

시장형태와

물가

1. 시장(市場)의 개념

시장이란 일반적으로 동대문시장이나 가락동농수산물 도매시장과 같이 물품을 팔려고 하는 사람과 살려고 하는 사람들이 운집하여 거래하는 일정한 장소를 연상하게 한다.

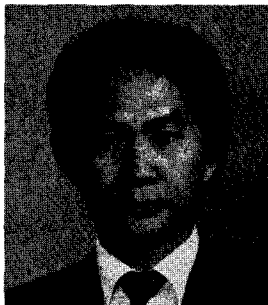
그러나 경제학적 입장에서 보면 시장이란 어떤 장소라기보다 어떤 물품에 대한 수요와 공급에 관한 정보가 구매자와 판매자 사이에 교환되고, 그 결과 물품의 가격이 결정되고 매매가 규칙적으로 일어나는 추상적인 기구이다. 다시 말하면 경제학상의 시장은 어떤 구체적인 장소에 관한 것이 아니고, 어떤 물품에 대한 수요와 공급에 대한 정보가 파는 사람과 사는 사람들 사이에 교환되고 따라서 그 물품의 매매가 이루어지는 추상적인 사회적 기구이다.

시장에 있어서는 언제나 서로 상반된 이해관계를 갖는 힘이 작용한다. 물건을 팔려고 하는 사람들은 서로가 경쟁관계에 있으며 사는 사람들로 부터 최량의 주문을 받아내고자 한다. 사는 사람들 역시 파는 사람들로 부터 최량의 조건을 얻어 내고자 한다.

2. 시장의 형태

시장형태란 남대문시장과 같은 어떤 특정시장의 지형이나 건물구조를 말하는 것이 아니다. 학문상의 시장의 형태는 결론적으로 말해서 완전경쟁시장(完全競爭市場), 독점시장(獨占市場), 과점시장(寡占市場) 및 독점적 시장(獨占的市場)의 네가지로 구분된다. 이들 시장의 형태를 구분할 수 있게 하는 요소는 다음과 같이 요약하여 말할 수 있다.

첫째의 요인은 제품의 공급자와 수요자의 수가 많으냐 적으냐 이다. 시장에 있어서는 공급자는 되도록이면 비싼 값으로 많이 판매하여 이익을 많이 보고자 하고, 수요자는 싼 값으로 자기가 원하는 량을 구입하고자 한다. 그런데 공급자들은 자기들끼리 자기 재화를 많이 판매하여 이득을 많이 얻으려고 가격을 내린다는지, 상품을 선전한다는가 하여 상호경쟁을 한다. 수요



정 찬 길
건국대학교축산대학
축산경영학과교수

자들도 공급량이 부족하면 자기가 원하는 양을 확보하기 위하여 보다 높은 가격을 줄 것을 제의하면서 자기들끼리 경쟁을 벌인다. 그러므로 공급자수가 많으면 많을수록 판매경쟁의 정도도 강하여지고, 공급자수가 적으면 그 경쟁의 정도도 약화될 것이다. 만일 공급자가 1인인 경우에는 서로 경쟁할 상대도 없고 또 경쟁할 필요도 없는 독점이 된다. 이와 같은 현상은 수요자의 입장에서 도 마찬가지이다. 수요자의 수가 많으면 많을수록 수요경쟁이 치열해질 것이다.

둘째의 시장형태의 구분요소는 제품의 유사성 내지 동질성의 정도이다. 많은 수의 공급자들이 판매하는 제품이 모두 동질의 것이라면 대체성이 높아 그 중의 한 공급자가 남달리 비싼 가격으로 자기 상품을 판매할 수도 없을 것이고, 자기 혼자서 광고선전을 통하여 자기제품이 더 많이 팔릴 것이라고 기대할 수도 없다. 이와는 반대로 동질성이 적은 제품은 서로 완전대체품이 될 수 없으며, 각 공급자들은 각기 어느 정도 독특한 제품을 공급하여 각기 수요자들의 기호에 호소하려는 것이다. 이와 같은 경우를 경제학에서는 독점적 경쟁이라고 부른다. 즉 이 경우의 생산자는 각자가 어느 정도 특징있는 제품을 생산해서 그 특징을 선호하는 소비자에 대해서는 어느 정도 독점력을 갖고 있다.

