

รายงาน

สถานการณ์ตลาดและโอกาสในการส่งออกสินค้าพลาสติก บรรจุภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์ของไทย

สู่ประเทศอินโดนีเซีย

จัดทำโดย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา

1. บทสรุปผู้บริหาร

อินโดนีเซียเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง แต่มีความเข้มงวดในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เคมีบางประเภท เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวร้อยละ 5.61 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 ขณะที่ภาคการผลิตมีสัดส่วนร้อยละ 19.07 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนความต้องการสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว (FMCG) อีคอมเมิร์ซ โลจิสติกส์ ก่อสร้าง ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และภาคการผลิตโดยรวม

ความต้องการนำเข้าของอินโดนีเซียยังคงอยู่ในระดับสูง โดยในปี 2568 การนำเข้าสินค้าพลาสติกภายใต้พิกัด HS 39 มีมูลค่าประมาณ 3.38 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ การนำเข้าเคมีภัณฑ์อินทรีย์ภายใต้พิกัด HS 29 มีมูลค่าประมาณ 2.24 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และการนำเข้าสินค้าภายใต้พิกัด HS 32 ได้แก่ สี สารเคลือบ หมึกพิมพ์ และวัสดุที่เกี่ยวข้อง มีมูลค่าประมาณ 494 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศไทยยังคงเป็นหนึ่งในประเทศคู่ค้าที่มีบทบาทสำคัญในตลาดอินโดนีเซีย อย่างไรก็ตาม โครงสร้างการส่งออกของไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ในบางหมวดสินค้า และยังไม่ครอบคลุมกลุ่มผลิตภัณฑ์อย่างทั่วถึง โดยในกลุ่มสินค้า HS 39 ไทยส่งออกไปยังอินโดนีเซียมีมูลค่าประมาณ 363.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 และยังคงเป็นหนึ่งในผู้จัดหาสินค้าสำคัญของอินโดนีเซีย จุดแข็งของไทยอยู่ที่วัตถุดิบต้นน้ำประเภทโพลิเมอร์และเรซิน ซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับผู้แปรรูปพลาสติก ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ และผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกในอินโดนีเซีย อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติกปลายน้ำและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ไทยยังมีความสามารถในการแข่งขันด้อยกว่าประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะจีน ซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 52-64 ในสินค้าบางประเภท เช่น ฟิล์ม บรรจุภัณฑ์ วัสดุชนิดมีกาวในตัว และผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่น ๆ

สำหรับกลุ่มเคมีภัณฑ์ ไทยยังมีข้อจำกัดด้านส่วนแบ่งตลาด โดยในปี 2568 ไทยมีสัดส่วนการนำเข้าเพียงประมาณร้อยละ 3.3 ของการนำเข้า HS 29 และร้อยละ 3.8 ของการนำเข้า HS 32 ของอินโดนีเซีย ทั้งนี้ ไทยมีบทบาทที่ชัดเจนในกลุ่มเคมีภัณฑ์อินทรีย์ที่เกี่ยวข้องกับปิโตรเคมีบางประเภท สีและวารนิชชนิดที่ไม่ใช้น้ำเป็นตัวกลาง สารอุดรอยรั่ว มาสติก และวัสดุเคมีสำหรับงานก่อสร้าง ขณะที่ยังมีข้อจำกัดในการแข่งขันในกลุ่มสีผง สารให้สี หมึกพิมพ์ และสารตัวกลางเคมีอินทรีย์มูลค่าสูง ซึ่งจีน อินเดีย สิงคโปร์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้มีความได้เปรียบมากกว่า

ภูมิทัศน์การแข่งขันของตลาดอินโดนีเซียมีความหนาแน่นสูง โดยมีทั้งผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ผู้ผลิตปิโตรเคมี ผู้ผลิตสารเคลือบ ผู้จัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์ และผู้ประกอบการด้านวัสดุเฉพาะทางที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในประเทศได้ในหลายด้าน อย่างไรก็ตาม การนำเข้ายังคงมีความจำเป็นในกรณีที่อุปทานภายในประเทศไม่เพียงพอ หรือเมื่อผู้ซื้อมีความต้องการสินค้าเกรดเฉพาะที่ต้องอาศัยสมรรถนะทางเทคนิค ความสม่ำเสมอของ

คุณภาพ และเอกสารด้านกฎระเบียบที่ครบถ้วน ด้วยเหตุนี้ ผู้ส่งออกไทยจึงควรมองบริษัทอินโดนีเซียไม่เพียงในฐานะคู่แข่งเท่านั้น แต่ยังควรพิจารณาเป็นลูกค้า ผู้จัดการจำหน่าย ผู้พัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ และพันธมิตรทางธุรกิจด้านการแปรรูปที่มีศักยภาพ

การเจาะตลาดอินโดนีเซียยังคงมีโอกาสดังกล่าว แต่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมอย่างรอบคอบ โดยควรตรวจสอบการจำแนกพิภพศุลกากร ยืนยันข้อกำหนดการนำเข้าที่เกี่ยวข้อง และจัดเตรียมเอกสารประกอบให้ครบถ้วน ได้แก่ เอกสารข้อมูลทางเทคนิค เอกสารข้อมูลความปลอดภัย ใบรับรองผลการวิเคราะห์ ข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์ รายงานผลการทดสอบ รวมถึงเอกสารรับรองการใช้สัมผัสอาหาร เอกสารรับรองฮาลาล และการตรวจสอบข้อกำหนดมาตรฐาน SNI สำหรับผลิตภัณฑ์เชิงเทคนิคในกรณีที่เกี่ยวข้อง ความพร้อมในการปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะเมื่อนำเสนอสินค้าแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เครื่องสำอาง เกษษณภัณฑ์ ก่อสร้าง และภาคการผลิต

โดยสรุป ผู้ส่งออกไทยควรเข้าสู่ตลาดอินโดนีเซียอย่างมีการคัดเลือก โดยมุ่งเน้นกลุ่มสินค้าที่ไทยมีศักยภาพและได้รับการยอมรับอยู่แล้ว เนื่องจากอินโดนีเซียยังคงพึ่งพาการนำเข้า และผู้ซื้อให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่าย ความเหมาะสมทางเทคนิค ความครบถ้วนของเอกสาร และความสม่ำเสมอของการส่งมอบสินค้า กลุ่มสินค้าที่ควรให้ความสำคัญ ได้แก่ เรซินต้นน้ำ พลาสติกเฉพาะทาง วัสดุชนิดมีกาวในตัว เทป ฉลาก วัตถุดิบสำหรับบรรจุภัณฑ์ระดับคุณภาพอาหาร สารเคลือบ สารอุดรอยร้าว กาว มาสติก และเคมีภัณฑ์สำหรับงานก่อสร้างบางประเภท ทั้งนี้ ผู้ส่งออกไทยควรหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคาในกลุ่มสินค้าโภคภัณฑ์ที่จีนครองตลาด และมุ่งเน้นตลาดเฉพาะ โดยอาศัยความร่วมมือกับผู้จัดจำหน่ายในท้องถิ่น การสร้างความสัมพันธ์โดยตรงกับผู้แปรรูปและผู้พัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการจัดเตรียมเอกสารทางเทคนิคที่ครบถ้วน เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและการขยายตลาดในระยะยาว

2. ภาพรวมตลาดพลาสติก บรรจุภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์บางประเภทของอินโดนีเซีย

อินโดนีเซียมีฐานอุปสงค์ขนาดใหญ่และมีความยืดหยุ่นสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติก วัสดุบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เคมีบางประเภท เศรษฐกิจของประเทศยังคงขยายตัวในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเติบโตร้อยละ 5.61 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ภาคการผลิตยังคงเป็นหนึ่งในเสาหลักของเศรษฐกิจ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 19.07 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และเติบโตร้อยละ 5.04 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ภายในภาคการผลิต กลุ่มเคมีภัณฑ์ เกษษณภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์จากพืชมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 9.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคการผลิต ขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติกมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 1.9 เมื่อพิจารณาร่วมกันแล้ว กลุ่มอุตสาหกรรมย่อยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพลาสติกและเคมีภัณฑ์ภายในฐานอุตสาหกรรมของอินโดนีเซีย

อุปสงค์ได้รับแรงสนับสนุนจากหลายภาคอุตสาหกรรมปลายน้ำ ไม่ได้พึ่งพาตลาดปลายทางเพียงกลุ่มเดียว ภาคธุรกิจที่ขับเคลื่อนตัวการบริโภค เช่น อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภค ค่าปลีก และอีคอมเมิร์ซ ก่อให้เกิดความต้องการบรรจุภัณฑ์แบบยืดหยุ่น บรรจุภัณฑ์แบบแข็ง พลาสติกกระป๋องคุณภาพสัมผัสอาหาร ฟิเล็ม ภาชนะ ฉลาก และวัสดุบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ ภาคอุตสาหกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ก่อสร้าง ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ โลจิสติกส์ และการผลิตทั่วไป สนับสนุนความต้องการท่อพลาสติก พลาสติกวิศวกรรม สารเคลือบ กาว สารอุดรอยรั่ว วัสดุกันซึม สารเติมแต่ง เคมีภัณฑ์กระบวนการผลิต และวัตถุดิบอุตสาหกรรมอื่น ๆ นอกจากนี้ ภาคอุตสาหกรรมที่พึ่งพาการนำเข้า เช่น เกล็ดขี้ผึ้ง วัตถุดิบสำหรับอิเล็กทรอนิกส์ และเคมีภัณฑ์ เฉพาะทางบางประเภท ยังสร้างโอกาสที่มีขอบเขตแคบกว่าแต่มูลค่าสูงกว่า สำหรับผู้จัดหาสินค้าที่สามารถตอบสนองข้อกำหนดทางเทคนิค ข้อกำหนดด้านกฎระเบียบ และความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือได้

อินโดนีเซียมีฐานอุตสาหกรรมภายในประเทศที่เกี่ยวข้องกับพลาสติก บรรจุภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว โดยได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตในประเทศ ผู้แปรรูป ผู้พัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ ผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย และอุตสาหกรรมผู้ใช้ปลายทาง อย่างไรก็ตาม อุปทานภายในประเทศยังไม่สามารถครอบคลุมความต้องการผลิตภัณฑ์ทั้งหมดได้อย่างครบถ้วน โดยเฉพาะเรซินเฉพาะทาง สารเติมแต่ง สารตัวกลางเคมี วัสดุระดับคุณภาพสัมผัสอาหาร วัตถุดิบระดับคุณภาพเภสัชกรรม และสินค้าระดับคุณภาพเทคนิคอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้ การนำเข้าจึงยังคงมีบทบาทสำคัญในการจัดหาสินค้าให้แก่ผู้แปรรูปในประเทศ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก ผู้ผลิตสารเคลือบ ผู้พัฒนาสูตรกาวและสารอุดรอยรั่ว รวมถึงผู้ใช้งานในภาคอุตสาหกรรม

กิจกรรมอุตสาหกรรมกระจุกตัวอยู่ในแนวพื้นที่การผลิตสำคัญ โดยเฉพาะเขตมหานครจาการ์ตา บันเตน และชาวเตวันตง รวมถึงเบกาซี จิการัง การาวัง ตังเกอร์ และจิกันเด ชาวเตวันตง โดยเฉพาะสุราบายา เกรซิก และซีตัวร์โจ ยังเป็นศูนย์กลางสำคัญอีกแห่งหนึ่งสำหรับบรรจุภัณฑ์ พลาสติก เคมีภัณฑ์ และการผลิตภาคอุตสาหกรรม เมดานและมาแกสซาร์ยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางระดับภูมิภาคสำหรับสุมาตราและอินโดนีเซียตะวันออก สำหรับผู้จัดหาสินค้าต่างประเทศ รวมถึงผู้ส่งออกไทย โครงสร้างตลาดลักษณะนี้หมายความว่าผู้จัดจำหน่ายในท้องถิ่นมักมีบทบาทสำคัญต่อการเข้าสู่ตลาด ขณะที่การสร้างความสัมพันธ์โดยตรงกับผู้แปรรูปและผู้พัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์อาจมีความจำเป็นสำหรับสินค้าที่มีลักษณะเชิงเทคนิคหรือขับเคลื่อนด้วยข้อกำหนดเฉพาะ

โดยรวมแล้ว อินโดนีเซียเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจ แต่มีลักษณะคัดเลือกสูงสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติก วัสดุบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เคมีบางประเภท ความน่าสนใจของตลาดมาจากฐานอุปสงค์ภายในประเทศขนาดใหญ่ ภาคอุตสาหกรรมปลายน้ำที่หลากหลาย กิจกรรมการผลิตที่ดำเนินต่อเนื่อง และความต้องการนำเข้าที่ยังคงมีอยู่ในสินค้าบางกลุ่ม อย่างไรก็ตาม ความน่าสนใจของตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ พลาสติกโภคภัณฑ์และเคมีภัณฑ์พื้นฐานยังคงเผชิญกับการแข่งขันด้านราคา ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และการแข่งขันจากผู้จัดหาสินค้าระดับภูมิภาคที่มีฐานแข็งแกร่งอยู่แล้ว ขณะที่โอกาสในกลุ่ม

สินค้ามูลค่าสูงมีแนวโน้มพบได้มากกว่าในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างเชิงเทคนิค ความน่าเชื่อถือของอุปกรณ์ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือข้อได้เปรียบด้านสมรรถนะเฉพาะ

ดังนั้น สำหรับผู้ส่งออกไทย ตลาดอินโดนีเซียควรได้รับการเข้าถึงอย่างคัดเลือกมากกว่าการใช้แนวทางเดียวกับทุกกลุ่มสินค้า โอกาสที่มีศักยภาพมากที่สุดมีแนวโน้มอยู่ในผลิตภัณฑ์ที่การเติบโตของอุปสงค์สอดคล้องกับการพึ่งพาการนำเข้า และผู้ซื้อให้ความสำคัญกับความสม่ำเสมอของคุณภาพ ความเหมาะสมทางเทคนิค ความพร้อมของเอกสาร และความน่าเชื่อถือของอุปกรณ์ ด้วยเหตุนี้ อินโดนีเซียจึงเป็นตลาดที่เหมาะสมสำหรับการเข้าสู่ตลาดแบบคัดเลือก โดยเฉพาะสำหรับผู้ส่งออกที่สามารถแข่งขันได้มากกว่าด้านราคา และสามารถนำเสนอการแก้ไขที่เชื่อถือได้และสอดคล้องกับข้อกำหนดเฉพาะของลูกค้า

3. การวิเคราะห์ตลาดพลาสติกและบรรจุภัณฑ์

บทที่ II ได้แสดงให้เห็นว่า อุปสงค์ของอินโดนีเซียต่อพลาสติกและวัสดุบรรจุภัณฑ์ได้รับแรงสนับสนุนจากภาคการใช้งานปลายทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภค อิเล็กทรอนิกส์ ก่อสร้าง ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และการผลิตทั่วไป อย่างไรก็ตาม อุปสงค์ในระดับมหภาคไม่ได้สะท้อนโดยอัตโนมัติว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ใดกำลังเติบโต ผู้จัดหาสินค้ารายใดกำลังครองตลาด หรือประเทศไทยมีตำแหน่งการแข่งขันอยู่ในจุดใด ด้วยเหตุนี้ บทนี้จึงเปลี่ยนจุดเน้นของการวิเคราะห์จากปัจจัยขับเคลื่อนอุปสงค์ไปสู่โครงสร้างการนำเข้าของอินโดนีเซียภายใต้พิกัดศุลกากร HS 39 ซึ่งครอบคลุมพลาสติกและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติก

