



ЭКСПРЕСС - ОБЗОР ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ИНДОНЕЗИЯ

Паспорт страны

Население 270,6 млн чел. в 2019 г. +1,1% относит. 2018 г. 4 место в мире	ВВП \$1 119,2 млрд в 2019 г. +7,4% относит. 2018 г. 16 место в мире	Место в рейтинге Doing business 73 в 2019 г. без изменений относит. 2018 г.
Доход на душу населения \$3,1 тыс. в 2019 г. +2,0% относит. 2018 г. 105 место в мире	ВВП на душу населения \$4,1 тыс. в 2019 г. +6,2% относит. 2018 г. 111 место в мире	Импорт продукции АПК \$18,6 млрд в 2019 г. -6,0% относит. 2018 г. 20 место в мире
Уровень инфляции 3,0% в 2019 г. 101 место в мире	Доля сельского хозяйства в ВВП 12,7% в 2019 г. -0,7% относит. 2018 г. 40 место в мире	Экспорт продукции АПК \$32,2 млрд в 2019 г. -7,3% относит. 2018 г. 16 место в мире
Урбанизация 56,0% в 2019 г. 129 место в мире	ПИИ \$24,6 млрд в 2019 г. +30,0% относит. 2018 г. 17 место в мире	Товарооборот \$50,8 млрд в 2019 г. -6,8% относит. 2018 г.

Источник: Всемирный банк, ITC Trade Map, Globaltrade, Trading Economics

Республика Индонезия — государство в Юго-Восточной Азии с населением более 270 млн человек, из которых более 86% исповедуют Ислам. По численности населения страна занимает 4 место в мире, а по ВВП — 16 место. Страна является крупным производителем пальмового масла, кофе и морепродуктов. Приоритетной политикой государства является достижение продовольственной безопасности.

Особенности правовой системы

Система гражданского права Индонезии основана на римско-голландской модели. Голландская колониальная оккупация отразилась на формировании правовых норм гражданского, торгового и уголовного кодексов Индонезии. После обретения независимости в 1945 г. страна начала создавать современную индонезийскую правовую систему. При этом трансформация голландских правовых принципов происходила под влиянием обычного права (адата), существовавшего до голландской колонизации, а также исламского права (шариата).

В настоящее время источники права в Индонезии включают Конституцию Индонезии от 1945 г., законы и подзаконные акты, обычное право (адат, традиционная основа для разрешения споров в сельской местности), исламское право (шариат, система разрешения споров между мусульманами по вопросам персонального и семейного права). В то же время судебные решения (прецеденты) источниками права не являются.

Ключевые правовые формы ведения бизнеса в стране

Основными организационно-правовыми формами ведения бизнеса в Индонезии являются:

- общество с ограниченной ответственностью (индонез. perseroan terbatas);
- товарищество (индонез. FA, firma);
- представительство (индонез. kantor perwakilan).

Самой распространенной формой коммерческих частных компаний в Индонезии являются **общества с ограниченной ответственностью**. Их деятельность осуществляется в соответствии с [законом](#) № 40 от 2007 г. (Company Law). Согласно указанному закону, общества с ограниченной ответственностью — это юридические лица, представляющие собой объединения капиталов, созданные на основании соглашений для ведения хозяйственной деятельности, и чей уставный капитал разделен на акции. Этими акциями можно торговать, и они относительно легко меняют владельцев. Важно отметить, что активы компании отделены от личных активов владельцев акций. Это освобождает владельцев акций от личной ответственности за любые финансовые проблемы компаний.

Все общества с ограниченной ответственностью делятся на три группы:

- компании общего характера (индонез. PT biasa, perseroan terbatas biasa);
- местные компании (индонез. PT PMDN, perseroan terbatas penanaman modal dalam negeri);
- компании с иностранным капиталом (индонез. PT PMA, perseroan terbatas penanaman modal asing).

[Закон](#) № 20 от 2008 г. о микро-, малых и средних предприятиях разделяет компании в зависимости от размера их уставного капитала и годового дохода.

Классификация компаний в Индонезии по размеру уставного капитала и годового дохода

ТИП КОМПАНИИ	МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР УСТАВНОГО КАПИТАЛА, ДОЛЛ. США ¹	ВЕРХНИЙ ПОРОГ ГОДОВОГО ДОХОДА, ДОЛЛ. США
Микропредприятие	3 361	20 168
Малое предприятие	3 361–33 613	20 168–168 067
Среднее предприятие	33 613–672 269	168 067–3 361 345
Крупное предприятие	> 672 269	> 3 361 345

Товарищество считается менее распространенной формой бизнеса в Индонезии. Согласно ст. 16 Кодекса коммерческого права, товариществом является объединение двух или более лиц, использующих общее название. Преимуществом выбора данной формы коммерческих компаний является разделение труда между ее участниками в соответствии с их навыками и опытом. Разновидностью товарищества является командитное товарищество (нидерл. CV, commanditaire vennootschap). Его участниками выступают полные товарищи, отвечающие по обязательствам товарищества всем своим имуществом, и вкладчики-командитисты, отвечающие только своим вкладом, внесенным в развитие бизнеса.

Иностранные юридические лица могут вести свой бизнес в Индонезии через создание **представительства** в этой стране. Такие обособленные подразделения компаний могут проводить исследования рынка, рекламную деятельность или выступать в качестве агентов по покупке или продаже товаров для головной (материнской) компании. Представительство должно получить лицензию на деятельность, которая выдается на два года, а по истечению этого периода требует продления. Власти Индонезии вправе в оперативном порядке устанавливать дополнительные требования в зависимости от характера деятельности материнской компании.


¹ В законе № 20 минимальный размер уставного капитала и верхний порог годового дохода установлены в индонезийских рупиях, а в данной таблице осуществлен пересчет в доллары США.


Особенности системы налогообложения


Главное налоговое управление Индонезии (индонез. DJP, Direktorat Jenderal Pajak) — основное национальное ведомство в сфере налогообложения. Его задачами являются разработка и внедрение политики и технической стандартизации в области налогообложения. В круг полномочий DJP входят:

- разработка политики в области налогообложения, реализация налоговой политики;
- подготовка норм, стандартов, процедур и критериев в области налогообложения;
- предоставление технических рекомендаций и оценок в области налогообложения.

