

管理價格의 實態 및 規制方案에 關한 研究

玄 鶴 淳

目	次
I 序 論	4. 管理價格製品의 「마아진」率 實態
II 管理價格의 意義	5. 管理價格動向이 物價水準에 미치는 影響
1. 管理價格의 概念	IV 管理價格의 規制方案
2. 管理價格의 一般의 特性	1. 物價政策의 基調로서 的 規制方案
III 우리나라의 管理價格 實態	2. 市場支配力에 依한 價格操作의 規制方案
1. 管理價格의 類型分類	3. 協同組織에 依한 價格操作의 規制方案
2. 企業의 市場支配力 實態	V 結 論
3. 價格硬直度의 實態	

I. 序 論

우리나라에 있어서도 最近에 이르러 消費者 保護의 소리가 높아져 가고 있는 경향을 보이고 있는데, 이와 같은 時代的 要請은 現實的으로 消費者들에 對한 保護가 政策的으로나 制度的인 면에서 滿足 할 만큼 되어 있지 않거나 或은 消費者들도 自身들의 權益에 對한 意識이 높아져 가고 있기 때문일 것이다.

오늘날 우리들의 經濟活動을 生産活動과 消費活動으로, 그리고 經濟活動의 擔當者를 生産者와 消費者로 對立하여 分類하는 것은 그만큼 生産에 對應해서 消費가 經濟生活을 영위해 나감에 있어 중요한 意義를 지니고 있으며 뿐만 아니라 生産者에 對한 消費者의 位置가 더욱 더 重要해 가고 있음을 說明해 주고 있는 것이다. 이와같이 經濟活動에는 生産活動과 消費活動의 兩面이 있고 經濟擔當者로서 生産者와 消費者의 兩者中 特히 消費活動과 消費者保護의 問題가 빈번히 論議되는 것은 政府가 生産者를 지나치게 保護하는데 반해서 消費者는 自體保護가 안되고 있기 때문에 社會的으로 保護를 받아야 할 처지에 있다는 것을 뜻하는 것이며, 特히 消費者의 경우 自體保護의 能力이 缺如되고 政策的으로 保護가 要請되는 것은 무엇보다 消費者가 非組織的인 多數者라는데 그 원인이 있다고 할 수 있다.

돌이켜 보면 지난 10餘年間に 걸쳐 急速한 工業化過程을 推進한 우리나라의 經濟는 内部的으로 超過需要와 供給不足의 現象으로 말미암아 財貨需給上의 不均衡을 초래하였고 또 輸入需要의 增大에 따른 外貨事情의 惡化 및 開發「인프레」의 不可避性 등으로 因하여 物

價의 높은 上昇率을 꺾어야만 했으며 이로 말미암아 一般 消費者의 부담을 가중시켜 왔던 것이다. 그런데 이와같은 物價騰貴의 現象에 對하여 政府가 취해 왔던 措置는 物價調節에 關한 臨時措置法의 制定과 告示價格制度 및 特定品目에 關한 價格의 承認制度等 主로 財貨의 流過程中 最終 段階에서의 價格統制措置라는 形態로서 事前的인 規制보다는 事後的인 規制方式의 範圍를 크게 벗어나지 못하였던 實情이었다.

그러나 安定된 基盤造成을 爲해 持續的인 經濟成長을 이룩해야 하는 70年代에 있어서 우리나라의 物價問題는 對內的으로 消費, 蓄의 消費活動을 保護하고 對外的으로는 生産者들에 對한 國際競爭力을 強化시켜야 하는 兩面的 課題를 解決해야 함으로 特定製品이나 管理價格 品目에 對한 價格規制가 事後的이거나 臨時措置的인 手段에 依해서 規制하던 方法을 止揚하고 源泉的이며 事前的인 措置에 依한 價格正常化에의 政策轉換이 要求되는 것이다. 그런데 우리나라와 같이 經濟開發事業이 推進되는 過程에서 物價의 安定基調는 物價에 對한 作動要因의 比重이 比較的 크다고 할 수 있는 管理價格 品目에 對한 價格上昇이 全體의 物價에 미치는 影響度 내지는 物價構造에서의 役割이 重要な 研究對象으로 부각되고 있음으로 全般的인 物價政策上에서의 管理價格 品目에 對한 製品價格을 어떠한 方向으로 誘導해야 할 것인가를 研究하는 것이 앞으로의 物價政策 方向設定에 앞서서 究明되어야 할 課題라고 생각되는 바이다.

왜냐하면 獨寡占品目的 價格引上時 마다 消費者들의 입에서 暴利라는 소리가 높지만 과연 얼마만한 暴利率을 하고 있는지 이에 對하여 正確한 資料를 얻을 길이 없어 消費者들은 管理價格에 順應하게 마련이며 政府는 消費者를 保護하는 것 보다는 生産者의 立場을 두둔해 주는 듯한 印象을 풍겨왔던 것이다. 지난 70年度에 國內 研究機關이 調査한 資料에 依하면 管理價格 品目中 어떤 飲料品은 總原價以外에 生産者 margin이 무려 44.7%를 차지하는 品目이 있는가 하면 耐久性品目的 1種은 總原價以外에 生産者 margin이 22.9%에 達하고 있어 暴利率임이 立證되었으나 政府는 별다른 措置도 없이 그대로 放置하여 消費者들의 一方的인 희생에 의하여 企業이 成長하는 結果를 초래케 하고 있음으로 消費者의 保護와 消費生活의 合理化를 爲해서 이와같은 管理價格 品目에 對해서는 果敢한 規制方案을 樹立하여 合理的인 物價政策의 方向을 模索해야 할 것이다.

이러한 要因을 考慮하여 本 論文은 管理價格에 對한 올바른 概念을 認識시키며, 우리나라의 管理價格에 對한 實態를 把握하고 따라서 이 管理價格의 規制方案을 提示해 보려고 하는 것이다.

II 管理價格의 意義

1. 管理價格의 概念

管理價格 (administered price)은 價格 設定過程에 이르기까지 상당한 概念上的 幅을 가

지고 있으며 用語의 內容範圍에 있어서도 多岐한 樣相을 가지고 있어서 統一된 概念을 定義하기에는 여러가지 어려운 問題點을 內包하고 있는 것이다.

完全競爭市場에 있어서의 競爭價格은 市場條件이 變化함에 따라 그 價格도 變動하는데 反해 特定產業部分에서 巨大企業이 市場을 支配하는데 있어서 獨寡占의 地位에 있게 되는데 이러한 境遇에는 이 獨寡占의 地位를 利用하여 一方的으로 價格을 決定할 수 있으며 需要變動과는 關係없이 相當한 期間에 걸쳐 價格이 固定化하게 되는데 이러한 價格을 管理價格이라 한다. 이 管理價格은 獨寡占價格의 가장 典型的인 形態인데 一般的으로는 寡占의 市場支配下에서 形成되는 寡占價格으로서의 性格을 가지며 極少數의 大企業이 市場을 支配하고 있는 產業에서 形成된다. 이러한 管理價格은 대부분의 경우 標準原價方式에 따라 計劃的으로 設定되는데 一定한 操業率을 前提로 製品單位當 直接費에 間接費를 包含하고 거기에다 一定率의 目標利潤을 加算하는 方式으로 決定되는 것이다.

그런데 이 管理價格이라는 用語와 概念은 1930年代에 G. C. Means教授에 依해 처음으로 提唱했으며 그는 “工業製品價格과 그 相對的 非伸縮性” (Industrial Prices and Their Relative Inflexibility) 이라는 報告書를 美國政府에 提出했는데 이것은 1935년에 美國의 上院記錄으로서 公刊되었으며 이 小冊子에서 처음으로 “一定 期間내지 一聯의 去來에 있어서 一定水準이 設定되어 維持되는 價格”을 管理價格이라 命名하였다.¹⁾

即 G. C. Means教授는 管理價格을 다음과 같이 定義하고 있는데

① 管理價格이란 個人, 會社 또는 集團에 依에 設定되어 一定期間 維持되는 모든 價格을 말하며 그것은 價格支配 또는 價格決定力을 背景으로하는 個人, 會社 및 集團에 依한 價格政策의 反映이기는 하나 반듯이 獨占을 前提로 하는 것은 아니다.

