

미시경제학
Microeconomic Theory

독점시장

서울시립대 성낙일 교수

강의 순서

1. 독점시장의 의미와 발생원인
2. 순수독점의 균형조건
3. 가격차별의 의미와 유형
4. 독점의 사회적 비용
5. 독점의 규제정책

1. 독점시장의 의미와 발생원인

독점시장의 의미

■ 독점시장=공급자가 하나뿐인 시장

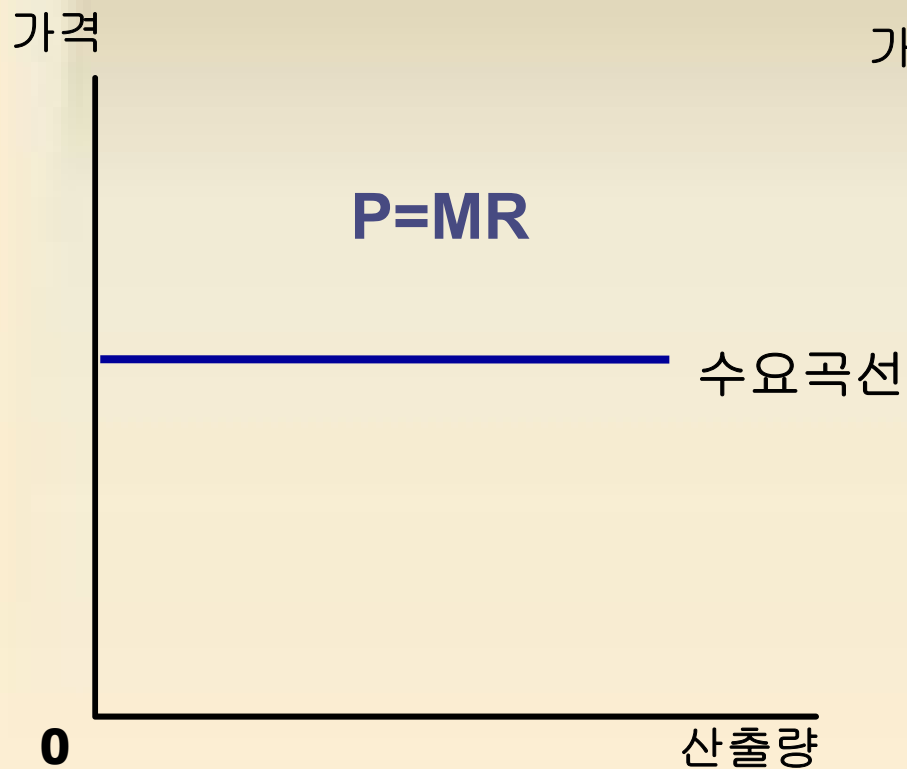
- 독점시장에서는 기업=시장, 즉 시장수요곡선이 독점기업의 수요곡선
- 독점기업은 가격설정자로서 **강력한** 시장지배력을 보유

■ 독점의 전제조건은 완벽한 진입장벽

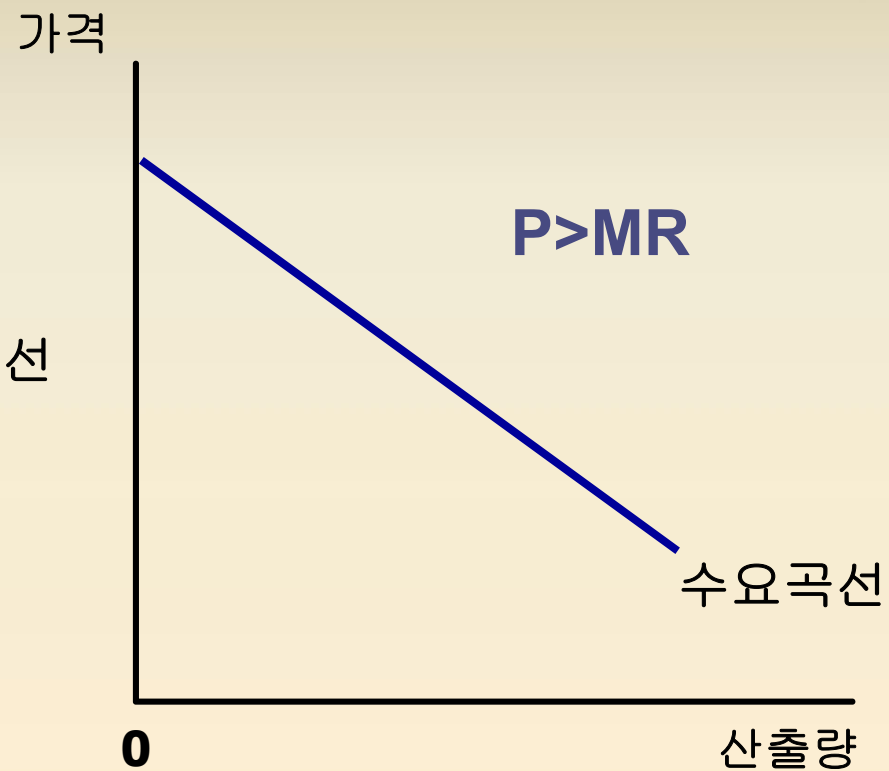
- 독점시장이 발생해 유지되기 위해서는 완벽한 진입장벽이 존재해야 함 (진입장벽이 독점의 원천)

독점기업과 경쟁기업의 수요곡선

(1) 완전경쟁기업의 수요곡선



(2) 독점기업의 수요곡선



독점(시장)의 발생원인

■ 절대적 비용우위

- 기존 기업의 우월한 지식과 노하우

■ 천연자원 등 중요 생산요소의 공급장악

- 예: 미국 Alcoa사의 보크사이트 광산 독점

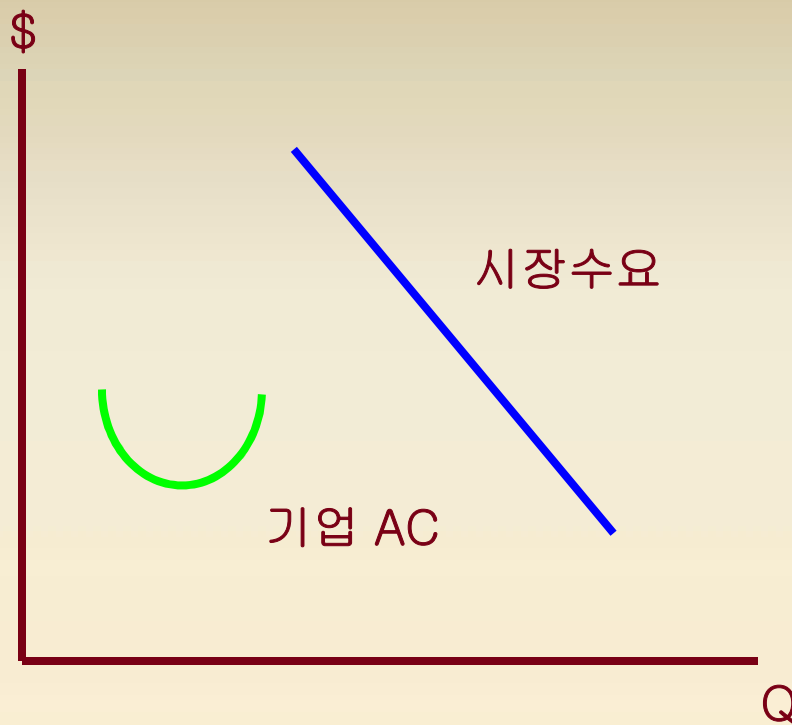
■ 규모의 경제(또는 대규모 생산의 경제성)

- 최적조업규모 또는 최소효율규모(MES)에 비해 시장수요가 적은 경우에는 독과점체제가 형성
- 예: 자연독점산업, 대규모 장비산업

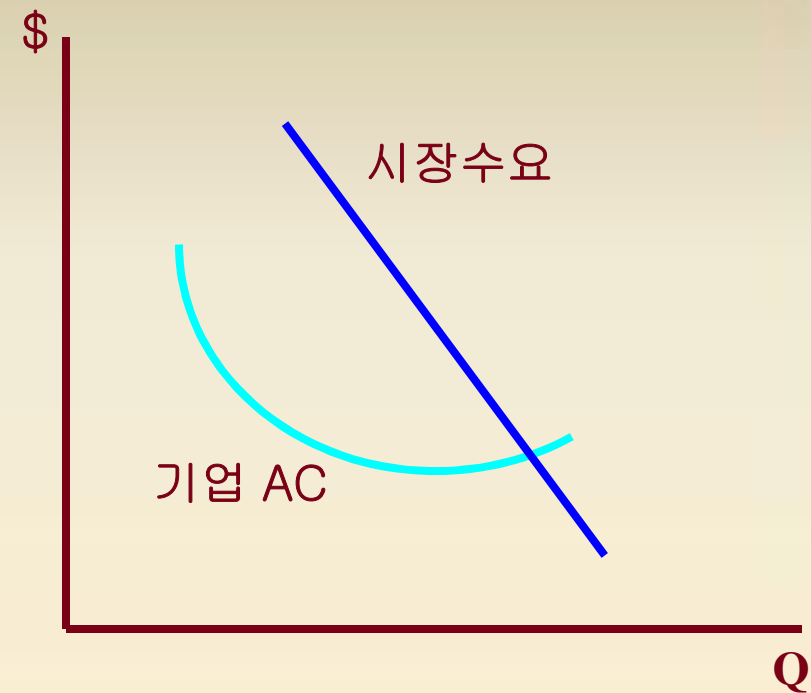
■ 법적 독점

- 특허권, 전매권, 인허가제도 등에 의한 진입금지

최적조업규모에 비해 시장수요가 적은 시장에서 독과점 체제가 발생한다.



