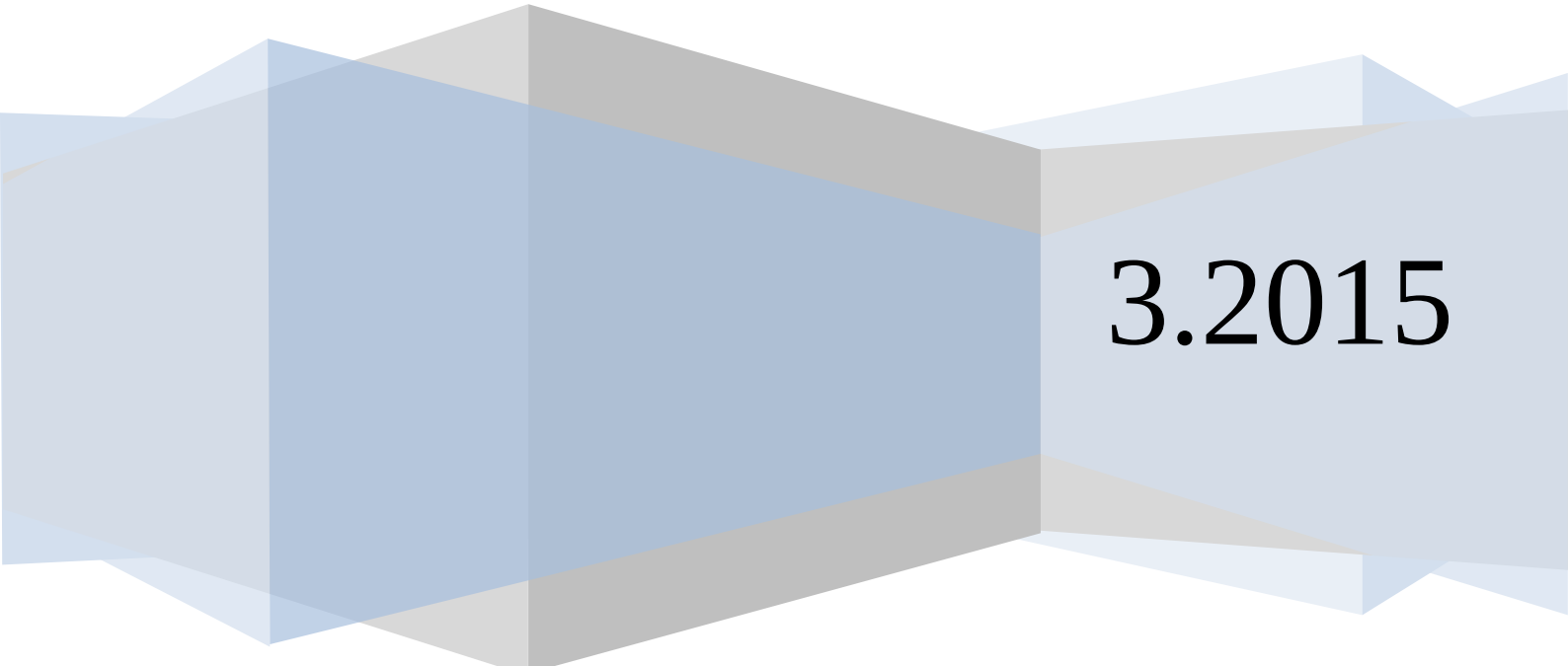


Ban Quan hệ Quốc tế - VCCI

HỒ SƠ THỊ TRƯỜNG INDONESIA

Người liên hệ: Nguyễn Nam
Tel: 04.35742022 ext 247
Email: namn@vcci.com.vn



3.2015

HỒ SƠ THỊ TRƯỜNG INDONESIA

MỤC LỤC

I. GIỚI THIỆU CHUNG	3
1. Các thông tin cơ bản.....	3
2. Lịch sử	4
3. Du lịch:	5
II. TÌNH HÌNH KINH TẾ	5
1. Tổng quan:	5
2. Các chỉ số kinh tế:	6
3. Những thuận lợi và khó khăn đối với các mặt hàng nhập khẩu vào Indonesia	7
III. QUAN HỆ KINH TẾ VỚI VIỆT NAM.....	8
1. Văn bản đã ký kết:	8
2. Hợp tác thương mại	8
3. Tình hình đầu tư:	9
4. Triển vọng phát triển kinh tế-thương mại với Việt Nam trong những năm tới:.....	10
5. Tập quán Kinh doanh:	10
IV. QUAN HỆ NGOẠI GIAO – CHÍNH TRỊ VỚI VIỆT NAM	12
1. Quan hệ ngoại giao:.....	12
2. Quan hệ chính trị:	12
V. QUAN HỆ HỢP TÁC VỚI VCCI	13
VI. ĐỊA CHỈ HỮU ÍCH.....	13

PHỤ LỤC THAM KHẢO

Bảng 1. Xuất khẩu VN – Indonesia

Bảng 2. Nhập khẩu VN – Indonesia

I. GIỚI THIỆU CHUNG



1. Các thông tin cơ bản

Tên đầy đủ:	Cộng hòa In Đô Nê Xi A (Indonesia)
Thế chế chính trị:	Cộng hòa
Thủ đô :	Jakarta
Đứng đầu nhà nước:	Tổng thống JOKO Widodo (từ 10/2014), Phó Tổng Thống Jusuf KALLA (từ 10/2014),
Đứng đầu chính phủ:	Tổng thống JOKO Widodo (từ 10/2014), Phó Tổng Thống Jusuf KALLA (từ 10/2014)
Thành viên của các tổ chức quốc tế:	ADB, APEC, ARF, ASEAN, BIS, CICA (observer), CP, D-8, EAS, FAO, G-15, G-20, G-77, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICRM, IDA, IDB, IFAD, IFC, IFRCS, IHO, ILO, IMF, IMO, IMSO, Interpol, IOC, IOM (observer), IPU, ISO, ITSO, ITU, ITUC, MIGA, MONUC, NAM, OIC, OPCW, PIF (partner), UN, UNAMID, UNCTAD, UNESCO, UNIDO, UNIFIL, UNMIL, UNMIS, UNWTO, UPU, WCO, WFTU, WHO, WIPO, WMO, WTO
Diện tích:	1,904,569 km ²
Khí hậu:	nhiệt đới nóng ẩm
Tài nguyên:	dầu, thiếc, khí đốt, nickel, gỗ, bauxite, đồng
Dân số:	253.6 triệu người . Xếp thứ 5 trên thế giới
Dân tộc:	Javanese 40.6%, Sundanese 15%, Madurese 3.3%, Minangkabau 2.7%, Betawi 2.4%, Bugis 2.4%, Banten 2%, Banjar 1.7%, other or unspecified 29.9%