② 管理價格은 需給變化에 따라 自動的 伸縮의으로 變化하여 市場均衡을 가져 오게끔 調整的으로 機能하는 市場價格과는 달리 需給變化에 對해서는 非伸縮的 이며, 市場需給을 均衡시키는 機能은 하지 않는다. 需給의 均衡이 一定限度를 超過하지 않은한 價格은 改訂되지 않으며, 直接的으로 生産量이나 販賣量을 增減시키므로써 需給의 調整이 이루어진다.

③ 管理價格 그 自體는 非難받아야 할 價格政策의 方式은 아니다. 管理價格制度는 大量生産, 大量販賣, 大量消費로 特徵지어지는 現代 經濟社會下에서는 能率的인 運營을 爲한 本質的인 機構이며 또한 普遍的으로 存在하고 있는 實情이다. 問題는 需給變化에 對하여 非伸縮的이라는 點에 있는 것이 아니라 價格이 어떠한 水準에서 決定되느냐 하는 點에 있으며 어떤 水準의 價格이 正常이며, 또한 正當하다고 보는 基準은 무엇이나 하는 點이다.

④ 管理價格은 古典經濟理論의 테두리 밖에 있으며 따라서 管理價格을 다루기 爲해서는 새로운 經濟理論의 形成이 必要하다.

1) G. C. Mesns, Industrial Prices rand Their Relative Inflexibility (S. Doc. 13, 74th cong. 1st Sess, 1935) 參照

以上과 같은 G.C.Means教授의 管理價格에 對한 定義를 要約하면 管理價格이란 “生産者 또는 販賣者에 依해 確定되는 價格이며 相當期間 一定水準에서 變化하지 않고 또한 需의 變化는 價格보다도 生産과 販賣量의 變化에 反映되는 特質을 가진 價格” 이라는 것이며 이에 對해 市場價格인 競爭價格은 “需要와 供給의 關係로 變動하는 價格” 이라고 하고 있는데 이에 따르면 管理價格은 現代資本主義 經濟社會 全體에 널리 퍼져 있는 하나의 制度라고 볼 수 있으며, 大量生産과 大量販賣로 特徵지어지는 現代經濟의 生産과 流通의 必然의인 局面이라고도 볼 수 있다.

한편 E.G.Nourse教授에 依하면 “管理價格이 行使되는 狀態下에서의 獨特한 特徵은 價格이 自由市場下에서의 需給 諸要因의 相互作用에 依해 自動的으로 表示되는 代身에 資本資源面 또는 勞動資源面에 對한 支配를 通해서 決定된 그 價格을 施行할 수 있는 相當한 힘을 가지고 있다는 點이며 價格은 企業의 經營政策 또는 經濟計劃의 問題로서 企業이나 勞動組合의 幹部들에 依해 執行部에서 形成 策定된다는데 있다.”⁽²⁾ 라고하여 企業만이 아니라 勞動組合도 管理價格을 採用하고 있음을 認定하고 있다.

그리고 J.K.Galbraith教授는 “特定市場에 있어서의 企業數가 극히 小數인 境遇 또는 한 두개의 企業이 그 市場에서 큰 占據率을 가지고 있어 다른 企業이 따라가게 되는 強力한 價格領導力 (price leadership) 을 行使할 수 있는 境遇에는 그 生産企業은 어떠한 形態로든 그 價格에 對해 相當한 自由裁量의 餘地를 갖는 것이라 할 수 있다.”⁽³⁾ 라고하여 G.C.Means教授의 主張을 實質的으로 支持하고 있다.

그런데 管理價格을 異端說視하고 있는 G.J.Stigler教授는 “지금도 管理價格이라 불리워지는 重要한 現象이 있으며 그러한 價格이 存在한다면 「인플레이션」과 반듯이 어떠한 關係를 가지고 있을 것이다” 라고 前提하여 管理價格에 對해 날카로운 批判을 하고 있으며 管理價格은 하나의 造作임으로 그것은 存在하지 않을 뿐만 아니라 따라서 「인플레이션」에 對해서는 責任이 있을 수 없다⁽⁴⁾ 고하여 否定的인 見解를 나타내고 있다.

이와같은 管理價格을 否定的인 見解로 보는 이도 있으나 市場支配力の 機能 및 體制의 存在에 대해서는 否認하지 못하고 있다. 그리고 管理價格은 市場競爭을 통해, 非人格的 (in-personal) 으로 決定되는 價格이 아니며 需給의 變動에 對應해서 變化하지 않은 價格 즉 市場決定價格 (market determined price) 의 對立概念으로서 볼 때 그 意味를 갖는 것이라고 보는 것이 初期의 見解였으나 1950年代의 後半에 이르러서는 管理價格을 市場價格으로 부터의 離脫된 價格이라는 對立概念으로 보지 않고 一般企業이 價格設定政策時 自由裁量的으로 決定되는 것으로 보는 傾向을 보이고 있다.

2) E.G.Nourse, Hearings, P.9.

3) J.K.Galbraith, Hearing, part I. P.24.

4) G.J.Stigler, “Administered Price and Oligopolistic Inflation” The Journal of Business, Jan. 1962. PP.1~13 參照

2. 管理價格의 一般的 特性

앞에서도 言及한 바와 같이 管理價格의 一般的 特性은 多樣한 편인데 이를 要約해서 說明하면 다음과 같다.⁵⁾

첫째, 經營指標로서의 管理價格

管理價格은 經營政策 또는 經濟計劃上的 問題로서 企業 및 勞動組合의 役員들에 의하여 管理的으로 決定되는 것인데 오늘날 企業이나 勞動組合의 市場戰略上 제일 重要的 問題는 價格인 것이며 이 價格은 企業의 經營政策 및 經濟計劃의 指標로서 使用되고 있다는 事實이다.

經營政策이나 經濟計劃上的 指標로서 決定되는 管理價格이 深刻的 問題를 提起하는 것은 獨占을 隨伴하는 境遇에 한 한다고 보는 사람도 있으나 一般的인 製品的 境遇 價格이 經營政策上的 問題로서 決定된다는 事實은 企業이 競爭을 無視할 수가 있다는 것을 뜻하는 것은 아니며 이것이 뜻하는 것은 經營者가 自己企業이 一般的 市場價格에 對應할 수 있는 能力이라든가 또는 利潤을 보다 많이 낼 수 있는 價格과 生産費와의 關係를 實現할 수 있는 能力이 있는가 없는가를 事前에 判斷하지 않으면 안된다는 것을 意味할 뿐이다.

그러므로 一般的인 面에서 볼 때 大部分의 製品價格이 管理的으로 決定된다는 것은 적어도 現代經濟社會에 있어서는 不可避한 일이라고 본다. 왜냐하면 大量生産과 大量販賣의 經濟가 單一價格制度에 依存하지 않고 能率的으로 運營될 수 있다고는 생각하기 어렵기 때문이다.

둘째, 價格設定의 自由裁量과 執行實力

價格管理者는 製品에 對한 價格을 設定할 수 있는 自由裁量領域 즉 G. C. Means가 말하는 冷感帶를 享有하고 있으며 따라서 設定된 價格을 執行할 수 있는 實力을 가지고 있다는 것이다.

셋째, 管理價格의 非伸縮性

管理價格은 相當한 期間동안 變化하지 않은 特性을 가지고 있다. 어느 企業 또는 產業이 實質的으로 一定水準의 費用條件下에서 操業하고 있을 境遇 즉 그 企業의 單位當 生産費用을 增加시키지 않고서도 生産能力을 增加시켜 生産量을 增加시킬 수 있는 경우에는 市場構造가 競爭市場構造라 하더라도 需要變化 즉 需要增加가 價格變化를 招來한다고는 볼 수 없다.