(a) 경쟁체제가 가능한 경우



(b) 경쟁체제가 어려운 경우

정부가 독점을 만드는 경우가 많다. 그 대표적 수단이 인허가를 통한 진입장벽 구축이다.

- ❖ 뉴욕 맨하튼은 택시 잡기가 어려운 곳으로 유명하다. 뉴욕 택시 기사들은 하루 12시간 동안 ‘지그재그 곡예운전’을 반복하고 있다.
- ❖ 뉴욕 택시 번호판 (medallion) 가격은 개인 택시가 24만 1천달러, 회사 택시가 28만 9천달러 선이다.
- ❖ 이와 같은 현상은 2003년 말 뉴욕 택시 숫자가 1만 2,187대에 불과하다는 사실을 알며 금방 이해할 수 있다. 뉴욕 택시 숫자는 1930년대와 비교해 약간 증가했다.

2. 순수독점의 균형조건

※ 가격차별의 존재여부에 따라 독점을 순수독점과 차별독점으로 구분

독점시장의 단기균형

■ 독점기업의 이윤극대화조건: $MR=MC$

- $P > MR = SMC \rightarrow$ 가격이 한계비용을 상회

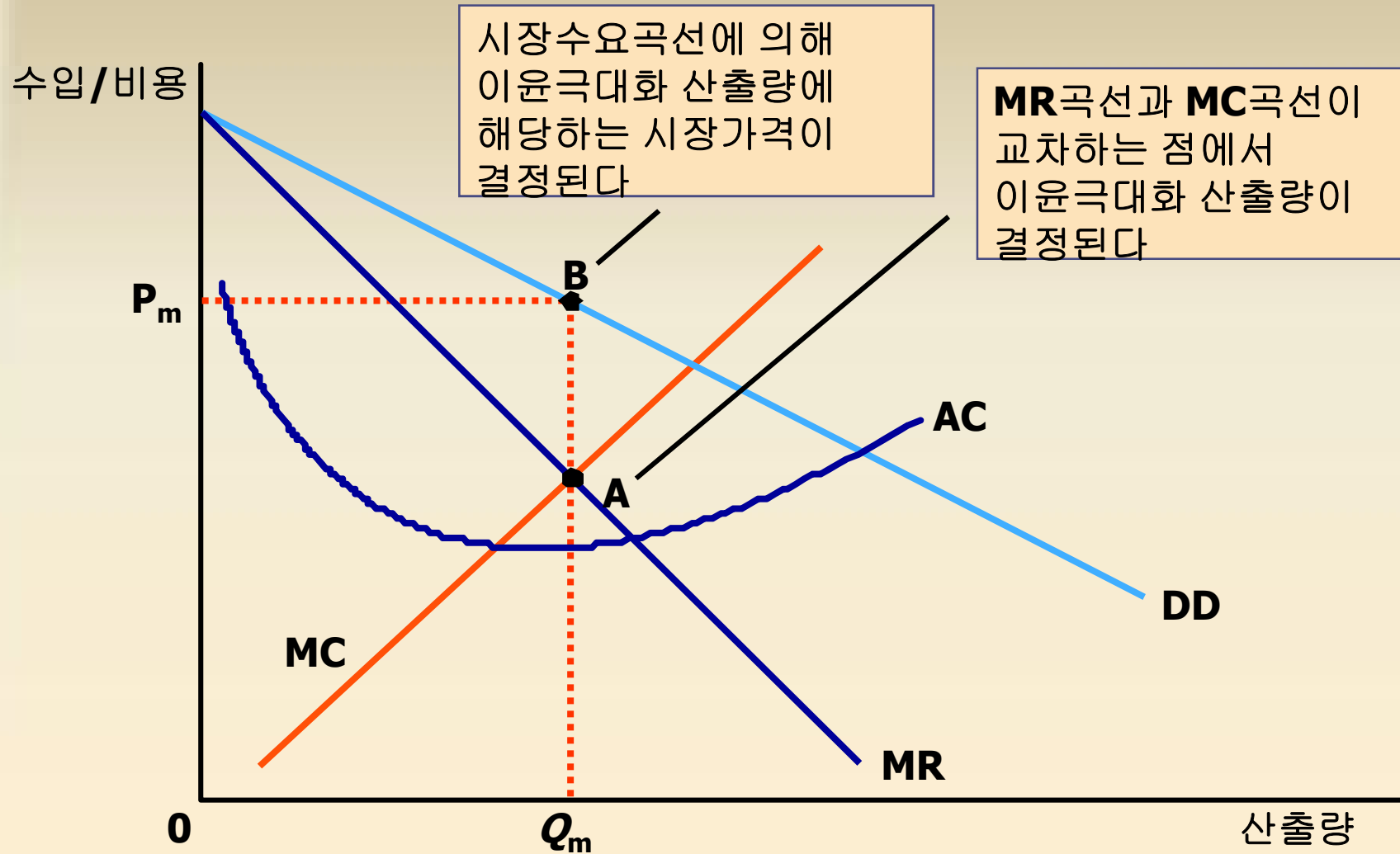
■ 독점시장의 단기균형의 특징

- 독점기업의 경우에 공급곡선이 존재하지 않음
- 단기균형은 수요의 가격탄력성이 1보다 큰 부분에서 발생

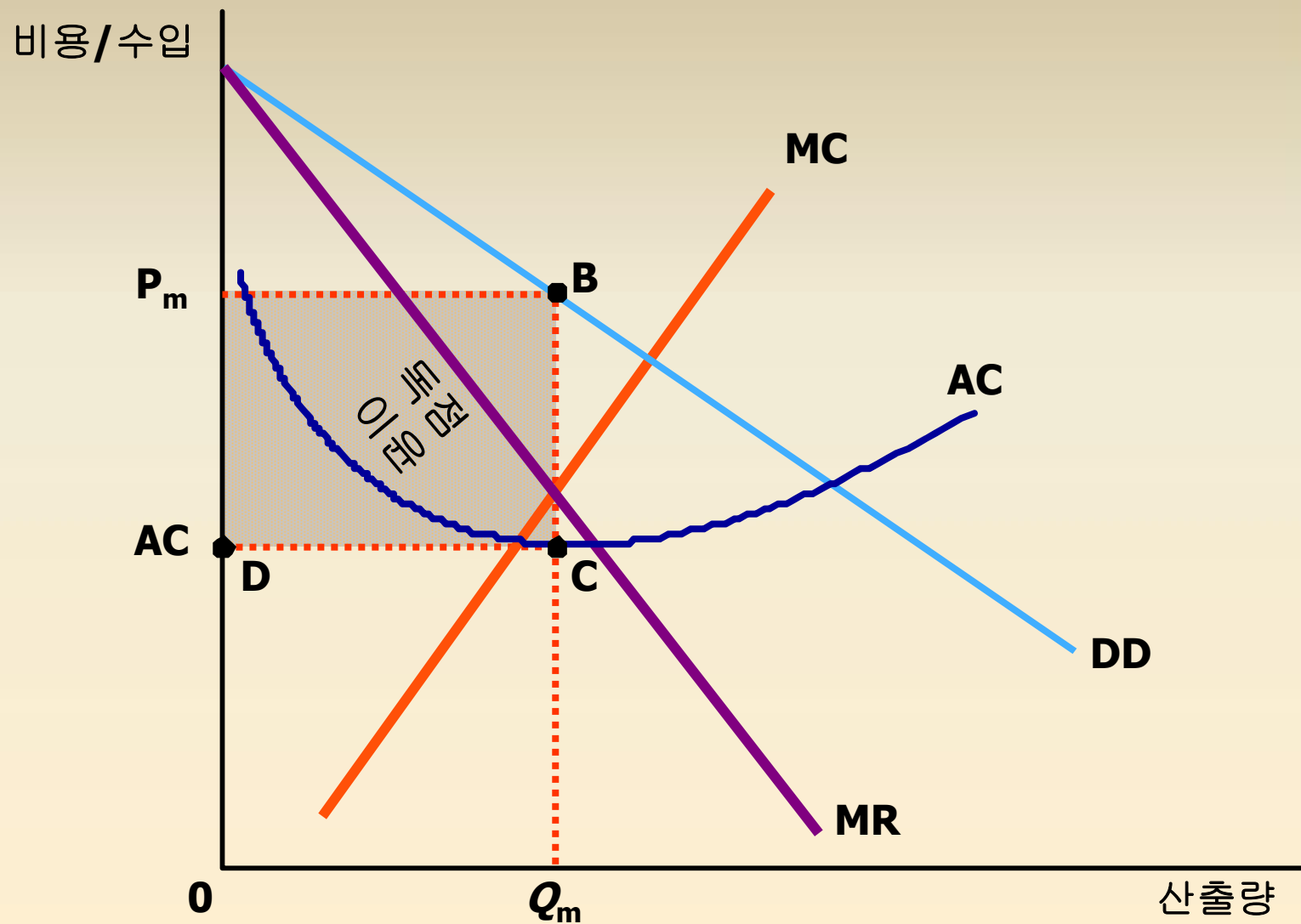
$$MR = P\left(1 - \frac{1}{\epsilon_p}\right) > 0 \Rightarrow \epsilon_p > 1$$

- ❖ 수요가 비탄력적이면 가격인상 \rightarrow 수입증가 (산출량 이 감소하면 MC이 감소하므로 수입증가는 이윤증가를 의미)

독점기업의 이윤극대화 조건



독점기업의 이윤



시장지배력과 러너지수

■ 러너지수(Lerner index): L

$$MR = P(1 - \frac{1}{\varepsilon_p}) = MC \Rightarrow L = \frac{P - MC}{P} = \frac{1}{\varepsilon_p}$$

