

## 2018년 산업조직론 졸업시험 준비 가이드라인

※ 2018년 하반기 산업조직론 졸업시험의 범위는 다음과 같습니다.

- (가) 완전경쟁시장, 독점시장, 과점시장의 이해
- (나) 시장구조와 시장력
- (다) 독점기업의 전략: 가격결정, 가격차별, 수평적 제품차별화
- (라) 지배-부수기업 모형
- (마) 쿠르노, 베르트랑, 스타켈버그 모형
- (바) 산업조직론과 경쟁정책 (배제 행위, 공동 행위, 기업결합, 수직제한 등에 대한 규제)

※ 졸업시험은 다음과 같이 출제됩니다.

- ☐ 1차 시험은 모두 4지선다형으로 20문항이 출제됩니다.
- ☐ 2차 시험은 4지선다형 문제와 서술형 문제가 혼합되어 출제됩니다.

※ 졸업시험 준비를 위해 첨부한 예상문제를 꼼꼼히 풀어보시기 바랍니다.

- ☐ 기출문제의 4지선다형 문제를 이해하신다면 1차에서 쉽게 합격하실 수 있습니다.
- ☐ 졸업을 앞두고 여러 번 시험을 보느라 시간을 낭비하지 맙시다.

※ 예상문제의 5번, 25번, 32번의 문제 혹은 정답/풀이가 수정되었으니, 확인하여 준비하시기 바랍니다.

## 산업조직론 예상문제 모음

※ [4지선다형 문제] 다음 물음에 가장 알맞은 답을 보기에서 골라 답안지에 기입 하시오. (각 5점)

1. 산업조직론의 역사와 관련한 다음 설명 중 가장 바르게 기술된 것은?
  - ① 아담 스미스는 국부론에서 담합의 문제점을 지적하였으나, 독점의 문제는 언급하지 않았다.
  - ② 셔먼법은 유럽 독점규제의 기본법이다.
  - ③ 시카고학파는 구조-행위-성과 모형을 통해 산업조직론을 연구하였다.
  - ④ 최근 산업조직론은 기업들의 전략적 상호관계를 주된 주제로 삼고 있다.
  
2. 시장집중도와 시장력에 대한 다음 설명 중 가장 옳지 않은 것은?
  - ① 러너지수는 시장집중도를 표현하는 대표적인 수치이다.
  - ② 시장집중도가 높다고 반드시 시장력이 크다고 볼 수는 없다.
  - ③ 기업의 수가 같다면 각 기업의 시장점유율의 분산이 클수록 HHI가 크다.
  - ④ 수요가 탄력적일수록 러너지수는 작다.
  
3. 시장 획정에 대한 다음 설명 중 가장 옳지 않은 것은?
  - ① 원칙적으로 생산의 유사성을 기준으로 시장을 획정해야 한다.
  - ② 시장을 좁게 획정할수록 시장집중도가 크게 산정된다.
  - ③ 가상적 독점사업자 검정법은 시장획정의 방법으로 자주 활용된다.
  - ④ 어떤 범위의 상품의 가격이 모두 인상되었을 때 수요량이 크게 감소한다면 시장은 그 범위보다 크게 획정되어야 할 것이다.
  
4. 독점과 완전경쟁시장에 대한 다음 설명 중 옳지 않은 것은?
  - ① 독점과 완전경쟁시장은 시장구조의 양 극단으로 볼 수 있다.
  - ② 완전경쟁시장에서 기업은 한계수익과 한계비용이 같아지는 수준에서 생산량을 결정한다.
  - ③ 일반적인 독점시장에서 사중손실(후생손실)이 발생하는 이유는 모든 소비자에게 다른 가격을 부과할 수 있기 때문이다.
  - ④ 완전경쟁시장은 파레토효율적이다.

5. 독점기업이 이윤을 극대화할 경우 극대화를 할 경우 러너지수(Lerner Index)는 다음과 같이 표현할 수 있다. 여기에서  $MC$ 는 한계비용,  $\epsilon^d$ 는 수요의 가격탄력성이다.

$$L = \frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{\epsilon^d}$$

다음 기술 중 가장 옳지 않은 것은?

- ① 러너지수가 클수록 독점기업의 시장력이 크다고 할 수 있다.
- ② 독점기업이 공급하는 재화의 밀접한 대체재가 있다면 러너지수는 높을 것이다.
- ③ 만약 수요의 가격탄력성이 -2라면 가격은 한계비용의 2배일 것이다.
- ④ 독점기업이 두 유형의 소비자에게 3급 가격차별을 한다면, 수요가 탄력적인 유형의 소비자에게 낮은 가격을 책정할 것이다.

6. 다음 표는 세 시장 A, B, C에서 기업들의 시장점유율을 나타낸다. 다음 중 가장 적절한 설명은?

시장	A	B	C
1위 사업자	50 %	40 %	60 %
2위 사업자	50 %	30 %	10 %
3위 사업자		30 %	10 %
4위 사업자			10 %
5위 사업자			10 %

- ①  $CR_2$ 기준으로는 B 시장이 C시장보다 더 집중되어 있다.
- ② HHI기준으로는 C시장의 시장집중도가 가장 높다.
- ③ C시장이 지배기업-부수기업 모형을 적용하기에 가장 적절하다.
- ④ B시장의 1위사업자의 시장력이 다른 시장 1위사업자의 시장력보다 크다고 말할 수 있다.

7. 대고대학교의 독점적 베이커리인 런던 바게트는 교직원과 학생을 대상으로 바게트를 판매하고 있다. 교직원과 학생의 바게트에 대한 개별수요곡선은 각각  $Q_P = 24 - P$ 와  $Q_S = 16 - P$ 이다. 런던 바게트가 바게트를 1개 생산하는데 드는 한계비용은 4이고 고정비용은 0이다. 런던 바게트는 판매 시에 교직원증을 제시하도록 함으로써 교직원과 학생을 구분할 수 있다. 다음 중 런던 바게트의 이윤을 가장 크게 하는 판매방식은?