Tôn giáo:	Đạo hồi 86.1%, Tin lành 5.7%, Thiên chúa giáo La Mã 3%; Ấn Độ Giáo 1.8% và các đạo khác
Tiền tệ:	Rupiah –IDR
Tỉ giá với USD:	(IDR) và USD 11,840.7 (2014); 10,341 (2013); 9,348 (2012); 8,696.1 (2011); 9,090 (2010),

2. Lịch sử

Năm 500 đế quốc lớn đầu tiên được lịch sử ghi nhận của Indonesia là xứ Sri-Vijaya được dựng lên ở phía nam đảo Sumatra. Thủ đô của xứ ấy là thành Palembang, nay là một đô thị đông trên 1 triệu dân.

Năm 1222 xứ Singhasari được thành lập ở đông bộ Java, nhanh chóng trở thành thế lực lớn nhất nhì của quần đảo. Singhasari đánh đuổi được quân xâm lược Mông Cổ năm 1293, rồi đổi quốc hiệu thành Majapahit. Năm 1319, một viên tướng thủ lĩnh ngự lâm quân là Gajah Mada dần nắm hết mọi quyền bính trong triều. Từ năm 1319 đến 1364, Gajah Mada bành trướng Majapahit thành rộng lớn như Indonesia ngày nay, có thêm miền nam của Phi-Luật-Tân. (Philipine hiện nay).

Từ khoảng năm 1250 trở đi, đạo Hồi (Islam) ngày càng có đông tín đồ trên quần đảo. Đến khoảng năm 1550 thì đạo Hồi trở thành tôn giáo có đông tín đồ nhất trong vùng. Lúc đó Majapahit đã yếu, và người Bồ Đào Nha bắt đầu đến lập căn cứ. Ít lâu sau đến lượt người Hà Lan. Năm 1619 người Hà Lan đổi tên thành Jayakarta (có nghĩa là "Chiến thắng huy hoàng", tức Jakarta, đọc rút ngắn) thành Batavia, tên của chủng tộc tổ tiên của người Hà Lan, và đặt trung tâm hành chính của họ ở đây. Người Hà Lan đô hộ phần lớn quần đảo Indonesia đến năm 1945.

Cuối năm 1949, Indonesia được Hà Lan công nhận là quốc gia độc lập và bàn giao lại hệ thống hành chính.

Indonesia là thành viên Liên hợp quốc từ 25 tháng 10 năm 1950.

Ngày 30 tháng 8 năm 1999, nhân dân Timor Timur đã bỏ phiếu tán thành tách khỏi Indonesia.

Ngày 20 tháng 5 năm 2002, Đông Timor tách khỏi Indonesia và được quốc tế công nhận là một quốc gia độc lập.

3. Du lịch:

Năm 2012, lượng khách quốc tế đến Indonesia là 8 triệu người. Indonesia dự đoán sẽ có khoảng 8.5 – 9 triệu khách quốc tế tới thăm đất nước vào năm 2013, tăng khoảng 7 – 12.5% so với năm 2012. <http://www.indonesia.travel/en/news/detail/877/indonesia-aims-to-welcome-9-million-tourists-in-2013>

Năm 2013, Indonesia chào đón 8.7 triệu lượt khách quốc tế thăm và chi tiêu khoảng 9.9 tỷ USD trong năm. Du lịch đóng góp vào khoảng 3.9% GDP của Indonesia năm 2013, tạo công ăn việc làm cho khoảng 10.2 triệu người lao động (khoảng 8.9% số lượng người lao động của Indonesia). Indonesia đặt mục tiêu sẽ thu hút 9.2 triệu lượt khách quốc tế tới vào năm 2014. http://www.ttgasia.com/article.php?article_id=22338

Năm 2014, Indonesia đạt kỷ lục đón 9.44 triệu lượt khách quốc tế, tăng 7.2% so với năm trước <http://www.indonesia-investments.com/news/news-columns/tourism-in-indonesia-record-high-number-of-foreign-visitor-arrivals/item5280>

II. TÌNH HÌNH KINH TẾ

1. Tổng quan:

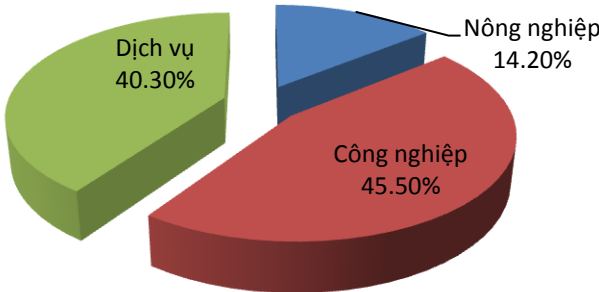
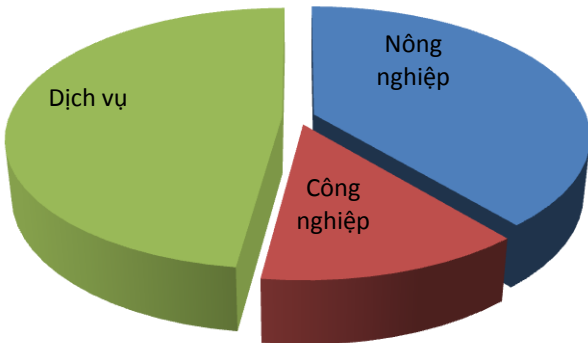
Indonesia là một nước giàu tài nguyên gồm: dầu mỏ, khí tự nhiên, thiếc, ni-ken và bô-xít, song vẫn nghèo, vì dân số đông. Gần 40% lực lượng lao động làm nông nghiệp. Lúa là cây lương thực chủ yếu, tuy nhiên vẫn không đủ cung cấp cho nhu cầu tiêu dùng trong nước. Indonesia cũng xuất khẩu một số lượng đáng kể cao su, chè, cà phê và các loại gia vị. Công nghiệp liên quan nhiều đến khai thác dầu khí, chế biến khoáng sản và các sản phẩm nông nghiệp.

