

시장은 어떻게 작동하는가:

불균형, 기업가 정신 그리고 발견

시장은 어떻게 작동하는가:

불균형, 기업가 정신 그리고 발견

이즈리얼 M. 커즈너 지음

황수연 옮김

도서출판 리버티

시장은 어떻게 작동하는가: 불균형, 기업가 정신 그리고 발견

지은이 **이즈리얼 M. 키즈너**
옮긴이 **황수연**
펴낸이 **구자춘**

초판 1쇄 펴낸날 2014년 2월 28일

도서출판 리버티
612-760 부산 해운대구 양운로 182, 103-404
전화 (051) 701-0122 / 팩스 (051) 918-0177
출판등록 2013년 1월 10일 제333-2013-000001호
전자우편 jachoon2@hanmail.net

Liberty Publishing House
182 Yangwoon-ro, 103-404, Haeundae-gu, Busan 612-760, Republic of Korea
Phone 82 51 701 0122
email jachoon2@hanmail.net

© 도서출판 리버티 2014

How Markets Work: Disequilibrium, Entrepreneurship and Discovery
by Israel M. Kirzner
First published by The Institute of Economic Affairs, London, 1997
Copyright © The Institute of Economic Affairs 1997
All rights reserved.

Korean translation edition © 2014 by Liberty Publishing House
Translated by Sooyoun Hwang, Kyungsung University
Published by arrangement with The Institute of Economic Affairs, Westminster,
London, UK.
Reprinted by permission. All rights reserved.

이 책의 한국어 판권은 저작권자인 The Institute of Economic Affairs와
계약한 도서출판 리버티에 있습니다. 저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는
저작물이므로 어떠한 형태로든 무단 전재와 무단 복제를 금합니다.

ISBN 978-89-98766-04-7 (93320)

책값은 뒤표지에 있습니다.

차례

웁긴이 서문 _ 3

콜린 로빈슨 교수의 서문 _ 5

지은이에 대해 _ 11

| | |
|------------------------------------|-----|
| 1. 서론 | 13 |
| 2. 경제 사상사의 배경 | 19 |
| 3. 표준적인 가격 이론의 문제들 | 33 |
| 4. 기업가적 발견의 이론 | 49 |
| 5. 기업가적 발견의 이론이 제공하는 새로운 시각들 | 83 |
| 6. 결론 | 115 |

• 추가적인 읽을거리 _ 117

• 요약 _ 119

• 웁긴이에 대해 _ 121

옮긴이 서문

이 역서는 Israel M. Kirzner, *How Markets Work: Disequilibrium, Entrepreneurship and Discovery* (London: The Institute of Economic Affairs, 1997)를 번역한 것이다. 이즈리얼 키즈너는 현존 오스트리아학과 학자들 중 가장 비중 있는 학자로서 루트비히 폰 미제스와 프리드리히 하이에크의 이론들을 자신의 기업가적 발견 접근법에서 종합하고 있다.

키즈너는 이 책에서 신고전학파의 완전 경쟁 균형 접근법에 내재한 결함들을 비판하고 대안으로서 오스트리아학파의 기업가적 발견 접근법을 제시한다. 그는 실제 적용에서도 신고전학파 접근법의 오류와 기업가적 발견 접근법의 타당성을 광고, 반독점법, 주류 후생 경제학, 사회주의 경제, 그리고 정의의 문제에 걸쳐 잘 설명하고 있다.

이 책의 번역과 관련, 옮긴이는 이번에도 흔쾌히 번역 출판권을 주신 편집·기획 이사 필립 부스(Philip Booth) 교수와 경제문제연구소(The Institute of Economic Affairs)에 감사한다. 또한 변함없이 신속하고 정확하게 편집 및 교정 작업을 해 준 김지혜 선생에게도 감사한다. 이 책은 2013학년도 경성대학교 학술연구비 지원에 의해 연구되었다. 학교 당국의 지원에 감사한다.

콜린 로빈슨 교수의 서문

지난 100여 년간, 신고전학파가 미시 경제학 사고를 지배하게 되었다. 경쟁에 관심을 가진 경제학자들은 경쟁 균형의 최종 상태를 강조하는 더욱 더 복잡한 모형으로 도피하였다. 한동안, 그러한 상태에 이르는 불균형 조정에 대한 고전학과 경제학자들의 관심은 거의 사라졌다.

이러한 사고 지배의 경제 정책 결과는 극히 중대하였다. ‘완전 경쟁(perfect competition)’ 균형 상태에 대한 관심 집중은 시장에서의 ‘불완전(imperfection)’과 ‘실패(failures)’의 탐색을 초래한다. 그것과 정부 행동이 그러한 실패를 교정해야 한다는 제안과는 짧은 거리다. 참으로, 모든 현실 세계 시장들이 완전 경쟁 이상 옆에 놓일 때 불완전하게 보임에 틀림없으므로, 정부 개입의 범위는 사실상 무한한 것 같다.

그러나 정책 결정에 대한 시장 실패 접근법에 대한 비판들이 점차 늘어났다. 약간은 경제학 주류 안에서 일어났다—예를 들어, 시장을 단편적으로 만지작거리는 것에 대한 ‘차선(second-best)’ 비판과¹⁾ 완전 경쟁 패러다임에 내재하는 최적 기준의²⁾ 실제적 가치에

1) R. G. Lipsey and K. Lancaster, ‘The General Theory of Second Best,’ *Review of Economic Studies*, 24(1), October 1956, pp. 11–32.

관해 표현된 의심이 그러한 것들이다. 더욱 파괴적인 것은 국가 부문에 종사하는 사람들이 전지하지도 않고 자선적이지도 않으며 다른 사람들과 똑 같다고 지적하는 공공선택학과에 의해 이루어진 비판이다. 결과적으로, 정부도 실패하고, 시장 실패를 교정하는 행동이 반드시 이로울 것이라고 당연히 가정될 수 없다.³⁾

그러나 신고전학과 주류에 더욱 더 유해한 것은 경쟁이 하나의 상태로서가 아니라 (더 옛날의 고전학과 전통에서와 같이) 시간에 걸쳐서 일어나는 지속적인 과정으로서 당연히 간주되어야 한다는 비판이다. 이러한 견해는 종종 ‘오스트리아학과(Austrian)’ 견해라고 명명되고 특히—루트비히 폰 미제스(Ludwig von Mises)와 프리드리히 하이에크(Friedrich Hayek)라는—두 명의 위대한 20세기 오스트리아학과 주창자들과 관련되어 있다. 오스트리아학과 학자들에 따르면, 장기 완전 경쟁 균형은 적절한 정책 목표가 아닌데, 왜냐하면 그것이 전혀 경쟁을 나타내는 것이 아니라 경쟁이 소진된 최종 상태를 나타내기 때문이다. 시장은 정지해 있지만, 경쟁의 본질은 지속적인 변화의 특징을 가진 불균형이다.

오스트리아학과 경제학의 지도적인 주창자들 중 한 사람인 이즈리얼 키르즈너(Israel Kirzner) 교수는 호바트 페이퍼(Hobart Paper) 제133권에서 미제스와 하이에크의 전통에 따라 오스트리아학과 학

2) 어떤 다른 사람의 상태도 더 나쁘게 하지 않으면서 적어도 한 사람의 상태를 더 낫게 하는 이동으로서 개선을 정의하는 파레토 최적 기준.

3) 예를 들어, Gordon Tullock, *The Vote Motive*, Hobart Paperback 9, London: Institute of Economic Affairs, 1976 (제2쇄, 1978).

자들이 제공할 수 있는 통찰력들을 보여준다. 그는 신고전학과 이론가들의 무미건조한 모형들보다는 사업가들이 활동하는 현실 세계 시장들과 훨씬 더 밀접하게 맞추어진 경쟁 형태를 강조한다.

커즈너는 자신의 비길 데 없이 풍부한 역사 지식과 오스트리아학과 경제학의 현재 상태를 사용해서 오스트리아학과 경제학이 더 옛날의 고전학과 전통과 어떻게 관련되며 그것이 주류 전통과 어떻게 다른지 보여준다. 그는 경쟁 과정의 ‘블랙박스(black box)’를 열어서 기업가들이 이전에는 붙잡지 못했던 이윤 기회들을 탐색하고 발견하며 이용함으로써 어떻게 시장들을 움직이는지 설명한다. 기업가적 발견은 현실 세계 시장 과정의 중심에 있다. 지식은 완전하지 않고, 꺼낼 수 있는 어떤 중앙 공동 이용 제도(central pool)로부터 얻을 수도 없다. 그것은 자연적으로 분산되어 있고, 소비자들을 만족시키는 더 나은 방법을 발견하기 위해 기업가들이 서로 경쟁함으로써 밝혀진다.

오스트리아학과 경제학의 주요 특징들을 설명할 뿐만 아니라, 커즈너 교수는 또한 오스트리아학과 경제학이 실제 정책 쟁점들에 제공하는 통찰력들도 논의한다(제5절). 예를 들어, **광고**는 복잡한 사회에서 소비자들에게 ‘그들이 무엇을 알고 있지 못한지 그들이 알고 있지 못한 것’에 주의를 환기시키는 수단이다. 그것은 ‘... **경쟁 도구**’이다. **반독점법**은, 독점의 출현에 대한 좋은 뜻의 방어로 계획되지만, 당연히 시장 과정에 대한 장애가 된다. 진입의 자유야말로 경쟁 시장이 존재하기 위한 유일한 요건이고, 일반적으로, 진정한 진입 장벽을 세울 수 있는 것은 오직 정부뿐이다.