Порядок взимания налогов в Индонезии установлен рядом законодательных актов, в том числе:

 Закон №7 от 1983 г. о подоходном налоге (в т. ч. налоге на прибыль и подоходном налоге физических лиц)

 Закон №8 от 1983 г. о налоге на добавленную стоимость и налоге на роскошь

 Законы, вносящие изменения в законы №7 и №8, в числе которых закон №36 от 2008 г., закон №42 от 2009 г.

Налоговая система Индонезии предусматривает широкий спектр налогов для юридических и физических лиц. К основным относятся:

- налог на прибыль (индонез. pajak pendapatan perusahaan);
- подоходный налог физических лиц (индонез. pajak penghasilan pribadi);
- налог, удерживаемый у источника выплаты нерезидентам (индонез. pemotongan pajak penghasilan);
- налог на добавленную стоимость (индонез. PPN, pajak pertambahan nilai);
- налог на роскошь (индонез. PPNBM, pajak penjualan atas barang mewah);
- акциз (индонез. cukai) и т. д.

Налогом на прибыль облагается прибыль компаний, полученная из любых источников на территории Индонезии, включая прибыль представительств иностранных компаний. По общему правилу ставка налога на прибыль составляет 25%. Однако имеется несколько исключений:

- для компаний, зарегистрированных на Фондовой бирже Индонезии и выставивших на продажу не менее 40% своего акционерного капитала (публичных компаний), ставка налога на прибыль снижена до 20%;
- малые и средние предприятия с годовым оборотом ниже 50 млрд индонезийских рупий (3,36 млн долл. США) получают 50-процентную налоговую скидку и уплачивают, соответственно, налог в 12,5%. Данное правило применяется пропорционально к налогооблагаемой прибыли в части валового оборота до 4,8 млрд индонезийских рупий (322,69 тыс. долл. США);
- индивидуальные и институциональные налогоплательщики с годовым валовым оборотом ниже 4,8 млрд индонезийских рупий с 2013 г. должны уплачивать однопроцентную ставку налога на прибыль.

Подоходный налог физических лиц в Индонезии взимается с доходов лиц, являющихся налоговыми резидентами Индонезии. Налоговым резидентом данной страны считается лицо, которое соответствует любому из следующих критериев:

- а) проживает в Индонезии;
- б) находится в Индонезии более 183 дней в течение 12-месячного периода;
- в) находится в Индонезии в течение финансового года и намеревается проживать в Индонезии.

В Индонезии действует прогрессивная шкала подоходного налога. Ставка налога зависит от годового дохода налогоплательщика и согласно п. 1 ст. 17 [закона](#) № 36 от 2008 г., составляет:

- 5% при годовом доходе до 50 млн индонезийских рупий (до 3 361 долл. США);
- 15% при доходе от 50 до 250 млн индонезийских рупий (от 3 361 до 16 807 долл. США);
- 25% при доходе от 250 до 500 млн индонезийских рупий (от 16 807 до 33 613 долл. США);
- 30% при доходе свыше 500 млн индонезийских рупий (свыше 33 613 долл. США).

Подоходный налог, в основном, уплачивается путем его удержания работодателями с заработной платы и других компенсаций, выплачиваемых работникам. Также данный налог удерживается у источника выплаты следующих платежей физическим лицам-резидентам Индонезии:

- процентов, дивидендов и роялти — налог составляет 15%;
- платежей за оказанные услуги — 2%;
- платежей за аренду земли и зданий — 10%.

Еще одним видом налога в Индонезии является **налог, удерживаемый у источника выплаты нерезидентам**. Он должен уплачиваться с получаемого на территории Индонезии дохода (в виде корпоративных доходов, дивидендов, процентов, роялти и др. доходов) как юридических, так и физических лиц, являющихся нерезидентами. В случае, если иностранная компания не имеет постоянного представительства в Индонезии, но ведет там свою коммерческую деятельность, налог удерживается у индонезийской стороны, выплачивающей денежную сумму за поставленные товары или оказанные услуги. Физические лица-нерезиденты облагаются 20-процентным налогом на доход, полученный в Индонезии.

Закон № 42 от 2009 г. предусматривает два вида косвенных налогов на потребление: налог на добавленную стоимость (НДС) и налог на роскошь.

НДС взимается с операций по поставке налогооблагаемых товаров; импорту налогооблагаемых товаров; оказанию налогооблагаемых услуг; экспорту налогооблагаемых товаров (материальных и нематериальных) и услуг предприятием-налогоплательщиком. Стандартная ставка НДС в Индонезии определена на уровне 10%, однако по распоряжению Правительства Индонезии может быть повышена до 15% либо, наоборот, понижена до 5%. Статьей 4А [закона](#) № 42 определены виды товаров, не облагаемые налогом на добавленную стоимость, куда входят следующая продукция агропромышленного комплекса: рис, кукуруза, саго, соевые бобы, свежее мясо, яйца, молоко, фрукты и овощи. На экспорт налогооблагаемых товаров и услуг установлена нулевая ставка НДС.

В дополнение к НДС в Индонезии действует **налог на роскошь**, призванный способствовать развитию более справедливого индонезийского общества. Ставки налога на роскошь могут быть установлены в диапазоне 10–200%. К категории товаров, облагаемых налогом на роскошь, относятся дома и таунхаусы, самолеты, вертолеты, огнестрельное оружие, яхты и прочие морские суда для личного пользования, автомобили и пр.

Акциз в Индонезии взимается с продажи (в т. ч. импорта) алкогольной продукции, в том числе с продажи пива, виноградных вин, сидра, этилового спирта, крепких спиртных напитков, а также уксуса.



Особенности защиты объектов интеллектуальной собственности в Индонезии

Индонезия является членом Всемирной организации интеллектуальной собственности с 1979 г. Индонезия присоединилась к Парижской конвенции по охране промышленной собственности, Договору о патентной кооперации (PCT), Протоколу к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков. В настоящее время Индонезия не является участником Гаагского соглашения о международной регистрации промышленных образцов/Женевского акта Гаагского соглашения.

Уполномоченным органом в сфере интеллектуальной собственности является Главное управление по вопросам интеллектуальной собственности Министерства права и прав человека Республики Индонезия — Directorate General of Intellectual Property (DGIP) Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia.

При регистрации товарного знака в Индонезии можно воспользоваться международной или национальной процедурой.

