

# 시장형태와

# 물가

## 5. 경쟁이 제한된 시장에서의 생산과 가격

시장이 경쟁적이 아니라 1개 또는 수개의 기업에 의하여 지배될 경우에 가격과 생산은 어떻게 될 것인가. 기업간에 제한된 경쟁이 나타나는 시장조직은 독점(獨占), 과점(寡占), 독점적(獨占的) 경쟁의 세 가지이다. 독점은 하나의 기업, 과점은 소수의 기업이 공급을 전담하는 시장조직으로 새로운 기업의 진입장벽이 설치되어 있다. 독점적 경쟁시장조직은 다수의 기업이 차별화된 상품을 생산 공급하는 것으로 새로운 기업의 진입기회는 봉쇄되어 있지 않으나 기업간의 선전, 광고 등의 불안정한 경쟁이 벌어지는 시장조직이다.

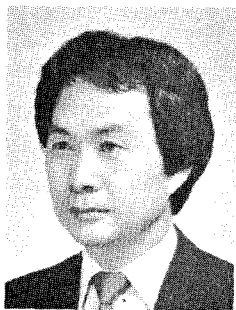
경쟁이 제한된 경우 기업행동의 여건에서 나타나는 커다란 차이는 생산량을 적정수준 이하로 인위적인 제한을 가하여 판매가격을 유지하거나 또는 동조적으로 인상하여 소비자의 이익을 희생하고 자신들의 이익을 부당하게 취하려 하게 된다. 독점과 과점에 있어서는 단일 또는 소수의 기업이 상품의 공급을 전담하기 때문에 일개 기업의 공급량 조절은 시장수요곡선을 따라 가격이 변한다. 각 기업의 제품이 차별화된 독점적 경쟁의 경우에는 많은 기업들이 생산 공급한다고 하더라도 한 상표의 제품에 대한 시장수요는 그 상표를 사용하는 기업의 공급에 의하여 단독으로 이루어지므로 개별 기업이 당면하는 시장수요곡선은 우로하향하게 되며 그 결과 공급조절을 통한 가격변경이 가능하다.

### 가. 독점기업의 가격과 생산

#### 1) 독점의 배경과 독점행위

독점기업이란 시장전체에 대한 유일한 공급자이다. 유일한 기업으로 구성된 산업을 독점산업이라 한다. 독점기업은 자기의 판매량을 보다 증대하고자 하면 가격을 인하하여야 하고 반대로 가격을 인상하고 공급량을 축소할 수도 있다. 즉, 독점기업은 생산량을 조절하여 이윤극대화를 모색할 수 있다.

일반적으로 흔히 사용되고 있는 독과점산업이란 보통 한개 내지 소수의 대기업이 한 산업을 구성하고 있는 것을 말한다. 여기서 말하는 독점산업은 완전 독점산업으로 독점기업이 독점적으로 공급하는 재화를 대체할



정 찬 길

건국대학교 축산대학  
축산경영학과 교수

어떠한 대체제도 없는 산업으로 현실적으로 극히 드문 현상이다.

기업이 일단 독점적 위치를 확보하면, 첫째, 독점기업은 끊임없는 선전, 광고 등의 활동을 통하여 자신의 상품에 대한 시장수요의 확대를 도모하고 나아가서는 신규기업의 진입을 봉쇄하여 자신의 독점적 위치를 계속 확보하려고 한다. 둘째, 독점기업은 자신의 상품에 대한 시장수요곡선의 구조를 파악하고 이에 따라 자신의 이윤이 최대가 되도록 가격을 책정한다.

### 2) 독점기업의 가격과 생산

기업은 시장의 수요조건과 기업내부의 비용조건을 고려하여 이윤극대화를 추구한다. 즉 기업은 한계수입(MR)과 한계비용(MC)이 동일하도록 가격과 생산량을 조절함으로써 최대의 독점이윤을 얻게 되며 이 부근에서는 한계비용곡선이 한계수입곡선보다 큰 기울기를 가져야 하는 것이다.