주류 후생 경제학은, 사회적 최적에 대한 그것의 강조와 더불어, 치명적인 결함을 안고 있는데, 왜냐하면 정보의 분산으로 어떤 ‘사회적 행위자(social agent)’도 최적 결과를 달성하는 데 필요한 정보를 도무지 모을 수 없게 되기 때문이다. 그러나 시장들은 그러한 정보를 모을 수 있고, 설사 시장들의 결과가 엄밀한 의미에서 ‘최적(optimal)’이 아니라 할지라도, 필요한 조정을 달성할 수 있다. 비록 지금은 실제로 불신당하고 있지만, **사회주의 경제**는 심지어 이론적으로도 경쟁 시장을 결코 모방할 수 없는데, 왜냐하면 그것이 경쟁적 발견 과정을 제도화하기보다는 완전히 경쟁적인 결과를 모방하는 것을 목표로 삼았기 때문이다. **정의**에 대해서, 커즈너 교수는 순수 이윤이 기업가에게 생기는 것에 관해서 불공정한 것이 없다고 주장한다. 그러한 이윤은 ‘창조된 이득(created gain)’이지, 분배를 위해 이용 가능한 이미 존재하는 어떤 ‘파이(pie)’의 일부가 아니다.

오스트리아학과 경제학 견해에 대한 관심이 늘어나고 있는데, 특히 연구자들이 구식의 구조-행동-성과 패러다임보다 시장에 대한 진입 조건을 훨씬 더 많이 강조하는 산업 경제학에서 그러하다. 오스트리아학과 경제학에 대한 언급은 지금 심지어 입문 경제학 교과서에서도 나타나고 있다. 그러나 미시 경제 정책들은, 시장 실패라고 생각되는 것에 대한 그것들의 강조와 더불어, (케인스의 말을 사용하면) ‘작고한 경제학자들(defunct economists)’의 견해 쪽으로 여전히 편향되어 있는 것 같다.

모든 본 연구소 간행물들에 대해서와 마찬가지로, 호바트 페이퍼 제133권에 표현된 견해는 저자의 견해이지, (법인 견해를 가지고

있지 않은) 본 연구소의 견해가 아니며, 그것의 평의원, 자문 위원
혹은 이사의 견해도 아니다. 본 연구소는—오스트리아학과 경제학
으로부터 많은 교훈들을 얻을 수 있는 정책 결정자들을 포함하여—
광범위한 청중에게 오스트리아학과 경제학의 통찰력들을 접하게
하기 위하여 커즈너 교수의 계몽적인 페이퍼를 출판한다.

1997년 4월

경제문제연구소 편집 이사

서리 대학교(University of Surrey) 경제학 교수

콜린 로빈슨(Colin Robinson)

지은이에 대해

이즈리얼 M. 키즈너(Israel M. Kirzner)는 뉴욕 주 브루클린의 브루클린 대학에서 학사 학위를 받았고 (고(故) 루트비히 폰 미제스 아래서 공부한) 뉴욕 대학교에서 석사 학위와 박사 학위를 받았다. 1957년 이래 뉴욕 대학교 교수를 역임했으며 1968년 이래 경제학 교수의 직함을 가졌다.

키즈너 교수가 출간한 저작들은 『경제적 관점(The Economic Point of View)』 (1960); 『경쟁과 기업가 정신(Competition and Entrepreneurship)』 (1973); 『시장 과정의 의미(The Meaning of the Market Process)』 (1992); 그리고 ‘기업가적 발견과 경쟁 시장 과정: 오스트리아학과 접근법(Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach),’ *Journal of Economic Literature*, March 1997을 포함한다. IEA를 위해서 키즈너 교수는 『진보의 원동력(The Prime Mover of Progress)』, IEA Readings No 23 (1980)에 ‘기업가적 발견의 우위성(The Primacy of Entrepreneurial Discovery)’을 기고했다.

1. 서론

이 페이지는 시장 경제가 어떻게 작동하는지에 관한 ‘오스트리아학파(Austrian)’ 견해를 비전문적인 용어로 제시한다. 그 이론은 오스트리아학파 전통의 125년 역사 동안 성숙된 통찰들로부터 도출되었다는 점에서 ‘오스트리아학파’ 이론이다. 이 통찰들은, 각각, 루트비히 폰 미제스(Ludwig von Mises)와 프리드리히 하이에크(Friedrich Hayek)라는 두 명의 위대한 오스트리아학파 전통 옹호자들이 행한 20세기 중반의 공헌들에서 특별히 명백하게 그리고 두드러지게 독창적으로 표현되게 되었다. 지난 25년 동안 본 필자를 포함하여 오스트리아학파 전통에서 연구하는 많은 소장 학자들은 기업가적 발견(entrepreneurial discovery)의 이론과 경제적 이해와 정책에 대한 그것의 함의들을 더욱 확고히 하는 데 기여했다.

대부분의 경제학자들은 시장이 ‘작동한다(work)’는 것—자발적인 교환 거래를 통해서 시장 경제의 행위자들이 중앙 지휘와 통제 없이도 전문화와 분업을 이용하여 엄청나게 생산적인 체제에 참여할 수 있다는 것—에 동의한다. 더군다나 경제학자들은 그렇게 자발적으로 달성된 전반적인 사회적 자원 배분 양식이 소비자 선호, 자원 부존 이용 가능성(resource endowment availabilities) 그리고 알려져 있는 기술적 가능성에서의 변화에 대단히 그리고 호의적으

로 민감하다는 것에 대체로 동의한다.

이러한 공유된 교의들로 인해 경제학자들은 지난 한 세기 동안 시장 사회에서 달성된 극적인 생활수준 증가뿐만 아니라 동구권 그 밖의 지역이건 사회주의 경제가 보여준 상대적 실패(와 완전한 붕괴의 최근의 많은 예들)도 이해할 수 있게 되었다. 그러나 이러한 공유된 교의들의 중심부에는 근본적인 수수께끼가 남아 있다. 놀랍게도, 표준적인 경제학은 시장이 정확히 왜 그리고 어떻게 작동하는지에 관해 만족할 만한 설명을 제공하지 않는다. 애덤 스미스의 ‘보이지 않는 손(*invisible hand*)’은 경제 이론에서 분석적 블랙박스로 남아 있는 것에 대한 적절한 은유임이 드러났다. 경제 이론은, 적어도 그것의 주류 판형에서는, 각 행위자가 아무튼 자기의 자리를 이미 발견한 순조롭게 작동하는 시장 경제의 작용을 대단히 정교하게 설명한다. 그러나 그것은 행위자들이 애초에 조정의 결여로부터 출발하여 사회적인 조각 그림 맞추기(*social jig-saw puzzle*)에서 자기의 자리를 찾을 수 있도록 해주는 사태의 추이를 설명하는 데서는 사실상 침묵하고 있음이 드러났다. 그래서 현실 세계 시장이 보여주는 상대적으로 순조로운 작동은 결국 수수께끼로 남아 있다.

주류 경제학을 파괴하는 것이 이 **호바트 페이퍼(Hobart Paper)**의 주된 목적은 아니다. 주류 이론은 많은 일상적인 경제학 목적에 대해 한정적이거나 유용성이 있다. 본 페이퍼의 목적은 주류 이론이 해결하지 못하고 남겨 놓은 수수께끼—시장의 어떻게 그리고 왜 작동하는가—를 설명하기 위해 기업가적 발견의 경제학에 근거하여 대안적인 ‘오스트리아학과’ 이론적 접근법을 이야기하자는 것이다.

주류 이론의 비판은, 오스트리아학과 접근법의 중대한 특징을 부각시키는 것을 목표로 하여, 본 페이지의 제3절에서 간단히 개진된다.

오스트리아학과건 아니건 간에 경제학자들이 시장이 ‘작동한다 (working)’고 이야기할 때, 그들은 시장 참여자들이 경제 전체에 걸친 거래로부터의 모든 잠재적 이득들을 전체로서 소진시키는 경향이 있는 교환 기회들을 자기들의 동료들에게 제공하도록 자발적으로 이끌리는 사회적 조정 과정을 염두에 두고 있다. 첫눈에 그러한 경향은 직관에 어긋나는 것 같다. 개별 활동들이 그렇게 온 좋은 방식으로 꼭 들어맞기 위해서는, 거의 전지하고 전능하며 자비로운 경제 황제(economic czar)가 모든 개인 선호들, 기본 재산들 그리고 잠재력들을 조사할 것이며, 그 다음 모든 결정들을 조정할 뿐만 아니라 어떠한 상호 이득 기회도 이용되지 않은 채 남아 있지 않도록 보장하기도 할 의사 결정 양식을 그가 계산해서 시행할 것이라고 사람들은 예상할 것이다.

그러나 시장의 이론은 일단의 분권화된 개별 결정들이 완전히 조정된 상황의 양식에 의거하여 존재하는 것이 **가능하다**는 것만 주장하지 않는다. 그것은 또한 시장 사건들이 어떠한 중앙 지휘와 통제 없이도 그러한 완전히 조정된 양식 쪽으로 자발적으로 전개되는 강력한 경향이 있다고 주장하기도 한다. 주류 경제학에서 그러한 주장들의 타당성에 대한 만족할 만한 설명이 없다는 것은 고민스러운 틈이다. 이 페이지에서 개설(概說)되는 오스트리아학파의 기업가적 발견의 이론은 이러한 공백을 메우는 것을 목표로 한다. 그러나 그 이론의 함의들은 그것을 훨씬 넘는다.

순조롭게 작용하는 시장이 어떻게 작동할지 주류 이론이 보여주는 데 필요한 가정들의 집합은 우리가 알고 있는 경제 체제의 면에서 너무나 주문이 벅차다. 그 이론의 가정들이 지닌 경험적 비현실성은 현실 세계 시장들이 자생적으로 조정될 수 없을 것임을 그 이론이 결정적으로 증명한다고 암시한다. 따라서 현실 세계 시장들이 지닌 명백한 조정 속성은 더욱 더 절박하게 설명을 필요로 하는 반직관적인 현상인 것으로 드러난다.

