

商品市場價格의 動態分析

內 容

- 一、商品生産과 市場
- 二、市場價格의 形成
 - 1. 市場價格
 - 2. 市場價格의 分類
- 三、價格의 動態分析
 - 1. 供給의 分析
 - 2. 需要의 分析
 - 3. 價格變動의 諸形態

俞

鵬

老

一、商品生産과 市場

人類는 그 生活을 하기위하여 物質을 消費하게 되고 人智가 發達하고 生活이 向上됨에 따라 物質에對한 欲望은 점점 增大하여 갔으나 元來 사람이 가지고 있는 才能에는 質的이나 量的으로 限定

되어있고 또 우편물의 環境 卽 地球上의 各地方의 土質、氣候가 다르고 面積이 限定되어 있어서 人間이 欲望하는 物質은 어떤 個人自身이 自己의 欲望을 充足시킬수도 없고 어떤 一定한地域에서 만 그 欲求되는 物質을 充足시킬수 없어서 自然的으로 人間側의 事情과 自然環境의 事情에 따라 人間이 그 經濟生活를 營爲하기위하여는 自然發生的으로 分業과 交換이라는 現象이 나타나게 되었다. 이 現象이야말로 Adam Smith가 말한「交換은 人類的 性向」이며 이러한 交換에對한 人類的理根은 自家生産인 自給經濟에서 共同經濟 或은 流通經濟의 形態로 發展하였다. 卽 純粹한 實物經濟의 時代에는 商品이라는 이등도 없고 貨幣도 없었고 따라서 商品去來는 없었던것이 貨幣經濟의 發生期에 비로서 原始賣買가 始作되고 商品去來의 작이 여기서 트기 始作하였다.

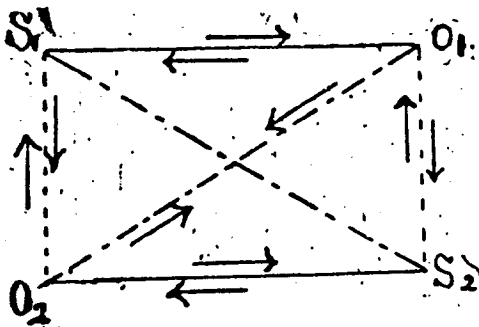
이 商品去來의 發展은 人類的 欲望의 增大와 生活向上과 더불어 生産樣式의 變遷을 前提로 하는 것이다. 이러듯 生産樣式은 自家消費를 위한 自己生産에서 特定된 他人注文에 따라서 生産하는 注文生産으로 옮겨가고 마침내는 世上의 一般不特定人을 相對로 交換을 目的으로하는 商品生産으로 發展하였으니 이것을 우리는 市場生産이라고 하는 것으로 이市場生産樣式下에서 비로서 商品去來가 本然의 姿態를 가지고 活潑히 움직이는 것이다.

이 物質生活를 滿足시키기 爲한 交換關係는 自然히 사람들의 集合을 要求하게 되고 이러한 大衆集合의 現象을「장」이라 하였고 그 歷史的始初의 것은「消費를 위한 장」이었고 그것이 다시 多數의 部落民들의 共同生産物을 分配하기 爲한「分配市場」으로發展하고 나아가서는 各自의 生産物을 相互交換하는「交換市場」으로 되고 物品生産者는 相對方인 買主를 決定함이없이 그 生産過程을 마치면 그 商品을 去來의 中心地에 가지고가서 거기서 비로서 買主 或은 消費者를 發見하게 되어 市場에對한 供給者가 되고 消費者도 이제는 自己가 欲求하는 物質을 市場에가서 購買할수있어서 市場에對한 需

要者가 되고 또 그 中間에서 物資를 購入 或은 販賣하는 活動을 專業으로 하는 商業者가 介在하게 되었다. 이와같이 需要와 供給은 大端히 複雜한 關係에서 서로 作用하고 交渉하고 있다. 이러한 關係가 오늘날의 市場(market)인 것이고 市場은 어떤 具體的인 場所를 말하는 即 商品의 買賣 또는 交換을 爲하여 數 많은 사람이 一定한 日字에 會合하는 限定된 場所를 가리키는 具體的 市場(Monopoly market) : 商業者店舖, 見本市場, 去來所, 青果市場等 : 과 漠然하게 어떤 商品이 去來되는 範圍를 가리키는 抽象的 市場(abstract market) : 海外市場, 金融市場, 市場操作 이 있고 또는 需給(者)의 會合價格의 形成, 商品과 貨幣의 雙方的 移轉이 이루어지는 이 三者의 綜合的概念을 市場이라고 하는 것이다. 商品이 生産者(供給者)로부터 消費者(需要者)에 移轉하는 데는 一 或은 그 以上の 市場 乃至 交換過程을 지나고 이 過程 속에 需給의 會合, 價格의 形成, 商品과 貨幣의 雙方的 移轉의 三者가 包含되어 있고 이런 것이 몇 개이고 連結된 것이 交換連鎖 또는 市場體系인 것이고 組織的 持續的 市場의 發展은 大體로 一八世紀以後의 일이며 점차 國內市場關係에서 世界市場關係로 發展하여 現代의 市場關係 乃至 體系를 形成하고 있는 것이다.

다음에 商品生産에 따르는 市場過程(交換過程) 및 市場體系(交換連鎖)를 켈슈(Albert Kirsch)의 交換圖表와 America 式의 系列關係(Series relationship)圖表를 紹介 說明한다.