Do ảnh hưởng từ cuộc khủng hoảng kinh tế Mỹ và tăng trưởng chậm của kinh tế toàn cầu, giá nhiên liệu tăng cao, chính phủ Indonesia nhận định nền kinh tế đất nước cũng không thể phát triển cao hơn nữa trong thời gian tới. Mục tiêu tăng trưởng kinh tế của Indonesia phấn đấu đạt mức ổn định từ 4-6%/năm trong giai đoạn 2008-2013, đảm bảo an ninh lương thực quốc gia, chuyển dịch cơ cấu kinh tế sang công nghiệp và dịch vụ, kìm chế thâm hụt ngân sách và tỷ lệ thất nghiệp, tăng cường xuất khẩu các sản phẩm phi dầu khí với mức tăng trung bình khoảng 10%/năm.

Là quốc gia nhiều thứ tiếng và rất rộng lớn, Indonesia tăng trưởng mạnh từ 2010. Trong suốt cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu, Indonesia cùng với Trung Quốc và Ấn Độ là những thành viên G20 hiếm hoi có mức tăng trưởng. Chính phủ đã có các chính sách tài đúng đắn và đạt được tỷ lệ nợ so với GDP thấp hơn 25% và tỷ lệ lạm phát thấp nhất trong lịch sử. Fitch và Moody nâng cấp xếp hạng tín dụng của Indonesia lên cấp đầu tư vào 12/2011. Indonesia vẫn phải vật lộn với nghèo đói và thất nghiệp, cơ sở hạ tầng chưa đầy đủ, tham nhũng, một môi trường pháp lý phức tạp, và phân bổ nguồn lực không đồng đều giữa các vùng. Tổng thống Joko Widodo - được bầu 7/2014 - đã giúp tăng trưởng kinh tế trong nước trong những tháng

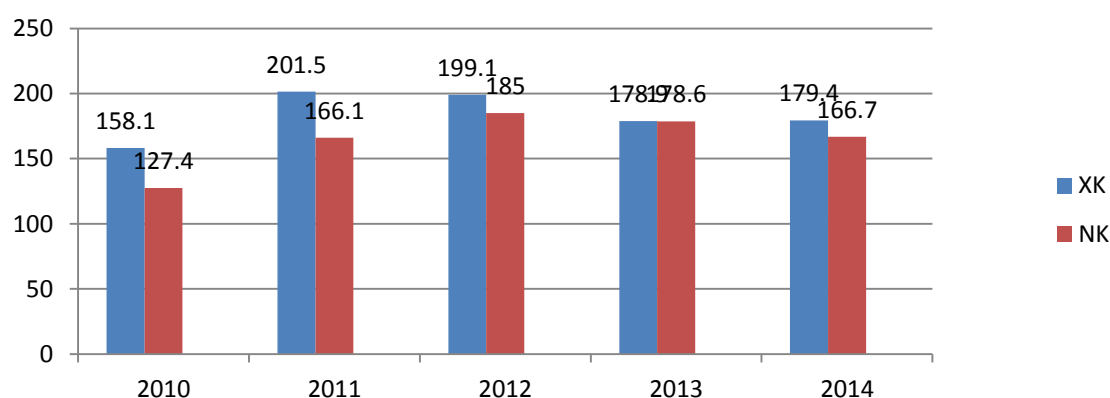
vừa qua, và vào 11/2014 giảm trợ cấp nhiên liệu, một động thái có thể giúp gia tăng chi tiêu của chính phủ vào các ưu tiên phát triển của Indonesia.

2. Các chỉ số kinh tế:

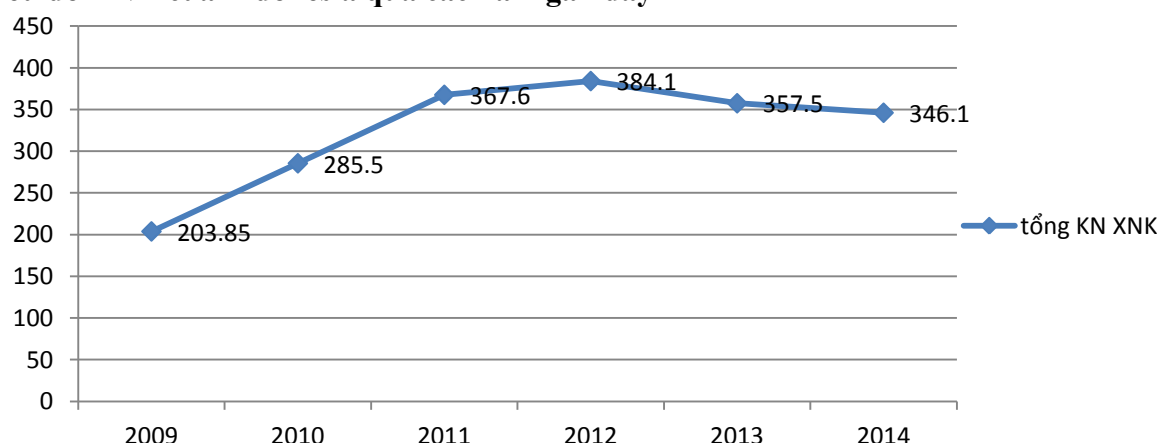
	2011	2012	2013	2014
GDP (ppp)	1,143 tỷ USD	1,212 tỷ USD	1,285 tỷ USD	2,554 tỷ USD xếp thứ 10 toàn cầu
GDP (OER)	834.3 tỷ USD	894.9 tỷ USD	867.5 tỷ USD	856.1 tỷ USD
Tăng trưởng GDP	6.5%	6%	5.3 %	5.2% Xếp thứ 51 toàn cầu
GDP theo đầu người	4,700	5,000 USD	5,200 USD	10,200 USD Xếp thứ 133 toàn cầu
GDP theo ngành				
Lực lượng lao động			119.5 triệu	124.3 triệu (đứng thứ 5 toàn cầu)
Phân bố lao động theo ngành				
Tỷ lệ thất nghiệp	6.6%	6.1%	6.6%	5.7%
Tỷ lệ lạm phát	5.4%	4.5%	7.7%	6.3%
Mặt hàng nông nghiệp	gạo, sắn, lạc, cao su, ca cao, cà phê, dầu cọ, củi dừa, gia cầm, thịt bò, thịt lợn, trứng.			
Các ngành công nghiệp	dầu, khí đốt, dệt may, gia dệt, khai thác quặng, xi măng, hóa chất, phân bón, gỗ công nghiệp, cao su, thực phẩm, du lịch			
Tăng trưởng công nghiệp	3.5%	4.1%	4.3%	4.9%
Tổng Kim ngạch XNK	367.6 tỷ USD	384.1 tỷ USD	357.5 tỷ USD Giảm 7%	346.1 tỷ USD Giảm 3.19%

