

과점, 독점적 경쟁

ECON151 세계와 한국경제

조남운

Topics

- 과점
- 독점적 경쟁
- 시장구조 종합

과점 Oligopoly

과점 Oligopoly

- 과점산업: 소수의 공급자가 있는 산업
- 과점기업: 과점산업에 속한 기업
- 한국의 기준: 3개 이하의 기업이 시장점유율이 75% 이상인 경우 과점기업으로 분류

과점과 불완전경쟁

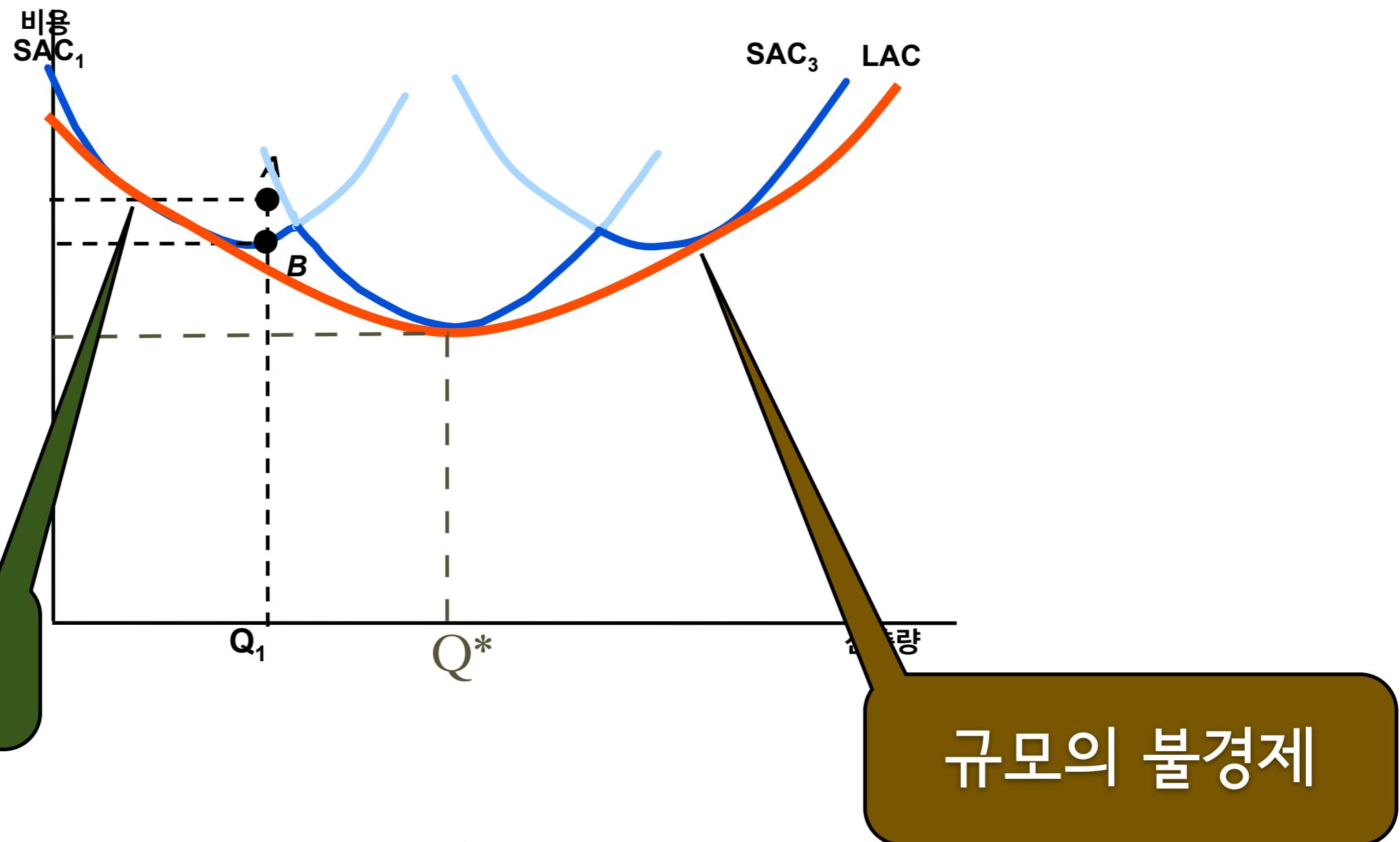
- 과점기업들은 불완전경쟁상황에 직면
 - 과점의 독점성: 과점기업은 시장가격에 제한적 지배력을 행사할 수 있다.
 - 과점의 경쟁성: 과점기업간에는 경쟁관계가 있다.

과점산업의 형성요인

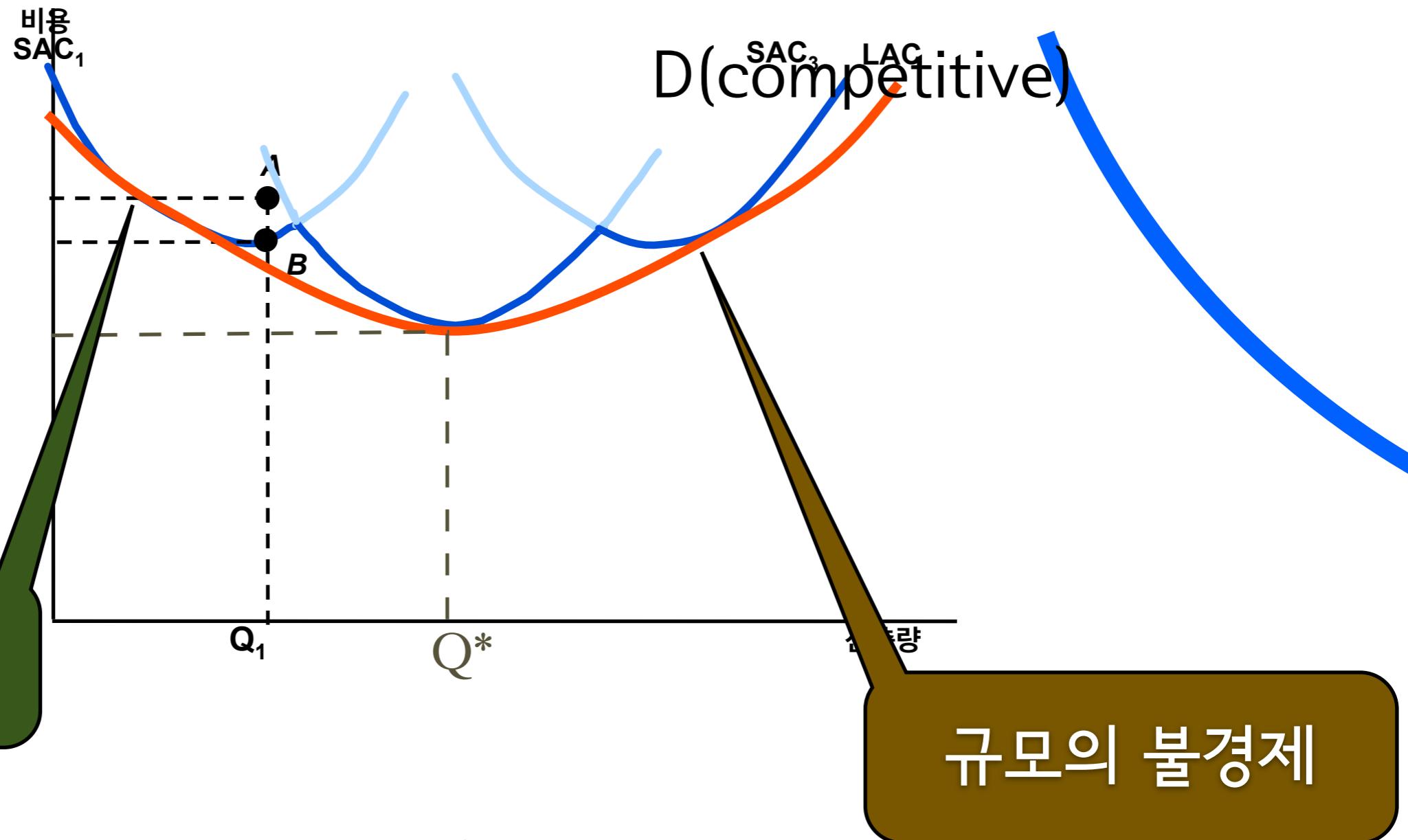
- 독점과 같은 원인이 약화된 형태로 발현된 것
- 가장 중요한 이유는 규모의 경제