Albert Kirsch의 1個의 市場過程(交換關係)圖



I 圖

S_1, S_2 主體
 O_1, O_2 客體
 需給의 會合 $S_1 \rightleftharpoons S_2$
 價格의 形成 $O_1 \rightleftharpoons O_2$
 商品과 貨幣의 雙方的 移轉
 $S_1 \rightarrow O_1 \rightarrow S_2, S_2 \rightarrow O_2 \rightarrow S_1$

라는 概念內容을 明瞭하게 圖示하고 있는 것이다。

Albert Kirsch의 市場體系
(交換連鎖)圖

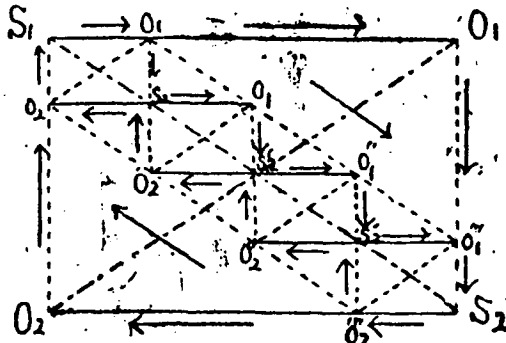
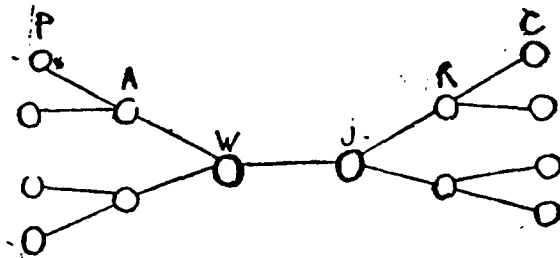


圖 11

S_1生產者
 s_2中間商業者
 S_2消費者
 O_1, o_1商品(物資)
 O_2, o_2貨幣

America式的 市場系列關係圖



圖三

P. Producer
A. Assembler
W. Wholesale Receiver
J. Jobber
R. Retailer
C. Consumer

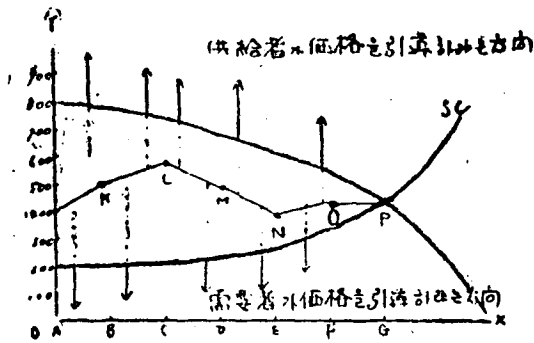
이 圖表는 實際的인 市場關係에 있어서는 一圖과 같은 一個의 市場關係가 몇個이고 連結하여 商品去來를 可能하게 하고 또 現實的이라 는 것이다. 一—二圖과 三圖를 比較하면 Albert Kirsch는 交換을 二重的으로 表示하고 市場關係를 全面的으로 展開한데 特徵이 있고 America式은 商品의 買集, 集中, 分散의 狀況을 잘 明示하고 있는 데 그 特徵이 있다고 할 것이다.

二、市場價格의 形成

一、市場價格 (market price)

오늘날의 우리 經濟活動은 生産과 消費로 分離되고 生産은 供給을 形成하고 消費는 需要를 形成하여 이 兩者는 市場에서 競合하여 市場去來의 現象을 나타내고 마침내는 市場價格을 形成하게 이르는 것인데 現代經濟와 같이 貨幣經濟의 確立과 더불어 自由競爭下에서 間接交換이 이루어질 때에 거기에는 商品의 交換比率인 價格이 需要와 供給이 適合하는 水準에서 定하여지는 傾向을 갖는다. 即 供給者는 賈수 있는 대로 高價로 販賣하려 하고 需要者는 賈수 있는 限 廉價로서 購入하려 하는 데 이 需要는 一定한 反對給付인 價格을 支拂할 能力이 있는 有効需要(effective demand)이며 이것은 엄 거나 需要價格에 따라서 變化하고 또 供給도 一定한 價格인 供給價格에 따라서 變化한다. 이와같이 需要、供給、價格의 相互變動關係를 通하여 一定한時 一定한市場에 있어서는 需要供給은 一定한價格에서 適合(一物一價의 法則—Law of one price in a market)하는 點에서 商品價格이 決定되고 (J.S. Mill, Augustin Cournot and Alfred Marshall의 認定) 이것이 即 市場價格인 것이다. 이 市場價格은 最高限의 對價豫算을 세운 供給者(賣主)와 最低限對價를 豫算한 需要者(買主)는 市場에서 서로 作用하여 이 限度內에서 賈수 있는 限 有利하게 서로 그 對價의 合致點을 發見하려 한다. 그리하여 그 結果는 求하는 合致點이 發見될 때도 있고 發見되지 않을 때도 있으며 그 合致點이 發見되었을 때 그 合致點의 對價가 市場價格으로 形成되는 것이다. (圖)

圖에 있어서 供給者最低限對價는 HW二〇〇이고 需要者最高限對價가 HW八〇〇이라 하면 供給者와 需要者와의 相互作用에 依하여 去來價格이 成立되는 것으로 이 경우에 供給者는 HW二〇〇이라 도 供給할 수 있으나 賈수 있으면 비싸게 하여야 하고 需要者는 HW八〇〇까지는 支拂하지만 賈수 있으면 더



IV 圖

짜게 하려고 하므로 價格은 이 兩限界內의 어느 곳에 선가에서 決定되게 된다. 이 限界內의 價格決定點은 兩者의 競合、立場의 強弱 其他의 諸事情에 따라 決定된다. 即 A 點에서는 H W 四〇〇이다. 다음에 B、C、D、E、F 의 境遇도 K、L、M、N、O 的 價格이 決定된다. G 의 때에는 兩者의 限界가 合致하고 있음으로 市場價格은 다만 G 點에서 決定된다. 그러나 다시 G 에서 右側으로 移行하면 供給者가 豫定하는 最低限과 需要者가 豫定하는 最高限이 背馳되므로 여기에서는 市場價格은 形成되지 않는다. 萬若에 이것을 形成시키려면 供給者側에서는 全費用乃至는 利益의 切下를 斷行하여 最低限對價를 引下하여야 하고 需要者側에서는 (必要品購買) 어떠한 方法에 依해서라도 購買力을 動員하여 最高限對價를 引上하지 않으면 안 되는 것이다.

二、價格形成의 原因에 따른 市場價格의 分類

(L) 競爭價格 (Competitive Price)

供給者와 需要者가 職業의 自由、契約과 交換의 自由가 保障되고 營利心 或은 經濟心을 움직이지 供給活動에 從事할 때는 거기에 自由競爭이 있다고 하는 것으로 이러한 自由競爭은 賣主(供給者)와 買主(需要者) 사이에 이러나 同時에 賣主相互間과 買主相互間에도 이러난다.

