

도서명	믹스(MIX) : 세상에서 가장 쉬운 차별화
지은이	안성은
선정 이유	경제에서 다양한 이론과 법칙들을 배울 때 가격차별화가 존재하지 않는 완전 경쟁시장을 가정한다. 하지만 우리가 주로 소비하고 있는 상품들은 완전경쟁 시장의 상품과는 약간 다른, 차별화된 무언가이다. 이 책에서는 그러한 시장에서의 차별화를 다루고 있다. 그래서 '믹스'라는 책을 통해 생산자와 소비자 모두의 입장을 이해하고, 나아가 시장 경제를 이해하고자 이 책을 선정하였다.

1. 해당 페이지 / 경제와 관련된 인상적 장면, 구절과 그 이유를 서술

해당 페이지 : 9쪽

경제와 관련된 인상적 구절 :

'포화의 시대.' 우리 시대를 한마디로 표현하면 바로 이것이 아닐까? 많다. 많아도 너무 많다. 물건이, 브랜드가, 경쟁자가... 너무도 많다. 한 사람에게 하루에 노출되는 광고의 수가 3,000개라는 통계도 있다. 그런데 그 많은 것 가운데서 돋보여야 한다. 선택돼야 한다. 그러려면? 우선 새로워야 한다. 경쟁자와 확 달라야 한다.

그 이유 :

해당 구절을 읽고 경제에서 배웠던 일반시장의 가정이 떠올랐다. 우리 시장에는 다양한 상품들이 있지만 독보적인 무언가가 아니라면 대개 가격들이 비슷하다. 왜냐하면 차별화가 없기 때문이다. 이러한 경제적 상황을 해당 구절에서 잘 설명하고 있는 것 같아 인상적이었다.

2. 해당 페이지 / 경제와 관련된 인상적 장면, 구절과 그 이유를 서술

해당 페이지 : 58~59쪽

경제와 관련된 인상적 구절 :

누가 시킨 것도 아닌데 모두가 당연하다고 믿는 것들에 탄지를 걸어본다. 그러다 보면 어느 순간 번뜩이는 아이디어가 나온다는 것이 다. 그의 말을 들으며 나는 스트리트 패션 브랜드 슈프림을 떠올렸다. 슈프림 도끼, 슈프림 해골, 슈프림 야전삽, 슈프림 해머, 슈프림 계 산기, 슈프림 소화기, 슈프림 음주측정기, 슈프림 지하철 카드, 슈프림 벽돌, 슈프림

오토바이, 슈프림 쿠키, 슈프림 텐트, 슈프림 BMW, 슈프림 핸드폰... 그동안 슈프림이 출시한 '희한한' 제품 리스트다. 전부 콜라보 제품 이다. 슈프림은 뉴욕 교통국과 손잡고 지하철 카드를 만들었다. 브라운사와는 슈프림• 계산기를 출시했다. 오레오와 슈프림 쿠키를 만들 고, 대한민국의 캠핑용품 회사 헬리독스와는 텐트를 만들었다.

그 이유 :

이 책에서는 대부분의 상품이 동일한 품질과 동일한 질량, 동일한 가격인 시장 상황에서 차별화하는 방법으로 '섞는 것'을 제안한다. 그 섞는 것을 가장 잘 활용하여 성공한 브랜드가 바로 '슈프림'이다. 슈프림은 패션 브랜드이지만, 패션 브랜드와 어울리지 않는 산업 회사들과 콜라보를 진행하여 브랜드 이미지를 매번 새롭고 신선하게 만든다. 이는 경제에서 배운 독점 시장을 떠올리게 하였다. 섞음으로써 차별화하여 그 무엇과도 대체할 수 없는 상품이 된다면 이는 독점이라고 해도 될 것이다. 그리고 시장에서 독점적 지위를 선점한다면 경제에서 배웠듯이 가격 경쟁에서도 우위를 차지하게 될 것이라고 생각이 들었다.

### 3. 해당 페이지 / 경제와 관련된 인상적 장면, 구절과 그 이유를 서술

해당 페이지 : 113쪽

경제와 관련된 인상적 구절 :

학생들이 맨큐 교수에게 보낸 공개서한에는 신자유주의의 토대가 되는 애덤 스미스의 자유주의적 시장 이론이 여전히 유효한지에 대한 문제 제기가 담겨 있었다. 경제 주체들이 각자의 이윤을 추구하면 '보이지 않는 손'에 의해 질서가 유지된다는 애덤 스미스의 이론은 현재의 자본주의가 야기한 수많은 문제점에 비추어볼 때 그 수명을 다했다는 것이다. 학생들의 수업 거부는 맨큐 교수에 대한 항의이자 자본주의 시스템에 대한 항변이었다.

그 이유 :

경제 시간에 배운 경제 이론들을 바탕으로 시장을 바라보면 설명이 잘 되지 않는 부분들이 몇 개 있다. 예를 들어, 최근에는 기존의 효율적이었던 동물실험을 통해 화장품을 만드는 것이 아닌 동물실험을 하지 않는 비건 화장품 생산이 증가한 화장품 시장의 사례가 있다. 이는 공급의 가격을 올리는 방법인데도 시장은 이 방향으로 흘러가고 있다. 이는 기존의 경제학 이론으로는 설명이 되지 않는다고 생각했는데, 해당 구절에서 나와 같은 생각으로 기존의 경제 기반을 지적하고 있어서 인상 깊었다.

### 위에 작성한 내용을 바탕으로 현실 경제 현상과 관련하여 느낀점을 서술할 것

산업, 상품 시장을 살펴보면 같은 듯 다른 상품들이 소비자의 선택을 얻기 위해 경쟁을 하고 있다. 가격을 강점으로 두고 저가 전략을 펼치는 기업, 품질을 우선순위에 두고 전략을 펼치는 기업, 디자인으로 승부를 보는 기업 등 다양한 요인으로 각자의 자리를 차지하고 있다. 이는 경제에서 배운 이론으로 보면, 완전경쟁시장도 아니고 그렇다고 독점시장도 아니라고 생각한다. 바로 이러한 시장 상황을 독점적 경쟁시장이라고 하는 것 같다는 생각이

들었다. 앞으로 내가 경영학을 전공하여 마케팅과 브랜딩에 대해 배우게 된다면, 이 책을 통해 접했던 방법들을 떠올릴 것 같다. 가장 잘하는 것과 제일 엉뚱한 것을 떠올려 보는 것이다. 이는 침체되고 고립되는 것을 막을 것이며, 매번 새롭고 창의적인 것을 만들어낼 수 있을 것이라 생각한다. 그리고 이 책을 통해 다양한 것들을 배웠듯이 앞으로도 꾸준히 지금의 트렌드와 여러 기술들을 접할 수 있는 책들을 읽어 끊임없이 배워야겠다고 느꼈다.