

印尼成为20国集团主席国 推动国家经济转型

建立世界供应链枢纽 发展中小微企业(中)

其次是长期的经济影响。20国集团的活动不仅是政府间会议，还可以安排私营部门和私营部门之间，以及中小微企业之间，介绍彼此的产品。在这种情况下，G-20可以是一个市场，至少在信息方面是这样。例如，现在在发达国家，因为很多人在家工作，他们想让自己的家更舒适。因此，他们需要家具。

国内消费的影响

印尼的特点之一是其相当大的中产阶级，大约有8900万。在一个仍处于休眠状态的世界里，很难期待国际游客。幸运的是，印尼有相当多的中产阶级。不幸的是，他们仍然被锁在城市里。请记住，这些人喜欢旅行。

因此，G-20事

件可以回收因新冠疫情而被锁定在城市地区的中产阶级的购买力，即通过表明情况正在恢复正常，尽管必须严格遵守卫生规则等。这种消费具有可以扩展到其他领域的杠杆或乘数。

这种消费的增长也是国家GDP增长的关键。在这种情况下，消费应该增长5%以上。当我们的消费增长为5.93%时，上一季度的GDP增长为7.07%。如果消费增长能恢复到6%左右，GDP估计能增长5%以上。

对中小微企业的影响

20国集团会议肯定会对东道主产生重大影响。必须利用这个条件。首先，巴厘岛及其周边地区的当地微型、中小型企业(MSME)将感受到积极

影响。但是，它也高度依赖于人员的流动性。因此，在G-20会场周围必须有中小微企业的数据收集，以便他们能够利用这种数据发展业务。

此外，应检查中小微企业的营运资金，因为在这次疫情大流行期间，它们中的许多都已关闭。这样，中小微企业就可以参与到收入流的圈子中。当20国集团会议结束，旅游业恢复正常时，中小微企业就会崛起。应该指出的是，中小微企业当前的问题是在大流行期间被侵蚀的营运资金。它已由金融服务管理局(OJK)重组。然而，重组并不支付本金和利息，而是以额外贷款或奖励的形式。

通过G-20活动在巴厘岛复兴的影响也将扩散到其他旅游区，例如日惹、玛琅等。除了旅游业的中小微企业，需要赋能的还有附加值更高的中小微企业。例如，印度尼西亚以皮革工艺品等家具行业的中小微企业而闻名。

另外，衣服还是衣服。在COVID-19期间，印度尼西亚中产阶级通过在线平台对民族服装，特别是来自印度尼西亚东部的服装有需求。这里的出口潜力相当大。因为以后来参加G-20论坛的不仅是政府代表，还有私营部门，

我希望能举办一个中小微企业展览，包括市场。它还可以通过举办研讨会来补充，以在活动结束后保持业务联系。

因此，在20国集团会议之前，有两类中小微企业获得授权，即出席此次活动的烹饪和旅游等中小微企业，以及出口性质的中小微企业。

数字化转型

政府需要做的，首先是谈判的复杂性。每个国家都有自己的利益，这是自然规律。因此，如果没有谈判，数字化转型议程将很困难。在这种数字化中，我们只是一个市场。而必须有一个互惠的原则对外部数字平台说，“我让你进入（印度尼西亚市场），但我们也要求我们的行业有保证的进入你的市场。”

所以，要求的不仅是市场，而是在平台上展示印尼产品的机会。换句话说，我们要求进入他们的市场。原因是，我们的许多产品在使用数字平台时可以在世界市场上畅销。例如，出口我们的家具。如果开放进入数字市场，它在中国和美国都有潜力。我们的家具可以说是高品质的。

正是这个议程必须通过G-20推进，我们必须不仅作为市场而且作为参与者参与

数字化经济。

疫情后恢复

印尼的一项创新体现在人们无法去市场时，蔬菜贸易商如何仍然可以销售。最后，在线摩托车出租车被用作快递员。我们可以将这样的创新安排为亲民政策之一。稍后我们可以向其他国家提出它，以便能够将我们的中小微企业纳入网络联系他们。因此，印尼的新冠疫情后复苏，可被用作全球疫情后恢复的一种方式。

这意味着当外国中小微企业进入我们的市场时，我们也必须在海外市场做同样的事情。我们可以看到，这已经开始通过我们的国有银行协会进行了。另一方面，我们不能厌倦加速数字交易。这是因为数字交易的问题更为复杂。我们习惯于使用WhatsApp和其他社交媒体等应用程序。但是，我们仍然很少使用数字平台作为营销工具。要将其用作营销工具，必须有倡导者或有想法的人。事实上，我们现在有一些这样的发起人，但这只是来自私营部门。为此，政府也可以通过通信和信息学部开设一个平台作为对这一私营部门的补充。所以，未来印尼的数字化成熟度不仅是消费者，也是生产者。



资料图：佐科维总统（左三）在PUPR部长 Basuki Hadimuljono（左）的陪同下，于周三（2018年14月2日）检查马鲁古西塞兰摄政区凯拉图区 Waimital 村灌溉和稻田生产道路的建设。