Individual LAC: Oligopoly case

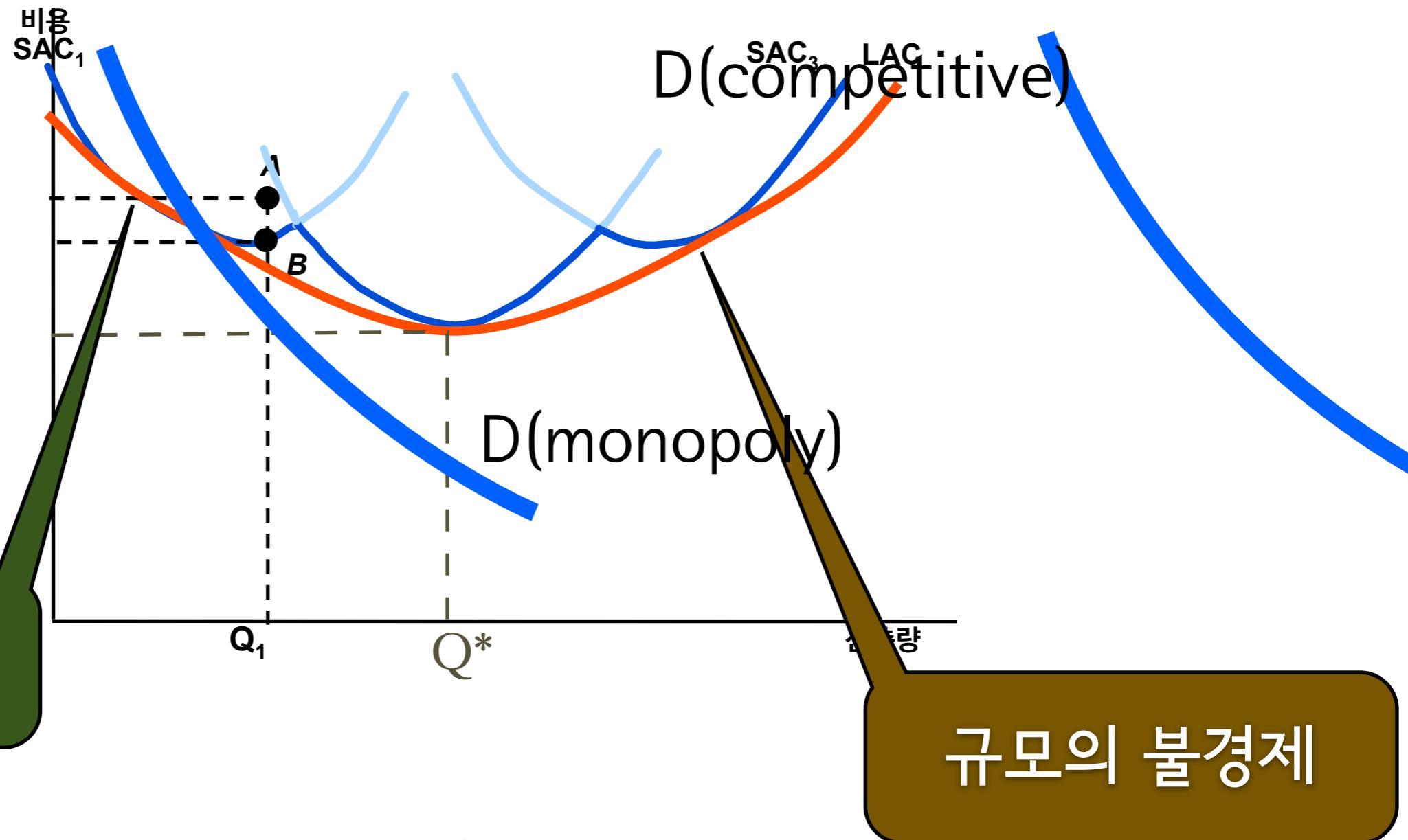
Individual LAC: Oligopoly case



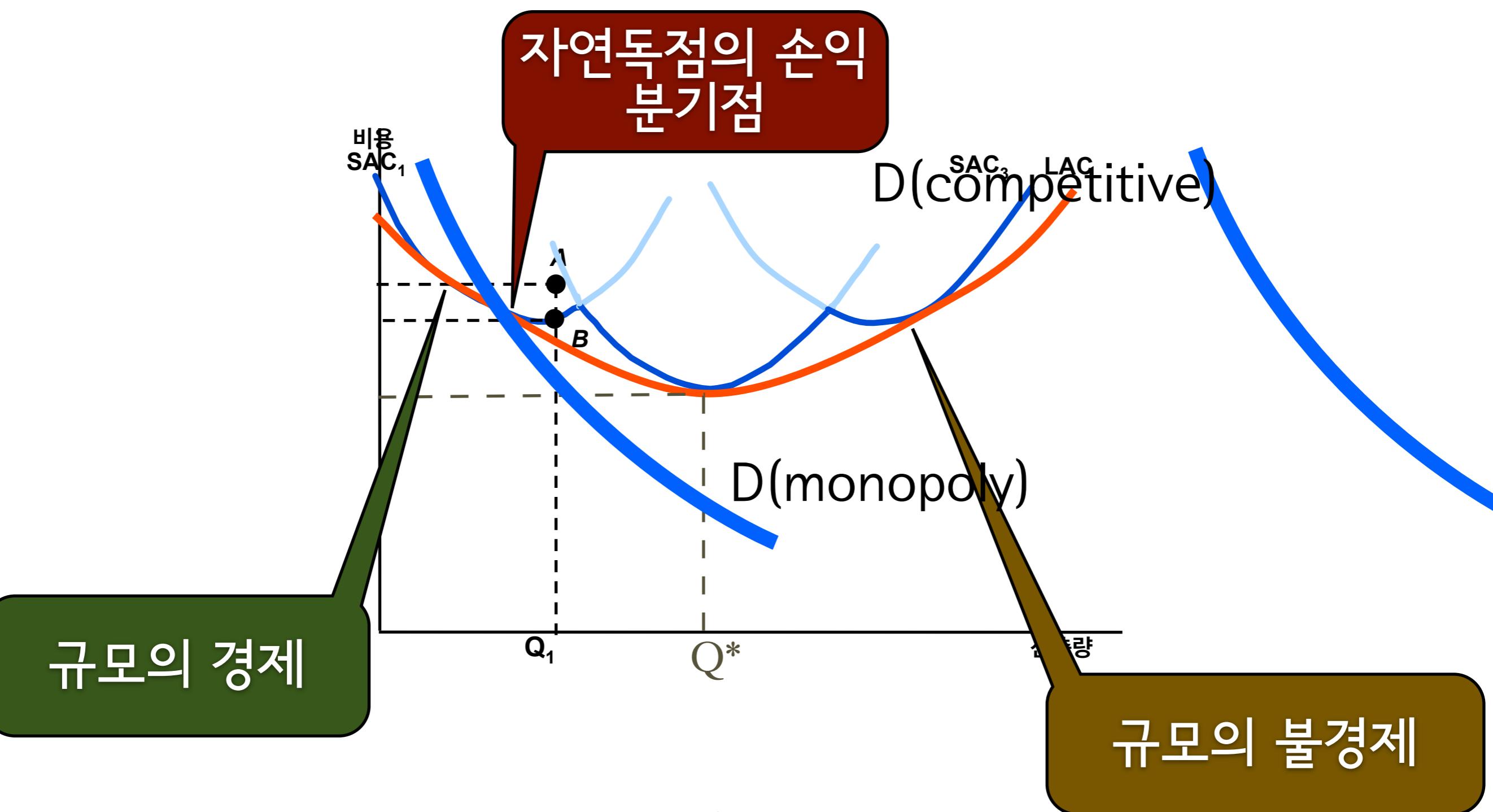
Individual LAC: Oligopoly case



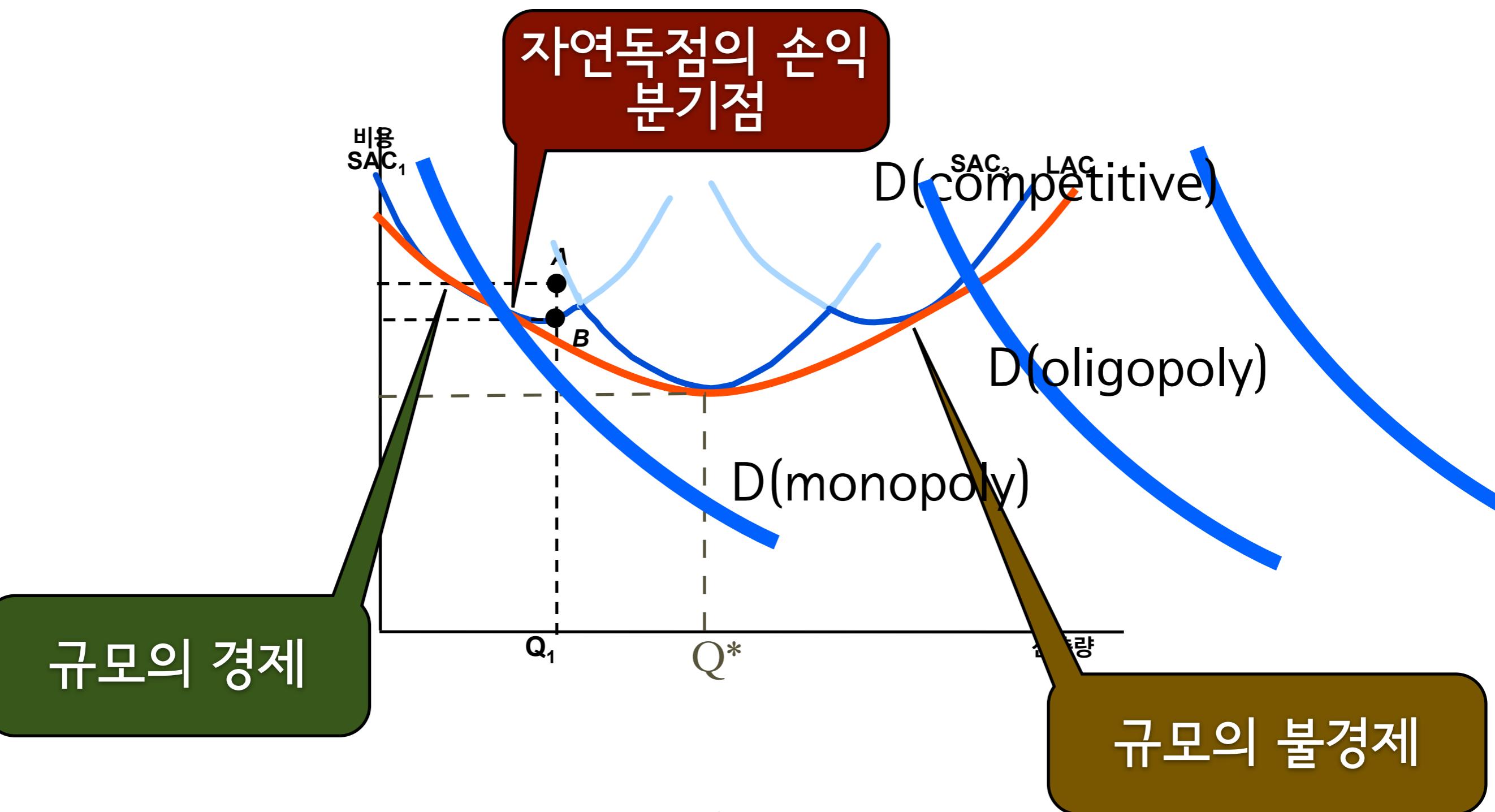
Individual LAC: Oligopoly case



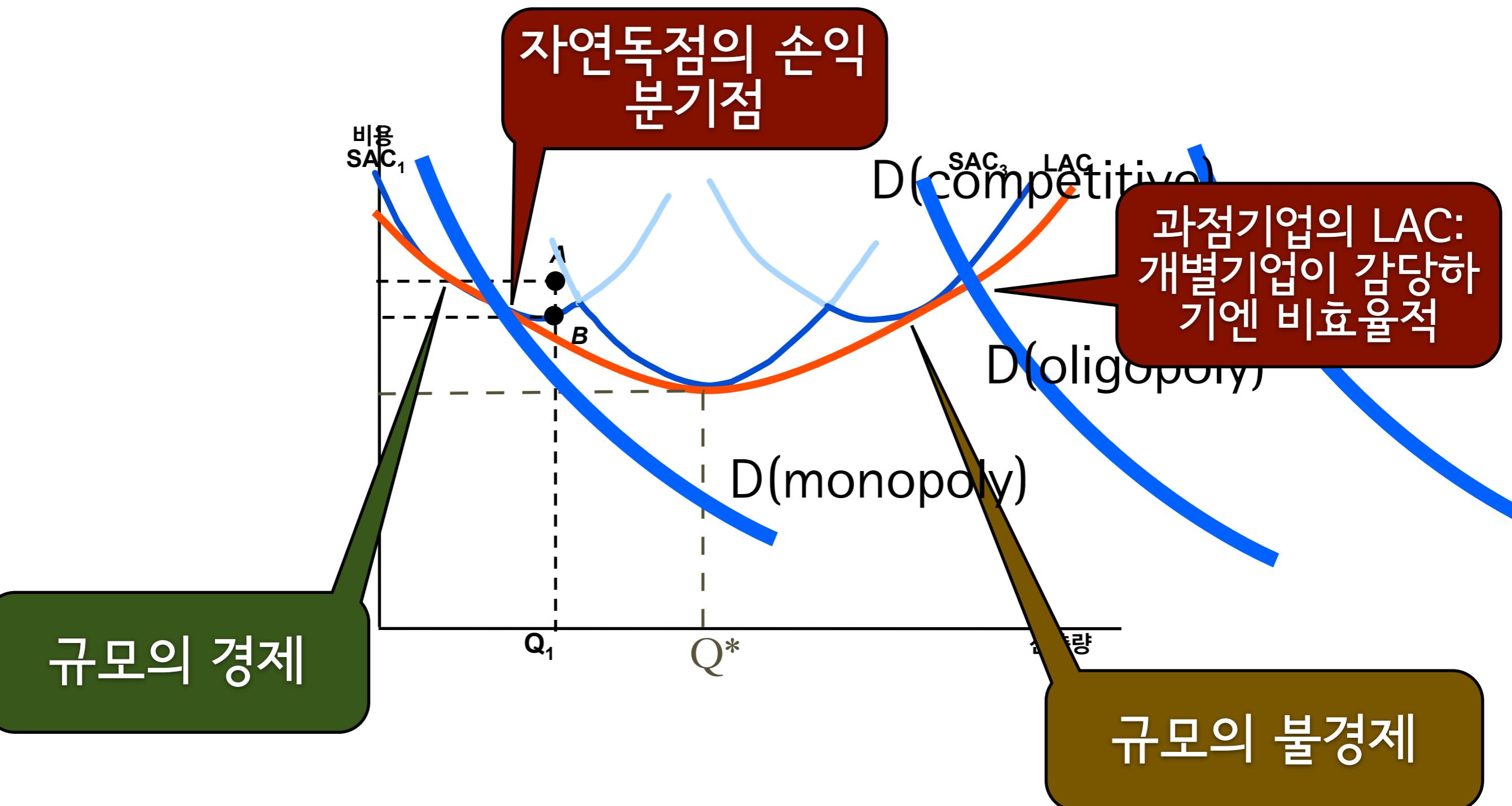
Individual LAC: Oligopoly case



Individual LAC: Oligopoly case



Individual LAC: Oligopoly case



미국의 과점상황: 4대 기업 집중률

TABLE 15-1

Four-Firm Concentration Ratios

Industry	Concentration ratio	Largest firms
1. Cigarettes	98.9	Philip Morris, R. J. Reynolds, Lorillard, Brown and Williamson
2. Batteries	90.1	Duracell, Energizer, Rayovac
3. Breweries	89.7	Anheuser-Busch, Miller, Coors, Stroh's
4. Light bulbs	88.9	Westinghouse, General Electric
5. Breakfast cereals	82.9	Kellogg's, General Mills, Post, Quaker Oats
6. Automobiles	79.5	General Motors, Ford, DaimlerChrysler

Source: U.S. Census Bureau.

복점 Duopoly

복점의 개념

Definition of Duopoly

- 과점의 일종
- 과점기업이 2개인 시장
- 이론적 분석이 용이하므로 과점 분석의 출발점으로 복점시장모델을 많이 다룸

예) 시멘트의 시장수요 $MC=0$ 이라고 가정

Price(KRW/kg)	Q(Milion t)	TR(Billion KRW)
12	0	0
11	10	110
10	20	200
9	30	270
8	40	320
7	50	350
6	60	360
5	70	350
4	80	320
3	90	270
2	100	200
1	110	110
0	120	0

예) 시멘트의 시장수요 $MC=0$ 이라고 가정

Price(KRW/kg)	Q(Milion t)	TR(Billion KRW)
12	0	0
11	10	110
10	20	200
9	30	270
8	40	320
7	50	350
6	60	360
5	70	350
4	80	320
3	90	270
2	100	200
1	110	110
0	120	0

균형가격

- 앞의 예에서 완전시장균형가격은 $MC=MR=P=0$ 인 가격 kg당 0원, 생산량 120백만톤(=1억2천만톤), 이윤 0
- 독점시장균형가격은 $MR=MC=6$, 생산량 6천만톤, 이윤 3600억원
- 과점시장의 균형가격은 kg당 0-6원 사이에서 결정됨

균형가격결정 메커니즘

- 과점기업이 전혀 소통하지 않는 경우: 완전경쟁시장과 다르지 않음
- 과점기업이 서로 의사소통을 한다면: 각 기업의 생산량을 억제하는 것이 서로에게 이득이 되므로 생산량 통제를 할 유인이 생김



담합과 카르텔

Collusion and Cartel

- 담합: 둘 이상의 과점기업이 상호 이윤을 높이기 위해 서로 협력하는 행위
- 카르텔: 담합시스템의 일종. 각 기업의 생산량을 할당(ex. OPEC)
- 대부분의 자본주의 국가는 담합을 불법행위로 간주함

· 72차례 '담합' 관할

에 사상최대 과징금

보다 부과액 절반 줄어
?" 행정소송 제기 방침

에 대 수입사인 에마스와 EI의 업무당부과 당자는 월 1회 전화연락 또는 모임과전업자를 통해 서로 상대방 가격을 사진에 확인하거나 가격 변동폭을 협의해 기이라고 판매가격을 동일하게 유지한 것으로 조사됐다. 두 수입업체는 자산들끼들이 경쟁력을 결정한 직후 거래관계가 있는 4개 정유사에 퍼스 등을 이용해 자신들이 정한 가격을 풍보했다. 공장위 관계자는 "업체들은 수시로 영업담당 임원급, 팀장급 모임을 갖고 가격 결정을 위한 결속을 유지했다"며 "공장위가 확인한 모임횟수만 2003년 이후 20여건에 이른다"고 말했다. 이번 담합 직방은 미국 정보기술(ITT) 회사 팔컴에 부과한 2600억원을 뛰어넘는 사상 최대의 과징금이라는 의미가 있지만 당초 알려

역대 과징금 부과액 상위 사건

순위	사 건	부과액
1	미국 IT회사 팔컴 불공정거래	3600억
2	합성수지 제조사 SK 등 6개사 담합	1045억
3	시내전화 KT 등 2개사 담합	907억
4	군남유류 SK 등 5개사 담합	888억
5	철근제조사 IN STEEL 등 7개사 담합	774억

(자료: 공정거래위원회, 단위: 원)

진 1조원대의 절반 수준으로 줄어들었다는 점에서 공정위의 담합 근절 의지를 피력시키는 분위기도 감지된다. 업체들이 반발하자 공정위가 이문의 눈치를 본 것 아니냐는 지적이나오는 대목이다. 공정위는 이를 의식해 담합기간에 대한 판단이 최종적으로 달라졌고 일부 업체는 단순 가담했으며 최종적으로 입세 부담 능력을 고려했다고 설명했다. 손인숙 부위원장은 "담합 적용 시점 차이로 과징금 부과 기준이 달라졌다"고 말했다. 앞서 정호열 공정거래위원장은 최근 '담합은 시장경제의 근간인 가격기능에 손을 대는 행위로 시장에서 한법률 위반하는 것이나

OPEC 할당량 및 생산량

<OPEC 회원국별 생산 quota 및 실제 생산량(2005. 1월)>

(단위 : 백만 배럴(일))

국가	사우디	이란	베네수엘라	UAE	나이지리아
공식 큐타	8.78	3.96	3.11	2.36	2.22
실제 생산	9.05	3.93	2.69	2.39	2.29

국가	쿠웨이트	리비아	인니	알제리	카타르
공식큐타	2.17	1.44	1.40	0.86	0.70
실제생산	2.36	1.61	0.96	1.30	0.77

출처 : 미국 에너지 정보국(2005.3월)

허재혁 2013년 가을 과제 중

담합사례1: 전동차 담합

- 1982년, MELCO 전동차 2차도입분과 GEC 전동차 초대도입분 도입 당시 현대정공과 대우중공업이 출자
- 두 회사의 담합으로 3차례 유찰 ⇒ 가격상승
- 두 차량의 가격은 20억 원까지 치솟음
- 이들은 결국 공정거래위원회에 적발 ⇒ 과징금
- 공정거래위원회에 적발된 첫 사건
- 출처: 위키피디아(카르텔)

사례2: 한국 라면시장 암묵적 담합의혹

신라면 가격 상승을 찾아보던 중 놀라운 사실을 발견하였다. 신라면 가격상승이 있은 후 몇 달 후 다른 기업의 라면의 가격도 함께 상승하였다.

95년 초 농심 9.4%가격인상→95년 11월 삼양 10%인상

03년 12월 농심 6.5%가격인상→04년 2월 삼양 6%인상

04년 12월 농심 8%가격인상→05년 2월 삼양 8%인상

등 선두기업인 농심이 가격을 상승시키면 2위기업인 삼양이 2달 뒤쯤 같이 가격을 상승시켰다.

출처: 2011과제1(하종석)

담합의 모델화

- 앞 복점모델에서 기업 A,B의 기존 시장점유율이 50%라면:
- 서로 이윤을 극대화할 수 있는 생산량인 6천만톤의 절반(즉, 3천만톤)씩 생산하기로 결정하고 각각 1800억원의 이윤을 분배받음
- 하지만 문제는 여기에서 끝나지 않음!

복점의 경쟁성

- 기업 A, B가 서로 이윤을 극대화할 수 있는 생산량인 6천만톤의 절반(즉, 3천만톤)씩 생산하기로 결정한 상태임을 가정
 - A는 담합내용대로 3천만톤을 생산
 - B가 배신: 3천만톤 \rightarrow 4천만톤을 생산한다면:

기업B가 담합을 어기는 경우

- 기업A, B의 이윤합: 3500 억원
- 생산량이 3:4이므로
- A의 이윤
 $=3500*3/7=1500$ 억원
- B의 이윤
 $=3500*4/7=2000$ 억원
- ∴ B는 생산량을 높이면
이윤을 높일 유인이 있음

Price(KRW/kg)	Q(Million t)	TR(Billion KRW)
12	0	0
11	10	110
10	20	200
9	30	270
8	40	320
7	50	350
6	60	360
5	70	350
4	80	320
3	90	270
2	100	200
1	110	110
0	120	0

기업B가 담합을 경우

완전담합가격:
6KRW/kg

- 기업A, B의 이윤합: 3500 억원
- 생산량이 3:4이므로
- A의 이윤
 $=3500*3/7=1500$ 억원
- B의 이윤
 $=3500*4/7=2000$ 억원
- ∴ B는 생산량을 높이면
이윤을 높일 유인이 있음

Price(KRW/kg)	Q(Million t)	TR(Billion KRW)
12	0	0
11	10	110
10	20	200
9	30	270
8	40	320
7	50	350
6	60	360
5	70	350
4	80	320
3	90	270
2	100	200
1	110	110
0	120	0

기업B가 담합을 경우

완전담합가격:
6KRW/kg

- 기업A, B의 이윤합: 3500 억원
- 생산량이 3:4이므로
- A의 이윤
 $=3500*3/7=1500$ 억원
- B의 이윤
 $=3500*4/7=2000$ 억원
- ∴ B는 생산량을 높이면
이윤을 높일 유인이 있음

Price(KRW/kg)	Q(Million t)	TR(Billion KRW)
12	0	0
11	10	110
10	20	200
9	30	270
8	40	320
7	50	350
6	60	360
5	70	350
4	80	320
3	90	270
2	100	200
1	110	110
0	120	0

B의 4천만톤 생산: 형
성가격: 5

과점의 복잡성

- 이 유인은 B에만 국한된 것이 아님
- B뿐만 아니라 A도 4000 만톤을 생산한다면:
- 총 3200억원의 이윤을 50% 씩 나눠가진 꼴로, 두 기업 모두 완전 담합때보다 이윤이 200억원 낮아짐
- 이 과정은 $\text{Price} = \text{MC} = 0$ 이 될 때까지 반복
 - 연습: $\text{MC}=7$ 이었다면?

Price(KRW/kg)	Q(Million t)	TR(Billion KRW)
12	0	0
11	10	110
10	20	200
9	30	270
8	40	320
7	50	350
6	60	360
5	70	350
4	80	320
3	90	270
2	100	200
1	110	110
0	120	0

과점의 복잡성

- 이 유인은 B에만 국한된 것이 아님
- B뿐만 아니라 A도 4000 만톤을 생산한다면:
- 총 3200억원의 이윤을 50% 씩 나눠가진 꼴로, 두 기업 모두 완전 담합때보다 이윤이 200억원 낮아짐
- 이 과정은 $\text{Price} = \text{MC} = 0$ 이 될 때까지 반복
 - 연습: $\text{MC}=7$ 이었다면?

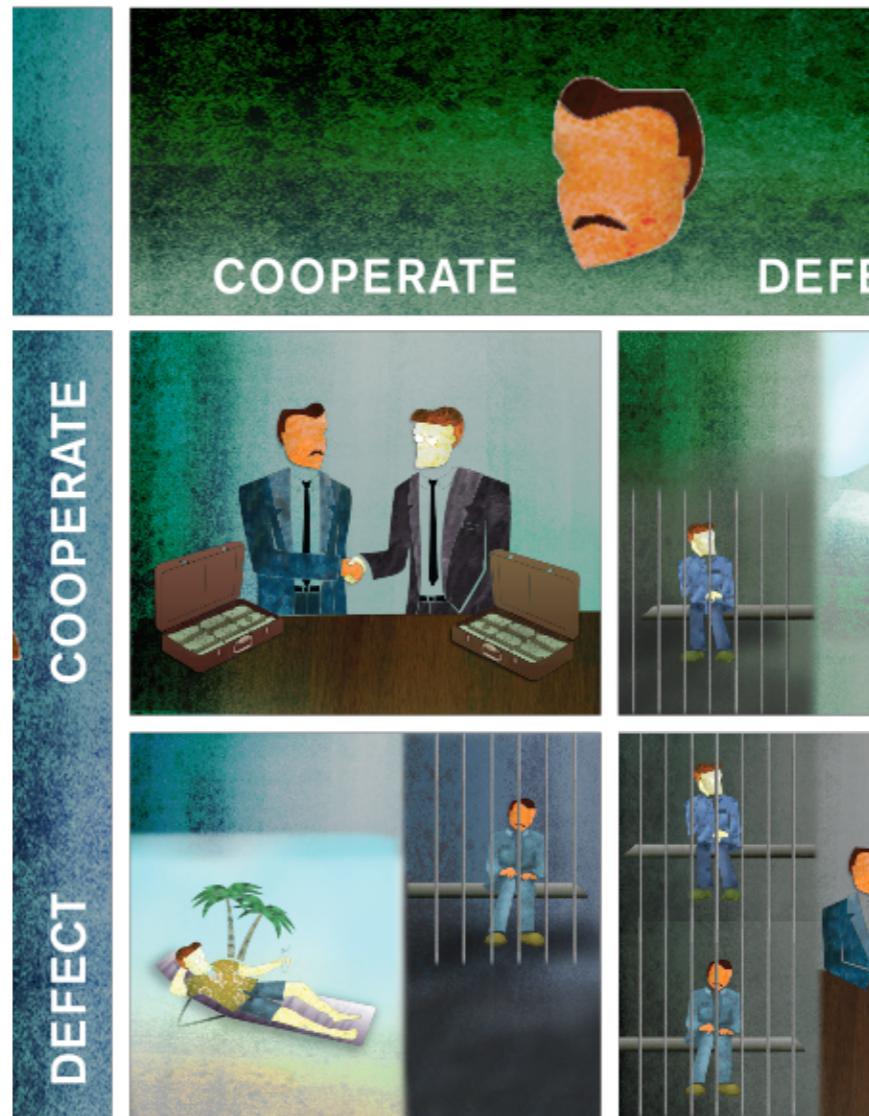
Price(KRW/kg)	Q(Million t)	TR(Billion KRW)
12	0	0
11	10	110
10	20	200
9	30	270
8	40	320
7	50	350
6	60	360
5	70	350
4	80	320
3	90	270
2	100	200
1	110	110
0	120	0

A,B 4천만톤 생산: 형
성가격: 4

협조와 비협조

Cooperation and Noncooperation

- 협조의 동기: 비협조보다 더 많은 이윤을 얻을 수 있다. (1)
- 비협조의 동기: 협조상태에서 비협조적으로 행동할 경우 (1)보다 더 많은 이윤을 얻을 수 있다.
- 이러한 복합상황은 게임 이론을 통해 분석