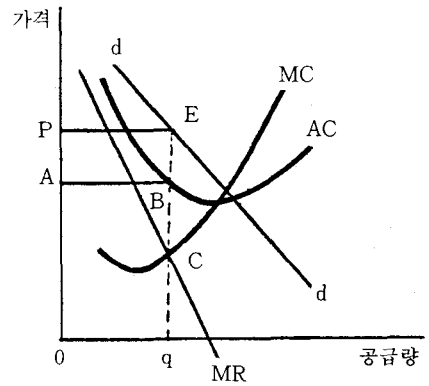
이를 그림(a)에서 보면 한계수입곡선(MR)과 한계비용곡선(MC)이 서로 교차하는 곳은 C 점이고, 이것에 대응하는 기업의 균형점은 E 점이며 이 때의 가격은 OP 이고, 생산량(공급량)은  $Oq$ 이다. 이 가격과 생산량에서 극대이윤이 달성되는데, 그 때의 이윤이 크기는 4각형 PEBA이다. 이것은 평균비용(AC) 이상의 가격으로 판매되기 때문에 획득된 것이므로 초과이윤에 해당한다. 이것은 경쟁시장의 경우에는 경쟁의 결과 장기적으로는 소멸되는 것이지만, 독점의 경우에는 장기적으로 획득할 수 있는 것이므로 그것을 독점이윤이라 한다.

독점기업이라도 독점이윤을 획득할 수 없는 경우가 있다. 만일 시장의 축소에 따라 수요곡선이 평균비용곡선에 접선을 이루게(그림(b)의 E)되면 이윤극대의 조건은 성립하더라도 독점이윤은 발생하지 않는다. 그러나 사회적 평균이윤수준에 해당하는 정상이윤은 획득한다.

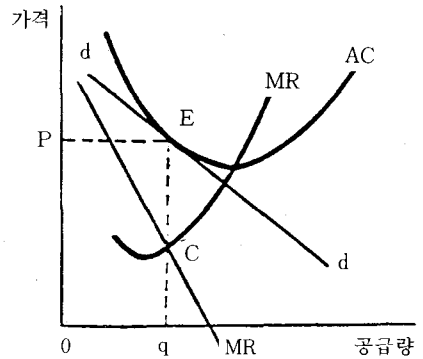
또한 시장이 더 좁아 수요곡선 그림(c)의 경우와 같이 점 B와 C 사이에 위치하면 수요곡선이 평균비용곡선과 접하지 않고 간격을 가지고 있기 때문에 손실이 발생한다.

이러한 손실이 장기적으로 지속된다고 하면 기업을

(a) 독점이윤



(b) 정상이윤



(c) 손실

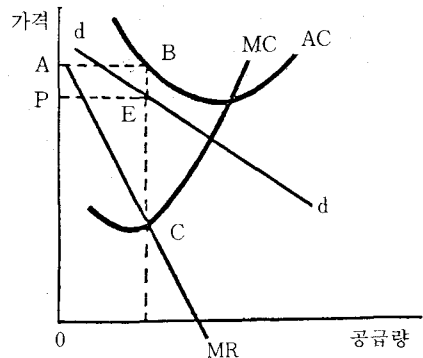


그림 : 독점기업의 가격책정

예컨대, 한국전력공사가 가정이란 시장과 공장이란 시장을 분리해서 가정에는 상대적으로 높은 가격으로, 공장용 동력의 사용자들에게는 상대적으로 낮은 가격으로 전기를 공급하여 전체 공급량을 신장하는 것이다. 또 한국전기통신공사가 국제전화요금을 시간대로 분리하여 심야에는 낮은 가격으로 그 이외시간대에는 높은 가격을 부과하여 전체 전화이용량을 증대시키는 것이다. 해산하는 것이 유리할 것이다. 반대로 시장의 확장에 따라 수요곡선이 우상향으로 이동한다든가, 생산기술의 발달 및 경영의 합리화를 통해서 평균비용곡선(AC)이 아래로 이동하게 된다면 평균비용곡선과 수요곡선(d)이 교차하게 될 것이고 독점이윤이 발생할 수 있을 것이다. 이와 같은 현상은 경제발전과정에서 자주 찾아볼 수 있다. 즉, 경제발전 과정에서 대규모시설을 갖춘 새로운 기업이 설립되어 신장품을 대량생산 공급하면 대체로 처음에는 수요가 개발되지 않아서 시장이 좁고, 기술부족, 경영의 불합리 등으로 막대한 손실을 보게 된다. 그러나 시간이 흐름에 따라 시장확장과 경영의 합리화를 통하여 독점이윤을 보게된 경우가 허다하다.