- ① 교직원에게는 바게트를 개당 14원에 판매하고 학생에게는 바게트를 개당 10원에 판매한다.
- ② 바게트를 모두 4원에 판매하되, 런던 바게트 회원에게만 바게트를 판매하고, 교직원에게는 회원비로 200원을, 학생에게는 회원비로 72원을 받는다.
- ③ 바게트를 20개 묶음과 12개 묶음으로만 판매하고 20개 묶음의 가격을 280원, 12개 묶음을 120원으로 책정한 후 고객으로 하여금 원하는 묶음을 고르도록 한다.
- ④ 학생용 바게트 세트를 12개 120원에, 교직원용 바게트 세트를 20개 232원에 판매한다.

8. 2급 가격차별에 대한 다음 기술 중 옳지 않은 것은?

- ① 소비자에게 메뉴를 제시하고 소비자가 메뉴 중 하나를 선택하게 하는 방식이 채택된다.
- ② 지불용의금액이 높은 소비자는 효율적 수준의 구매량을 구매하지만 소비자잉여는 얻지 못한다.
- ③ 소비자 유형별 지불용의금액을 알지만 어느 소비자가 어떤 유형에 속하는지를 알지 못할 경우 사용한다.
- ④ 가격차별 결과 시장 생산량이 가격차별이 없었을 때보다 감소한다면 총잉여(사회잉여)는 반드시 감소했을 것이라 할 수 있다.

9. 독점기업이 서로 다른 수요곡선을 가진 두 그룹의 소비자에 대해 3급 가격차별을 했을 때, 가격차별을 하지 않는 경우와 후생을 비교한 설명으로 옳은 것은?

- ① 가격차별을 하면 두 그룹의 소비자의 후생은 모두 감소한다.
- ② 가격차별을 하게 되면 기업은 수요가 상대적으로 비탄력적인 그룹의 소비자로부터의 이윤은 증가하는 반면, 수요가 상대적으로 탄력적인 그룹으로부터의 이윤은 감소한다.
- ③ 가격차별의 결과 거래량이 가격차별을 하지 않았을 경우의 거래량과 같다면, 사회잉여는 가격차별로 인해 감소할 것이다.
- ④ 가격차별을 하지 않을 때 두 그룹의 소비자가 모두 구매를 하고 있었다면, 가격차별로 인해 한 그룹의 소비량은 늘어나고, 다른 그룹의 소비량은 줄어든 것이다.

10. 경북지역 피자의 독점적인 공급자인 “까망베르”는 지역별로 다른 가격을 책정하고 있으며, 소비자들은 다른 지역에서 구매하지 못한다. 대구시와 경산시의 피자수요의 가격탄력성은 각각 -3과 -2이다. (수요의 가격탄력성이 음수임에 유의하자.) 또한 배달원의 임금이 경산시에서보다 대구시에서 더 높기 때문에 한계비용의 차이도 존재한다. 한계비용은 대구시의 경우 피자 1장 당 2천원, 경산시의 경우 1천5백원이다. 이윤을 극대화하는 독점기업의 러너지수는 다음과 같이 표현될 수 있다. 여기에서  $\epsilon^d$ 는 수요의 가격탄력성이다.

$$L = \frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{\epsilon^d}$$

까망베르 피자의 지역별 가격에 대한 다음 설명 중 옳은 것은?

- ① 러너지수는 경산이 대구보다 높다.
- ② 대구의 가격이 경산의 가격보다 낮다.
- ③ 대구의 가격은 경산의 가격의 4/3배이다.
- ④ 대구 가격 ÷ 경산 가격은 대구 한계비용 ÷ 경산 한계비용 보다 크다.

11.  $N$ 명의 피서객이  $1km$ 의 해변에 균등하게 분포해 있고, 각 피서객은 아이스크림을 1개 이하로 구매할 용의가 있다. 모든 소비자는 아이스크림에 대해  $V$ 만큼 지불할 용의가 있는데,  $V$ 는 충분히 큰 값이다. 소비자들은 아이스크림을 구매하기 위해 아이스크림의 가격 이외에  $lkm$  떨어져 있는 판매대로부터 구매할 때  $t \times l$ 만큼의 이동비용을 지불해야 한다. 이 해변에서 아이스크림의 독점적 판매권을 보유한 판매상은 아이스크림을 개당  $c$ 원의 원가로 공급할 수 있고, 판매대를 1개 설치하기 위해  $F$ 의 판매대 설치비용을 지불해야 한다. 이러한 상황에서 독점 판매상의 판매대 설치 및 가격책정 전략과 관련하여 다음 중 바르게 설명한 것은?

- ① 제시된 모형은 수직적 제품차별화를 분석하기에 적합하다.
- ② 판매대의 수를 늘릴수록 판매상은 낮은 가격을 책정해야 한다.
- ③ 판매대의 수를 늘릴 때 판매수익은 늘어난다.
- ④ 두 개의 판매대를 설치할 때 판매대는 해변의 오른쪽에서  $1/3 km$  떨어진 곳과  $2/3 km$  떨어진 곳에 위치하도록 하는 것이 이윤을 가장 크게 하는 방법이다.

12. 위 11번 문제에  $N=100$ ,  $t=2$ ,  $F=10$ 인 경우를 풀어보니 판매대를  $n$ 개 설치하였을 때의 최적 이윤  $\pi(n)$ 은 다음과 같이 도출되었다고 한다.

$$\pi(n) = 100 \left( V - \frac{1}{n} - c \right) - 10n$$

다음 중 옳지 않은 것은?