과점기업의 상호의존성

Interdependency of Duopoly

- 앞의 기업 A, B의 사례는 상호의존의 전형적 사례
- 각 기업의 이윤은 자신의 행동 뿐만 아니라 상대 기업의 행동으로부터도 영향을 받음

B의 이윤	B:담합	B:배신
A: 담합	1800	2000
A: 배신	1500	1600

Payoff Matrix of the Example Model

Payoff Matrix of the Example Model

A의 이윤	B: 담합	B: 배신
A: 담합	1800	1500
A: 배신	2000	1600

Payoff Matrix of the Example Model

A의 이윤	B:담합	B:배신
A: 담합	1800	1500
A: 배신	2000	1600

B의 이윤	B:담합	B:배신
A: 담합	1800	2000
A: 배신	1500	1600

Payoff Matrix of the Example Model

보상행렬	B:담합	B:배신
A: 담합	1800, 1800	1500, 2000
A: 배신	2000, 1500	1600, 1600

Payoff Matrix of the Example Model

보상행렬	B:담합	B:배신
A: 담합	1800, 1800	1500, 2000
A: 배신	2000, 1500	1600, 1600

B의 보수

Payoff Matrix of the Example Model

보상행렬	B:담합	B:배신
A: 담합	1800, 1800	1500, 2000
A: 배신	2000, 1500	1600, 1600

A의 보수

B의 보수

내수 균형

플레이어들의 최적대응쌍

이윤	B: 담합	B: 경쟁
A: 담합	1800, 1800	1500, 2000
A: 경쟁	2000	1500

내수 균형

플레이어들의 최적대응쌍

이윤	B: 담합	B: 경쟁
A: 담합	1800, 1800	1500, 2000
A: 경쟁	2000, 1500	1600, 1600

현실에서의 과점 Oligopoly in Practice

독과점의 역사

Brief History of Monopoly&Oligopoly

- 운송수단의 발달(철도)로 시장규모가 확대: 대기업 출현
- 과점형성 ➔ 카르텔 발생
- 1881년 스탠더드 오일 트러스트 발생: 트러스트를 세워 수량을 통제
- 1890년 미국 반독점법 제정: 카르텔, 트러스트 금지: 담합/독점을 위한 합병 금지

담합의 유지가 어려운 요인들

- 다수 기업
- 제품, 가격책정의 복잡성
- 이해관계의 차이
- 대규모 구매자의 협상력

다수의 기업

Many Firms

- 기업이 많을 경우 일부 기업의 배신행위에 보복하기가 쉽지 않음
- 신규 진입/탈퇴가 수월할 경우 담합 가능성은 더 낮아짐



source: le petit nicolas

제품, 가격의 복잡성 Complexity of Price Setting

- 다양한 제품과 가격제도의 복잡성으로 인해 기업이 담합을 깐 것인지를 판단하는 것 자체가 어려운 문제

기본료	기본제공			쇼킹스폰서 할인 (VAT포함)	
	음성	문자	데이터	요금할인 (월)	핸드폰 할 부개월
35,000원	기본알 29,000알+문자전용 60,000알			5,500원	12개월
35,000원	150분	200건	100MB	5,500원	
45,000원	200분	300건	500MB	8,800원	
45,000원	250분	300건	100MB	8,800원	
55,000원	300분	300건		11,000원	
65,000원	400분	400건		14,300원	
79,000원	600분	600건		17,600원	
95,000원	800분 (망내무제한)	1,000건		24,200원	
35,000원	조절기본량 25,000원			5,500원	24개월
45,000원	조절기본량 36,000원			8,800원	
55,000원	조절기본량 48,000원			12,100원	
65,000원	조절기본량 67,000원			14,300원	
80,000원	조절기본량 96,000원			17,600원	
28,500원	기본알 22,000알 + 문자전용 60,000알 영상알 3,600알, 영상채팅플러스 기본제공			2,750원	24개월
28,500원	150분	영상15분, 영상채팅플러스 기본제공		2,750원	
35,000원	250분	-		5,500원	
37,000원	150분	영상15분, 영상채팅플러스 기본제공 데이터원전자유 기본제공		5,500원	
45,000원	350분	-		7,700원	
55,000원	450분	-		12,100원	
67,000원	650분	-		13,200원	
75,000원	850분	-		15,400원	
97,000원	망외 2,000분	kt망내 유무선 무제한 기본제공		27,500원	

이해관계의 차이 Different Interests

- 목표로 하는 시장점유율의 규모 등에 있어서 과점기업간에는 이해관계가 엇갈림
- 이러한 이해관계의 차이는 담합을 어렵게 만듦



<http://kmaharjan.com.np/?p=584>

대규모 구매자의 협상력

Bargaining Power of Demand Side

- 구매자의 수가 적을 경우(수요독점) 독과점 상태라 하더라도 구매자도 가격에 대한 통제력이 생기게 됨
- 이런 경우 가격을 공급자의 마음대로 설정하기가 어려움

담합실패의 결과: 가격전쟁, 겁쟁이게임

- 가격전쟁: 담합이 깨지고 가격이 하락하는 현상
- 겁쟁이게임: 좁은 도로위에서 자동차를 마주 달려 먼저 핸들을 꺾는 사람이 지는 게임. 둘 모두 꺾지 않는 경우 파국으로 치달음.



전략	B:겁쟁이	B:돌진
A:겁쟁이	무,무	패배,승리
A:돌진	승리,패배	죽음,죽음

가격선도 Price Leadership

- 현실의 과점시장은 암묵적 담합상태
 - 명시적 담합은 불법
 - 이때의 가격은 일반적으로 과점기업 중 시장점유율이 가장 높은 기업이 결정하고 나머지 과점기업들이 따르는 형태

사례: 한국 라면시장 암묵적 담합의혹

신라면 가격 상승을 찾아보던 중 놀라운 사실을 발견하였다. 신라면 가격상승이 있은 후 몇 달 후 다른 기업의 라면의 가격도 함께 상승하였다.

95년 초 농심 9.4%가격인상→95년 11월 삼양 10%인상

03년 12월 농심 6.5%가격인상→04년 2월 삼양 6%인상

04년 12월 농심 8%가격인상→05년 2월 삼양 8%인상

등 선두기업인 농심이 가격을 상승시키면 2위기업인 삼양이 2달 뒤쯤 같이 가격을 상승시켰다.

출처: 2011과제1(하종석)

비가격경쟁

Non-price Competition

- 비가격경쟁: 제품차별화, 경쟁제품에 흡집을 내는 광고 등 가격 외 요소에 의한 경쟁
- 가격경쟁을 하지 않기로 암묵적인 합의를 한 기업들은 보통 비가격경쟁에 많은 에너지를 투입



독점적 경쟁의 개념

Concept: Monopolistic Competition

독점적 경쟁시장

Monopolistic Competition

- 아래의 조건을 만족하는 시장
 - I) 산업 내에 다수의 생산자가 존재
 - II) 생산자는 각각 차별화된 상품을 공급
 - 독점성과 대체성이 존재
 - III) 장기적으로 진입과 퇴출이 자유로움

다수의 생산자 Many Producers

- 독점, 과점과 달리, 생산자들은 수많은 경쟁자들에 직면

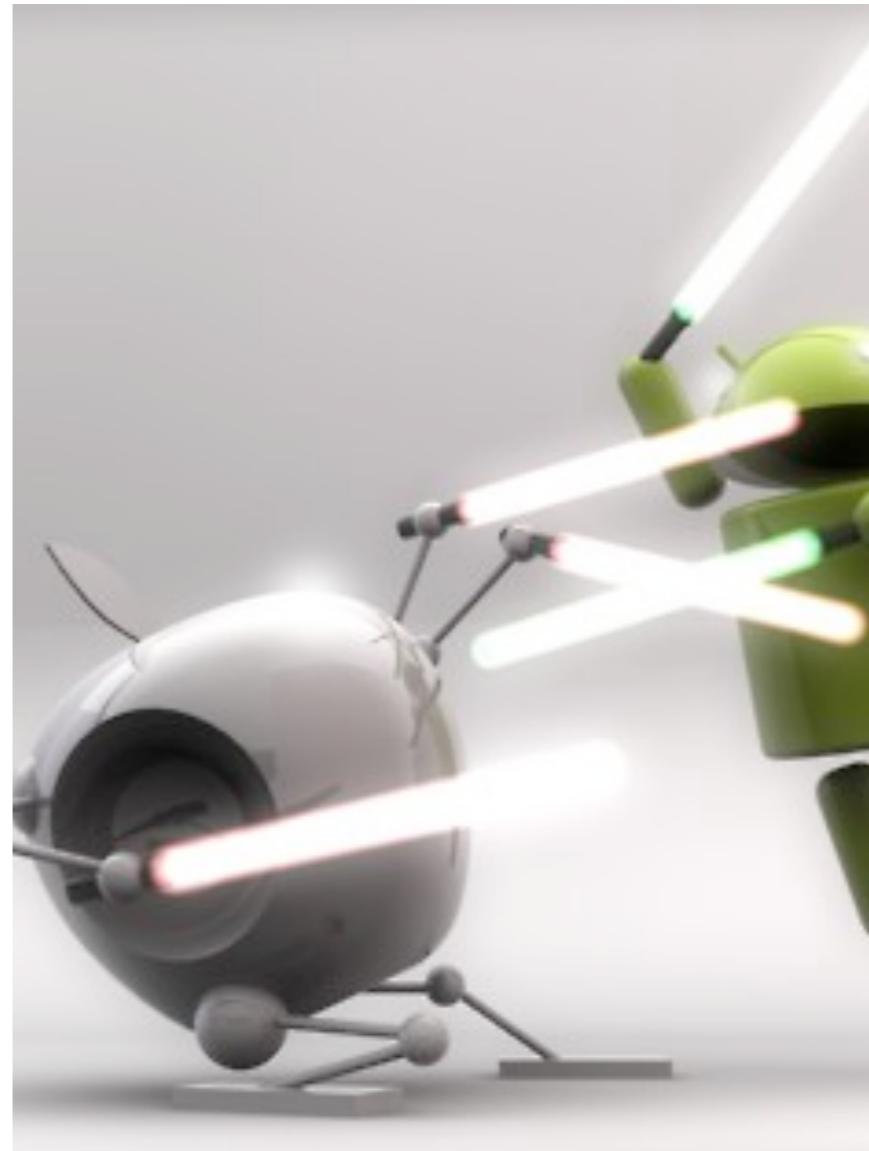


출처: http://newsplus.chosun.com/site/data/html_dir/2010/01/29/2010012900231.html

차별화된 제품

Differential Product

- 각 생산자의 제품은 다른 경쟁 생산자의 제품과 대체가능하지만, 같지는 않은 상품을 공급
- 완전경쟁시장과 달리 어느 정도의 시장지배력이 존재



source: <http://www.crazyandroid.com/smartphone-wars-apple-vs-google-vs-microsoft-vs-nokia/>

장기적으로 자유로운 진입/퇴출

Free Entry/Exit

- 독과점 시장과 달리, 이 시장에는 공급자의 진입 퇴출이 자유로움



source: http://www.123rf.com/photo_18341105_3d-entry-exit-button-click-here-block-text-over-white-background.html

다른 시장 모델과의 비교

Comparison with others

- 1,3조건: 완전경쟁시장 → 장기 최적화
- 2조건: 독과점시장 → 우하향 MR
- 완전경쟁시장모델에 개별 기업이 직면하는 우하향 수요를 결합

제품차별화

제품차별화의 함의

- 생산자에게 있어, 제품차별화는 단기적으로 초과이윤(즉, +의 경제적 이윤)을 얻을 수 있는 전략
- [참고] 생산자 다수+제품무차별: 완전경쟁시장: (경제적)이윤 0

제품차별화의 유형

- 모양/유형에 따른 차별화
- 장소에 따른 차별화
- 품질에 따른 차별화

모양/유형에 따른 차별화

- 동일 목적을 충족시키나 다른 특징 존재
 - 자동차: SUV, 스포츠카, 오픈카, 밴, 트럭 등
 - 서적: 특정 작가, 장르 등
 - 음식: 중국집, 한식집, 분식집, 일식집 등
 - 게임: MMORPG, 슈팅, RTS, 어드벤쳐 등

장소에 따른 차별화

- 어떤 상품은 차별화보다는 장소가 중요
- 같은 상품이더라도 제공위치에 따라 다른 의미가 있을 수 있음
 - 주유소: 연료가 바닥날 때 가장 가까운 곳을 선택
 - 식료품 가게, 세탁소, 미용실 등
 - 병원에 가까운 약국

품질에 따른 차별화

- 높은 품질에 더 높은 가격을 매김
- 하지만 가격 프리미엄이 반드시 Cost에 비례하는 것은 아님

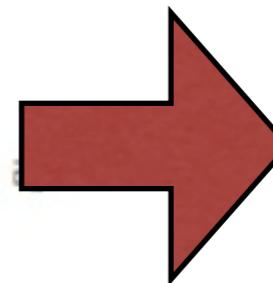


알톤 모빅 [07년]



등록일 : 2006.02.06 | 상품평 : 304개 ★★★★★★

일반/생활용/스틸 프레임/24인치(61cm)/21단/쇼바없음/V형 브레이크/15.3kg/실버, 흰색

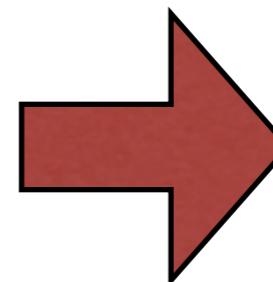


최저가 | 64,600 원
쇼핑몰 | 1개



스톡 [STORCK] 오가닉 라이트 카본 조립차 NEW

등록일 : 2009.05.07 | 상품평 : 0개



최저가 | 19,600,000 원
쇼핑몰 | 유진바이크

제품차별화 산업의 특징

- 공급자간 경쟁
- 다양성에 내재된 가치

공급자간 경쟁

- 비록 차별화된 제품이라 할지라도 같은 부류의 제품 사이에는 대체성이 있음
- 가령, 노트북 중 Apple 노트북의 가격만 50% 인상 되었다면: 많은 Apple유저들은 다른 노트북을 구매하게 될 것

다양성에 내재된 가치

- 차별화된 제품의 종류가 많을수록 소비자는 이득
- 어떤 기업이 노트북 시장에 신규진입한다면 소비자는 선택의 폭이 더 넓어짐
- 참여 공급자(혹은 차별화된 제품)의 수가 많을수록 소비자는 자신의 이상적인 상품에 더 가까운 상품 소비 가능

독점적 경쟁의 이해

독점과의 유사점/차이점

- 차별화된 제품 공급 → 개별 기업이 직면하는 수요 곡선은 수평이 아닌 우하향 곡선
- 제한된 시장지배력(독점: 완전한 시장지배)
- 경쟁상태에 직면: 경쟁제품 공급자의 가격에 영향을 받음

과점과의 차이

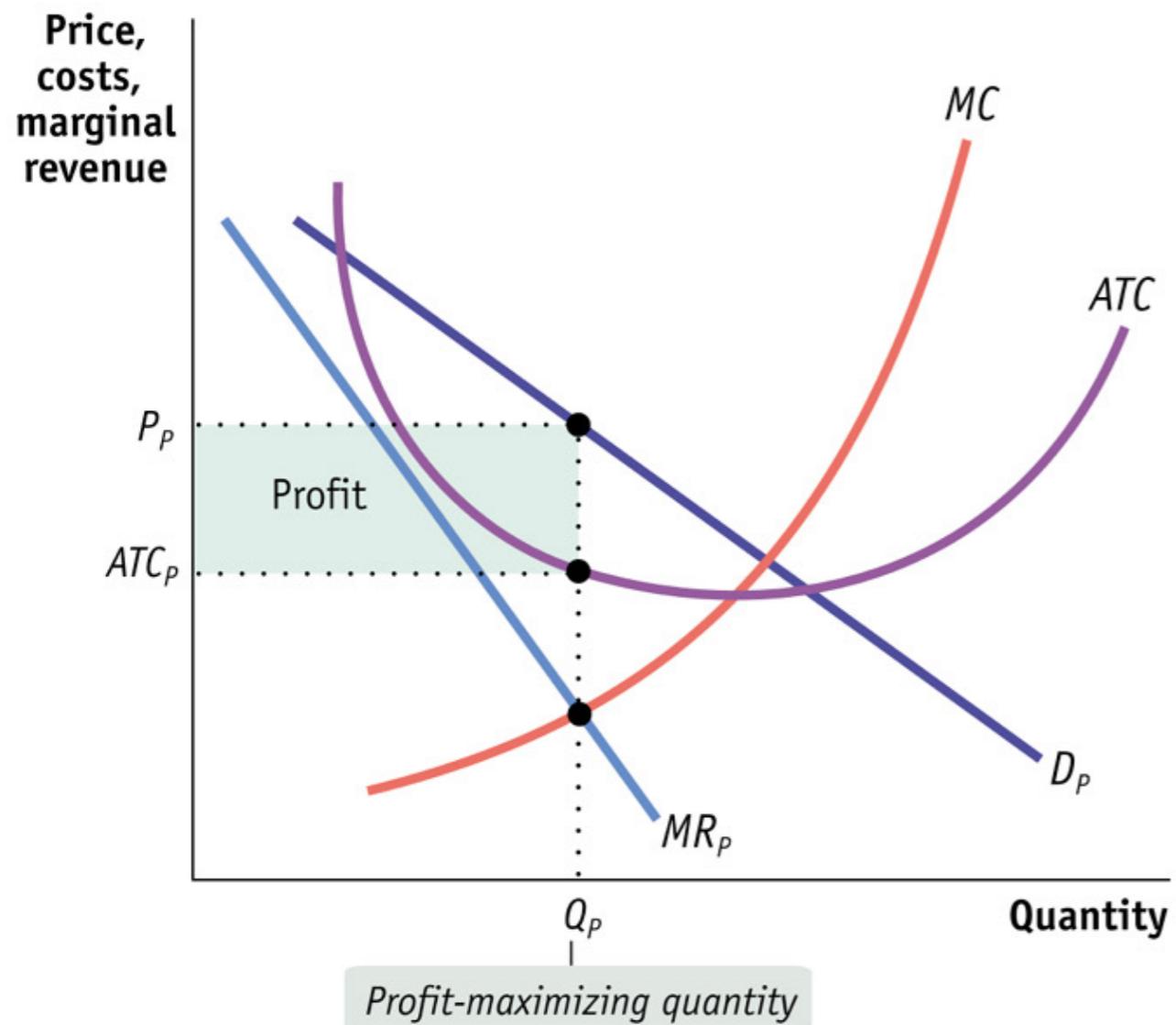
- 다수 기업이 존재
- 다수 기업의 존재로 담합은 사실상 불가능
- 따라서 독점적 경쟁시장에 있는 기업들은 비협조적
으로 행동