Kim ngạch xuất khẩu	201.5 tỷ USD	199.1 tỷ USD	178.9 tỷ USD Giảm 10.1%	179.4 tỷ USD Tăng 0.3%
Mặt hàng chính	dầu và khí đốt, thiết bị điện, gỗ dán, dệt may, cao su			
Bạn hàng XK chính	Nhật 15%, Trung Quốc 12%, Singapore 9%, US 9%; Ấn Độ 7%; Hàn Quốc 6%, Malaysia 5%			
Kim ngạch nhập khẩu	166.1 tỷ USD	185 tỷ USD	178.6 tỷ USD Giảm 3.4%	166.7 tỷ USD Giảm 6.67%
Mặt hàng chính	Máy móc thiết bị, hóa chất, khí đốt, thực phẩm			
Bạn hàng NK chính	Trung Quốc 16%, Singapore 13%, Nhật 10%, Malaysia 7 %, Hàn Quốc 6%, Thái Lan 6%.			

Biểu đồ XK và NK của Indonesia qua các năm (tỷ USD)



Biểu đồ XNK của Indonesia qua các năm gần đây



3. Những thuận lợi và khó khăn đối với các mặt hàng nhập khẩu vào Indonesia

Trước hết, lợi thế của Indonesia là thị trường quy mô rộng lớn với dân số gần 250 triệu người, xếp thứ 4 trên thế giới, và đứng đầu tại ASEAN. Ngoài ra, Indonesia có hệ thống phân phối hàng hóa tốt, nhu cầu tiêu thụ hàng nhập khẩu lớn.

Tuy nhiên, thu nhập của người dân Indonesia không cao, do vậy sức tiêu thụ hàng hóa yếu, và đây là điểm bất lợi đối với hàng hóa nhập khẩu vào thị trường này. Ngoài ra, hơn 86% dân số

theo đạo Hồi, nên các mặt hàng nhập khẩu, đặc biệt là thực phẩm đều phải có chứng nhận là hàng “halal” (tiêu chuẩn đạo Hồi). Quy định đối với mặt hàng nhập khẩu chưa minh bạch và phức tạp.

III. QUAN HỆ KINH TẾ VỚI VIỆT NAM

1. Văn bản đã ký kết:

- Hiệp định Thương mại ký ngày 8/11/1978(đã thay thế bằng Hiệp định mới ký ngày 23/3/1995);
- Hiệp định về hợp tác kinh tế, KHKT (21/11/1990);
- Hiệp định về việc thành lập UBHH hai nước (21/11/1990);
- Hiệp định Khuyến khích và bảo đảm đầu tư (25/10/1991);
- Hiệp định vận tải biển (25/10/1991);
- Hiệp định vận chuyển hàng không dân dụng (25/10/1991);
- Hiệp định hợp tác lâm nghiệp (05/11/1991);
- Hiệp định thương mại mới (ký lại 23/3/1995);
- Hiệp định tránh đánh thuế 2 lần (22/12/1997);
- Biên bản ghi nhớ về Cuộc họp UBHH lần thứ 3 và Nghị định thư Bổ sung Hiệp định Hợp tác Kinh tế-KHKT (10/11/2001);
- Bản ghi nhớ về Hợp tác Thủy sản giữa 2 Bộ Thủy sản (8/01/2003);
- Tuyên bố giữa nước Cộng hoà Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam và nước Cộng hoà Indonesia về Khuôn khổ hợp tác hữu nghị và toàn diện bước vào thế kỷ 21; Hiệp định về Phân định ranh giới thềm lục địa; Hiệp định về miễn thị thực cho người mang hộ chiếu phổ thông; Thỏa thuận hợp tác (MOU) về hàng đổi hàng; Thỏa thuận hợp tác trong lĩnh vực dầu khí; Thỏa thuận về hợp tác kỹ thuật giữa Hiệp hội cà phê-ca cao Việt Nam với Hiệp hội các nhà xuất khẩu cà phê Indonesia ngày 26/6/2003.

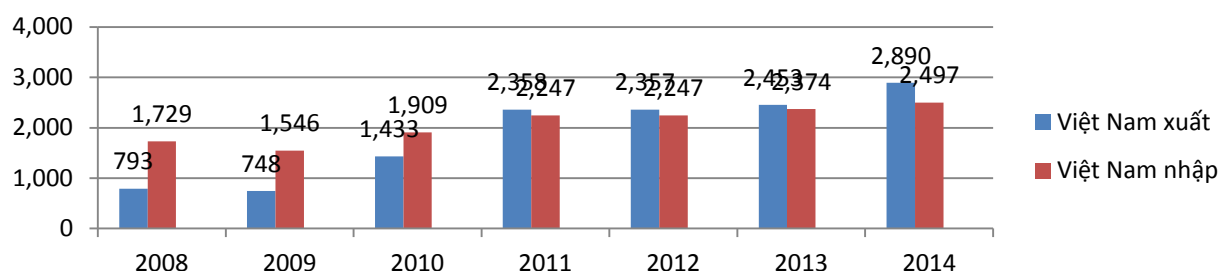
2. Hợp tác thương mại

Kim ngạch buôn bán hàng năm với Việt Nam trong những năm qua: (Đơn vị USD)