賣買兩者間일 때는 賣主는 價格을 좀더 높이고 定하려고 하고 買主는 좀더 安く 定하려고 한다. 賣主相互間의 競爭에 있어서는 좀더 安く 定하려고 한다. 이와 같은 競爭의 結果 形成되는 價格이 所謂 競爭價格인 것이고 供給 > 需要일 때는 下落하고 供給 < 需要일 때는 上

하는 傾向을 갖는다.

(1) 獨占價格 (Monopoly Price)

競爭者中の 或者가 專賣特許權에 依하거나 或은 企業의 聯合이나 合同에 依하여 市場에 있어서의 競爭力을 絶對的으로 支配할 때에는 價格은 大體로 그者가 願하는대로 決定되게 된다. 이렇게 하여 成立되는 獨占 價格인 것이다.

(A) 賣價의 高低에 따라 豫想賣上數가 增減하고

(B) 賣上數의 增減에 따라 生産 Cost가 增減한다.

앞의 二原則 乃至는 事實에 立脚하여 例로서 어떤 專賣特許品에 對하여 다음表와 같은 豫想이 있다고 하면

(表)

賣 價	販賣豫想數	原 價	利 益
HW 一〇〇	二、〇〇〇	六〇	HW 八〇、〇〇〇
" 一四〇	一、六〇〇	七〇	" 一二、〇〇〇
" 二〇〇	一、〇〇〇	八〇	" 一二〇、〇〇〇
" 二五〇	五〇〇	一〇〇	" 七五、〇〇〇

이다.

賣主는 最大의 利益을 얻기 위하여 그 獨占力을 利用하여 그 商品價格을 HW 二〇〇으로 決定하는 것이다.

賣主는 이 獨占價格決定에 있어서 代用品의 出現、世論의 反對、賣主側의 需要者의 獨占力의 動向等을 考慮하고 또 公平合理의 觀念도 가지고 있고 위表와 같은 市場調査의 確實性與否도 아울러 생각하므로 만드서 HW 二〇〇으로 하지 않고 讓步하여 HW 一四〇으로 하기도 하고 兩者의 中間으로 하기도 한다.

고령다 하더라도 그 HW 一四〇이나 HW 一八〇으로 價格을 變動시키는것은 競爭價格의 成立에서 보
는바와같은 他로부터의 競爭에 따라서가 아니고 오로지 獨占者自身の 一方的인 配應에 依하여서 決
定된다는것이 特徵인것이다. 그리고 一般的으로 需要의 彈力性이 큰(大) 物品——奢侈品等——의 獨
占價格의 決定은, 獨占者에게 不利하고 彈力性이 적은(小) 物品——必需品等——의 獨占價格의 決定
은 獨占者에게 有利하다.

(二) 統制價格 (Managed Price)

現代의 大資本主義生産體制下에서는 投下資本이 그 企業에 固定되어버리는일이 많고 따라서 收支
가 맞지 않게되더라도 其他事業에 轉換할수없는點 이들 企業中에는 國民經濟的立場에서 그 存續
이 要請되는것도있다. 또 消費者側에서 볼때 生活上 그 必需品은 不可缺의 것인것도 있다.
如記의事實에 비추어서 或種의 貨物의 價格을 自由競爭이나 獨占者의 恣意에 一任할수 없게된다.
예나하면 價格이 터무니없이 下落하면 企業은 破壞되고 그 反對일때에는 消費者가 큰 困難을 받
기때문이다. 그럼으로 國家는 國民社會의 利益과 國民經濟의 存續發展이라는 觀點에서 生産者, 消費
者 兩者의 立場과 其他를 考慮하여 國家權力을가지고 이들 市場價格을 統制하고 이것을 어떤 理想
的인 公正價格 또는 適正價格에 매여들라고 試圖한다. 이렇게하여 成立되는價格이 統制價格인것이고
그本質이란 經濟事情에 依하여 形成되는 經濟價格이 아니고 政策的 乃至 行政的理山로 策定되는 行
政價格이다.
이러한 統制는 世界大戰後 統制經濟體制가 各國에 이어나자 차차 發展하여 第二次大戰中에 더욱
擴大되고 오늘날에 있어서 多方面으로 이價格이 實施되고있는 現狀에 있다.

三、市場價格 動態分析

價格의 形成과 그 變動에 關한 論議는 經濟學이나 商學에서 가장 重要な 分野인 것으로 그 動態를 分析하는 것이 매우 必要한 것이다.

價格決定의 大原則「市場價格은 需要曲線(Demand Curve)과 供給曲線(Supply Curve)의 交叉하는 點이 供給이 平均하는 點에서 決定된다」(Marshall의 "Principles of Economics" P. 508) 하면 供給이 變動하였을 때 또는 需要가 變動하였을 때 各各 그 價格은 어떻게 變化하는가가 要點이며 따라서 供給과 需要는 價格을 形成하고 變動을 이끄는 要素인 것이다.

一、供給分析

供給이란 市場에 商品을 提供하는 一面을 말하며 그 供給의 크기는 市場에서의 그 商品의 販賣可能性과 總經費의 相互關係와 市場價格의 大小에 따라 變動하는 것으로 一般的으로 말해서 供給이 많으면(需要는 不變으로 함) 價格은 下落하고 供給이 적으면 價格은 올라간다. 또 價格이 내려면 供給은 減少하고 價格이 오르면 供給은 增加한다.

供給과 市場價格의 關係에서 考察하면 商品供給者는 收利原則에 따른 費用의 全部補償을 前提로 할 때 供給량의 總經費와 그 供給商品의 販賣總額이 等一할 때까지는 供給을 繼續하나 前者가 後者보다 大일 때는 損을 보므로 供給은 中斷된다. 換言하면 販賣總額이 總經費를 補充하고도 남음이 있을 때까지의 供給은 利得을 보고 있는 것이니 兩者가 等一한 供給은 그 때도 거기에는 損益은 없음으로 如前의 市場에 殘存하여 供給者노릇을 할 수 있는 限界企業으로서 殘存하고 兩者의 等一以下即 損을 보는 供給者는 市場에서 물러나게 되어 供給者노릇을 中斷한다.

充分한 競爭下에서는 市場價格은 이 限界供給者의 平均費用(自然價格)에 一致하려는 傾向이 強하

다. 그리고 이 평균費用은 他의 優秀한 供給者(企業)의 平均費用보다 높은것은 勿論이므로 市場價格은 結局은 市場에 殘存할수있는 供給者(企業)의 最高平均費用에 一致하는 傾向을 갖는다고 볼수 있다.