모델분석 Outline

- 단기분석: 기업수 불변
- 장기분석: 기업수 변동

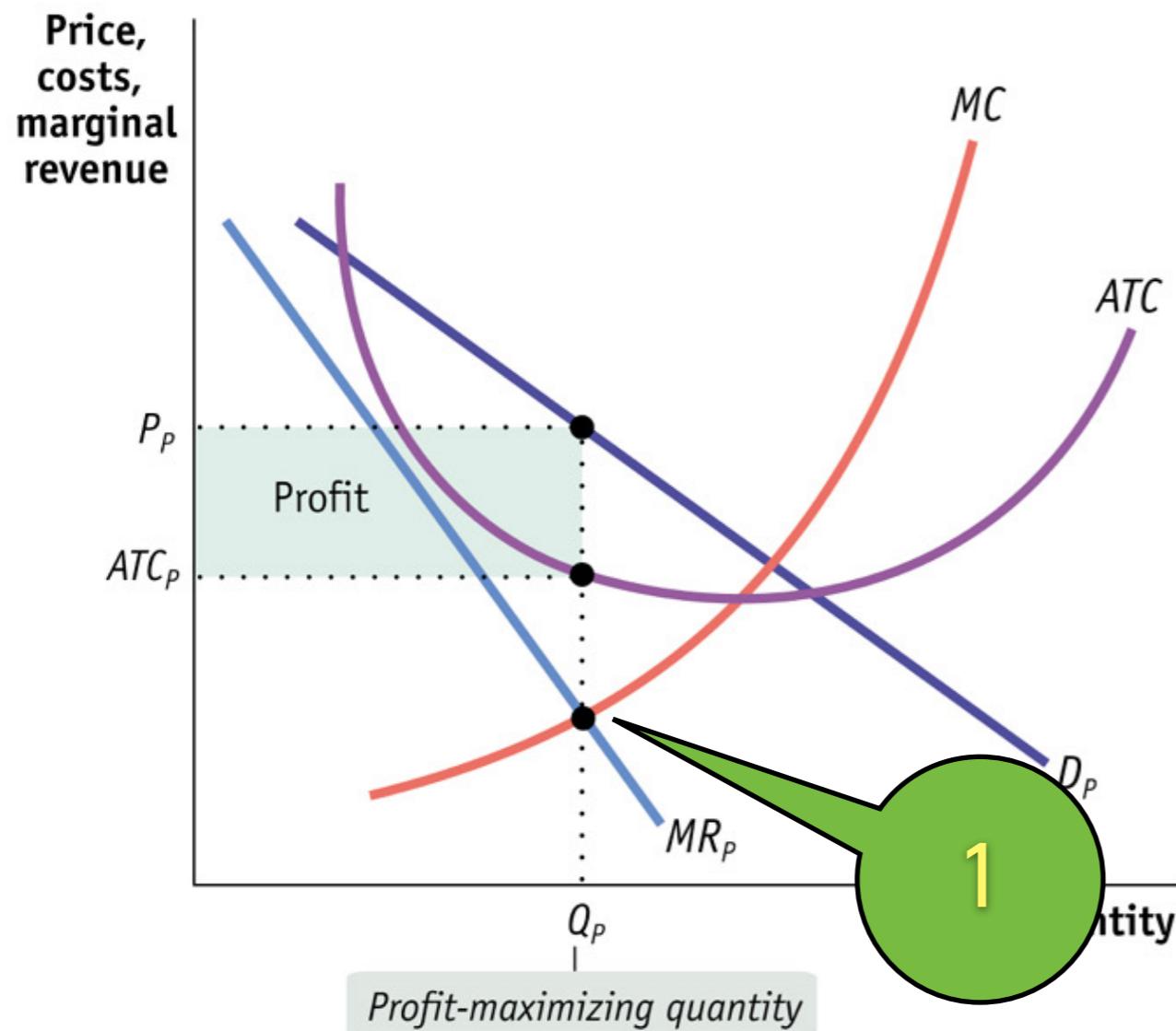
단기분석

(a) A Profitable Firm



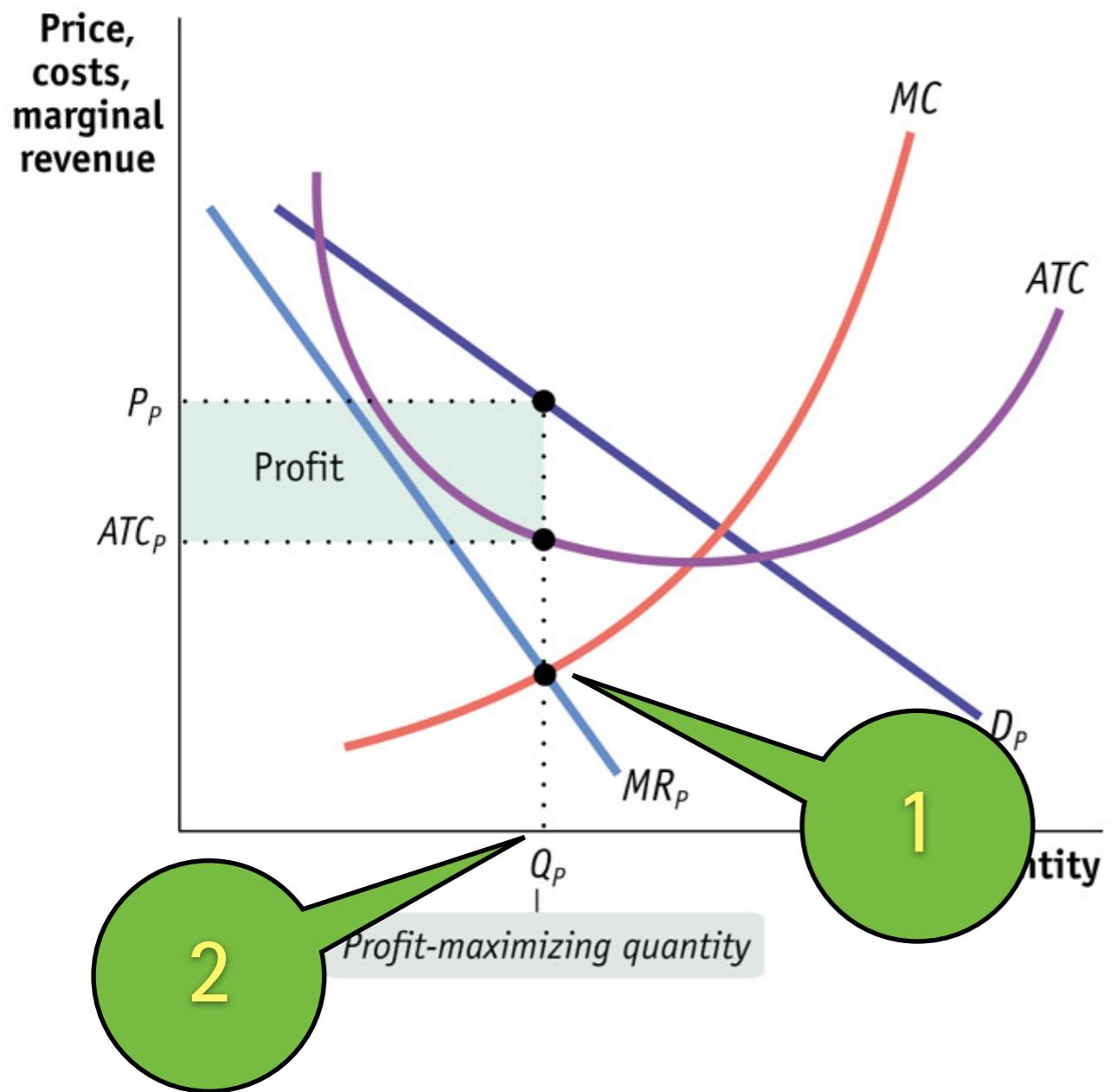
단기분석

(a) A Profitable Firm



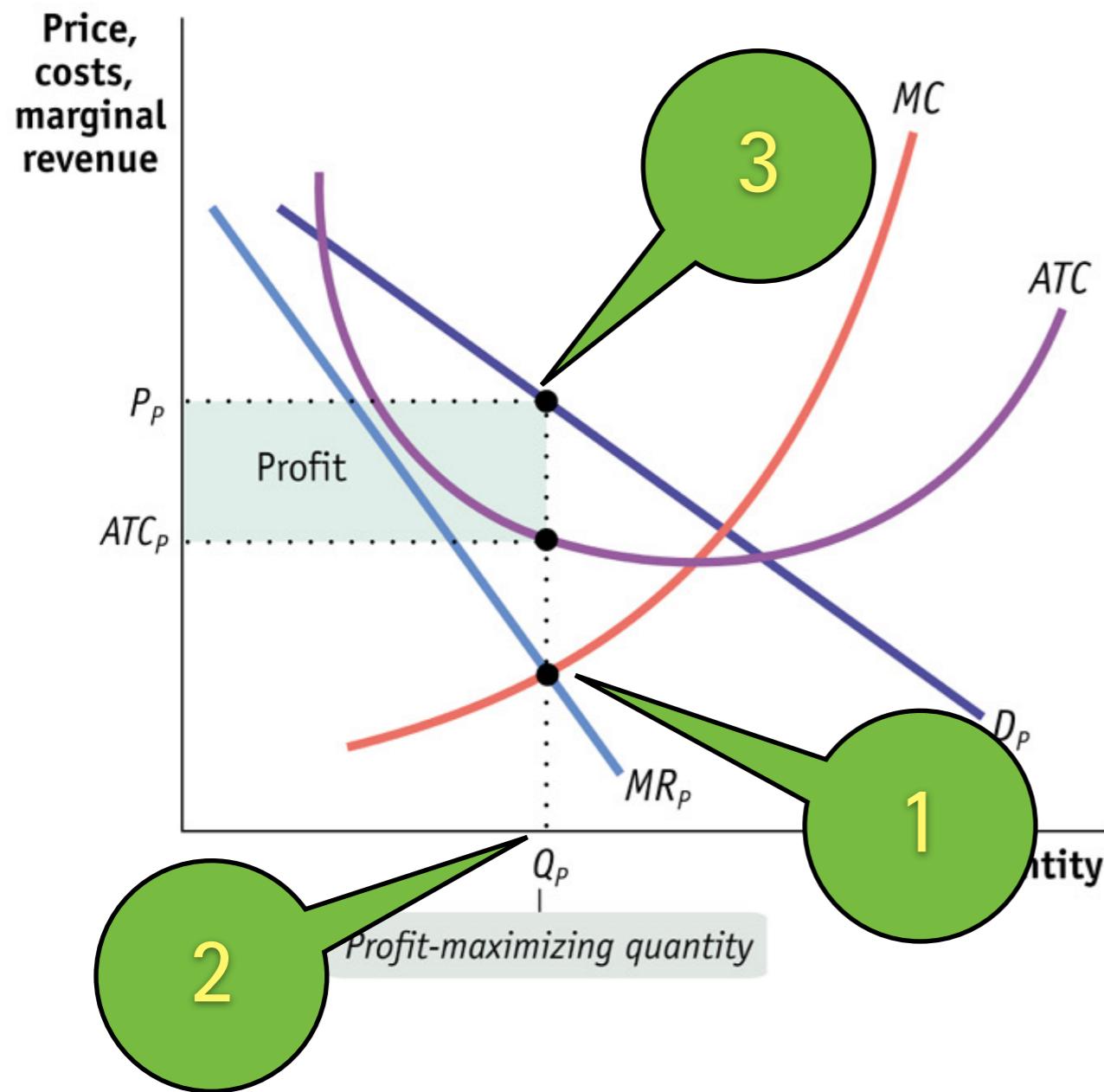
단기분석

(a) A Profitable Firm



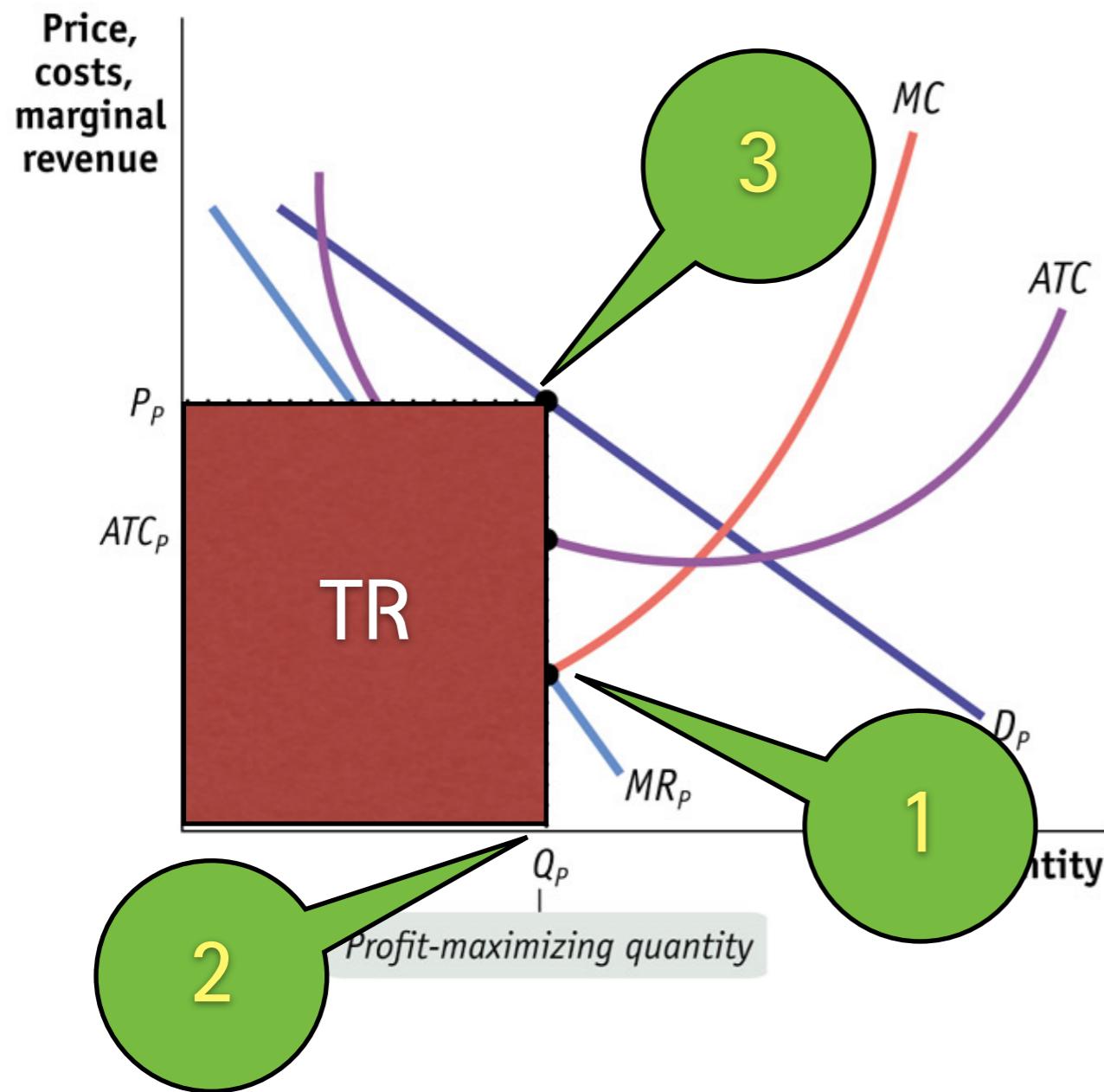
단기분석

(a) A Profitable Firm