여기서 제시되는 오스트리아학과 이론은 분권화된 의사 결정자들로 하여금 언제 현재의 결정들을 개선할 수 있을지 인식할 수 있게 하고 다른 사람들이 내리는 결정들에서의 미래의 변화들을 예상할 수 있게 하는 ‘기업가적 발견(entrepreneurial discovery)’에 큰 비중을 둔다. 기업가적 발견에 의해 발생하는 가격, 생산 방법, 산출량 선택 그리고 자원 소유자 소득에서의 움직임은 현재의 배분 양식이 어디에 결함이 있는지 드러내고 교정하는 방향으로 변화를 자극하는 경향이 있다. 본 페이퍼는 오스트리아학과 이론에 중심적인 기업가적 발견의 요소들을 주류 이론의 일부를 이루는 개인의 경제적 결정의 특징과 대비한다.

기업가적 발견의 이론은 시장이 어떻게 주류 이론이 취하는 접근법에 생소한 방법으로 작동하는지 설명하는 데 열쇠를 제공하는 것 뿐만 아님이 밝혀졌다. 그 외에도, 경제 정책에 대한 그것의 함의들은 전통적으로 신봉하는 함의들과 뚜렷한 차이가 있다. 시장이 어떻게 작동하는가에 관한 우리의 과학적 호기심이 여하튼 일시 중단된다 할지라도, 사회적 복리에 대해 상이한 결과들을 가지는 대안

적인 정책 선택지들 가운데서 현명하게 선택하기 위해서는 오스트리아학과 이론에 대한 관심이 필요할 것이다. 특히 반독점 정책과 같은 영역들에서 오스트리아학과 이론은 전통적으로 주류 이론으로부터 도출된 정책들과 근본적으로 다른 정책들을 제안한다.

이 페이퍼의 제2절은 20세기 경제학에서 전개된 기업가적 발견의 이론의 배경을 개략적으로 진술한다. 제3절은 오스트리아학과 이론이 뚜렷하게 이의를 제기하는 특징들을 강조하면서 주류가 지닌 시장 이해를 간단히 검토한다. 제4절은 오스트리아학과 이론을 실증적(positive) 방식으로 전개한다. 제5절은 전통적으로 주류 경제학으로부터 도출된 함의들과 다른 오스트리아학과 이론의 함의들을 논한다. 제6절은 본 페이퍼의 결론을 내린다.

2. 경제 사상사의 배경

신고전학파의 출현

1870년대를 시작으로, 유럽에서 경제 이론의 다양한 학파들이 널리 공유한 일단의 경제 학설들이 출현했다. 영국의 마셜학파(Marshallian school)의 비호 아래서건, 오스트리아의 멩거학파(Mengerian school)의 비호 아래서건, 혹은 대륙에서 그 당시 출현하고 있던 발라의 전통(Walrasian tradition)의 비호 아래서건, 1930년대까지 경제학은 공급자들과 수요자들의 결정들을 조정하는 것으로 여겨지는 가격 이론을 강조하게 되었다. 이러한 상이한 학파들은 경제 이론에 대한 단일의, 넓게 이해되는 ‘신고전학파(neo-classical)’ 접근법을 구성하는 것으로 종종 묘사된다.¹⁾

이 신고전학파 이론의 중심적인 교의는 각 시장에서 가격이 시장 청산(market-clearing) 수준으로 향하는 경향이 있다는 것이었다. (오늘날 경제학을 시작하는 모든 학생들에게 여전히 교수되는) 간

1) 20세기 후기 경제학과 관련하여, ‘신고전학파’라는 용어는 특히 발라의 일반 균형 이론의 엄밀한 확장을 반영하는 훨씬 더 좁은 집합의 이론들에 부착되게 되었는데, 여기서 시장은 엄밀하게 극대화하는 개인들의 완전히 조정된 결정들로 구성되는 것으로 간주된다.

단한 공급 및 수요 그림의 면에서, 이것은 가격이 너무 높아 시장을 청산할 수 없다면 (팔지 못한 잉여를 팔려고 하는 판매자들의 경쟁 때문에) 가격이 떨어지는 경향이 있고 가격이 너무 낮아 시장을 청산할 수 없다면 (간절히 갖고 싶지만 살 수 없어 실망하는 구매자들의 경쟁 때문에) 가격이 올라가는 경향이 있음을 의미하게 되었다. 가격 움직임을 지배하는 이러한 규칙성은, 모든 종류의 재화와 서비스에 적용되고 시장 현상이 어떻게 시장 참여자들의 선호들을 체계적으로 표현하는지 보여주어, 아주 일반적인 것 같은 시장에 대한 통찰력을 경제학자들에게 제공하였다. 이 모든 신고전학파들은, 상이한 종류의 시장들을 검토할 때, 제도적 세목을 제거하고 그것들의 순수한 ‘경제적(economic)’ 구조—공급, 수요 그리고 가격을 제외한 모든 것이 벗겨 내진 분석적 구조—에 관심을 집중하는 것이 과학적으로 유용하다는 견해를 공유하게 되었다. 신고전학과 경제학의 이러한 측면은 한 때 지배적이었던 독일 역사학과 경제학 (German Historical School of Economics)을—그것의 반(反)이론적 성향과 함께—그것이 대륙에서 세기의 전환기에 차지했던 우세한 지위로부터 밀어내는 데 성공했다.

다양한 이론적 학파들이 독일 역사학과에 대해 자기들이 공유하는 반대를 이렇게 인식한 것은 차후에 명백하게 서로 다른 이론적 경로들에 이르게 될 미묘하게 발현되는 분석적 및 방법론적 차이를 간과하도록 그들을 잘못 이끌었던 것 같다. 참으로, 공유된 신고전학과 가격 형성 이론은 명백하게 상이한 경로들에 따라 개발되게 되었다. 주류 (좁게 ‘신고전학과’) 접근법이 마셜 전통과 발라 전통

의 합류에서 생겼다. 이 접근법에서는, 발라 방식으로, 관련 공급 함수와 수요 함수로 구성된 연립 방정식 체계에 대한 해의 표현으로서 간주되는 시장 균형의 조건들에 초점이 두어졌다. 이것은 처음에는 조정되지 않은 결정 집합들이 점차로 더 큰 상호 조정을 향해 수정될 것이라고 상상될 단계별 과정으로부터 분석적 관심을 다른 데로 돌렸다. 그래서 우리가 관심을 기울인 ‘수수께끼’에 도달한다. 즉 주류 이론은 시장이 어떻게 사실상 정말 작동하게 되는지 설명하지 못한다. 그것은 이미 정말 작동한 시장에서 지배하게 될 관계들을 자세히 설명한다. 그러나 그것은 그러한 관계들을 발생시킬지 모를 과정들의 본질에 관해서는 침묵한다.

맹거 전통과 발라 전통

그러나 초기 신고전학과 동맹의 세 번째 학리적 성분은 가격 이론에 대한 다른 이해를 개발하게 되었다. 맹거 전통이 차츰 발전하여 드디어 이 세기의 대략 중기에 그것은 발라 전통과 명백히 다른 방향으로 확고하게 정해졌다. 그것은 주류 이론에서 일어나고 있던 수학적 정교화가 초기 신고전학과 이해의 주요 특징들을 모호하게 하는 희생을 치르고서 획득되었다고 인식했다. 아래에서 설명되듯이, 루트비히 폰 미제스와 프리드리히 하이에크 둘 다 1940년대에 그러한 견해를 명확히 표현했다.

미제스와 하이에크에 의한 이러한 공헌들은 공유된 신고전학과 가격 이론을 당연한 것으로 여긴 초기의 오스트리아학과 전통에서 나왔다. 오스트리아학과 경제학자 한스 마이어가 쓴 선견지명이 있는 논문은 최근 생겨난 마셜-발라의 종합(Marshallian-Walrasian synthesis)의 핵심 문제들을 지적한 바 있다.²⁾ 그러나 바로 1932년 만큼 최근에도 미제스 자신은 (독일 역사학과의 확정적 매장을 축하하면서) 경제 이론의 ‘현대’ 학파들을 서로 구분한 것이 대개 그 저 언어와 양식(樣式)의 문제일 뿐이라고 단언했다.³⁾

로빈스의 역할

1920년대 오스트리아학과 학자들이 참으로 자기들의 경제학을 영국의 (마셜) 주류와 전적으로 양립 가능한 것으로 보았다는 것은 라이오넬 로빈스가 행한 역할로 잘 설명된다. 젊은 나이에 런던 경제 대학에서 경제학을 가르치는 지적 지도자로 부상한 로빈스는 1920년대 말에 빈(Vienna) 세미나에서 진동한 생기 넘치는 오스트리아

2) Hans Mayer, ‘Der Erkenntniswert der Funktionellen Preistheorien,’ in Mayer (ed.), *Die Wirtschaftstheorie der Gegenwart*, Vienna, 1932, Vol. 2, pp. 147-239b. I. Kirzner (ed.), *Classics in Austrian Economics, Vol. II: The Interwar Period*, London: William Pickering, 1994, pp. 55-168에 ‘The Cognitive Value of Functional Theories of Price’라는 제목으로 번역.

3) Ludwig von Mises, *Epistemological Problems of Economics*, George Reisman 옮김, Princeton: Van Nostrand, 1960, p. 214를 보라. 그 구절은 1932년 9월 30일 미제스가 강연한 논문의 번역의 일부이다.

학과 전통에 깊이 영향을 받게 되었다. 그가 1932년에 쓴 유명한 책, 『경제 과학의 본질과 의의(The Nature and Significance of Economic Science)』⁴⁾ 적어도 부분적으로는 (독일어를 읽은) 로빈스가 빈 방문 동안 흡수하고 (그가 자기의 책 전체에 걸쳐 자유롭게 인용하는) 오스트리아학과 문헌으로부터 흡수한 많은 근본적인 오스트리아학과 통찰들을 영국 경제학자들에게 소개하기 위해 썼었다. 자기의 서문에서, 로빈스는 자기가 특히 미제스에 지적인 빛을 지고 있음을 인정한다.