강철, 유리, 쇠고기, 연탄, 계란 등은 동질적인 상품이며 자동차, 텔레비전 등은 동질성이 적은 제품이다. 그러므로 자동차 등에 있어서는 제품에 따라 가격차가 심하고 또한 판매확대를 위한 광고선전도 극심하다. 그러나 계란, 쇠고기, 쌀 등 동질적 상품은 가격차가 거의 없고 판매증대를 위한 광고선전도 거의 찾아볼 수 없다.

세째의 요소는 새로운 진입이 자유로운가, 아닌가 여부이다. 산업의 종류에 따라서 새로운 진입자가 새로운 기업의 설립에는 큰 비용과 위험부담이나 법령에 의한 정부의 허가 때문에 제한을 받을 경우가 있을 것이다. 여하튼 새로운 진입자가 개업을 하는데 장애가 있는 산업은 제품의 생산량과 가격이 제한이 없거나 적은 산업과 다를 것이다.

끝으로 시장형태를 구분하는 요인은 시장에서의 기업

의 행동이다. 각 기업의 경영이 서로 독자적으로 설정한 가격 혹은 판매정책에 따라서 행하여지는가, 어떤 조합 또는 협회 등에 가입하여 합의에 의한 통일된 행동여부에 따라 생산량과 가격이 달라진다.

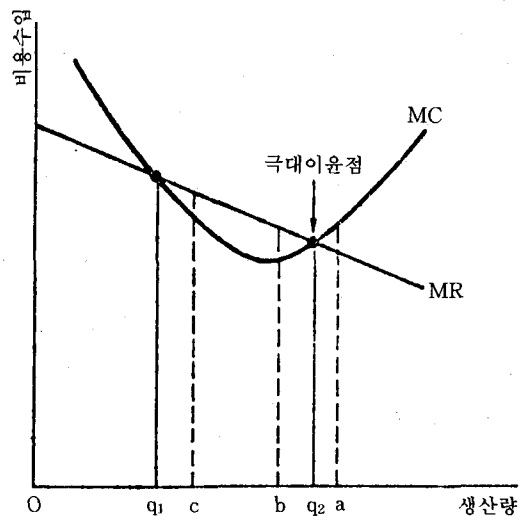
3. 이윤극대화를 위한 기업행동의 준칙

어떠한 시장형태를 막론하고 모든 기업에 적용되는 기본준칙이 있는데, 첫째는 생산여부이고, 둘째는 최적생산량이다.

일단 설립된 기업은 생산을 하는 것이 유리하다. 기업은 전혀 생산을 하지 않을 경우에도 설립된 이상 고정비용에 해당하는 손실을 본다. 만일 기업이 생산을 계속함으로써 얻은 총수입이 총비용을 충당하지 못한다 하더라도 생산으로 가변비용을 충당하고 다소 남는 것이 있다면 단기적으로는 생산을 하는 것이 유리하다. 따라서 기업의 생산여부에 관한 준칙은 수입이 그 생산에 따른 총가변비용에 미달할 경우에는 생산을 중단해야 한다.

기업의 최적생산량인데 기업은 총이윤을 증가시키는데 도움이 된다면 생산을 지속한다. 총수입이 증가하려면 생산을 함으로써 얻은 한계수입이 그것으로 말미암

〈그림 1〉 기업의 이윤극대화 생산량



은 한계비용보다 커야 한다. 어떤 제품 한 단위를 생산하는 데 한계수입이 한계비용보다 작다면 그 단위는 생산하지 않는 것이 타당하다. 따라서 최적생산량에 관한 준칙은 기업은 그 한계수입이 한계비용보다 클 때 생산하며 전자가 후자와 일치될 때까지 생산을 확대하는 것이 좋다.