Порядок регистрации товарного знака в Индонезии (международная процедура)

- 1 Зарегистрировать или подать заявку в Роспатент на регистрацию такого же знака на территории РФ.
- 2 На основе этой базовой заявки/регистрации подать международную заявку в Роспатент.
- 3 Роспатент проводит проверку международной заявки и направляет ее в Международное бюро ВОИС (МБ ВОИС).
- 4 МБ ВОИС проводит формальную экспертизу заявки, вносит товарный знак в Международный реестр и публикует информацию в официальном Бюлетене.
- 5 МБ ВОИС уведомляет о международной регистрации Главное управление по вопросам интеллектуальной собственности Индонезии.
- 6 Главное управление по вопросам интеллектуальной собственности (DGIP) проводит экспертизу заявленного обозначения в соответствии с национальным законодательством. В случае положительного решения экспертизы DGIP направляет в МБ ВОИС заявление о предоставлении охраны заявленному товарному знаку. Заявление заносится в Международный реестр и публикуется в Бюлетене, а копия направляется компании-владельцу международной регистрации.



Порядок регистрации товарного знака в Индонезии (национальная процедура)

- 1 Выбор национального агента: <https://akhki.or.id/>
<https://www.legal500.com/c/indonesia/intellectual-property/>
- 2 Проведение предварительного поиска с целью проверки охраноспособности заявленного обозначения (не является обязательной процедурой).
- 3 Подготовка необходимых документов для регистрации товарного знака: регистрационная форма с указанием:
 - названия/имени, национальности и адреса заявителя;
 - имени и адреса агента;
 - изображения товарного знака;
 - описания товарного знака (только для трехмерных, звуковых и голографических знаков);
 - названия страны подачи и номера первой заявки при испрашивании конвенционного приоритета;
 - выбранных классов товаров и услуг в соответствии с Международной классификацией товаров и услуг (МКТУ);
 - перечня товаров и услуг для каждого выбранного класса.
 Дополнительно к регистрационной форме прикладываются три изображения товарного знака, квитанция об уплате пошлин, доверенность на имя агента, копия первой заявки с переводом на индонезийский язык.
- 4 Оплата пошлин за подачу заявки — 2 млн рупий (134 долл. США) за каждый класс МКТУ, при электронной подаче — 1,8 млн рупий (121 долл. США). Для микро- и малых компаний предусмотрены пониженные пошлины — 600 тыс. рупий (40 долл. США), при электронной подаче — 500 тыс. рупий (34 долл. США).
- 5 Подача документов в Главное управление по вопросам интеллектуальной собственности через агента в бумажной или электронной форме (<https://merek.dgip.go.id/>).
- 6 Формальная экспертиза заявки: проверяется правильность и комплектность представленных документов и оплата пошлин.
- 7 Публикация заявки в Официальном бюлетене товарных знаков не позднее 15 дней с даты подачи заявки.
- 8 Оппозиция: в течение двух месяцев с даты публикации заявки любое лицо может подать обоснованное письменное возражение в отношении заявленного товарного знака.
- 9 Экспертиза по существу: рассматривает возражения и опровержения, поступившие в ходе процедуры оппозиции, а также соответствие заявленного обозначения основаниям для отказа в регистрации товарного знака, указанным в статьях 20 и 21 Закона Республики Индонезия №20 от 2016 г. «О товарных знаках и географических указаниях».
- 10 Регистрация: в случае положительного заключения экспертизы, по существу, товарный знак регистрируется, и заявителю или его агенту выдается свидетельство на товарный знак. Если в течение 18 месяцев владелец товарного знака или его агент не заберут свидетельство, зарегистрированный товарный знак будет считаться отозванным и будет удален из реестра товарных знаков. Процедура регистрации товарного знака занимает в среднем 1,5–2 года.
- 11 Продление срока действия товарного знака: регистрация товарного знака имеет первоначальный срок действия 10 лет, начиная с даты подачи заявки, и может быть продлена неограниченное количество раз на следующие периоды по 10 лет при условии своевременной оплаты соответствующей пошлины и надлежащем использовании товарного знака (регистрация может быть аннулирована в случае неиспользования товарного знака в течение 3 лет подряд). Пошлина составляет 2,5 млн рупий (168 долл. США) за каждый класс МКТУ, при электронной подаче — 2,25 млн рупий (151 долл. США). Для микро- и малых компаний — 1,2 млн рупий (81 долл. США), при электронной подаче — 1 млн рупий (67 долл. США).

Особенности ведения бизнеса в стране

Культура деловых отношений в Индонезии сформировалась с учетом менталитета местных жителей и огромного разнообразия народов (в стране проживает около 300 народов). Ислам, как доминирующая религия, также оказывает влияние на особенности ведения бизнеса в стране. Национальный язык — индонезийский, но большинство международных переговоров проводятся на английском языке. В деловых партнерах индонезийцы ценят скромность, вежливость и размеренность. Индонезийцы крайне негативно относятся к открытой критике, даже к критике прямых конкурентов.

Национальные праздники и нерабочие дни в Индонезии в 2021 г.

ДАТА	НАИМЕНОВАНИЕ
1 января	Новый год
12 февраля	Китайский Новый год
11 марта	Исра и мирадж (ночь паломничества Пророка Мухаммеда из Мекки в Иерусалим, когда он вознесся на небеса и спустился на землю)
14 марта	День тишины (известен как Ньепи или Балийский Новый Год. День молчания, поста и медитации для балийцев)
2 апреля	Великая пятница
4 апреля	Пасхальное воскресенье
1 мая	День труда
13–14 мая	Ураза-байрам
1 июня	День Панча Сила (Национальный праздник в Индонезии. Официальная основополагающая философская теория государства Индонезии)
20 июля	Курбан-байрам
10 августа	Мусульманский Новый год
17 августа	День независимости
19 октября	Мавлид (День рождения Мухаммеда)
25 декабря	Рождество

Приветствие и прощание

- процедура знакомства в Индонезии — определенный ритуал, который должен проходить без спешки. При встрече с большой группой людей необходимо максимально познакомиться со всеми;
- приветствие при первом знакомстве происходит без рукопожатия;
- приветствие со знакомыми партнерами происходит путем легкого рукопожатия и кивка головы;
- на прощание можно кивнуть головой и улыбнуться, в случае если партнеры не протянули руки первыми;
- никогда не касайтесь головы другого человека, даже ребенка. Голова считается священным местом, и, если посторонний человек дотронется до нее, то это считается сильнейшим оскорблением.