그러나 로빈스는 자신을 영국 경제학의 본질의 어떠한 중요한 수정도 요구하지 않는 것으로 간주하였다. 자신의 서문에서 설명하듯이, 그는 자기의 책이 그저 영국 경제학자들에게 자기들 자신의 경제학의 기초를 이해하는 신선한 방식을 소개하는 것일 뿐이라고 간주하였다. 로빈스가 빈에서 발견한 가격 이론은 그 세기의 나머지에 걸쳐서 영국과 미국의 무수한 대학 수업들에서 교수된 정통 가격 이론으로 발전한 이론에 상반되는 것으로 간주되지 않았다.

사회주의 계산 논쟁

미제스와 하이에크에 충격을 주어 오스트리아학과 가격 이론과 마

4) Lionel Robbins, *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, 제2판, London: Macmillan, 1935.

설-발라의 이론 사이의 차이가 언어와 양식(樣式)의 문제 훨씬 이상이라고 인식하게 했던 것 같은 것은 사회주의 경제 계산의 가능성에 관한 유명한 양차 대전 간 논쟁이었다. 1920년에 미제스는, 자원에 대한 시장 가격에 의해 제공되는 안내가 없으므로, 사회주의 아래에서 중앙 계획가들이 경쟁적인 사업들의 상대적 중요성을 고려하도록 사회주의 생산 사업들을 계획할 수 없을 것이라고 지적한 바 있다. 이러한 도전은 효율적인 사회주의 계획의 가능성을 옹호하는 사람들에 의한 일련의 기고들을 촉발했다. 하이에크는 이러한 기고들을 평가하고 사회주의 효율성에 관한 미제스의 비판이 결국 적절하게 다루어지지 못했음을 보여주는 많은 논문들을 1930년대 내내 기고했다.

사회주의자 기고들 중에서 가장 잘 알려진 것은 중앙 계획가들이 자원들에 대해 ‘가격들(prices)’을 임의로 고지할 수 있고 사회주의 생산 관리자들에게 그들이 해당 생산 계획들을 세울 때 이 자원 가격들을 사용하라고 지시할 수 있다고 암시한 오스카 랑게와 아바 P. 러너의 논문들이었다.⁵⁾ 그러면 결과로서 나타나는 자원 잉여(혹은 부족)는 중앙 계획가들에게 자원 가격들을 아래로 (혹은 위로) 조정할 필요를 나타낼 것이다. 그러한 계획들을 개발할 때, 랑게와 러너

5) Oskar Lange, ‘On the Economic Theory of Socialism, Parts I and II,’ in Benjamin M. Lippincott (ed.), *On the Economic Theory of Socialism*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 1938; Abba P. Lerner, ‘A Note on Socialist Economics,’ *Review of Economic Studies*, 4 October 1936와 ‘Statics and Dynamics in Socialist Economies,’ *Economic Journal*, June 1937.

는 자기들이 시장 경제의 가격 이론으로부터 배운 자원 가격 본질과 기능에 관한 통찰들을 사회주의 모형에 그저 옮기고 있을 뿐이라고 공언했다.

표준적인 가격 이론의 이러한 사용으로 인해 미제스와 하이에크는 시장 가격의 본질에 관한 **자기들의** 이해로는 이러한 가격이 랑게와 러너가 구상한 목적들을 위한 모형으로서 전혀 봉사할 수 없다는 점을 깨달았다. 사회주의 경제 계산 논쟁에서의 이러한 결과에 대응하여, 미제스는 그의 대작 『인간 행동』을 썼다.⁶⁾ 하이에크는 훌륭한 일련의 논문들을 씌으로써 계산 논쟁에 대응했는데, 그는 그 논문들을 함께 모아서 1948년에 『개인주의와 경제 질서 (Individualism and Economic Order)』로 재출간했다. 미제스와 하이에크는 각자 주류 이론의 본질과 다른 자기들이 이해하는 가격 이론의 본질을 식별하는 방식들에서 현저한 차이점들이 있었다.

미제스와 기업가적 행동

미제스는 근본적으로 불확실한 세계에서 미래 상태에 관한 이윤 추구 기업가적 전망에 따라 움직이는 시장 과정의 동태적 특징을 강

6) Ludwig von Mises, *Human Action*, New Haven: Yale University Press, 1949. 그것의 독일어 원본 *Nationalökonomie*는 1940년에 출판되었다. *Human Action*의 개정판은 New York: Laissez Faire Books, 1996년에 의해 출판되었다.

조했다. ‘시장 과정의 추진력은... 촉진적이고 투기적인 기업가들에 의해 제공된다... 이윤 추구 투기는 생산의 추진력이다.’⁷⁾ 주류 이론이 아무튼 즉각적으로 달성되는 것으로 믿은 균형화 과정은 그러한 기업가적 투기 활동으로 구성되어 있다. ‘기업가의 활동은 더 이상의 변화가 일어나지 않는다면 항등 순환 경제라는 실현 불가능한 상태를 초래할 원소이다.’⁸⁾

미제스에게는 균형 상태에 관해 관찰될 중요한 점은 ‘항등 순환 경제(evenly rotating economy)라는 가상의 구성에서는 기업가적 활동을 위한 여지가 남아 있지 않다...’⁹⁾는 점이다. 그의 책 제목 『인간 행동(Human Action)』은 그가 주류 균형 이론의 무색의 제약 조건하의 극대화 결정에 대해서가 아니라 불확실한 세계에서 목적이 있는 인간들의 행동들에 대해 강조한 점을 반영하는데, 그들은 그러한 세계에서 성공하는 데 자기들의 기업가적 판단을 행사할 것이 요구된다. ‘행동은 항상 투기다... 어떤 현실적이고 살아 있는 경제에서든 모든 행위자는 항상 기업가고 투기자다.’¹⁰⁾ ‘인간 행동(human action)’의 과학은 기업가에 의해 움직이는 시장 과정의 균형화 속성의 과학이다. 그런 인간 행동 과학으로 간주되는 경제학은 시장이나 시장 경제가 균형에 처해 있다고 확실히 말할 수 있는 조건들의 분석에 국한하는 주류 가격 이론과 선명하게 구분된다.

7) *Ibid*, pp. 325-26.

8) *Ibid*, p. 335.

9) *Ibid*, p. 253.

10) *Ibid*, p. 253.

하이에크와 시장 과정

반면에 하이에크는 시장 과정의 작동에서 기업가적 활력과 투기적 충동이 행하는 역할에 명시적으로 관심을 기울이지 않았다. 그 대신, 『개인주의와 경제 질서』에 모은 자신의 논문들에서, 하이에크는 시장 과정에 의해 시장 참여자들이 서로의 태도와 미래의 계획을 알게 되는 방식들을 탐구했다. 균형 상태는 다른 참여자들 쪽에서 만들어지는 것으로 사실상 정말 드러나는 바로 그 계획들이 만들어질 것으로 시장 참여자들이 아무튼 예상하게 된 상태라고 하이에크는 지적한다. 모든 계획들은 다른 사람들에 의해 만들어지는 대응 계획들을 올바르게 예상하여 만들어진다. 어떤 사람의 계획도 다른 사람들이 행동하지 못하기 때문에 좌절되지는 않는데, 왜냐하면 그 계획은 다른 사람들이 행동할 것이라고 예상했기 때문이다. 어떤 실현된 계획도, 나중에 드러나지만 미리 예상하지 못한, 다른 사람들의 행동들에 의해 가능하게 된 기회들을 이용하지 못해 후회되지 않는다. 1937년의 하이에크 자신의 말에 따르면,

‘균형의 개념은 모든 사람의 계획이 다른 사람들이 수행하려고 생각하는 그 사람들의 바로 그 행동들의 기대에 근거해 있고 이 모든 계획들이 동일한 집합의 외부 사실들의 기대에 근거해 있어서 일정 조건 하에서는 어느 누구도 자기의 계획을 바꿀 아무런 이유도 가지고 있지 않다는 의미에서 사회의 상이한 구성원들의 예견이 ... 정확하다는 것을 의미할 뿐이다.’¹¹⁾

시장 균형 상태를 상호 유지되는 기대들의 양식에 존재하는 것으로 보는 이와 같이 아주 중요한 통찰력을 가지고, 하이에크는 균형화 과정이 시작되는 데 필요한 결정적인 구성 요소들을 식별했다. 그러한 과정은 시장 참여자들이 자기들의 동료 참여자들이 할 수 있(고 하기를 사실상 계획하)는 것에 관해 더욱 더 정확한 지식을 얻게 되는 상호 학습(mutual learning)에 존재함에 틀림없다고 하이에크는 지적했다.

‘균형 상태의 의미에 관한 우리의 분석에 비추어... 균형으로의 경향이 존재한다는 단언의 실질적 내용은... 일정 조건하에서... 사람들과 특히 기업가들의 기대들이 더욱 더 정확해질 것이라는 것 외의 어떤 것도 결코 의미하지 않는다.’¹²⁾

표준적인 가격 이론에 관해서 하이에크가 주장하기를,

‘그것은 대체로 균형이 어떻게 발생하는가에 관한 이러한 질문들이 마치 해결된 것처럼 보이게 만들어진다. 그러나 만약 우리가 더 면밀히 고찰하면 이러한 외관상 증거들이 이미 가정된 것의 외관상 증명에 지나지 않는다는 점이 이내 분명해진다. 이 목적을 위해 일반적으로 채택되는 방안은 모든 사건이 모든 구성원에게 즉각 알려지는 완전 시장의 가정이다.’¹³⁾

11) Friedrich A. Hayek, *Individualism and Economic Order*, London: Routledge and Kegan Paul, 1949, p. 42.

