

새로운 제품 시장에서 성공하려면 순서가 있어. 선도 브랜드가 되거나 차별적 브랜드로 인식시키는 것은 나중 일이고, 새로운 카테고리의 제품은 시장을 키우는 게 먼저야. 경쟁사가 있다면 아직은 브랜드 경쟁을 자제하고 어떻게든 힘을 모아 시장의 크기를 함께 키워가야 해. 그런데 성급한 스타트업들이 초반부터 경쟁하느라 시장을 망치는 경우가 은근히 있더라.

수제맥주 얘기가 이해하기 쉬워서 또 예를 들자면, 이 시장은 진입장벽이 낮아. 수제맥주 만들기가 그렇게 어렵진 않거든. 그러다 보니 창의적인 맛과 장인정신으로 품질을 높일 생각보다는 4캔에 1만 원 이하로도 팔면서 과열경쟁으로 흘러가 버린 것 같아. 그럴수록 수제맥주에 대한 인식이나 이미지는 망가지겠지. 일단 함께 좀 키우면 좋겠는데 말이야.

예전 정주영 회장은 조선업을 하려고 현대중공업을 만들고는 기술자를 빌려주면서까지 다른 대기업들을 부추겨서 조선업에 발을 들이게 했다잖아. 그분 말씀이 이래. “적자에 허덕이든 수지를 맞추든 그건 두 번째야. 중요한 건 어떤 업종이든 일단 함께 부흥시켜야 한다는 거지요.”

역시 비즈니스를 보는 눈높이가 달라.