ตลาดนำเข้า HS 39 ของอินโดนีเซียขยายตัวในเชิงมูลค่าในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยมูลค่าการนำเข้ารวมเพิ่มขึ้นจากประมาณ 2.46 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2560 เป็นประมาณ 3.38 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 สะท้อนให้เห็นถึงการขยายตัวของตลาดนำเข้าวัสดุพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก ข้อมูลล่าสุดสำหรับช่วงเดือนมกราคม-เมษายน 2569 บ่งชี้ว่ากิจกรรมการนำเข้ายังคงดำเนินต่อไป แต่ควรพิจารณาในฐานะตัวชี้วัดบางส่วนแห่งปี มากกว่าการเปรียบเทียบแบบเต็มปี ประเด็นนี้มีความสำคัญ เนื่องจากมูลค่าการนำเข้าในปี 2569 ไม่ควรถูกนำไปเปรียบเทียบโดยตรงกับตัวเลขรายปีของปีก่อนหน้า เว้นแต่จะมีการปรับฤดูกาลและคำนวณเป็นรายปีอย่างเหมาะสม

การเติบโตของมูลค่าการนำเข้าควรได้รับการตีความอย่างรอบคอบเช่นกัน สำหรับพลาสติกและเรซิน มูลค่าการนำเข้าที่สูงขึ้นไม่ได้หมายความว่าอุปสงค์เชิงปริมาณเพิ่มขึ้นในอัตราเดียวกันเสมอไป เนื่องจากมูลค่าการนำเข้าได้รับอิทธิพลจากราคาเรซิน ราคาน้ำมันดิบและแนฟทา ค่าขนส่ง อัตราแลกเปลี่ยน และส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ ข้อควรระวังดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องเป็นพิเศษในปี 2569 เนื่องจากความขัดแย้งในอิหร่านและความเสี่ยงต่อการหยุดชะงักบริเวณช่องแคบฮอร์มุซได้เพิ่มแรงกดดันต่อราคาน้ำมัน ปิโตรเคมี โพลีเอทิลีน และโพลิโพรพิลีน สำนักข่าว Reuters รายงานว่า ความเสี่ยงต่อการหยุดชะงักของการขนส่งน้ำมันและปิโตรเคมี

ผ่านช่องแคบฮอร์มุซได้ผลักดันให้ราคาพลาสติกในตลาดโลกปรับตัวขึ้นสู่ระดับสูงสุดในรอบหลายปี โดยเฉพาะ โพลีเอทิลีนและโพลิโพรพิลีน ดังนั้น ข้อมูลการนำเข้า HS 39 ของอินโดนีเซียจึงควรใช้เป็นตัวชี้วัดมูลค่าตลาด และตำแหน่งการแข่งขันของผู้จัดหาสินค้าเป็นสำคัญ มากกว่าการใช้เป็นมาตรวัดโดยตรงของการเติบโตของ ปริมาณการนำเข้าที่แท้จริง

ภายในพิกัด HS 39 โครงสร้างการนำเข้าของอินโดนีเซียแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ วัตถุดิบเรซินต้นน้ำ และผลิตภัณฑ์พลาสติกหรือบรรจุภัณฑ์ปลายน้ำ หมวดสินค้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดประกอบด้วยวัตถุดิบโพลิเมอร์ ชั้นปฐมภูมิ เช่น HS 3901 HS 3902 และ HS 3907 ซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับผู้แปรรูปและผู้ผลิต ภายในประเทศ แม้ว่าหมวดสินค้าเหล่านี้จะมีความสำคัญต่อภาคอุตสาหกรรม แต่ไม่ได้เป็นผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปหรือผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ผ่านการแปรรูปแล้ว สำหรับวัตถุประสงค์ของบทนี้ จึงมุ่งเน้นการ วิเคราะห์หมวดสินค้าปลายน้ำที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ HS 3920 HS 3923 HS 3926 HS 3921 และ HS 3919 ซึ่งครอบคลุมฟิล์มและแผ่นพลาสติก บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์พลาสติกแปรรูป ฟิล์มกาว ฉลาก และเทป

ตารางที่ 1 มูลค่าการนำเข้า HS 39 ของอินโดนีเซีย จำแนกตามผู้จัดหาสินค้าหลัก ปี 2560–2569

ผู้ จัดหา สินค้า	มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซีย ปี 2560 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซีย ปี 2568 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซีย เดือนมกราคม– เมษายน 2569 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	ประเด็นสำคัญจากข้อมูล
โลก	\$2460	\$3380	\$3710	ตลาดนำเข้าขยายตัวในเชิงมูลค่า
จีน	\$408.5	\$1280	\$1700	ผู้ได้รับประโยชน์หลักจากการเติบโตของตลาด
ไทย	\$310.2	\$363.5	\$319.1	ยังคงเป็นอันดับที่ 2 แต่การเติบโตยังไม่เด่นชัด
สิงคโปร์	\$381.6	\$294.9	\$274.7	ตำแหน่งเชิงเปรียบเทียบลดลง
เกาหลีใต้	\$306.7	\$279.3	\$270.9	มีเสถียรภาพ แต่ไม่ได้เป็นผู้นำการเติบโต
มาเลเซีย	\$244.4	\$263.1	\$243.3	คู่แข่งระดับภูมิภาค
เวียดนาม	\$73.1	\$166	\$185.1	ผู้จัดหาสินค้าที่กำลังเติบโต

การแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีความสำคัญ เนื่องจากการพิจารณาตำแหน่งการแข่งขันของประเทศไทยในภาพรวมของพิกัด HS 39 อาจก่อให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนได้ หากพิจารณาเฉพาะในระดับรวมเท่านั้น แม้ว่าประเทศไทยยังคงเป็นหนึ่งในผู้จัดหาสินค้าหลักของอินโดนีเซียในกลุ่ม HS 39 แต่จุดแข็งของไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มเรซินต้นน้ำ มากกว่าผลิตภัณฑ์ปลายน้ำที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ ดังนั้น ส่วนที่เหลือของบทนี้จึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความแตกต่างของตำแหน่งการแข่งขันระหว่างสองกลุ่มดังกล่าว

กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลายน้ำที่มีความเกี่ยวข้องมากที่สุดกับตลาดพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ของอินโดนีเซีย ได้แก่ HS 3920 HS 3923 HS 3926 HS 3921 และ HS 3919 เมื่อพิจารณาร่วมกัน กลุ่มสินค้าเหล่านี้สะท้อนส่วนของ HS 39 ที่ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากอุปสงค์ที่ขับเคลื่อนด้วยการบริโภคในภาคอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภค อีคอมเมิร์ซ โลจิสติกส์ และการกระจายสินค้าผู้บริโภค แม้ว่าสินค้าบางส่วนจะไม่ได้เป็นบรรจุภัณฑ์โดยตรง แต่ถือเป็นหมวดสินค้าที่ใกล้เคียงที่สุดสำหรับการประเมินอุปสงค์นำเข้าของผลิตภัณฑ์พลาสติกปลายน้ำและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

HS 3920 ซึ่งครอบคลุมฟิล์มและแผ่นพลาสติก ถือเป็นหมวดสินค้าปลายน้ำที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในการวิเคราะห์ และมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับบรรจุภัณฑ์แบบยืดหยุ่น ฟิล์มพลาสติก แผ่นพลาสติก และวัสดุที่ใช้ในกระบวนการแปรรูปของอุตสาหกรรมภายในประเทศ มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซียในหมวดนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่โครงสร้างผู้จัดหาสินค้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจนในทิศทางที่จีนมีบทบาทสูงขึ้น โดยส่วนแบ่งของจีนเพิ่มขึ้นจากประมาณหนึ่งในสามของตลาดในปี 2560 เป็นมากกว่าร้อยละ 60 ในข้อมูลล่าสุดของปี 2569 แม้ว่าประเทศไทยยังคงอยู่ในกลุ่มผู้จัดหาสินค้ารายสำคัญ แต่ส่วนแบ่งตลาดได้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้ HS 3920 เป็นหนึ่งในไม่กี่หมวดปลายน้ำที่ไทยยังคงมีฐานตลาดที่มีนัยสำคัญ แม้ว่าฐานดังกล่าวจะอ่อนแอลงเมื่อเทียบกับในอดีตก็ตาม

HS 3923 เป็นหมวดที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์โดยตรงมากที่สุด เนื่องจากครอบคลุมผลิตภัณฑ์สำหรับการขนส่งหรือการบรรจุสินค้า จึงเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับอุปสงค์จากอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภค การค้าปลีก อีคอมเมิร์ซ และโลจิสติกส์ มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซียในหมวดนี้เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน สะท้อนถึงการขยายตัวของอุปสงค์ด้านบรรจุภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม การเติบโตส่วนใหญ่ถูกครอบครองโดยจีน ซึ่งมีส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นสู่ระดับประมาณร้อยละ 60 ในข้อมูลล่าสุด ขณะที่ประเทศไทยยังคง

มีบทบาทในฐานะผู้จัดหาสินค้ารองที่มีส่วนแบ่งค่อนข้างจำกัด สะท้อนว่าไทยมีส่วนร่วมในตลาดบรรจุภัณฑ์ของอินโดนีเซีย แต่ยังไม่เป็นหนึ่งในผู้ได้รับประโยชน์หลักจากการเติบโตของการนำเข้าในช่วงที่ผ่านมา HS 3926 ซึ่งครอบคลุมผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่น ๆ เป็นหมวดสินค้าปลายน้ำที่มีขอบเขตกว้างกว่า และไม่ได้จำกัดเฉพาะบรรจุภัณฑ์ โดยรวมถึงผลิตภัณฑ์และชิ้นส่วนพลาสติกหลากหลายประเภทที่ใช้ในภาคผู้บริโภค ภาคอุตสาหกรรม และภาคการผลิต หมวดนี้มีขนาดตลาดค่อนข้างใหญ่และมีการเติบโตเชิงมูลค่าอย่างแข็งแกร่ง แต่ตำแหน่งของประเทศไทยยังคงมีข้อจำกัด จีนครองสัดส่วนการนำเข้าส่วนใหญ่ ขณะที่ไทยอยู่ในอันดับรองจากผู้จัดหาสินค้าหลายประเทศ สะท้อนว่าประเทศไทยยังมีบทบาทค่อนข้างจำกัดในตลาดผลิตภัณฑ์พลาสติกแปรรูปโดยรวม เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดและศักยภาพการแข่งขันของจีน

HS 3921 ซึ่งครอบคลุมแผ่น ฟิล์ม ฟอยล์ และแถบพลาสติกอื่น ๆ มีความเกี่ยวข้องกับวัสดุพลาสติกเฉพาะทางหรือวัสดุหลายชั้นที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์และงานอุตสาหกรรม จีนยังคงครองตลาดในหมวดนี้เช่นเดียวกัน โดยมีส่วนแบ่งมากกว่าร้อยละ 60 ในข้อมูลล่าสุด ส่วนแบ่งของประเทศไทยมีขนาดเล็กและมีแนวโน้มลดลง สะท้อนถึงข้อจำกัดด้านการแข่งขันในกลุ่มฟิล์มและแผ่นพลาสติกเฉพาะทาง ขณะเดียวกัน ผู้จัดหาสินค้าในเอเชียรายอื่น เช่น เวียดนามและเกาหลีใต้ กลับมีบทบาทที่โดดเด่นกว่าไทยในหมวดนี้

HS 3919 เป็นหมวดที่สะท้อนภาพการแข่งขันที่แตกต่างออกไป โดยครอบคลุมแผ่น ฟิล์ม ฟอยล์ เทป และรูปทรงแบนอื่น ๆ ที่ทำจากพลาสติกชนิดมีกาวในตัว แม้ว่าหมวดนี้จะมีขนาดตลาดเล็กกว่าหมวดบรรจุภัณฑ์หลัก แต่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับฉลาก เทป ฟิล์มกาว วัสดุปิดผนึก และวัสดุสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ จีนยังคงเป็นผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่ที่สุด อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าเมื่อเทียบกับหลายหมวดปลายน้ำอื่น โดยทั้งมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดของไทยปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2560 สะท้อนถึงความสามารถในการรักษาตำแหน่งการแข่งขันในตลาดเฉพาะของฟิล์มกาว เทป ฉลาก และวัสดุสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ได้ดีกว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ปลายน้ำประเภทอื่น

ตารางที่ 2 หมวดสินค้านำเข้าพลาสติกปลายน้ำและบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญของอินโดนีเซีย
และตำแหน่งการแข่งขันของประเทศไทย

รหัส HS	หมวดสินค้า	มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซีย ปี 2560 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซีย ปี 2568 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซีย เดือนมกราคม–เมษายน 2569 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	ภาพรวมตำแหน่งของไทย
HS39 20	ฟิล์ม แผ่น พอยล์ และแถบพลาสติก	\$168.2	\$263.2	\$286	ยังมีบทบาทแต่ลดลง
HS39 23	ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และภาชนะสำหรับขนส่งสินค้า	\$120.4	\$190.3	\$230	ผู้จัดหาสินค้ารอง
HS39 26	ผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่น ๆ	\$170.8	\$190.5	\$264.9	ตำแหน่งอ่อนแอ
HS39 21	ฟิล์มและแผ่นพลาสติกอื่น ๆ	\$90.2	\$156.3	\$152	ตำแหน่งอ่อนแอ
HS39 19	ฟิล์มและเทปชนิดมีกาวในตัว	\$101.9	\$126.7	\$138.7	ตำแหน่งเฉพาะกลุ่ม

รูปแบบรวมที่ปรากฏอย่างชัดเจน คือ ตลาดนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกปลายน้ำและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ของอินโดนีเซียมีแนวโน้มถูกรอบครองโดยประเทศจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าประเทศไทยจะยังคงมีบทบาทในตลาดดังกล่าว แต่ตำแหน่งการแข่งขันยังไม่สม่ำเสมอ โดยไทยยังคงมีส่วนแบ่งตลาดในหมวด HS 3920 และยังรักษาตำแหน่งในตลาดเฉพาะของ HS 3919 ได้ในระดับหนึ่ง ขณะที่ในหมวด HS 3923 HS 3926 และ HS 3921 ประเทศไทยยังมีบทบาทค่อนข้างจำกัด ประเด็นดังกล่าวมีความสำคัญ เนื่องจากหมวดสินค้านำเข้าเหล่านี้เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับอุปสงค์จากการบริโภคโดยตรง ตามที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 2

ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับตำแหน่งทางการตลาดของประเทศไทย

ในภาพรวมของพิกัด HS 39 ประเทศไทยยังคงเป็นหนึ่งในผู้จัดหาสินค้าสำคัญของอินโดนีเซีย อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในระดับรายผลิตภัณฑ์ พบว่าจุดแข็งของประเทศไทยไม่ได้กระจายตัวอย่างสม่ำเสมอตลอดห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมพลาสติก หากแต่กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มโพลิเมอร์และเรซินต้นน้ำ โดยเฉพาะ HS 3901 HS 3902 และ HS 3907 มากกว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติกปลายน้ำและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

HS 3901 ซึ่งครอบคลุมโพลิเมอร์ของเอทิลีนในรูปชั้นปฐมภูมิ เป็นหมวดสินค้าที่สะท้อนจุดแข็งของประเทศ ไทยได้อย่างชัดเจน ไทยยังคงเป็นหนึ่งในผู้จัดหาสินค้าหลักของอินโดนีเซียในหมวดนี้ โดยได้รับแรงสนับสนุน จากฐานอุตสาหกรรมปิโตรเคมีที่มีความเข้มแข็งและศักยภาพในการผลิตและจัดหาเรซินในระดับภูมิภาค

HS 3902 ซึ่งครอบคลุมโพลิเมอร์ของโพรพิลีนและโอเลฟินอื่น ๆ ในรูปชั้นปฐมภูมิ แสดงให้เห็นว่าประเทศ ไทยยังคงเป็นผู้จัดหาสินค้ารายสำคัญเช่นกัน แม้ว่าโครงสร้างการแข่งขันจะมีความกระจายตัวมากกว่า โดยมี ผู้ส่งออกสำคัญจากสิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม จีน และเกาหลีใต้ เข้ามามีบทบาทในตลาดร่วมกัน