Деловые встречи и переговоры

- в деловом общении обращаться к партнеру необходимо по фамилии, перед которой нужно упомянуть звание или должность;
- переговоры ведутся продолжительное время, а решения никогда не принимаются с первого раза;
- индонезийцы могут опаздывать даже на важные мероприятия, однако от иностранцев они ждут пунктуальности и собранности;
- в Индонезии не принят индивидуализм, поэтому весьма ценятся коллегиальные решения;
- дресс-код на переговорах подразумевает деловой костюм для мужчин и женщин, важно отметить, что юбка у женщин не должна быть выше колен;
- на переговорах принято дарить подарки стоимостью не более 100 долл. США. Если партнеры преподносят подарок, не открывайте его сразу же, данное поведение будет расценено как проявление жадности;
- во время переговоров индонезийцы первым предоставят слово иностранным гостям, а затем выскажутся сами;
- во время переговоров старайтесь не поднимать политические темы и темы коррупции, индонезийцы негативно относятся к обсуждению данных вопросов;
- при общении с группой людей старайтесь не поворачиваться ни к кому из них спиной;
- на переговорах старайтесь не критиковать открыто предложения и не отказывайте резко. Слово «нет» следует заменить более дипломатичными фразами;
- во время переговоров следите за своей интонацией, старайтесь не повышать голос и будьте сдержанными в своих эмоциях.



Сельское хозяйство

Производство продукции растениеводства, млн тонн

	2014	2015	2016	2017	2018
Фрукты	186,0	152,6	153,1	154,5	157,4
Зерновые	95,5	103,5	110,8	113,9	116,0
Масличные	39,8	41,2	45,4	51,9	52,8
Овощи	34,6	33,5	32,3	29,7	30,2
Многолетние растения	26,6	25,0	23,1	23,0	23,4

Производство продукции животноводства

	2014	2015	2016	2017	2018
Яйцо, млрд штук	37,5	39,2	41,7	45,2	48,0
Молоко, тыс. тонн	1 464	1 517	1 540	1 512	1 603
Мясо птицы, тыс. тонн	2 031	2 301	2 258	2 544	2 697
Говядина, тыс. тонн	542	550	564	563	597
Рыба и морепродукты, тыс. тонн	4 342	4 901	5 508	5 427	5 753

Источник: Ministry of Agriculture Republic of Indonesia, Indonesia Statistics Bureau, FAO STAT, *оценка

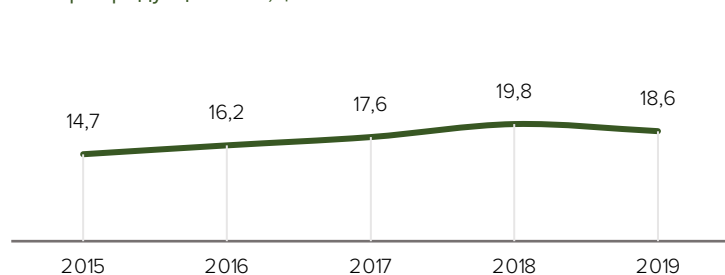
Сельское хозяйство — важный сектор экономики Индонезии. И хотя доля сельского хозяйства в ВВП страны значительно снизилась за последние годы (в 2019 г. она составила 12,7%) для большинства населения эта сфера деятельности остается значимым источником дохода. Основными продовольственными культурами являются рис, кукуруза, маниока, соя и арахис. Индонезия также является одним из крупнейших мировых производителей и экспортеров древесных культур, таких как каучук, копра, пальмовые ядра, пальмовое масло, кофе, какао и специи.

Индонезия специализируется на разведении КРС, в основном быков и буйолов, которые широко используются как тягловая сила в небольших крестьянских хозяйствах. Страна активно наращивает производство мяса птицы. Свиноводством занимаются немусульманские народы (около 14% населения страны). Общие объемы производства мяса в стране составляют 3,8 млн тонн, около 71% которого приходится на мясо птицы.



Структура импорта/экспорта продукции АПК страны

Импорт продукции АПК, \$млн



Источник: ITC Trade Map

Продовольственный импорт Индонезии увеличивался на протяжении всего периода 2015–2018 гг. со средним темпом роста 10,3%. В 2019 г. импорт сократился относительно 2018 г. на 6,0% до 18,6 млрд долл. США.

Основные страны-экспортеры продукции АПК в Индонезию в 2019 г.

№	страна	\$млн	%*
1	США	2 698	14,5
2	Китай	2 585	13,9
3	Австралия	1 829	9,8
4	Таиланд	1 803	9,7
5	Аргентина	1 752	9,4
6	Бразилия	930	5,0
7	Канада	823	4,4
8	Индия	781	4,2
9	Украина	730	3,9
10	Малайзия	541	2,9
19	Россия	0,1	0,001
	Прочие страны	4 116	22,1

*сумма категорий превышает 100% ввиду округления

Источник: ITC Trade Map

Основными странами-экспортерами продукции АПК в Индонезию в 2019 г. являлись США (14,5% от общего объема импорта продукции АПК страны), Китай (13,9%), Австралия (9,8%), Таиланд (9,7%), Аргентина (9,4%). На долю топ-10 стран пришлось около 78% индонезийского импорта продукции АПК. Россия, по данным ITC Trade Map, заняла 19 место с долей менее 0,1%.

Импорт продуктов АПК в 2019 г.

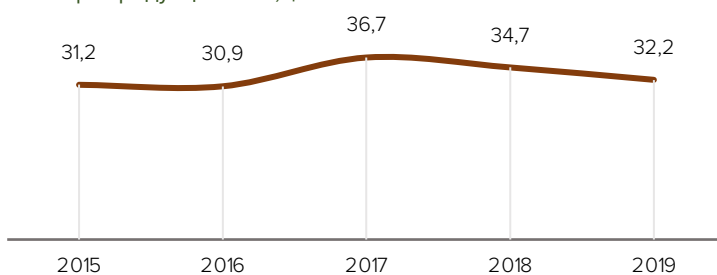
	тыс. тонн	\$млн	% от импорта*
1001 – пшеница	10 693	2 799	15,1
2304 – соевые жмыхи и шрота	4 405	1 659	8,9
1701 – сахар тростниковый или свекловичный	4 091	1 366	7,3
1201 – соевые бобы	2 670	1 065	5,7
0202 – мясо КРС, замороженное	193	653	3,5
0402 – сухое и сгущенное молоко и сливки	257	631	3,4
0102 – крупный рогатый скот живой	224	597	3,2
0703 – лук, чеснок	577	587	3,2
2401 – табачное сырье, табачные отходы	111	580	3,1
0808 – яблоки, груши, айва	324	578	3,1
Прочие продукты	8 110	8 073	43,4

*сумма категорий превышает 100% ввиду округления

Источник: ITC Trade Map

Индонезия импортирует широкий ассортимент продовольствия. В структуре агроимпорта Индонезии основной объем приходился на пшеницу (15,1% от импорта страны), соевые жмыхи и шрота (8,9%), сахар тростниковый или свекловичный (7,3%), соевые бобы (5,7%), мясо КРС, замороженное (3,5%).