- ① 이윤을 극대화하기 위한 판매대의 수를 정하기 위해 판매상은 판매대를 늘릴 때의 판매이익과 판매대 설치비용을 비교해야 한다.
- ② 이윤극대화를 위해 판매상은 3개의 판매대를 설치해야 한다.
- ③ 가격의 높고 낮음이 사회잉여(소비자잉여+이윤)에서 고려되지 않음을 생각해보면, 이윤극대화를 위한 판매대의 개수는 사회적 최적보다 많을 것이다.
- ④ 만약 판매상이 배달서비스를 실시하고, 배달비용이 소비자의 이동비용과 같다면, 배달서비스는 소비자잉여를 증가시킬 것이다.

13. 어떤 상품의 시장은 가격설정능력을 지닌 지배기업과 이 가격을 추종하여 생산량만을 결정하는 부수기업들로 이루어져 있다. 지배기업 부수기업 모형에 의하면 다음 공식이 도출된다. 여기에서  $S_D$ 는 지배기업의 시장점유율,  $S_f$ 는 부수기업의 시장점유율,  $\epsilon_f^s$ 는 부수기업의 공급탄력성,  $\epsilon^d$ 는 수요탄력성을 나타낸다. 수요탄력성은 항상 음수임에 유의하라.

$$\frac{p - MC}{p} = \frac{S_D}{S_f \cdot \epsilon_f^s - \epsilon^d}$$

다음 설명 중 옳지 않은 것은?

- ① 다른 조건이 같다면  $CR_1$ 이 높을수록 러너지수가 높을 것이다.
- ② 다른 조건이 같다면 부수기업이 신축적으로 생산량을 조정할 수 있을 때 러너지수가 높을 것이다.
- ③ 다른 조건이 같다면 이 상품의 강력한 대체재가 존재할수록 러너지수가 낮을 것이다.
- ④ 다른 조건이 같다면 이 재화가 필수재일수록 러너지수는 높을 것이다.

14. 지배기업 부수기업 모형에 의하면 지배기업의 러너지수는 다음과 같다. 여기에서  $S_D$ 는 지배기업의 시장점유율,  $S_f$ 는 부수기업들의 시장점유율의 합,  $\epsilon_f^s$ 는 부수기업의 공급탄력성,  $\epsilon^d$ 는 수요의 가격탄력성이다.

$$\frac{p - MC}{p} = \frac{S_D}{S_f \cdot \epsilon_f^s - \epsilon^d}$$

공정거래위원회의 『시장지배적지위 남용행위 심사기준』은 시장지배적사업자 여부의 판단기준을 다음과 같이 설명하고 있다.

당해 사업자가 시장지배적사업자인지 여부는 (가)시장점유율, (나)진입장벽의 존재여부 및 정도, (다)경쟁사업자의 상대적 규모, 경쟁사업자간의 공동행위의 가능성, (라)유사품 및 인접시장의 존재, 시장봉쇄력, 자금력 등을 종합적으로 고려하여 판단한다.

다음 설명 중 옳지 않은 것은?

- ① 시장지배적 사업자는 시장력이 높은 사업자로 해석할 수 있다.
- ② (가)는 부수기업 모형에서  $S_D$ 의 크기와 관련되어 있다.
- ③ (나)와 (다)는 부수기업 모형에서  $S_f$  및  $\epsilon_f^s$ 와 관련되어 있다.
- ④ (라)에서 유사품 및 인접시장이 존재하면  $-\epsilon^d$ 가 작아지므로 지배기업의 시장력이 커진다.



19. 동질적 상품 시장에서 쿠르노 경쟁의 결과에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 기업의 수가 늘어나면 시장가격은 낮아진다.
- ② 기업의 수가 줄어들면 시장거래량은 감소한다.
- ③ 다른 조건이 동일하다면 한계비용이 낮은 기업이 시장점유율도 낮다.
- ④ 기업의 수가 무수히 많으면 가격은 한계비용과 같아진다.

20. 동질적 상품을 생산하는 두 기업이 역수요함수가  $P = 24 - Q$ 인 시장에서 생산량을 전략변수로 경쟁하고 있다. 두 기업은 동시에 생산량을 결정하고, 1단위를 생산하는 데에 소요되는 비용은 두 기업 모두 6이다. 기업1과 기업2의 생산량을 각각  $q_1$ 과  $q_2$ 라고 할 때, 다음 중 바르게 설명한 것은?

- ① 기업1의 이윤함수는  $\Pi_1(q_1, q_2) = (24 - q_1 - q_2)q_1$ 이다.
- ② 기업1의 반응함수는  $R_1(q_2) = (18 - q_2)/2$ 이다.
- ③ 균형에서 두 기업은 각각 8단위를 생산할 것이다.
- ④ 이 시장의 균형가격은 8이다.

21. 다음은 쿠르노 경쟁 시장에서 시장점유율과 시장집중도 및 러너지수와의 관계를 나타낸 식이다. 여기에서  $L_i$ 는 기업  $i$ 의 러너지수를,  $L$ 은 산업전체의 가중평균 러너지수를,  $s_i$ 는 기업  $i$ 의 시장점유율을,  $\epsilon^d$ 는 수요의 가격탄력성을 의미한다.

$$L_i = -\frac{s_i}{\epsilon^d}, \quad L = -\frac{HHI}{\epsilon^d}$$

다음 중 옳지 않은 설명은?

- ① 다른 조건이 동일하면 시장점유율이 높은 기업이 더 큰 시장력을 보유한다고 볼 수 있다.
- ② 다른 조건이 동일하다면 한계비용이 낮은 기업이 더 낮은 러너지수를 보일 것이다.
- ③ 다른 조건이 동일하다면  $HHI$ 로 측정된 시장집중도가 높을수록 산업 가중평균 러너지수가 높을 것이다.
- ④ 수요가 가격에 탄력적이라면 시장집중도가 높더라도 시장력이 크지 않을 수 있다.



22. 다음 두 기업의 베르뜨랑 경쟁모형에 대한 설명 중 가장 바른 것은?