이를 그림으로 설명하면 한계수입(MR)과 한계비용(MC)과 같게되는 생산량은 Oq_1 및 Oq_2 의 두 가지 생산수준이 있다. 즉, 한계비용곡선이 한계수입곡선과 그 감소하는 부분에서 교차하는 것과 증가하는 부분에서 교차하는 생산량 수준이다. 생산량 q_1 이후는 한계비용이 한계수입보다 적으므로 생산량을 증가해 감에 따라 이윤이 증가하고, q_2 수준을 초과하면 한계비용이 한계수입을 초과함으로 생산량을 줄일 때 이윤이 증가한다.

<그림 1>

이상의 두 가지 준칙으로부터 기업의 이윤극대화를 위한 세 가지 조건을 도출할 수 있다. ① 가격은 최소한 평균가변비용을 커버하여야 한다. ② 한계수입은 한계비용과 같아야 한다. ③ 한계비용곡선은 한계수입곡선을 아래로 부터 교차해야 한다.

4. 경쟁시장에서 생산과 가격

경쟁시장의 대명사로서 완전경쟁시장(完全競爭市場)을 들 수 있으며 완전경쟁이 성립하려면 다음 조건을 충족시켜야 한다.

첫째, 동종 또는 동질제품의 다수 구매자와 판매자 존재하여 이들 중 단독의 의사나 행위가 시장가격에 영향을 줄 수 없는 것이다. 제품의 가격은 시장수요와 시장공급의 사정에 따라 변화한다. 즉 다수의 공급자와 수요자가 있으면 그 다수 중 한 사람의 수요량 또는 공급량이란 전체의 시장수요량 혹은 시장공급량의 아주 적은 부분이므로 그 양의 변동은 시장가격에 영향을 줄 만큼 크지 못하기 때문에 가격순응자가 되는 것이다.

예컨대 돼지를 기르는 양축가가 그의 비육돈의 공급량은 시장에 나오는 전체공급량의 몇 천분의 일 밖에 되지 않기 때문에 설사 그가 공급량을 반으로 줄인다

하여 그 때문에 돼지값이 대폭 오르는 일은 없을 것이다. 즉, 비육돈의 개별공급자는 자기의 공급을 줄이고 늘임으로써 시장가격을 오르내리게 할 힘은 없다. 물론 다수의 양돈농가가 동시에 공급을 증감한다면 시장가격이 변할 것이다. 이 여건은 수요자에게도 마찬가지이다.

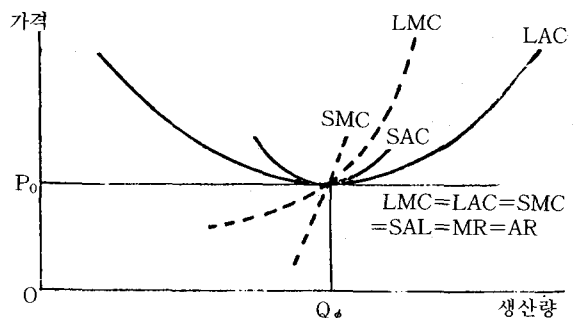
둘째, 제품의 수요, 공급 및 가격의 형성에 정부의 가격통제라든가, 노동조합의 단체교섭에 의한 최저임금제를 약정한다든가, 협동조합 혹은 연합회 등이 가격을 협정하든가 하는 인위적 제한이 없어야 한다.

셋째, 생산물과 생산요소의 이동성이 자유로워야 한다. 노동, 자본, 토지 등의 생산요소는 한 용도에서 다른 용도로, 혹은 한 산업에서 타 산업으로 마음대로 이동할 수 있어야 한다.