12) Hayek, *ibid*, p. 45.

시장 과정을 설명하는 데서의 지식과 무지의 역할에 대한 자신의 통찰들을 확대하는 후속 논문들에서, 하이에크는 균형화 과정, 경쟁의 의미, 그리고 사회의 복리에 관해 판단을 내릴 때의 관련 기준에 관한 주류 이론화의 핵심의 많은 부분을 명시적이거나 암묵적으로 기각한다.

미제스와 하이에크: 차이점과 유사점

기업가적 발견의 실증 이론의 면에서, 동태적 시장 과정에 관한 미제스의 이해와 그 동일한 과정에 관한 하이에크의 이해 사이의 차이점들은 시장들을 이해하는 이러한 두 가지 방식들의 일치보다 덜 중요하다. 미제스가 기업가적으로 움직이는 균형화 과정 동안 일어남에 틀림없는 상호 학습에 특별히 관심을 기울이지 않았다는 점은 사실이다. 하이에크도 시장 과정의 투기적, 기업가적 특징을 강조하지 않았다. 그러나 제4절이 설명하듯이 시장 과정 이론을 명확히 표현하는 이 두 가지 방식들은 같은 동전의 양면임이 드러난다. 게다가, 이 보완적인 통찰 집합들에 관심을 기울일 때, 미제스와 하이에크는 가격 이론에서의 주류 합의(mainstream consensus)로부터 오스트리아학과 경제학을 떼어 내고 있었다. 그들은, 정말, 20세기 중엽까지 이해되고 있던 주류 패러다임으로부터 탈출하여 새로운

13) *Ibid.*

‘오스트리아학파(Austrian)’ 패러다임을 창조하는 쪽으로 움직이고 있었다.

새 오스트리아학파 패러다임

왜 이 새 ‘오스트리아학파’ 패러다임이 더 일찍 명확히 표현되지 않았을까? 하나의 그럴 듯한 설명은 주류 패러다임이 그 자체로 1930년 바로 뒤 몇 십 년 간 (특히 발라의 접근법의 영향 아래) 점차 수정을 겪고 있었다는 점이다. 더 이른 신고전학파 사고는 사실상 가격 이론을 완전 지식 조건하의 완전 경쟁 균형 분석으로 국한하지 않았다.¹⁴⁾ 위대한 20세기 오스트리아학파 학자 미체스와 하이에크는 주류 가격 이론이 이동하고 있는 방향을 점차 인식했다. 주류 이론을 완전 지식 가정하의 균형 조건 분석에 국한한 접근법으로 결정화한 것은 오스트리아학파 학자들이 자신들과 다른 사람들을 위해서 자기들 자신의 접근법을 명확히 표현하는 것을 가능하게 했을 뿐만 아니라 필요하게 하기도 했다.

세기의 중엽까지 오스트리아학파 전통은—전통적인 경제 사상사들이 그 전통을 영구히 쇠퇴한 것으로 단언하고 있을 때에—가격 형성, 시장 과정, 그리고 균형 분석의 역할을 이해할 적어도 새로운

14) 이 명제가 대단히 자세히 설득력 있게 전개되고 있는 Frank M. Machovec, *Perfect Competition and the Transformation of Economics*, London and New York: Routledge, 1995를 보라.

분석 틀의 요소들을 생산했었다.

20세기의 후반부 동안 오스트리아학과 경제학의 역사에서 후속 전개들은 주류 접근법으로부터 이러한 점진적인 해방을 계속했다. 기업가적 발견의 이론(아래 제4절)은 시장 과정에 관한 오스트리아 학파 이해를 현대 주류 미시 경제 이론의 틀과는 전적으로 다른 틀에 두는 미제스의 통찰과 하이에크 통찰의 종합을 제공한다. 오스트리아학파의 틀은 주류 이론과는 달리 시장이 어떻게 그리고 왜 작동하는지에 관한 만족할 만한 설명을 제공한다.

그러나 기업가적 발견의 이론을 제시하기 전에 현대 오스트리아 학파 학자들에게 미제스-하이에크 패러다임을 수용하도록 자극한 주류 접근법에서의 약점들에 더욱 자세히 관심을 기울이는 것이 필요하다.

3. 표준적인 가격 이론의 문제들

교과서의 경쟁 가격 이론

지난 반세기 동안 교과서에서 가르친 표준적인 경쟁 가격 이론의 핵심은 아래 단순화된 형태로 나타낼 수 있다.¹⁾

- 경쟁 시장 체제는 주어진 재화나 서비스에 대해 시장 청산 가격(해당 마셜의 공급 곡선과 수요 곡선의 교차로 선택되는 것)의 즉각적이거나 빠른 달성을 보장한다.

1) 이 절에서 나타내고 비판하는 주류 이론의 형은 단순화한 형이지만 결코 풍자만화가 아니다. 본문에서 이루어진 주요 단순화는 그것이 마치 주류 이론에서의 완전 지식 가정이 불완전 정보로 인한 바라지 않은 결과의 가능성을 전적으로 배제할 정도인 것처럼 보이게 하는 것이다. 주류 이론은 불완전 정보의 문제를 풀려고 애썼다. 그러나 그것은 정보를, 행위자들이 완전한 관련 정보를 가지고 있는, 비용이 드는 자원으로 취급해서 그렇게 했다. 이것은 행위자들이 모든 것을 알지 못할지 모르지만 모든 위험한 선택 대안과 관련된 수학적 위험의 정도를 정확히 정말 알고 있다는 것을 의미한다. 그들은 결코 놀랄 리가 없다. 위험한 상황에서 이루어진 선택으로부터 바라지 않은 결과가 확실히 나타날 수 있지만, (알려진 위험들에 비추어) 그 위험이 고의적으로 받아들여진 것이기 때문에 ‘바라지 않은(undesired)’ 결과는 놀랍지 않으며, (그것이 발생할 통계적 가능성이 알려져 있었고 그 도박이 미리 고의적으로 받아들여졌기 때문에) 참으로 어떤 의미에서 ‘바라던(desired)’ 것이었다.

- 경쟁 시장 체제는 시장 청산 가격이 체제 전체에 걸쳐 **각** 시장에서 동시에 달성되도록 보장하는 데 필요한 시장 간 조정을 즉각적이거나 빠르게 달성한다. 그리고

- 이 이론을 유지하는 데 필요한 조건들을 만족시키기 위하여 경제는 항상 완전 경쟁의 특징들을 나타내는 것으로 가정되어야 한다. 우리의 논의를 위해 이러한 특징들 중 가장 중요한 것은 완전한 상호 지식이다. 각 시장 참여자는 (i) 모든 동료 시장 참여자들이 생각할 수 있는 모든 가격 상황에서 내릴 결정들, (ii) 모든 동료 시장 참여자들에 의해 사실상 내려지고 있는 결정들, 그리고 (iii) 모든 동료 참여자들이 비슷한 인식을 **영구히(ad infinitum)** 가지고 있다는 것을, 각 순간마다, 완전히 인식하고 있어야 한다. 개인 결정의 관념은 의사 결정자가, 명백하게 순위가 있는 일련의 바람직한 목표들을 가지고 있고 하나의 인식된 결과에 직면해 있으므로, 완전히 합리적으로, 즉 엄밀하게 극대화하는 방식이면서 실수 없이, 결정을 내린다는 것을 함축한다.

물론 이 이론이 묘사하는 그림은 완전 경쟁 균형 모형의 그림이다. 이 모형에 대한 널리 알려져 있는 비판들을 개관할 때, 이 모형이 유용한 분석적 목표에 이바지할 수 있다는 점을 부정하는 것이 우리의 목적은 아니다. 우리의 목적은 그 모형이 현실 세계에서 관찰되는 가격 및 수량 현상에 대한 자족적이고 완전한 설명으로서 부적합한 점들을 지적하는 것이다. 그렇게 하면 제4절에서 더 자세

하게 논의할 오스트리아학파의 이론적 혁신들을 이해하는 것이 더 쉽다. 완전 경쟁 균형 모형은—그 모형의 가정들의 비현실적인 특징에서 생기는 난점과 그 모형이 현실 세계를 이해하기 위한 설명틀로서 겪는 내부적 모순에서 생기는 난점이라는—두 가지 난점을 겪는다. 먼저 우리는 두 번째 난점을 다룬다.

가정된 해의 문제들

주류 이론의 교과서 설명에서 대체로 균형이 어떻게 생기는가에 관한 질문이 해결된 것 같이 보이도록 만들어지지만 ‘이 외관상 증거들은 이미 가정된 것의 외관상 증명에 지나지 않는다.’²⁾ 하이에크의 관찰을 우리는 이미 인용했다. 하이에크는 주류 모형들이 사실상 완전 지식이 처음부터 전 체계에 걸쳐 달성되었다고 가정하기 때문에 이런 일이 일어난다고 지적하였다.

달성된 균형 상태는 보편적인 완전 지식을 의미한다는 하이에크의 통찰을 우리가 일단 이해하면, 완전 지식이 가정되는 어떤 모형도 균형화 경향이 어떻게 발생할지 설명하는 데 직접적으로 도움이 될 수 없다는 점이 분명해진다. 완전 지식이 가정되는 모형은 불가피하게 이미 달성된 균형의 모형이다. 그것은 불완전한 상호 지식이 향상된 상호 지식을 발생시키는 경향이 있을지 (혹은 경향이 없

2) Friedrich A. Hayek, *Individualism and Economic Order*, op. cit., p. 45.

을지) 모르는 과정과 씨름할 수 없다. 결과적으로, 주류 이론에서 사용하는 완전 지식 가정의 비현실적인 특징과는 별개로, 그 가정은 그러한 이론이 시장의 균형화 속성을 설명하는 데 사용될 때 내부적으로 모순적이고 일관성 없도록 만든다.