- ① 만약 상품이 동질적이라면, 동일한 비용구조를 가진 기업이 경쟁할 때 가격은 한계비용보다 높을 것이다.
- ② 생산용량 제약이 있을 경우 상품이 동질적이라도 가격은 한계비용과 같다.
- ③ 만약 기업들이 가격경쟁을 하기 전에 생산용량을 전략변수로 경쟁한다면, 시장균형은 꾸르노 균형과 유사해질 것이다.
- ④ 차별적 상품시장에서 베르뜨랑 경쟁을 하면, 균형가격은 한계비용과 같아질 것이다.

23. 차별적 상품시장에서의 베르뜨랑 균형에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 통상 반응함수는 우상향한다.
- ② 소비자들의 충성도가 높을수록 낮은 가격을 책정해야 한다.
- ③ 한계비용이 높을수록 높은 가격을 책정해야 한다.
- ④ 베르뜨랑 역설을 해결하는 한 방법이다.

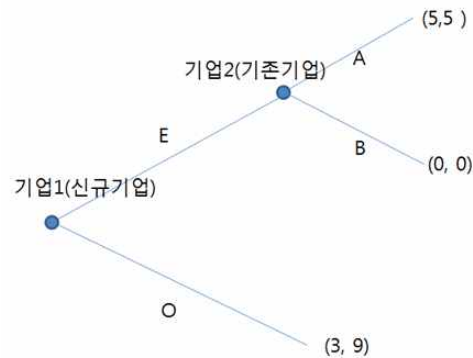
24. 베르뜨랑 역설에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 가격을 전략변수로 경쟁할 때 시장집중도가 높아도 시장력이 없어지는 현상을 의미한다.
- ② 기업의 수가 2개여도 기업은 한계비용만큼 가격을 책정한다.
- ③ 기업의 생산용량에 제약이 있을 때는 성립하지 않는다.
- ④ 차별적 시장에서만 성립한다.

25. 부분게임완전내시균형에 대한 설명으로 바른 것은?

- ① 동시 게임에 적용된다.
- ② 경기자들은 자신보다 먼저 움직인 경기자의 전략을 “예상”하여 자신의 전략을 선택한다.
- ③ 균형을 구할 때는 먼저 움직인 경기자의 합리적 선택을 먼저 풀어야 한다.
- ④ 공약의 문제를 설명하기에 적절한 균형개념이다.

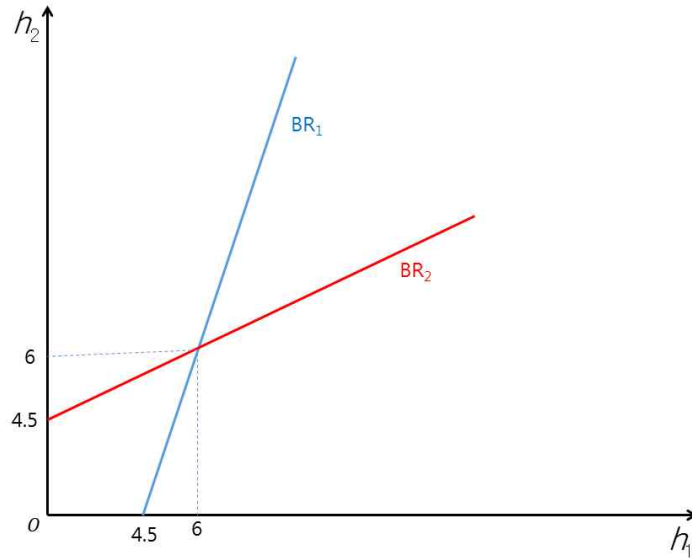
26. 다음 그림은 진입게임을 전개형으로 표현한 것이다. 이 그림에서 E는 진입전략을, O는 진입을 하지 않는 전략을, A는 진입을 수용하는 전략을, B는 진입에 대해 강력한 가격전쟁을 수행하는 전략을 의미한다.



다음 설명 중 옳지 않은 것은?

- ① 만약 신규기업이 진입을 한다면 기존 기업은 진입을 수용하는 것이 합리적이다.
  - ② 기존 기업이 강력한 가격전쟁을 수행하고, 이를 두려워 한 신규기업이 진입을 하지 않는 것은 부분게임완전내시균형에서 일어날 수 있는 결과이다.
  - ③ 적절한 균형개념을 채택하였을 때, 균형 하에서 신규기업은 5의 이윤을 얻을 것이다.
  - ④ 신규기업이 기존기업의 합리적 선택을 예상한다면 진입을 하는 전략을 택할 것이다.
27. 두 기업이 생산량을 전략변수로 경쟁할 경우와 가격을 전략변수로 경쟁할 경우를 비교할 때, 다음 설명 중 바른 것은?
- ① 두 기업이 동시에 경쟁할 때, 생산량을 전략변수로 경쟁하면 반응곡선이 우상향하지만 가격을 전략변수로 경쟁하면 반응곡선은 우하향한다.
  - ② 두 기업의 생산량은 전략적 보완관계에 있지만 두 기업의 가격은 전략적 대체관계에 있다.
  - ③ 두 기업이 순차적으로 전략변수를 선택할 때, 생산량이 전략변수이면 후행자의 이득이 있지만, 가격이 전략변수이면 상품이 차별적일 때 선행자의 이득이 있다.
  - ④ 가격을 전략변수로 경쟁할 때 기업이 순차적으로 가격을 결정하면 동시에 가격을 결정하는 경우에 비해 두 기업의 이윤이 모두 크다.

28. 기업1과 기업2는 연구개발을 전략변수로 경쟁하고 있다.  $h_1$ 과  $h_2$ 는 각각 기업1과 기업2의 연구개발비를 의미한다. 연구개발비를 늘리면 이윤이 늘어나지만, 어느 정도 이윤이 늘어나는지는 다른 기업의 연구개발비에 따라 달라진다. 다음은 두 기업의 반응곡선( $BR_1$ ,  $BR_2$ )을 나타낸 그림이다. 다음 중 옳지 않은 것은?