HS 3907 ซึ่งครอบคลุมโพลิอะซีทัล โพลีอีเทอร์ อีพอกไซด์เรซิน และวัสดุที่เกี่ยวข้อง สะท้อนภาพการแข่งขัน ที่มีความหลากหลายมากขึ้น แม้ว่าประเทศไทยยังคงรักษาทะเบียนในฐานะผู้จัดหาสินค้ารายสำคัญ แต่จีนได้ ขยายบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ในตลาดเรซินชนิดมูลค่าสูง ซึ่งสะท้อนถึงการยกระดับความสามารถใน การแข่งขันของจีนในผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง

ความแตกต่างระหว่างจุดแข็งในกลุ่มวัตถุดิบต้นน้ำกับข้อจำกัดในกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลายน้ำ ถือเป็นข้อค้นพบ สำคัญของบทที่ 3 แม้ว่าประเทศไทยจะยังคงมีตำแหน่งที่สำคัญในตลาดนำเข้า HS 39 ของอินโดนีเซีย แต่ ความสามารถในการแข่งขันดังกล่าวได้รับการสนับสนุนเป็นหลักจากการส่งออกวัตถุดิบเรซินและโพลิเมอร์ ในทางตรงกันข้าม กลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติกปลายน้ำและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะ HS 3923 HS 3926 และ HS 3921 ประเทศไทยยังมีบทบาทค่อนข้างจำกัด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนซึ่งครอง ตำแหน่งผู้นำตลาดอย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม HS 3920 ยังคงเป็นหมวดผลิตภัณฑ์ปลายน้ำที่ประเทศไทยยังรักษารฐานตลาดและบทบาท ทางการแข่งขันไว้ได้ในระดับที่มีนัยสำคัญ แม้ว่าส่วนแบ่งตลาดจะมีแนวโน้มลดลง ขณะที่ HS 3919 เป็น ตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีขนาดเล็กกว่า แต่ประเทศไทยยังสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้ดีกว่า หมวดปลายน้ำอื่น ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มฟิล์มกาว เทป ฉลาก และวัสดุสนับสนุนบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 3 ตำแหน่งการแข่งขันของจีนและประเทศไทยในหมวด HS 39 ปลายน้ำของอินโดนีเซีย

รหัส HS	ส่วนแบ่งล่าสุดของจีน (%)	ส่วนแบ่งล่าสุดของไทย (%)	Thailand Position
HS 3920	64.2	6.0	ตำแหน่งของไทย
HS 3923	60.1	4.8	ผู้จัดหาสินค้ารอง
HS 3926	59.3	2.7	ตำแหน่งอ่อนแอ
HS 3921	63.4	2.4	ตำแหน่งอ่อนแอ

ข้อค้นพบเหล่านี้ยังไม่ได้เป็นการกำหนดว่าผู้ส่งออกไทยควรให้ความสำคัญกับหมวดสินค้าใดเป็นลำดับแรก แต่เพียงเป็นการวางภาพรูปแบบเชิงโครงสร้างของตลาดนำเข้าพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ของอินโดนีเซีย ตลาดนำเข้าของอินโดนีเซียกำลังเติบโตในเชิงมูลค่าแต่ถึงยังนั้นควรตีความมูลค่าการนำเข้าควบคู่กับผลกระทบด้านราคา ข้อมูลบางส่วนของปี 2569 และส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ ประเทศไทยยังคงมีความเกี่ยวข้องในภาพรวม HS 39 แต่ตำแหน่งที่แข็งแกร่งที่สุดของไทยอยู่ในกลุ่มต้นน้ำ ขณะที่หมวดผลิตภัณฑ์พลาสติกปลายน้ำและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งได้รับแรงหนุนจากอุปสงค์ผู้บริโภคและอีคอมเมิร์ซมากที่สุด กำลังถูกรอบงำโดยประเทศจีนมากขึ้น บทต่อไปเป็นการวิเคราะห์วัตถุดิบเคมีบางประเภท ตำแหน่งการแข่งขันโดยรวมของประเทศไทย ข้อกำหนดในการเข้าสู่ตลาด และพื้นที่โอกาสที่เกิดขึ้นในรายละเอียดมากขึ้น

4. การวิเคราะห์ตลาดเคมีภัณฑ์บางประเภท

4.1 โครงสร้างการนำเข้าเคมีภัณฑ์บางประเภทของอินโดนีเซีย

ตลาดนำเข้าเคมีภัณฑ์ของอินโดนีเซียมีขอบเขตที่กว้าง และไม่สามารถสะท้อนได้ด้วยหมวด HS เพียงบทเดียว สำหรับวัตถุประสงค์ของรายงานฉบับนี้ การวิเคราะห์มุ่งเน้นไปที่กลุ่มเคมีภัณฑ์ที่คัดเลือกมา 2 กลุ่ม โดยเป็นกลุ่มมีความเกี่ยวข้องมากที่สุดกับพลาสติก บรรจุภัณฑ์ การผลิต การก่อสร้าง และการใช้งานในภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ HS 29 ซึ่งครอบคลุมเคมีภัณฑ์อินทรีย์ และ HS 32 ซึ่งครอบคลุมสีผง สีย้อม สีทา วาร์นิช หมึกพิมพ์ และวัสดุให้สีที่เกี่ยวข้อง เมื่อพิจารณาาร่วมกัน ทั้งสองกลุ่มนี้ให้ภาพที่เป็นประโยชน์ต่อการประเมินอุปสงค์ของอินโดนีเซียทั้งในด้านวัตถุดิบเคมีต้นน้ำ และผลิตภัณฑ์เคมีที่เน้นการใช้งานในบรรจุภัณฑ์ สารเคลือบ การพิมพ์ การก่อสร้าง และงานตกแต่งพื้นผิวในภาคอุตสาหกรรม

HS 29 สะท้อนอุปสงค์ต่อวัตถุดิบเคมีอินทรีย์ สารตัวกลาง ตัวทำละลาย ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับปิโตรเคมี สารตัวกลางสำหรับเภสัชภัณฑ์และเคมีเกษตร รวมถึงวัสดุเคมีเฉพาะทาง การนำเข้า HS 29 ของอินโดนีเซียมีมูลค่าประมาณ 2.24 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 ส่งผลให้ HS 29 เป็นหมวดสินค้านำเข้าที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ โดยจีนเป็นผู้จัดหาสินค้าหลักมูลค่าส่งออกมายังอินโดนีเซียประมาณ 781.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 35.0 ของการนำเข้า HS 29 ของอินโดนีเซีย สิงคโปร์และมาเลเซียยังเป็นผู้จัดหาสินค้าระดับภูมิภาคที่สำคัญ โดยมีส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 16.6 และ 11.4 ตามลำดับ ขณะที่บทบาทของประเทศไทยมีขนาดเล็กกว่ามาก อยู่ที่ประมาณ 72.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 3.3 ในปี 2568

HS 32 เพิ่มมิติที่ใกล้เคียงกับบรรจุภัณฑ์และการผลิตมากขึ้นให้กับตลาดเคมีภัณฑ์ หมวดนี้ครอบคลุมสีผง สี ย้อม วัสดุให้สี สีทา วาร์นิช พุดตี้ หมึกพิมพ์ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งใช้ในบรรจุภัณฑ์ พลาสติก การก่อสร้าง ยานยนต์ และงานตกแต่งผิวในอุตสาหกรรม การนำเข้า HS 32 ของอินโดนีเซียมีมูลค่าประมาณ 494.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 จีนยังคงเป็นผู้จัดหาสินค้าอันดับหนึ่ง โดยมีมูลค่าประมาณ 194.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 39.3 ของตลาด ตำแหน่งของประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง ถึงค่อนข้างจำกัด โดยมีมูลค่าประมาณ 18.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 3.8 ในปี 2568

เช่นเดียวกับการวิเคราะห์ HS 39 ข้อมูลเดือนมกราคม-เมษายน 2569 ควรถูกพิจารณาในฐานะสัญญาณ บางส่วนของปี มากกว่าการเปรียบเทียบแบบเต็มปี มูลค่าบางส่วนของปี 2569 ดูค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับ ตัวเลขทั้งปี 2568 โดยเฉพาะในหมวด HS 29 และ HS 32 ซึ่งอาจสะท้อนถึงปัจจัยหลายประการร่วมกัน เช่น จังหวะเวลาการขนส่งสินค้า ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ ผลกระทบด้านราคา การสะสมสินค้าคงคลังหรือความ ผันผวนของราคาปิโตรเคมี มากกว่าการเติบโตของปริมาณในสัดส่วนเดียวกัน ดังนั้น ข้อมูลปี 2569 ในบทนี้ จึงใช้เป็นเพียงตัวชี้วัดเชิงทิศทาง ขณะที่ปี 2568 ยังคงเป็นฐานหลักในการจัดอันดับผู้จัดหาสินค้าและ วิเคราะห์โครงสร้างตลาด

ตารางที่ 4 การนำเข้าเคมีภัณฑ์บางประเภทของอินโดนีเซียภายใต้ HS 29 และ HS 32 ปี 2568

รหัส	ขอบเขต	มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซีย ปี 2568 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	ผู้จัดหาสินค้าหลัก ปี 2568	ตำแหน่งของไทย ปี 2568
HS				
HS 29	เคมีภัณฑ์อินทรีย์	\$2240	จีน (ส่วนแบ่งร้อยละ 35)	\$72.8M (ส่วนแบ่งร้อยละ 3.3)
HS 32	สีผง สีทา สารเคลือบ หมึกพิมพ์ และวัสดุที่เกี่ยวข้อง	\$494	จีน (ส่วนแบ่งร้อยละ 39.3)	\$18.7M (ส่วนแบ่งร้อยละ 3.8)

ข้อสรุปเบื้องต้นมีความชัดเจนว่า ตลาดนำเข้าเคมีภัณฑ์บางประเภทของอินโดนีเซียมีขนาดค่อนข้างใหญ่และ มีความเกี่ยวข้องกับภาคการใช้งานปลายทางที่กล่าวถึงในบทที่ II อย่างไรก็ตาม ตำแหน่งของประเทศไทยใน กลุ่มเคมีภัณฑ์มีขนาดเล็กกว่ามากเมื่อเทียบกับกลุ่มพลาสติกภายใต้ HS 39 แตกต่างจาก HS 39 ซึ่งประเทศไทย ยังคงเป็นหนึ่งในผู้จัดหาสินค้าหลักจากจุดแข็งในหมวดเรซินต้นน้ำ ประเทศไทยยังไม่ได้มีตำแหน่งผู้นำ อย่างกว้างขวางใน HS 29 หรือ HS 32 ในระดับภาพรวม

4.2 เคมีภัณฑ์อินทรีย์ภายใต้ HS 29

การนำเข้าสินค้าภายใต้ HS 29 ของอินโดนีเซียกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มเคมีอินทรีย์ขนาดใหญ่หลายประเภท โดยหมวด 4 หลักที่สำคัญที่สุด ได้แก่ HS 2901 สำหรับไฮโดรคาร์บอนอะไซคลิก, HS 2905 สำหรับแอลกอฮอล์อะไซคลิกและอนุพันธ์, HS 2902 สำหรับไฮโดรคาร์บอนแบบวง, HS 2933 สำหรับสารประกอบเฮเทอโรไซคลิกที่มีไนโตรเจน, HS 2915 สำหรับกรดโมโนคาร์บอกซิลิกอะไซคลิกอิ่มตัว และ HS 2922 สำหรับสารประกอบอะมิโนที่มีหมู่ฟังก์ชันออกซิเจน หมวดสินค้าเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าอุปสงค์ HS 29 ของอินโดนีเซียส่วนใหญ่เชื่อมโยงกับวัตถุดิบอุตสาหกรรม วัตถุดิบตั้งต้นปิโตรเคมี ตัวทำละลาย สารตัวกลางทางเคมี อุตสาหกรรมยา เคมีเกษตร และการผลิตเฉพาะทาง มากกว่าสินค้าอุปโภคบริโภคสำเร็จรูป

ตารางที่ 5 หมวดหมู่การนำเข้าเคมีอินทรีย์สำคัญภายใต้ HS 29 และความเกี่ยวข้องกับตลาด

รหัส HS	หมวดหมู่สินค้า	มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซีย (ปี 2568) (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซีย (มกราคม-เมษายน 2569) (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	ความเกี่ยวข้องกับตลาด
2901	ไฮโดรคาร์บอนอะไซคลิก	\$362.6	\$232.9	วัตถุดิบตั้งต้นปิโตรเคมีและอุตสาหกรรม
2905	แอลกอฮอล์อะไซคลิกและอนุพันธ์	\$314.6	\$317.5	ตัวทำละลาย สารตัวกลาง และวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรม
2902	ไฮโดรคาร์บอนแบบวง	\$256	\$54.2	ไฮโดรคาร์บอนอะโรมาติกและวัตถุดิบตั้งต้นปิโตรเคมี
2933	สารประกอบเฮเทอโรไซคลิกที่มีไนโตรเจน	\$137.7	\$180.2	สารตัวกลางสำหรับอุตสาหกรรมยา เคมีเกษตรและผลิตภัณฑ์เฉพาะทาง
2915	กรดโมโนคาร์บอกซิลิกอะไซคลิกอิ่มตัว	\$126.5	\$107	สารเคมีอุตสาหกรรมและสารตัวกลาง

2922	สารประกอบอะมิโนที่มีหมู่ฟังก์ชันออกซิเจน	\$116.4	\$123	สารตัวกลางสำหรับอุตสาหกรรมยาและเคมีภัณฑ์เฉพาะทาง
2930	สารประกอบออร์กาโนซิลเฟออร์	\$72.5	\$116	การประยุกต์ใช้ในเคมีเกษตร ยาง และผลิตภัณฑ์เฉพาะทาง
2936	โปรวิตามินและวิตามิน	\$54.7	\$55.3	วัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยา โภชนาการ อาหาร และอาหารสัตว์

จากข้อมูลการจำแนกผู้จัดหาสินค้าในระดับ HS 4 หลักที่มีอยู่ มี 3 หมวดสินค้าที่ให้ภาพรวมที่เป็นประโยชน์ต่อโครงสร้างผู้จัดหาสินค้า HS 29 ของอินโดนีเซีย ได้แก่ HS 2905, HS 2901 และ HS 2933 ในส่วนของ HS 2905 เป็นหนึ่งในหมวดการนำเข้าเคมีอินทรีย์ที่มีมูลค่าสูงที่สุดของอินโดนีเซีย โดยมีมูลค่าประมาณ 314.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 หมวดนี้นำเข้าโดยมาเลเซียและซาอุดีอาระเบีย ขณะที่จีนมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในปี 2568 มาเลเซียมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 28.8 ของการนำเข้า HS 2905 ของอินโดนีเซีย ซาอุดีอาระเบียประมาณร้อยละ 24.4 และจีนประมาณร้อยละ 10.3 ส่วนบทบาทของไทยยังคงค่อนข้างเล็ก โดยมีส่วนแบ่งเพียงประมาณร้อยละ 2.1 ซึ่งสะท้อนว่าไทยยังไม่ได้เป็นผู้ประกอบการหลักในกลุ่มแอลกอฮอล์อุตสาหกรรมและอนุพันธ์ขนาดใหญ่

HS 2901 แสดงรูปแบบผู้จัดหาสินค้าที่แตกต่างออกไป ในปี 2025 อินโดนีเซียนำเข้าไฮโดรคาร์บอนอะไซคลิกมูลค่าประมาณ 362.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยหมวดนี้นำเข้าโดยสิงคโปร์และมาเลเซีย ซึ่งรวมกันคิดเป็นประมาณสองในสามของการนำเข้าของอินโดนีเซีย ไทยมีสถานะที่มองเห็นได้ชัดเจนกว่าในหมวดหมู่นี้ โดยอยู่ในอันดับในปี 2568 ด้วยมูลค่าอยู่ประมาณ 29.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 8.1% สิ่งนี้สะท้อนว่าไทยมีบทบาทอยู่บ้างในกลุ่มเคมีอินทรีย์ที่เกี่ยวข้องกับปิโตรเคมีและไฮโดรคาร์บอน แม้ว่าหมวดนี้ยังคงถูกนำเข้าโดยศูนย์กลางการค้าและปิโตรเคมีในภูมิภาคมากกว่าไทย