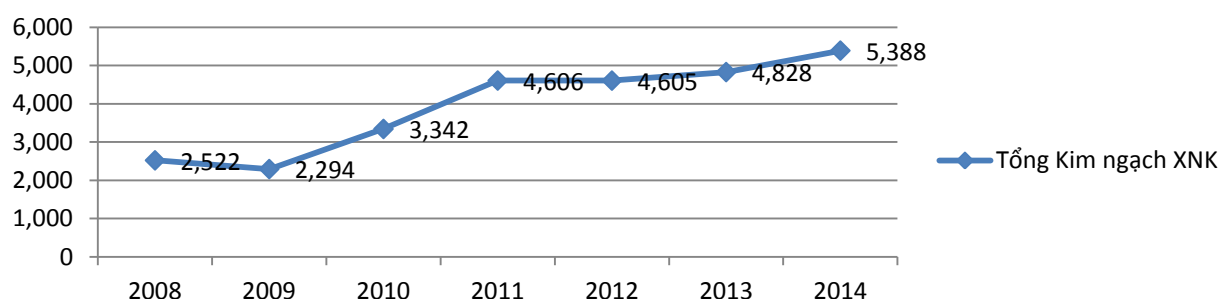
Năm	Việt Nam xuất	Việt Nam nhập	Tổng KN	Mức tăng XNK	XK chiếm
2008	793,153,514	1,728,876,604	2,522,030,118		31.40%
2009	748,220,042	1,546,115,586	2,294,335,628	-9%	32.60%
2010	1,433,419,468	1,909,185,863	3,342,605,331	45.60%	42.80%
2011	2,358,900,369	2,247,554,956	4,606,455,325	37.80%	51.20%
2012	2,357,768,412	2,247,584,591	4,605,353,003	-0.02%	51.20%

2013	2,453,848,499	2,374,502,519	4,828,351,018	4.84%	50.82%
2014	2,890,666,860	2,497,370,479	5,388,037,339	12%	54%

Biểu đồ XK và NK giữa VN và Indonesia (tính theo triệu USD)



Biểu đồ tổng Kim ngạch XNK giữa VN và Indonesia (tính theo triệu USD)



Các mặt hàng xuất nhập khẩu chính năm 2014

VN NK từ Indonesia	Giá trị (triệu USD)	Mức thay đổi % so với 2013
Giấy các loại	234	-7.51
Hoá chất	137	-7.43
Chất dẻo nguyên liệu	101	
Máy vi tính, sản phẩm điện tử & linh kiện	96	-24.41
Linh kiện, phụ tùng ô tô	96	5.49
Dầu mỡ động thực vật	86	-14.00
Xơ, sợi dệt các loại	82	28.13

VN XK đi Indonesia	Giá trị (triệu USD)	Mức thay đổi % so với 2012
Điện thoại và linh kiện	845	29.20
Sắt thép các loại	351	8.00
Gạo	151	65.93
Hàng dệt may	86	-2.27

Xơ, sợi dệt các loại	71	-7.79
Sản phẩm từ chất dẻo	63	-7.35
Hàng rau quả	14	-22.22

3. Tình hình đầu tư:

Tính đến năm 2012, Indonesia có 34 dự án với tổng số vốn đầu tư hơn 296 triệu USD. Đứng thứ 27 trong tổng số 96 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư tại Việt Nam, và đứng thứ 5 trong số các nước ASEAN có đầu tư tại VN. Riêng năm 2012, Indonesia có 3 dự án với tổng số vốn đầu tư 54.6 triệu USD.

Năm 2013, Indonesia có 38 dự án còn hiệu lực với tổng số vốn đầu tư hơn 320.5 triệu USD, đứng thứ 26 trong hơn 100 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư vào Việt Nam. Riêng năm 2013, Indonesia có thêm 4 dự án cấp mới với vốn đăng ký cấp mới là 31.4 triệu USD.

Tính đến năm 2014, Indonesia có 41 dự án còn hiệu lực với tổng số vốn đầu tư 382.91 triệu USD, đứng thứ 27 trong hơn 100 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư vào Việt Nam. Riêng năm 2014, Indonesia có thêm 2 dự án cấp mới với tổng số vốn đăng ký 46.09 triệu USD.

4. Triển vọng phát triển kinh tế-thương mại với Việt Nam trong những năm tới:

Indonesia có cơ cấu mặt hàng xuất, nhập khẩu tương tự như Việt Nam, trong đó sản phẩm thế mạnh của Việt Nam xuất sang Indonesia là gạo và dầu thô; sản phẩm thế mạnh của Indonesia xuất sang Việt Nam là một số mặt hàng phục vụ sản xuất công nghiệp như hoá chất, bột giấy, nguyên phụ liệu dệt may, da,... Đặc biệt là mặt hàng phân bón. Thực tế những năm qua, lượng phân bón mà Việt Nam đã nhập từ Indonesia là rất lớn.

Với việc hai nước đang lấy lại đà tăng trưởng từ sau cuộc suy thoái kinh tế toàn cầu, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Indonesia được dự báo sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ.

5. Tập quán Kinh doanh:

Thời gian thích hợp nhất để sắp xếp các chuyến công tác đến Indonesia là từ tháng 9 đến tháng 6. Nhiều người ở Indonesia đi nghỉ hè vào các tháng 7 và 8. Tránh các ngày nghỉ ở địa phương - đặc biệt là ngày lễ ăn chay Ramadan. Lễ này có thể kéo dài vài tuần, và người ta sẽ không chú ý đến việc gì khác. Người Indonesia thường tiếp khách mà không cần phải hẹn trước, nhưng tốt nhất là nên sắp đặt trước kế hoạch.

