



소비자 복지에 관한 것이라면, 왜 그렇게까지 기업들에게 엄청난 벌금을 물어야 할까? 그리고 왜 표면적으로 피해를 입은 소비자나 경쟁자가 아닌 정부로 그 벌금이 들어갈까?

이론적으로, 독점금지법은 소비자들의 선택의 폭을 넓혀주기에 이득이 된다고들 생각한다. 물론 일부 소비자들이 이를 통해 약간의 이익을 얻을 수도 있지만, 고려해야 할 비용이 적지 않다.

첫째, 더 많은 선택권을 갖는 것이 반드시 더 좋은 것은 아니다. 베리 슈워츠가 그의 책 "선택의 역설"에서 설명했듯이, 선택의 폭주는 오히려 우리가 선택을 전혀 하지 못하게 할 수 있다. 그리고 우리가 눈앞의 선택지 중 하나를 추구하기로 결정하더라도, 우리는 종종 우리가 더 잘 할 수 있었다고 느끼기 때문에 우리가 한 선택에 덜 만족한다.

또 다른 주요 단점은 기업의 투자, 혁신, 소비자 수요에 대응할 수 있는 능력을 제한한다는 것이다. 하나의 서비스에 사용된 자원은 소비자들을 돕는 데 더 잘 쓰일 수 있었던 자원들이다. 그러나 기업들이 독점 금지 규정에 묶여 자신들의 플랫폼에서 자신들의 제품을 자유롭게 확장, 합병 또는 홍보할 수 없을 때, 소비자의 복지는 질이 떨어질 수밖에 없다.

기업들의 활동에 대한 규칙들은 궁극적으로 경쟁에 방해가 된다. 결과적으로 많은 의미 있는 혁신들은 경제적 상황 때문이 아니라, 정치적으로 실행 불가능하기 때문에 좌절된다. 물론 기업이 너무 비대해져 해체해야 하는 경우가 발생할 수도 있다. 하지만 그 판단은 정치인이 아니라 소비자들의 몫이다.

번역: 노경민

출처: <https://fee.org/articles/eu-court-upholds-28-billion-fine-against-google-for-advertising/>