HS 2933 มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์มากกว่าในมุมมองของเคมีภัณฑ์เฉพาะทาง หมวดนี้ครอบคลุมสารประกอบเฮเทอโรไซคลิกที่มีไนโตรเจน ซึ่งมักเกี่ยวข้องกับสารตัวกลางทางยา สารตัวกลางเคมีเกษตร และวัตถุดิบเคมีมูลค่าสูง การนำเข้า HS 2933 ของอินโดนีเซียมีมูลค่าประมาณ 137.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี

2568 จีนเป็นผู้จัดหาสินค้าหลักด้วยส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 48.4 ขณะที่อินเดียเป็นผู้จัดหาสินค้าลำดับรองที่สำคัญที่สุดด้วยส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 19.2 ส่วนสถานะของไทยยังมีขนาดเล็กกว่ามาก โดยมีส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 4.3 ในปี 2568 สิ่งนี้บ่งชี้ว่าในกลุ่มสารตัวกลางเคมีอินทรีย์มูลค่าสูง ฐานผู้จัดหาสินค้าของอินโดนีเซียมีความเชื่อมโยงกับจีนและอินเดียมากกว่าไทย

ตารางที่ 6 สถานะการแข่งขันของไทยในหมวดเคมีอินทรีย์ที่คัดเลือกภายใต้ HS 29

รหัส HS	โครงสร้างผู้จัดหาสินค้าในปี 2568	ส่วนแบ่งของไทย (%)	การตีความ
2905	มาเลเซียและซาอุดีอาระเบียเป็นผู้นำ ขณะที่จีนมีบทบาทเพิ่มขึ้น	2.1%	เป็นหมวดวัตถุดิบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ แต่ไม่ได้ถูกนำเข้าโดยไทย
2901	สิงคโปร์และมาเลเซียครองตลาด	8.1%	ไทยมีบทบาทอยู่บ้างในกลุ่มปิโตรเคมี แต่ยังไม่ได้เป็นผู้นำ
2933	จีนและอินเดียครองตลาด	4.3 %	ไทยไม่ใช่ผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่

ข้อมูล HS 29 ชี้ให้เห็นว่าอุปสงค์การนำเข้าเคมีอินทรีย์ของอินโดนีเซียมีขนาดใหญ่ แต่มีความเฉพาะเจาะจงสูงตามประเภทสินค้า บางหมวดนำเข้าโดยผู้จัดหาสินค้าปิโตรเคมีในภูมิภาค ขณะที่บางหมวดถูกครองโดยจีนหรืออินเดีย บทบาทของไทยดูจำกัดกว่าเมื่อเทียบกับ HS 39 โดยมีเพียงบางกลุ่มที่ไทยมีสถานะค่อนข้างชัดเจน เช่น HS 2901 สำหรับหมวด HS 29 อื่น ๆ เช่น HS 2922, HS 2930, HS 2915 และ HS 2936 ข้อมูลการนำเข้าระดับสินค้าแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องกับตลาด แต่การสรุปเชิงผู้จัดหาสินค้ายังจำเป็นต้องใช้ข้อมูลจำแนกตามประเทศในระดับ HS 4 หลักเพิ่มเติม

4.3 เม็ดสี สารเคลือบ หมึกพิมพ์ และวัสดุที่เกี่ยวข้องภายใต้ HS 32

HS 32 มีความสำคัญเนื่องจากเชื่อมโยงการนำเข้าสารเคมีกับบรรจุภัณฑ์ การแปรรูปพลาสติก การก่อสร้าง ยานยนต์ และงานตกแต่งผิวในอุตสาหกรรมได้โดยตรงมากขึ้น แตกต่างจาก HS 29 ซึ่งส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบเคมีอินทรีย์และสารตัวกลาง HS 32 ครอบคลุมสารเคมีที่ใช้ในด้านรูปลักษณะ การสร้างแบรนด์ การปรับสภาพพื้นผิว และการตกแต่งขั้นสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งรวมถึงสารให้สีอินทรีย์สังเคราะห์ เม็ดสี หมึกพิมพ์ สี วานิช วัสดุอุดรอยต่อ ซีเมนต์เรซิน และวัสดุที่เกี่ยวข้อง

การนำเข้า HS 32 ของอินโดนีเซียนำเข้าโดย HS 3204 ซึ่งเป็นสารให้สีอินทรีย์สังเคราะห์ โดยมีมูลค่าประมาณ 139.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2025 หมวดนี้มีความเกี่ยวข้องกับเม็ดสีและสารให้สีที่ใช้ในพลาสติก บรรจุภัณฑ์ สิ่งทอ และการใช้งานอุตสาหกรรมอื่น ๆ หมวดที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับสองคือ HS 3206 ซึ่งครอบคลุมสารให้สีอื่น ๆ โดยมีมูลค่าประมาณ 116.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2025 ส่วน HS 3215 ซึ่งครอบคลุมหมึกพิมพ์และหมึกที่เกี่ยวข้อง มีมูลค่าประมาณ 61.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทำให้หมวดนี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับบรรจุภัณฑ์ ฉลาก กล่องกระดาษ และวัสดุสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการพิมพ์ HS 3208 ซึ่งครอบคลุมสีและวานิลลินชนิดไม่ใช้น้ำที่มีพื้นฐานจากโพลิเมอร์สังเคราะห์ มีมูลค่าประมาณ 57.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ HS 3214 ซึ่งครอบคลุมพัตตี ซีเมนต์เรซิน สารอุดรอยรั่ว และมาสติก มีมูลค่าประมาณ 28.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตารางที่ 7 หมวดหมู่การนำเข้า HS 32 ที่สำคัญ และความเกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ สารเคลือบ และการใช้งานในอุตสาหกรรม

รหัส HS	หมวดหมู่สินค้า	มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซีย (ปี 2025) (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	มูลค่าการนำเข้าของอินโดนีเซีย (ม.ค.-เม.ย. 2026) (ล้าน)	ความเกี่ยวข้องกับตลาด
HS 3204	สารแต่งสีอินทรีย์สังเคราะห์	\$139.3	\$151.9	เม็ดสี/สารให้สีสำหรับพลาสติก บรรจุภัณฑ์ สิ่งทอ และการใช้งานในอุตสาหกรรม
HS 3206	สารแต่งสีอื่น ๆ	\$116.1	\$138	เม็ดสี สารให้สี สารเคลือบ และการใช้งานในอุตสาหกรรม
HS 3215	หมึกพิมพ์และหมึกที่เกี่ยวข้อง	\$61.4	\$73.1	การพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ฉลาก กล่องกระดาษ และงานพิมพ์เชิงพาณิชย์
HS 3208	สีและวานิลลินชนิดไม่ใช้น้ำเป็นตัวยาละลาย	\$57.1	\$65.8	การใช้งานในอุตสาหกรรม ยานยนต์ การก่อสร้าง

					และงานตกแต่งขั้นสุดท้าย
					ย
HS	วัสดุอุดโป้ว	ซีเมนต์เรซิน	\$28.8	34	การก่อสร้างและเคมีภัณฑ์
321	สารอุดรอยร้าว และมาสติก				สารอุดรอยต่อ
4					และวัสดุตกแต่งขั้นสุดท้าย
					ย
HS	สีและวานิชชนิดใช้น้ำเป็นตัวทำ		\$22.7	\$19.8	สารเคลือบสำหรับการก่อสร้างและอุตสาหกรรม
320	ละลาย				
9					
HS	เม็ดสีที่กระจายตัวในตัวกลางที่ไ		\$21.6	\$32.1	เม็ดสีชนิดพิเศษ
321	มใช้น้ำ				สารเคลือบ
2					และสารให้สีสำหรับพลาสติก

โครงสร้างผู้จัดหาสินค้าในสัดส่วนของ HS 32 มีลักษณะผสมผสาน แต่ประเทศจีนเป็นผู้จัดหาสินค้าหลักในภาพรวมของหมวดนี้ โดยในสัดส่วนทั้งหมดของ HS 32 ประเทศจีนมีสัดส่วนประมาณ 39.3% ของมูลค่านำเข้าของประเทศอินโดนีเซีย ในขณะที่ประเทศไทยมีสัดส่วนเพียงประมาณ 3.8% ภาพรวมในระดับรายผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในสัดส่วนของ HS 3208 ประเทศไทยมีจุดยืนในด้านเคมีภัณฑ์ที่เด่นชัดที่สุดจากในหลาย ๆ ด้าน โดยในปี 2025 ไทยได้ส่งออกไปยังอินโดนีเซียมูลค่าประมาณ 6.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในสัดส่วนของ HS 3208 ซึ่งคิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 11.1% แม้ว่าจีนจะเป็นผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ที่สุดด้วยสัดส่วนประมาณ 21.4% แต่ตลาดนี้ไม่ได้ถูกครองโดยจีนเพียงผู้เดียว เนื่องจากเกาหลีใต้ เวียดนาม สิงคโปร์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น และไทย ต่างก็มีส่วนแบ่งการตลาดที่สำคัญ ส่งผลให้การแข่งขันในสัดส่วนของ HS 3208 เป็นหนึ่งในหมวดหมู่สินค้าที่แข็งแกร่งของไทยในหมวดหมู่ HS 32

ในสัดส่วนของ HS 3206 กลับมีสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป โดยที่สัดส่วนนี้มีขนาดใหญ่และมีความเกี่ยวข้องกับเม็ดสี สารแต่งสีพลาสติก สารเคลือบผิว และการตกแต่งพื้นผิวในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งตลาดถูกครองโดยจีนอย่างเบ็ดเสร็จ คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 61.0% ของการนำเข้าในสัดส่วนของ HS 3206 ของอินโดนีเซีย ในปี 2025 จุดยืนในตลาดของไทยนั้นยังคงมีขนาดเล็ก โดยมีสัดส่วนส่วนแบ่งประมาณ 1.9% แม้ว่ามูลค่าจะเพิ่มขึ้นจากฐานที่ต่ำก็ตาม ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของสัดส่วน HS 3206 ต่อความต้องการของ

เคมีภัณฑ์ของอินโดนีเซีย แต่ในปัจจุบันสัดส่วนนี้ยังไม่ใช่สัดส่วนหลักที่ไทยสามารถที่จะเป็นผู้แข่งขันหลักภายในตลาดได้

ในสัดส่วนของ HS 3214 ไทยมีจุดยืนระดับกลางในตลาดที่เด่นชัดขึ้น โดยที่สัดส่วนนี้ขนาดเล็กกว่า แต่มีความเกี่ยวข้องกับเคมีภัณฑ์ก่อสร้าง สารกันรื้อ ซีเมนต์เรซิน และวัสดุตกแต่งพื้นผิว ในปี 2025 จีนเป็นผู้นำในสัดส่วนนี้ด้วยส่วนแบ่งประมาณ 32.9% ในขณะที่ไทยถือครองส่วนแบ่งอยู่ประมาณ 9.6% ดังนั้น จุดยืนของไทยจึงไม่ได้เป็นจุดยืนที่ครองตลาด แต่ก็จุดยืนที่สามารถมองเห็นถึงความเห็นชัด หากเปรียบเทียบกับสัดส่วนอื่น ๆ ใน HS 32 นอกจากนี้ ข้อมูลยังแสดงให้เห็นว่าจีนได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในสัดส่วนนี้ ซึ่งเพิ่มแรงกดดันในด้านการแข่งขันเมื่อเวลาผ่านไป

ในสัดส่วนของ HS 3215 ความเกี่ยวข้องของไทยที่มีต่อภาคบรรจุภัณฑ์ ไทยยังคงมีความแข็งแกร่งเป็นพิเศษเนื่องจากหมวดหมู่นี้ครอบคลุมถึงน้ำหมึกพิมพ์ที่ใช้พิมพ์ฉลาก กล่องกระดาษ บรรจุภัณฑ์แบบยืดหยุ่น และสิ่งพิมพ์สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค อินโดนีเซียได้มีการนำเข้ามูลค่าประมาณ 61.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2025 สำหรับสัดส่วนของ HS 3215 ตลาดนี้มีการครองตลาดโดยญี่ปุ่น จีน และสิงคโปร์ หากรวมกันแล้วนับว่าเป็นสัดส่วนการจัดจำหน่ายที่มีขนาดที่ใหญ่มาก โดยที่บทบาทของไทยมีขนาดเล็กมาก มีส่วนแบ่งเพียงประมาณ 1.3% ในปี 2025 สื่อให้เห็นว่าน้ำหมึกพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์มีความเกี่ยวข้องอย่างชัดเจนกับระบบนิเวศบรรจุภัณฑ์ของอินโดนีเซีย แต่ในปัจจุบันตลาดในสัดส่วนนี้ ไทยยังคงไม่ได้มีจุดยืนที่แข็งแกร่งนัก

ตารางที่ 8 จุดยืนในการแข่งขันของไทย ของสัดส่วน HS 32 ที่มีการคัดสรร ในกลุ่มสินค้าเม็ดสี สารเคลือบผิว
สารกันรั่ว และน้ำหมึก

รหัส HS	หมวดหมู่สินค้า	รูปแบบของผู้จัดหาสินค้า ในปี 2025	สัดส่วนของ ไทย (%)	การตีความ
3208	สีและน้ำยาเคลือบเงา ชนิดไม่ใช้น้ำเป็นตัว ทำละลาย	จีนเป็นผู้นำ แต่ฐานการ จัดหาสินค้ายังคงมี ความหลากหลาย	11.1%	หนึ่งในหมวด HS 32 ที่ไทยมีสถานะที่ดี
3206	สารให้สีอื่น ๆ	จีนครองตลาดอย่างชัดเจน	1.9%	ตลาดมีความสำคัญ แต่สถานะของไทยยัง อ่อนแอ
3214	วัสดุอุดโป้ว ซีเมนต์เรซิน และสารอุดรอยรั่ว	จีนเป็นผู้นำ ในขณะที่ผู้จัดหาสินค้า ในภูมิภาคยังคงมีบทบาท ที่ชัดเจน	9.6%	ไทยมีความเกี่ยวข้องกับ หมวดเคมีภัณฑ์ก่อสร้าง
3215	หมึกพิมพ์	ญี่ปุ่น จีน และสิงคโปร์เป็นผู้นำ	1.3%	ไทยมีความเกี่ยวข้องสูงกับ บรรจุภัณฑ์ แต่ยังไม่ได้เป็นผู้นำ

ในภาพรวม สัดส่วนของ HS 32 ช่วยเสริมการวิเคราะห์ตลาดเคมีภัณฑ์ โดยแสดงให้เห็น ว่าความต้องการ
เคมีภัณฑ์ของอินโดนีเซียไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่วัตถุดิบอินทรีย์ขั้นต้น (Upstream Organic Inputs) เท่านั้น แต่
ยังรวมถึงวัสดุที่มุ่งเน้นการใช้งานเฉพาะทาง ที่มีการใช้งานในบรรจุภัณฑ์ การพิมพ์ สารเคลือบผิว การแต่งสี
พลาสติก การก่อสร้าง และการตกแต่งพื้นผิว จุดยืนของไทยในตลาดในสัดส่วนของ HS 32 หากมองในระดับ
ภาครวม ยังคงอยู่ในระดับปานกลาง แต่ก็ยังคงมีความซับซ้อนกว่าสัดส่วน HS 29 ไทยดูเหมือนจะมีความ
เด่นชัดค่อนข้างมากในเรื่องของจุดยืนภายในตลาดในสัดส่วนของ HS 3208 และ HS 3214 ในขณะที่จุดยืนของ
ไทยยังคงมีขนาดเล็กในสัดส่วน HS 3206 และ HS 3215 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงจุดยืนของไทยในตลาดเคมีภัณฑ์
ในอินโดนีเซียที่เป็นลักษณะแบบการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Selective) มากกว่าแบบการเจาะตลาดแบบกว้าง
(Broad-based) พร้อมทั้งความเด่นชัดที่มีความแข็งแกร่งมากขึ้นในด้านของสารเคลือบผิวและเคมีภัณฑ์ที่
เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างบางประเภท เมื่อเทียบกับกลุ่มเม็ดสี สารเคมีกึ่งสำเร็จรูปอินทรีย์ หรือน้ำหมึกพิมพ์
สำหรับบรรจุภัณฑ์