要컨대 競爭이 充分히 이루어지고 企業의 合理化가 作用할때 市場價格은 限界供給者 企業의 平均費用 또는 限界費用——總經費増分과 總供給量増分の 比率——과 같다고 할수있다.

그러나 實際에 있어서는 供給者中에는 一時的인 損害를 무릅쓰고라도 資本的負擔力이 存續하는限 將來의 利益回復을 豫想하고 費用의 部分補償에 걸디면서 市場에 殘存하는 일이 있으며 固定費用의 回收는 勿論이고 可變費用中에서도 固定性에 가까운것은 그 補償이 斷念된다. 이렇게 되면 安價한 市場價格에 對하여서도 相當한 企業存續의 彈力性이 나타나게된다.

一般商品이 아닌 特殊商品의 供給과 價格關係는 그 事情이 다르다. 例컨대 特殊한 工藝品이나 骨 產品과 같이 再生産이 不可能 또는 大端히 困難한 것일때에는 그런 商品은 供給者가 그 物品에 認定하는 使用價值가 價格形成의 最下限이 되고 需要者가 그것에 認定하는 使用價值가 最高限이 되며 그 需給兩者의 折衷에 依하여 具體的인 去來與否와 價格의 確定이 이루어지는 것이며 前述한바 總經費의 大小 그自體가 반드시 供給과 市價決定의 支配的要因이 되는것은 아니다.

또하나는 各企業者間에 利潤率平均化의 傾向이 있어서

(販賣價格-生産價格)÷生産價格=利潤率

資本은 이 利潤率이 높은 企業에 集中하여서 生産이 增加되므로 마침내는 過剩供給이 되어 利潤은 減少하여가고 一便 利潤率이 낮은 企業에서는 資本을 빼돌리게 되므로 그 生産物에는 稀少價値가 나타나서 價格은 騰貴하는 過程을 거쳐서 利潤이 増大하게되어 結局은 各生産間의 利潤率이

均等하게 되는 方向으로 資本이 困乏없이 移動하게 되어 이 利潤率平均化의 傾向이 完全히 作用한다 고하면 販賣價格과 生産價格의 比가 一定化되는 傾向이 있을 것이나 實際로는 그러한 完全化는 없 어서 有利한企業과 不利한企業이라는 差等이 생겨서 産業構造的 變化가 進行되고 있는 것이다.

二、需要分析

(1) 所得이 一定하고 效用이 變化할 때의 需要

需要는 所得 即 購買力과 그 商品의 效用과의 關係에 있어서 그兩者 또는 그二便의 變動에依하여 變化하는 것이다. 所得이 一定하다고 하면 需要는 效用을 極大로 할려는 方向으로 움직이는 것이 나 需要商品의 種類와 存在數量的 如何에 따른 獲得의 増大에 따라서 各商品에는 效用遞減의 法則이 作用하여 購買量이 次第가 매따라 어느程度까지는 效用總計는 増大하지만 各單位商品에 認定되는 效用은 次次로 減少하는 것이다. 例컨대 商品 A는 一〇, B는 九, C는 八……J는 一이라고 할 때 購買量 A 商品 一個일 때는 總效用은 一〇, 二個일 때는 總效用은 一九……라 하든지 總效用은 増大하지만 各單位의 效用은 A의 一〇, B의 九——J의 一과 같이 次次로 減少하는 것이다.

이러한 狀態에서 甲은 各商品을 總計三單位만 購買할 需要力이 있다고 할 때는 甲은 언제나 그 總效用이 自己의 能力範圍內에서 最大가 되도록 하려는 것으로 各商品의 單位效用이 큰 것으로부터 購買하여가기 始作하여 第一三單位에 達하였을 때는 各商品 A 五個, B 三個, C 二個, D 二個, E 一個를 購入한 것이며 最終單位의 效用은 「六」이 되어 그 限界效用(Marginal utility) 效用増分과 數量増分의 比率)은 均等化되고 이러한 需要가 理想的인 것이다.

그리고 또하나 考慮되어야 할 것은 商品의 效用面뿐만 아니라 그商品에對한 對價支拂面을 考慮하여야

(I 表)

商品 單位	A	B	C	D	E
1	10	9	8	7	6	•	•
2	9	7	6	6	4		
3	8	6	4	3	3		
4	7	4	3	2	2		
5	6	3	2	1	1		
6	5	2	1	0	0		
7	4	1	0	0	0		
8	3	0	0	0	0		
9	2	0	0	0	0		
10	1	0	0	0	0		

**A
商品**

第四單位效用

“ ” “ ” “ ” “ ”

第五 第六 第七 第八 第九 第十

“ ” “ ” “ ” “ ”

商品市場價格の動態分析

한다。即 各商品의 價格을 考慮하면 各商品은 各各의 限界效用을 그各各의 價格으로 나눈(分割)것이 均等하도록까지 需要되는 것이고 그 나눈것의 크기는 그사람의 貨幣의 限界效用에 等한 것이다。例컨대 甲의 貨幣에 對한 限界效用이 1이라고 하면

$$\frac{\text{A商品의 限界效用}}{\text{A의 價格}} = 5$$

A 商品의 限界效用 = A 의 價格 $\times 5$ 가 된다. 甲의 貨幣에 依한 A 商品各單位에 對한 效用을 아베와 같다 고하자.

A 商品	第一單任效用	HW	二、〇〇〇
" "	第二 "	" "	一、八〇〇
" "	第三 "	" "	一、五〇〇

H
W

二〇〇
三〇〇
五〇〇
六〇〇
八〇〇

이때 A의 價格이 HW 100이면

A商品의 限界效用 = $HW \cdot 100 \times 5 = HW 500$ 이어서 第八單位까지만 需要될 것이고, HW 300이라

고하면 第三單位까지만 需要되고 또 HW 400이라면 第一單位만 需要되고 A商品의 價格이 HW 400以上이되면 甲은 이 A商品의 需要에서 離脫하게 되는 것이다.

(L) 效用이 一定하고 所得이 變化할때의 需要

이런境遇에는 所得이 增大하면 需要가 增大하고 所得이 減少하면 需要도 減少하는 것이 原則인 것이며 이러한原則이 適用되는商品은 上級品이라고 할수있는 것이다. 即 一定한 所得에서 消費生活을 하는 者가 萬若에 所得이 增大하면 이때까지의 必需品以外에 그以上 高級인것 或은 宣傳品이나 奢侈品을 需要하게 이룰것이고 反對로 所得이 減少하여 需要品을 消滅할때는 必要度의 弱한것인 高級品의 需要를 斷念하기 때문으로 그러한 商品은 上級品인것이 普通이다.