Экспорт продукции АПК, \$млн



Экспорт продукции АПК имеет неоднозначную динамику. После значительного роста в 2017 г. (+19% к 2016 г.) наблюдалось снижение экспорта, который в 2019 г. сократился на 7,3% к 2018 г. и составил 32,2 млрд долл. США.

Основные страны-импортеры продукции АПК из Индонезии в 2019 г.

№	страна	\$млн	%*
1	Китай	5 285	16,4
2	США	3 555	11,1
3	Индия	2 671	8,3
4	Малайзия	1 857	5,8
5	Филиппины	1 307	4,1
6	Япония	1 257	3,9
7	Пакистан	1 229	3,8
8	Нидерланды	1 171	3,6
9	Сингапур	962	3,0
10	Вьетнам	856	2,7
17	Россия	525	1,6
	Прочие страны	11 497	35,7

Основными странами-импортерами продукции АПК из Индонезии являлись Китай (16,4%), США (11,1%), Индия (8,3%), Малайзия (5,8%) и Филиппины (4,1%). Россия не входит в топ-10 стран-импортеров и занимает 17 место – экспорт Индонезии в Россию за 2019 г., по данным ITC Trade Map, составил 525 млн долл. США (1,6%).

Экспорт продуктов АПК в 2019 г.

	тыс. тонн	\$млн	% от экспорта*
1511 – масло пальмовое	28 261	14 704	45,7
1513 – масло кокосовое	2 539	1 706	5,3
0306 – ракообразные	170	1 429	4,4
2402 – сигары и сигареты	96	900	2,8
0901 – кофе	359	883	2,7
1605 – готовые или консервированные ракообразные, моллюски и прочие	72	751	2,3
1804 – какао-масло, какао-жир	137	742	2,3
1517 – маргарин	1 109	731	2,3
1905 – мучные кондитерские изделия	284	677	2,1
2306 – растительные жмыхи и шрота	5 690	632	2,0
Прочие продукты	9 716	9 017	28,0

В экспорте продукции АПК Индонезии значительную долю, а именно 45,7%, в 2019 г. занимало пальмовое масло, поставки которого сократились на 11% с 16,5 млрд долл. США в 2018 г. до 14,7 млрд долл. США в 2019 г. Также Индонезия экспортировала кокосовое масло (5,3%), ракообразные (4,4%), сигары и сигареты (2,8%), кофе (2,7%) и другие продукты.

Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Индонезией

Динамика товарооборота с Россией, \$млн



Источник: ФТС России

Российский импорт в 2019 г.

Товарная группа	тыс. тонн	\$млн	% от импорта*
1511 – масло пальмовое	948,1	568,1	67,8
1513 – масло кокосовое, пальмоядровое или бабассу	73,8	67,8	8,1
1804 – какао-масло, какао-жир	11,5	67,4	8,0
1516 – животные или растительные жиры и масла	22,4	26,4	3,2
0901 – кофе	10,1	20,1	2,4
Прочие продукты	41,0	88,3	10,5

Источник: ФТС России, *сумма категорий превышает 100% ввиду округления

Импорт России из Индонезии в 2019 г. составил 1 107,0 тыс. тонн на сумму 838,1 млн долл. США. На долю Индонезии приходилось 2,8% импорта продукции АПК России.

Основными товарными позициями в стоимостном выражении в структуре российского импорта продукции АПК из Индонезии в 2019 г. являлись масло пальмовое (67,8% от общего объема импорта), масло кокосовое, пальмоядровое или бабассу (8,1%), какао-масло, какао-жир (8,0%) и другие продукты.

Снижение импорта России из Индонезии в 2019 г. в стоимостном выражении на 2,5% обусловлено преимущественно уменьшением поставок пальмового масла (-4,7% к 2018 г.), кокосового, пальмоядрового или бабассу (-14,2%), животных или растительных жиров и масел (-24,7%). При этом вырос импорт России из Индонезии кофе (в 2,2 раза), какао-порошка (в 2,8 раза).

По итогам января – октября 2020 г. объем российского импорта продукции АПК из Индонезии относительно аналогичного периода прошлого года увеличился на 26,1% в стоимостном выражении (или на 176,2 млн долл. США) в основном за счет роста импорта пальмового масла (+32,4%).

Российский импорт в январе – октябре 2019–2020 гг.

Товарная группа	январь – октябрь 2019		январь – октябрь 2020		прирост в 2020 к 2019			
	тыс. тонн	\$млн	тыс. тонн	\$млн	объем		стоимость	
					тыс. тонн	%	\$млн	%
1511 – масло пальмовое	777,0	461,9	821,3	611,5	44,3	5,7	149,6	32,4
1513 – масло кокосовое, пальмоядровое или бабассу	61,3	57,4	69,0	65,8	7,7	12,6	8,4	14,6
1804 – какао-масло, какао-жир	8,5	49,3	9,0	54,8	0,5	5,8	5,5	11,2
0901 – кофе	6,0	12,2	14,1	23,9	8,1	в 2,3 раза	11,7	95,9
1516 – животные или растительные жиры и масла	18,0	21,6	16,5	19,4	-1,5	-8,2	-2,2	-10,0
Прочие продукты	33,7	71,7	39,7	74,9	6,1	18,0	3,2	4,4
Всего	904,5	674,1	969,7	850,3	65,1	7,2	176,2	26,1

Российский экспорт в январе – октябре 2019–2020 гг.

