

레몬 시장의 비밀 (7/30/2012)

현대전은 정보전이다. 특히 전문적인 지식이나 정보가 필요한 분야라면 정보 판매자와 정보 구매자 사이에 현격한 정보의 차이가 존재한다. 예를 들어, 의사와 환자, 변호사와 의뢰인, 장의사와 상주, 중고차 딜러, 금융상품과 투자컨설턴트, 보험상품과 보험사 직원, 부동산과 에이전트, 사업체와 브로커 등등이다. 그래서 좋은 정보제공자를 만나는 것이 무엇보다 성공의 지름길이다. 하지만 인터넷의 발달로 정보의 간격이 좁혀지고 있어 정보 중개인들의 수입이 예전같지가 않다. 고객이 동종 상품과 가격을 인터넷에서 비교 선택할 수 있는 수준의 사업은 이미 정보로서의 독자적 가치를 상실한다고 할 수 있다.

<레몬 시장> 이론이 있다. 레몬은 겉모양은 번지르하지만 먹기가 힘들다. 즉 빛좋은 개살구라고 할 수 있다. 중고 자동차 시장을 예로 들어보자. 지금 중고 자동차 3 대가 시장에 나와 있다. 자동차 A는 품질이 양호, B는 보통, C는 불량이라고 하자. 자동차 판매자 (Seller)는 당연히 자동차 3 대를 모두 A 가격(비싼 가격)에 팔고 싶고, 구매자 (Buyer)는 3 대 모두를 C 가격(싼 가격)에 사고 싶어 할 것이다. 하지만 구매자 (Buyer)는 자동차를 선별할 인지능력이 부족하므로 자동차 3 대 모두를 불량급인 C 급으로 간주한다. 그러면 시장 가격은 중간 가격에서 형성된다. 그 이후로 정보 판매자 (Seller or Broker)는 좋은 제품 A 는 시장에 내놓지 않고 기존의 등록된 고객들이나 확실한 고객에게 은밀히 팔아버린다. 그러면 시장의 매물은 C 급으로 넘쳐나게 된다. 그러니 광고를 보고 매물을 찾는 Buyer 는 한수 아래인 셈이다. 이것을 버클리 대학의 에켈로프 교수는 <레몬 시장>이라고 명명했다. 금융상품도 고등수학을 이해할 수 있는 정교한 파생상품이므로 일반인들은 거의 알지 못한다. 그러면 결국 금융시장은 엉터리 상품으로 넘쳐나게 되며, 금융회사 직원들은 훈련된 판매원에 불과하다. 1990 년 후반부터 보험상품의 가격들이 하락하기 시작한다. 그것은 인터넷으로 보험상품들 가격 비교를 해 주는 사이트가 등장하고서 부터이다. 부동산 시장도 그러하고 다른 정보 관련 사업들도 유사하다.

그런데 요즘 한인 사회에서도 <신종 레몬시장>이 형성되고 있어 한인사회에 경종을 울린다. 불경기가 계속 되니까 쇼펍몰 곳곳에 비어 있는 가게들이 많다. 권리금이 없으니까 약간의 시설비만 있으면 가게를 차릴 수 있다. 게다가 건물주와 잘 협상하면 6개월정도를 파격적인 임대조건으로 가게를 얻을 수 있다. 몇년 전부터 한국 여자분들에게 가장 인기있는 사업체가 Drop Store 다. 한국이 잘 살고부터는 이곳 교민들도 힘든 일은 하지 않으려고 하신다. 냉난방이 잘 되어 있는 곳에서 여자가 예쁘게 화장하고 음악듣고 책 보면서 백인손님들을 상대로 장사할 수 있는 업종이 Drop Store 다. 영업시간도 짧고 주일과 국경일, 여름휴가를 다녀올 수 있는 업종이기도 하다. 종업원 관리도 한두명이면 어지간한 가게는 충분하니 사람 때문에 속 썩을 이유도 없다. Drop Store 는 주매상이 \$500 불 단위로 매매 가격이 경충 된다. Drop Store 의 매매 핵심요소는 주매상과 임대료다. 아무리 주매상이 높아도 Rent 비가 비싸면 매매 가격은 급락한다. 정상적인 임대료일 경우, 주매상 \$1,500 불은 20 배부터 시작하여, 주매상 \$4,000 불 이상은 50 배 이상도 한다. 세탁소 입장에서는 기가 찰 노릇이다. 하지만 세탁소의 자업자득이다. 세탁소가 너무 많고, 주매상 4 천불 미만의 세탁소가 절반 이상을 차지하는데 이 세탁소들은 홀세일을 하지 않으면 수지타산이 맞지 않기 때문이다. 세탁공장의 빨래 가격이 낮으니 Drop store 가 엄청 많이 생겼다. 이미 우리 지역에는 세탁소와 Drop store 가 포화상태다.

그런데 레몬시장으로 <신종 Drop Store>가 생기고 있다. 비어있는 쇼펍몰에 파격적인 임대조건으로 무일푼의 가게를 차린다. 소비자 가격을 \$2.50 이하로 광고한다. 아니면 50% 세일을 한다. 1년동안 장사가 되든, 안되든 상관하지 않는다. 문을 닫아도 잃을 것이 없기 때문이다. 그러면서 그 주변을 축대밭으로 만들어 놓는다. 본인은 세탁소를 하고 있으므로 Rent 비용만 부담이 안되면 일하는 아주머니 한명 인건비만 있으면 된다. 그러다가 다행히 매상이 \$2,500 불 이상만 되면 덩핑 간판을 떼어 버리고 정상가격으로 환원시킴과 동시에 부동산 시장에 매물로 내놓는다. 완전한 속임수다. 물론 그런 가게를 사면 망한다. 심각한 것은 동일 Seller 가 이런 가게를 여러개 가지고 있다는 것이 더 큰 문제다. 한때 세탁소가 \$1.99 로 한인 사회 전체가 몸살을 앓은적이 있다. 지금도 어떤

* 모든 저작권은 윌리칼럼 저자인 이위식에게 있으므로 저자의 서면 동의 없는 무단 전재 및 복제를 금합니다.

지역은 그 지역 전체가 저가 경쟁의 블랙홀에서 빠져나오지 못한다. 가격을 내리기는 쉬워도 올리기는 어렵다. 이런 덤핑가게들은 팔기도 어렵다. 이러니 가게 문 닫는 날까지 모두가 함께 침몰하는 것이다. 세탁소 \$1.99 해서 부자된 사람이 몇명이나 되는가. 그래도 세탁소는 \$20 만불 이상의 시설 투자라도 했지만, Drop store 는 이야기가 다르다. Drop store 가 덤핑을 하면 그 지역의 세탁소, Drop store 는 모두 죽는다. 당연히 본인도 죽는다. 이런 칼럼을 쓴다는 것 조차 무척이나 조심스럽다. 우매한 사람들이 모방 범죄(?)를 저지르지 않을까 하는 우려 때문이다. 가격덤핑이라는 정책은 어떤 경제 이론에서도 전략으로 인정받지 못하는 어리석은 것이다. <치킨게임>처럼 나는 살고, 주변을 모두 죽일수 있다면 가능하다. 하지만 소규모 장사에서는 나도 죽고 주변 모두도 죽는다. 지금 나는 상도덕을 얘기하는 것이 아니라 생존을 이야기 하는 것이다. 한인 교포들이 단합하여 가격덤핑을 막지 않으면 몇개 남지 않은 한인 업종마저도 몰살한다. 내 예상이 틀리기를 소망하면서...