下級商品에 對하여는 所得의 變化에 따른 需要의 變化가 앞서의 反對인境遇도 있는 것이다. 即 所得이 增大하면 오히려 需要가 減少하고 所得이 減少하면 도리어 需要가 增大하는 일이 있다. 例컨대 貧者 甲이 主食으로서 조(粟)를 需要하여왔는데 그가 富者가 되었을때는 조같은 것은 돈보지도 않고 쌀(白米)을 需要하게 될것이다. 이때 조라는 商品에 對한 需要는 甲의 所得 增大에 따라서 減少되는 것이다. 우리는 이러한 商品을 普通 下級品이라고 하는 것이다. 그럼으로 所得에 變化에 따른 需要의 變化는 그 需要商品 內容에 따라서 그反應이 다르다. 所得의 變動率과 需要의 變動率을 볼 때 어떤商品 所謂 高級品에 있어서는 所得이 増減하면 그以上의率로서 需要가 増減하고 所謂 下級商品에 있어서는 成得의 増減에 따라 需要가 減増하는 것이다.

이러한 上級品과 下級品에 있어서는 需要의 所得彈力性이 크고 또 많은것이고, 上級品의 境遇에는

需要變動率과 所得變動率의 比의 값은 正數(+)이고 下級品の 境遇에는 負數(-)인 것이다.

다음에 實用商品에 있어서는 어떠한가를 살펴보면 所得이 變動하여도 그다지 需要가 變動하지 않으며 따라서 需要의 所得彈力性이 적은(小) 것이다. 그러나 實用商品에 있어서도 上下級の 差가 있고 所得의 增減에 따른 需要의 增減 或은 減增은 上述의 境遇와 같다. 그러므로 이것도 需要變動率과 價格變動率과의 比는 上級品일 때는 Plus 값이고 下級品일 때는 Minus 값으로 表示된다.

이러듯 所得과 需要와의 사이에는 複雜한 關係가 成立되고 더군다나 現下의 貨幣經濟體制에 있어서는 貨幣價値의 變動에 따라 加一層의 複雜性과 그內容의 變化를 가지오는 것이다.

商品과 貨幣와의 相關關係인 價格面에서 需要變動을 볼 때 效用과 所得의 크기에는 變動이 없어도 價格變動때문에 需要에 많은 變化가 이어난다. 價格을 中心으로 생각할 때는 一般적으로 價格이騰貴하면 할수록 需要는 減少하고 價格이 下落하면 할수록 需要는 增大되는 것이 原則이다. 그리고 生活必需品와 같은 需要의 彈力性이 적은 商品은 價格의 變動에 따른 需要變動率은 적고 奢侈品과 같이 彈力性이 큰 商品에 있어서는 價格의 적은 變動에依해서도 그 需要面에 미치는 變化는 큰 것이다.

以上の 關係 即 所得과 效用과 價格과의 相互關係에 따른 需要의 變化를 需要曲線으로서 證明을 加하면 다음과 같다.

예컨대 甲의 所得을 HW-10, 000으로 하면 이것을 OY軸에 OP의 거리로 測定하고 이 所得으로서 價格變動에 따라서 購入할 수 있는 總量을 OX軸에 $OQ_1 \cdot OQ_2 \cdot OQ_3 \cdot OQ_4 \dots$ 로 하고 P와 $Q_1 \cdot Q_2 \cdot Q_3 \cdot Q_4$ 를 各各連絡하여 無數의 所得需要曲線(Income demand Curve) IDC를 만들고 同時에 無數의 效用無差別曲線(utility indifferent curve) UIC를 짓고 IDC와 UIC의 接點을

한다.

모든 商品은 價格變化의 如何에 따라 그 彈力性의 程度를 달리하며 同一商品에 있어서도 價格이 大인 동안은 彈力性은 크고 價格이 적어질에 따라서 彈力性은 작아진다. 一般적으로 生活必需品는 需要의 彈力性이 작(小)하고 하는 것은 이 彈力性의 적은領域이 넓다는 것이고 奢侈品는 彈力性이 크다고 함은 彈力性의 幅이 크다는 것이다.

이러한 事情을 商品販賣側에서 考察할 때는 어떤 商品의 需要彈力性이 큰 狀態에 있을 때는 價格의 下落을 포함으로서 그 商品의 販賣額은 一層 増大시킬 수 있으며 價格의 引上策은 좋은影響을 가지 오지 않을 것이다. 反對로 需要의 彈力性이 적은 境遇에는 價格을 올리는 것이 販賣額을 増大시키는 것이 되고 價格引下政策은 오히려 不利를 招來할 念慮가 큰 것이다. 또 同一商品에 對하여서도 彈力性이 큰 限은 價格을 引下시키고 彈力性이 적은 限에 있어서는 價格引上策을 取하여야 하므로 要컨대 價格을 彈力性이 크지도 않고 적지도 않은 狀態인 需要變化率과 價格變化率이 마치 同等하게 되는 狀態로 定할 때 最大의 販賣額이 이루어지는 것이다.

三、價格變動의 諸形態

商品의 市場價格은 그 形成要因의 結合如何에 따라서 여러가지 形態와 變動으로 나타난다. 即 賣主와 買主가 各各一人일 때, 賣主가 少數이고, 買主가 多數일 때, 또는 反對로 賣主가 多數이고 買主가 少數일 때, 賣買兩者가 모두 多數일 때, 또는 競爭商品의 價格變動, 補充商品의 價格變動, 結合生産物의 價格變動等等 여러境遇에 따라서 商品의 市場價格의 成立과 그 變動形態가 달라질 것이다.

以下에서는 代表的境遇인 賣主와 買主가 多數인 때의 價格形成과 그 變動, 물째로 둘 이상의 商品間에

서 이러한 需要、供給、價格의 連關性에 對하여 考究하여야 한다.