네째, 모든 경제단위가 경제상황에 관하여 완전한 지식을 가지고 있다는 것이다.

이상과 같은 조건이 성립하는 완전경쟁시장에서 기업의 이윤을 극대화하려면 기업이 생산시설 자체의 규모를 변경시킬 수 없을 정도로 짧은 단기에 있어서는 생산물의 시장가격(P)과 한계비용이 같은 생산량(Q_1)의 생산수준이다. 즉 $P=MC=MR=AR$ 이다. 특히 균형점 부근에서 한계비용은 점증적이어야 한다. 왜냐하면 완전경쟁시장에 있어서는 공급자는 가격순응자이므로 생산물가격과 한계수입 및 평균수입이 동일하다. <그림 2>

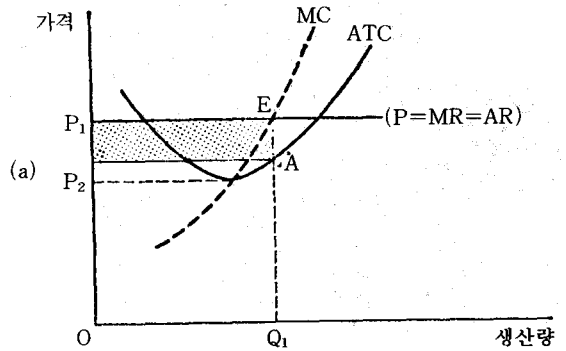
<그림 2> 기업의 단기균형조건



시설자재의 변경이 이루어지는 장기균형조건은 기업의 한계비용과 가격이 일치할 뿐 아니라 가격과 평균비용도 일치하는 생산량 수준으로 초과이윤도 소멸되고 신기업의 진입도 그치는데 이때에 최저의 시설을 최대의 능률로 가동하는 산업내 기업의 수가 결정된다. 완전경쟁하의 기업의 장기균형조건을 요약하면 다음과 같다. $LMC=LAC=SMC=SAC=P=MR$, 여기서 LMC : 장기한계비용, LAC : 장기평균비용, SMC : 단기한계비용, SAC : 단기평균비용, P : 생산물가격, MR : 한계수입이다. <그림 3>

완전경쟁의 경제적 효과는 다음과 같다. 완전경쟁에서는 생산물가격이 평균비용을 초과하면 초과이윤이 발생하고 이는 기업들을 그 산업으로 유인하여 초과 이윤을 소멸시킨다. 따라서 완전경쟁하에서는 가격과 평균비용이 일치하는 때까지 생산량이 확대되므로 소비자들은 최대의 생산량을 최저의 비용으로 소비할 수 있게 된다. 또한 완전경쟁은 사회의 자원을 최적으로 배분한

<그림 3> 기업의 장기균형조건



다. 따라서 모든 자원의 완전고용으로 유도하는 것이다. 끝으로 개별생산요소의 한계생산성으로 결정되는 기회비용으로 생산요소의 대가가 지불된다.

이와 같은 긍정적인 측면이 있는가 하면 완전경쟁은 소비자의 욕망을 완전하게 반영하지 못하거나 경제적 발전을 위한 불충분한 유인을 제공하지 못하는 부정적인 측면도 있다. <양기>

녹십자수의약품주식회사

서울사무소: 서울특별시동작구사당동1031-29
☎ 582-9181~5
본사·공장: 경기도용인군기흥읍구갈리227-5
☎ 수원 8)3423/4



세균성 질병이라면
몽땅 맡겨주십시오.

- 소독: 축산의 기본입니다.
- 바이러스성질병: 백신으로 예방합니다.
- 세균성질병: 세균성질병은 몽땅 **이메킬-10**에 맡겨 주십시오. CCRD의 예방도 맡겨 주십시오. 마이코플라즈마에는 감수성이 적지만 마이코플라즈마 단독으로는 병이 잘 나지 않습니다.

이메킬-10