Người Indonesia rất tôn trọng tuổi tác, địa vị xã hội và chức vụ. Nên nhận biết về địa vị và sắc tộc của người mà bạn gặp mặt. Khi gặp gỡ một nhân vật cao cấp phía Indonesia, cần phải bố trí người có địa vị tương ứng của bên mình để giao dịch, đàm phán. Giữa chủ tịch của một hãng với những quản trị viên cao cấp, hoặc giữa quản lý cao cấp và quản lý bậc trung thường có khoảng cách lớn. Những người Indonesia cấp bậc trung có thể phóng đại chức vụ và phạm vi trách nhiệm của mình, nhất là khi giao dịch với người nước ngoài.

Người Indonesia không phải lúc nào cũng đúng giờ, mặc dù họ đánh giá rất cao sự đúng giờ của bạn. Người Indonesia thường dùng cụm từ “jam karet” có nghĩa là “giờ cao su” để thanh minh cho sự chậm trễ của họ. Các cuộc gặp gỡ ban đầu thường được tổ chức ở hành lang khách sạn hay ở văn phòng và đôi khi tại một bữa ăn.

Khi gặp mặt lần đầu tiên, nên bắt tay, hơi cúi đầu và mỉm cười. Người Indonesia thường xuyên mỉm cười trong mọi tình huống, kể cả khi họ vui lẫn khi họ đang buồn hay lo lắng. Người nước ngoài nên cẩn thận trước những nụ cười của họ vì nó có thể mang những hàm ý trái ngược. Sau lần gặp đầu tiên, người Indonesia rất ít khi bắt tay lúc chào nhau. Hầu hết người Indonesia bắt tay nhẹ nhàng, nên đừng bắt tay với họ mạnh theo kiểu phương Tây. Do ảnh hưởng của Đạo Hồi, sau khi bắt tay, người Indonesia thường áp hai tay vào ngực để biểu thị rằng lời chào của họ xuất phát từ trái tim. Người Indonesia cũng bắt tay khi chúc mừng ai đó hoặc khi chia tay trước cuộc hành trình dài.

Người Indonesia thường chỉ có một tên. Khi xưng hô với một người Indonesia lớn tuổi, có địa vị xã hội hay chính trị cao, nên gọi họ là “bapak” đối với đàn ông, có nghĩa là “bố” và “ibu” đối với phụ nữ, có nghĩa là “mẹ” và tiếp theo là tên của họ. Cả hai cách gọi này tương đương với “Ông” hay “Bà” trong tiếng Anh. Theo truyền thống, những cách xưng hô này chỉ sử dụng trong cùng một cộng đồng sắc tộc. Nhưng những người nước ngoài khi đã được người Indonesia chấp thuận cũng có thể gọi họ như vậy. Khi gặp mặt lần đầu tiên, cách an toàn nhất là dùng các cách gọi như “Ông” hoặc “Bà” hoặc gọi bằng chức danh. Người Indonesia có thể gọi bạn là “tuan” hay “nyonya”, đó là những từ biểu thị sự tôn kính.

Danh thiếp được trao đổi trong lần gặp mặt đầu tiên. Người Indonesia rất có ấn tượng với các chức danh hay học vị chuyên môn, do đó nên đề rõ chức danh và các học vị chuyên môn ở các danh thiếp.

Người Indonesia rất mềm mỏng nhưng không ôn hoà. Họ ưa các cách xử sự lịch sự, đứng đắn, tế nhị và tôn trọng. Lỗ mắng và to tiếng không được coi trọng. Hơn nữa, người Indonesia đánh giá rất cao những người nước ngoài biểu lộ sự hứng thú với đất nước, văn hóa và ngôn ngữ của họ. Có quan hệ với những người được xã hội chấp nhận sẽ có một ảnh hưởng đáng kể đến những giao dịch kinh doanh. Trên thực tế, chẳng hạn, gia đình, bạn bè và các mối quan hệ có thể tỏ ra là quan trọng trong công tác kinh doanh hơn là so với chất lượng sản phẩm hay dịch vụ đang được mời chào.

Trong lần gặp gỡ đầu tiên và khởi đầu cho tất cả quá trình gặp mặt tiếp theo, điều quan trọng là các câu chuyện đối thoại nên đề cập đến các vấn đề xã hội chung chung và tế nhị. Các chủ đề thích hợp nhất là thời tiết, các chuyến đi của bạn hoặc ca ngợi một số mặt nào đó của văn hóa Indonesia... Nên tránh các câu hỏi liên quan đến cá nhân của người đối tác như tiền lương, quần áo, nhà cửa, xe cộ của anh ta. Các chủ đề người Indonesia ưa nói chuyện là về văn hóa của họ cũng như về các môn thể thao như: cầu lông, bóng đá, bóng chuyền, quần vợt và đua xe đạp. Nếu ai đó tán dương bạn, đừng nói “Cảm ơn”. Chỉ nên âm ừ hoặc nói rằng “Không đáng gì, không quan trọng”.

Hết sức tránh nói chuyện về chính trị và các vấn đề phân chia sắc tộc trong nội bộ Indonesia vì đây có thể là các vấn đề nhạy cảm. Nên tránh tỏ ra thù địch và kích động. Các cuộc tiếp xúc đầu tiên thường là cơ hội để tìm hiểu lẫn nhau và công việc kinh doanh có thể không được bàn

tới. Cuối cuộc gặp, nên nói “Terimah kasi” có nghĩa là “Cảm ơn”. Như vậy có thể gây dựng được một mối quan hệ làm ăn chặt chẽ hơn và gần gũi hơn với họ.

Tặng quà và hồi lộ là một khía cạnh bình thường trong cuộc sống của người Indonesia, cả trong các tình huống xã hội cũng như kinh doanh. Các quan chức cao cấp sẽ không cho bạn biết trực tiếp họ muốn “tiền hoa hồng” (tức là hồi lộ) của họ là bao nhiêu. Thường thì các quan chức cấp dưới sẽ tự liên hệ với đối tác sở tại của bạn về “yêu cầu về các khoản hoa hồng” và họ sẽ thông báo lại cho bạn.