- ❖ 러너지수는 독과점기업의 시장지배력을 측정하는 수단
- ❖ 러너지수의 범위: $0 \leq L < 1$
- ❖ $P-MC$, 즉 이윤폭(price markup)은 수요탄력성에 의존

독점기업의 가격결정: 사례

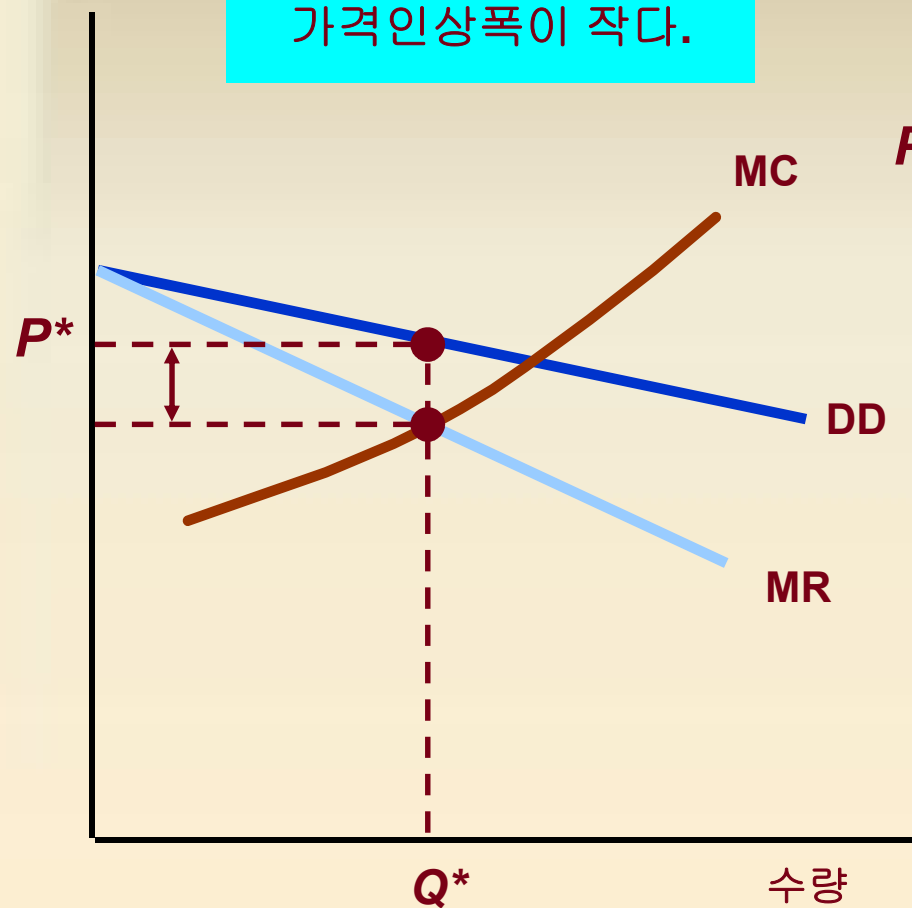
- ❖ 질문: 한계비용이 0.35이고 수요의 가격탄력성이 1.1인 상품에 대해 독점기업은 가격을 얼마로 설정할까?

$$\begin{aligned} P &= \frac{MC}{1 - [1/E_p]} = \frac{0.35}{1 - [1/1.1]} = \frac{0.35}{1 - 0.91} \\ &= \frac{0.35}{0.09} = 3.89 \end{aligned}$$

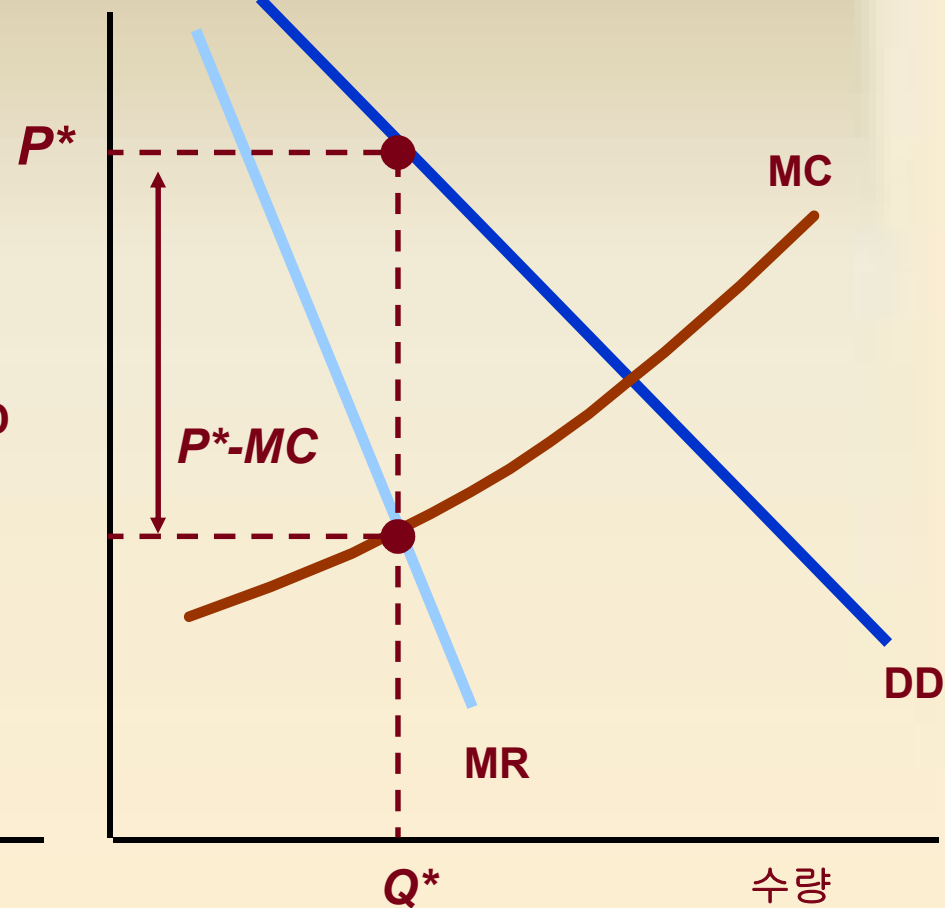
이윤폭과 수요탄력성

비용, 가격

수요가 탄력적일수록
가격인상폭이 작다.



비용, 가격



독점시장의 장기균형

■ 기존 독점기업에 의한 장기조정과정

- 장기이기 때문에 비용극소화 조건을 충족 → (모든 산출 수준에서) 장기 평균비용이 단기보다 절감
- 장기에 있어서 독점기업의 이윤은 단기보다 증가

■ 산업(시장)의 장기조정과정

- 진입장벽 때문에 산업의 장기조정과정은 발생하지 않음

3. 가격차별

※ 가격차별은 독점기업뿐 아니라 과점기업도 할 수 있음

가격차별의 개념 및 성립조건

■ 가격차별(price discrimination)의 개념

- 어떤 기업이 동일한 제품에 대해 소비자나 판매수량에 따라 서로 다른 가격을 책정하는 행위 (비용차이를 초과하는 가격차이가 관찰되는 경우)

■ 가격차별의 성립조건

- 기업이 시장지배력을 보유
- 해당 시장에 수요의 가격탄력성이 상이한 소비자 집단이 둘 이상 존재, 기업은 각 소비자집단의 지불용의를 알고 있거나 쉽게 파악할 수 있음
- 싼 가격을 지불한 소비자가 비싼 가격을 지불한 소비자에게 재판매 또는 전매(resale)할 수 없음

가격차별 사례 (1): 맨큐 경제학

KYOBO
교보문고

책도 사고 선물도 받고
4월 23일 세계 책의 날

북로그 북뉴스 키워담 토크 특별한내

로그인 회원가입 장바구니 MY KYOBO 고객센터

국내 도서 >

상세검색 | 학습서검색 | 가족독서토론대회 | 김윤아 | 윤명이다 | 파부미남 송중기

모든분야 전체 보기 >

국내도서 | 외국도서 | 디지털북 | 음반 | DVD | GIFT | 중고장터 NEW | 도서·교육 | 문화·커뮤니티

베스트 | 신상품 | 특가 | 이벤트마당

홈 > 국내도서 > 경제/경영 > 경제이론 > 경제원론/개론

맨큐의 경제학(5판) **교보추천** **무료배송**

URL 복사 >
트위터 보내기 >

저자 N. GREGORY MANKIW | 역자 김경환, 김종석 | 출판사 교보문고

Economics
맨큐의 경제학

N. Gregory Mankiw

교보문고

+ 크게보기

이 책을 eBook으로 보고싶어요

요청하기

요청수 115

eBOOK 단말기(SNE-60K) 보기

정 가 : 35,000원 **신간**

판 매 가 : 35,000원 (0%*, 0원 할인)

마일리지 : 2,100원 적립 (6%) **10월도 바로 쓰는 마일리지**

2009년 08월 21일 출간

새봄 초중고 학습서 최/저/가대전 최고 60% 할인! 전종 무료배송! **이벤트 보기**

교보문고 신용카드 혜택 **안내**

KB 교보국민카드 - 5% 상시 할인 | 우리멤버스 카드 - 2,000원 할인

LOTTECARD 교보문고-롯데카드 - 최대 7 % 할인

지금 주문하면 **5월 4일(화)이내** 받을 수 있습니다.
(서울 종로구 종로1가 교보생명빌딩 기준 [95%] **[지역변경]**)

도착예정일 안내

배출비 안내

주문수량

최저가보상

프리미엄배송

해외배송가능

장바구니담기

바로구매하기

보관함 담기

추천메일발송

1084쪽 | A4 | 5판 | ISBN-10 : 899399501X | ISBN-13 : 9788993995015

안내 Tip! 원서사항 : Principles of economics / Mankiw, N. Gregory

이 책의 영업점 서가 위치

강남점

잠실점

분당점

목동점

이 상품의 회원 평점

평 점 ★★★★★

리뷰 1개

리뷰쓰기

책속한문장

자녀교육 분야 베스트셀러 1위!