5. จุดยืนของไทยภายในตลาด

ไทยเป็นผู้จัดหาสินค้าที่สำคัญในตลาดพลาสติก บรรจุภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์บางประเภทของอินโดนีเซีย แต่จุดยืนดังกล่าวเป็นในลักษณะแบบการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มมากกว่าการเจาะตลาดแบบกว้าง บทบาทที่แข็งแกร่งที่สุดของไทยสามารถพบได้ในกลุ่มพลาสติกภายใต้สัดส่วนของ HS 39 โดยเฉพาะในหมวดหมู่โพลิเมอร์และเรซินขั้นต้น ในทางกลับกัน จุดยืนของไทยมีความจำกัดมากกว่าในเรื่องของผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ขั้นปลาย (Downstream Packaging) และสัดส่วนเคมีภัณฑ์บางประเภทในสัดส่วนของ HS 29 และ HS 32 สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องของไทยต่อตลาดในอินโดนีเซียที่สามารถจับต้องได้ แต่ความเกี่ยวข้องนี้เองก็มีการกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม มากกว่าที่จะมีการกระจายความเกี่ยวข้องอย่างเท่า ๆ กันไปในทุกห่วงโซ่ มูลค่าของพลาสติก บรรจุภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์

ในส่วนของกลุ่มพลาสติก ความแข็งแกร่งที่ชัดเจนที่สุดของไทยอยู่ที่วัตถุดิบเรซินและโพลิเมอร์ขั้นต้นที่ใช้โดยผู้แปรรูปอินโดนีเซีย ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก และผู้ใช้ในภาคอุตสาหกรรม กลุ่มสินค้าอย่างโพลิเมอร์ของเอทิลีน โพลิเมอร์ของโพรพิลีน และวัสดุที่เกี่ยวข้องกับเรซินบางประเภท ยังคงเป็นกลุ่มสินค้าที่สำคัญที่ไทยมีความเด่นชัดที่แข็งแกร่ง สถานะนี้ได้รับการสนับสนุนจากฐานปิโตรเคมีของไทย ความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ในภูมิภาค และความเชื่อมโยงทางการค้าที่มั่นคงกับอินโดนีเซีย สำหรับผู้ซื้อในอินโดนีเซีย ผู้จัดหาสินค้าชาวไทยสามารถมีความเกี่ยวข้องได้เมื่อนำเสนอคุณภาพที่มีความสม่ำเสมอ การส่งมอบที่เชื่อถือได้ การจัดหาสินค้าที่มั่นคง และการเป็นแหล่งจัดหาวัตถุดิบในภูมิภาคที่สามารถเป็นตัวเลือกสำหรับการแข่งขันได้

อย่างไรก็ตาม จุดยืนของไทยภายในตลาดได้มีการอ่อนแอลงในสัดส่วนของพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ขั้นปลาย ผลิตภัณฑ์อย่าง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อ ผลิตภัณฑ์พลาสติกแปรรูป ฟิล์ม แผ่นพลาสติก และวัสดุบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูปอื่น ๆ สินค้าเหล่านี้ มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นและมักจะถูกครองตลาดโดยจีน ซึ่งทำให้ความสามารถของไทยในการแข่งขันในรูปแบบวงกว้างในสัดส่วนของสินค้าขั้นปลายที่มีความผันผวนของราคาแบบฉับพลันมีความจำกัดมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้โอกาสของไทยในภาคบรรจุภัณฑ์ มีแนวโน้มที่จะมาจากวัสดุทางเทคนิคหรือวัสดุสนับสนุนบางประเภทอย่าง ฟิล์มชนิดพิเศษ วัสดุสำหรับใช้ยึดติด ฉลาก เทปต่าง ๆ และวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัยสำหรับอาหาร มากกว่าผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แบบสำเร็จรูปสำหรับตลาดมวลชน

ในกลุ่มเคมีภัณฑ์บางประเภท จุดยืนของไทยนั้นจำกัดกว่าในกลุ่มพลาสติก ภายใต้สัดส่วน HS 29 ไทยมีความเด่นชัดเพียงบางส่วนในเคมีภัณฑ์อินทรีย์ที่เกี่ยวข้องกับปิโตรเคมี ในขณะที่จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินเดียมีความแข็งแกร่งกว่าในหลายหมวดหมู่หลัก ภายใต้สัดส่วน HS 32 ไทยมีจุดยืนที่มีลักษณะแบบการเจาะตลาด

เฉพาะกลุ่มมากกว่า โดยมีความเด่นชัดที่ค่อนข้างดีในด้านของสีและน้ำยาเคลือบเงาชนิดไม่ใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย สารกันร้าว สารอุดรอยร้าว และวัสดุเคมีที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง อย่างไรก็ตาม ไทยยังคงมีสถานะที่อ่อนแอในสัดส่วนของเม็ดสี วัสดุแต่งสี น้ำหมึกพิมพ์ และสารเคมีกึ่งสำเร็จรูปอินทรีย์ที่มีมูลค่าสูง

ดังนั้น ความแข็งแกร่งทางการแข่งขันของไทยจึงกระจุกตัวอยู่ใน 3 ส่วน ได้แก่ วัตถุดิบพลาสติกขั้นต้น วัตถุดิบบรรจุภัณฑ์ทางเทคนิคบางประเภท และผลิตภัณฑ์เคมีที่มุ่งเน้นการใช้งานเฉพาะทางบางชนิด ความแข็งแกร่งทั้งสามส่วนนี้มีความเกี่ยวข้องมากที่สุดในส่วนที่ผู้ซื้อให้คุณค่ากับความน่าเชื่อถือที่ได้มาจากการจัดหาสินค้า ความสม่ำเสมอของการจัดหาสินค้า ความเหมาะสมในการประยุกต์ใช้ ความพร้อมของเอกสารประกอบ และการตอบสนองระดับภูมิภาค ไทยมีความสามารถในการแข่งขันที่น้อยในด้านของบรรจุภัณฑ์ขั้นปลาย ผลิตภัณฑ์พลาสติกแปรรูป เม็ดสี น้ำหมึกพิมพ์ และสารเคมีกึ่งสำเร็จรูปพิเศษ ซึ่งจีน อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ หรือมาเลเซีย มีสถานะที่แข็งแกร่งกว่า

นัยยะเชิงกลยุทธ์คือ ผู้ส่งออกของไทยไม่ควรเข้าหาอินโดนีเซียในฐานะตลาดที่เป็นรูปแบบเดียวกันทั้งหมด ตลาดอินโดนีเซียมีความน่าดึงดูด แต่โอกาสที่ดีที่สุดของไทยคือการเจาะตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม ผู้ส่งออกไทยควรปกป้องสถานะของเรซินขั้นต้นของตน เสริมสร้างจุดยืนในตลาดเฉพาะในสัดส่วนของ วัสดุสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ทางเทคนิค และควรแสวงหาผลิตภัณฑ์เคมีที่มุ่งเน้นการใช้งานเฉพาะทางบางประเภทที่คำนึงถึงประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือ แนวทางนี้จะช่วยให้ผู้จัดหาสินค้าชาวไทยสามารถมีส่วนร่วมในการเติบโตของตลาดอินโดนีเซียได้โดยไม่ต้องแข่งขันโดยตรงในภาคส่วนที่มีการครองตลาดโดยจีน หรือภาคส่วนที่มีความผันผวนของราคาแบบฉับพลัน

6. ภูมิทัศน์ทางการแข่งขัน

6.1 ภาพรวมโครงสร้างการแข่งขันของอินโดนีเซีย

ตลาดพลาสติก บรรจุภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์บางประเภทของอินโดนีเซียได้รับการบริการอย่างหลากหลาย ทั้งจากผู้ผลิตในท้องถิ่น ผู้แปรรูปในท้องถิ่น บริษัทวัสดุพิเศษ ผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย และผู้จัดจำหน่ายต่างประเทศ ดังนั้น ภูมิทัศน์ทางการแข่งขันจึงไม่ได้ถูกกำหนดโดยกลุ่มบริษัทเพียงกลุ่มเดียว แต่ประกอบด้วยองค์ประกอบที่ซับซ้อน ตั้งแต่ห่วงโซ่มูลค่า ผู้ผลิตปิโตรเคมีและเรซินขั้นต้น ไปจนถึงผู้แปรรูปบรรจุภัณฑ์ ผู้ผลิตสารเคลือบผิวและเคมีภัณฑ์พิเศษ บริษัทวัสดุพลาสติกที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง และผู้จัดจำหน่ายที่ขับเคลื่อนด้วยการนำเข้า

บริษัทในท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการผลิตชิ้นปลายและการเข้าถึงตลาด ในภาคบรรจุภัณฑ์ บริษัทอินโดนีเซียตอบสนองความต้องการจากภาคอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว (FMCG) การค้าปลีก โลจิสติกส์ อีคอมเมิร์ซ และลูกค้าในภาคอุตสาหกรรม ในภาคเคมีภัณฑ์และวัสดุพิเศษ ผู้เล่นในท้องถิ่นครอบคลุมกลุ่มปิโตรเคมี เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม สารเคลือบผิว สีทา น้ำหมัก วัสดุที่เกี่ยวข้องกับพลาสติก และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างบางประเภท บริษัทบางแห่งเหล่านี้อาจแข่งขันโดยตรงกับผู้ส่งออกต่างประเทศ ในขณะที่บริษัทอื่น ๆ อาจทำหน้าที่เป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ลูกค้า ผู้คิดค้นสูตร หรือพันธมิตรในการจัดจำหน่าย

ผู้จัดจำหน่ายต่างประเทศยังคงมีความสำคัญ เนื่องจากอินโดนีเซียยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการภายในประเทศทั้งหมดผ่านการผลิตในท้องถิ่นได้ การพึ่งพาการนำเข้ามีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งสำหรับเรซินบางประเภท โพลีเมอร์พิเศษ ฟิล์ม สารเติมแต่ง วัตถุดิบเคมีอินทรีย์ เม็ดสี วัสดุที่เกี่ยวข้องกับสารเคลือบผิว น้ำหมัก และวัสดุสำหรับทางเทคนิคอื่น ๆ ดังที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น จีนได้กลายเป็นผู้เล่นที่แข็งแกร่งเป็นพิเศษในหมวดหมู่พลาสติกและเคมีภัณฑ์ชิ้นปลายหลายประเภท ในขณะที่ผู้จัดจำหน่ายในภูมิภาค เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย เวียดนาม เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และอินเดีย ยังคงมีความเกี่ยวข้องในกลุ่มผลิตภัณฑ์เฉพาะบางกลุ่ม

สำหรับผู้ส่งออกไทย ควรได้รับการทำความเข้าใจในประเด็นภูมิทัศน์ทางการแข่งขันใน 2 มิติด้วยกัน มิติแรกคือการแข่งขันกับบริษัทท้องถิ่นของอินโดนีเซีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการแปรรูปบรรจุภัณฑ์ สารเคลือบผิว และผลิตภัณฑ์พลาสติกบางประเภท มิติที่สองคือการแข่งขันกับผู้จัดจำหน่ายต่างประเทศ โดยเฉพาะจีนและผู้ผลิตรายอื่นในภูมิภาค ในหมวดหมู่ที่ต้องพึ่งพาการนำเข้า ซึ่งหมายความว่าผู้ส่งออกไทยจำเป็นต้องประเมินไม่เพียงแต่ว่าอินโดนีเซียนำเข้าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ หรือไม่ แต่ยังต้องประเมินด้วยว่าผลิตภัณฑ์นั้นได้รับการจัดจำหน่ายด้วยการแข่งขันจากผู้เล่นท้องถิ่นหรือจากผู้จัดจำหน่ายต่างประเทศที่มีศักยภาพที่มากกว่าแล้วหรือไม่

6.2 บริษัทบรรจุภัณฑ์และพลาสติกท้องถิ่นรายใหญ่

ภาคบรรจุภัณฑ์ในท้องถิ่นเป็นหนึ่งในส่วนที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงที่สุดของตลาดพลาสติกชิ้นปลายของอินโดนีเซีย ซึ่งมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับภาคอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว (FMCG) ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค การจัดจำหน่ายสินค้าค้าปลีก อีคอมเมิร์ซ และโลจิสติกส์ การจัดอันดับบริษัทตามรายได้บ่งชี้ว่า อินโดนีเซียมีผู้เล่นในภาคบรรจุภัณฑ์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ขนาดใหญ่หลายราย แม้ว่าตลาดจะยังคงมีความกระจุกกระจายอยู่นอกเหนือจากบริษัทที่ใหญ่ที่สุดเหล่านั้นก็ตาม

จากข้อมูลการจัดอันดับบริษัทตามรายได้ บริษัทบรรจุภัณฑ์รายใหญ่ที่สุดของอินโดนีเซียอย่าง PT Panca Budi Idaman, PT Trias Sentosa, PT Argha Karya Prima Industry, PT Indopoly Swakarsa Industry และ

PT Kedawung Setia Industrial บริษัทเหล่านี้เป็นตัวแทนของส่วนต่าง ๆ ในตลาดบรรจุภัณฑ์และการแปรรูปพลาสติก รวมถึงบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบยืดหยุ่น พิล์ม กระสอบ ตู้คอนเทนเนอร์ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 9 ผู้เล่นหลักด้านบรรจุภัณฑ์และพลาสติกของอินโดนีเซีย และความเกี่ยวข้องเชิงกลยุทธ์

บริษัท	กลุ่มธุรกิจหลัก	รายได้ (ล้าน)	ความเกี่ยวข้องเชิงกลยุทธ์
PT Panca Budi Idaman	ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติก	\$521.09	ผู้เล่นบรรจุภัณฑ์รายใหญ่ในประเทศ อาจเป็นทั้งคู่แข่งหรือผู้ซื้อชั้นปลายสำหรับวัตถุดิบพลาสติก
PT Trias Sentosa	บรรจุภัณฑ์แบบยืดหยุ่นและฟิล์ม	\$386.86	ผู้เล่นสำคัญในด้านความต้องการฟิล์มและบรรจุภัณฑ์แบบยืดหยุ่น
PT Argha Karya Prima Industry	ฟิล์มบรรจุภัณฑ์แบบยืดหยุ่น	\$293.01	เกี่ยวข้องกับความต้องการฟิล์มพลาสติกและวัสดุบรรจุภัณฑ์
PT Indopoly Swakarsa Industry	บรรจุภัณฑ์แบบยืดหยุ่นและฟิล์ม	\$249.51	รองรับความต้องการฟิล์มบรรจุภัณฑ์และวัสดุพลาสติกอุตสาหกรรม
PT Kedawung Setia Industrial	บรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน	\$207.29	เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ที่มุ่งเน้นผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์พลาสติก

บริษัทเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าอินโดนีเซียมีฐานการผลิตบรรจุภัณฑ์และการแปรรูปพลาสติกในท้องถิ่นที่มั่นคง สิ่งนี้มีความสำคัญด้วย เหตุผล 2 ประการ ประการแรก ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปของไทยอาจต้องเผชิญกับการแข่งขันในท้องถิ่นจากผู้ผลิตอินโดนีเซียที่บริการลูกค้าในประเทศอยู่แล้ว ประการที่สอง ผู้ส่งออกเรซิน ฟิล์ม วัสดุพิเศษ สารเติมแต่ง หรือวัสดุสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ของไทยอาจมองว่าบริษัทเหล่านี้เป็นลูกค้าที่มีศักยภาพหรือเป็นจุดอ้างอิงสำหรับความต้องการชั้นปลาย