- ① 두 기업의 연구개발비는 전략적 보완관계에 있다.
  - ② 균형에서 두 기업은 각각 6의 연구개발비를 지출할 것이다.
  - ③ 기업1이 정부 보조로 인해 연구개발비 투자비용이 감소하여 반응곡선이 오른쪽으로 이동한다면 균형에서 두 기업 모두 연구개발비를 늘릴 것이다.
  - ④ 기업1이 기업2보다 먼저 연구개발비를 결정하고 이를 기업2에게 알릴 수 있다면, 기업1의 이윤이 기업2의 이윤보다 커질 것이다.
29. 시장지배적 기업의 남용행위와 그에 대한 경쟁당국의 정책에 대하여 바르게 설명한 것은?
- ① 기업들이 독점적 지위를 유지, 창출하기 위해 잠재적 경쟁사업자의 진입을 저지하거나, 현재의 경쟁사업자를 시장으로부터 축출하는 행위를 배제적 행위라고 한다.
  - ② 배제적 행위에 대해 경쟁당국은 경쟁뿐만 아니라 경쟁사업자를 보호한다는 원칙하에 평가한다.
  - ③ 미국의 경쟁법인 셔먼법에서는 독점이 되기 위한 혹은 독점을 유지시키기 위한 행위뿐만 아니라 이미 독점이 된 기업이 독점가격을 책정하는 것도 위법으로 규정한다.
  - ④ 자진신고자 감면제도는 시장지배력 남용행위를 적발하는 데 효과적인 정책이다.

30. 진입저지 전략에 관한 설명 중 바른 것은?

- ① 기존기업이 진입에 대해 강력히 대응하겠다고 천명하는 것은 종종 진입저지에 효과적이다.
- ② 체인점의 역설에 의하면, 어떤 기업이 여러 시장에서 잠재적 경쟁사업자에 직면해 있는 경우, 일부 시장에서 강력한 진입저지 전략을 채택하는 것이 다른 시장에서의 진입저지에도 도움이 된다.
- ③ 진입저지 전략이 효과적이기 위해서는 그 전략이 신뢰할 수 있는 공약(commitment)이어야 한다.
- ④ Alcoa 사건에서 Alcoa가 1910년대~1930년대 사이에 생산능력을 급격히 증가시킨 것은 규모의 경제를 통해 비용을 절감하려는 시도였다.

31. 약탈적 행위에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 새로 시장에 진입한 기업이 금융제약이 심하여 은행대출을 통해 투자비용을 조달할 때 기존기업은 낮은 가격을 책정하여 효과적으로 신규기업의 퇴출을 유도할 수 있다.
- ② 신규기업이 기존기업의 비용을 모를 경우 기존기업은 신규기업의 진입 이후 낮은 가격을 책정하여 신규기업의 퇴출을 유도할 수 있다.
- ③ 배타적 장기계약은 약탈적 목적으로 선택될 수 있는 전략이다.
- ④ 끼워팔기는 가격차별의 수단으로 약탈적 행위와는 무관하다.

32. 기업 간 담합에 대한 설명으로 가장 바른 것은?

- ① 기업 간 상호작용이 언제 종결될지를 아는 것이 담합이 유지되는 전제조건이다.
- ② 통상 기업의 수가 많으면 담합에서 이탈할 때의 이득이 크기 때문에 담합 유지가 용이하다.
- ③ 일반적으로 성장하는 시장에서는 담합을 유지할 때의 이득이 커서 담합 유지가 용이하다.
- ④ 제품이 동질적이면 담합의 형성과 유지가 어렵다.

33. 다음 중 기업결합에 대한 설명으로 바르게 기술된 것은?

- ① 대체재를 생산하는 기업 간 결합을 혼합기업결합이라 한다.
- ② 보완재를 생산하는 기업 간 결합을 수평기업결합이라 한다.
- ③ 수평기업결합은 시장점유율과 시장집중도에 영향을 주지 않는다.
- ④ 경쟁당국은 수직기업결합에서 개별 시장에서의 시장집중도 증가보다 봉쇄행위의 가능성을 중심으로 평가한다.

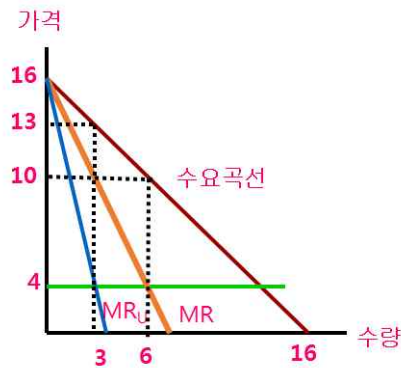
34. 수평기업결합에 대한 설명으로 바른 것은?

- ① 꾸르노 경쟁시장에서 두 기업이 합병하면, 합병 이전의 이윤의 합보다 항상 더 높은 이윤을 얻는다.
- ② 꾸르노 경쟁시장에서 기업합병으로 고정비용이 감소하면 가격도 하락하게 된다.
- ③ 차별적 상품시장에서 대체관계가 강한 상품을 생산하는 기업들 간의 합병이 그렇지 않은 상품을 생산하는 기업들 간의 합병보다 가격을 인상시키는 효과가 작다.
- ④ 경쟁당국은 기업결합 심사에서 소비자가격을 인하시키는 효율성 증대만을 인정한다.

35. 수직제한에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

- ① 최고재판매가격유지행위는 이중마진을 제거하는 효과가 있을 수 있다.
- ② 최저재판매가격유지행위는 판매전 서비스에 대한 무임승차를 줄여 브랜드간 경쟁을 강화시키는 긍정적 효과가 있을 수 있다.
- ③ 판매지역 제한은 유통업자 간 경쟁을 약화시키는 수직제한이다.
- ④ 유통업자의 마진을 낮추는 수직제한은 소비자에게도 손해가 된다.