부모잠언

베이비 위스퍼를 읽은 부모들이 선택한 필독서

백지현의 우리 역사 진실 찾기 시리즈 제3탄

고려왕조실록(상): 왕권시대

1승 9매 유니클로처럼

시골 양복점에서 의류업체 1위까지, 유니클로의 성공 비결

1승 9매 유니클로처럼

최근 본 상품

어린이책 지갑선물

쿠폰 받기

학습서 무료배송 할인무

키워담 토크

바로가기 >

책소개

저자소개

목차

출판사서평

리뷰(1)

이벤트

가격차별 사례 (1): 맨큐 경제학

Hello, [Sign in](#) to get personalized recommendations. New customer? [Start here.](#)
Free Two-Day Shipping on Gifts for Mom
Sponsored by Bulova Watches

Your Amazon.com
Today's Deals
Gifts & Wish Lists
Gift Cards
Your Account
Help

Shop All Departments

GO
Cart
Wish List

Books
Advanced Search
Browse Subjects
New Releases
Bestsellers
The New York Times® Bestsellers
Libros En Español
Bargain Books
Textbooks

Click to **LOOK INSIDE!**

[Share your own customer images](#)
[Search inside this book](#)

Principles of Economics [Hardcover]

[N. Gregory Mankiw](#) (Author)

★★★★☆ (78 customer reviews)

List Price: ~~\$220.95~~

Price: **\$157.14** & this item ships for **FREE with Super Saver Shipping.** [Details](#)

You Save: **\$63.81 (29%)**

In Stock.

Ships from and sold by **Amazon.com**. Gift-wrap available.

Want it delivered Tuesday, May 4? Order it in the next 38 hours and 5 minutes, and choose **One-Day Shipping** at checkout. [Details](#)

52 new from \$100.00 **103 used** from \$97.97

Formats	Amazon Price	New from	Used from
Kindle Edition	\$113.56	--	--
+ Hardcover	\$123.95	\$123.95	--
Hardcover, September 29, 2008	\$157.14	\$100.00	\$97.97
+ Paperback	--	\$59.19	\$50.00

Buy New

Quantity:

Add to Cart

or

[Sign in](#) to turn on 1-Click ordering.

or

Add to Cart with FREE Two-Day Shipping

Amazon Prime Free Trial required. Sign up when you check out. [Learn More](#)

[Add to Wish List](#)

Buy Used

Used - Good [See details](#)

\$121.99 & this item ships for **FREE** with Super Saver Shipping. [Details](#)

Fulfilled by Amazon

Add to Cart

or

[Sign in](#) to turn on 1-Click ordering.

가격차별 사례 (1): 맨큐 경제학

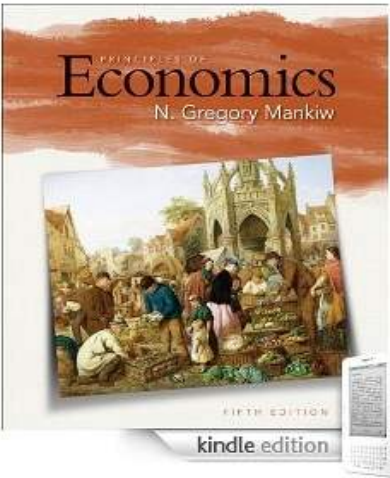
amazon.com Hello. Sign in to get personalized recommendations. New customer? Start here. Free Two-Day Shipping on Gifts for Mom Sponsored by Bulova Watches

Your Amazon.com Today's Deals Gifts & Wish Lists Gift Cards Your Account Help

Shop All Departments Search Kindle Store GO Cart Wish List

Kindle Store Buy A Kindle Kindle Books Newspapers Blogs Magazines Accessories Discussions Manage Your Kindle Kindle Support

Start reading *Principles of Economics, 5th Edition* on your Kindle **in under a minute**. Don't have a Kindle? [Get your Kindle here.](#)



See larger image

See all 5 customer images

Share your own customer images

Principles of Economics, 5th Edition (Kindle Edition)
by [N. Gregory Mankiw](#) (Author)
★★★★☆ (78 customer reviews)

Digital List Price: \$476.95 [What's this?](#)

Kindle Price: **\$113.56** & includes international wireless delivery via **Amazon Whispernet**

Due to its large file size, this book may take longer to download

Text-to-Speech: Enabled

Kindle Books

- Kindle Books include wireless delivery - read your book on your Kindle within a minute of placing your order.
- Don't have a Kindle? [Get yours here.](#)
- This title is for Amazon Kindle devices only.

Formats	Amazon Price	New from	Used from
Kindle Edition	\$113.56	--	--
Hardcover	\$123.95	\$123.95	--
Paperback	--	\$59.19	\$50.00

Buy now with 1-Click®

Deliver to your Kindle or other device

[How buying works](#)

[Add to Wish List](#)

Try it free

Sample the beginning of this book for free

[Send sample now](#)

Deliver to your Kindle or other device

[How sampling works](#)

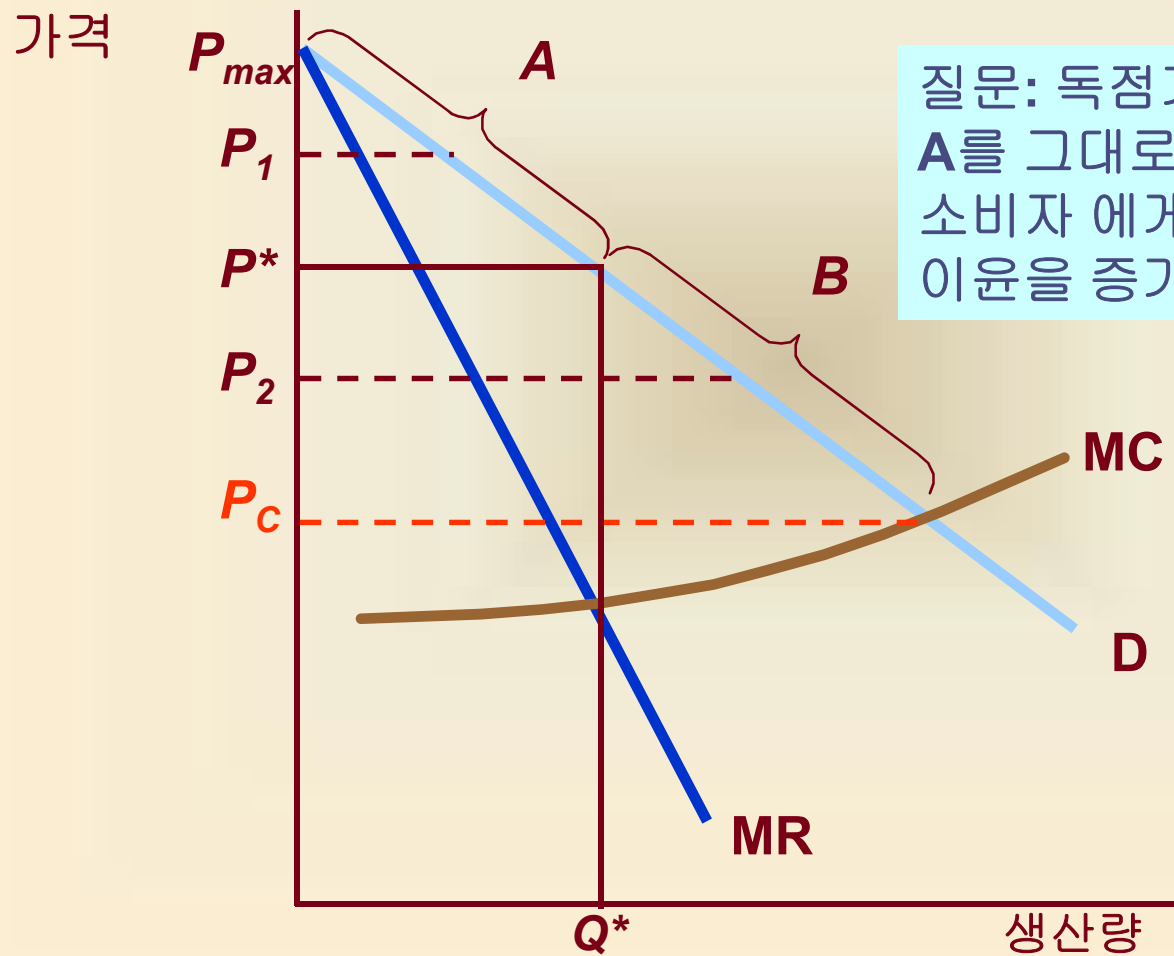
Read books on your computer or other mobile devices

[Get Kindle for PC](#)

[Get Kindle for iPhone](#)
Also works on iPod Touch

가격차별:

소비자잉여를 이윤으로 전환하기 위한 수단



질문: 독점기업이 소비자잉여 **A**를 그대로 유지하면서 **B**영역의 소비자 에게도 상품을 판매해 이윤을 증가시킬 수 있을까?