Mặc dù có những khác biệt giữa các khu vực và giữa thành thị và nông thôn, người Indonesia vẫn theo một số tập quán xã hội chung. Ngồi bắt chéo chân thường là không thích hợp, đặc biệt là khi có mặt các quan chức cao cấp. Tuy vậy, nếu bạn muốn ngồi bắt chéo chân thì chỉ bắt chéo ở đầu gối hay phần mắt cá chân. Đừng bao giờ để bàn chân này lên mắt cá chân kia, như vậy gót chân bạn sẽ chĩa vào mặt người khác mà người ta quan niệm gót chân là bẩn thỉu. Bạn sẽ bị coi là thô lỗ nếu bạn ngồi lên bàn hay để chân lên bàn. Người Indonesia cũng coi cách đứng cho tay vào túi hay chống nạnh là biểu hiện sự coi thường hay kiêu ngạo.

Nói chung, ưu tiên đàn ông trước khi đi qua cửa hay khi ngồi ở các cuộc gặp chính thức. Người cao cấp nhất đi trước, tiếp theo là những người khác theo thứ bậc từ trên xuống dưới. Do ảnh hưởng của người phương Tây, bạn sẽ thấy những nghi thức này không phải luôn luôn đúng ở các thành phố lớn. Khi có mặt những người phương Tây, đừng bao giờ đụng chạm vào người phụ nữ Indonesia, trừ cái bắt tay ban đầu.

Trong mọi tình huống, không được sử dụng tay trái. Bạn cũng không nên chỉ tay bằng ngón trỏ, cử chỉ này bị coi là thô lỗ và có khi còn là một sự đe dọa. Nếu người Indonesia cần chỉ vào cái gì đó, họ sẽ sử dụng ngón tay cái. Vẫy tay ra hiệu phải dùng cả cánh tay, úp bàn tay xuống và đưa tay về phía mình như động tác cào. Ở bất kỳ nơi nào, nếu có thể, nên tránh vẫy tay ra hiệu, trừ vẫy taxi, xích lô (người Indonesia gọi là bacak) hay vẫy một đứa trẻ. Đừng vỗ vào đầu người khác, bởi vì người Indonesia tin tưởng rằng đầu là nơi ngự trị của linh hồn. Lưng cũng được coi là chỗ riêng tư. Người Indonesia biểu lộ sự đồng tình bằng cách vỗ vào vai, nhưng người nước ngoài tốt nhất là nên kiềm chế các cử chỉ này.

IV. QUAN HỆ NGOẠI GIAO – CHÍNH TRỊ VỚI VIỆT NAM

1. Quan hệ ngoại giao:

Ngày thiết lập quan hệ ở cấp Tổng Lãnh sự quán (12/1955) và nâng lên cấp Đại sứ quán (15/8/1964, được coi là ngày hai nước thiết lập quan hệ ngoại giao).

2. Quan hệ chính trị:

Từ 8-9/8/2007, Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng thăm chính thức Indonesia. Nhân dịp này, hai nước nhất trí nâng quan hệ song phương lên một tầm cao mới.

Ngày 3/12/2007, Tham khảo chính trị cấp Thứ trưởng Ngoại giao lần thứ hai giữa hai Bộ Ngoại giao Việt Nam – Indonesia diễn ra tại Hà Nội.

V. QUAN HỆ HỢP TÁC VỚI VCCI

- Ngày 29-30 tháng 5 năm 2005, nhân chuyến thăm của Tổng thống Indonesia ngài Susilo Bambang Yudhoyono, VCCI đã tổ chức thành công Diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam – Indonesia với sự tham gia của các doanh nghiệp hàng đầu của hai nước.
- Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã ký thỏa thuận hợp tác với Phòng Thương mại và Công nghiệp Indonesia KADIN vào 30 tháng 5 năm 2005, tại Hà Nội.
- Tháng 6/2012, VCCI phối hợp với Đại sứ quán Indonesia tại Hà Nội tổ chức Hội thảo hợp tác về Thương mại, đầu tư và Du lịch tại KS Melia Hà Nội với khoảng hơn 400 đại biểu tham dự.
-

VI. ĐỊA CHỈ HỮU ÍCH

❖ Địa chỉ ĐSQ Indonesia tại Việt Nam:

50 Ngô Quyền Hà Nội
Điện thoại: 04 38253353
Đại sứ: Ông Mayerfas
Tham tán kinh tế: ông Henry Hotma email: henr

❖ Tổng Lãnh sự quán Indonesia ở Thành phố Hồ Chí Minh (lập năm 1993):

18 Phùng Khắc Khoan
Điện thoại: 08 38251888

❖ Địa chỉ ĐSQ Việt Nam tại Indonesia:

25 Jalan Teuku Umar - Jakarta Pusat
Điện thoại: 62-21-3100358 | Fax: 3149615
Email: Jakarta@mofa.gov.vn; vietnamemb@yahoo.com
Code: 00-62-21
Website: www.vietnamembassy-indonesia.org
Đại sứ: Ông Nguyễn Xuân Thủy
Mr. Bùi Thế Dũng – Tham tán Công sứ/ Phó trưởng Đại diện (ĐT: 31901506)
Ông Trương Xuân Trung – Bí thư thứ nhất (Thương mại, kiêm nhiệm Papua New Guinea và Đông Timo)
ĐT: 31903480
F: 8221 3100 359
Email: id@moit.gov.vn, trungtx@moit.gov.vn; truongxuantrung@yahoo.com

❖ INDONESIA CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY (KADIN)

Menara Kadin Indonesia Lt. 29
Jalan HR Rasuna Said X-5 kav 2-3, Jakarta 12950 - Indonesia
Tel : [62-21]-5274484 (hunting)
Fax : [62-21] 5274331 - 5274332
Email : sekretariat@kadin-indonesia.or.id atau kadin@kadin-indonesia.or.id
Website : www.kadin-indonesia.or.id