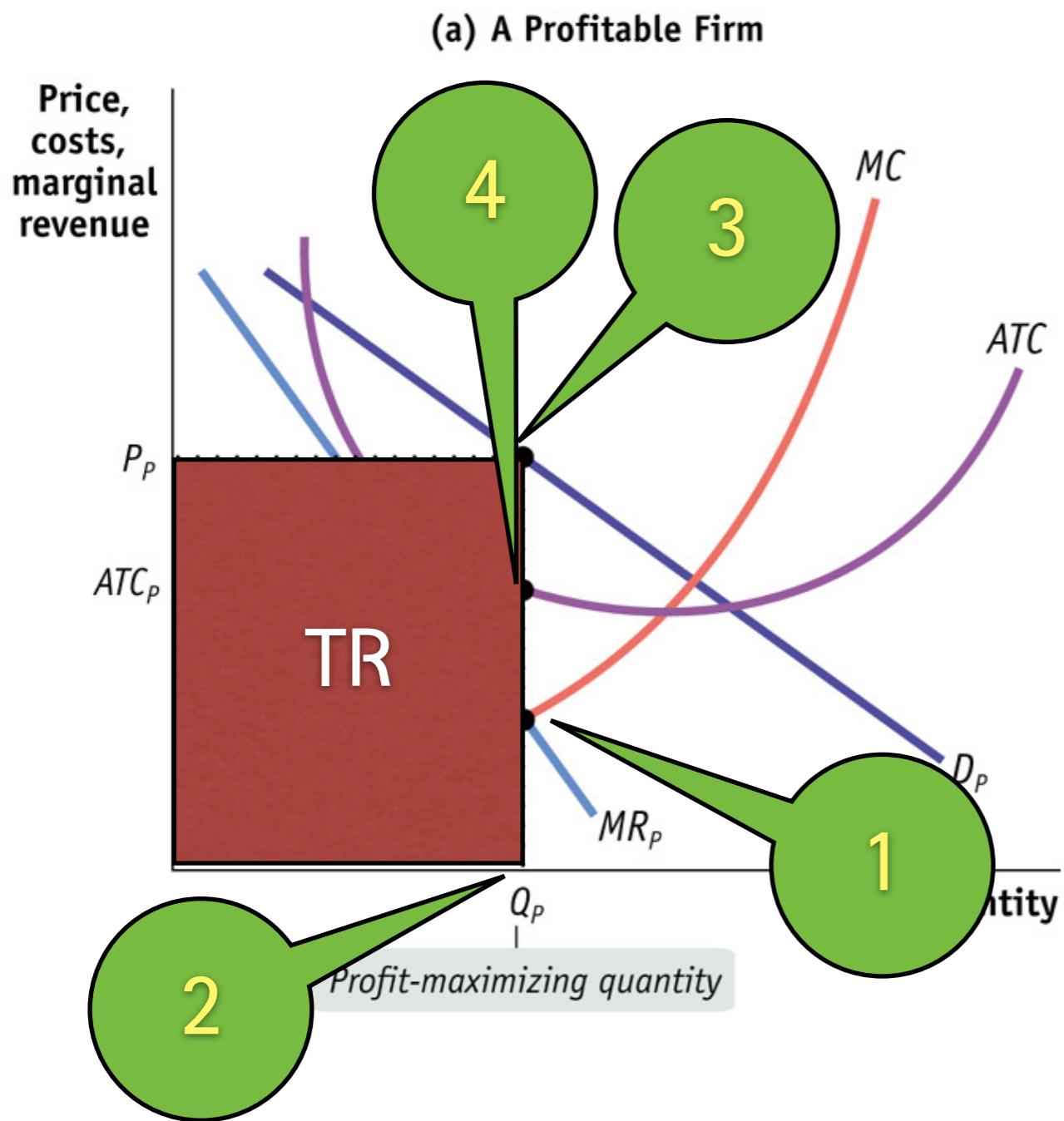


단기분석

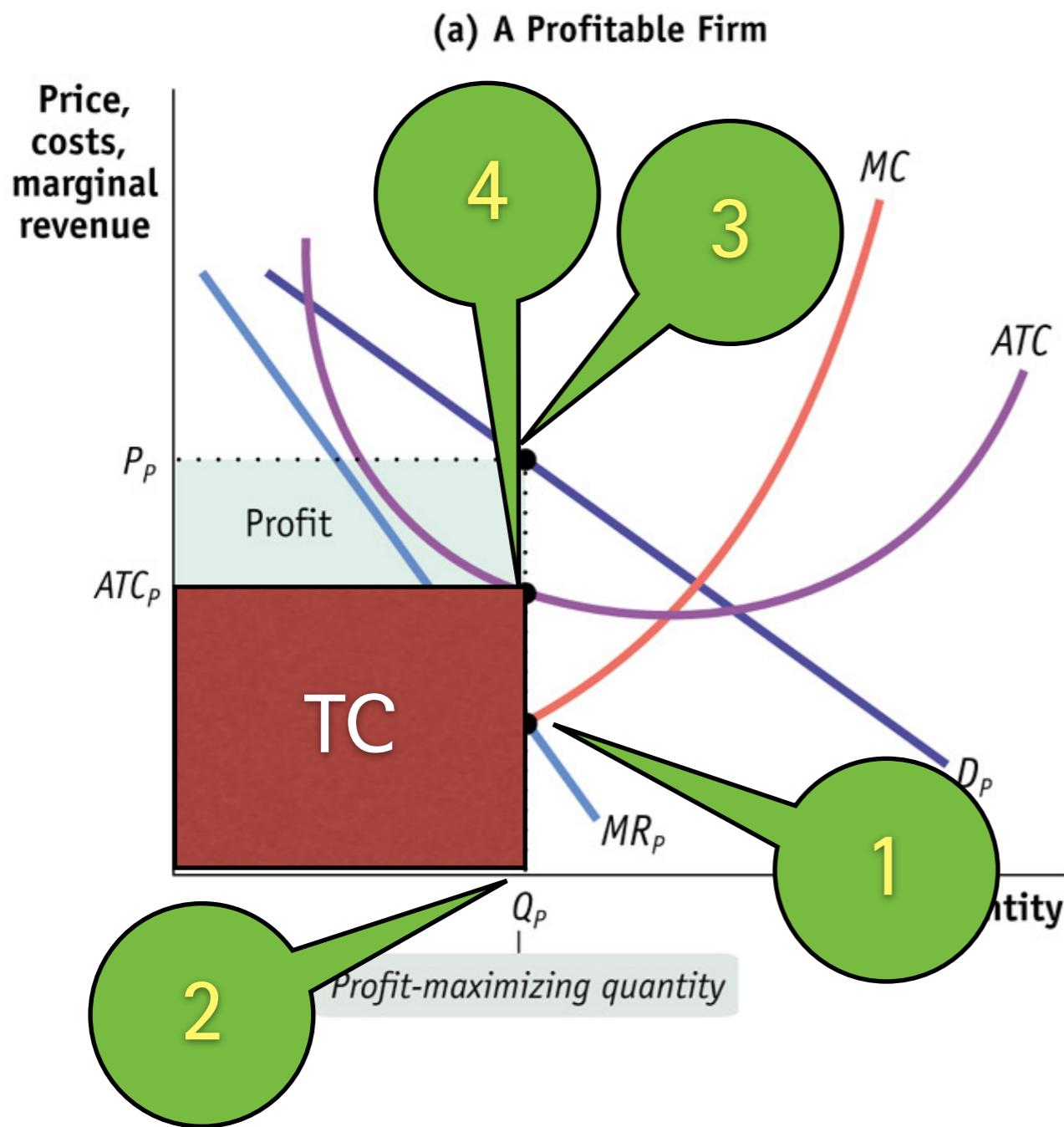
(a) A Profitable Firm



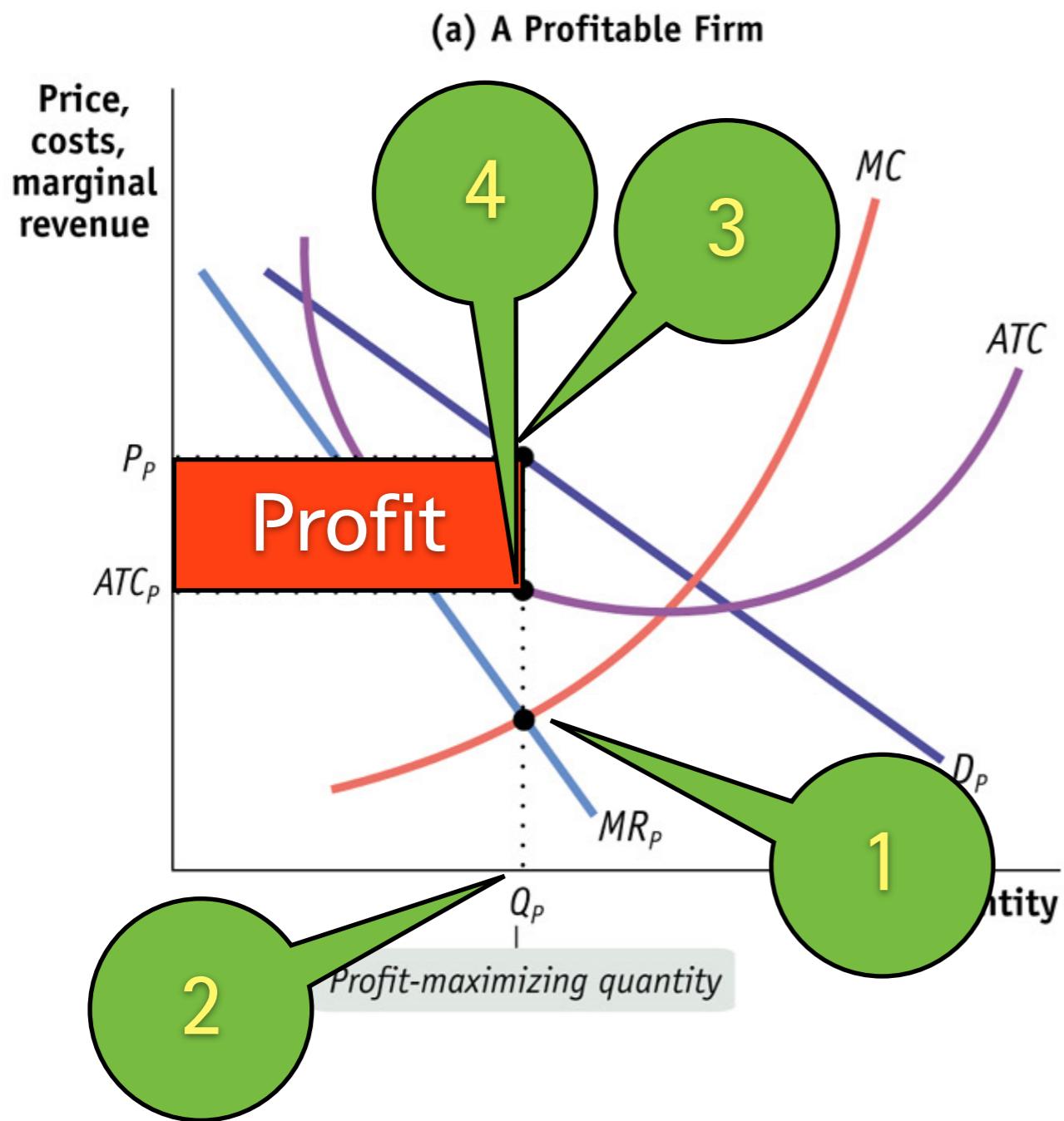
단기분석



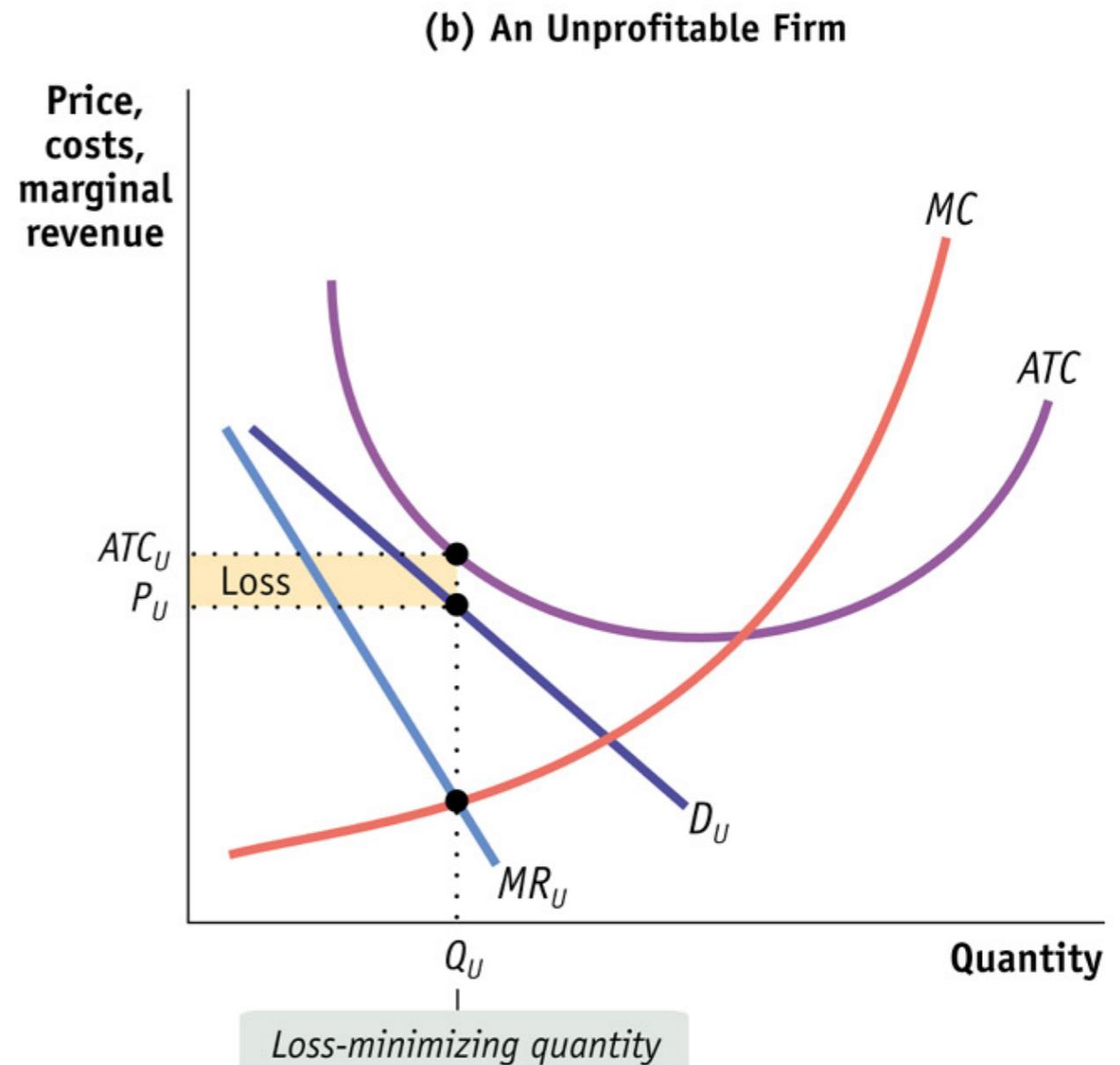
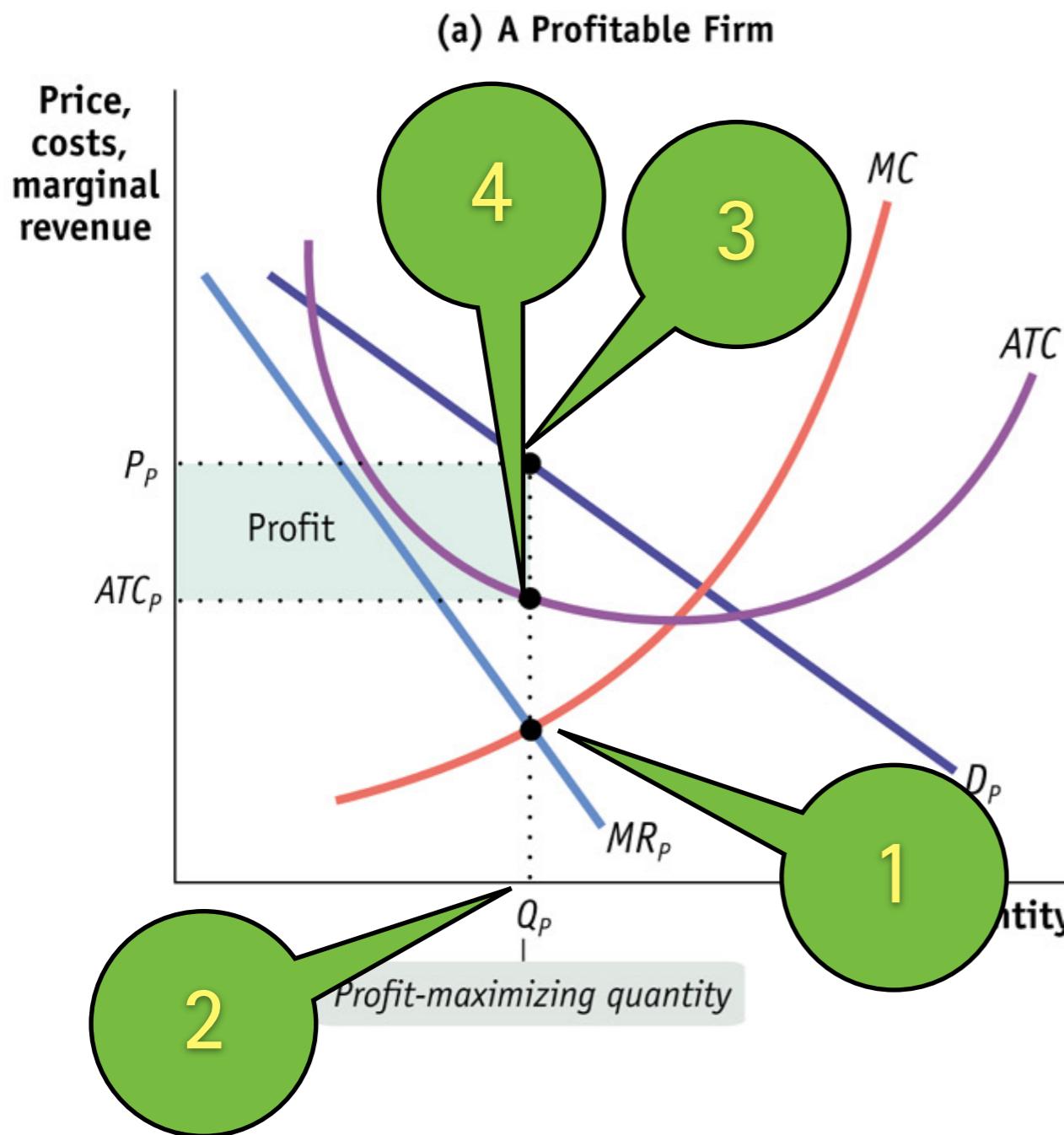
단기분석



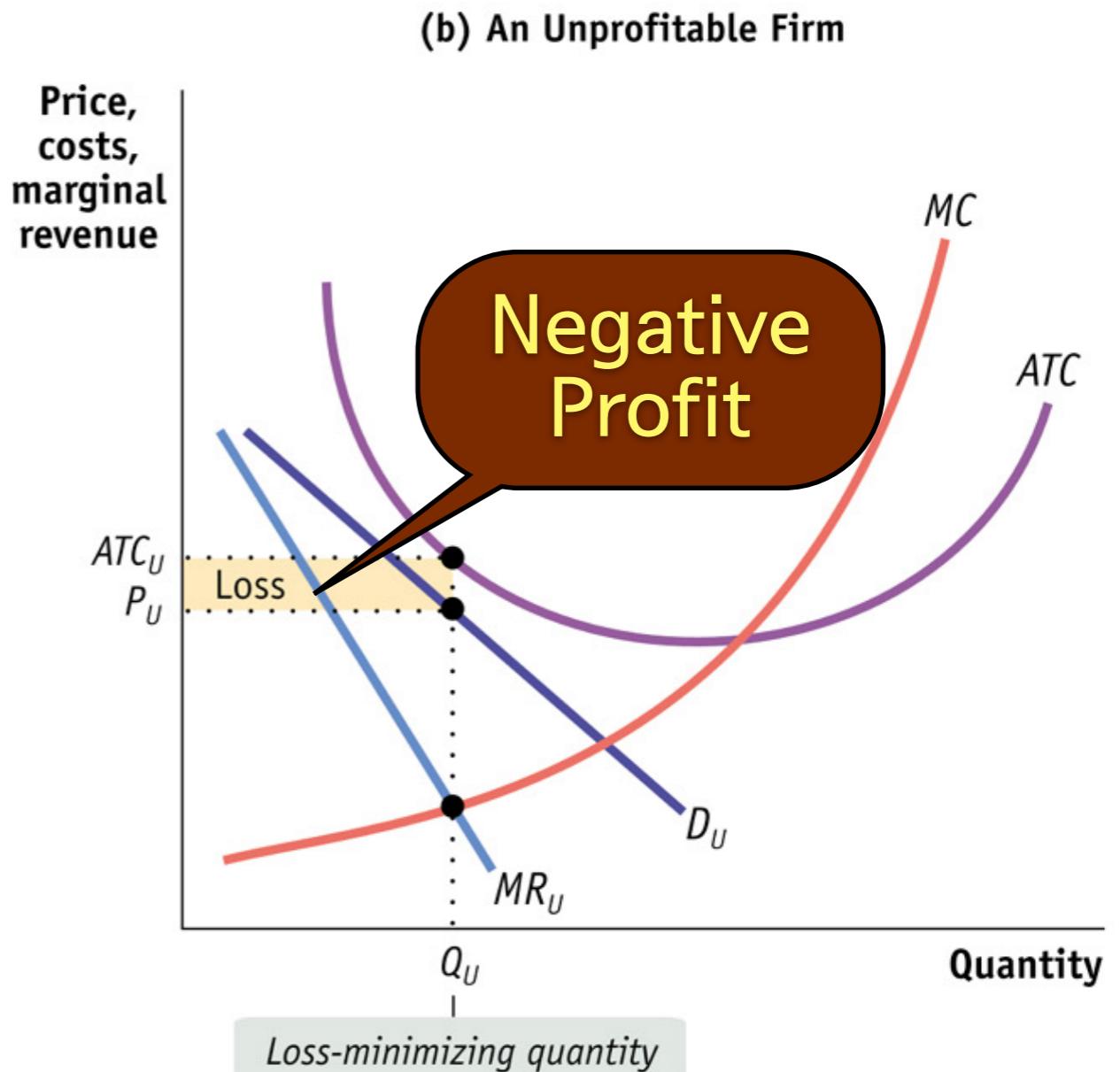
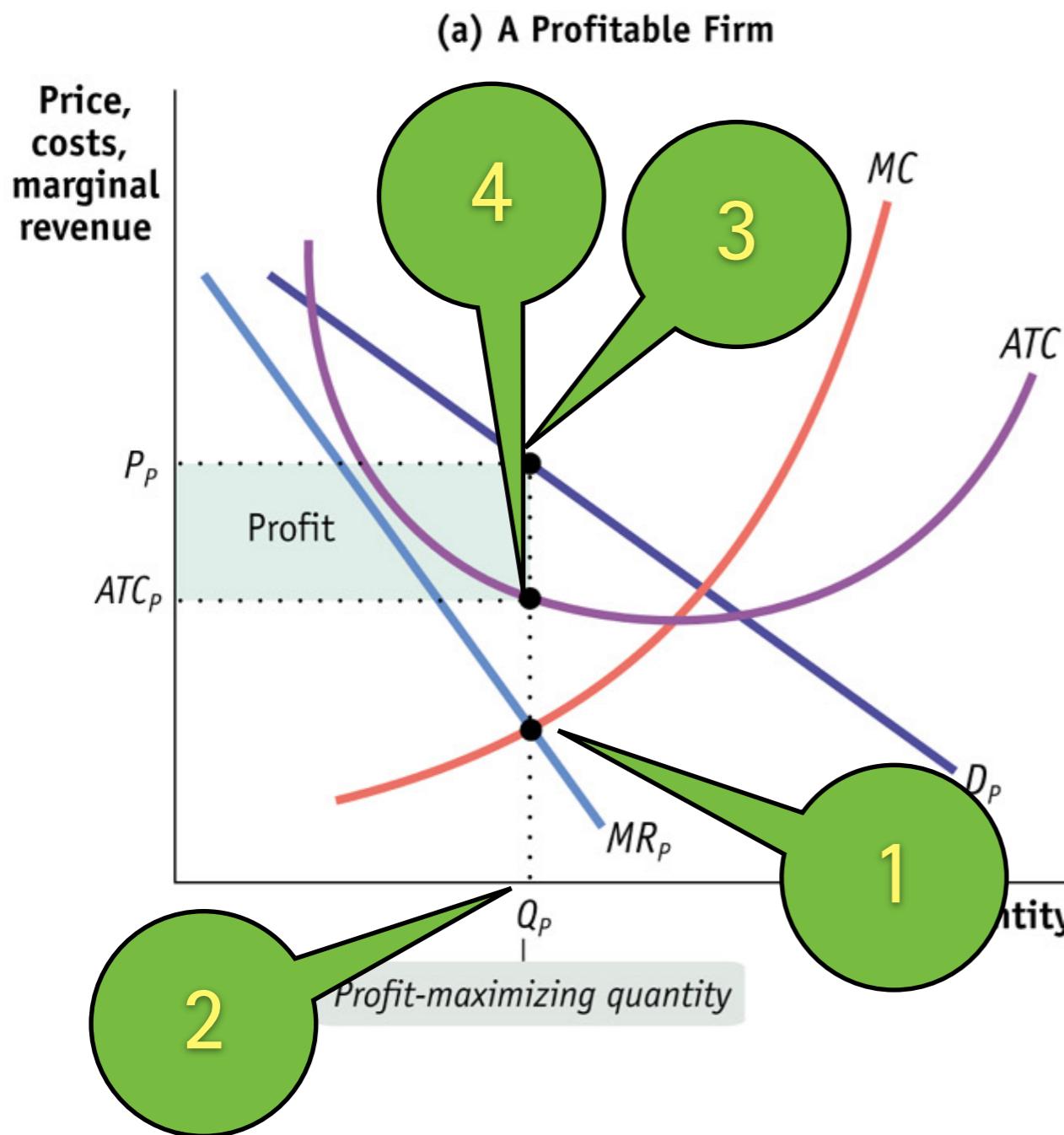
단기분석