Товарная группа	январь – октябрь 2019		январь – октябрь 2020		прирост в 2020 к 2019			
	тыс. тонн	\$млн	тыс. тонн	\$млн	объем		стоимость	
					тыс. тонн	%	\$млн	%
0909 – семена аниса, бадьяна, фенхеля, кориандра, тмина и др.	4,8	3,3	5,8	4,3	1,0	20,2	1,1	32,7
0303 – рыба мороженая	0,4	1,2	0,7	2,2	0,3	83,9	1,0	82,9
1703 – меласса	-	-	10,5	1,4	10,5	-	1,4	-
1008 – гречиха и прочие злаки	-	-	0,2	0,1	0,2	-	0,1	-
1302 – соки и экстракты растительные, загустители	-	-	0,0	0,1	0,0	-	0,1	-
Прочие продукты	355,7	62,9	1,2	0,1	-354,5	-99,7	-62,8	-99,8
Всего	360,9	67,4	18,5	8,2	-342,4	-94,9	-59,2	-87,8

Источник: ФТС России

Объем взаимной торговли сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Индонезией в 2019 г. в сравнении с 2018 г. уменьшился на 18,4% и составил 916,0 млн долл. США. Экспорт России в Индонезию снизился на 70,3% до 78,0 млн долл. США, а импорт России из Индонезии – на 2,5% до 838,1 млн долл. США.

В январе – октябре 2020 г. товарооборот между Россией и Индонезией в сравнении с аналогичным периодом 2019 г. увеличился на 15,8% и составил 858,5 млн долл. США. Рост стал возможен преимущественно за счет увеличения импорта из Индонезии в Россию.

Российский экспорт в 2019 г.

Товарная группа	тыс. тонн	\$млн	% от экспорта*
1001 – пшеница	412,2	72,0	92,4
0909 – семена аниса, бадьяна, фенхеля, кориандра, тмина и др.	6,1	4,2	5,5
0303 – рыба мороженая	0,4	1,2	1,5
1105 – порошок, хлопья, гранулы картофельные	0,2	0,3	0,4
0713 – зернобобовые сушеные	0,5	0,1	0,2
Прочие продукты	0,6	0,1	0,1

В 2019 г. из России в Индонезию было ввезено 420,1 тыс. тонн продукции на сумму 78,0 млн долл. США. На долю Индонезии приходилось 0,3% экспорта продукции АПК России.

Основными товарными позициями в стоимостном выражении в структуре экспорта продукции АПК России в Индонезию в 2019 г. являлись пшеница (92,4% от общего объема российского экспорта продукции АПК в Индонезию), семена аниса, бадьяна, фенхеля, кориандра, тмина, ягоды можжевельника (5,5%), рыба мороженая (1,5%).

Снижение российского экспорта в Индонезию в стоимостном выражении на 70,3% обусловлено преимущественно уменьшением поставок пшеницы (-186,9 млн долл. США к 2018 г.).

По итогам января – октября 2020 г. объем экспорта продукции АПК России в Индонезию относительно аналогичного периода прошлого года уменьшился на 87,8% в стоимостном выражении (или на 59,2 млн долл. США). За данный период не осуществлялись поставки пшеницы (-62,5 млн долл. США).

Перспективные продукты АПК для российского экспорта в Индонезию (1/2)

КОД ТН ВЭД	КЛЮЧЕВЫЕ ЭКСПОРТЕРЫ	ИМПОРТ ИНДОНЕЗИИ В 2019 Г.		ДОЛЯ В СТОИМОСТНОМ ИМПОРТЕ, %	ВИД КОНТРОЛЯ	СТАТУС ДОСТУПА ДЛЯ РОССИИ
		ТЫС. ТОНН	\$МЛН			
зерновые						
1001 – пшеница	Всего	10 693,0	2 799,3	100,0%	фитосанитарный	открыто
	Канада	2 439,3	701,9	25,1%		
	Украина	2 991,8	698,8	25,0%		
	Аргентина	1 952,5	509,8	18,2%		
	Россия*	516,9	127,9	4,6%		
	Прочие страны	2 792,4	760,8	27,2%		
1005 – кукуруза	Всего	1 016,7	212,7	100,0%	фитосанитарный	открыто
	Аргентина	777,6	159,7	75,1%		
	Бразилия	231,2	47,2	22,2%		
	США	6,2	2,7	1,3%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	1,7	3,1	1,5%		
1006 – рис	Всего	444,6	184,3	100,0%	фитосанитарный	закрыто
	Пакистан	182,6	67,8	36,8%		
	Мьянма	166,7	56,3	30,5%		
	Таиланд	53,3	38,6	20,9%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	42,1	21,6	11,7%		
продукция масложировой отрасли						
2304 – соевые жмыхи и шрота	Всего	4 404,9	1 658,7	100,0%	фитосанитарный	закрыто
	Аргентина	2 765,8	1 024,0	61,7%		
	Бразилия	1 530,1	590,2	35,6%		
	Парагвай	66,6	25,4	1,5%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	42,5	19,2	1,2%		
210390 – готовые соусы	Всего	35,1	74,8	100,0%	нет	открыто
	Малайзия	7,1	22,5	30,1%		
	Китай	12,2	16,5	22,1%		
	Таиланд	8,7	13,4	18,0%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	7,1	22,4	29,9%		
1507 – соевое масло	Всего	34,4	33,2	100,0%	нет	открыто
	Малайзия	16,3	16,0	48,2%		
	Таиланд	11,5	9,8	29,5%		
	Нидерланды	3,9	4,0	12,0%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	2,7	3,4	10,2%		
рыба и морепродукты						
0303 – рыба мороженая	Всего	95,5	142,4	100,0%	ветеринарный	открыто
	Китай	45,4	45,5	31,9%		
	Сейшельские острова	9,7	15,2	10,6%		
	Норвегия	4,0	13,9	9,7%		
	Россия*	2,0	7,1	5,0%		
	Прочие страны	34,4	60,8	42,7%		
0306 – ракообразные	Всего	8,7	90,5	100,0%	ветеринарный	открыто
	Канада	2,2	30,9	34,1%		
	США	1,3	19,6	21,6%		
	Аргентина	1,8	14,2	15,7%		
	Россия	0,2	2,6	2,9%		
	Прочие страны	3,2	23,2	25,7%		
1604 – готовая или консервированная рыба	Всего	7,4	24,6	100,0%	ветеринарный	закрыто
	Малайзия	3,9	11,5	46,9%		
	Таиланд	0,9	3,6	14,4%		
	Сингапур	0,9	3,0	12,1%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	1,8	6,5	26,6%		
мясо						
0202 – мясо КРС, замороженное	Всего	192,9	653,2	100,0%	ветеринарный	закрыто
	Индия	94,0	309,8	47,4%		
	Австралия	76,0	238,9	36,6%		
	США	10,0	56,5	8,6%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	13,0	48,0	7,3%		