❖ **Các nguồn thông tin tham khảo**

*Website CIA – The World Factbook

*Website Bộ Ngoại giao Việt Nam

*Website Tổng cục Thống kê Việt Nam

PHỤ LỤC THAM KHẢO
Bảng 1. Xuất khẩu VN – Indonesia

BỘ TÀI CHÍNH
TỔNG CỤC HẢI QUAN

Biểu số 5X/TCHQ
Cục CNTT & Thống kê Hải quan
Sơ bộ

XUẤT KHẨU NƯỚC/VÙNG LÃNH THỔ - MẶT HÀNG CHỦ YẾU
Tháng 12 năm 2014

Nước/Mặt hàng chủ yếu	ĐVT	Số liệu tháng báo cáo		Cộng dồn đến hết tháng báo cáo	
		Lượng	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá (USD)
INDÔNÊXIA			237.021.075		2.890.666.860
Hàng thủy sản	USD		377.404		5.275.186
Hàng rau quả	USD		117.736		14.302.684
Cà phê	Tấn	44	194.125	15.941	35.353.569
Chè	Tấn	657	737.380	5.686	5.920.982
Gạo	Tấn	15.900	6.513.450	327.648	150.617.866
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	USD		104.241		3.897.022
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	USD		991.515		8.581.941
Quặng và khoáng sản khác	Tấn	984	162.527	11.771	2.096.100
Clanhke và xi măng	Tấn	364.355	16.341.328	2.652.014	122.988.018
Than đá	Tấn			151.616	12.376.563
Dầu thô	Tấn			115.449	86.551.072
Xăng dầu các loại	Tấn			7.588	5.389.679
Hóa chất	USD		6.534.370		16.620.895
Sản phẩm hóa chất	USD		9.063.006		108.619.606
Chất dẻo nguyên liệu	Tấn	2.522	4.256.142	33.899	60.596.510
Sản phẩm từ chất dẻo	USD		5.580.514		63.818.191
Cao su	Tấn	1.069	1.446.438	11.176	18.541.682
Sản phẩm từ cao su	USD		422.193		8.957.169
Giấy và các sản phẩm từ giấy	USD		1.703.254		16.536.105
Xơ, sợi dệt các loại	Tấn	537	2.528.859	24.664	71.229.078
Hàng dệt, may	USD		7.741.068		86.337.430
Vải mảnh, vải kỹ thuật khác	USD		707.261		15.224.587
Giày dép các loại	USD		2.453.784		22.217.666
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	USD		10.909.435		118.498.483
Sản phẩm gốm, sứ	USD		649.872		6.614.511
Sắt thép các loại	Tấn	57.886	46.848.580	433.452	351.471.161
Sản phẩm từ sắt thép	USD		2.741.279		38.245.446
Kim loại thường khác và sản phẩm	USD		746.469		17.926.894
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	USD		4.955.707		66.066.910
Điện thoại các loại và linh kiện	USD		59.840.052		845.500.368
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	USD		11.565.594		145.727.265
Dây điện và dây cáp điện	USD		2.684.161		14.784.063
Phương tiện vận tải và phụ tùng	USD		7.253.693		91.654.847
Sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ	USD		225.966		1.506.922

Bảng 2. Nhập khẩu VN – Indonesia

BỘ TÀI CHÍNH
TỔNG CỤC HẢI QUAN

Biểu số 5N/TCHQ
Cục CNTT & Thống kê Hải quan

Sơ bộ

NHẬP KHẨU NƯỚC/VÙNG LÃNH THỔ - MẶT HÀNG CHỦ YẾU
Tháng 12 năm 2014

Nước/Mặt hàng chủ yếu	ĐVT	Số liệu tháng báo cáo		Cộng dồn đến hết tháng báo cáo	
		Lượng	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá (USD)
INDÔNÊXIA			259.006.929		2.497.370.479
Hàng thủy sản	USD		4.629.678		43.989.416
Hạt điều	Tấn	13.618	21.006.962	37.262	56.783.104
Dầu mỡ động thực vật	USD		4.498.853		86.046.747
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	USD		13.944.916		80.081.949
Chế phẩm thực phẩm khác	USD		1.319.611		24.073.885
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	USD		5.557.797		74.451.061
Nguyên phụ liệu thuốc lá	USD		803.784		10.264.540
Than đá	Tấn	239.553	16.092.286	1.568.089	122.090.037
Khí đốt hóa lỏng	Tấn	8.484	5.471.250	80.179	71.166.674
Sản phẩm khác từ dầu mỏ	USD		464.627		3.433.200
Hóa chất	USD		10.545.165		137.036.686
Sản phẩm hóa chất	USD		6.005.146		73.702.974
Dược phẩm	USD		1.216.304		27.984.072
Phân bón các loại	Tấn			27.927	10.005.482
Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh	USD		4.364.015		49.335.975
Thuốc trừ sâu và nguyên liệu	USD		6.080.006		25.617.919
Chất dẻo nguyên liệu	Tấn	5.373	8.188.640	62.640	101.057.086
Sản phẩm từ chất dẻo	USD		2.619.679		40.465.044
Cao su	Tấn	382	755.874	3.345	7.141.266
Sản phẩm từ cao su	USD		1.005.106		8.987.357
Gỗ và sản phẩm gỗ	USD		1.628.042		15.592.768
Giấy các loại	Tấn	35.664	23.936.762	327.603	233.783.889
Sản phẩm từ giấy	USD		404.236		6.088.563
Bông các loại	Tấn	188	243.340	4.460	5.176.722
Xơ, sợi dệt các loại	Tấn	3.930	6.581.253	46.716	82.984.794
Vải các loại	USD		5.314.606		67.825.544
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	USD		3.047.918		38.726.241
Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh	USD		1.946.748		21.601.127
Sắt thép các loại	Tấn	1.968	3.227.366	14.465	14.733.260
Sản phẩm từ sắt thép	USD		4.002.154		26.308.364
Kim loại thường khác	Tấn	1.682	8.384.287	21.145	128.625.853
Sản phẩm từ kim loại thường khác	USD		8.224.596		94.262.105
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	USD		16.297.805		96.030.895
Hàng điện gia dụng và linh kiện	USD		2.129.731		23.717.165
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	USD		18.555.170		177.084.695
Dây điện và dây cáp điện	USD		902.977		11.228.257
Ô tô nguyên chiếc các loại	Chiếc	60	486.630	1.686	16.909.538
Linh kiện, phụ tùng ô tô	USD		10.268.049		96.182.150