### 3) 독점기업과 가치차별

독점기업은 일정한 시장조건이 구비되면 상품가격을 차별함으로써 보다 많은 이윤을 획득한다. 공급자가 동질의 상품을 상이한 계층에 속하는 구입자들에게 동일기간에 있어서 상이한 가격으로 판매하는 것을 가격차별화라고 한다.

가격차별화가 성립하기 위해서는 첫째, 시장이 수요의 가격탄력성을 달리하는 2개 이상의 시장으로 분리될 수 있어야 하고, 둘째 시장(지역)의 시간적 물리적 분리이며, 끝으로 시장분리에 필요한 비용이 가격차별화의 이익보다 적어야 한다.

독점기업의 가격차별화는 수요자를 차별대우하여 불쾌감을 갖게 하거나 소비자인여를 독점기업의 수익으로 전환시킨다. 특히 해외시장에서 덤핑을 하는 경우에는 개별기업이 국내수요자의 소득을 갖고 해외수요자들에게 자선을 베푸는 결과를 초래한다. 즉 국내시장에서는 비싸게 판매하고 해외시장에서는 저렴한 가격에 판매하기 때문에 국내수요자를 희생시키는 것이다.

한편, 이러한 부정적인 측면이 있는 반면에 국민경제

**공급자가 동질의 상품을 상이한 계층에 속하는 구입자들에게 동일기간에 있어서 상이한 가격으로 판매하는 것을 가격차별화라고 한다.**

적 입장에서 보던 첫째, 가격차별이 없을 때보다 생산량을 증대시키므로 고용의 증대와 국민소득의 향상을 유발할 수 있다. 둘째, 어떠한 경우에는 가격차별화가 없으면 기업성립이 불가능하여 재화의 구입이 불가능하지만 가격차별화로 인하여 기업성립이 가능해지고 재화의 구입도 이루어진다. 예컨대 가격차별화로 말미암아 병원수입이 늘어날 수 있게 되어 병원이 설립되고, 따라서 놓여민도 의료혜택을 받을 수 있게 된다. 셋째, 가격차별화는 소득재분배의 효과를 가져올 수 있다. 소득수준이 높은 사람에게는 비싸게 판매하고 소득수준이 낮은 사람에게는 값싸게 판매하기 때문에 고소득층으로부터 저소득층으로 소득을 이전시키는 효과를 가져온다. 넷째, 가격차별화는 경제개발단계에서 중요한 의의를 가질 수 있다. 저개발국에서는 소득수준이 낮기 때문에 시장이 협소하여 새로운 시설을 도입하기가 곤란할 때가 많으나 가격차별화를 하게되면 시장이 확대되므로 현대적 생산설비의 도입이 가능해 질 수 있다.

### 4) 독점기업의 규제

독점기업의 폐해는 이것이 비효율적이라는 점 이외에도 높은 가격, 생산제한, 설비유희 등이 있다. 이중에서도 독점기업은 생산기술을 개선하려고 하기보다는 이미 확보한 시장을 보다 장기적으로 지배하고 이를 더욱 확대하고자 하는데 주력한다. 투자규모에 비하여 위험도가 높은 생산기술개발에 힘쓰기보다는 오히려 막대한 광고비를 지출하더라도 그 결과가 확실한 시장확보 및 확대에 주력하게 된다.

그러나 이와 같은 폐해는 정부가 독점가격을 통제함으로써 크게 감소될 수 있다. 즉, 정부가 「물가안정과 공정거래에 관한 법률」에 따라서 가격수준을 평균비용이 가장 낮은 수준에서 통제한다고 하면 독점이윤이 소멸되고 사회적 평균이윤만 보장된다. 경제기획원에서 이 법에 따라 설치되어 있는 공정거래위원회에서 경쟁을 제한 하려는 제반행동을 규제하고 경쟁을 촉진시키려는 각종 정책을 입안하여 운용하고 있다. <계속>