

생활과 경제



01 독점적 경쟁

독점적 경쟁시장

- ▶ 시장영향력을 크게 행사할 수 없을 만큼 참여 기업들의 시장점유율이 작고, 시장진입이 쉽다는 점에서 경쟁적 특성을 갖지만, 차별화된 상품을 공급한다는 면에서는 독점적 특성
- ▶ 약간의 시장지배력은 가지고 있기 때문에 제한된 범위 내에서 가격결정권을 행사
- ▶ 가까운 대체재가 많기 때문에 가격결정력은 제한적

02 독점과 완전경쟁의 사이

불완전경쟁시장의 종류

과점 (Oligopoly)

유사하거나 동일한 상품을 공급하는 소수의 공급자가 존재하는 시장구조

독점적 경쟁 (Monopolistic Competition)

수많은 공급자가 동일하지는 않지만 유사한 상품을 공급하는 시장구조

03 두 종류의 불완전 경쟁시장

독점적 경쟁과 과점

독점적 경쟁

- ▶ 유사하지만, 똑같은 것은 많은 상품을 공급하는 수많은 공급자로 이루어진 시장

과점

- ▶ 유사하거나, 똑같은 상품을 공급하는 소수의 공급자로 이루어진 시장
- ▶ 예 : 승용차, 가전, 정유, 이동통신

03 두 종류의 불완전 경쟁시장

▶▶▶ 독점적 경쟁

- ▶ 독점과 완전경쟁의 속성을 동시에 지니고 있는 시장구조

독점적 경쟁의 조건(=정의)



5

04 독점적 경쟁의 특성

▶▶▶ 다수의 공급자

- ▶ 다수의 공급자가 같은 소비자 집단을 대상으로 경쟁한다

예시



6

04 독점적 경쟁의 특성

▶▶▶ 제품차별화

- ▶ 각 공급자는 경쟁기업과 차별화 되어있지만 밀접하게 대체가 가능한 상품을 공급
- ▶ 따라서 각 공급자는 가격설정자로서 약간의 시장지배력을 가짐
- ▶ 각 공급자는 우하향하는 수요곡선에 직면

7

04 독점적 경쟁의 특성

▶▶▶ 진입과 퇴출의 자유

- ▶ 이 시장에 존재하는 기업의 수는 기업 이윤이 0에 수렴할 때까지 늘거나 줄거나 함

8

05 차별화를 통한 경쟁

단기균형

- ▶ 단기적으로 초과이윤이 발생하면 잠재적 경쟁기업들이 시장에 진입

그 결과



9

05 차별화를 통한 경쟁

장기균형

- ▶ 시장 진입과 퇴출이 자유롭기 때문에, 장기적으로 기업들의 이윤은 0에 수렴

두 가지 특성

시장지배력을 가지고 있으므로, 가격이 한계비용을 초과함

- 한계비용과 한계수입이 일치
- 수요곡선이 우하향하기 때문에 한계수입은 가격보다 낮다

진입퇴출이 자유로운 경쟁시장이므로, 이윤은 장기적으로 0에 수렴

- 가격이 평균비용과 일치

10

05 차별화를 통한 경쟁

비가격경쟁(non-price discrimination)

- ▶ 독점적 경쟁시장에 있는 기업은 상품에 대한 가격통제력을 행사하기 위해
- ▶ 가장 대표적인 비가격경쟁 수단이 광고
- ▶ 광고비의 지출은 아무런 수요 증가의 효과 없이 생산비만 증가한다는 부정적인 면
- ▶ 광고를 통한 정보제공은 소비자들에게 선택의 여지를 준다는 긍정적인 면

11