Перспективные продукты АПК для российского экспорта в Индонезию (2/2)

КОД ТН ВЭД	КЛЮЧЕВЫЕ ЭКСПОРТЕРЫ	ИМПОРТ ИНДОНЕЗИИ В 2019 Г.		ДОЛЯ В СТОИМОСТНОМ ИМПОРТЕ, %	ВИД КОНТРОЛЯ	СТАТУС ДОСТУПА ДЛЯ РОССИИ
		ТЫС. ТОНН	\$МЛН			
молочная продукция						
0402 – сухое и сгущенное молоко и сливки	Всего	257,3	630,5	100,0%	ветеринарный	закрыто
	Новая Зеландия	68,4	200,6	31,8%		
	США	61,1	143,5	22,8%		
	Бельгия	37,0	81,6	12,9%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	90,7	204,8	32,5%		
0404 – молочная сыворотка	Всего	134,1	173,4	100,0%	ветеринарный	закрыто
	Франция	30,3	39,0	22,5%		
	Германия	24,8	30,0	17,3%		
	США	23,4	26,4	15,2%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	55,6	77,9	44,9%		
0405 – сливочное масло	Всего	24,9	146,2	100,0%	ветеринарный	закрыто
	Новая Зеландия	13,7	75,6	51,7%		
	Бельгия	3,7	23,7	16,2%		
	Нидерланды	3,4	22,7	15,5%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	4,2	24,2	16,5%		
продукция пищевой и перерабатывающей промышленности						
1108 – крахмал, инулин	Всего	831,5	348,6	100,0%	нет	открыто
	Таиланд	325,8	143,9	41,3%		
	Китай	324,8	116,7	33,5%		
	Индия	61,2	20,1	5,8%		
	Россия	0,1	0,2	0,1%		
	Прочие страны	119,5	67,7	19,4%		
1901 – экстракт солодовый	Всего	107,7	306,3	100,0%	фитосанитарный	открыто
	Сингапур	22,0	64,6	21,1%		
	Таиланд	15,4	53,2	17,4%		
	Малайзия	31,3	34,4	11,2%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	39,0	154,1	50,3%		
1806 – шоколадные кондитерские изделия	Всего	18,9	106,6	100,0%	нет	открыто
	Индия	1,8	32,8	30,8%		
	Малайзия	5,3	18,6	17,5%		
	Сингапур	2,9	9,1	8,6%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	8,8	46,0	43,2%		
прочая продукция АПК						
1201 – соевые бобы	Всего	2 670,1	1 064,6	100,0%	фитосанитарный	открыто
	США	2 513,3	1 000,1	93,9%		
	Канада	128,9	52,7	5,0%		
	Бразилия	18,9	7,1	0,7%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	9,0	4,7	0,4%		
0102 – крупный рогатый скот живой	Всего	224,4	596,6	100,0%	ветеринарный	закрыто
	Австралия	221,1	588,3	98,6%		
	Индия	3,2	8,4	1,4%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
2309 – корм для домашних животных	Всего	298,9	328,0	100,0%	ветеринарный	закрыто
	Сингапур	115,0	65,7	20,0%		
	Таиланд	44,0	64,0	19,5%		
	Китай	53,1	56,5	17,2%		
	Россия	0,0	0,0	0,0%		
	Прочие страны	86,8	141,8	43,2%		

Источник: ITC Trade Map, *по данным ФТС России, экспорт пшеницы из России в Индонезию в 2019 г. составил 412,2 тыс. тонн на 72,0 млн долл. США, экспорт рыбы мороженой — 0,4 тыс. тонн на 1,2 млн долл. США

Потребительские предпочтения

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Индонезии

- рост располагаемых доходов населения;
- рост тенденции здорового образа жизни, особенно среди потребителей с высоким и средним уровнем дохода;
- увеличение спроса на продукты премиум-класса;
- открытость потребителей к иностранным брендам;
- обязательное наличие маркировки «Халяль», особенно на мясных консервах, колбасных изделиях, напитках, мороженом и шоколаде. Продукция с данной маркировкой пользуется большим спросом на местном рынке;
- рост популярности западной кухни;
- большая доля потребления мясной продукции приходится на говядину и мясо птицы, внутреннее производство не успевает отвечать растущим запросам потребителей;
- рост рынка кондитерских изделий, который является наиболее быстрорастущим, особенно по таким продуктовым сегментам, как бисквитное печенье, питательные и фруктовые батончики (snack bars & fruit snack), различные десерты;
- высокий спрос на закуски и снеки;
- рост спроса на продукты глубокой переработки (кукурузный крахмал, солодовый экстракт, дрожжи и т.д.), ингредиенты для приготовления напитков (загуститель и белковый концентрат);
- ключевые торговые сезоны — Новый год, Китайский новый год и Ураза-Байрам (Idul fitri);
- развитие ритейл-сектора, сети круглосуточных магазинов.

Основные блюда

	<p>Сиомэй</p> <p>Индонезийский вариант пельменей, где начинка делается из рыбы или морепродуктов, приготовленных на пару. В качестве гарнира к блюду подают капусту, яйца и картошку.</p>
	<p>Баксо</p> <p>Традиционные индонезийские фрикадельки из мяса с добавлением тапиоковой муки.</p>
	<p>Креветки с чатни из манго</p> <p>Блюдо, которое можно встретить во многих индонезийских ресторанах и которое популярно благодаря сочетанию специй. Креветки обжаривают в соусе из манго, карри, кумина, чеснока и имбиря.</p>

Национальная кухня

Национальная кухня Индонезии — результат влияния китайской, индийской и арабской культур. Потребительские предпочтения меняются от острова к острову, так, например, на Бали отдают предпочтение острой еде с большим количеством специй, жители Явы добавляют практически во все блюда сладкий соевый соус, а на Суматре большинство блюд готовят на кокосовом молоке. Основой большинства блюд является рис и лапша, а в качестве белка используют морепродукты, рыбу и курицу.