가격차별의 유형: Pigou의 구분

■ 1급 또는 완전가격차별(first-degree or perfect price discrimination)

- 독과점기업이 각 소비자의 최대 지불용의에 따라 가격을 책정하는 행위

■ 2급 가격차별(second-degree pd)

- 독과점기업이 상이한 판매수량에 대해 상이한 단위가격(평균수입)을 책정하는 행위
- 사례: 수량할인, 이부요금제 등

가격차별의 유형: Pigou의 구분

■ 3급 가격차별(third-degree pd)

- 상이한 소비자 집단에 대해서 상이한 가격을 책정하는 행위, 즉 소비자특성에 따른 가격차별
- 사례: 학생할인, 할인쿠폰 등

1급 또는 완전가격차별

❖ 한계비용=10인 독점기업의 완전가격차별 전략

소비자	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
지불용의	18	16	12	12	12	11	8	8	6	1
가격	18	16	12	12	12	11	-	-	-	-
한계비용	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
생산자잉여	8	6	2	2	2	1	-	-	-	-

→ 거래량 = 6, 생산자잉여 = 21, 소비자잉여=0

1급 또는 완전가격차별

■ 특징

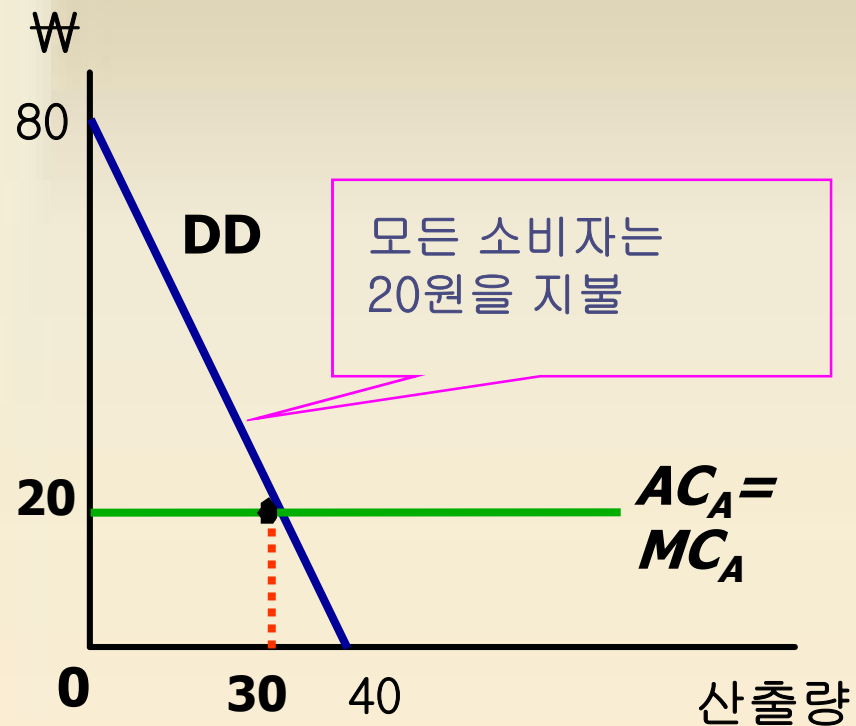
- 수요곡선=한계수입곡선
- 완전가격차별 독점기업의 산출량은 완전경쟁시장과 동일함

■ 효율성 조건

- 완전가격차별의 총잉여(소비자잉여+생산자잉여)는 완전경쟁시장과 동일 (즉 효율적인 자원배분)
 - 독점기업이 소비자잉여를 모두 독점이윤으로 전환
- ❖ 기업이 모든 소비자의 최대 지불용의에 대한 정보를 확보하기는 매우 어렵기 때문에, 현실에서 쉽지 않음