นัยยะคือ โอกาสของประเทศไทยในภาคบรรจุภัณฑ์ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการส่งออกบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปเท่านั้น ในหลายกรณี โอกาสที่สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง อาจเป็นการจัดหาวัสดุที่ใช้โดยผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ของอินโดนีเซีย เช่น เรซิน ฟิล์ม วัสดุทากาว เกรดพิเศษ สารเติมแต่ง หรือวัตถุดิบอื่น ๆ ที่สนับสนุนการแปรรูปในท้องถิ่น สิ่งนี้มีความเกี่ยวข้องเป็นพิเศษเมื่อผู้ผลิตในท้องถิ่นต้องการคุณภาพที่สม่ำเสมอ คุณสมบัติทางเทคนิคเฉพาะ หรือวัสดุนำเข้าที่ไม่มีอุปทานในประเทศที่เพียงพอ

6.3 บริษัทเคมีภัณฑ์และวัสดุเฉพาะทางหลักในประเทศ

ภูมิทัศน์ด้านเคมีภัณฑ์และวัสดุพิเศษของอินโดนีเซียประกอบไปด้วย การผสมผสานระหว่างบริษัทปิโตรเคมี ผู้จัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์ ผู้ผลิตสารเคลือบผิวและสีทา บริษัทวัสดุที่เกี่ยวข้องกับพลาสติก และผู้จัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมบางประเภท เมื่อเปรียบเทียบกับด้านบรรจุภัณฑ์ ภูมิทัศน์ด้านเคมีภัณฑ์มีความหลากหลายมากกว่าเนื่องจากครอบคลุมทั้งวัสดุขั้นต้นและผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการใช้งานเฉพาะทาง

สำหรับรายงานฉบับนี้ กลุ่มบริษัทที่เกี่ยวข้องมากที่สุดคือ กลุ่มเคมีภัณฑ์ (Chemicals) และ กลุ่มเคมีภัณฑ์ - พิเศษ (Chemicals –Specialty) กลุ่มเคมีภัณฑ์ - พิเศษ มีประโยชน์เป็นพิเศษ เนื่องจากครอบคลุมบริษัทที่อยู่ในกลุ่มปิโตรเคมี สารเคลือบผิว สีทา วัสดุที่เกี่ยวข้องกับพลาสติก วัสดุพิเศษ และการใช้งานในอุตสาหกรรมบางประเภท ส่วนในกลุ่มเคมีภัณฑ์ในรูปแบบวงกว้างก็มีประโยชน์เช่นกัน แต่จำเป็นต้องได้รับการตีความอย่างพิถีพิถัน เนื่องจากไม่ใช่ทุกบริษัทในกลุ่มเคมีภัณฑ์แบบวงกว้างจะมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับพลาสติก บรรจุภัณฑ์ หรือกลุ่มเคมีภัณฑ์บางประเภทที่ได้มีการกล่าวถึงในรายงานฉบับนี้

จากการจัดอันดับตามรายได้ที่มีอยู่ บริษัทหลักในภูมิทัศน์เคมีภัณฑ์และวัสดุพิเศษ ได้แก่ PT Chandra Asri Petrochemical, PT Barito Pacific, PT Lautan Luas, PT Avia Avian, PT Unggul Indah Cahaya, PT Polychem Indonesia, PT Colorpak Indonesia, PT Aneka Gas Industri และ PT Madusari Murni Indah

ตารางที่ 10 ผู้เล่นหลักด้านเคมีภัณฑ์และวัสดุเฉพาะทางในอินโดนีเซีย และความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์

บริษัท	กลุ่มธุรกิจหลัก	รายได้ (ล้าน)	ความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์
PT Chandra Asri Petrochemical	ปิโตรเคมีและวัสดุโพลีเมอร์	\$8780	ผู้เล่นปิโตรเคมีขั้นต้นรายใหญ่
PT Barito Pacific	กลุ่มที่เชื่อมโยงกับปิโตรเคมี	\$9370	บริษัทแม่/กลุ่มธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับปิโตรเคมี
PT Lautan Luas	การจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์	\$893.18	ผู้จัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์รายสำคัญ
PT Avia Avian	สีและสารเคลือบผิว	\$846.3	เกี่ยวข้องกับสัดส่วน HS 32
PT Unggul Indah Cahaya	ผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์	\$406.27	เคมีภัณฑ์อุตสาหกรรมบางประเภท
PT Aneka Gas Industri	ก๊าซอุตสาหกรรม	\$306.47	การสนับสนุนอุปทานในภาคอุตสาหกรรม

PT Indonesia	Polychem	วัสดุปิโตรเคมี	\$142.33	วัสดุที่เกี่ยวข้องกับเคมีภัณฑ์/พลาสติก
PT Indonesia	Colorpak	หมึกพิมพ์และสารเคลือบผิว	\$100.55	หมึกพิมพ์และสารเคลือบผิว สำหรับบรรจุภัณฑ์
PT Murni Indah	Madusari	เอทานอลและผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับเคมีภัณฑ์	\$145.11	วัตถุดิบเคมีบางประเภท

การมีอยู่ของ Chandra Asri และ Barito Pacific ตอกย้ำถึงความสำคัญของฐานปิโตรเคมีขั้นต้นของอินโดนีเซีย บริษัทเหล่านี้เป็นคู่แข่งที่สำคัญสำหรับเรซินนำเข้าและวัสดุที่เกี่ยวข้องกับปิโตรเคมี แต่การมีอยู่ของพวกเขาไม่ได้ขจัดโอกาสในการนำเข้า อินโดนีเซียยังคงนำเข้าวัสดุพลาสติกและวัตถุดิบเคมีบางประเภทในปริมาณมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เกิดการผลิตในประเทศไม่เพียงพอข้อมูลจำเพาะของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน หรือผู้ซื้อต้องการแหล่งสินค้าอื่นสำหรับเป็นทางเลือก

Lautan Luas มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากเป็นตัวแทนของการจัดจำหน่ายและการจัดหาเคมีภัณฑ์ของตลาด สำหรับผู้ส่งออกต่างประเทศ บริษัทที่มีเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่แข็งแกร่ง สามารถมีความเกี่ยวข้องอย่างมาก แม้ว่าพวกเขาจะไม่ได้เป็นผู้ผลิตโดยตรงสำหรับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดก็ตาม การเข้าถึงตลาดความสัมพันธ์กับลูกค้า คลังสินค้า และความสามารถในการขายของพวกเขา สามารถส่งผลต่อวิธีที่ผลิตภัณฑ์เคมีนำเข้าไปสู่ผู้ซื้อในท้องถิ่นได้

Avia Avian และ Colorpak Indonesia มีความเกี่ยวข้องกับด้านที่มุ่งเน้นการใช้งานเฉพาะทางของตลาดเคมีภัณฑ์ การมีอยู่ของพวกเขาแสดงให้เห็นว่าอินโดนีเซียมีขีดความสามารถในท้องถิ่นในด้านสารเคลือบผิว สีทา น้ำหมึก และวัสดุที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ สำหรับผู้ส่งออกไทย สิ่งนี้สร้างทั้งการแข่งขันและความเกี่ยวข้องกับลูกค้าที่มีศักยภาพ ผู้คิดค้นสูตรในท้องถิ่นยังคงอาจต้องการวัตถุดิบนำเข้า เม็ดสี สารเติมแต่ง เรซินตัวทำละลาย หรือวัตถุดิบพิเศษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อต้องการมาตรฐานประสิทธิภาพหรือคุณภาพเฉพาะ

โดยรวมแล้ว ภูมิทัศน์เคมีภัณฑ์ในท้องถิ่นไม่ได้เป็นเพียงแผนที่ที่แสดงคู่แข่งเท่านั้น แต่ยังเป็นแผนที่ที่ลูกค้าและพันธมิตรที่มีศักยภาพด้วย ผู้ส่งออกไทยควรแยกแยะระหว่างบริษัทที่แข่งขันโดยตรงกับผลิตภัณฑ์ของตนและบริษัทที่อาจซื้อ จัดจำหน่าย คิดค้นสูตร หรือแปรรูปวัตถุดิบเคมีนำเข้า

6.4 ผู้เล่นในกลุ่มพลาสติกและเคมีภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง

การก่อสร้างเป็นกลไกขับเคลื่อนความต้องการที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกและเคมีภัณฑ์บางประเภทในอินโดนีเซีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับวัสดุก่อสร้างพลาสติก ท่อ สารเคลือบผิว วัสดุกันซึม สารกันรั่ว วัสดุอุดรอยรั่ว กาว และวัตถุดิบเคมีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง อย่างไรก็ตาม กลุ่มเนื้อหาวัสดุก่อสร้างจะต้องถูกนำมาใช้อย่างระมัดระวัง เพราะว่ามีบริษัทขนาดใหญ่ที่สุดหลายแห่ง เป็นผู้ผลิตซีเมนต์หรือบริษัทวัสดุก่อสร้างในวงกว้าง ซึ่งอยู่นอกขอบเขตหลักของรายงานฉบับนี้

ด้วยเหตุผลนี้ บริษัทที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างควรถูกนำมารวมไว้เฉพาะในกรณีที่ธุรกิจของบริษัทนั้น ๆ มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับพลาสติกหรือผลิตภัณฑ์เคมีบางประเภท จากการจัดอันดับตามรายได้ที่มีอยู่ PT Impack Pratama Industri เป็นหนึ่งในตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องมาก เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับวัสดุก่อสร้างพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง มากกว่าการที่บริษัทเป็นบริษัทที่มุ่งเน้นในเรื่องของซีเมนต์

การรวบรวมผู้เล่นบางรายที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างมีประโยชน์ เพราะแสดงให้เห็นถึงความต้องการผลิตภัณฑ์พลาสติกและเคมีภัณฑ์ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงบรรจุภัณฑ์หรือสินค้าอุปโภคบริโภค ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างสามารถสนับสนุนโอกาสสำหรับแผ่นโพลีคาร์บอเนต วัสดุก่อสร้างพลาสติก สารกันรั่ว สารเคลือบผิว กาว ผลิตภัณฑ์กันซึม และวัสดุประสิทธิภาพสูงอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ส่วนนี้ควรคงไว้เป็นส่วนเสริมของภูมิทัศน์การแข่งขันมากกว่าที่จะเป็นจุดสนใจหลัก เนื่องจากวัสดุก่อสร้างในวงกว้างอย่าง ซีเมนต์และมวลรวมอยู่นอกขอบเขตของรายงานฉบับนี้

6.5 การแข่งขันจากผู้จัดจำหน่ายต่างประเทศ

ผู้จัดจำหน่ายต่างประเทศยังคงเป็นหัวใจสำคัญของตลาดพลาสติก บรรจุภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์บางประเภทของอินโดนีเซีย บทก่อนหน้านี้แสดงให้เห็นว่าตลาดนำเข้าของอินโดนีเซียได้รับการจัดหาโดยผู้เล่นในเอเชียและผู้เล่นระดับโลกผสมผสานกัน โดยโครงสร้างผู้จัดจำหน่ายจะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์

จีนเป็นคู่แข่งต่างประเทศที่สำคัญที่สุดในหลายกลุ่มของพลาสติกและเคมีภัณฑ์ชั้นปลาย โดยจีนมีจุดยืนที่แข็งแกร่งในด้านของฟิล์มพลาสติก สิ่งของบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่น ๆ เม็ดสี วัสดุแต่งสี และหมวดหมู่เคมีภัณฑ์อินทรีย์หลายประเภท ความได้เปรียบทางการแข่งขันของจีนส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับขนาด ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การกำหนดราคาแบบรุกราน (Aggressive Pricing) และความเชี่ยวชาญในการ

ผลิต สิ่งนี้ทำให้จีนเป็นคู่แข่งที่ยากเป็นพิเศษ ในการที่จะแข่งขันในส่วนของผลิตภัณฑ์ชั้นปลายที่เป็นสินค้าโภคภัณฑ์และกึ่งโภคภัณฑ์

สิงคโปร์และมาเลเซียมีความสำคัญในการจัดหาเคมีภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์อินทรีย์ บทบาทของทั้งสองประเทศได้รับการสนับสนุนจากศูนย์กลางการค้าระดับภูมิภาค โครงสร้างพื้นฐานของโรงกลั่นและปิโตรเคมี และการเชื่อมโยงทางโลจิสติกส์ที่มั่นคงกับอินโดนีเซีย ประเทศเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งในสัดส่วน HS 29 และกลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเรซินบางประเภท

ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้มีความเกี่ยวข้องมากกว่าในวัสดุที่มีข้อกำหนดทางเทคนิคสูงกว่าอย่าง สารเคลือบผิว ฟิล์ม น้ำหมึก เคมีภัณฑ์พิเศษ และผลิตภัณฑ์ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความได้เปรียบทางการแข่งขันของพวกเขา มักเชื่อมโยงกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพทางเทคนิค และความสัมพันธ์ที่มั่นคงกับลูกค้าในภาคอุตสาหกรรม ทั้งสองประเทศอาจไม่ได้ครอบครองตลาดด้วยปริมาณเสมอไป แต่ทั้งสองยังคงเป็นคู่แข่งที่สำคัญในสัดส่วนที่มีมูลค่าสูง

อินเดียมีความเกี่ยวข้องเป็นพิเศษในเคมีภัณฑ์อินทรีย์บางประเภทและสารเคมีกึ่งสำเร็จรูปที่เกี่ยวข้องกับยา ในกลุ่มสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับสารประกอบเฮเทอโรไซคลิก ที่มีไนโตรเจนเป็นองค์ประกอบและสารเคมีกึ่งสำเร็จรูปพิเศษอื่น ๆ อินเดียสามารถเป็นผู้จัดจำหน่ายที่สำคัญควบคู่ไปกับจีน สิ่งนี้มีความสำคัญสำหรับสัดส่วนยาฆ่าโรค เคมีภัณฑ์เกษตร และวัตถุดิบเคมีที่มีมูลค่าสูง

เวียดนามกำลังเป็นประเทศที่ก้าวขึ้นมาอยู่ในกลุ่มของผลิตภัณฑ์พลาสติกและเคมีภัณฑ์บางประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่กำลังการผลิตในภูมิภาคและความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนมีความสำคัญ แม้ว่าเวียดนามอาจไม่ได้ครองตลาดทั้งหมด แต่การมีอยู่ของเวียดนามก็เพิ่มการแข่งขันในภูมิภาคอีกชั้นหนึ่งสำหรับประเทศไทย

จุดยืนในตลาดของประเทศไทยควรได้รับการพิจารณาผ่านภูมิทัศน์ของสภาพแวดล้อมการแข่งขันนี้ ประเทศไทยมีความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์กับอินโดนีเซียและมีขีดความสามารถในการจัดหาปิโตรเคมีและอุตสาหกรรมที่น่าเชื่อถือ แต่ไทยต้องเผชิญกับคู่แข่งที่แตกต่างกันในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน ในกลุ่มเรซินขั้นต้น ไทยแข่งขันกับผู้จัดจำหน่ายปิโตรเคมีในภูมิภาค ในกลุ่มบรรจุภัณฑ์ชั้นปลายและผลิตภัณฑ์พลาสติกแปรรูป ไทยต้องเผชิญกับแรงกดดันอย่างรุนแรงจากจีน ในกลุ่มเคมีภัณฑ์พิเศษ สารเคลือบผิว น้ำหมึก และวัสดุที่มีข้อกำหนดทางเทคนิคสูง ไทยแข่งขันกับจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย สิงคโปร์ มาเลเซีย และผู้เล่นในท้องถิ่น

