



자유주의 정보 18-58

본 내용은 아래 (기사)를 요약 번역한 내용임

Michael R. Strain, Big tech may be monopolistic, but it's good for consumers,

March 20, 2018

독점적인 빅테크 그러나 소비자에게는 합리적

“빅테크”에 대한 철저한 검토가 증가하고 있다. Amazon, Google, Apple, Facebook 등과 같은 기술 주도 대기업은 현재 거짓 뉴스 배포, 혁신적인 경쟁사 억압, 소규모 영세 가게 폐쇄 등 다양한 혐의로 기소된 상태이다. 일부 반대 여론은 이 같은 강력한 대기업이 공공 사업으로 전환되어야 한다고 요청하고 있으며 기타 여론 정부의 독점 금지법을 통하여 이들을 해체해야 한다고 주장하고 있다.

하지만 이러한 주장은 터무니 없는 소리다. 지난 반 세기 동안 미국 정부는 반 경쟁적 행위를 정의하기 위해서 경제학자와 법률학자가 최상의 표준을 따라왔으며 이들 표준은 가격이나 제품 또는 서비스 품질에 의해서 결정되는 소비자의 복지를 위협하거나 감소시키는 기업들이 소비자가 혜택을 누릴 수 있는 경제적 혁신을 이룰 수 있는가에 대한 문제를 다루었다.

이것은 올바른 표준이다. 반독점 집행에 사용될 수 있는 기타 표준은 본질적으로 "대기업은 악하다"라는 관점을 취하고 있으며 이들 표준은 강력한 힘을 가진 대기업은 이들이 행사하는 정치적 경제적 영향력으로 인해서 의심의 여지가 충분하다고 가정한다. 그러나 이처럼 애매하고 막연한 표준은 수준이 매우 떨어진다. 이들 표준은 상품 가격을 낮춰서 생산할 수 있는 능력 등 대기업이 가질 수 있는 규모의 장점을 무시한다. 또한 이들 표준은 규제적 불선(regulatory mischief)을 따르며 소비자에게 장점을 제공할 수 있는 경쟁 시장의 집중도를 떨어뜨린다.

소비자 복지 표준은 빅테크에게 축복을 안겨주었다. 반세기 동안을 사용하였지만 흠 잡을 데가 없었다. 또한 Gmail의 특징 중에 몇 가지 단어로 몇 년 전 서신을 다시 찾을 수 있는 검색 엔진은 매우 유용하게 쓰인다. Gmail 제작 및 운영을 담당하는 구글의 다양하

고 환상적인 상품을 무료로 이용할 수 있었다. 또한 아마존은 상품 가격을 떨어뜨렸으며 전체 시장 경제에서 아마존이 가격 인플레이션 비율을 줄이고 있다는 일부 주장도 있다. 더욱이 애플은 이전에 상상할 수 없었던 막대한 지식 정보를 주머니 속에 넣고 다닐 수 있게 만들어 준 매끈한 컴퓨터를 제작하였다.

요약하면 다양한 고품질 제품과 기술 혁신 그리고 저렴한 상품 가격을 제공하는 소비자 복지 표준으로 빅테크는 수십년에 한번 나올 수 있는 가장 우수한 기술로 자리 잡았다.

그러나 새롭고 혁신적인 상품이 오늘날에는 무료이지만 빅테크가 미래 가격과 혁신에 어떤 영향을 끼칠 것인가? 에 대한 미묘한 논쟁이 가열되고 있다.

이 같은 논쟁에서 빅테크는 미래 혁신과 가격을 낮출 수 있는 경쟁을 억압한다고 가정하지만 이에 동의할 수 없다. 시장 경쟁이 보다 더 커질 경우에만 생산될 수 있는 상품의 부재로 소비자 복지가 손상 받을 수 있다는 이들의 주장에 일정 부분 동의하지만 실상은 빅테크 기업이 자신들의 수입을 연구 개발(R&D)에 투자하여 새롭고 더 좋은 제품을 제작한다는 것이다. 다시 말해서 이들 빅테크 기업들은 혁신을 주도하고 있으며 이 같은 혁신은 변화의 징후가 나타나지 않고 있다.