단기분석



단기분석



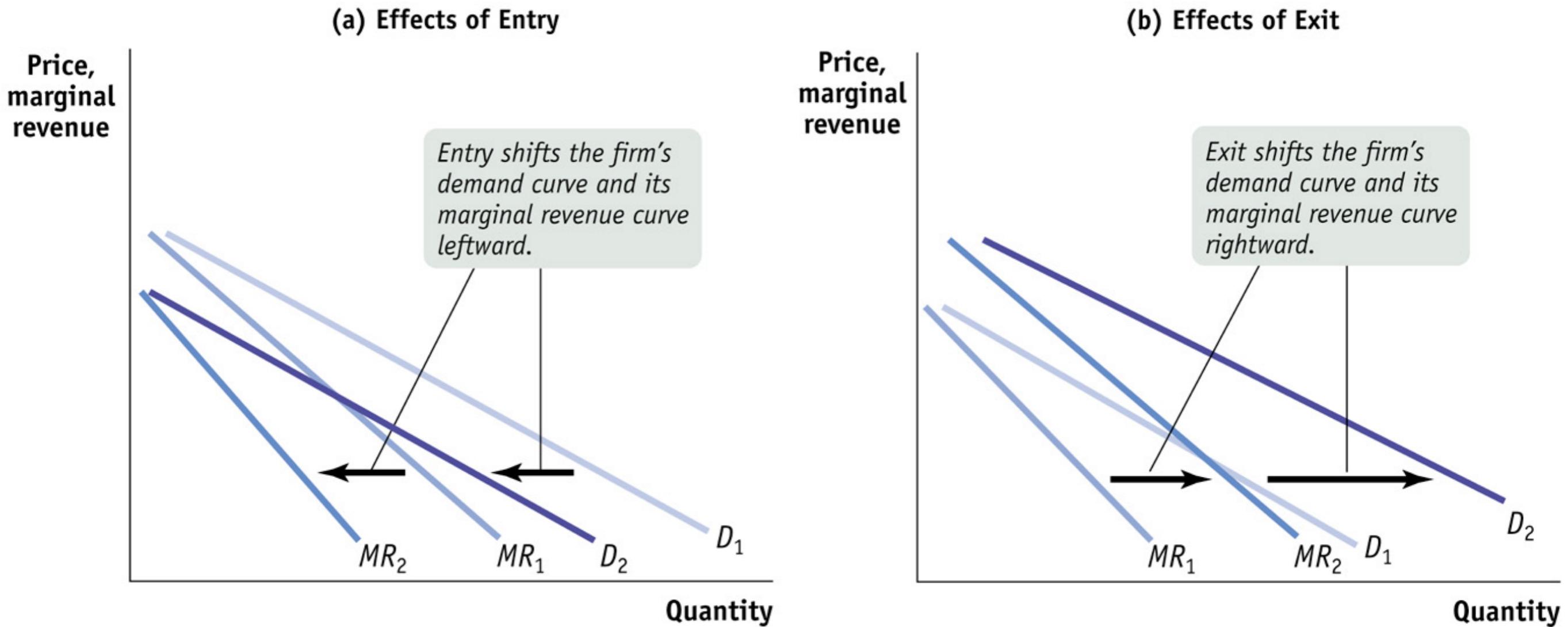
함의

- 이익을 볼 것인지, 손해를 볼 것인지는 AC곡선과 개별기업이 직면하는 수요곡선간의 관계에서 결정
- 손해를 보든, 이익을 보든 $MR=MC$ 인 점이 가장 높은 이윤을 얻을 수 있는 지점

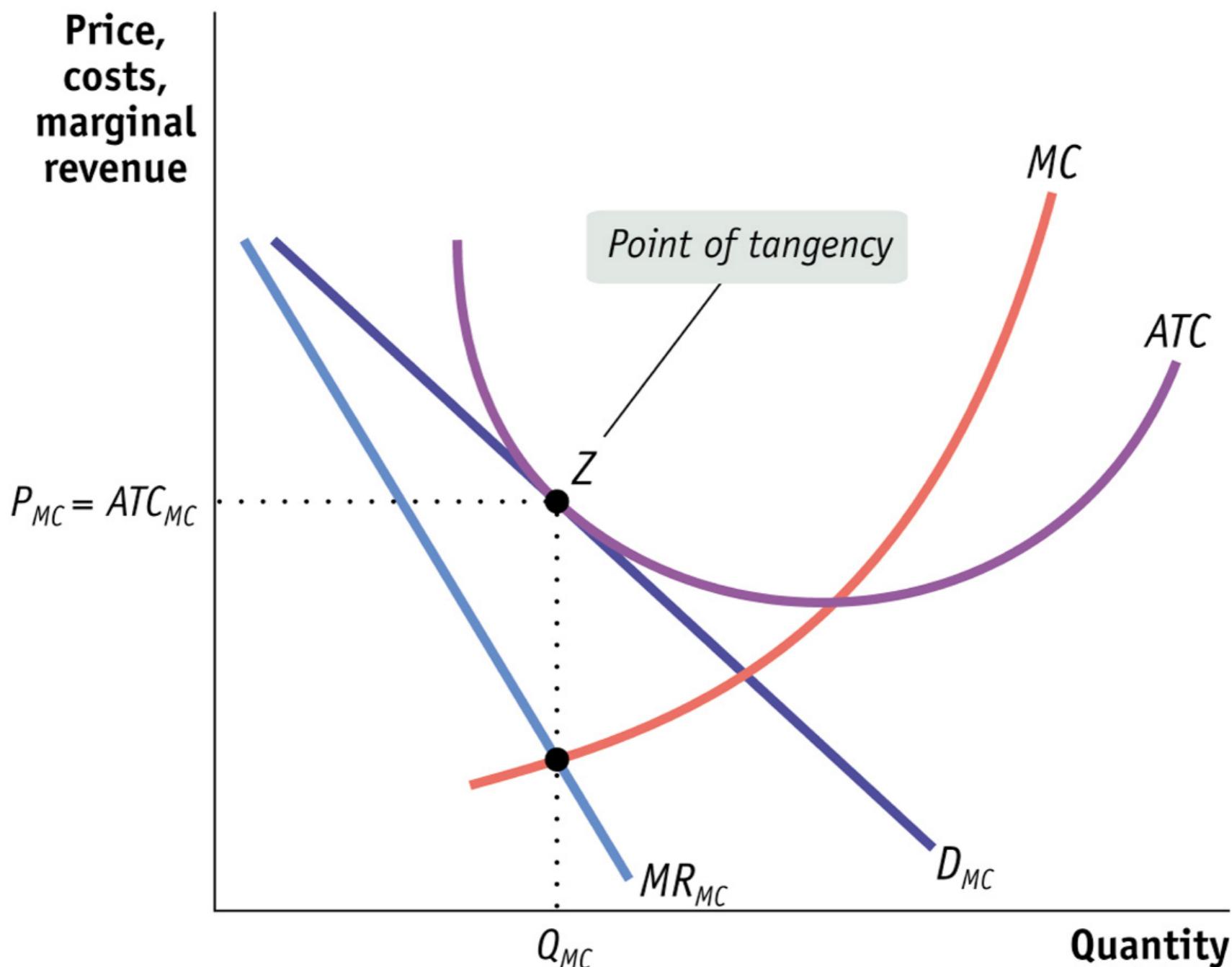
장기분석

- 장기에는 기업의 진입/퇴출이 자유로움
 - 평균적으로 0 이상[이하]의 이윤을 내는 부문에는 기업진입[퇴출]  기업수 증가[감소]  개별기업이 직면하는 수요곡선 좌측[우측]이동
 - 위와 같은 과정은 부문의 평균적 이윤이 0이 될때 까지 진행(zero-profit equilibrium)

진입퇴출과 수요, MR곡선 Movement of D, MR cv.