네째, 需要反應에 對한 價格의 無反應

管理價格이 行使되는 企業이나 產業에서는 價格變化를 통해서가 아니라 生産이나 販賣變化를 통해 需要의 變動에 對處해 나가고 있다. 管理的으로 決定되는 價格은 需要가 減少되는 경우에 있어서도 變化해서는 안된다고 하는 것은 價格管理者로 볼 때 非理論的인 것은 아니다. 왜냐하면 需要가 減少되는 市況으로 보아 약간의 價格引下도 販賣量이 增加할 것

5) A. Burns, Public Hearing. 1967, PP. 89~96 參照

이라는予想은 거의 없기 때문이다. 그리고 需要가 增加할 경우에는 價格引上을 하지 않은 것이 좋다하는 것도 經濟上의 理由가 있기 때문이다. 그것은 價格引上和 高利潤의 發生은 그 産業에 있어서 새로운 競爭者를 불러드리는 作用을 하기 때문이다. 따라서 既存企業은 價格引上에 刺戟된 새로운 競爭者의 參入보다도 生産能力을 擴張하여 需要增加에 對應하는 方法을 選擇하게 된다.

다섯째, 主要 生産者間의 價格均等化 傾向

管理價格은 企業間의 生産「코스트」와 利潤에 差가 있다해도 主要 生産者間에는 均等化되는 傾向을 갖고 있다. 이와같은 行爲는 價格競爭이 開始되면 급기야는 아주 낮은 價格水準으로 까지 切下現象이 일어날 것이므로 非價格競爭方法을 채택 하게 되며 低「코스트」의 生産者는 價格引下에 의해 販賣量을 增加시키느니 보다는 販賣促進方法으로 市場占據率을 擴大함으로써 長期的 利潤을 獲得하려고 努力하는 경우가 많은 것이라 볼 수 있다.

여섯째 「코스트」變化에 대한 無反應性

管理價格은 「코스트」變化, 특히 下向變化에 反應하지 않을 뿐만 아니라 「코스트」競爭의 壓力을 없애주는 特性을 가지고 있는데 이것은 管理價格의 重大한 特徵의 하나이다. 生産技術의 改善으로 原價가 減少함에도 價格을 變動하지 않을 경우 이것은 經濟界에 重大한 影響을 끼친다. 價格이 「코스트」 減少에 對한 無反應性이냐 말로 管理價格이 「인플레이션」을 惹起시키는 重大한 要因으로 看做되는 所致이기도 하다. 특히 市場集中度가 높은 獨寡占의 市場構造下에서는 單位當 生産費用이 低下해도 價格引下를 斷行할 刺戟은 거의 없으며 管理價格의 「패턴」이 매우 安定的일 때에는 더욱 그러한 傾向을 보이게 된다.

以上에서 列擧한 바와 같이 管理價格은 그 自體가 지닌 特性으로 말미암아 物價上昇에 寄與하게 되는 것이며 또한 經濟의 運營過程에서 歡迎할 수 없는 結果를 招來하는 것이라 볼 수 있다 .

Ⅲ. 우리나라의 管理價格 實態

우리나라에 있어서 管理價格의 實態를 把把 하려면 먼저 管理價格의 類型을 分類해서 이를 體系化하고 다음으로 이 類型에 따른 企業의 市場支配력과 集中度測定問題를 把握해야 하며, 그리고 아울러 價格變動의 硬直성과 그 形成要因을 檢討하는 한편 管理價格製品의 類型別 「마아진」率을 分析해 보고 끝으로 管理價格變動이 物價水準에 미치는 影響에 對해 檢討해 보아야 할 것이다.

1. 管理價格의 類型分類

一般的으로 管理價格의 類型을 分類하고 이를 體系化함에 있어서는 첫째로 政府의 統制

方式에 基礎를 둔 管理價格 對象範圍의 設定이 考慮되어야 할 것이고, 둘째로는 市場構造面에 있어서 企業의 集中度에 依한 對象範圍의 把握이 必要하며, 셋째로는 市場行動面에 있어서 價格의 硬直性으로 反映되는 管理主體의 價格水準에 對한 持續力이 行使되는 次元에서 價格形態를 考慮 해야 할 것이다.

이상과 같은 類型分類의 基準에서 생각해 볼 때 첫째의 경우는 政府의 統制方法上的의 分類인데 우리나라의 現實的인 與件에서 檢討해 볼 때 管理價格의 對象品目은 直接的인건 間接的인건 간에 政府의 管理對象이라는 點에서 政府의 直接統制 對象 價格品目群과 政府의 間接統制 對象 價格品目群으로 兩分할 必要가 있는데, 政府의 直接統制는 價格에 對한 政府의 依法的 制度的인 直接統制를 意味하는 것으로서 「서비스」部門의 料金, 工產品의 價格, 公共料金 및 官認料金, 告示價格 및 官認價格으로 分類되며, 한편 政府의 間接統制 對象 價格群은 政府의 統制가 直接的인 것은 아니지만 物價를 調整할 目的으로 政府가 企業에 對한 支援의 伸縮性을 賦與하는 手段에 依해서 이루어지는 것인데 이는 獨寡占價格品目과 協定價格品目으로 分類될 수 있다.

그리고 둘째의 境遇는 市場構造의 形態別로 본 分類인데 이는 價格水準의 維持力을 갖는 것으로서 企業의 集中度에 따라 그 程度가 變化할 수 있으며 市場價格에 對한 獨寡占的 내지는 協定的 支配形態別로 보아서 料金を 除外한 價格群에 對해 統一된 方法은 아니지만 獨複占型價格, 多占的 寡占型價格, 鼎立的 寡占型價格, 偏重協定價格, 分散協定價格으로 分類될 수 있다. 그런데 여기서 한가지 留意해야 할 點은 이러한 類型分類가 어디까지나 便體的인 것으로 絕對性을 主張하고자 하는데 있는 것은 아니며 반드시 어떤 合理性이 주어지고 있다고 斷定할 性質의 것도 아니다.

세째의 境遇는 市場行動 形態別로 본 分類인데 이는 大體로 市場行動面에서 보아 當該 產業에 있어서의 組織的 團合을 主要한 屬性으로 갖고 있는 것으로서 大生産者 單獨決定型價格, 影響力이 對等한 大生産者 談合型價格, 群小企業에 對해 강한 影響力을 行使하는 大生産者 先導型價格, 그리고 不特定 多數企業들의 併存으로 相互間에 影響力이 弱한 群小生産者 協議型價格으로 分類될 수 있는데, 以上과 같은 管理價格의 類型別分類에 對한 體系化를 圖表로서 表示하면 [圖1]에서 보는 바와 같다.⁽⁶⁾