모든 결정들이 실수 없이 내려지는 모형을 구성하는 것은 현실에 맞지 않는 그림을 그리는 것만이 아니다. 그것은 실망 없고 후회 없이 서로 유지될 수 있는 결정 구성이 아무튼 이미 이루어진 그림을 그린다. 이렇게 이례적으로 주문이 벅찬 요건은 완전 지식이라는 오해하기 쉽게 단순한 가정에 의해 함축된다. 우리가 (위에서 정의된) 완전 지식과 실망 없고 후회 없이 서로 유지될 수 있는 것이 아닌 일단의 결정들을 동시에 공준화하는 상황을 우리는 상상할 수 없다. 우리는 의사 결정자들이 자기들이 **알기로** 실망하게 되어 있거나 후회하게 되어 있는 활동 방침들에 고의로 착수하는 것을 상상할 수 없다.

그래서 주류 이론은 분석의 아주 처음부터 실망 없고 후회 없이 모두 서로 유지될 수 있는 결정 양식에 우리를 가둔다. 그러한 결정 구성이 어떻게 도달되게 될지에 관해 **간접적인** 단서를 제공하는 데 그러한 그림이 얼마나 계몽적이건 상관없이, 그것은 자연히 어떤 그러한 과정도 그럴 수 없다. 이러한 균형 구성에 도달하는 데 필요한 어떠한 조정도 균형 모형에 그려진 순간 이전에 일어났음에 틀림없다. 따라서 세계는 **항상** 해당 도달된 균형 상태에 있는 것으로 보는 시각은 명백히 **그러한 도달을 가능하게 했을지 모르는 모든 조정들을 배제한다.**

주류 가격 이론에 대한 이러한 비판은 시장 과정의 경과 중에 균형 가격과 수량이 **어떻게** 생기는가를 그 이론이 설명한다는 주장에만 적용된다. 주류 이론가는 그저 균형을 향한 보편적인 경향을 **공준화**하고 그 다음 그 이론이 시장 결과의 타당한 이해를 제공한다고 주장할 뿐이지 모른다. 만약 사람들이 일정 상품에 대한 시장 가격이 균형 조건에서 만연할 가격에, 적어도 대충, 정말 대응한다고 믿는다면, ‘균형 조건에서’라는 구가 정확하게 무엇을 함축할지를 설명하는 이론은 확실히 내부적으로 모순되지도 않고 정보가 없지도 않다.

그러나 그 이론에 대한 우리의 비판은 여전히 타당할 것이다. 주류 이론의 사용에서의 비일관성을 비난하는 대신, 비판은 현실 세계를 이해하는 데 조금이라도 중요한 이론을 제공하는 데 필요한 공준이 자의성을 지니고 있음에 집중할 것이다. 자신의 타당성을 위해 균형으로의 보편적 경향이라는 자의적 공준에 의존하는 이론은 심하게 제한됨에 틀림없다. **그것만으로는** 그것은 우리가 설명하려고 노력하고 있는 현상에 대해 설명을 제공하지 **못한다**. 그리고 시장 균형화 경향의 성공적인 달성을 설명하(거나 심지어 옹호하)는 데 자기들의 이론을 전개하는 문제에 정직하게 직면했던 주류 이론가들은 이 점에서 그것의 치명적인 한계를 인정하지 않을 수 없었다.³⁾

3) 그러한 인식의 가장 중요한 예로서 Franklin M. Fisher, *Disequilibrium Foundation of Equilibrium Economics*, Cambridge and New York: Cambridge University Press, 1983을 보라.

몇몇 주류 이론가들은 이러한 비판을 거절해버린다. 그들이 말하기를, 그 이론이 균형화 과정의 그림을 제공하지 않는다고 치더라도, 그것은 그 이론의 가치에 조금도 영향을 미치지 않는데, 왜냐하면 이론의 기능이란 현실의 그림을, 심지어 부적절한 세목들이 사상(捨象)된 도식적 그림조차도, 제공하는 것이 아니기 때문이다. 그것은 예측을 발생시킬 수 있는 ‘블랙박스(black-box)’ 공식을 제공해야 한다. 이론의 타당성은 그것이 제시하는 그림이 현실을 정확하게 묘사한 것에 의해 판단되어서는 안 되고, 단지 그것이 발생시키는 예측의 경험적 정확성에 의해서만 판단되어야 한다.⁴⁾ 이러한 방법론적 입장은 아래에서 주류 이론의 가정들의 비현실성을 검토할 때 고찰된다. 여기서 우리는 이 입장의 인식론적 타당성이 무엇 이진 상관없이 그것이 ‘자본주의 성공의 비밀이 무엇인가?’라든지 ‘시장이 왜 그리고 어떻게 해서 그렇게 잘 작동하는가?’와 같은 질문들을 초래하는 ‘과학적 호기심(scientific curiosity)’을 만족시키지 못할 뿐이라는 점을 지적할 뿐이다. 주류 이론은 정당한 호기심이 추구하고 있는 만족할 만한 설명을 제공하지 못한다.

4) 이 방법론적 접근법은 특히 밀턴 프리드먼과 관련 있다. Milton Friedman, *Essays in Positive Economics*, Chicago: University of Chicago Press, 1953, pp. 3-43에 있는, 그의 ‘The Methodology of Positive Economics’를 보라. 프리드먼 교수의 논문은 차후의 방법론적 문헌을 상당히 발생시켰다.

주류 이론의 비현실성

앞에서 언급했듯이, 주류 이론을 향한 한 방향의 비판은 그 이론이 의존하는 가정들의 비현실성에 관한 것이다. 거슬리는 가정들은 특히 (i) 좁게는 주류 이론에서 개인 의사 결정이 모형 구성되는 방식에 관련되는 가정들과 (ii) 주류 이론에서 그렇게 두드러지게 나타나는 완전 경쟁 조건들이 함축하는 가정들이다.

주류 이론에서의 개인 결정

주류 이론에 대해서, 분석 단위는 개인의 결정이다. 그러나 이 결정과 그것이 이루어진다고 가정되는 방식은 전적으로 인위적이고 양식화되어 있는 것으로 드러난다. 현실 세계 남자와 여자들은 주류 이론에서 그려지듯 기계적인 방식으로 그리고 양식화된 상황에서 자기들의 결정에 도달하는 것이 아니다. 주류 미시 경제학에서 채택되는 이론적인 의사 결정 모형은 인간이 결정을 내리는 현실 세계 맥락의 주요 특징들을 추상한다. 그러한 추상은 그 결과로 나타나는 개인 결정 이론이 실제 인간 선택의 표현으로서 허위인 것으로 단언되어야 할 정도로 인간 선택의 본질을 바꾼다. 현실을 왜곡하는 선택 이론 기초에 의거한 시장 현상 이론은 우리가 그런 현상을 그것이 만들어진 인간 행동들에까지 거슬러 올라가 조사할 수

없게 한다.

주류 결정 이론에 대해서, 결정의 맥락은 ‘닫혀 있다(closed).’ 개인의 시장 참여 의사 결정의 분석은 먼저 각 행위자가 명백히 규정된 제약 조건하 극대화 문제에 직면하는 것으로 가정함으로써 시작된다. 행위자는 명백히 정의되고 순위가 있는 목표들의 집합을 가지고 있다. 그는 자기가 참여할지 모르는 각각의 미래 거래를 지배하는 가격 가능성들에 직면한다. 그리고 그는 자기가 마음대로 쓸 수 있는 처음의 인간 및/혹은 기타 자원들의 알려진 집합을 가지고 시작한다. 그의 결정은 자기 상황의 제약 아래 엄밀하게 극대화하는 방식으로 이루어진다. 그는 말하자면 자기의 처음의 기본 재산을 달성 가능한 목표들의 가장 선호하는 조합으로 실수 없이 그리고 불가피하게 전환하는 거래 조합을 선택하도록 프로그램 되어 있다. 그는 상상력이나 대담성을 행사할 기회를 결코 가질 수 없다. 그는 절대 놀랄 리가 없다. 그러나 의사 결정을 상상하는 이런 방식은 결정적인 측면에서 인간 선택의 현실 맥락과 다르다.⁵⁾

자신이 **끝이 열려 있는(open-ended)** 맥락 내에서 자신의 선택을 내려야 한다는 점을 의사 결정자가 인정하지 않는 어떤 현실 세계 상황도 상상하기 불가능하다. 의사 결정자에게는, 말하자면, 주어진 자원이 제시되지 않는다. 오히려 인간 의사 결정자가 무슨 목적들이 아주 중요하고 무슨 자원들이 사실상 자기에게 이용 가능한지

5) 조지 새클(George Shackle)은 아마도 주류 형 의사 결정에 대한 가장 단호한 비판자였을 것이다. 그의 *Epistemics and Economics: A Critique of Economic Doctrine*, Cambridge: Cambridge University Press, 1972를 보라.

결정하는 것은 결정 자체의 도중에서다. 의사 결정자는 이러한 결정들을 결정의 표제 아래 포함해야 하는데, 왜냐하면 그가 직면하는 상황이 각 순간 끝이 열려 있기 때문이다. 행위자는 자기가 무슨 행동 방침들 가운데서 선택해야 할지 반드시 미리 아는 것이 아니다. 그는 어떤 미래의 행동 방침이 무엇일지 반드시 미리 아는 것이 아니다. 그는 심지어 현실적으로 어느 목표들이 생각할 가치가 있을지 그리고 자기가 그것들을 어느 긴급성 순위에 두게 될지 고려해 보지도 않았을지 모른다.

