

“자본주의는 독점들에 이른다”는 주장에 대하여

라이너 지텔만 / 2023-10-13

내가 책 《반자본주의자들의 열 가지 거짓말》을 위해 의뢰한, 대중의 자본주의 인식에 관한 국제 설문 조사에서, 자본주의에 퍼부어진 주요 비판 중 하나는 그것이 독점들에 이른다는 점이었다. 그리고 이 점은 사실이다. 자본주의는 독점들에 이를 수 있다. 그러나 자본주의보다 더 효과적으로 독점들을 깨뜨리는 것도 없다는 점도 역시 사실이다. 독점들은 그것들의 권력의 절정에서 파괴할 수 없는 것 같지만, 그것들은 전혀 영구하지 않다. 오늘날, 많은 사람은 아마존이나 구글 같은 거대 기업들이 아주 지배적이어서 그것들이 오직 정부 반독점 정책들에 의해서만 심하게 도전받을 수 있다고 믿는다. 그러나 역사는 독점들이 대부분 사람이 믿기보다 훨씬 덜 영속성이 있다는 점을 우리에게 가르쳐 준다.

사회관계망 마이스페이스(Myspace)는 2003년에 설립되었고 빠르게 수백만의 사용자를 얻었다. 2006년 6월까지, 마이스페이스는 미국에서 방문자가 가장 많은 웹사이트였고, 구글에 앞서기조차 했다. 2007년에 《가디언(The Guardian)》지는 질문했다, “마이스페이스가 도대체 자기의 독점력을 잃을까?(Will Myspace ever lose its monopoly?)” 2008년 초기까지는, 마이스페이스는 74.4퍼센트 사회관계망 시장 점유율을 가졌고, 2008년 12월까지, 오직 미국에서만 7,590만 방문자를 가졌다. 그러나 단지 여섯 달만 지나서, 페이스북(Facebook)이 미국에서 마이스페이스를 따라잡았고, 그 회사[마이스페이스]의 시장 점유율은 2009년 말까지는 그저 30퍼센트만으로 하락했다. 오늘날 마이스페이스는 거의 전적으로 무의미하게 되었다.

2008년 11월에, 《포브스(Forbes)》 잡지는 이동 전화 제조업자 노키아(Nokia)에 관해 주요 기사를 실었다. 표지 기사의 표제는 “10억 고객-누군가 휴대 전화 왕을 따라잡을 수 있을까?(One Billion Customers-Can Anyone Catch the Cell Phone King?)”라고 씌어져 있었다. 1998년부터 2011년까지 한결같이 세계에서 가장 큰 이동 전화 제조업자가 된 후에, 노키아는 2012년 첫 분기에 삼성(Samsung)에 추월당했는데, 그 한국 회사가 추정 25.4퍼센트 시장 점유율을 차지했을 때였다. 노키아는 시장에서 여전히 꽤 괜찮은 22.5퍼센트를 차지했고 애플(Apple)이 9.5퍼센트를 가졌다. 그럼에도 불구하고, 노키아의 점유율은 2008년 이래로 1/3 이상만큼 하락했었다. 두드러지게, 노키아는 1990년대에 세계에서 맨 처음 스마트폰을 개발했지만, 그것은 이동 전화 사용자들에 대한 응용 프로그램들(apps)의 중요성을 인식하지 못했고 나중에는 그것은 너무 늦었다. 2013년에, 마이크로소프트(Microsoft)는 노키아 휴대 전화부([h] [/h])를 샀는데, 후자는 그 당시 세계 시장 점유율을 단지 3퍼센트만 가지고 있었다.

또 하나의 예는 제록스(Xerox)인데, 그것은 1960년에 최초의 복사기를 발명했고 1970년에 거의 100퍼센트의 시장 점유율을 가지고 시장을 지배했다. 오늘날 사람들이 그들이 인터넷을 검색할 때 “내가 그것을 구글로 검색하겠다(I’ll google it),”라고 말하는 것과 똑같이, 과거 그때 사람들은 그들이 어떤 것을 복사할 때는 언제든지 “제록스하기(Xeroxing)”를 언급했다. 1973년에, 제록스는 반독점 법률들을 위반한 것으로 고발되었고 너무 오래 끄는 법정 투쟁이 뒤따랐다. 그러나 과거 그때에는-오늘날보다 더 그렇게-그 문제는 시장에 의해 해결되었는데, IBM, 이스트먼-코닥(Eastman-Kodak), 캐논(Canon), 미놀타(Minolta), 리코(Ricoh) 그리고 그 밖의 것들과 같은 회사들이 모두 더 작고 더 값싼 복사기들을 출시했기 때문이다. 이 경쟁자들은 관리하기 쉬운 액체 토너를 사용하고 값싼 표준화한 부품들로 조립되는 기계들을 개발했다. 그것들은 비싼 사유 망(proprietary network)을 통해서보다는 보통의 사무용품 판매점들을 통해서 판매되었다. 문득, 일본인들은 제록스 기계들의 제조 비용 아래 가격들에서 저가 복사기들을 팔고 있었으나, 제록스는, 그것이 항상 했었듯이, 신뢰할 수 있는 예약같이 복사량에서 계속해서 돈을 벌기를 원했다. 오늘날, 제록스는 세계 복사기 시장의 2퍼센트 미만에 고정되어 있다.

그리고 1976년에, 코닥(Kodak)은 미국 필름 시장의 90퍼센트 이상 그리고 미국 카메라 시장의 85퍼센트를 보유했다. 코닥은 디지털카메라들로의 이동을 완전히 저평가했고, 그 후 시장은 다시 고사양(high-spec) 스마트폰 카메라들에 지배되게 되도록 진화했다. 2012년에, 그 회사는 파산을 신청했고 후에 다른 사업 모델들로 자기의 운을 시험해 보았다.

경쟁과 독점은 정반대가 아니라, 그것들은 변증법적 모순이다: 경쟁은 독점을 창출하는데, 왜냐하면 최고의 제품이 지배하기 때문이다. 높은 독점 이윤은 새 경쟁자들을 끌어들이고, 이들은 점차 독점을 파괴하지만, 일정 시점에서는 스스로 일시적으로 독점이 될지 모르나, 그 결과 그것은 다시 그들의 경쟁자들에 의해 파괴될 뿐이다. 이것이 일어날 수 없는 것은 단지 공공 독점들의 경우에서만인데, 왜냐하면 정부 권력은 그것이[그 경우가] 경쟁의 지배를 받는 것을 막기 때문이다.

공공 독점이 아닌 독점들은 전형적으로 조만간 사라질 것인데, 왜냐하면 독점 기업들이 더 커짐에 따라 그것들이 지나치게 관료적으로 되기 때문이고, 그것들이 최소의 경쟁 압력의 지배를 받기 때문이며, 그것들의 사고방식이 더욱더 정부 소유 기업들의 그것처럼 되기 때문이다.

라이너 지텔만(Rainer Zitelmann)은 역사학자이자 사회학자이다. 그는 최근에 《반자본주의자들의 열 가지 거짓말》을 출판했다:

<https://product.kyobobook.co.kr/detail/S000201471405>

번역: 황수연(전 경성대 교수)