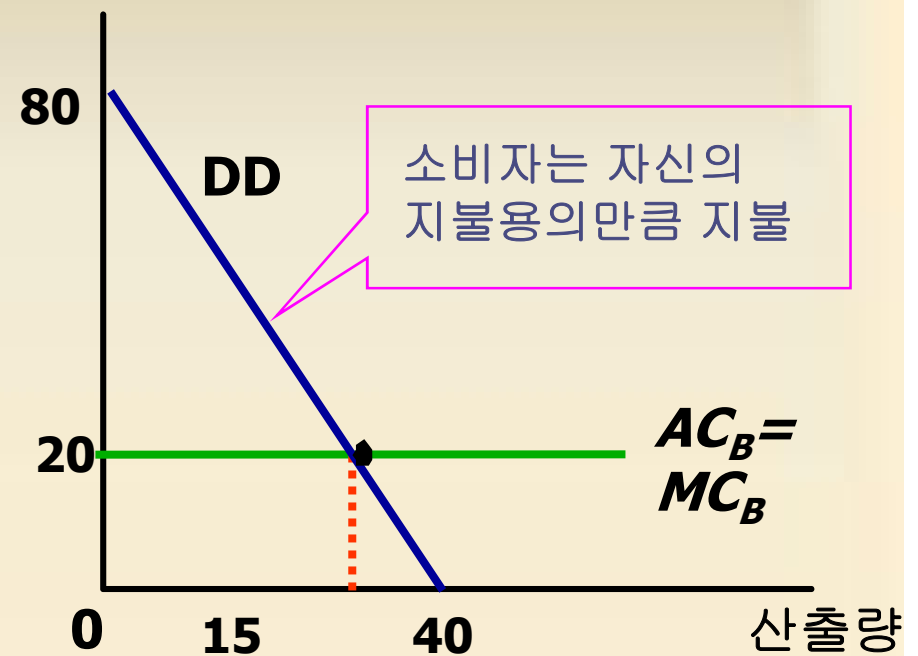
완전가격차별의 효율성

<완전경쟁시장>



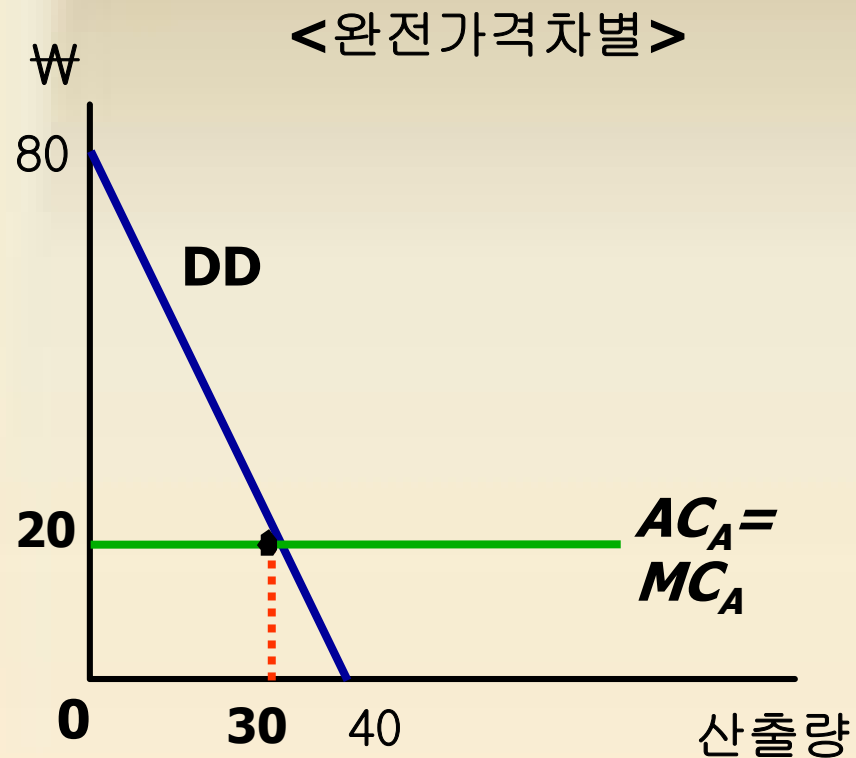
$$TS_A = CS_A = 900$$

<완전가격차별>

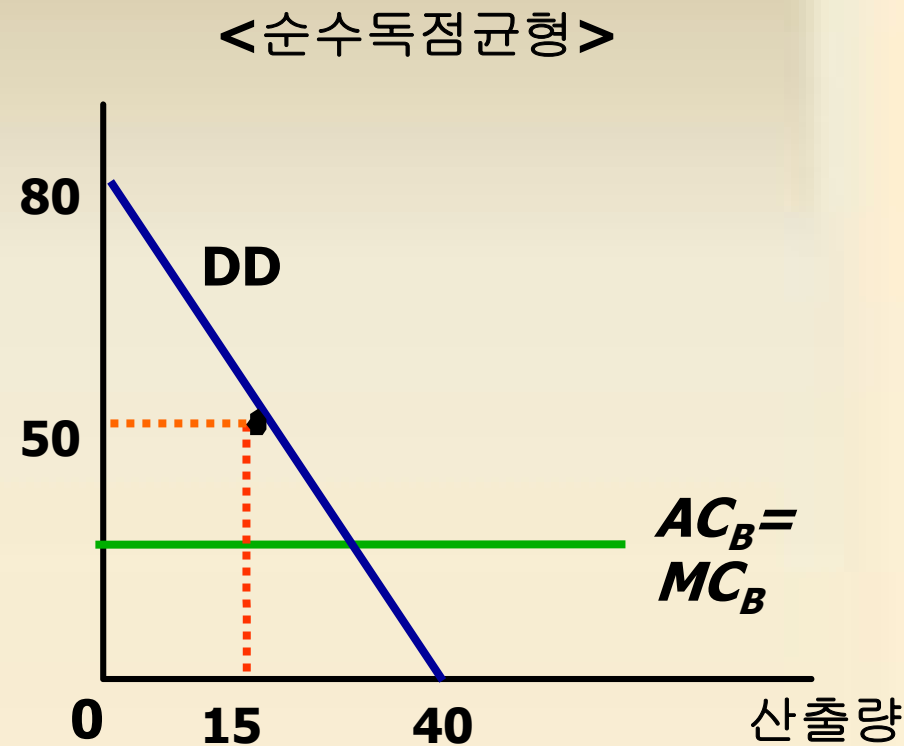


$$TS_B = PS_B = 900$$

완전가격차별의 효율성



$$TS_A = PS_A = 900$$



$$TS_B = CS_B + PS_B = 225 + 450 = 675$$

3급 가격차별의 이윤극대화

※ 두 시장(소비자집단) A와 B에 대해 3급 가격차별을 하는 독점자의 이윤극대화 조건

■ 이윤극대화 조건: $MR_A = MR_B = MC$

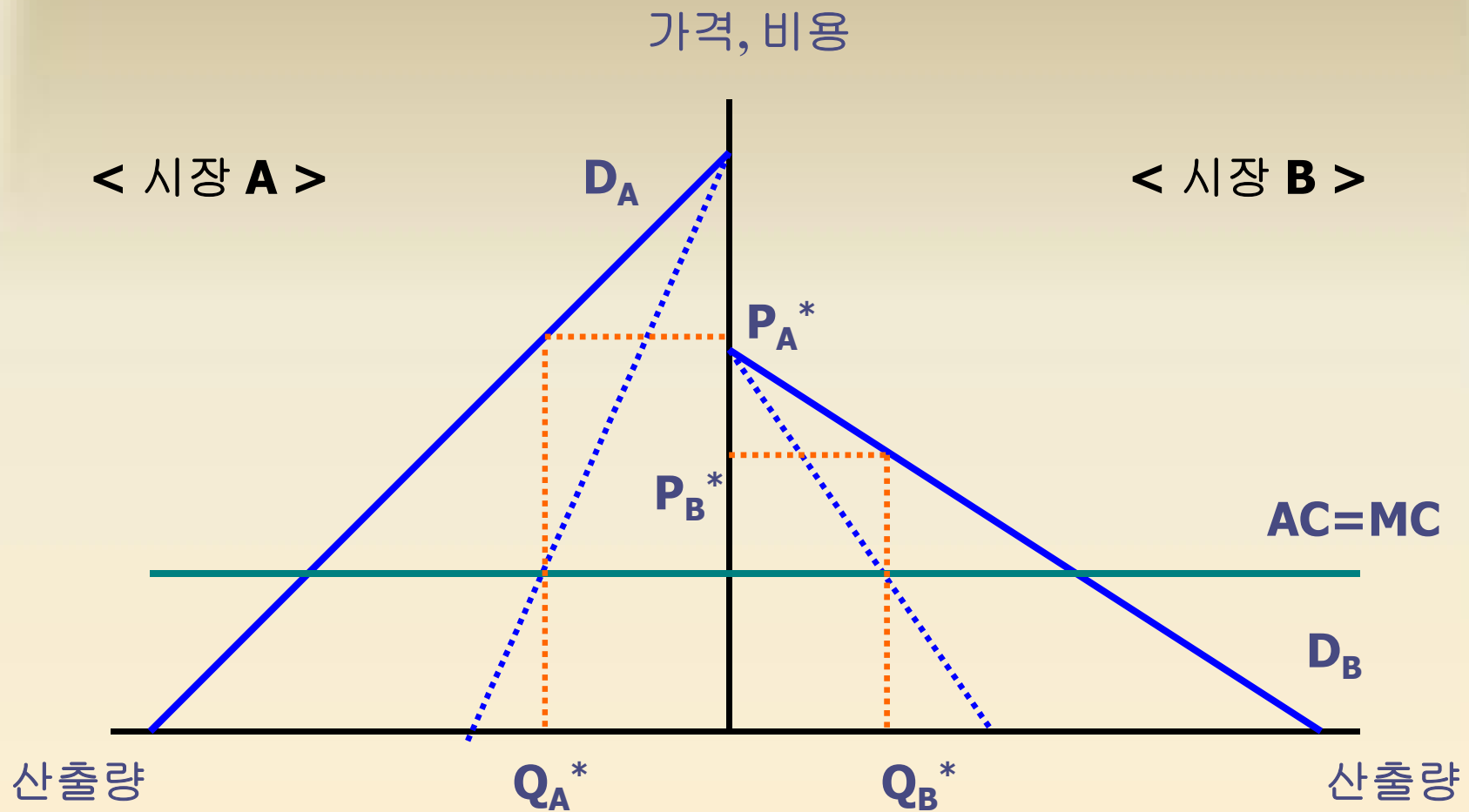
- $MR_A > MR_B$ 이면 B시장 대신 A시장에 상품 1단위를 추가로 판매해 이윤을 증가시킬 수 있기 때문
- $MR = MC$ 는 일반 이윤극대화 조건

■ 역탄력성규칙(inverse elasticity rule)

$$MC = P_A \left(1 - \frac{1}{\varepsilon_A}\right) = P_B \left(1 - \frac{1}{\varepsilon_B}\right) \Rightarrow \text{if } \varepsilon_A < \varepsilon_B, P_A > P_B$$

❖ 가격탄력성이 작은 소비자집단에 대해 높은 가격 책정

3급 가격차별의 이윤극대화 조건



3급 가격차별: 사례

- ❖ 질문: 시장 **A**와 **B**에서 수요의 가격탄력성이 각각 **2.0**과 **1.5**이고, 이 독점기업의 총비용함수는 **TC=5Q**로 주어져 있다. 독점기업은 두 시장에서 각각 얼마의 가격을 책정할까? 그 때 러너지수는?

독점가격

$$P_1\left(1 - \frac{1}{2}\right) = P_2\left(1 - \frac{1}{1.5}\right) = 5 \rightarrow P_1 = 10, P_2 = 15$$

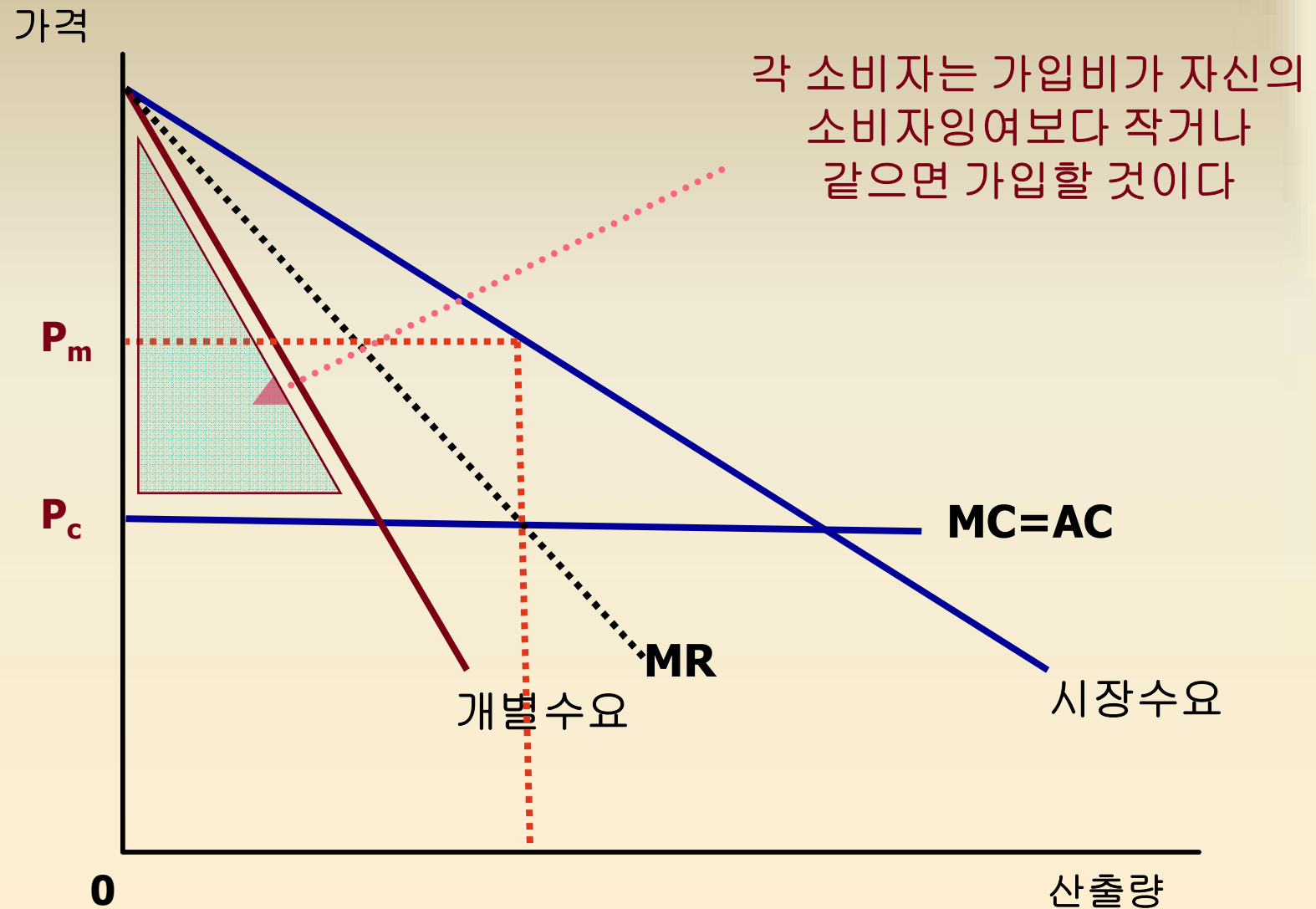
러너지수

$$L_1 = \frac{1}{\varepsilon_1} = \frac{1}{2}, \quad L_2 = \frac{1}{\varepsilon_2} = \frac{2}{3}$$