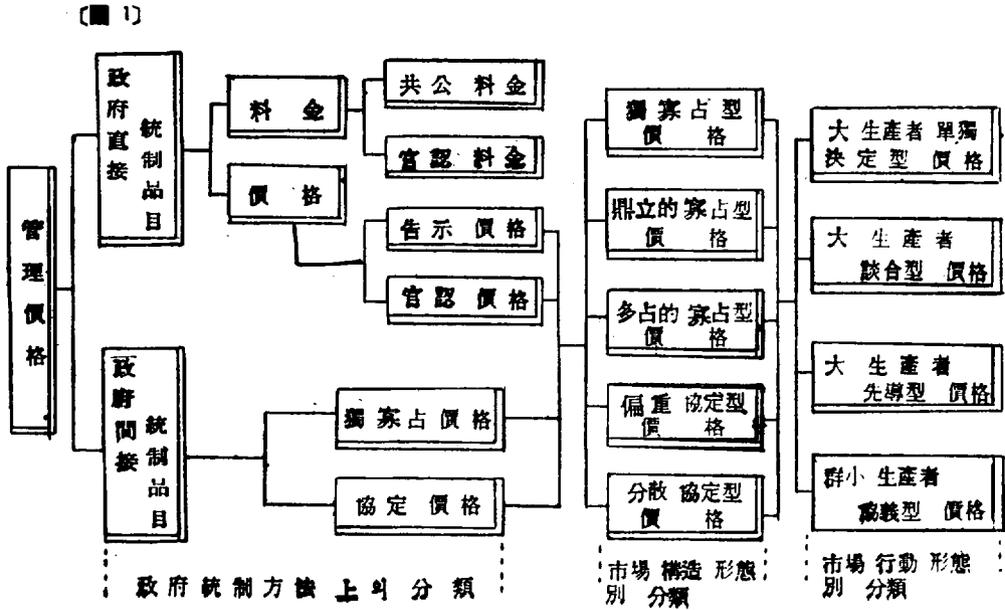
2. 企業의 市場支配力 實態

企業의 市場支配力은 獨寡占價格에 對한 存立의 基礎要素가 되는 同時에 또한 獨占利潤追求에 對한 前提條件이 되는 것이다. 그러므로 企業의 市場支配力을 究明하는 것은 市場構造 把握에 그 1次的인 目的이 있는 것인데, 一般的으로 市場支配力에 있어서의 決定要因은 企業이 政府에 對한 影響力の 行使, 大量生産, 資本移動에 對한 制限性을 감안해야

6) 韓國產業開發研究所, 協定價格等 管理價格의 規制方案에 關한 調查研究, 1970, P. 57參照

하는 등 복잡한 決定要因에 依하여 形成되는 것이지만 우리나라에 있어서 管理價格의 實態를 計量的으로 把握한다는 觀點에서 볼 때 市場에 對한 企業의 一般的인 供給集中度에 의하여 이를 檢討하고 이 集中度가 높은 企業이 낮은 企業에 比하여 그만큼 價格決定過程에 있어서 價格管理的 要素가 크다는 價定下에서 企業의 集中度를 測定해야 할 것이다.

管理價格의 類型別 分類圖



資料: 韓國產業開發研究所

그런데 이 集中度의 測定方法은 大體로 生産集中度, 資本集中度, 販賣集中度等 여러 종류의 類型이 利用될 수 있으며 이는 또한 測定作業에 있어서 指標로서 活用될 수 있는 生産額, 出荷額, 資產額等이 考慮될 수 있다는 것을 同時에 意味하게 되지만 그 測定의 基準으로서 가장 代表的이고 信憑性있는 資料를 얻을 수 있는 것이 生産集中度에 의한 測定方法이 다른 類型에 比하여 現實적으로 妥當하다고 생각되는 것이다.

이러한 理論的 根據에 依하여 지난 70年度에 韓國產業開發研究所에서도 物價指數上的 加重値가 비교적 높거나 年間生産額이 5億원以上인 品目を 選定하여 管理價格品目에 對한 企業의 市場支配力實態를 生産集中度를 基準으로 하여 調査한 바 있는데 그 調査結果를 살펴보면 다음과 같다.

韓國產業開發研究所가 生産集中度를 基礎로한 市場支配力 實態把握에 있어서 管理價格의 類型區分은 앞서 言及한 바와 같이 獨複占型, 鼎立的寡占型, 多占的寡占型, 偏重協定型, 分散協定型等 다섯가지 型으로 區分하였으며, 이 區分에 따른 主要品目別 生産集中度의 內

容은 첫째로 獨複占型이 境遇 1個會社 내지 2個會社에서 100%를 生産하고 供給되는 形態인데 1個會社에서 100%를 獨占生産하는 品目은 中厚鋼板, 3輪貨物車, 板유리, 火藥, 2輪車, 소-다灰, 알미늄, 人絹糸等 8個品目이며, 2個會社에서 100%를 生産 供給하는 複占型 品目은 麥酒와 구루타민산소다等 2個品目이 이 範圍에 속하고 있다.

둘째로 鼎立的寡占型의 境遇는 獨複占이 아닌 品目으로 3個會社以上 5個會社에서 100%의 供給을 하고 있는 品目인데, 트럭, 배-스, 설탕, 신문용지, 나이론사, 粉乳, 크라프트紙, P. V. C樹脂, 라면, 乘用車, 自動電話機等 11個品目이 이에 該當하며, 세째로 多占的寡占型의 境遇는 該當品目を 生産供給하는 會社中 1個會社의 供給이 20%以上이며 5個會社 以上에서 100%를 供給하는 形態인데 이에는 자동차타이어 및 漆, 塗料, 손목시계, 시멘트, 고무신, 모빌油, 淸酒, 電線, 變壓器, 鋼管, 電動機, 피스톤, 鐵筋, 운동화, 항생제, 型鋼, 아연도철판, 綜合비타민錠, 黑鐵線, 線材, 合板, T. V. 受像機等이 이 範圍에 속하고 있다.

네째로 偏重協定型의 境遇는 5個會社의 累積集中度가 50%以上을 占하는 品目으로서 소주, 寒天, 모조지, 양정, 비릿트, 棉糸, 복지, 국수, 콜라, 淸酒, 소모사, 시멘트벽돌, 鋼板, 유선하드롱지, 연탄, 특수양단, 포도당 (주사용) 등이 이에 該當하며, 다섯째 分散協定型의 境遇는 5個會社의 累積集中度가 50%未滿인 型으로 배합사료, 메리야스, 세탁비누, 다량製材品, 석도철판, 광목, 보드지, 알미늄판, 人絹織物, 포폴린, 酒精, 탁주, 육송제제품, 골판지상자, 옥양목等 여러品目이 이 範圍에 속하고 있다.

業種別 集中度 實態

[表 1]

區分 業種	全 品 目 數	5 個社以內에서 의 供 給 品 目	構 成 比
食 料 品	19	6	31.6 %
纖維 및 同 製 品	21	1	4.8 "
木 材 및 紙 類	28	6	21.4 "
고 무 제 품	7	—	—
化 學 製 品	35	8	22.9 "
요 업 시 멘 트 제 품	14	4	28.6 "
金 屬 製 品	33	6	18.6 "
기 계 및 부 품	40	10	25.0 "
其 他	9	1	11.1 "
計	206	42	19.9 "

資料: 韓國產業開發研究所

이와 같이 企業의 市場支配力에 對한 集中度의 實態를 業種別로 考察해 보면 集中度가 높은 業種은 食料品, 機械類, 化學製品等으로 나타나고 있는데 大體로 資本集積이 어려운

裝置産業分野와 消費財供給産業에서 두드러지게 나타나고 있는데 이를 要約하면 [表1]에서 보는 바와 같다. 그리고 集中度의 實態를 國際的으로 比較해 보면 승용차, 판유리, 시멘트, 맥주 등은 國際的인 管理價格性을 띄고 있는 實情이다.⁷⁾

産業의 成長度와 集中度別 類型

[表 2]

區分 類型別	品目數	高成長産業型 (40% 以上)	中成長産業型 (30~39%)	安定成長型 (20~29%)	低成長産業型 (10~19%)	停滯産業型 (9% 以下)
獨·複占型	6	구루타민산소다	화 약 인 건 사	맥주	알미늄 소다회	
鼎立的寡占型	10	나이론사, 강판, 트러	설탕, 분유, 라면, 스포팅	신문용지 그라프트지 P.V.C 수지		
多占的寡占型	12	시멘트, 전선	고무신, 철근 피스톤, 강판	모빌류, 합판 청주, 전동기 변압기, T.V		
偏重協定型	7	시멘트벽돌		소주, 모조지 콜라, 주스		면사, 복지
分散協定型	12	에리아스		라왕제재품 연탄	배합사료 세탁비누 아연도철근 석도철판 보드지, 알미늄, 포도당	소모사 광 목
計	47	8	10	16	9	4

資料: 韓國産業開發研究所 ※ 成長度는 最近 3年間의 附加價值 成長率임.