36. 아래 그림은 상류시장과 하류시장이 모두 독점인 경우 두 기업의 이윤극대화를 살펴보기 위한 그래프이다. 이 시장에서 하류기업은 상류기업에게 상품을 구입하여 소비자에게 판매하는데, 따라서 하류기업의 구입량과 판매량은 같다. 상류기업의 한계비용은 4이며, 하류기업은 상류기업으로부터의 구매비용을 제외하면 다른 비용은 들지 않는다. 그림에서  $MR$ 은 하류기업의 한계수익곡선을,  $MR_U$ 는 상류기업의 한계수익곡선을 의미한다.



다음 중 바르게 설명한 것은?

- ① 하류기업의 한계수익곡선이 상류기업에게 한계비용곡선이 된다.
- ② 상류기업의 이윤은 9이다.
- ③ 상류기업이 하류기업에게 판매하는 가격은 13이다.
- ④ 만약 두 기업이 수직합병한다면, 시장거래량은 합병 전에 비해 2배로 늘어날 것이다.

※ [서술형 문제] 다음 물음에 알맞은 답을 풀이와 함께 답안지에 쓰시오.

1. 까망국에는 품질과 맛이 동일한 참외를 생산하는 대구농장과 서울농장이 있다. 두 농장이 생산하는 참외의 양을 순서대로  $q_1$  과  $q_2$  라 할 때, 참외의 시장가격은  $P = 12 - q_1 - q_2$ 로 정해진다. 두 농장은 동시에 생산량을 결정하고 생산비용은 두 농장 모두 0이다. (총 20점)

- (1) 대구농장과 서울농장의 이윤을 각각  $\Pi_d$ 와  $\Pi_s$ 라 할 때 두 이윤을 각각  $q_1$ 과  $q_2$ 로 표현하라. 풀이는 제시할 필요가 없다. (6점)

답:  $\Pi_d(q_1, q_2) =$   $\Pi_s(q_1, q_2) =$

- (2) 대구농장의 생산량  $q_1$ 에 대해 서울농장의 이윤을 극대화하는 생산량  $q_2^*$ 를  $q_1$ 의 식으로, 서울농장의 생산량  $q_2$ 에 대해 대구농장의 이윤을 극대화하는 생산량  $q_1^*$ 를  $q_2$ 의 식으로 나타내어라. 나타내어라. (8점)

답:  $q_2^* =$   
 $q_1^* =$

풀이:

- (3) 이 시장의 균형거래량과 시장가격을 구하라. (6점)

답: 균형거래량:  $\quad$  시장가격:  $\quad$   
풀이:

2. 플랜더스 시는 100m의 도로를 중심으로 100명의 시민들이 균등하게 분포해 있다. 이 도시의 시민들은 매일 우유 1병을 소비하며, 이를 매일 도시의 양 끝 쪽에 있는 네로우유와 파트라슈우유에게 구매한다. 우유 1병 소비를 통한 효용은 10만원이고, 두 우유상의 우유 1병의 원가는 1000원이다. 두 상점은 매일 다음 날 우유 가격을 공시하며, 시민들은 이 가격을 알고 있다. 시민들은 각 상점으로 자동차를 통해 이동하는데, 이동을 위해서는 1m를 왕복하는 데 10원의 연료비와 10원의 도로통행료를 지불해야 한다. 다음 질문에 답하라. (총 20점)

(1) 네로우유와 파트라슈우유가 책정하는 가격을 각각  $p_n$ 와  $p_p$ 라 할 때, 두 우유상의 수요함수  $Q_n$ 와  $Q_p$ 를 도출하는 과정은 다음과 같다. 빈 칸에 알맞은 수식을 기입하라. (4점)

네로우유와 파트라슈우유가 위치한 곳을 수평선 상의 0과 100에 두자. 이 수평선 상에서 네로우유로부터  $x$ m 떨어진 곳에 위치한 시민이 네로우유에서 구매할 때의 비용과 파트라슈우유에서 구매할 때의 비용을 각각  $C_n$ ,  $C_p$ 라 하면,

$$C_n = p_n + 20x, \quad C_p = p_p + 20(100 - x) = p_p - 20x + 2000$$

이 된다.

이 때,  $C_n = C_p$ 가 되는 시민이 위치한 곳을  $\hat{x}$ 라 하면,

$$p_n + 20\hat{x} = p_p - 20\hat{x} + 2000$$

로부터  $\hat{x} = \frac{p_p - p_n + 2000}{40}$  이 된다.

$x$ 가  $\hat{x}$ 보다 작은 시민은 네로우유로부터,  $\hat{x}$ 보다 큰 시민은 파트라슈우유로부터 구매할 것이고, 1m당 1명의 시민이 거주하므로,

$$Q_n = ( \quad A \quad ), \quad Q_p = 100 - \hat{x} = ( \quad B \quad )$$

이 성립한다.

답: \_\_\_\_\_  
풀이:

(2) 파트라슈우유가 책정하는 가격  $p_p$ 에 대한 네로우유의 최적 가격을 함수로 나타내어라. (6점)

답: \_\_\_\_\_

풀이:

(3) 플랜더스시의 우유 시장에서 내시 균형은 얼마인지 구하라. (5점)

답: \_\_\_\_\_

풀이:

(4) 두 우유상은 현재 ㈜호텔링이 소유하고 있는 도로를 공동출자하여 매입하기로 하였다. 플랜더스시 공정거래위원회는 이러한 매입이 경쟁을 제한할 여지가 있는지 검토하고 있다. 관계자의 증언에 따르면 두 우유상이 도로를 매입할 경우 도로사용료가 왕복 1m당 10원에서 20원으로 인상될 것이라 한다. 이러한 도로 매입이 플랜더스시 우유시장의 소비자 후생에 미치는 영향을 평가하라. (풀이 없이 이유를 설명하면 충분하다.) (5점)

답: \_\_\_\_\_

풀이:



3. 다음의 용어를 2~3줄 정도로 간단히 설명하시오. (각 10점)