6.6 นัยยะทางการแข่งขันสำหรับผู้ส่งออกไทย

ภูมิทัศน์การแข่งขันชี้ให้เห็นว่าผู้ส่งออกไทยจำเป็นต้องมีความพินิจพิจารณาในการเข้าหาตลาดอินโดนีเซีย การมีอยู่ของบริษัทในท้องถิ่นขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับบรรจภัณฑ์ บริษัทปิโตรเคมีสารเคลือบผิว และบริษัทเคมีภัณฑ์พิเศษ หมายความว่าตลาดอินโดนีเซียไม่ได้เพียงพึ่งพาการนำเข้า โดยที่ไม่มีความสามารถในการผลิตภายในประเทศ บริษัทในท้องถิ่นได้มีการให้บริการความต้องการชั้นปลายจากผู้ซื้อจำนวนมากอยู่แล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการแปรรูปบรรจภัณฑ์ สารเคลือบผิว และผลิตภัณฑ์พลาสติกบางประเภท

อย่างไรก็ตาม การมีอยู่ของผู้เล่นในท้องถิ่นไม่ได้จัดโอกาสในการนำเข้า แต่การมีอยู่ของผู้เล่นในท้องถิ่นจะเปลี่ยนลักษณะของโอกาส ผู้ส่งออกไทยอาจพบศักยภาพที่แข็งแกร่ง ที่ไม่ใช่เพียงแค่การขายสินค้าสำเร็จรูป แต่เป็นการจัดหาวัสดุ วัตถุดิบ เกรดทางเทคนิค หรือผลิตภัณฑ์พิเศษที่ใช้โดยผู้ผลิตในท้องถิ่น ผู้แปรรูปบรรจภัณฑ์ อาจต้องการเรซิน ฟิล์ม วัสดุขาว หรือวัตถุดิบพิเศษ ผู้ผลิตสารเคลือบผิวและน้ำหมึกอาจต้องการเม็ดสี ตัวทำละลาย เรซิน สารเติมแต่ง และวัสดุเคมีอื่น ๆ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างอาจต้องการวัสดุพลาสติก สารกันรั่ว กาว หรือเคมีภัณฑ์ประสิทธิภาพสูง

การแข่งขันจากจีนเป็นความท้าทายหลักในกลุ่มสินค้าชั้นปลายและกลุ่มสินค้าที่มีความไวต่อราคา มีความเป็นไปได้สูงที่ผู้ส่งออกไทยไม่อาจจะชนะได้เสมอด้วยราคาเพียงอย่างเดียว การที่จีนมีความได้เปรียบด้านขนาด และการเจาะตลาดของผู้จัดจำหน่ายที่แข็งแกร่ง ตอกย้ำถึงความสำคัญของการมุ่งเน้นไปที่ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางเทคนิค ความพร้อมด้านการปฏิบัติตามข้อกำหนด ความสามารถในการตอบสนองระดับภูมิภาค และการสนับสนุนลูกค้า

ความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายก็มีความสำคัญเช่นกัน ตลาดของอินโดนีเซียมีขนาดใหญ่ทางภูมิศาสตร์และมีความซับซ้อนในการดำเนินงาน พร้อมทั้งความต้องการที่มีการกระจุกตัวอยู่ในส่วนของอุตสาหกรรมหลัก แต่กระจายอยู่ตามเกาะต่าง ๆ และภาคผู้ใช้ปลายทางจำนวนมาก สำหรับผู้ส่งออกไทยหลายราย ผู้จัดจำหน่ายในท้องถิ่นหรือพันธมิตรทางการค้าจะมีความสำคัญสำหรับคลังสินค้า ขั้นตอนการนำเข้า การเข้าถึงลูกค้า การสนับสนุนหลังการขาย และการจัดการและการปฏิบัติตามข้อกำหนด สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนทางเทคนิคมากขึ้น อาจจำเป็นต้องมีการมีส่วนร่วมโดยตรงกับผู้แปรรูป ผู้คิดค้นสูตร และลูกค้าในภาคอุตสาหกรรม เพื่อสนับสนุนการทดสอบผลิตภัณฑ์และการอนุมัติข้อกำหนดเฉพาะ

โดยรวมแล้ว ภูมิทัศน์การแข่งขันของอินโดนีเซียมีความน่าสนใจแต่ก็มีความหนาแน่นสูง บริษัทท้องถิ่นเป็นทั้งคู่แข่งและเป็นช่องทางที่มีศักยภาพในการเข้าถึงลูกค้า ในขณะที่ซัพพลายเออร์จากต่างประเทศก็สร้างแรงกดดันอย่างมากในหลายหมวดหมู่สินค้านำเข้า ดังนั้น ผู้ส่งออกไทยจึงควรหลีกเลี่ยงการใช้แนวทางการตลาด

แบบกว้าง ๆ ที่ไม่มีความแตกต่าง แนวทางที่มีประสิทธิภาพที่สุดน่าจะเป็นการมุ่งเน้นเฉพาะบางกลุ่มตลาด โดยแข่งขันในจุดที่ประเทศไทยมีขีดความสามารถด้านผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ใช้พันธมิตรท้องถิ่นในจุดที่การเข้าถึงตลาดมีความสำคัญ และให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อให้คุณค่าในเรื่องของความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสมทางเทคนิค และความสม่ำเสมอในการจัดส่งสินค้า มากกว่าการพิจารณาเพียงแค่ราคาปลายทางที่ต่ำที่สุดเท่านั้น

7. กฎระเบียบการนำเข้าและการเข้าถึงตลาด

ข้อกำหนดการนำเข้าและการเข้าถึงตลาดของอินโดนีเซียสำหรับพลาสติก วัสดุบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เคมีบางประเภท ขึ้นอยู่กับการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์การใช้งาน และภาคผู้ใช้ปลายทาง ข้อกำหนดแรกสำหรับผู้ส่งออกไทยคือการยื่นยี่ห้อ HS ที่ถูกต้อง เนื่องจากใบอนุญาตนำเข้า อัตราภาษีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และข้อกำหนดด้านเอกสารจะถูกกำหนดในระดับผลิตภัณฑ์ เรซิน พลาสติกทั่วไปและวัตถุดิบอุตสาหกรรมสามารถปฏิบัติตามขั้นตอนการนำเข้าที่เป็นมาตรฐาน ในขณะที่บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอาหาร สารเคลือบผิว น้ำหมึก กาว สารกันรื้อ สารเติมแต่ง ตัวทำละลาย และเคมีภัณฑ์พิเศษ อาจต้องใช้เอกสารทางเทคนิค ความปลอดภัย หรือเอกสารเฉพาะของลูกค้านำเข้าเพิ่มเติม ในทางปฏิบัติ ผู้ส่งออกต่างประเทศส่วนใหญ่จะต้องทำงานร่วมกับผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย ตัวแทน หรือลูกค้าอุตสาหกรรมโดยตรงในท้องถิ่นที่ถือใบอนุญาตนำเข้าที่เกี่ยวข้องและเข้าใจขั้นตอนศุลกากรของอินโดนีเซีย

เอกสารการนำเข้ามาตรฐานมักจะรวมถึง ใบแจ้งหนี้การค้า รายการบรรจุหีบห่อ ใบตราส่งสินค้าหรือใบตราส่งสินค้าทางอากาศ ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า ใบรับรองการประกันภัยในกรณีที่เกี่ยวข้อง และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศุลกากร สำหรับผู้ส่งออกไทย ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้ามีความสำคัญเนื่องจากไทยและอินโดนีเซียต่างเป็นสมาชิกอาเซียน ซึ่งหมายความว่าอาจได้รับการปฏิบัติทางภาษีสิทธิประโยชน์หากผลิตภัณฑ์เป็นไปตามกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าที่บังคับใช้ อย่างไรก็ตาม อัตราภาษีสิทธิประโยชน์ไม่ได้จัดข้อกำหนดที่มีใช้ภาษี ผู้ซื้อและหน่วยงานภาครัฐยังคงอาจต้องการเอกสารข้อมูลทางเทคนิค เอกสารข้อมูลความปลอดภัย ใบรับรองผลการวิเคราะห์ ข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์ รายงานการทดสอบ การรับรองคุณภาพ และเอกสารสนับสนุนเฉพาะผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

มาตรฐานผลิตภัณฑ์และข้อกำหนดด้านความปลอดภัยควรได้รับการตรวจสอบก่อนการจัดส่งด้วยเช่นกัน กรอบมาตรฐานแห่งชาติของอินโดนีเซีย (SNI) อาจนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์บางประเภท ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์พลาสติกหรือเคมีภัณฑ์บางชนิดจะไม่จำเป็นต้องได้รับการรับรอง SNI ภาคบังคับทั้งหมดก็ตาม แม้ว่า SNI จะไม่ใช่ข้อบังคับ แต่ผู้ซื้อรายใหญ่ เช่น บริษัทอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ผลิตข้ามชาติบริษัทก่อสร้าง และอุตสาหกรรมที่

อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ ก็ยังอาจต้องการการปฏิบัติตามมาตรฐานเทคนิคภายในองค์กร สำหรับผลิตภัณฑ์ เคมี เอกสารมีความสำคัญเป็นพิเศษเนื่องจากเคมีภัณฑ์อันตราย เม็ดสี สารเคลือบผิว น้ำหมึก กาว สารกันร้าว สารเติมแต่งและตัวทำละลาย อาจต้องใช้เอกสารข้อมูลความปลอดภัย การจำแนกประเภทอันตราย ข้อมูล ฉลาก คำแนะนำในการจัดเก็บ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง

บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอาหารเป็นหนึ่งในส่วนที่มีความละเอียดอ่อนและมักจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด ไม่ว่าจะเป็น เป็น พลาสติก ตู้คอนเทนเนอร์ บรรจุภัณฑ์หลายชั้น ฉลาก น้ำหมึก สารเคลือบผิว และกาที่ใช้ในการใช้งานอาหารและเครื่องดื่ม อาจต้องใช้เอกสารรับรองที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของวัสดุ ชีตจำกัดในการขนส่ง สารปนเปื้อน และความเหมาะสมสำหรับการสัมผัสอาหาร ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลควรได้รับการพิจารณาด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับวัสดุที่ใช้ในห่วงโซ่อุปทานอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ยา รักษาโรค หรือสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ ไม่ใช่ว่าวัตถุพลาสติกหรือเคมีภัณฑ์ทั้งหมดจะต้องได้รับการรับรองฮาลาลโดยอัตโนมัติ แต่ผู้ซื้อชาวอินโดนีเซียอาจขอใบรับรองฮาลาลหรือเอกสารรับรองเมื่อวัสดุนั้นถูกใช้ในระบบการผลิตที่ควบคุมด้วยมาตรฐานฮาลาล

การเข้าถึงตลาดยังขึ้นอยู่กับความพร้อมทางการค้าเช่นกัน ไม่ใช่เพียงแค่การปฏิบัติตามกฎระเบียบเท่านั้น ผู้ซื้อชาวอินโดนีเซียมักประเมินผู้จัดจำหน่ายตามความสม่ำเสมอของผลิตภัณฑ์ ความครบถ้วนของเอกสาร ความน่าเชื่อถือในการจัดส่ง การสนับสนุนหลังการขาย และความสามารถในการสนับสนุนการทดลองผลิตภัณฑ์หรือการอนุมัติข้อกำหนดเฉพาะ สำหรับผลิตภัณฑ์สินค้าโภคภัณฑ์ ผู้จัดจำหน่ายในท้องถิ่นมีความสำคัญต่อการจัดการนำเข้า คลังสินค้า การเข้าถึงลูกค้า และการประสานงานการชำระเงิน สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนทางเทคนิค ผู้ส่งออกไทยอาจจำเป็นต้องรวมการสนับสนุนจากผู้จัดจำหน่ายเข้ากับการมีส่วนร่วมโดยตรงกับผู้แปรรูป ผู้คิดค้นสูตร และผู้ใช้ในภาคอุตสาหกรรม เพื่ออธิบายคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการทดสอบ และรักษาคำสั่งซื้อที่จะมีอีกในอนาคต

โดยรวมแล้ว สภาพแวดล้อมการนำเข้าของอินโดนีเซียนั้นอยู่ในระดับที่สามารถจัดการได้ แต่การเตรียมความพร้อมถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ผู้ส่งออกไทยควรตรวจสอบรหัสจำแนก HS ยืนยันข้อกำหนดในการนำเข้าและข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ที่มีผลบังคับใช้ จัดเตรียมเอกสารทางเทคนิคและเอกสารตามกฎระเบียบข้อบังคับให้ครบถ้วน รวมถึงร่วมมือกับพันธมิตรท้องถิ่นที่มีศักยภาพ ทั้งนี้ ผู้ส่งออกที่สามารถลดความไม่แน่นอนในเรื่องของการปฏิบัติตามกฎระเบียบให้แก่ผู้ซื้อชาวอินโดนีเซียได้ จะอยู่ในจุดที่ได้เปรียบมากกว่าผู้จัดหาสินค้าที่พึ่งพาเพียงแค่ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา

8. โอกาสและความท้าทาย

อินโดนีเซียมอบโอกาสที่มีความหมายสำหรับผู้ส่งออกไทย แต่โอกาสดังกล่าวไม่ได้กระจายตัวอย่างเท่าเทียมกัน ในทุกผลิตภัณฑ์พลาสติก บรรจุภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์ ศักยภาพที่แข็งแกร่งที่สุดอยู่ในสัดส่วนที่อินโดนีเซียมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง การพึ่งพาการนำเข้าอย่างต่อเนื่อง และข้อกำหนดของผู้ซื้อที่ก้าวไปไกลกว่าเรื่องราคาระหว่างปีรวมถึงวัตถุดิบโพลีเมอร์และเรซินขั้นต้น วัสดุบรรจุภัณฑ์ทางเทคนิคบางประเภท และผลิตภัณฑ์เคมีที่มุ่งเน้นการใช้งานเฉพาะทางที่ใช้ในการก่อสร้าง สารเคลือบผิว การผลิต บรรจุภัณฑ์ และการตกแต่งพื้นผิวในอุตสาหกรรม

พื้นที่โอกาสแรกคือ วัตถุดิบโพลีเมอร์และเรซินขั้นต้น สิ่งนี้ยังคงเป็นในเรื่องที่ไทยสามารถป้องกันจุดยืนในตลาดได้มากที่สุด เนื่องจากผู้จัดจำหน่ายไทยมีความแข็งแกร่งที่เด่นชัดกว่าอยู่แล้วในโครงสร้างการนำเข้าพลาสติกของอินโดนีเซีย ผู้แปรรูป ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก และผู้ใช้ในภาคอุตสาหกรรมของอินโดนีเซียยังต้องการวัตถุดิบที่เชื่อถือได้สำหรับฟิล์ม ตู้คอนเทนเนอร์ ชิ้นส่วนพลาสติก วัสดุก่อสร้าง ชิ้นส่วนยานยนต์ และการผลิตทั่วไป ผู้ส่งออกไทยสามารถเสริมสร้างจุดยืนนี้ด้วยการนำเสนอคุณภาพที่สม่ำเสมอ อุปทานสินค้าที่มั่นคง การสนับสนุนทางเทคนิค และเกรดผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของผู้แปรรูปในอินโดนีเซีย

พื้นที่โอกาสที่สองคือ วัสดุสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ ความต้องการบรรจุภัณฑ์ของอินโดนีเซียได้รับการสนับสนุนจากภาคอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว (FMCG) การค้าปลีก อีคอมเมิร์ซ โลจิสติกส์ และการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค อย่างไรก็ตาม หมวดหมู่บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูปจำนวนมากมีการแข่งขันสูงและถูกครองตลาดโดยจีนเพิ่มขึ้น ด้วยเหตุผลนี้ ผู้ส่งออกไทยอาจพบโอกาสที่แข็งแกร่งกว่าในฟิล์มชนิดพิเศษ วัสดุที่มีกาวในตัว เทป ฉลาก วัตถุดิบบรรจุภัณฑ์เกรดอาหาร และวัสดุทางเทคนิคอื่น ๆ ที่ใช้โดยผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีความน่าดึงดูดใจมากกว่าเมื่อผู้ซื้อต้องการความสม่ำเสมอของคุณภาพ เอกสารการปฏิบัติตามข้อกำหนด การทดสอบผลิตภัณฑ์ และอุปทานที่เชื่อถือได้