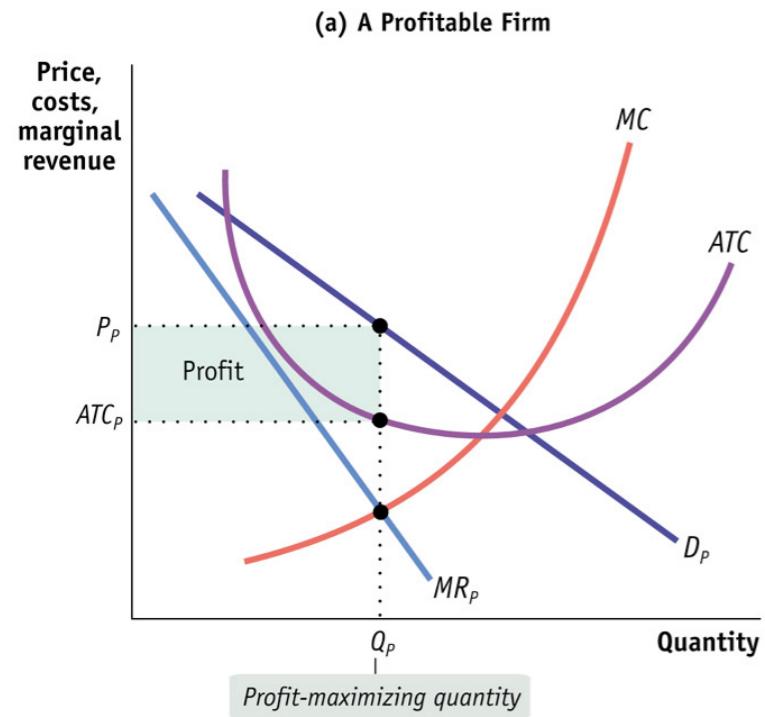


장기적 균형: Zero-profit Equilibrium

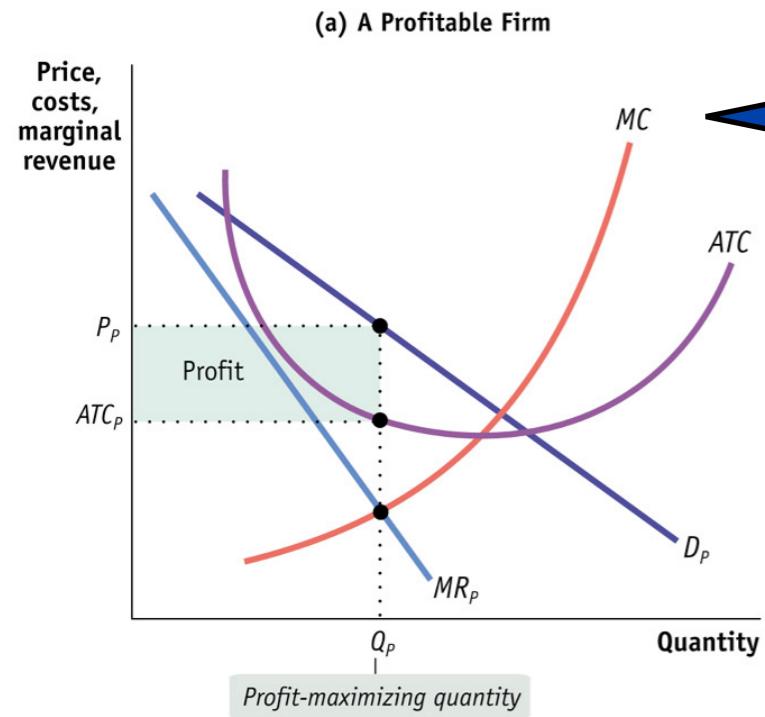


Overall Process

Overall Process



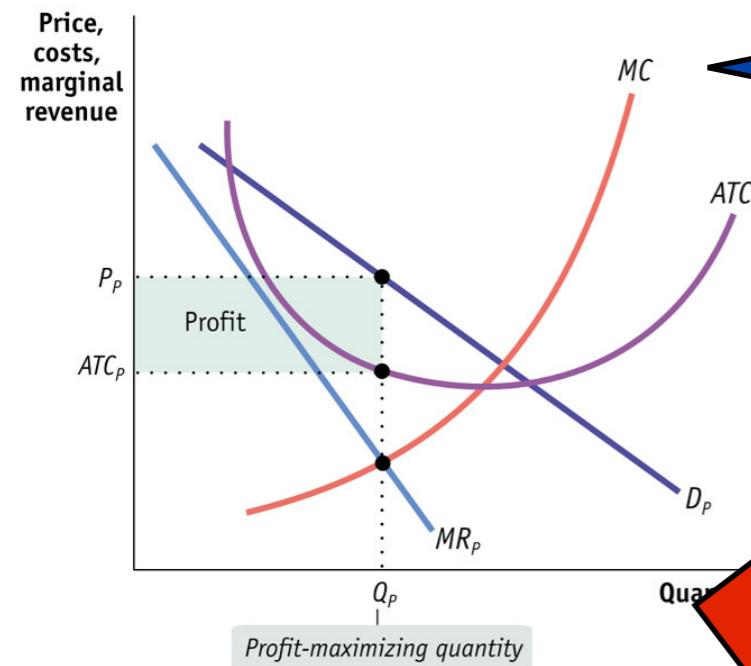
Overall Process



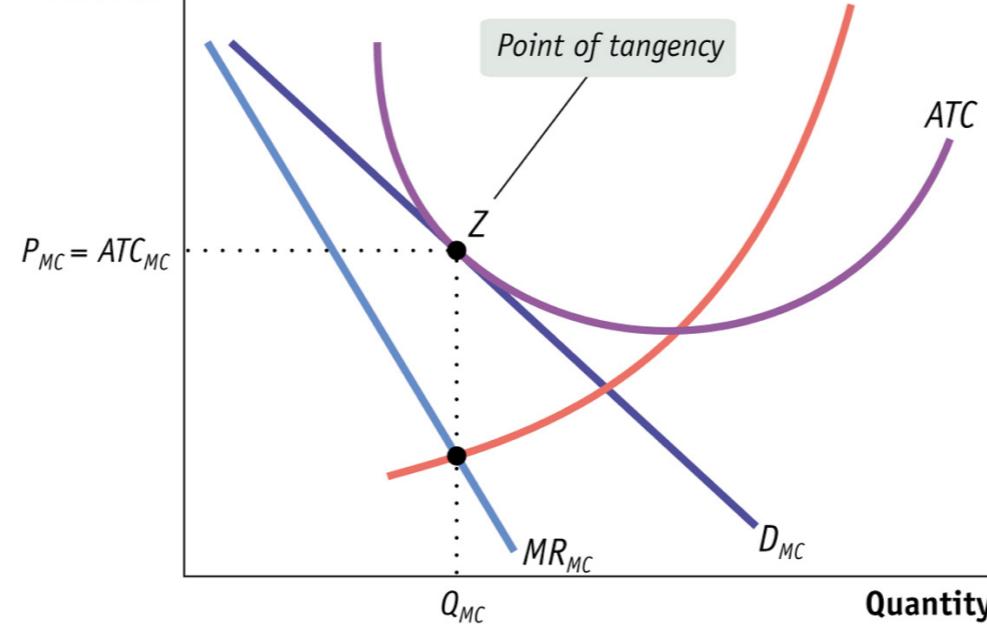
Excess Profit:
Entry → D ↓

Overall Process

(a) A Profitable Firm

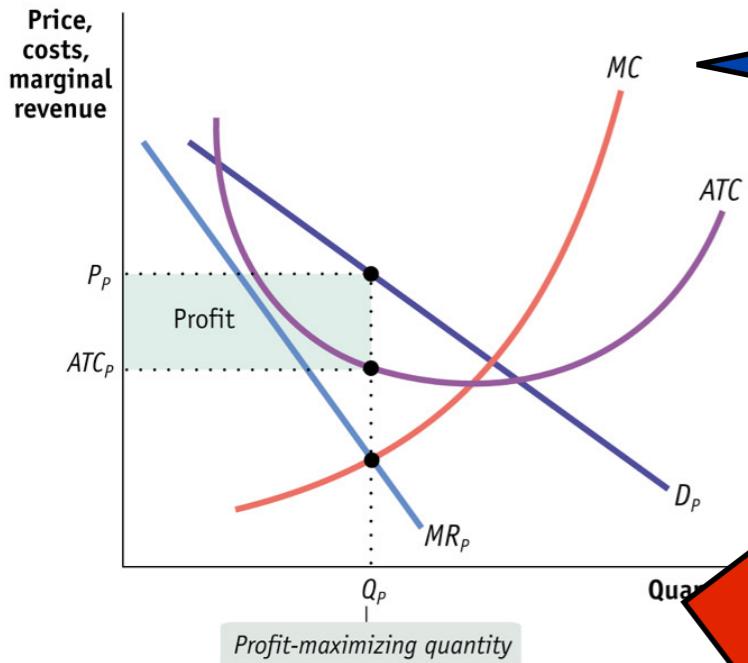


Excess Profit:
Entry → D ↓



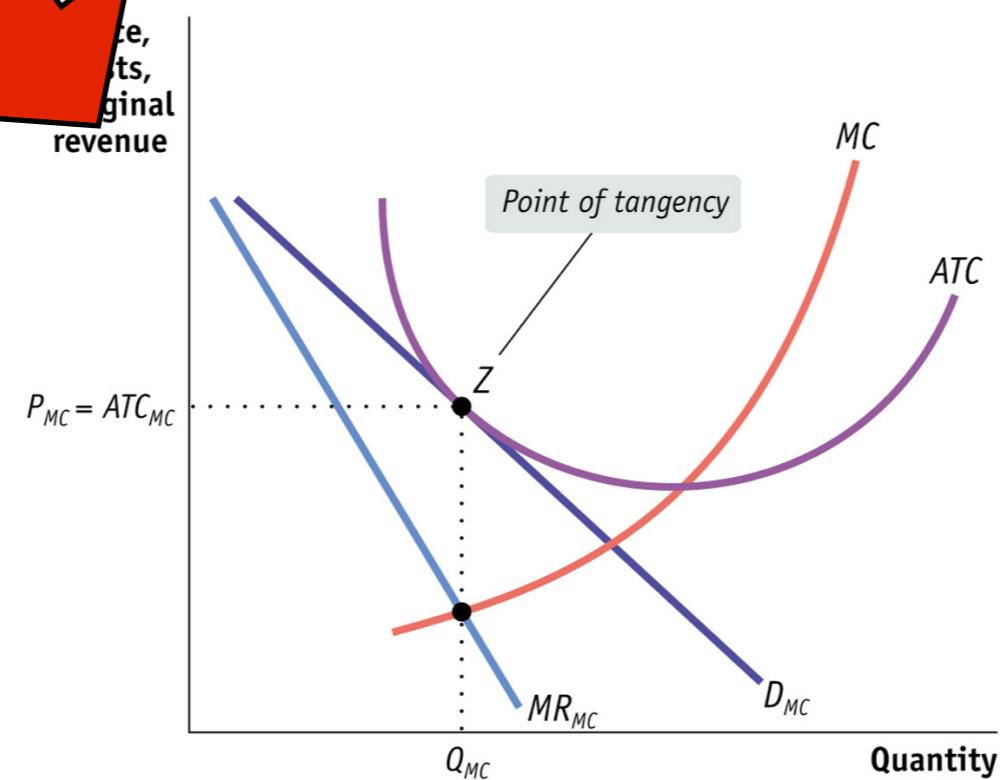
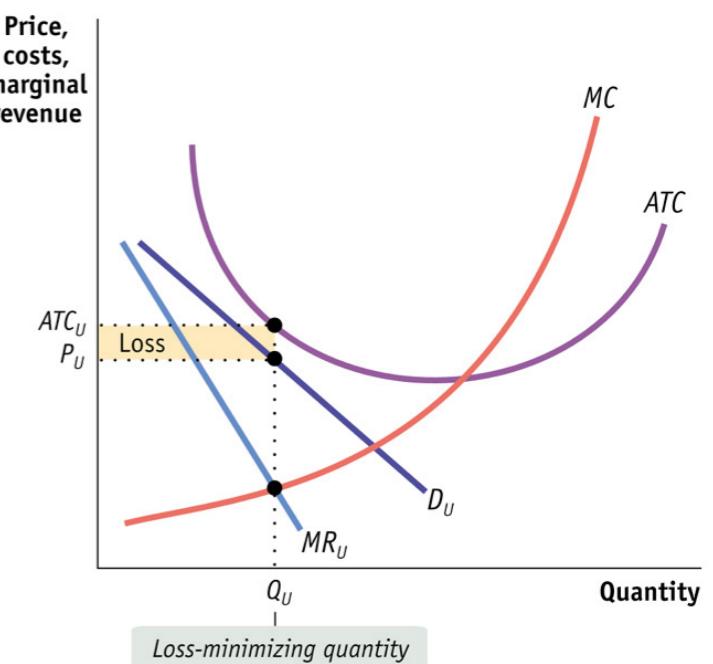
Overall Process

(a) A Profitable Firm

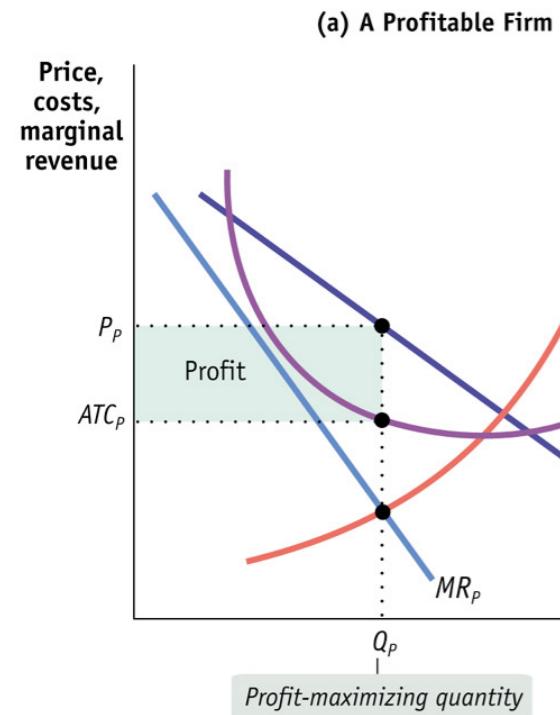


Excess Profit:
Entry → D ↓

(b) An Unprofitable Firm

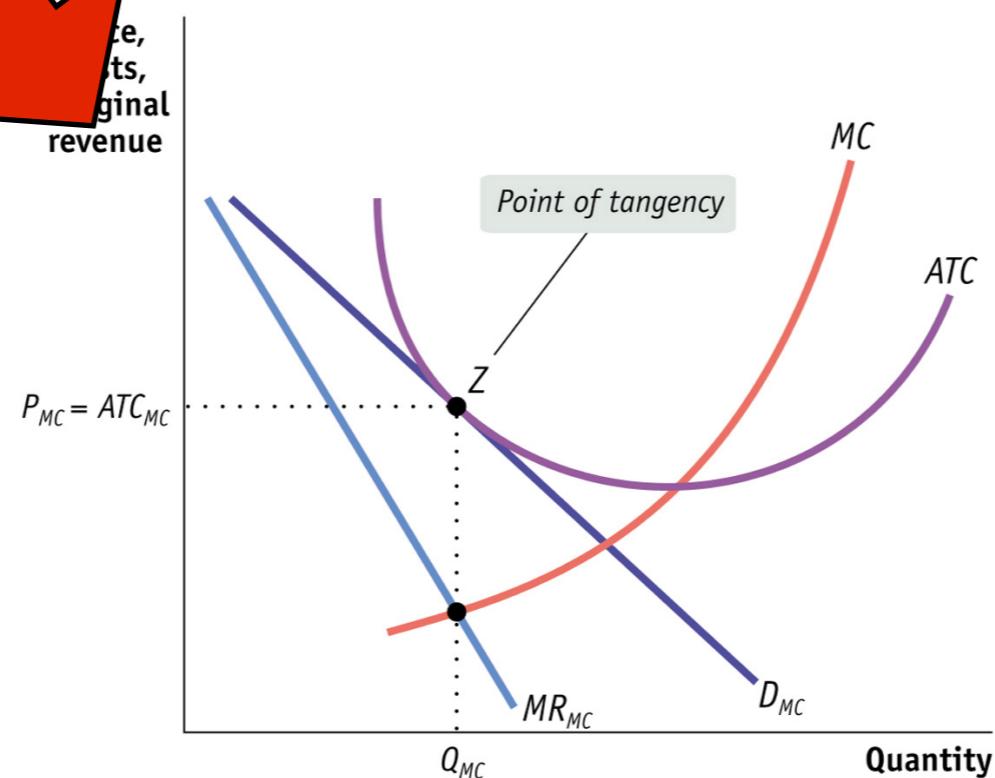


Overall Process

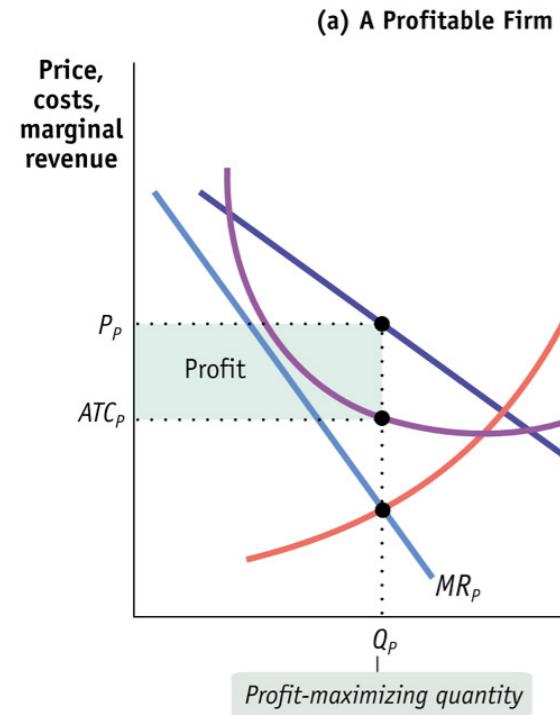


Excess Profit:
Entry → $D \downarrow$

Negative Profit:

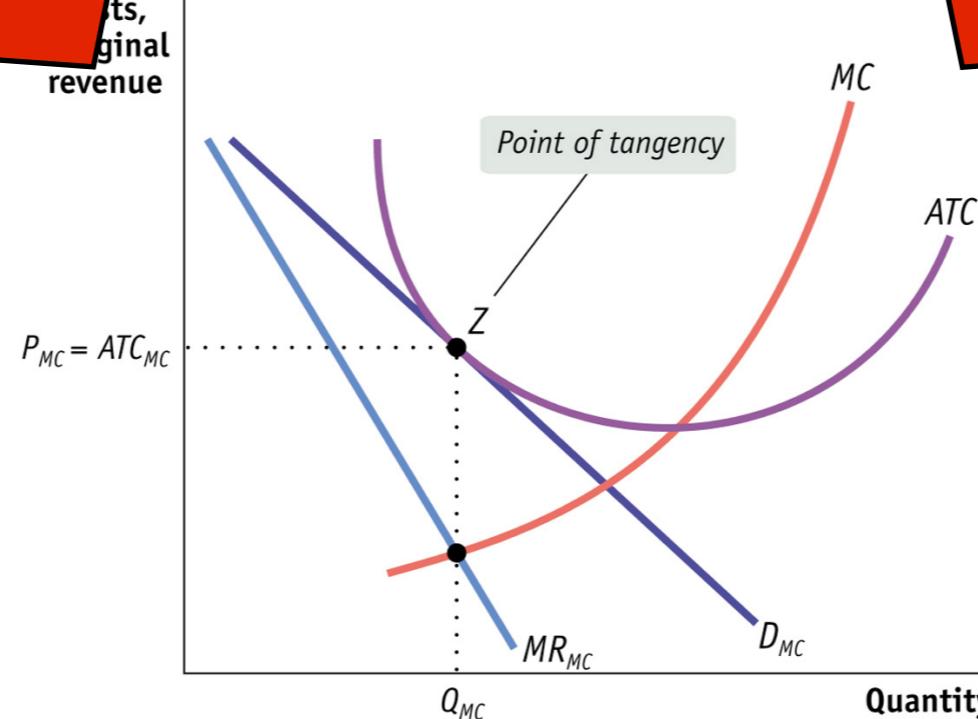


Overall Process

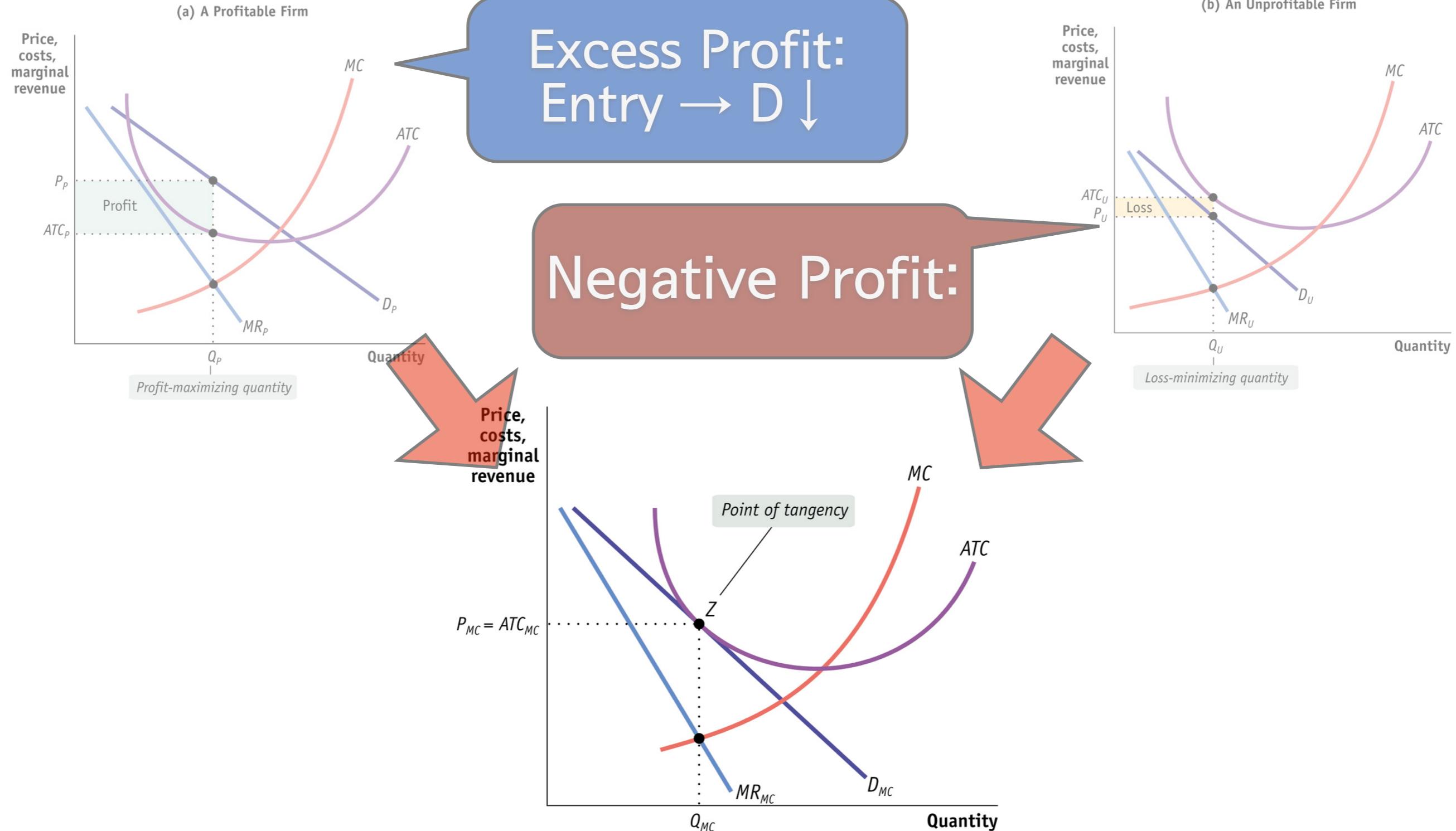


Excess Profit:
Entry → $D \downarrow$

Negative Profit:



Overall Process



함의

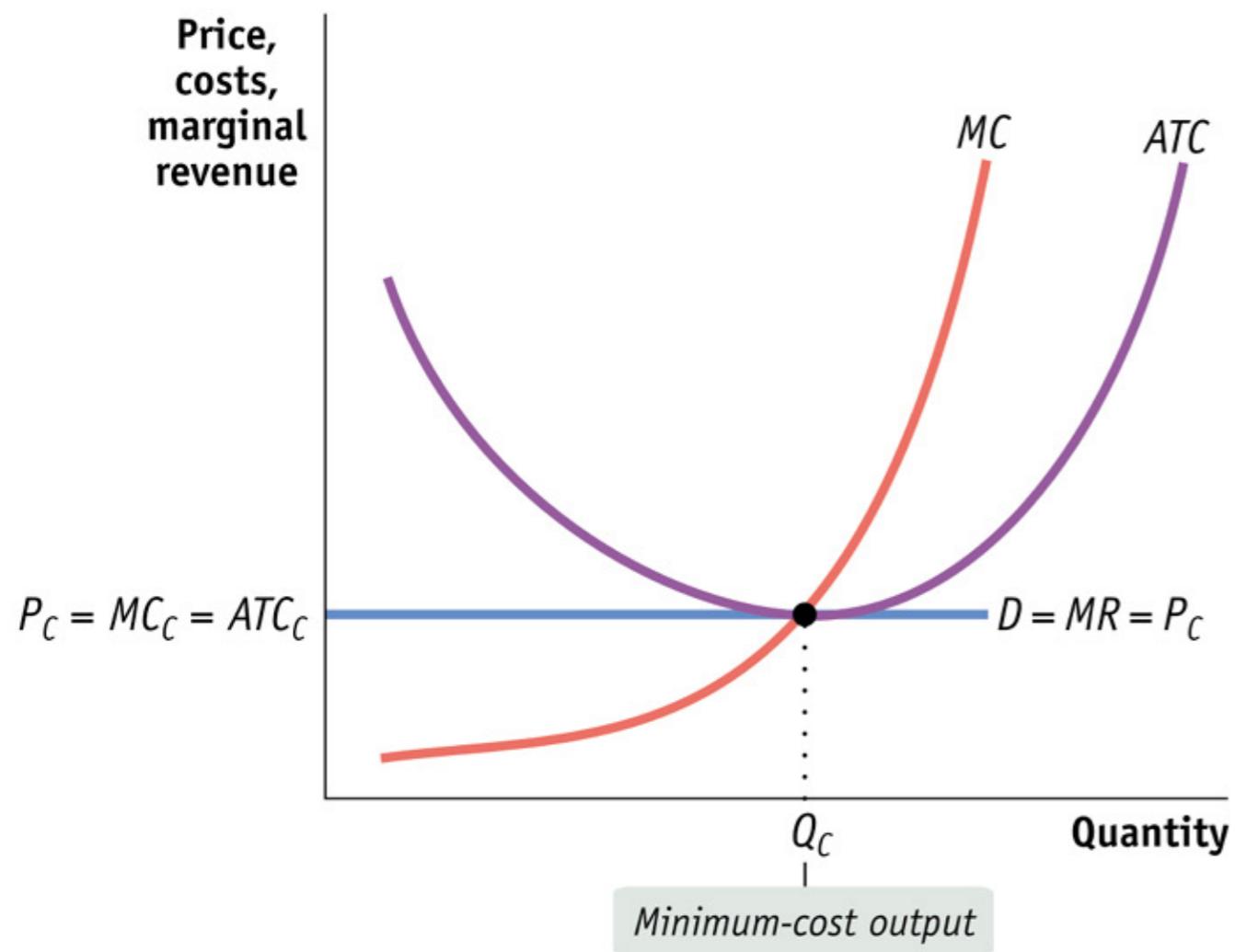
- 개별 기업은 독점기업처럼 행동
 - 차별화된 상품시장으로 인해 가능
- 시장진입/퇴출로 인해 장기적으로 이윤은 0
 - 다수 기업간의 경쟁의 결과