	<p>Курица, запеченная в бамбуке</p> <p>Традиционное блюдо сулавесийского народа. Курицу маринуют в чесноке, масле и специях и запекают на углях в бамбуковом стебле.</p>
	<p>Бубур аям</p> <p>Рисовая каша, которую подают с жареным луком, отварной курицей и бобами. Блюдо отличается особой остротой и калорийностью.</p>
	<p>Наси горенг</p> <p>Самое известное индонезийское блюдо, которое делают из риса, креветок, сушеной рыбы, курицы и яиц с овощами. Все ингредиенты обжаривают в остром соевом соусе и заправляют соком лайма.</p>

Прочие продукты и блюда

Закуски	Супы	Десерты
<p>Гадо-гадо — традиционный индонезийский салат из свежих или отварных овощей с добавлением ростков сои, тофу, арахисового соуса или растительного масла с перцем чили и лайма.</p>	<p>Бунтун — бульон из овощей и жареных хвостов буйволов. Считается одним из самых полезных супов в Индонезии.</p>	<p>Мартабак — блинный пирог с шоколадом, орехами, кокосовым молоком.</p>
<p>Имбирный рис — закуска на основе риса, который обжаривают в кунжутном масле с добавлением яиц, соевого соуса и тертого имбиря.</p>	<p>Лакса из морепродуктов — рисовая лапша с креветками, гребешками и кальмарами в сладко-остром супе на основе карри и кокосового молока.</p>	<p>Бубур инджин — известный индонезийский десерт из риса с кокосовым молоком и тростниковым сахаром. Подают вместе со свежими фруктами или жареными в кляре бананами.</p>
<p>Пемпек — местные булочки из тапиоки и измельченной рыбы. Блюдо является популярной закуской, а найти его можно как в фаст-фуд заведениях, так и в ресторанах.</p>	<p>Сото — насыщенный суп на основе мясного бульона с добавлением овощей, тапиоки, лапши или картофеля и сока лайма.</p>	<p>Бананы в кляре — популярный индонезийский десерт, который можно встретить как в фаст-фуд заведениях, так и в ресторанах. Бананы в кляре из пшеничной муки, рома и яйца обжаривают во фритюре и подают с сахарной пудрой и кокосовой стружкой.</p>

Товарно-распределительная сеть

Импорт и дистрибуция

Индонезия продолжает оставаться достаточно закрытым рынком для иностранных компаний. Эффективным каналом продаж может быть заключение эксклюзивного контракта с местным или региональным дистрибьютором. При выборе и определении дистрибьютора, а также иных партнеров, рекомендуется сделать запрос в официальные структуры во избежание столкновения с мошенниками. Случаи мошенничества в бизнес-сфере в Индонезии встречаются нередко. Большинство представителей сектора общественного питания заключают эксклюзивные контракты с местными импортерами и дистрибьюторами для контроля поставок и соответствия международным стандартам качества продукции. Торговые сети зачастую сами являются дистрибьюторами и импортируют товары самостоятельно.

Крупные импортеры и дистрибьюторы

PT Indomarco PrismaTama

<https://indomaret.co.id/>



Компания, владеющая сетью супер- и гипермаркетов, имеет более 16 тыс. торговых точек, располагает 30 распределительными центрами и является крупным импортером и дистрибьютором.

PT Sumber Alfaria Trijaya

<https://alfamartku.com/>



Компания является импортером и дистрибьютором продуктов питания и напитков, владеет 25 распределительными центрами и торгово-розничными сетями с 15 тыс. торговыми точками.

PT Surya Elok Sejahtera

<http://urseahtera.com/>



Компания-дистрибьютор, которая работает на рынке с 2015 г. и специализируется на перевозке свежих и замороженных овощей и фруктов.

Mitra Intertrans Forwarding

<http://www.mif.co.id>



Транспортно-логистическая компания, которая также является дистрибьютором и работает на рынке с 1989 г.

Розничная торговля

Ритейл-сектор в Индонезии находится в стадии активного роста, сохраняя высокий уровень конкуренции. На рынке появляются новые торговые точки, ассортимент продукции постоянно расширяется, появляются новые форматы торговли. На рынке розничной торговли лидируют пять сетей: «Indomaret», «Alfamart», «Carrefour», «Alfamidi» и «Hypermart», на долю которых приходится более 60% рынка. В последние пять лет в Индонезии вырос спрос на товары премиум-класса, как следствие, стали появляться премиальные супермаркеты, такие как «Ranch Market», «Food Hall», «Grand Lucky» и «Kem Chicks». Эти супермаркеты расположены в основном в Джакарте, Бандунге и Бали и преимущественно занимаются продажей импортных премиальных продуктов питания и напитков.

Крупные магазины розничной торговли

PT Indomarco PrismaTama



Международная сеть супермаркетов и мини-маркетов «Indomaret», которая насчитывает более 17 тыс. торговых точек по всему миру, располагает более 30 распределительными центрами и владеет своим автопарком.

PT Sumber Alfaria Trijaya



Международная сеть супермаркетов и круглосуточных магазинов «Alfamart & Alfamidi», которая насчитывает более 13 тыс. торговых точек по всему миру. На территории Индонезии находится более 25 оптовых складов. Ассортимент включает товары массового потребления, напитки, детские игрушки.

Trans Corp (PT Trans Retail Indonesia)



Сети супер- и гипермаркетов «Carrefour», «Transmart», «Groserindo», которые преимущественно сконцентрированы в крупных городах, насчитывает более 113 торговых точек. Ассортимент сети включает продукты питания и напитки.

PT Matahari Putra Prima, Tbk



Торгово-розничная сеть, которая включает в себя гипермаркеты «Hypermart» и супермаркеты «Foodmart». Расположены преимущественно в крупных городах. Всего на территории Индонезии насчитывается примерно 130 магазинов.

Hero Group



Розничная сеть гипермаркетов «Giant» и супермаркетов «Hero». На территории Индонезии расположены более 174 торговых точек, которые сконцентрированы в основном в крупных городах.

PT Supra Boga Lestari, Tbk



Сети супермаркетов «Farmer's Market» и «Ranch Market», которые включают около 40 торговых точек в мегаполисах. Сеть является одним из ведущих игроков на рынке товаров премиум-класса.

Гостинично-ресторанный сектор

Гостинично-ресторанный сектор в Индонезии находится в стадии активного роста и на данный момент насчитывает множество высококлассных отелей и ресторанов, где потребителям предлагают большой выбор интернациональных блюд премиум-класса. Заведения высокого класса сконцентрированы в основном в Джакарте, Сурабае, Медане и на Бали, городах, которые являются туристическими центрами. Большим спросом пользуются рестораны и кафе, которые предлагают потребителям большой выбор западных блюд, но традиционная индонезийская кухня пользуется не меньшим спросом.

