**글의 제목 <h1>블로그의 목적과 인도네시아 소개**

**<h1>1.소개**

블로그를 통해서 크게 2가지 면으로 나누어 꾸며보려 합니다. 첫번째로는 인도네시아에서 해외영업 업무를 경험하면서 느낀 다양한 특징들과 동남아시아를 여행하면서 느낀점 들을 이야기 하려하며 두번째로는 포장되어 있는 한국이 아닌 한국인들의 일상과 한국의 특징들에 대해서 해외에 있는 친구들에게 소개하려 합니다.

**<h1>2. 진출의 긍정적 이유 (장점)**

이번글에서는 인도네시아 경제의 장점과 단점 그리고 현재의 동향에 대해 적어보려 합니다.

인도네시아를 포함한 동남아시아 시장의 장점은 인구와 한국에 대한 선호도라고 볼 수 있습니다. 인도네시아는 인구 2억7천만의 국가로 청년층의 수는 약 6천9백만 정도이며 무엇보다 인구성장률은 약 1.3 % {한국-(0.48%), 중국- (0.52%), 일본-(-0.12%)} 로 앞으로도 큰 시장을 가질 수 있는 국가입니다. 아이들은 알게모르게 사회의 활력소가 되곤 하는데, 자카르타에서 서울로 들어왔을 때 아이들이 없는 서울이 얼마나 활기가 떨어지는지 바로 느낄 수 있습니다. 이처럼 인구구성은 인도네시아의 시장가치를 충분히 증명합니다. 또한 한국이라는 국가의 브랜드 가치가 동남아시아 국가들에 잘 형성이 되어 있습니다. 단순히 BTS 와 런닝맨이 인기가 있어서가 아닌 한국이라는 국가가 20c 후반에 성장해 온 과정과 문화가 동경의 대상이자 하나의 본보기 이기 때문입니다. 이와 같은 장점으로 다양한 기업들이 동남아시아 진출을 추진하고 있습니다.

**<h1>3. 사업의 어려움 (단점)**

하지만 잠재력과 장점이 있는 만큼 단점이 있는데.. 규제와 문화에 대한 이해의 부족입니다. 특히 규제에 대한 이해부족이 기업들이 겪는 가장 큰 어려움 입니다. 어디까지나 외국인의 투자에 의한 외국기업이기 때문에 현지의 기업들과 완벽하게 공정한 링에서 경쟁을 기대하는 것은 무리가 있습니다. 비단 인도네시아 뿐만 아니라 전세계 모든 국가가 자국기업에게 더 유리한 조건을 만드는 것이 당연하니까요. 실제로 이부분이 모든 사업자가 가장 힘들어 하는 부분이며 사업철수의 주된 요인입니다. 그렇기 때문에 해외영업 분야를 생각하시는 분이 있으시다면 사업대상이 되는 국가에 어떠한 규제 사항이 있는지 그리고 한국과는 어떻게 다른지에 대해서 고민해 보는 능력이 무엇보다 중요하다고 생각합니다.

**<h1>3. 산업의 변화**

마지막으로 산업의 특징은 역할의 변화입니다. 그동안 생산기지로서의 역할을 해왔다면 이제는 판매처로의 역할이 변하는 것 입니다. 아직까지 낮은 임금을 바탕으로 하는 제조업체들도 있지만, 꾸준히 이어져온 인건비의 상승으로 많은 공장들은 어려움을 겪고 있거나 철수를 계획하고 있습니다. 반면 판매처로 변해왔는데 특히 화장품, 건강식품 등이 급격하게 성장하였습니다. 스타트업 업체들도 관심을 가지고 있는데 네이버 또한 펀드를 조성하여 인도네시아 미디어 기업에 투자를 계획하고 있습니다.

**<h1>5.글을 마치며..**

낯선 나라, 낯선 문화에서 이질감을 느끼는 것은 너무 당연한지도 모릅니다.

새로운 것을 찾고 도전하는 것은 어려운 일입니다. 안전한 일상에서 벗어나 새로움에 도전하는 것은 분명 두려운 일이지만 그때에 비로서 “설레임” 이라는 귀중한 감정을 느낄 수 있는 것 같습니다.

<h2>“시도했다가 실패하는 것은 죄가 아니다, 유일한 죄악은 시도하지 않는것이다”

수엘렌 프리드

그런생각을 합니다.. 지금에 안주하고 산다면, 더 큰 욕망과 열정을 가지고 있을 나 자신에게 죄를 짓는게 아닌가 하는..

익숙한 삶에서 나오는건 어렵지만 그만한 가치가 있다고 생각합니다. 그러한 <익숙함의 함정>에서 벗어나면 분명 값진 시간을 얻을수 있으니까요..