(1) 賣買兩者가 多數일 때의 價格形成과 그變動

이것은 市場價格形成의 典型的인 關係이며 多數의 賣主團은 될수있는대로 비싸게 팔라고 하고 또多數의 買主團은 될수있는대로 싸게 사려고 市場의 作用을 通하여 서로對立하게 되는 것인데 서로團體對團體이면 서로 內面的으로 個個의 賣主는 自己가 現實的인 賣主가 되려고 賣主團全體의 意向을 거실여서 他同業者보다 싸게販賣하려고 하고 또 個個의 買主도 自己가 現實的인 買入者가 되려고 暗暗裏에 多少비싸게라도 買收하려는 傾向으로 나타난다. 따라서 具體的인 價格의 決定은 이와같이 賣主團對買主團의 競爭속에서 다시 賣主들 相互間、그리고 買主들 相互間에서도 競爭이 일어나서 이三種의 複合的인 競爭속에서 賣主或은 買主는 各各 自己에게 適當하다고 생각되는 供給量과 需要量을 考慮하면서 現實的인 賣買를하게 되어 마침내는 市場에 參加한 모든 去來關係者의 供給總量과 需要總量이 마치 同等하게 되는 點에서 그商品의 市場價格은 具體的으로 決定되게 되는 것이다.

이러한 操作을 通하여 形成되는 市場價格의 決定을 競爭價格의 成立方式이라고 한다.

다음에 競爭價格의 成立方式을 具體的인 例로서 說明하여 보기로 한다.
或種商品의 그變動하는 價格에 따라서 供給하는 供給者들을 A·B·C·D로 하고 그 需要者들을 O·P·Q·R로 하고 그들의 總供給量과 總需要量、需給兩側의 各各의 供給量과 需要量을 다음 表와 같다고 하면 市場價格은 다음과 같이 하여 成立된다.

Ⅰ表에서 보면 價格이 HW 100일 때 供給은 三八〇 이나 있는데 對하여 需要는 九三에 지나지 않으므로 供給過剩狀態로 需要者의 地位는 強勢에 놓이게 된다. 그러므로 需要者는 더싼 값으로 사려물 것이고 이로 因하여 價格은 下落하기 始作하여 HW 90, HW 80으로 내려감에 따라서 需要

(Ⅱ 表)

個人別供給量				供給總量	價格	需要總量	個人別需要量			
A	B	C	D				O	P	Q	R
70	8	100	130	380	HW 100	93	20	18	25	30
60	75	80	100	315	" 90	118	25	23	30	40
45	60	65	75	245	" 80	149	33	28	40	48
38	50	50	62	211	" 70	211	50	43	56	62
20	28	30	45	123	" 60	293	70	68	75	80
5	7	10	12	34	" 50	358	90	80	88	100

商品市場價格의 動態分析

의 總計는 增加하고 供給의 總計는 減少한다. HW 八〇일때도 亦是 供給이 過大하므로 需要者의 地位는 如前히 強하여 價格은 繼續的으로 下落하게 된다. 그러나 價格이 HW 六〇以下로 下落하면 供給은 一二三일때 對하여 需要는 二九三으로 된다. 그러면 需要者側中에는 購入을 하지 못하는 者가 생겨서 代價를 더 주고라도 자려고 하게 되어 價格은 上昇하게 된다. 그렇게 되면 供給者가 強한 地位에 스게 되어 價格을 引上할수 있는 機會를 얻어 價格은 騰貴의 傾向으로 轉化하게 되고 供給을 中斷하던 者도 다시 供給에 參加하게 되어 供給總量은 增加하여 간다. 이反面에 價格騰貴는 需要者에 不利하므로 需要總量은 減少하여 간다. 그러나 이 價格의 騰貴는 總供給量이 總需要量보다 少量인限 繼續될 것이고 供給量이 需要量을 上廻할 때는 다시 價格은 下落하기 始作한다. 이러한 價格騰落의 作用이 이러나 마침내는 供給總量과 需要總量이 均等하게 되는 點에서 市場價格은 確定되는 것이다.

Ⅱ表에서는 HW 七〇의 價格에서 供給總量과 需要總量은 二一一이며, 市場價格은 HW 七〇이고, 去來總量은 二一一個인 것이다. 供給者餘剩과 需要者餘剩을 Ⅱ表에서 計算하면 다음과 같다.

A는 HW 七〇일때 三八個를 供給한다. 그러나 그 三八個中에는 五個만은 價格이 HW 五〇일때에도 供給할수 있었던 것이니 이 五個

에 對하여는 一個當 HW 二〇 식의 供給餘剩이 생기었고 또 二〇一五의 一五個는 價格이 HW 六〇이라도 供給할수 있었는것인데 HW 七〇에 供給하였으니 每個에 HW 一〇 식의 供給餘剩이 생겼고 나머지 一八個는 元來 豫定한 HW 七〇에 供給하였으니 여기에는 餘剩이 없다. 따라서 A의 供給者餘剩의 總量은 다음과같이 計算되고 供給者 B・C・D에 關하여도 같은 理致에 따라서 供給者餘剩을 計算할수 있으니 이三者에 關하여는 그 餘剩總量만 表示하여둔다.

A의 供給者餘剩計算

$$\begin{aligned} (HW\ 70 - HW\ 50) \times 5 &= HW\ 100 \\ (HW\ 70 - HW\ 60) \times 15 &= HW\ 150 \\ (HW\ 70 - HW\ 70) \times 18 &= \quad 0 \\ \hline 38 & HW\ 250 \end{aligned}$$

(供給總量)

$$\begin{aligned} B의 供給者餘剩 &..... HW\ 350 \\ C \quad \quad \quad &..... HW\ 400 \\ D \quad \quad \quad &..... HW\ 570 \end{aligned}$$

需要者餘剩의 計算을하면 需要者 C는 價格이 HW 七〇일때 全部 五〇個를 需要한다. 그러나 그 五〇個中에는 二〇個만은 價格이 HW 一〇〇이라도 需要하였을것이 包含되어 있으니 이 二〇個에 對하여는 每個에 HW 三〇 식의 餘剩이 생기고 二五一二〇의 五個는 價格이 HW 九〇일때에도 需要하려고 하였는것이니 이 五個에 對하여는 每個 HW 二〇 식의 餘剩이 있고 三三一二五의 八個에 對하여는 價格이 HW 八〇일때에도 需要하였을 것이니 HW 八〇餘剩이 생기게된다. 그리고 五〇一三三

의 一七個에 對하여서는 價格 HW 七〇 식에 需要하였으니 여기에는 餘剩은 없다. 따라서 數式으로 各 需要者餘剩의 總量을 다음의 計算表示한다.

