆ สามารถเพิ่มการโฆษณาในเกมส์เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุน้อย แนวโน้มนี้พบได้ในประเทศแถบเอเชีย เช่น อินเดีย สิงคโปร์ และเวียดนาม จากการสำรวจธุรกิจ 433 ราย ร้อยละ 95 จัดลำดับความสำคัญแพลตฟอร์มดิจิทัลมากกว่า

โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา และสิ่งพิมพ์ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจร้อยละ 38 ในประเทศที่ทำการสำรวจลดสื่อการโฆษณา เพื่อควบคุมต้นทุนและประหยัดเงิน โดยครึ่งหนึ่งเป็นธุรกิจเดินทางและท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดมากที่สุด รวมทั้งผู้ประกอบการภาคขนส่ง

การสำรวจข้อมูลโดยบริษัท Nielsen พบว่า แพลตฟอร์มตัวเครื่องบินและการท่องเที่ยวอย่าง Tiket.com และ Traveloka ลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาลงร้อยละ 100 ในช่วงสัปดาห์แรกของเดือนธันวาคมเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาของอินโดนีเซียลดลงร้อยละ 25 เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนก่อน เหลือเพียง 3.5 ล้านล้านรูเปียห์ในช่วงสามสัปดาห์แรกของเดือนเมษายนหลังจากที่มีผู้ติดเชื้อ COVID-19 จำนวนเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ บริษัทสำคัญ 4 บริษัทจาก 15 บริษัทที่มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเพิ่มขึ้นในช่วงเดือนธันวาคมของปีนี้ ได้แก่ Shopee Indonesia แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 18 และ Marjan Boudoin แบรินด์น้ำเชื่อมที่มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเพิ่มขึ้นร้อยละ 82



### วิเคราะห์ผลกระทบ โอกาส/แนวทางการปรับตัวของภาครัฐ/ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการไทย

สื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 เนื่องจากผู้บริโภคหันมาใช้บริการต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น ดังนั้น บริษัทต่างๆ ในอินโดนีเซียจึงเลือกใช้สื่อดิจิทัลมากกว่าการโฆษณาแบบเดิมในโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อโฆษณาต่างๆ ในประเทศ

ที่มา : Jakarta Post ลงวันที่ 18 พฤษภาคม 2563

\*\*\*\*\*