그리고 産業의 成長度와 集中度別 類型에 있어서는 高度成長型의 産業일수록 集中度가 높게 나타나고 있으며 低成長型産業에 該當하는 品目일수록 集中度가 낮아지는 傾向을 보이고 있는데 이는 初期의 資本投下가 큰 品目으로 資本의 集中 및 集積이 外資에 依해 一時的으로 成立된 背景을 말해주는 동시에 在來의 産業은 새로운 資本供給이 別로 없었음을 시사하고 있는데 이를 要約하면 [表2]에서 보는 바와 같다.

3. 價格硬直度的 實態

우리나라의 경우에 있어서는 最近에 高度成長과 急速한 工業化政策의 展開에도 불구하고 아직도 資本主義的인 經濟秩序가 完全히 成熟化되어 있지 못하며 따라서 正統的인 意味에서의 景氣變動의 諸局面이 現象的으로 나타나지 않고 또한 全體 物價水準은 慢性的으로 上昇趨勢단을 示顯하고 있기 때문에 市場力에 대한 일종의 低抗力으로 作用한다고 볼 수 있는 管理價格의 下方硬直性的 究明을 目的으로 한 Means 등 여러學者들의 硬直度分析方法是 많은 制約과 問題點을 內包하고 있다.

더우기 全般的인 物價上昇趨勢가 長期間에 걸쳐 持續化되고 있는 條件下에서의 價格硬直性은 價格의 安定性이나 일종의 「인프레」 抑制要因으로서의 性格을 갖게 될 것임으로 市

7) 韓國産業開發研究所, 前掲書, P.43 參照

場支配力이 강한 獨寡占下의 大企業部門에 의하여 管理的으로 決定되고 長期間에 걸쳐 安定性和 下方硬直性を 特徵으로 한다는 管理價格에 關한 假說은 單純한 價格硬直度의 推計 단으로 檢討해 본다는 것은 無意味한 것이다.

그러므로 여기서는 우리나라의 價格構造에서 占하는 硬直的 價格의 相對的 比重, 價格硬直度의 分布, 硬直的 價格「그룹」의 構成, 管理價格「패턴」의 存立如否等 基本的인 몇 가지 問題點에 對한 「힌트」를 얻기 위하여 日本의 硬直價格問題를 分析할때 쓰던 推計方式을 參考로 하여 全國 都賣物價「데이터」에 適用하여 分析한 韓國産業開發研究所의 調查資料를 基礎로 하여 檢討해 보고저 한다.

韓國産業開發研究所에서는 價格硬直度를 觀察하는 指標로 價格變動頻度와 價格變動幅을 利用하여 韓國銀行의 都賣物價指數를 基礎資料로 1968年 1月부터 1970年 10月까지의 34個月間을 期間으로 定하고 [表3]에서 보는 바와같이 69個品目을 調查對象으로 選定하여 價格變動幅과 價格變動頻度を 測定하였다.

價格變動幅과 價格變動頻度

(表 3)

(1968. 1~1970. 10. 34個月間)

品 目	價 格 變動幅	價格變動 頻度(%)	品 目	價 格 變動幅	價格變動 頻度(%)	品 目	價 格 變動幅	價格變動 頻度(%)
시 멘 트	0.17	22.2	번 압 기	0.15	19.4	형 강	0.43	41.6
설 탕	0.13	33.4	모 빌 유	0.24	25.0	복 지	0.10	13.9
판 유 리	0.09	13.9	강 판	0.09	16.7	면 사	0.15	100.0
맥 주	0.00	0.0	P. V. C 수 지	0.48	28.0	메 마 야 스	0.08	30.5
운 동 화	0.25	30.5	화 약	0.18	5.6	탁 주	0.19	61.1
항 생 제	0.12	8.3	인 건 사	0.29	66.0	소 주	0.09	50.0
타 이 야	0.13	36.1	원 목 (미송)	0.23	36.0	광 목	0.08	77.8
전 선	0.17	47.2	시 멘 트 부 록	0.42	52.7	세 탁 비 누	0.11	52.8
고 무 신	0.07	8.3	아 연 도 칠 판	0.36	47.2	소 모 사	0.05	16.7
신 문 용 지	0.12	11.1	어 롬	0.39	63.9	복 수 양 단	0.19	30.5
승용차 (미스)	0.01	5.6	박 엽 지	0.14	13.9	생 고 무	0.48	89.1
합 판	0.19	28.0	시 멘 트 벽 돌	0.48	80.5	모 조 지	0.06	13.9
구루타민산소다	0.23	41.7	유선하드 롱지	0.22	22.2	배 합 사 료	0.12	69.5
청 주	0.04	19.7	국 수	0.05	16.7	비 렛	0.13	27.9
나 이 론 사	0.37	100.0	한 친	0.04	8.3	원 목 (육송)	0.11	63.9
분 유 밋 연 유	0.13	16.7	소 다 회	0.32	33.3	알 미 늄	0.26	61.1
크 리 프 트 지	0.09	6.6	연 탄	0.33	97.2	포 도 당	0.17	19.5
훈 질 선	0.49	63.9	라 면	0.12	11.1	원 목 (라왕)	0.17	22.2
강 판	0.15	19.4	주 스	0.68	8.4	양 정	0.55	58.4
중합 비타민 정	0.21	22.2	콜 라	0.07	5.6	목 양 목	0.08	86.1
화 물 삼 른 차	0.00	0.0	스 프 링	0.27	8.4	포 프 린	0.05	58.4
도 르 (페인트)	0.25	8.3	철 근	0.43	61.1	보 드 지	0.10	8.3
전 동 기	0.00	0.0	리 스 톤	0.45	8.4	고 무 장 과	0.42	22.2

資料: 韓國産業開發研究所

硬直도群의 區分

[表 4]

硬 直 度	變 動 頻 度
1 位	0~ 9
2 位	10~ 29
3 位	30~ 49
4 位	50~ 69
5 位	70~100

資料: 韓國産業開發研究所

硬 直 度 分 布

[表 5]

硬 直 度	品 目 數	品 目 構 成 比	品 目 構 成 比 的 累 積 值
1 位	15	22.4	22.4
2 位	23	32.8	55.2
3 位	11	14.9	70.1
4 位	13	17.9	88.0
5 位	7	12.	100.0
計	69	100.0	

그리고 價格硬直도의 區分은 [表4]에서 보는 바와같이 5個의 順位別 硬直도群으로 區分하여 設定하였는데 이 硬直도의 區分에 있어서 一般的으로 變動頻도와 아울러 變動幅도 考慮되어야 하는 것이 原則이지만 우리나라의 價格의 硬直도에 대한 特性은 맥주, 전동기, 승용차, 트럭등 Critical Items에 대한 政府의 規制가 强하게 作用함으로서 管理價格이 갖는 一般的 屬性인 變動頻도가 낮고 變動幅이 높은 現象이 그대로 反映되지 않고 약간의 기형성을 보이고 있어 區分指標의 하나인 變動幅을 빼어버리고 價格變動頻도에 의해서만 順位別 硬直도群으로 區分한 것이다.

그리고 調査對象 品目を 中心으로 하여 硬直도分布를 要約해 보면 [表5]에서 보는 바와같이 硬直도順位 2가 第一 높고 다음은 硬直도順位 1의 順序인데 이 1과 2順位の 品目이 品目構成比에서 50%以上을 占有하고 있음으로 測定 對象品目에 있어서 管理價格의 인 性格이 强함을 表示하고 있다.

따라서 品目別 內容을 살펴보면 [表3]에서 보는 바와 같이 硬直도가 제일 높은 것은 맥주, 화물삼륜차, 전동기, 버스, 콜라, 화약, 크라프트지, 향생제, 고무신, 한천, 페인트, 주스, 스프링, 피스톤등이며 順位가 2位인 品目は 신문용지, 라면, 박엽지, 판유리, 복지, 강판, 소모사, 국수, 강판등인데 硬直도가 4~5位에 該當하는 品目は 價格管理에 의 한 一定期間의 維持力이 거의 없음을 나타내고 있다.