각 인간 행위자가 직면하는 피할 수 없고 근본적인 불확실성은⁶⁾ 인간 선택이 끝이 열려 있음을 보장한다. 인간이 행동을 취할 때, 그는, 그 행동에서, 특정 미래 그림을 자기의 행동을 위한 관련 틀로서 파악하고 있다. 행동은 본질적으로 알려져 있지 않은 미래와 씨름하는 데 존재한다. 인간 선택을 주어진 순위가 있는 목적들과 주어진 이용 가능한 자원들을 가지고 ‘단한’ 틀 안에서 이루어지는 것으로 가정하는 것은 몇몇 목적들을 위해서는 인간 선택의 일정 측면들을 해명하는 유용한 단순화가 될지 모른다. 그러나 그러한 단순화는 비참하게 높은 대가를 치르고 생긴다. 그것은 시장 과정을 이해하는 데 매우 중요한 실제 의사 결정 특징들로부터 분석적 관심을 딛 떼어 돌린다.

6) ‘근본적인 불확실성(radical uncertainty)’이라는 용어는 현실 세계 행위자들이 직면하고 있는 (보험에 들 수 있는 위험과 구별되는) 나이트의 (Knightian) 불확실성 특징을 강조하기 위해 사용되었다. 또한 Gerald P. O’Driscoll, Jr. and Mario J. Rizzo, *The Economics of Time and Ignorance*, Oxford: Basil Blackwell, 1985, 제5장도 보라.

개인 결정의 주류 묘사는 위대한 미지의 세계의 끝이 열려 있는 불확실성에 잘 대처하기 위한 비체계적인 인간 노력이 도입하는 급변으로 교란되지 않는 결정적인 이론적 결론들을 도출할 수 있게 한다. 그러나 그것은 우리의 시장 과정 이해를 **모호하게 한다**. 주류 미시 경제 이론이 개인 결정에 쉬는 철저한 수정들, 모든 놀람의 잠재력을 여과하여 제거하는 것은 우리에게 시장에서 작용하는 결정력을 볼 수 없게 한다.

주류 시장 이론

주류 이론의 핵심은 완전 경쟁 시장 모형과 관련이 있다. 그것의 가정들의 비현실성의 결과들을 검토하기 위해서는, 단일 상품에 대한 마셜의 시장(Marshallian market)의 완전 경쟁 모형을 고찰하는 것이 도움이 된다. 그 모형은 그러한 시장에서 가격이 시장 청산 수준 쪽으로 즉각적으로나 빠르게 밀려가는 것으로 설명하는데, 거기서 모든 잠재적 판매자들은 (그 가격에서) 구매자들이 사기를 원하는 모든 것을 팔 수 있다. 이 모형을 위해 채택되는 가정들—이것들은 이런 결과의 불가피성을 보장한다—은 적어도 완전 경쟁 시장 경제에 관한 프랭크 나이트의 고전적 표명 이후 잘 알려져 있다.⁷⁾ 우리

7) Frank H. Knight, *Risk, Uncertainty and Profit*, Boston and New York: Houghton Mifflin, 1921, 제3장-제6장.

의 목적상, 이러한 가정들은 특히 완전 지식을 포함하고 완전 경쟁 시장에서의 구매자와 판매자의 무한성을 포함한다. 이 주요 가정 두 개 모두—이것들은 관련 재화에 대한 현행 시장 가격에서 각 구매자는 자기가 원하는 만큼 많이 살 수 있을 것으로 (올바르게) 기대하고 각 판매자는 자기가 원하는 만큼 많이 팔 수 있을 것으로 (올바르게) 기대한다는 것을 함축한다—우리가 익숙한 상업 세계와 관련하여 몹시 비현실적이다.

현실 세계와 그것의 완전 경쟁 이론적 묘사 사이에 존재하는 이렇게 크게 벌어진 틈은 에드워드 체임벌린에게 이런 면에서 덜 거슬릴 더욱 복잡한 (독점 경쟁) 모형들을 구성할 마음이 생기게 하였다.⁸⁾ 각 판매자가 시장 가격에서 자기 제품의 무한한 양을 판매하는 것이 가능하다고 믿는 세계의 그림 (즉, 그는 완전히 탄력적인 수평의 수요 곡선에 직면한다) 대신에, 체임벌린은 만약 판매자가 가격을 낮출 준비가 되어 있다면 자기가 더 많은 재화를 팔 수 있을 것임을 대체로 알고 있다는 가정에 입각한 이론을 수립하였다. 이전의 이론은 판매자가 우하향 수요 곡선에 직면하게 될 가능성을 순수 독점의 특별한 사례들에 국한했었다. 그러나 체임벌린은 비슷하지만 같지는 않은 제품들 사이의 경쟁의 경험적 현실성과 이와 관련하여 자기들이 부과하는 가격이 현저하게 자기들 자신의 통제 아래 있다는 판매자들의 인식의 경험적 현실성을 인정하는 일반 이

8) Edward H. Chamberlin, *The Theory of Monopolistic Competition*, 제7판, Cambridge: Harvard University Press, 1956. 체임벌린의 책은 그의 1927년 박사 학위 논문에 근거하여 1933년에 출판되었다.

론을 옹호하였다.

시장 이론에 소량의 현실성을 회복하려는 이러한 용감한 시도에도 불구하고, 그리고 이러한 시도를 둘러싸고 발생한 방대한 문헌에도 불구하고, 그것은 주류 이론에 영구적인 영향을 끼치지 못했다. 20세기 후기 주류 가격 이론은 체임벌린이 1927년 자기의 박사 학위 논문을 완성했을 때 그랬던 것보다 완전 경쟁 모형을, 더 적게 강조하는 것이 아니라, 더 많이 강조한다.

생산은 물론 생산자들(과 심지어 소매상들)의 수가 결코 무한하지 않은 시장들에서 속행된다. 전형적인 생산자나 소매상은 자기가 요구할 가격을 올릴지 내릴지 고민한다. 주어진 제품에 대해 완전 경쟁 시장 모형에서 제시하는 그림과 현실 세계 영업 상황 사이의 대조는 믿기 쉬운 성질을 이용해야 할 정도로 현저하다. 앞에서 언급했듯이, 완전 경쟁 모형은 본래적으로 그것의 바로 그 가정들로 인해 시장이 어떻게 작동하는지 설명할 수 없다. 그러나 그 모형은 현재의 시장 현상이 어떻게 현재 존재하는 것으로 되게 되었는지 설명할 수 없을 뿐만 아니라, 그 모형은 우리에게 우리가 이해하려고 시도하고 있는 경험적 양식에 들어맞을 수 없는 분석 틀로 현재의 시장 현상들을 보도록 요구하기도 한다.

완전 경쟁 모형과 시장 경제의 비판자들

완전 경쟁 모형의 이러한 비현실적인 특징들의 함의들을 시장 경제의 비판자들은 놓치지 않았다. 그들은, 20세기 후기 주류 미시 경제학의 맥락에서, 시장의 효율성에 대한 자신들의 공격을 가격 이론의 논리의 비판에 근거할 필요가 없다. 그들은 그저 완전 경쟁 모형을 받아들여서 현실 세계 자본주의가 완전 경쟁 모형의 사회 후생 최적들이 적용되기 위해 필요한 이상적인 조건들에 미달하는 명백한 측면들을 지적하기만 하면 된다.

그러므로 주류 미시 경제 이론은 우리가 관찰하는 시장 성공들에 대해 우리가 구하는 이론적 설명을 제공하지 못할 뿐만 아니라, 그 이론은 시장 경제의 비판자들에게 그들이 자본주의의 효율성에 대한 공격을 감행하는 데 필요한 지적인 탄약도 제공한다. 그들은 그저 현실 세계 자본주의가 완전 경쟁 최적 요건들에서 벗어나는 측면들을 체크하기만 하면 된다.⁹⁾

주류 이론에서 사용되는 완전 경쟁 모형의 비현실성의 이러한 함의들을 지적하는 것이 그 이론을 타당성 없게 하지는 않는다. 그러

9) 참으로, 주류 이론은 여러 기회에 오로지 단호하게 공격적인 정부 개입 유형들에 의해 시장 경제가 지탱되어야 한다는 조건에서만 시장 경제의 경제적 바람직함을 지지하는 것으로 간주되었다. 예를 들어, 오로지 시장 경제가 강력하게 침투적인 반독점 규제를 받거나 시장의 소득 분배가 과세로 '교정될' 수 있는 경우에만 시장 경제가 보증되었다. 시장 작동과 시장 결과에 대한 개입을 위한 그러한 제안들에 관해 이 페이지의 차후의 절들에서 논의되는 강력한 유보 사항들은 시장 경제를 옹호하는 주류 모형의 논거들을 제한하는 유보 사항들의 기각으로부터 직접 도출되는 것을 보게 될 것이다.

나 그것은 그 이론의 우아함과 질서정연함을 이용하기 위해 치러야 하는 대가를 정말 보여 준다. 완전 경쟁 모형과 같은 명백히 비현실적인 모형을 사용하여 시장이 어떻게 그리고 왜 정말 작동하는지에 관한 설명을 찾는 것은 시장이 사실상 효율을 전혀 달성하지 못한다는 (우리의 직접적인 관찰에 어긋나는) 결론을 초래할 것 같다.

제4절에서 설명되듯이, 기업가적 발견의 이론은 시장 효율에 대한 설명을 완전 경쟁 모형들이 그리는 그림에서 고의로 삭제된 상업 세계들의 바로 그 현실 세계 측면들에서 찾는다. 현실 세계의 하나의 특정 측면은 현실 세계의 불균형 특징이다. 어떤 주어진 순간 이든, 시장은 도달된 균형의 특징을 가지지 **않는다**. 이런 면에서, 시장이 어떻게 작동하는가에 관한 우리의 실증 이론은 시장 경제에서 ‘불완전(imperfections)’을 공준화함으로써 가격 이론에 현실성을 도입하려는 에드워드 체임벌린의 시도와 선명하게 다르다. 그 점은 다시 강조할 가치가 있는데, 왜냐하면 그것은 우리들에게 주류 이론에서의 현실성 결여를 요약하고 더욱 명시적으로 비판할 수 있게 해 주기 때문이다.