시장력

HHI

시장획정

수직적 제품차별화

2급 가격차별

쿠르노 모형

스타켈버그 모형

배제남용

부당공동행위

리니언시 제도

약탈적 가격책정

수평기업결합

수직기업결합

이중마진의 제거

## 예상문제 정답 및 간략한 풀이

### ※ 4지선다형 문제

1. ④ => 국부론에는 독점의 문제점도 지적되어 있음. 셔먼법은 미국의 독점규제 기본법. 시카고학파는 구조-행위-성과 모형을 비판.
2. ① => 러너지수는 시장력을 평가하는 수치.
3. ① => 시장은 원칙적으로 수요대체성을 기준으로 확정되는 것이 타당.
4. ③ => 독점기업이 가격차별을 할 수 있다면 사중손실은 감소. ②에서  $MR=MC$ 는 완전경쟁시장과 독점시장 모두에 적용되고, 다만 완전경쟁시장의 경우  $MR=P$ 이므로 기업이 가격과 한계비용이 같아지는 수준에서 생산량을 결정,
5. ② => 러너지수가 크면 기업이 한계비용과 비교할 때 더 높은 가격을 책정할 수 있으므로 시장력이 크다고 볼 수 있음. 밀접한 대체재가 있으면 수요가 탄력적이므로 러너지수는 낮음. 수요의 가격탄력성이 -2이면  $(P-MC)/P=1/2$ 로부터  $P=2MC$ 가 성립.
6. ③ =>  $CR_2$  기준으로는 B시장과 C시장의 집중도가 같음.  $HHI$ 는 A시장이 5000, B시장이 3400, C시장이 4000. 지배기업-부수기업 모형은 가격결정권을 가지는 지배적 기업과 가격을 추종하는 다수의 부수기업이 있는 경우를 설명하는 모형. 1위사업자의 시장력의 크기는 주어진 자료로는 알기 어려움.
7. ② => ②는 이부가격제를 통해 1급 가격차별을 하는 전략. ③의 경우 교직원이 12개 묶음을 구매하게 되어 이윤극대화를 달성할 수 없음. ④에서 교직원용 바게트를 20개 280원에 판매하여 이윤을 늘릴 수 있음.
8. ② => 지불용의금액이 높은 소비자는 효율적 수준의 구매량을 구매할 뿐만 아니라, 정보지대로 인해 양(+)의 소비자이윤을 얻을 수 있음.
9. ③ => 가격차별을 하게 되면 비탄력적 소비자에 대한 가격은 올라가고, 탄력적 소비자에 대한 가격은 내려감. 독점기업이 각 소비자로부터 얻는 이윤은 모두 상승. 가격차별의 결과 거래량이 유지/감소된다면 사회잉여는 반드시 감소
10. ① => 대구시의 러너지수는  $1/3$ , 경산시의 러너지수는  $1/2$ . 대구시 가격과 경산시 가격은 모두 3000원.

11. ③ => 이 모형은 수평적 제품차별화를 분석하기에 적합. 판매대의 수를 늘리면 판매상은 더 높은 가격을 책정할 수 있고, 따라서 판매수익은 증가. 단 이윤은 판매대 설치 비용 때문에 반드시 증가하지는 않음. ④에서 판매대 위치는  $1/4$ ,  $3/4$ 로 하는 것이 이윤을 극대화하는 방법.
12. ④ =>  $\pi(n+1) > \pi(n)$  이려면  $n(n+1) < 10$  이어야 하므로  $n=2$  일 때 까지만 판매대를 늘릴 때 이윤이 증가. 즉 최적 판매대의 수는 2개에서 하나를 더 늘린 3개. ④에서 배달서비스를 실시하면 모든 소비자에게 높은 가격을 책정할 수 있어서 이윤은 증가하지만 소비자잉여는 오히려 감소.
13. ② => 제시된 식은 러너지수를 의미.  $CR_1$ 은  $S_D$ 를 의미. 부수기업이 신축적으로 생산량을 조절할 수 있으면  $\epsilon_f^s$ 가 크게 되므로 러너지수는 낮음. 대체재가 존재하면 수요가 탄력적이고, 필수재이면 수요가 비탄력적.
14. ④ => 유사품 및 인접시장이 존재하면 수요가 탄력적이므로  $-\epsilon^d$ 가 커지고 시장력은 작아짐.
15. ③
16. ③ => 내시균형은 동시게임 분석에 적합한 균형개념. 순차게임에서는 부분게임완전내시균형(SPNE)을 적용하는 것이 적절.
17. ④
18. ②
19. ③ => 한계비용이 낮은 기업의 생산량이 크고, 따라서 시장점유율도 높음.
20. ② => 기업1의 이윤함수는  $\Pi_1(q_1, q_2) = (24 - q_1 - q_2)q_1 - 6q_1 = (18 - q_1 - q_2)q_1$ . 이윤극대화 문제를 풀어보면 ②의 반응함수가 도출됨. 두 기업의 반응함수의 교점을 구해보면 균형에서  $q_1 = q_2 = 6$ . 이때 시장가격은  $P = 24 - 6 - 6 = 12$ .
21. ② => 한계비용이 낮은 기업은 시장점유율이 크기 때문에 러너지수가 높음.
22. ③ => 동질적 상품의 베르트랑 경쟁에서 가격은 한계비용과 같아짐. 생산용량 제약이 있거나 제품이 차별적이면 균형가격은 한계비용보다 높게 형성됨.
23. ② => 소비자의 충성도가 높으면 전환비용이 높으므로 더 높은 가격을 책정할 수 있음.
24. ④ => 동질적 상품시장에서만 성립