4. 管理價格製品의 「마아진」率 實態

管理價格製品에 대해 一般 消費者들은 價格이 너무 비싸다고 생각하는 것이 우리나라의 實情인데 여기서는 이 管理價格製品에 대한 生産者 및 流通部門의 「마아진」率이 얼마나 되는가 하는 實態를 把握코저 한다.

製品에 對한 價格의 類型區分方法으로는 便誼上 生産量의 累積集中度에 따라 前述한 바와같이 다섯가지로 區分하여 分類했으며 여기서 區分된 各 類型別로 代表的인 2種의 品目を 선택하여 各 製品別로 生産原價를 基準으로 한 生産者 「마아진」率을 算出하였고 아울러

工場渡價格(生産原價+生産者「마아진」)을 基準으로 하여 流通部門의 「마아진」率을 分析하였다.

類型別 및 品目別 「마아진」率比較

[表 6]

類型別 및 品目別		「마아진」率 生 產 者 마 아 진 率	流通部門 마아진率		合 計
			都 賣	小 賣	
獨. 複 占 型	麥 酒	44.7	8.9	8.3	61.9
	구루타민산소다	4.3	3.1	1.8	9.2
鼎立的寡占型	설탕	12.8	9.1	9.1	31.0
	新聞用紙	11.5	7.7	8.2	27.4
多占的寡占型	고 무	16.4	12.3	30.1	58.8
	電 線	29.3	20.0	10.0	59.3
偏重協定型	소 주	20.6	4.6	9.2	34.4
	服 地	8.7	15.3	9.5	33.5
分散協定型	配 合 飼 料	7.7	4.1	7.6	19.4
	廣 木	5.8	9.0	2.9	17.7
平 均		16.2	9.4	9.7	35.3

資料: 韓國産業開發研究所

- ※ ① 1970年 9月 現在의 比率임
- ② 生産者 「마아진」率은 生産原價基準
- ③ 流通部門의 「마아진」率은 工場渡價格基準

[表6]의 類型別 및 製品別 「마아진」率 比較에서 보는 바와 같이 生産者 「마아진」率이 제일 높은 것은 麥酒, 電線, 소주, 고무신, 설탕, 新聞用紙 등의 順位이며, 流通部門의 「마아진」率은 고무신이 42.4%로 제일 높고 다음이 電線으로서 30%이며 服地가 24.8%, 설탕이 18.2%, 麥酒가 17.2%, 新聞用紙가 15.9% 順으로 나타나고 있다.

그리고 最終消費者의 支拂價格을 基準으로 하여 製品別 總 「마아진」率을 分析해 보면 麥酒는 69.5%로서 제일 높고, 2位는 電線으로서 68%이며, 3位는 고무신인데 65.7%이고, 4位가 소주로서 37.2%이며 5位는 服地로서 35.6%, 6위는 설탕 33.3%, 7위는 新聞用紙 33.2%, 8位는 配合飼料 20.2%, 9位는 廣木 18.3%, 끝으로 구루타민산소다 9.4%로 나타나고 있어서 管理價格製品에 대한 暴利라는 輿論이 있을법한 所致를 알 수 있는 것이다.

그런데 集中度類型別 主要品目에 對한 「코스트」變化와 「마아진」實態分析에서 볼 때 「코스트」變化에 無反應性이라는 管理價格의 一般의 特性이 反映되지 않고 있으며, 大體로 「코스트」水準과 價格水準은 正比例의 으로 上方調整이 되므로 一定한 「마아진」이 繼續的으로 確保되는 傾向이 있으나 生産性向上等 内部合理化에 따른 原價切下에 의한 獨占的 「마아진」의 擴大와 價格의 長期的인 硬直性이 維持되지 못하는 傾向도 나타나 있다.

그리고 外形의 으로 一定水準의 生産者 「마아진」에 비해 流通部門의 「마아진」이 肥大함으로서 價格의 上方調整이 實現될 뿐만 아니라 一部品目에 있어서는 生産者가 流通 「마아진」에까지 參與하고 있는 實情이다.

5. 管理價格動向이 物價水準에 미치는 影響

다음으로 管理價格「그릅」의 動向이 「인플레이션」이나 一般 物價水準의 變動에 어떠한 影響을 미칠 것인가 하는 問題를 檢討해 보아야 하겠다.

우리나라의 境遇에 있어서 獨寡占의인 市場構造가 物價에 많은 影響을 미치는 것은 事實이며 또한 企業의 一方의인 價格決定方式과 이의 強行도 많은 問題를 提起하고 있음이 事實이다. 그러나 이것은 어디까지나 國內 市場規模가 縮소하고 政府가 輸入制限과 같은 競爭制限的인 政策手段을 採擇하며 또한 購買者側의 市場情報에 對한 知識 및 對應力의 欠如에 따른 市場構造의 不完全性(imperfect market structure)에 主要한 原因이 있는 것으로서 美國의 境遇와 같이 鐵鋼, 自動車, 化學等 戰略部門에 있어서의 巨大企業의 登場, 強力한 勞組의 擡頭와 이에 따른 競爭制限行爲와 關聯된 管理價格「인플레이션」의 問題는 보다 將來의 課題가 될 것이라고 생각된다. 따라서 우리나라에서는 이러한 物價上昇에 對한 管理價格의 影響보다는 오히려 政府의 지나친 保護政策에 의한 獨寡占市場構造의 形成과 國際市場價格과의 過度한 격차를 갖는 높은 販賣價格의 設定許容이 問題가 될 것이다.⁽⁸⁾

그리고 우리나라에 있어서 都賣物價指數는 年平均指數로 보았을 때 1969年度에는 1965年度보다 33.7%가 그리고 1970年度에는 44.7%가 각각 上昇함으로서 결국 年平均으로는 1965~1969年사이에 7.6%, 1965~1970年사이에 7.7%씩 해마다 上昇하여 온 셈이 된다.

그런데 지난 1970年度에 韓國產業開發研究所가 調査한 바에 의하면 現在의 都賣物價指數體系下에서 調査對象 管理價格品目中 44個品目이 都賣物價에 對한 寄與率은 1965年~1970年間에는 24.19%였으며 1969年 12月~1970年 10月사이에는 22.8%였다. 그리고 管理價格品目の 市場 構造形態에 따른 類型別 價格變動率과 그로 인한 綜合 都賣物價變動에의 寄與率은 [表7]에서 보는바와 같다.

管理價格 品目の 物價變動에 對한 寄與率

[表 7]

類 型	變 動 率		寄 與 率	
	1965~1970年	1969年 12月~ 1970年 10月	1965~1970年	1969年 12月~ 1970年 10月
獨 復 占 型	48.42	2.91	2.23	1.25
鼎 立 的 寡 占 型	28.79	7.41	2.42	3.08
多 占 的 寡 占 型	42.91	10.70	8.02	8.39
偏 重 協 定 型	33.19	6.41	5.22	4.44
分 數 協 定 型	43.94	6.36	6.30	5.64
平均 또는 合計	38.46	7.21	24.19	22.80
總 合 都 賣 物 價	44.47	7.27	(100.00)	(100.00)

資料: 韓國產業開發研究所

8) 韓國經濟開發센터, 管理價格과 物價, 1970, P. 129參照

한편 1968年 産業聯關分析資料에 依한 主要 管理價格製品의 原價構造는 原資材 및 「서비스」의 國產供給分이 50%에도 未達되고 있다. 이처럼 이들 管理價格製品의 原價中에서 國產資材가 차지하는 比重이 50%도 안되고 있지만 이들 價格이 1單位가 變動됨으로써 全 産業에 미치는 價格波及效果가 自己關聯部門에 對하여는 30%内外, 또 餘他 主要 産業部門에서도 5~10% 程度가 나타나고 있다고 한다.⁽⁹⁾