2급 가격차별: 이부가격

- 이부가격(two-part tariff): 정액 가입비 + 종량 사용료
- 독점기업의 이윤극대화 조건
 - 가입비=각 소비자잉여, 사용료=한계비용
 - 생산수준이 완전경쟁시장의 균형조건과 동일
- 효율성 조건
 - 이 생산수준에서 총잉여가 극대화(효율적 자원배분 달성)
 - 독점기업이 소비자잉여를 전부 차지
 - 이부가격전략을 적절히 활용하면, 소비자와 생산자에게 모두 유리한 결과를 가져올 수 있음

이부가격의 이윤극대화 조건



불완전 가격차별의 효율성

❖ 불완전가격차별: 2급, 3급 가격차별

■ 이윤극대화 균형산출량

- 완전가격차별(또는 완전경쟁시장)보다 항상 작음
- 수요와 공급조건에 따라 달라질 수 있지만, 순수독점 산출량보다는 대체로 커짐

■ 효율성 조건

- 불완전가격차별의 가격은 한계비용을 초과 (비효율적)
- 가격차별과 함께 판매량이 증가할수록(또는 불완전가격차별이 완전가격차별에 가까울수록) 총잉여가 증대

4. 독점의 사회적 비용

독점의 사회적 비용: 경제적 순손실 (자중손실)

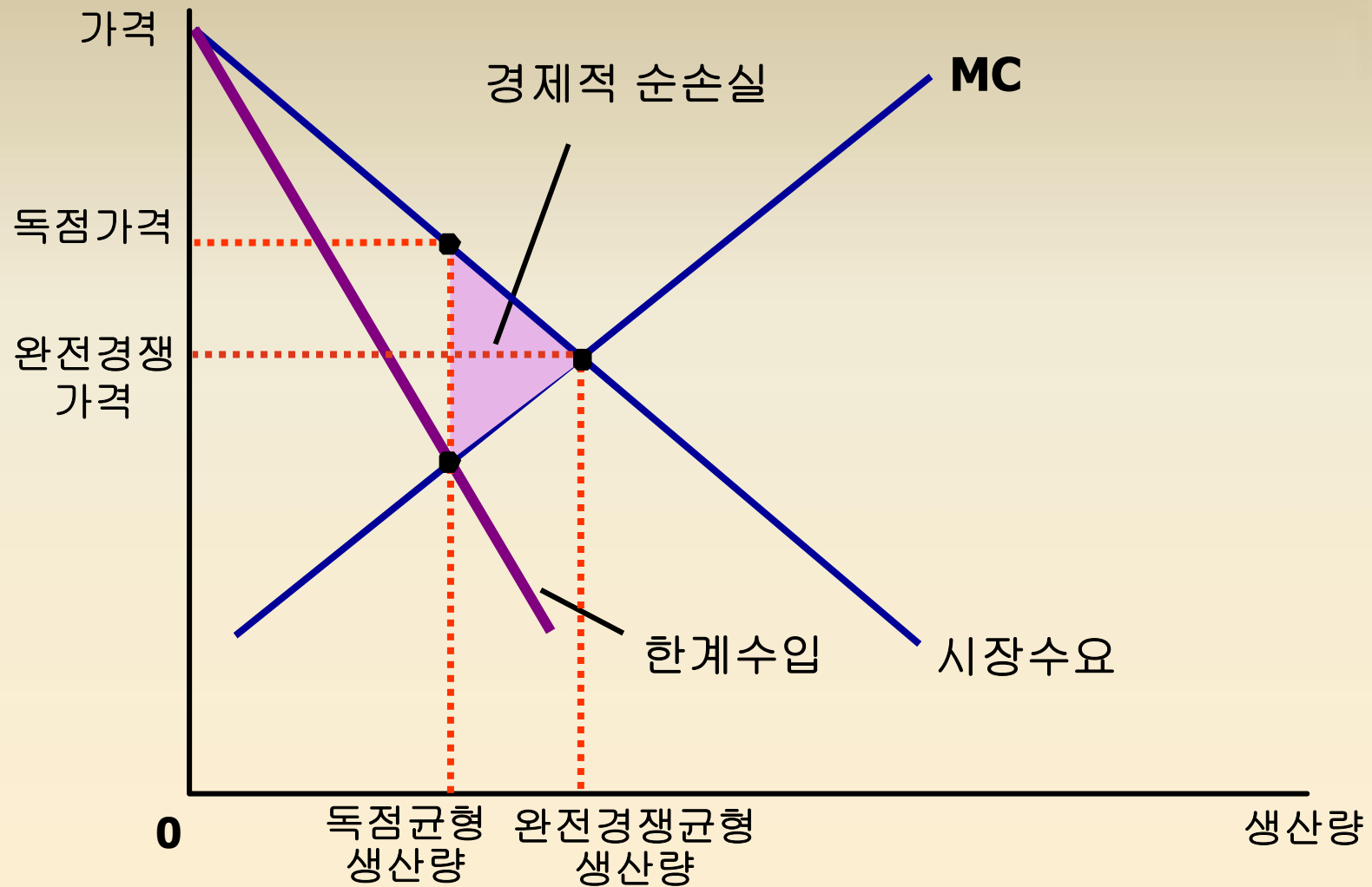
■ 경제적 순손실(deadweight loss)

- 독점균형에서 경제적 순손실은 시장참여자 상호에게 이득이 되는 거래가 발생하지 않아서 발생
- 독점기업이 독점균형 상태에서 가격차별을 하면, 소비자와 독점기업 모두에게 이득이 발생할 수 있음

■ Harberger(1954)의 연구

- 경제적 순손실의 크기를 측정하려는 최초의 시도
- 경제적 순손실을 제거했을 때 국민소득의 개선효과는 0.1% 이하에 불과

독점균형의 경제적 순손실



독점의 사회적 비용

■ 독점시장 장기균형에서의 생산비용

- 완전경쟁시장에서는 모든 기업이 장기평균비용곡선의 최저점 선택 (최소의 비용으로 생산)
- 독점시장에서는 이 점이 선택되지 않음

■ 진입장벽 때문에 더욱 효율적인 신규기업이 등장할 수 없고 혁신이 저해됨

- 독점기업은 어떤 발명이나 기술혁신이 자신의 이윤에 도움이 되지 않을 경우에 이를 억제하기도 함
- 반대로 Schumpeter는 독점체제가 혁신에 유리하다고 주장

독점의 사회적 비용

■ Leibenstein의 X-비효율(X-inefficiency)

- 충분한 이윤이 보장되어 있고 경쟁압력이 없는 독점기업의 경영자나 노동자는 열심히 일할 유인이 없음
- 독점기업의 비효율성은 X-비효율성 때문에 경제적 손손실 보다 훨씬 클 수 있음

■ 지대추구행위(rent-seeking behavior)

- 독점체제를 획득하거나 유지하기 위해 독점기업이 지출하는 막대한 자금도 독점기업의 비효율성을 높임

■ 독점은 흔히 역진적 소득분배를 초래

5. 독점의 규제정책

독점에 대한 공공정책

■ 공정경쟁정책(독과점규제)

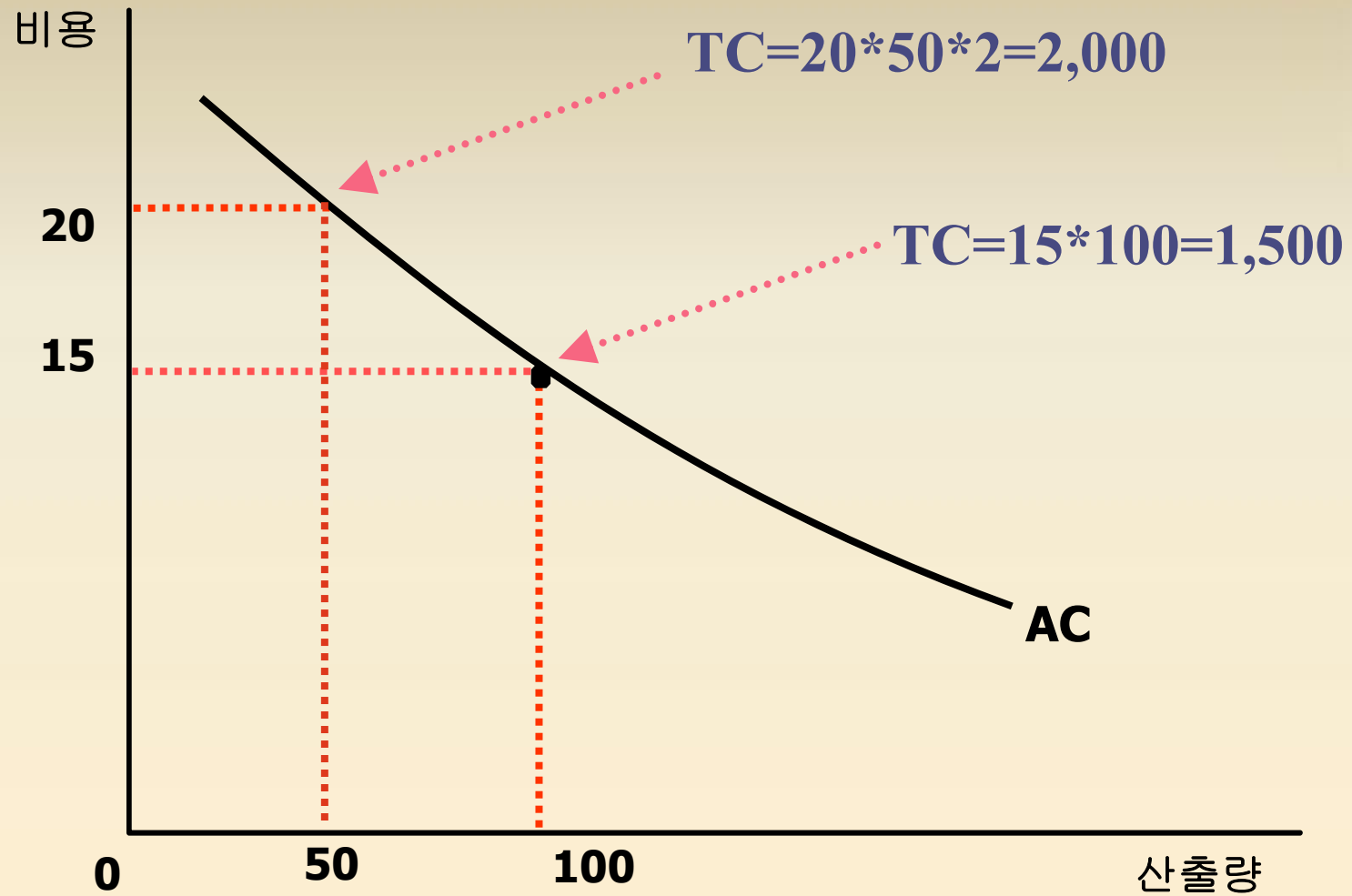
- 독과점시장은 경쟁시장보다 비효율적 자원배분을 초래
- 독과점 시장구조의 개편, 경쟁제한적 행위의 금지 등을 통해 독점의 폐해를 방지