빅테크 대기업이 뉴스와 정보 경쟁을 억압하고 있는가? 전혀 그렇지 않다. 얼마 전만 해도 대부분의 미국인들은 뉴스를 보기 위해서 조간 신문을 선택하거나 저녁 뉴스를 볼 수 있는 세 가지 채널을 이용할 수 밖에 없었다. 그러나 구글 덕분에 오늘날은 몇 가지 단어만 입력하면 원하는 주제에 대한 다양한 뉴스를 볼 수 있다.

네트워크 규모 및 선불 투자의 중요성 때문에 기술 분야는 자연스럽게 기업화 되는 것이 아닌가? 라는 합리적인 주장이 있다. 그러나 이 같은 논쟁은 웹 브라우저 넷스케이프가 인터넷 익스플로러에서 떨어져 나왔으며 핫메일(Hotmail)은 구글에게 자리를 양보해 주었고 아메리카 온라인은 하락세를 보이며 애플의 혁신 역량은 감소하고 있다는 다수의 보고서가 나왔으며 페이스북은 전 세계의 수호신인 부모에 의해서 십대 사용자를 잃어가고 있다는 사실에 대해서 반박해야 한다.

다시 말해서 앞선 기업들은 오랫동안 시장에서 우세를 점유하지 못했으며 이들 기업 앞에 지배적인 기술 기업들이 존재 해왔다는 것이다. 따라서 현재 시장 선두 기업이 영원이 시장을 점유할 것이라고 가정해서는 안된다.

그러나 페이스북의 인스타그램 매입 또는 구글의 유튜브 매입 등과 같이 기술 대기업이

스타트업 기업을 집어 삼켜 혁신을 억압하고 있다는 우려가 있다. 그러나 사실 신생 기업이 기술 대기업에게 매각 되는 경우 혁신을 구속하기 보다 오히려 장려할 수 있는 기회를 기업가에게 제공할 것이다. 또한 소비자 복지 기준에 의하면 페이스북이나 주주 또는 설립자 등이 인스타그램을 소유하는 것은 그 다지 중요하지 않다.

그렇다면 아마존 마스터 플랜이 아마존 경쟁자의 이윤을 쥐어짜서(여러분 가게에는 도움이 되겠지만) 상품 가격을 하락시켜 식료품 등 전체 소매 시장에 우위를 점유하고 미래의 특정 시점에서 가격을 올리고 거대한 이익을 거둬들인다고 가정해보자.

이처럼 아마존이 상품을 판매하였어도 적합한 규제 대응은 아마존이 실제로 소비자에게 손해를 야기시키고 경쟁을 약화시켰다는 증거를 보다 더 많이 확보할 때까지 기다리는 것이다. 전체 소매 판매에서 온라인 판매 점유율은 10% 미만이다. 월마트의 수입은 아마존의 두 배 이상이다. 따라서 독점 금지법을 청원하는 것은 시의적절하지 않다.

이것은 빅테크가 문제가 전혀 없다고 말하는 것이 아니다. 사실 페이스북과 같은 소셜 미디어 기업이 공청회와 정치 시스템에 미치는 영향에 대한 논의가 있었다. 페이스북의 가이딩 라이트는 반드시 언론의 자유를 보존해야 하지만 봇의 역할, 정치적 콘텐츠 호스팅 및 페이스북 플랫폼에 대한 책임 등과 같은 문제를 논의해야 한다. 덧붙여 페이스북은 소셜 네트워크 데이터의 소비자 소유권과 구매 이력 그리고 데이터 보안성에 대해서 고민할 책임이 있다.

그러나 이것이 빅테크 기업을 해체해야 한다는 것은 아니며 만약 이들 기업이 해체된다면 미국 경제의 위대한 업적 중 일부를 산산조각 낼 것이다.

번역: 이희망

출처: <https://www.aei.org/publication/big-tech-may-be-monopolistic-but-its-good-for-consumers/>