IV. 管理價格의 規制方案

管理價格에 對한 規制의 努力은 1930年代 初期 美國에서 부터 始作되었다. 따라서 管理價格의 規制問題와 아울러 經濟理論에 있어서도 古典學派의 完全競爭에 대한 理論模型을 批判하는 계기가 되었는데 이에 대해서는 1932년에 G. C. Means가 A. A. Berle와의 共著 “近代株式會社와 私有財産”에서 그는 當時의 産業集中化傾向과 傳統的인 既存理論과의 關係에 對해서 다음과 같이 結論짓고 있다. 즉 “競爭은 性格으로 變化했으며 今日의 狀態에 適用시킬 수 있는 原理와 根本적으로 다르게 되었고 複占의 原理가 自由로운 古典의 競爭原理보다 더욱 重要하게 되었다.”⁽¹⁰⁾는 見解를 나타내었으며 30年代初에 美國上院의 反「트러스트」委員會가 物價問題와 결부된 管理價格 問題를 慎重히 다루었는데 큰 成果는 얻지 못했으며 同委員會는 1957년에 管理價格問題를 새로히 檢討하였고 規制問題에 對한 公聽會議錄이 30卷을 넘고 있는 實情이었다.

이와같이 美國에서도 管理價格에 對한 所望스러운 規制方法이 채택되지 못하고 있으며, 우리나라의 境遇에 있어서는 管理價格에 對한 對策이 美國에서와 같은 反獨占法의 制定 實施만으로 滿足할 수는 없는 것이기 때문에 物價政策의 基調로서의 規制方案과 市場支配에 依한 價格操作의 規制方案 및 協同組織에 依한 價格操作의 規制方案으로 分類해서 檢討해 보고자 한다.

1. 物價政策의 基調로서의 規制方案

지난 60年代의 우리나라 物價政策은 物價調節에 關한 臨時措置法, 告示價格制 등을 通하여 主로 流通過程의 最終段階에서의 價格의 規制에 그 基調를 두었었다. 그러나 經濟開發計劃이 推進되는 過程에서 國民經濟의 量的規模와 體質變化 및 所得水準이 向上됨에 따라 物價構造와 그 變動要因上에는 많은 變化가 있었음을 勘案할 때 1970年代의 物價政策의 基調는 앞으로 管理價格 對象品目的 價格引上을 防止하고 全般的인 物價安定을 이

9) 韓國産業開發研究所, 前提報告書, P. 11 參照

10) Adolf A. Berle, and Gardiner C. Means, The modern corporation and private property, 1932, P. 45 參照

록하기 爲하여 다음과 같은 方向에서 定立되어야 할 것이다.

첫째로 物價政策을 國際競爭力強化 施策과도 連結되겠음 流通過程의 最終段階에서 直接의인 價格統制 方式을 止揚하고 源泉의으로 生産部門에 對한 規制方案을 마련해야 한다.

이러한 規制方案을 마련하기 위해서는 管理價格 對象品目에 對한 標準原價制度의 導入과 費目別 標準值를 設定하여 標準值를 超過하는 費用에 대해서는 稅務會計上에서 이를 認定하지 않도록 해야 한다. 뿐만 아니라 價格規制 對象品目の 類型別 對策을 樹立하여 規制對象品目の 規格, 品質等 具體의인 範圍를 明示하여 外型變形으로 規制對象에서 빠져나가지 못하도록 함과 동시에 原價節減을 통한 競爭力을 強化토록 試圖해야 한다.

둘째로는 流通構造의 合理化를 통한 流通費用의 節減 및 流通過程에서의 價格操作을 防止해야 한다. 이를 위해서는 流通機構를 整備하여 流通經路를 短縮시키며 生産者 支配下에 있는 販賣會社나 直賣店에 對한 監督을 強化해야 할 것이다.

세째로 協會의 整備와 政府의 管理規制能力을 強化해야 한다. 各種協會를 再整備하는 한편 지금까지 協會가 취해왔던 價格操作이나 對政府 壓力團體로서의 機能을 止揚하도록 協會의 機能 및 그 限界, 運營規定, 業務報告, 價格變動에 對한 規制等 政府가 보다 強力한 規制能力을 갖도록 關係法의 補強이나 獨立法을 制定해야 한다.

네째로는 事前 豫示制實施를 前提로 하여 規制對象 品目에 對한 輸入의 段階의 開放과 政府財政이 許容하는 限界內에서 主要物資備蓄을 擴大해야 한다.

2. 市場支配에 依한 價格操作의 規制方案

企業의 市場支配에 依한 價格操作의 類型에 屬하는 品目は 맥주, 구루타민산소다, 板유리, 火藥, 中厚鋼板, 三輪車等인데 이들 品目は 1個業體가 獨占價格을 決定하거나 또는 2個會社가 販賣會社를 設置하여 實質的으로는 前者와 같은 獨占價格을 形成하고 있다.

그리고 特別히 이들 品目を 生産하는 業體는 巨大한 資本能力을 가지고 流通過程을 支配하고 있기 때문에 價格變動이 生産過程에서 부터 支配되고 있는 特徵을 가지고 있는 實情이다.

그러므로 이들 品目에 對한 價格規制方案으로서의 첫째로 標準原價制度에 의한 費目別 要素別 標準值를 設定하여 原價節減을 善導하고, 標準值를 上廻하는 費用에 對해서는 稅務會計上 이를 經費로 認定하지 않게하여 不當한 原價操作과 價格決定을 事前에 防止함은 물론, 標準原價의 實施與否를 把握할 수 있도록 業體에서는 一定期間에 한번씩 實質原價를 政府에 報告토록 하여 政府는 항상 標準原價를 調整할 수 있도록 規制方案이 隨伴되어야 한다.

둘째로는 流通經路를 短縮시켜 流通「마야진」을 節減시키고 이 品目を 취급하는 流通機

構에 對하여는 稅務行政을 強化하여 價格操作을 防止토록 해야한다.

세제로 이들 品目中 麥酒나 板유리 火藥등을 輸入을 段階的으로 開放하여 國內의 需給 調節에 對한 政府調節能力의 增大와 外國商品과의 競爭力強化를 爲한 生産者의 原價節減 努力을 通하여 國際價格에 이들 品目の 價格을 平準化 시키는 方向으로 誘導해야 한다.

3. 協同組織에 依한 價格操作의 規制方案

가. 大生産業者의 價格談合型에 對한 規制方案

大生産業者의 價格談合型에 屬하는 品目は 獨複占品目を 除外하고 5個以內의 會社에서 供給이 專擔되고 있는 설탕, 自動車, 타이야, 新聞用紙, 나이론糸, P.V.C 樹指等 이외에도 數種이 있는데 이들 品目도 市場支配力을 갖는 點에서는 앞서 言及한 獨複占類型과 비슷하나 단지 價格決定에 있어서는 「칼텔」의 性格을 갖는 協會機能을 通하여 製品의 生産 및 出荷量, 그리고 價格決定等を 談合하고 있다.

그러므로 이 類型에 屬하는 製品에 對한 價格規制方法은 生産過程에 重點을 두어야 하는데 첫째로 標準原價制度에 의한 標準值 設定으로 原價節減을 善導하고 標準值를 超過하는 費用은 經費로 認定하지 않은 稅制上의 規制를 강구하고, 둘째로 설탕등 對外競爭 可能品目の 漸차적 輸入開放措置를 취하며, 세째로 流通機構의 整備와 流通「마아진」의 節減 및 協會에 對한 政府의 管理能力 強化등이 있어야 할 것이다.