พื้นที่โอกาสที่สามคือ เคมีภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการใช้งานเฉพาะทางบางประเภท ประเทศไทยจะมีความเกี่ยวข้องมาก ในสินค้าอย่างสารเคลือบผิวบางประเภท สีทาและวานิชสูตรสารละลายอินทรีย์ สารกันรั่ว วัสดุอุดรอยร้าว กาว เคมีภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง และวัตถุดิบปิโตรเคมีบางชนิด ผลิตภัณฑ์เหล่านี้เชื่อมโยงกับภาคการก่อสร้าง การตกแต่งพื้นผิวในอุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์ การแปรรูปพลาสติกและภาคการผลิตของอินโดนีเซีย โอกาสจะมีความแข็งแกร่งขึ้น ในกรณีที่คุณต้องการความเสถียรของสูตรที่ใช้ในสินค้า ประสิทธิภาพการใช้งาน เอกสารทางเทคนิค และการสนับสนุนจากผู้จัดจำหน่าย

แม้จะมีโอกาสเหล่านี้ ประเทศไทยต้องเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญหลายประการ ความท้าทายที่สำคัญที่สุดคือการแข่งขันจากจีน ซึ่งได้กลายเป็นผู้เล่นหลักในหมวดหมู่พลาสติกและเคมีภัณฑ์ขึ้นปลายหลายประเภท ความได้เปรียบของจีนในด้านขนาด ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ และการกำหนดราคา ทำให้ผู้ส่งออกไทยแข่งขันได้ยากในผลิตภัณฑ์สินค้าโภคภัณฑ์และกึ่งโภคภัณฑ์ เว้นแต่ผู้ส่งออกไทยจะมีความได้เปรียบด้านต้นทุนคุณภาพ หรือประสิทธิภาพที่ชัดเจน การแข่งขันตามราคาโดยตรงกับจีนน่าจะมีความยั่งยืนที่ไม่ยาวนานนัก

ความท้าทายประการที่สองคือ ช่องว่างระหว่างการผลิตของความต้องการในอินโดนีเซียและด้านของสินค้าที่ไทยมีความแข็งแกร่งในปัจจุบัน ความต้องการที่ขับเคลื่อนด้วยการบริโภคของอินโดนีเซีย แข็งแกร่งมากที่สุดในด้านของบรรจุภัณฑ์ สินค้าอุปโภคบริโภค อีคอมเมิร์ซ และผลิตภัณฑ์พลาสติกขึ้นปลาย อย่างไรก็ตาม ด้านที่ไทยมีความแข็งแกร่งที่สุดกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มเรซินขั้นต้น สิ่งนี้หมายความว่าผู้ส่งออกไทยจำเป็นต้องเชื่อมโยงความแข็งแกร่งขั้นต้นของตนเข้ากับความต้องการขึ้นปลายของอินโดนีเซีย โดยการมุ่งเป้าไปที่ผู้แปรรูป ผู้คิดค้นสูตร และผู้ผลิตในท้องถิ่น มากกว่าการพึ่งพาเฉพาะการส่งออกผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป

ความท้าทายประการที่สามคือ การเข้าถึงตลาดและการปฏิบัติตามข้อกำหนด ขั้นตอนการนำเข้า การจำแนกประเภทรหัส HS มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ข้อกำหนดการสัมผัสอาหาร ความคาดหวังเกี่ยวกับฮาลาล เอกสารความปลอดภัยของสารเคมี และคุณสมบัติของลูกค้า สามารถส่งผลกระทบต่อการเข้าสู่ตลาดอินโดนีเซีย ข้อกำหนดเหล่านี้สามารถจัดการได้ แต่ต้องมีการเตรียมความพร้อม ผู้ส่งออกต้องมีเอกสารข้อมูลทางเทคนิค เอกสารข้อมูลความปลอดภัย ใบรับรองผลการวิเคราะห์ ข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์ รายงานการทดสอบใบรับรองในด้านการสัมผัสอาหารในกรณีที่เกี่ยวข้อง และเอกสารสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลตามที่กำหนดโดยภาคผู้ใช้ปลายทาง

ความท้าทายประการที่สี่คือ ความจำเป็นในการครอบคลุมตลาดท้องถิ่น อินโดนีเซียมีภูมิศาสตร์ขนาดใหญ่และความต้องการกระจายอยู่ตามพื้นที่อุตสาหกรรมและตลาดภูมิภาค สำหรับผู้ส่งออกไทยหลายราย ผู้จัดการจำหน่ายหรือตัวแทนในท้องถิ่นจะมีความสำคัญต่อขั้นตอนการนำเข้า คลังสินค้า การเข้าถึงลูกค้า การจัดการการชำระเงิน บริการหลังการขาย และการสนับสนุนการปฏิบัติตามข้อกำหนด สำหรับผลิตภัณฑ์ทางเทคนิคมากขึ้น ความสัมพันธ์กับผู้จัดการจำหน่ายควรร่วมกับการมีส่วนร่วมโดยตรงกับผู้แปรรูป ผู้คิดค้นสูตร และผู้ใช้ในภาคอุตสาหกรรม เพื่อสนับสนุนการทดลอง การอนุมัติข้อกำหนดเฉพาะ และคำสั่งซื้อที่จะมีอีกในอนาคต

โดยรวมแล้ว อินโดนีเซียยังคงเป็นตลาดที่น่าสนใจแต่จำเป็นต้องเลือกเจาะจงในการเข้าสู่ตลาดสำหรับผู้ส่งออกไทย โอกาสที่ดีที่สุดไม่ได้อยู่ที่การแข่งขันในวงกว้างในทุกหมวดหมู่ของสินค้าที่เกี่ยวกับพลาสติก บรรจุภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์ แต่อยู่ที่การมุ่งเน้นเจาะตลาดในส่วนที่ประเทศไทยมีความน่าเชื่อถืออยู่แล้ว และเป็นส่วน

ที่ผู้ซื้อชาวอินโดนีเซียให้คุณค่าอย่างในเรื่องของความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสมทางเทคนิค ความพร้อมด้านเอกสาร และความสม่ำเสมอในการจัดส่งสินค้า ดังนั้น ผู้ส่งออกไทยจึงควรให้ความสำคัญกับตลาดเฉพาะกลุ่มที่สามารถรักษาข้อได้เปรียบไว้ได้ และหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียวในกลุ่มตลาดที่ถูกครองตลาดโดยผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่ไปแล้ว

V. ข้อเสนอแนะและแนวโน้มในอนาคต

ผู้ส่งออกไทยควรเข้าหาอินโดนีเซียด้วยกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นและเฉพาะเจาะจงในแต่ละกลุ่มสินค้า อินโดนีเซียนำเสนอฐานความต้องการขนาดใหญ่สำหรับพลาสติก วัสดุบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เคมีบางประเภท แต่ตลาดมีการแข่งขันสูงและไม่ได้มีความน่าดึงดูดเท่ากันในทุกหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ สิ่งสำคัญอันดับแรกคือการมุ่งเน้นไปที่กลุ่มสินค้าที่ประเทศไทยมีความน่าเชื่อถืออยู่แล้ว อินโดนีเซียยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้า และผู้ซื้อให้คุณค่ากับความน่าเชื่อถือ ข้อระบุในด้านเทคนิค การสนับสนุนการปฏิบัติตามข้อกำหนด และคุณภาพการบริการ

ประการแรก ผู้ส่งออกไทยควรปกป้องและขยายจุดยืนในตลาดของตนในด้านของวัตถุดิบโพลีเมอร์และเรซินขั้นต้น นี่คือการที่แข็งแกร่งที่สุดของไทยในตลาดอินโดนีเซีย และควรคงไว้เป็นรากฐานของกลยุทธ์การตลาด ผู้ส่งออกควรเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้แปรรูปบรรจุภัณฑ์ ผู้ผลิตฟิล์ม ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก และผู้ใช้ในภาคอุตสาหกรรมของอินโดนีเซีย โดยการนำเสนอคุณภาพที่สม่ำเสมอ การส่งมอบที่เชื่อถือได้ ต้นทุนปลายทางที่มีการแข่งขัน และการสนับสนุนทางเทคนิค หากเป็นไปได้ ผู้จัดจำหน่ายไทยควรพัฒนาเกรดผลิตภัณฑ์ที่ปรับให้เข้ากับข้อกำหนดของผู้แปรรูปอินโดนีเซีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับบรรจุภัณฑ์ วัสดุก่อสร้าง ชิ้นส่วนยานยนต์ และการใช้งานในการผลิตทั่วไป

ประการที่สอง ผู้ส่งออกไทยควรมุ่งเป้าไปที่วัสดุสนับสนุนบรรจุภัณฑ์บางประเภท มากกว่าการแข่งขันในวงกว้างในกลุ่มสินค้าสิ่งของบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป ความต้องการบรรจุภัณฑ์ของอินโดนีเซียมีความแข็งแกร่ง แต่หมวดหมู่บรรจุภัณฑ์ขั้นปลายจำนวนมากมีการแข่งขันสูงอยู่แล้วและตลาดถูกครองโดยจีนเพิ่มขึ้น บริษัทไทยจึงควรจัดลำดับความสำคัญและให้ความสำคัญสินค้าอย่าง ฟิล์มชนิดพิเศษ วัสดุภาชนะบรรจุ ฉลาก เทป วัตถุดิบบรรจุภัณฑ์เกรดอาหาร และวัสดุบรรจุภัณฑ์ทางเทคนิคอื่น ๆ โดยคำนึงถึงความสม่ำเสมอของคุณภาพของสินค้า การรับรองผลิตภัณฑ์ และคุณสมบัติของลูกค้านับว่ามีความสำคัญมากกว่าเรื่องราคาเพียงอย่างเดียว

ประการที่สาม ผู้ส่งออกไทยควรสร้างจุดยืนทางตลาดที่เป็นรูปแบบเลือกสรรเฉพาะกลุ่มในผลิตภัณฑ์เคมีที่มุ่งเน้นการใช้งานเฉพาะทาง โดยคำนึงถึงกลุ่มสินค้าที่ไทยมีความเกี่ยวข้องมากที่สุด ได้แก่ สีทาและวานิชสูตรสารละลายอินทรีย์ สารเคลือบผิว สารกันรั่ว วัสดุอุดรอยรั่ว กาว เคมีภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง และ

วัตถุดิบปิโตรเคมีบางชนิด ผลิตภัณฑ์เหล่านี้เชื่อมโยงกับภาคการก่อสร้าง การตกแต่งพื้นผิวในอุตสาหกรรม การผลิตบรรจุภัณฑ์ และภาคการแปรรูปพลาสติกของอินโดนีเซีย ผู้จัดจำหน่ายไทยควรมุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ที่มีในเรื่องของประสิทธิภาพ ความเสถียรของสูตร เอกสารทางเทคนิค และการสนับสนุนการใช้งาน เพื่อสร้างความแตกต่างจากผู้จัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำกว่าได้

ประการที่สี่ ความพร้อมด้านการปฏิบัติตามข้อกำหนดควรได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของข้อเสนอทางการค้า ไม่ใช่เป็นเพียงข้อกำหนดทางบริหารหรือการนำเข้าเท่านั้น ผู้ส่งออกไทยควรเตรียมเอกสารทางเทคนิคและกฎระเบียบให้ครบถ้วนก่อนเข้าหาผู้ซื้อชาวอินโดนีเซีย สิ่งนี้รวมถึงเอกสารข้อมูลทางเทคนิค เอกสารข้อมูลความปลอดภัย ใบรับรองผลการวิเคราะห์ ข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์ รายงานการทดสอบ ใบรับรองการสัมผัสอาหารในกรณีที่เกี่ยวข้อง และเอกสารสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลตามที่กำหนดโดยภาคผู้ใช้ปลายทาง ผู้ส่งออกที่สามารถลดความไม่แน่นอนในการปฏิบัติตามข้อกำหนดสำหรับผู้ซื้อจะมีโอกาสผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้จัดจำหน่าย ผู้แปรรูป และลูกค้าได้ดีกว่า

ประการที่ห้า ผู้ส่งออกไทยควรใช้พันธมิตรในท้องถิ่นอย่างมีกลยุทธ์ สำหรับผลิตภัณฑ์สินค้าโภคภัณฑ์และกึ่งโภคภัณฑ์ ผู้จัดจำหน่ายอินโดนีเซียที่มีขีดความสามารถ มีความสำคัญต่อขั้นตอนการนำเข้า คลังสินค้า การเข้าถึงลูกค้า การจัดการการชำระเงิน และการประสานงานหลังการขาย สำหรับผลิตภัณฑ์ทางเทคนิค ผู้จัดจำหน่ายควรผสมผสานกับการมีส่วนร่วมโดยตรงกับผู้แปรรูป ผู้คิดค้นสูตร และผู้ใช้ในภาคอุตสาหกรรม เพื่อสนับสนุนการทดลองผลิตภัณฑ์ การอนุมัติข้อกำหนดเฉพาะ การแก้ไขปัญหา และการรักษาลูกค้าในระยะยาวเป้าหมายไม่ควรเป็นเพียงการเข้าสู่ตลาดเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการครอบคลุมลูกค้าที่สามารถทำซ้ำได้และเชื่อถือได้

ประการที่หก ผู้ส่งออกไทยควรหลีกเลี่ยงการแข่งขันตามราคาโดยตรงในกลุ่มสินค้าที่ถูกครองตลาดโดยจีน เว้นแต่จะมีความได้เปรียบด้านต้นทุนหรือประสิทธิภาพที่ชัดเจน ในกลุ่มสินค้าที่จีนเป็นผู้นำด้วยขนาดของการลงทุนและราคาที่ต่ำ ผู้จัดจำหน่ายไทยควรมุ่งเน้นไปที่เกรดคุณภาพที่มีความแตกต่าง ระยะเวลาการส่งมอบที่สั้นกว่าจากการได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ระดับภูมิภาค การเติมสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ความรักษาภาพรวมของคุณภาพ การบริการทางเทคนิคและการสนับสนุนการปฏิบัติตามข้อกำหนด การวางจุดยืนในตลาดรูปแบบนี้ มีความเป็นไปได้ที่สูงมากกว่าการพยายามแข่งขันในฐานะผู้จัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำที่สุดในหมวดหมู่สินค้าโภคภัณฑ์วงกว้าง

ในอนาคต ความต้องการของสินค้าพลาสติก วัสดุบรรจุภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์บางประเภทของอินโดนีเซียจะยังคงได้รับการสนับสนุนจากการบริโภค การผลิต การก่อสร้าง โลจิสติกส์ และอุตสาหกรรมผู้บริโภคที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแล อย่างไรก็ตาม การเติบโตภายในตลาดในอนาคตจะให้ประโยชน์แก่ผู้จัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์สินค้า

โกศภัณฑ์จะยังคงเผชิญกับแรงกดดันด้านราคา วัฏจักรราคาปิโตรเคมี ค่าขนส่ง ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และการแข่งขันจากผู้จัดจำหน่ายขนาดใหญ่ โอกาสที่มีมูลค่าสูงมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในผลิตภัณฑ์ที่ต้องการอุปทานสินค้าที่เชื่อถือได้ ประสิทธิภาพทางเทคนิค ความพร้อมด้านเอกสาร และทางออกหรือมาตรการรองรับเฉพาะสำหรับลูกค้า สำหรับผู้ส่งออกไทย กลยุทธ์ที่แนะนำคือ การสร้างจากความแข็งแกร่งที่มีอยู่ มุ่งเน้นไปที่ตลาดเฉพาะกลุ่มที่สามารถรักษาลูกค้าได้ในตลาดได้ และแข่งขันให้ไกลมากกว่าเพียงเรื่องราคา