25. ④ => 부분게임완전내시균형은 순차게임에 적용되며, 역진추론을 통해 나중에 움직인 경기자의 합리적 선택을 먼저 풀어야 함. 이 균형개념은 내시균형에서 신뢰할 수 없는 약속으로 인한 균형을 제거하여 공약(commitment: 반드시 지켜질 약속)의 문제를 설명하기에 적합
26. ② => 균형에서 신규기업은 자신이 진입하였을 때 기존기업이 진입을 수용할 것이라 예상하여 진입을 하게 되고, 두 기업은 모두 5의 이윤을 얻게 됨.
27. ④ => 생산량이 전략변수일 경우 두 기업의 전략변수 간 전략적 대체관계가 성립하고, 반응곡선은 우하향하며, 순차게임일 때 선행자가 이득을 보지만 동시게임과 비교할 때 산업 전체의 이윤은 감소. 가격이 전략변수일 경우 두 기업의 전략변수 간 전략적 보완관계가 성립하고, 반응곡선은 우상향하며, 순차게임일 때 후행자가 이득을 보고 동시게임과 비교할 때 산업 전체의 이윤은 증가.
28. ④ => 전략적 보완관계가 있을 경우 후행자의 이득이 있음.
29. ① => 경쟁당국은 경쟁사업자를 보호하는 것이 아니라 경쟁을 보호. 셔먼법에서는 독점화 혹은 독점화 기도를 규제. 자진신고자 감면제도(리니언시)는 담합(부당공동행위)를 적발하기 위한 정책
30. ③ => 기존 기업의 진입에 대한 위협은 실제로 진입 이후에 강력한 대응이 합리적인 선택일 경우에만, 즉 신뢰할 수 있는 공약일 경우에만 성공할 수 있음. Alcoa 사건에서 생산능력을 증가시킨 것은 신규 기업의 진입 시 강력한 대응을 신뢰할 수 있도록 하는 공약 기제였음.
31. ④ => 끼워팔기는 종종 한 상품시장에서의 시장지배력을 다른 상품시장으로 전이시키기 위한 전략으로 선택되며, 이 역시 약탈적 행위로 볼 수 있음.
32. ③ => 유한반복게임에서는 담합이 형성될 수 없고, 유한반복게임에서만 담합 유지가 균형이 될 수 있음. 담합에서 이탈할 때의 이득이 크면 담합의 유지가 어려운데, 기업의 수가 많거나 시장이 성장하고 있을 때에는 이탈할 때의 이득이 큼. 제품이 동질적일수록 담합에서의 이탈을 관찰하기 쉽고, 담합에서 이탈할 때 이득이 크기 때문에 담합의 형성과 유지가 용이
33. ④ => 대체재를 생산하는 기업 간 결합은 수평기업결합이며, 이는 해당 시장의 시장점유율과 시장집중도를 변화시킴. 보완재를 생산하는 기업 간 결합은 수직기업결합. 혼합기업결합은 대체재도 보완재도 아닌 상품을 생산하는 기업들간의 결합을 의미.
34. ④ => 쿠르노 경쟁시장에서 두 기업이 합병하면 두 기업의 생산량의 합이 줄어들어 이윤은 오히려 감소할 수 있음. 이 때 고정비용의 감소는 가격과 무관. 차별적 상품시

장에서는 대체성이 큰 상품을 생산하는 기업들 간 합병할 때 가격인상의 효과가 커짐.

35. ④ => 최고재판매가격유지 등을 통해 이중마진이 제거되면 기업의 이윤과 소비자잉여가 동시에 증가할 수 있음.

36. ④ => 하류기업의 한계수익곡선은 상류기업의 수요곡선이 됨. 균형에서 상류기업은 10의 가격을 책정하여 3단위를 판매하고 18의 이윤을 얻고, 하류기업은 최종재를 13의 가격에 판매하여 9의 이윤을 얻음. 수직합병을 통해 이중마진이 제거되면 소비자 가격은 10이 되고, 판매량은 6단위가 되며, 합병기업의 이윤은 36이 됨.

## ※ 서술형 문제

1. (1)  $\Pi_d(q_1, q_2) = (12 - q_1 - q_2)q_1$ ,  $\Pi_s(q_1, q_2) = (12 - q_1 - q_2)q_2$

(2)  $q_2^* = (12 - q_1)/2$ ,  $q_1^* = (12 - q_2)/2$  (풀이 생략)

(3) 균형거래량 =  $q_1^* + q_2^* = 4 + 4 = 8$ , 균형가격 =  $12 - 8 = 4$  (풀이 생략)

2. (1) A:  $\frac{p_p - p_n + 2000}{40}$ , B:  $\frac{p_n - p_p + 2000}{40}$

풀이:  $Q_n = 1 \cdot \hat{x} = \frac{p_p - p_n + 2000}{40}$ ,  $Q_p = 100 - \hat{x} = \frac{p_p - p_n + 2000}{40}$

(2)  $p_n^* = \frac{p_p + 3000}{2}$

풀이: 네로 우유의 이윤이  $\Pi_n = (p_n - 1000)Q_n = (p_n - 1000) \cdot \frac{p_p - p_n + 2000}{40}$  이므로

이윤극대화 조건을 이용하면

$$\frac{\partial \Pi_n}{\partial p_n} = \frac{p_p - 2p_n + 3000}{40} = 0.$$

따라서  $p_n^* = \frac{p_p + 3000}{2}$ .

(3)  $p_1^* = p_2^* = 3000$

풀이:  $p_n^* = \frac{p_p + 3000}{2}$  이고, 네로가 책정하는 가격  $p_n$ 에 대하여 파트라슈가 책정하는

최적가격이  $p_p^* = \frac{p_n + 3000}{2}$  이므로, 내시균형은  $p_n^* = \frac{p_p^* + 3000}{2}$  와  $p_p^* = \frac{p_n^* + 3000}{2}$

을 동시에 만족하는  $p_p^*$ 와  $p_n^*$ 이다. 연립방정식을 풀면  $p_1^* = p_2^* = 3000$ 이다.

(4) 이동비용의 증가로 소비자들의 구매전환이 어려워지고 따라서 우유상들이 시장력을 행사하기 쉬워지기 때문에 소비자후생은 감소

### 3. 생략