독점적 경쟁시장 평가

동일한 기술, 다른 시장(장기) 완전경쟁 vs. 독점적경쟁

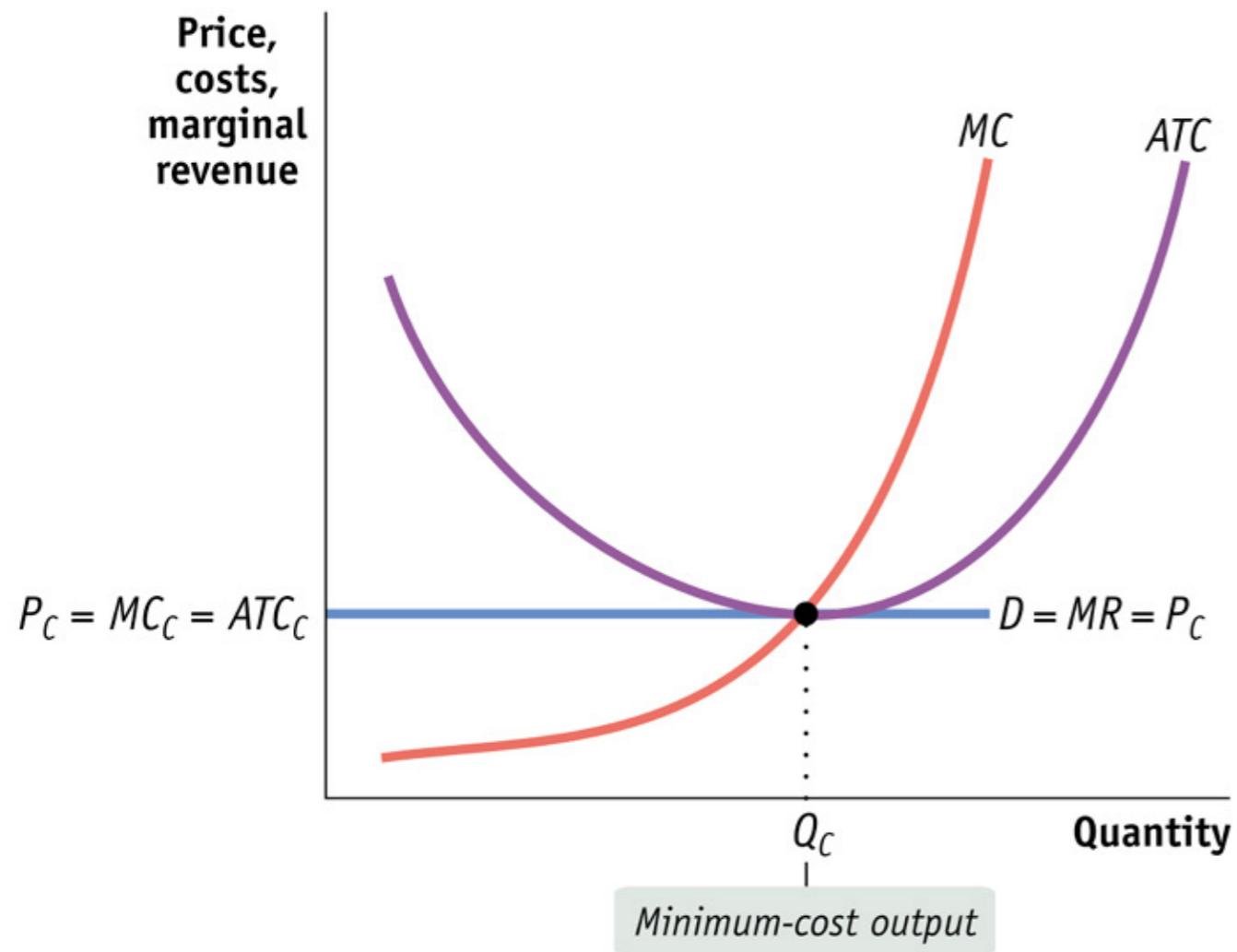
동일한 기술, 다른 시장(장기) 완전경쟁 vs. 독점적경쟁

(a) Long-Run Equilibrium in
Perfect Competition

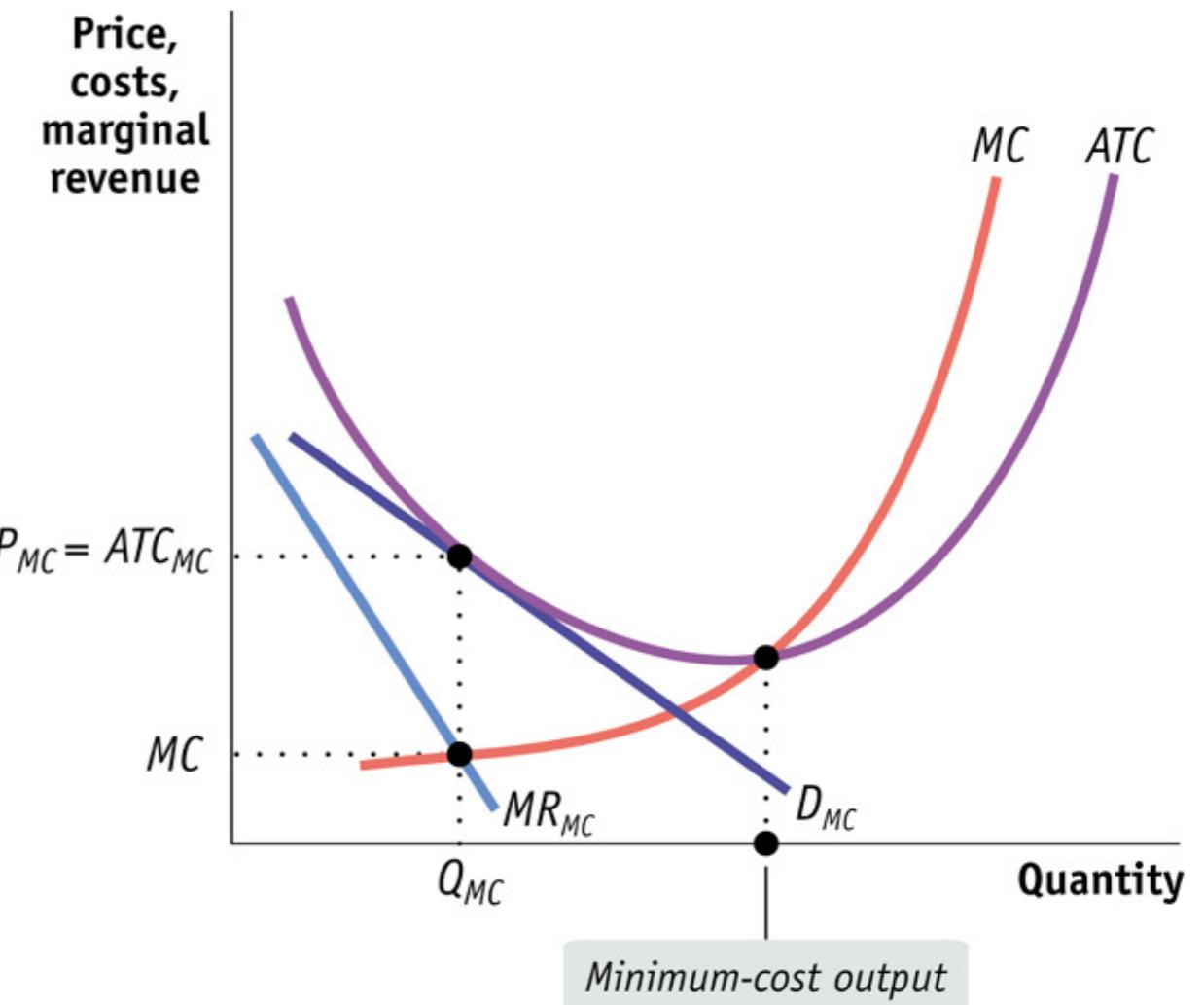


동일한 기술, 다른 시장(장기) 완전경쟁 vs. 독점적경쟁

(a) Long-Run Equilibrium in Perfect Competition



(b) Long-Run Equilibrium in Monopolistic Competition



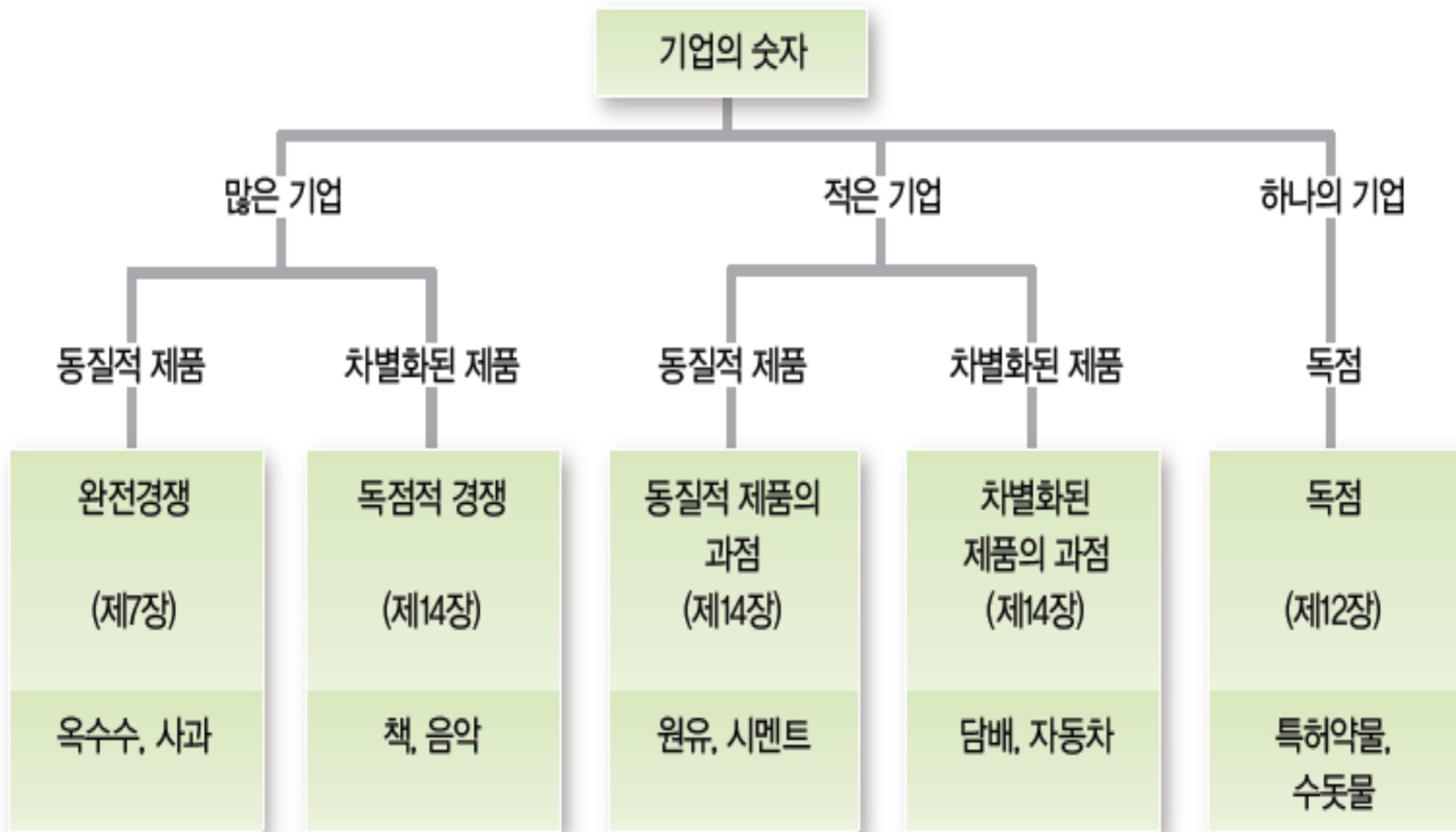
독점적 경쟁시장 평가

- 독점적 경쟁시장에서의 완전경쟁일 때보다 가격은 높고, 거래량은 적다: 자중손실 발생
- 기업은 더 많이 생산할 경우, 평균비용을 낮출 수 있다. 하지만 그러면 이윤이 극대화되지 못한다: 과잉설비(초과설비)

상충관계 Trade-off

- 높은 가격은 초과설비에 기인
- 초과설비는 다양성에 기인
- 다양성이 감소한다면 초과설비의 정도는 적어지고 완전경쟁상태에 가까워짐
- 하지만 다양성의 이득은 여기에서 정확히 고려되지 못함
- 다양성을 택할 것인가? 효율성을 택할 것인가?

시장구조: 종합



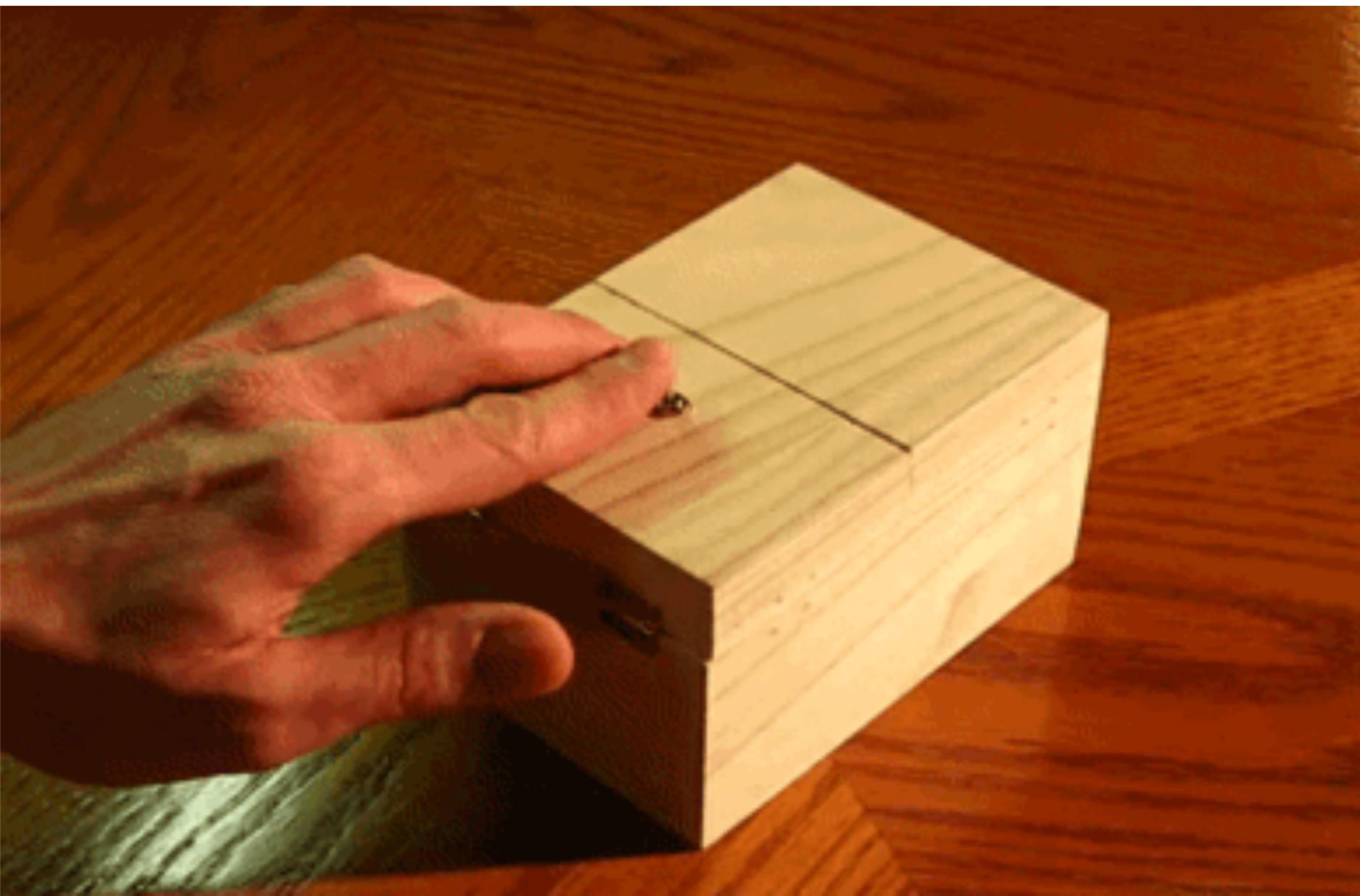
시장구조: 종합 (2)

	완전경쟁	독점적 경쟁	과점	독점
기업/판매자/ 제조업체의 숫자	많음	많음	적음	하나
판매되는 제품/ 서비스의 형태	같음(동질적)	약간 차별화됨	동질적이거나 차별화됨	하나, 차별화되지 않은 제품 또는 서비스
제품의 예	많은 농부들이 재배하는 옥수수	도서, CD	원유(동질적), 자동차(차별적)	특허 약물, 수돗물
진입장벽	없음, 자유로운 진입과 퇴출	없음, 자유로운 진입과 퇴출	있음	있음, 높음
가격수용자 또는 가격설정자?	가격수용자, 시장에 의해 결정	가격설정자(다른 판매자를 고려)	가격설정자(다른 판매자를 강하게 고려)	가격설정자–경쟁자 없음, 완전대체재 없음
가격	$P = MR = MC$	$P > MR = MC$ 로 설정	경쟁 및 제품차별화 종류에 따라 $P > MR$ $= MC$ 또는 $P = MR$ $= MC$ 로 설정	$P > MR = MC$ 로 설정
잔여수요곡선	수평선, 완전탄력적 수요곡선	우하향, 약간 차별화된 재화 존재	우하향	우하향
사회적 잉여	극대화됨	극대화 안 되지만 제품 다양성으로 인한 혜택 가능	극대화 안 됨	극대화 안 되지만 R&D 의 사회적 혜택 사례 있음
장기 이윤	0	0	0 또는 그 이상	0보다 큼

Next Topics

- 국부: 거시경제 주요 변수의 정의 및 측정

수고하셨습니다!



수고하셨습니다!