需要者〇의 需要者餘剩總量

$$\begin{aligned} & (HW\ 100 - HW\ 70) \times 20 = HW\ 600 \\ & (HW\ 90 - HW\ 70) \times 5 = \quad \quad 10) \\ & (HW\ 8) - HW\ 70) \times 8 = \quad \quad 8) \\ & (HW\ 70 - HW\ 70) \times 17 = \quad \quad 0 \\ & \quad \quad \quad \underline{50} \quad HW\ 780 \end{aligned}$$

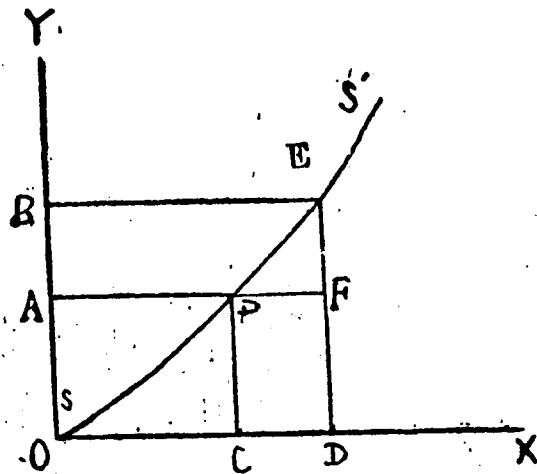
(需要總量)

$$\begin{aligned} P의需要者餘剩總量 & \dots\dots HW\ 693 \\ Q \quad \quad \quad \quad & \quad \quad \quad \quad \quad \quad HW\ 950 \\ R \quad \quad \quad \quad & \quad \quad \quad \quad \quad \quad \underline{HW\ 1,180} \end{aligned}$$

市場에 있어서의 供給과 需要法則에 따른 供給者餘剩과 消費者餘剩을 Graph로 그리면 各各다 음과 같다.

① 供給者(生産者)餘剩

縱軸 OY에 特定商品의 價格을, 橫軸 OX에 그價格에 對한 供給量을 그리면 이價格이 多少라도 上下로 變化하면 그에 따라서 供給量도 增減한다. 이變化의 狀態를 그림것이 SQ의 供給曲線이다. 여기서의 OA價格의 높이를 HW 一〇〇 이라고하면 AP 또는 이것과 같은 기량의 OO는 그供給量이다.



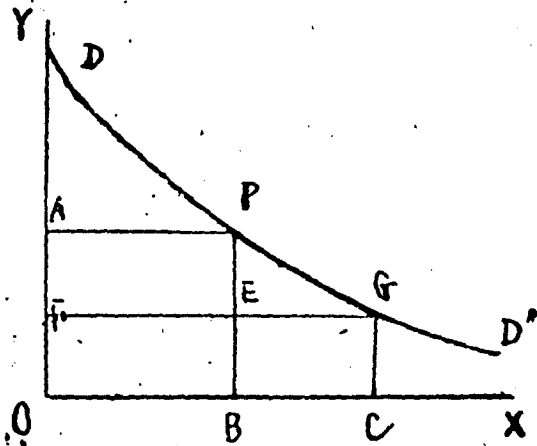
VI 圖

이 供給曲線 SS、는 右로갈수록 上向이고 이것은 價格이 올거나면 올나갈수록 供給量이 增加한다고 하는 供給法制을 表示하고 있는 것이다.

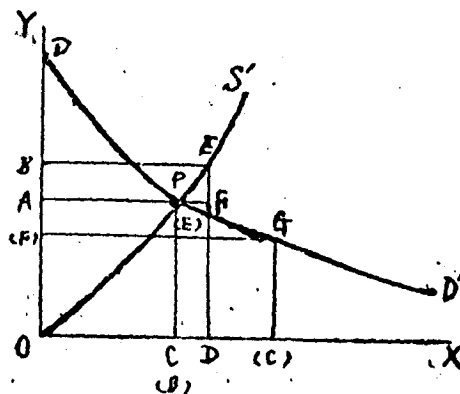
特定商品 A 의 供給量 OO 에對한 價格은 PO 이다. 이것은 第 OO 條의 商品을 供給할려는 賣主가 A 商品 一個當 PO 의 高이에 相當하는 代金을 받을것을 認定하고 있는 것이다. 또 供給量이 OD 가 되었을때의 價格은 ED 이고 그위에 OD 라는 供給量안에는 當然히 第 OC 條의 A 商品의 賣主도 包含되고있다. 따라서 이 OO 條의 A 商品의 賣主는 A 商品一個에 對하여 PO 即 FD 의 값을 認定하지만 받아들이는값은 ED 이므로 ED - FD 인 EF 最後의 第 ED 條의 A 商品의 賣主以外の 賣主에

만치 供給者餘剩을 얻는다. 이러한 供給者餘剩은 是는 大小間에 得을본다. Graph 에서는 ED 에서 左에있는 賣主全部에게 供給者餘剩이 있는것이다. 그림으로 이市場에 있어서의 供給者餘剩의 合計는 價格이 PO 일때는 SAP 의 面積이고 價格이 ED 일때는 SBE 의 面積으로 表示된다.

- ② 需要者(消費者) 餘剩의 Graph 도 需要性則에 따라서 다음 VII圖와 같이 그릴수있다.
- ③ 供給・需要와 價格의 綜合的 Graph VIII圖、



VII 圖



VIII 圖

(VII・VIII圖의綜合)
(B)・(C)・(E)・(F)는
M圖의B・C・E・F・인

(C) 二個以上の

特殊商品에 對해서만이 아니라 關連있는 商品以上의 商品의 相互關連性

效用을 發揮하는 그러한 補完的商品에 對한

M・N이 있어 M의價格이 騰貴하였다고 하면 M의

需要도 減退하고 反對로 M商品의 價格下落은 M의

需要를 增大시키고 N의價格에 變動이 없

어도 自然 N의 需要도 增大한다.