나. 大生産者 價格先導型에 對한 規制方案

이는 4~5個業體가 市場供給의 50%以上을 占하고, 다른 企業들은 大企業의 價格決定을 追從하겠끔 하는 傾向을 보이고 있는데 이들 品目에 對한 規制方案도 마찬가지로 첫째 標準原價制에 의한 標準值의 超過費用은 稅務會計上 不認定, 둘째 流通「마아진」의 減縮과 流通過程에서의 價格操作 防止, 세째 協會의 整備 및 政府管理機能의 強化, 네째 시멘트 등 季節變動의 幅이 큰 商品에 對해서는 事前 物動計劃을 通한 需給調節을 可能토록 해야한다.

다. 群少生産者 協議型에 對한 規制方案

이 類型에 屬하는 品目は 소주 服地等 20餘個 品目과 理髮料, 茶代等 協定價格 및 料 金인데 이들 品目は 大部分이 中小企業製品이거나 「서비스」業이기 때문에 經營規模가 均等하여 市場占有가 分散化되어 있고 價格決定이 特定業體에 主導되지 않은 것이 特徵으로 되어 있다.

그리고 價格決定은 協會를 通하여 이루어지고 있기 때문에 이들 品目에 對한 規制 方案

은 生産過程에 對한 規制보다 流通過程 및 協會運營에 對한 規制가 더욱 現實的이므로 첫째 不必要한 協會의 整備, 둘째 協會運營은 技術開發 및 研究調查, 情報交流等에 局限시켜 價格操作能力을 弱화시키고, 셋째 運營實態에 對한 報告와 政府의 規制能力을 強化시켜야 한다.

V. 結 論

以上으로 寡占화된 現代 市場構造의 經濟的 歸結의 하나라고 볼 수 있는 管理價格의 概念規定에 關한 主要學者들의 理論을 簡單히 紹介하였고, 우리나라에 있어서 管理價格의 實態를 類型別로 分類하고 管理價格 形成條件의 하나인 企業의 市場支配力 實態와 管理價格의 特徵인 價格硬直度の 實態 및 管理價格製品의 「마아진」率 實態, 그리고 管理價格動向이 物價水準에 미치는 影響等を 分析하였으며, 아울러 이와 같은 管理價格의 規制方案을 經濟安定을 위한 物價政策面과 消費者保護라는 側面에서 檢討해 보았다.

이러한 一聯의 說明過程을 通하여 다음과 같은 結論을 얻을 수 있을 것이다.

첫째 管理價格은 大企業이나 市場支配力이 강한 中堅企業 或은 製品差別化 (product differentiation) 와 같은 非價格競爭이 主導的인 競爭形態가 되어 있는 企業에 依하여 獨自的으로 決定되고 需給條件의 變化에도 不拘하고 餘他部門에 比하여 相對的으로 長期間 硬直性을 나타내는 價格으로서 競爭市場價格과 對照的인 意味를 갖는 것이다. 또한 管理價格은 生産要素市場에까지 擴大解釋 乃至 適用할 수 있는데 強力한 團體交涉力을 管 轄으로한 勞動組合의 賃金引上 實現은 管理價格決定의 한 變形이라고 볼 수 있다.

둘째로 이러한 管理價格은 市場支配力을 基盤으로 한 一定한 範圍의 價格決定에 關한 裁量權의 行使可能性에 依存하는 것인바 이러한 範圍를 冷感帶라는 名稱으로 불리워지고 있으며 우리가 價格理論에 關한 通常的인 事例인 合板業에서 자주 對하게 되는 寡占市場 下에서의 Kinky demand curve는 이러한 冷感帶의 存在와 密接하게 關聯된 것이다.

셋째 우리나라에 있어서는 企業의 集中度와 價格變動「페턴」과의 關係에 있어서 어떠한 持續的인 傾向은 나타나지 않고 있으며 特히 우리나라의 境遇 G. C. Means가 指摘한 바와 같은 類型的인 管理價格「페턴」으로는 高度로 集中화된 獨寡占企業의 價格變動問題를 說明하기 困難하며, 高度集中화된 產業에 있어서의 管理價格問題는 經濟構造全般에 걸친 支配的인 現象이라기 보다는 몇몇 特定產業에 限定된 部分的인 問題라고 보겠으며 現段階에 있어서 보다는 工業化의 基盤이 確固해지고 工業構造의 高度化와 規模의 大型化 및 集中化가 市場支配力의 實質的인 基盤이 될 수 있는 程度로 企業能力이 國內 및 國際市場에서 競爭力의 強化가 이루어지게 될 70年代의 중반기라야 主要한 經濟的인 問題로서 浮刻될 수 있는 性質의 것이라고 생각된다. 그러나 이것이 現段階의 管理價格에 對處할 수 있는 效率的인 政策樹立의 必要性을 減少시키는 要因은 될 수 없는 것이다.

넷째 現段階에 있어서도 우리나라의 一部 管理價格品目은 生産者와 流通業者들이 消費者支拂價格의 69.5%라는 「마아진」率을 보이고 있으며, 또한 價格硬直性이 持續되고 있는 것은 政府의 지나친 保護政策으로 國際市場價格과의 過度한 격차를 갖는 높은 販賣價格設定을 許容한데 基因하고 있는 것이다.

다섯째 以上과 같이 分析해 본 바에 依하여 現段階의 管理價格에 對한 實態를 基礎로 다음과 같은 規制方案을 提案코져 한다. ① 앞으로의 物價政策은 企業의 國際競爭力 強化 등과도 連結되겠음 流通過程의 最終段階에서 價格統制方式을 止揚하고 生産部門에서 부터의 規制方案을 마련해야 한다. ② 그러기 爲해서는 管理價格品目的 生産企業體는 標準原價制度를 實施케 하며 費目別 標準值를 設定하여 이 標準值를 超過하는 費用에 對해서는 이를 經費로 認定하지 않도록 稅務會計規定을 立法化하고 ③ 消費者保護를 爲해 流通構造의 再整備를 단행하여 流通費用과 「마아진」을 節減시켜야 한다. ④ 價格操作이나 對政府 壓力團體로서의 機能을 發揮해 왔던 協會를 再整備해서 技術開發과 研究調査 및 情報交換에 注重하도록 함과 동시에 政府의 監督機能을 強化하도록 立法措置를 취해야 하며 ⑤ 事前豫示制 實施를 前提로하여 規制對象品目에 對한 輸入의 段階的 開放을 단행해야 한다.

그러므로 管理價格에 對한 對策은 韓國的 現段階의 與件에서 美國의 경우와 같은 反獨占法의 制定實施만으로는 滿足할 수 없으나 70年代의 終반기에 예상되는 競爭의 激化와 開放體制로의 不可避한 移行을 勘案할 때 合理的인 競爭政策의 主要手段의 하나로서 公定去來法이나 獨寡占規制法의 制定은 必須的인 것이라고 생각된다.

[Summary]

A Study on The Actual Conditions and Regulate for
Administered Price in Korea

by HAK-SOON HYUN

(I)

This paper is intended to have a correct understanding of its concept and to explain an actual conditions and controlled devices to administered prices in Korea.

The concept of administered prices were advanced by G.E. Means. He defined, in short, an administered price as, it is settled almost by producers and consumers, does not fluctuate for a specified period in a fixed level and the variation of demand has a characteristics which is reflected by the change of the output and sales rather than prices.

(II)

Owing to the Government's protective measures to the producer, administered price takes form the Mono-Oligopolistic market and permits high prices excessively compared with international marketing prices.

For the reasons mentioned above, producer's margin of the products is too high from the beginning and becomes the subject of criticism unfavorably from the part of consumer. According to many problems occurred on the distribution processes.

(III)

The schemes to regulate such an administered prices are as follows;

- 1) Setting up new course of policy as well as cut down cost by introducing standard cost accounting system in the enterprises producing the regulatory items.
- 2) Expenses except standard value don't admit on the tax accounting
- 3) Regulatory items foreshadow in advance.
- 4) Open import in order to protect consumer and strengthen an international competition of the firms.

The problems of administered prices in not too severe at the present stage in Korea. But as Korean economy converts into open-system inevitably at the end of 1970's, the actment of lawer to the administered prices in desired in advance.