■ 자연독점(공익산업)에 대한 요금규제

- 자연독점: 규모의 경제가 존재하여 AC곡선이 우하향하는 산업(독점이 경쟁보다 바람직)

■ 국유화 vs. 경쟁도입정책

자연독점



공익산업의 가격규제방식

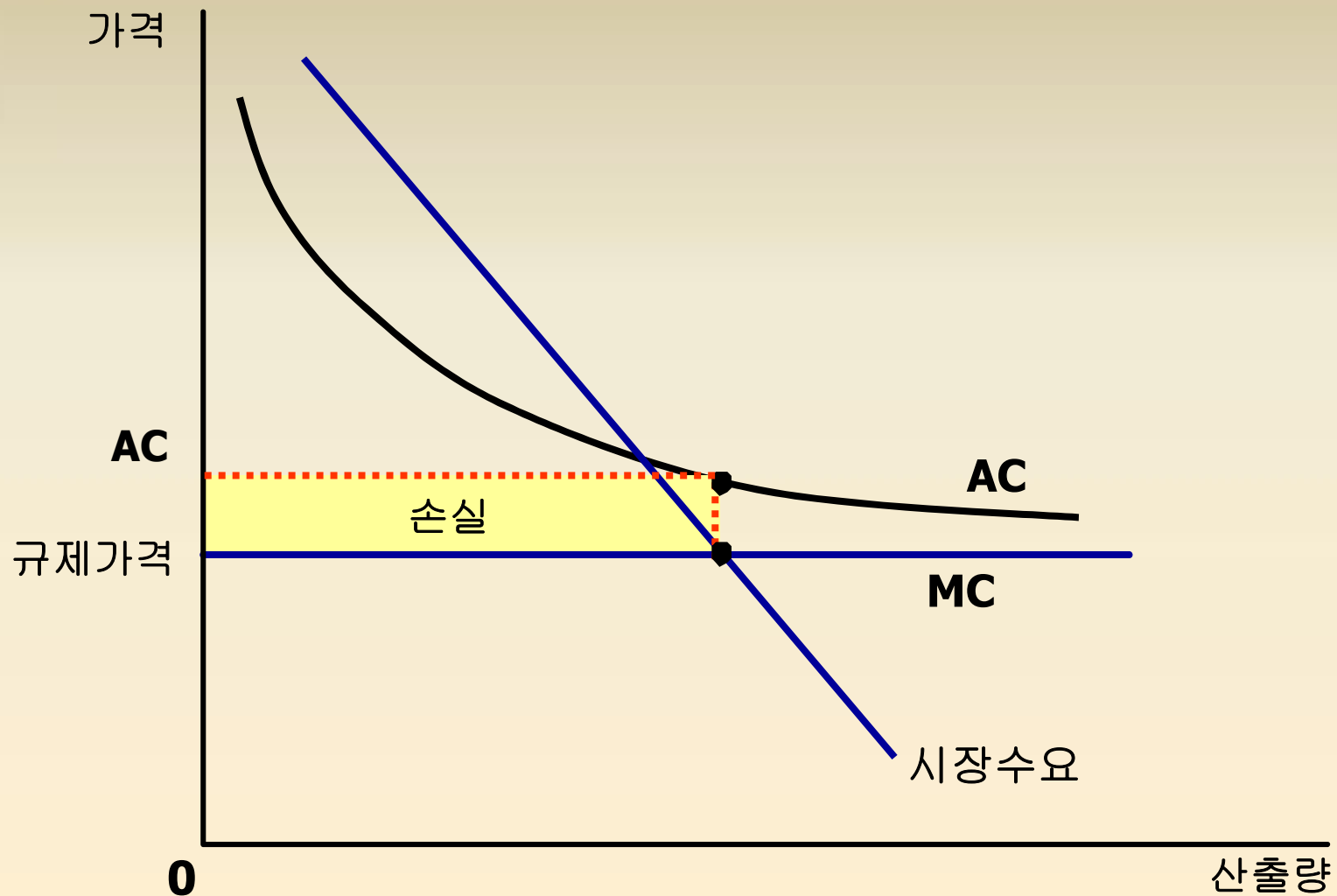
■ 한계비용 가격설정(marginal cost pricing)

- 독점기업으로 하여금 $P=MC$ 로 가격을 설정하도록 규제
- 이 방식 하에서 피규제기업은 손실을 보기 때문에, 정부의 보조금이 없을 경우 현실에 적용하기 곤란

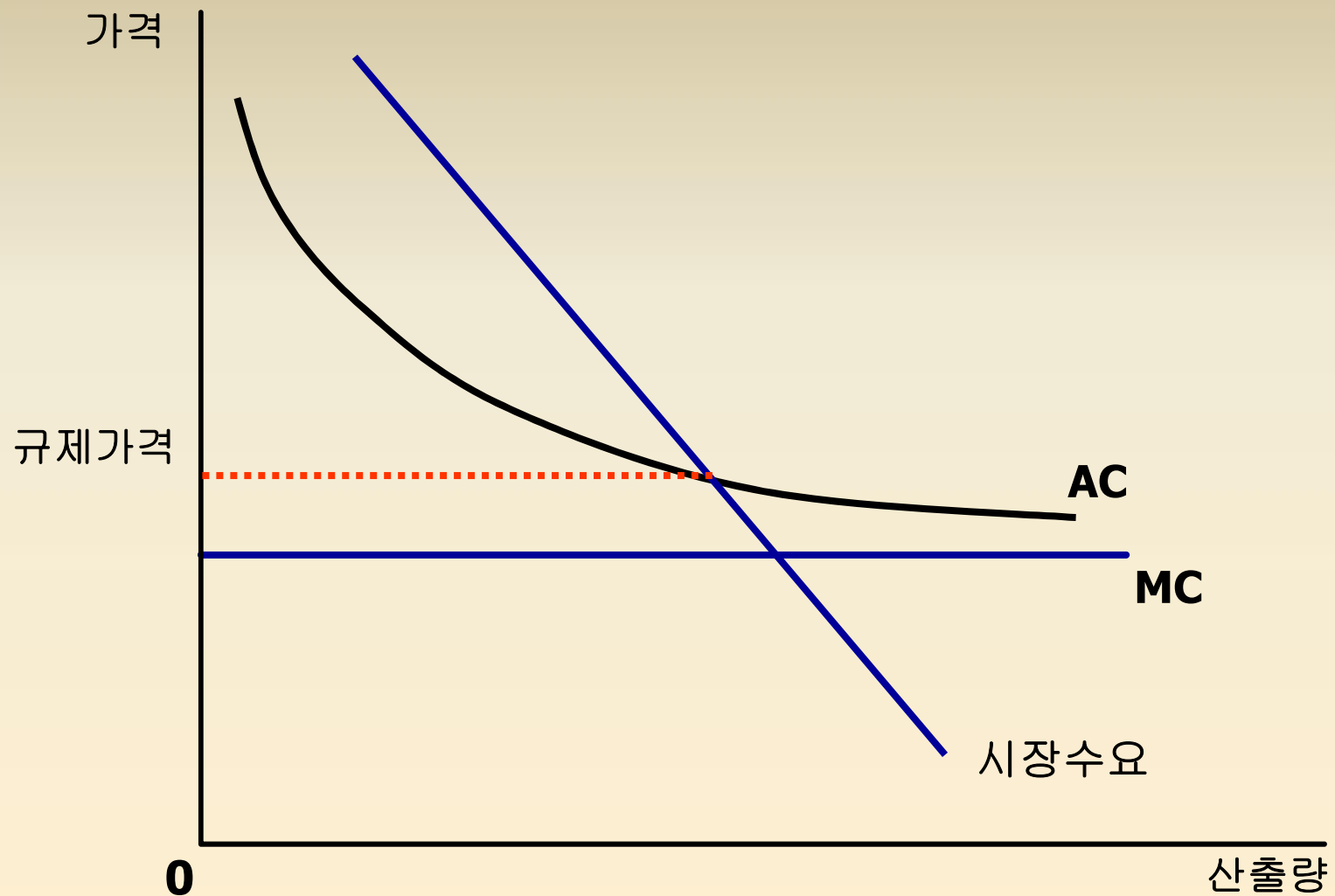
■ 평균비용 가격설정(average cost pricing)

- 차선책(second best)으로 독점기업이 $P=AC$ 로 가격을 설정하도록 규제
- 수익률규제(rate-of-return regulation):
필요수입=(총비용=) 영업비용+수익률*투자자본

한계비용 가격설정



평균비용 가격설정



끝