이런 連關的變動은 M과 N은 補完的인

商品市場價格의 動態分析

얻어지므로 그一方인 M 이나 N 의 價格이 騰貴하여 그需要量이 減少되면 이것과 組合되어야 하는 他商品의 一部는 組合되는 相對方을 喪失케 되어 그效用이 大端히 減少하므로 實際的으로는 이런商品을 購入하는 것보다는 같은價格을 支拂한바에야 만 좀더 큰 效用을 갖는 商品으로 옮겨가는 것이 有利하다고 생각하게 되고, 또 一方의 商品이 價格下落일 때는 그需要의 增大에 이끌려서 價格變動이 없는 他商品까지도 따라서 더욱 많이 需要되기 때문이다.

M 과 N 의 二商品이 補充的이 아닌 競爭商品일 때는 M 의 價格의 騰貴는 M 의 需要를 減退시키고 代身에 N 의 價格은 不變이라도 N 의 需要를 增大시키고 M 의 價格의 下落은 M 의 需要를 增大시키고 N 의 價格이 不變이라도 N 의 需要를 減少시킨다.

이러한 變動은 M 과 N 은 거의 같은 川役을 가지므로 어떤目的을 위하여 그一方 (M) 의 價格이 騰貴하여 그것을 買入하기 어렵게 되면 他方(N) 의 價格不變의 N 商品으로서 머무르라고, 하고 一方(M) 의 價格이 下落하면 그商品을 買入하기 쉽게되므로 他方(N) 의 買入을 躊躇 或은 다음으로 밀라는 생각이 作用하기 때문이다.

이와같이 어떤商品의 需要는 그自身の 價格變動뿐만 아니라 他商品의 價格이나 需要의 變動에서 影響을 받는比率 即 一方의 商品의 需要變動率과 이것을 이트킨 他商品의 價格變動率과의 比率를 나타내는 다음의式

$$\frac{Mq_1 - Mq_2}{Mq_1 + Mq_2} \div \frac{Np_1 - Np_2}{Np_1 + Np_2} = \frac{Mq_1 - Mq_2}{Mq_1 + Mq_2} \times \frac{Np_1 + Np_2}{Np_1 - Np_2} \quad (2E)$$

Mq는 M商品의 價格
Np는 N商品의 價格

를 그商品需要의 交叉彈力性이라고 한다.
이 需要交叉彈力性은 그商品이 競爭品일 때는 正值(+)가 된다. 왜냐하면 한쪽의 商品의 價格變動과

他便의 商品需要變動과는 언제나 같은方向으로 생기기때문이다. 그리하여 交叉彈力性이 일때 N 商品의 價格騰落率과 M 商品의 需要増減率을 마치 똑같고 一을中心으로 이 需要交叉彈力性의 Plus (+)의 程度가 크면 클수록 N 商品의 價格騰落率보다 M 商品의 需要増減率은 커(大)지고 minus (-)의 程度가 一보다 적어(小)지면 적어질수록 N 商品의 價格騰落率이 M 商品의 需要増減率보다 커지는것이다.

이 需要交叉彈力性은 補完商品인 境遇에는 언제나 負值(-)가 되는것이다. 왜냐하면 一方의 商品의 價格變動은 恒常 他便의 商品의 需要變動과 反對方向으로 움직이기 때문이다. 그리하여 交叉彈力性이 일때 N 商品의 價格騰落率과 M 商品의 需要増減率은 마치 같게되고 이 一을 中心으로하여 需要의 交叉彈力性의 minus의 程度가 크면 클수록 N 商品의 價格의 騰落率보다 M 商品의 需要의 増減率은 커지고 plus의 程度가 一보다 적으면 적을수록 N 商品의 價格이 騰落率이 M 商品의 需要의 減増率보다 커지는것이다.

우리는 이 需要交叉彈力性이 나타내는 符號(+・-)의 如何는 그 商品이 競爭商品인가 補完商品인가를 表示하는 基準이 되고 또 그彈力性의 絶對值의 大小如何는 一便의 商品의 價格變動率以上으로 他便의 商品의 需要가 變動하느냐 그렇지 않으면 一便의 變動에 따라 他便의 變動은 없나를 表示하는 基準이 되는것이다.

따라서 二個의 商品의 關連性을 알기위하여는 한쪽의 二個의 價格을 取하고 그各各의 價格에 따른 他便商品의 需要量의 變動을 잡아서 前記한 公式에 맞추어 計算하면 될것이다.

例컨대 N 商品의 價格이 HW 八〇일때 M 商品의 需要量이 一〇個이고 HW 一〇〇일때 M 이 七個의 需要였다고 하면

$$B = \frac{Mq_1 - Mq_2}{Mq_1 + Mq_2} \times \frac{Np_1 + Np_2}{Np_1 - Np_2} = \frac{10-7}{10+7} \times \frac{80+100}{80-100} = \frac{3}{17} \times \frac{180}{-20} = -1.59$$

이 兩商品間에는 補充關係가 있고 絶對値는 一보다 크므로 N의 價格騰貴率以上으로 M의 需要量의 減少率이 크(大)다는것 即 N의 價格을 올리면 N自體의 需要量이 減少하는것은 勿論이고 M의 販賣量도 減少한다는 것을 알수있다.

또 N의 價格이 HW 八〇일때 M의 需要는 二個이고 N이 HW 一〇〇일때 M의 需要는 三個이라고 하면

$$B = \frac{2-3}{2+3} \times \frac{80+100}{80-100} = \frac{-1}{5} \times \frac{180}{-20} = 1.8$$

N과 M의 商品間에는 競爭關係가 있고 交叉彈力性의 絶對値는 一보다 크므로 N의 價格騰貴率以上으로 M의 需要量이 增加한것을 表示한다.

결으로 이交叉彈力性이 〇이된다는것은 一便의 商品 N의 價格의 變動에 따라서 他商品 M의 需要量에 全然 變動이없다는것과 이 N과 M의 二種商品間에는 關連性이 없다는것을 表示하여주는 것이다.

따라서 商品賣買에 從事하는 사람은 이 交叉彈力性의 大小如何를 아서 販賣方策을 세워 나가야 할것이다. (끝)

參考文獻

Adam Smith; The Wealth of Nations, 1776. 4ed, 1786 (BookI, Chap. V-VII

Alfred Marshall; Principles of Economics, 1890. 8ed, 1920

相虎鎮; 經濟學論 194

A. H. R. Delens; Principles of Market Research. 1950

Albert Kirsch; Tuschdiagramm

原川俊夫; 商品價格論 1952

福田敬太郎; 市場論 1952

内池廉吉; 市場要論 1930

小林行昌; 商品配給論 1941