현실성의 결여를 이유로 우리가 집중한 주류 이론의 모든 점들은 그 이론의 오로지 **균형(equilibrium)** 특징에만 기인하는 것으로 판명된다. 개인 선택의 수준과 시장 결과의 수준 양쪽 다에서, 주류 이론은 도달된 균형의 상황에 고의로 국한한다. 이 절의 전반부는 가능한 균형화 과정들을 엄밀하게 이미 도달된 균형이라는 특징을 가진 모형들의 면에서 설명하려고 시도할 때의 비일관성에 집중했다. 이 절의 후반부는 현실 세계 상업 생활에서 이미 도달된 균형의 가

정과 양립 불가능한 매우 많은 측면들을 지적했다. 그런데 단지 이론적 그림이 그것이 설명하려고 하는 현실의 모든 특징들을 정밀하게 묘사하지 못한다는 것만으로는 그것이 그 이론적 그림의 유용성에 반드시 치명적인 것이 아니다. 그러나 주류 이론은 그 그림에서 시장 현상의 적합한 설명의 핵심인 현실 측면들을 여과하여 제거한다. 균형 모형에서 자리를 찾을 수 없는 현실 특징들이 설명에 대한 열쇠로 판명된다.

독점 경쟁 모형들을 구성함으로써 현실성을 회복하려는 체임벌린의 시도는 과녁을 빗나갔다. 그는 거슬리는 비현실성의 근원이 완전 경쟁 모형에서의 이미 도달된 균형의 가정에 있다는 점을 인식하지 못했다. 대신 그가 제안한 것은 더욱 복잡한 균형 모형이었다. 도달된 독점 경쟁 균형의 모형은 많은 면에서 그것이 대체하려고 한 모형보다 우리의 감각에 덜 모욕적이다. 그럼에도 불구하고 새 모형도 동일한 기본적인 결점을 가지고 있다. 이미 도달된 균형을 공준화함으로써 그것은 균형에 어떻게 접근하게 될지를 설명할 수가 없다. 불균형 시장 특징들을 고려함으로써 만족스러운 설명을 제공할 기회를 그 이론은 놓치고 있다.

4. 기업가적 발견의 이론

기업가적 발견의 이론(theory of entrepreneurial discovery)은 불균형 조건에서 내려지는 기업가적 결정이 가격과 수량의 변화를 초래하는 방식에서 시장 현상의 설명을 찾는다. 그렇게 시작된 시장 과정은 끊임없는 기업가적 발견들로 구성되어 있다. 그것은 새 시장 뿐만 아니라 구(舊)시장에도 방해 받지 않는 기업가적 진입을 허용하는 제도적 틀로 가능하게 된 동태적 경쟁으로 움직이는 발견의 과정이다. 자본주의 시장 경제가 과시하는 성공은 덜 효율적이고 덜 독창적인 생산 행동 방침들이—더 나은 재화를 생산하고/거나 지금까지 알려져 있지 않으나 이용이 가능한 자원 공급원을 이용함으로써—소비자들에게 봉사하는 새롭게 발견된 우월한 방식들로 대체되는 강력한 경향의 결과이다. 그 이론은 주류 이론에서의 개인 결정의 관념과 대비되는 발견의 개념에 집중한다.

신고전학과 상자로부터의 탈출: 발견의 개념

발견 개념(discovery concept)은 현대 신고전학과 경제학이 이론가

를 한정하는 끝이 닫혀 있는(closed-ended) 분석 상자로부터 탈출할 길을 가리킨다. 양식화된 의사 결정자는 진정한 선택을 행사할 수 없다. 주어진 배열의 목표들과 이용 가능한 자원들은 선택될 대안을 자동적으로 구별한다. 어떤 다른 대안도 미리 배제된다. 의사 결정자가 더 선호되는 대안 대신 덜 선호되는 대안을 고의로 선택할 것이라고는 생각할 수 없(고 더 선호되고 덜 선호되는 것은 주어진 배열의 목표들과 이용 가능한 자원들에 의해 그리고 그것들에서 정의되는 것으로 행위자들에게 알려져 있다).

그래서 선택 행위는 여건에 이미 함축된 해를 계산하는 것에만 존재한다. 그러한 행위에는 창조적인 아무것도 없다. 그리고 결정이 필연적으로 그리고 불가피하게 실수 없이 내려진다고 가정되므로, 이러한 주류의 결정 관념은 사실상 의사 결정자를 그림에서 내쫓는다. 결정은 결정 이전에 ‘주어진’ 여건 집합들에 의해 ‘내려진다.’ 주류 이론화는 결정의 결과가 충동, 놀람, 혹은 공포와 같은 비체계적인 요소들에 영향을 받지 않고 결정적이도록 하기 위해 이러한 양식화된 개념을 채택한다. 그러나 그러한 이론의 한계에서 벗어나기 위하여 우리는 좁은 결정 관념에서 벗어나야 한다. 발견의 관념이 길을 가리킨다.

놀라운 발견이 이루어질 때, 그것은 신고전학과 결정 개념에 맞추어질 수 있는 어떠한 고의적 행위(deliberate act)에도 기인될 수 없다. (가치가 미리 알려져 있고 발견 내용이 미리 알려진) 한 편의 정보에 대한 고의적 탐색은 없었다. 오히려 발견의 행위는 이미 비용 없이 알 수 있었던 것을 ‘뜻밖에(undeliberately)’ 알아차렸다는

점에 존재했다. 신고전학과 결정 개념은 이용할 수 있는 유리한 기회를 붙잡지 못했다는 것을 전혀 생각할 수 없게 하는데, 더욱 현실적인 관점은 우리에게 그러한 기회를 **그저 알아차리지 못했을지 모른다**는 점을 인식할 수 있게 해 준다. 기회를 붙잡지 못했을지 모르는 것은 기회를 붙잡는 데 필요한 정보가 너무 비용이 많이 들어서 정보를 가치 있게 하지 못했기 때문이 아니다. 그것은 비용 없이 획득할 수 있는 기회(나 그 기회를 아주 가까운 곳으로 가져왔을, 비용 없이 획득 가능한 정보)가 그저 ‘변명의 여지없이’ 간과되었을 뿐이기 때문일지 모른다. 발견의 행위는 어떤 사람이 지금까지 간과되었던 것을 알아차릴 때 발생한다.

유리한 기회를 알아차리지 못했기 때문에 그것을 붙잡지 못할 가능성을 인정하는 것은 표준적인 경제 이론이 모호하게 하는 개인적 선택의 차원과 사회적 상호 작용의 차원을 식별할 수 있게 한다. 그것은 또한 이론화를 모든 것이 불가피하게 일어나는 끝이 닫혀 있는 신고전학과 상자로부터 해방시킨다. 우리는 더 이상 사건의 진행이 일정 초기 상황하에서의 극대화 공준의 기계적이고 규칙적인 프로그래밍 아래에서 불변으로 전개되는 세계에 갇혀 있지 않다. 기회를 알아차리지 못하고 그러므로 붙잡지 못할지 모른다는 인식은 우리에게 지금까지 알아차리지 못했던 기회의 순수한 발견을 탐구할 수 있게 한다. 기업가적 발견의 이론은 시장 과정을 이해하는 열쇠를 제공한다.

발견과 기업가 정신

‘어떠한 현실적이고 살아 있는 경제에서든 모든 행위자는 항상 기업가고 투기자다.’라는¹⁾ 미제스의 관찰은 ‘끝이 열려 있는(open-ended)’ 개인 의사 결정 개념과 시장 과정에서의 기업가적 기능 사이의 연결로 사람의 관심을 끈다. 미제스에게 분석 단위는 인간 행위이고, 인간 행위의 본질적 특징은 그것의 투기적(speculative)이고 기업가적인(entrepreneurial) 차원이다. 이것으로 인해 우리는 개인 행위와 시장에서의 기업가적 기능 사이의 유사성을 직접적으로 인식하게 된다.

모든 개인 행위는 필연적으로 발견 행위를 구성한다. 행동할 때, 개인은 (신고전학과 이론에서와 같이) 그저 애초 주어진 선호 순위들의 함의들을 한 자 한 자 쓰고 있는 것이 아니다. 그는, 행동의 순간에, 자기가 직면하는 근본적인 불확실성 앞에서 그러한 선호 순위들을 (그것들의 모든 함의들과 함께) 주의를 기울여 **수립하고** 있다. 그가 기회를 붙잡기 위해 행동할 때, 그는 ‘주어진’ 기회를 붙잡고 있는 것이 아니다. 그는, 그 순간, 그 기회가 존재한다고 선언하고 있다. 그는, 말하자면, 그 기회 존재를 **발견하고** 있다. 인간 행위는 고의적인 극대화가 그 안에서 일어나는 것으로 상상할 수 있는 틀을 수립하는 일과 그 틀의 극대화 함의들을 추구하는 일을 **동시에** 한다. 그 틀의 수립은 발견 행위를 구성한다. 그 틀은 그 자체

1) Ludwig von Mises, *Human Action*, op. cit., p. 253.

의사 결정자에게 ‘주어져 있지’도 않았고 어떤 사전의 ‘주어진’ 상위 틀에 불변으로 함축되어 있지도 않았다.

가장 면밀한 사건의 속고도 행동 순간에 수립되는 틀을 규정할 수 없을 것이다. 기회 틀의 존재를 수립하기 위해서는 지금까지 아직 알아차리지 못한 일단의 상황들에 대한 **주의(alertness)**가 필요하다. ‘틀(framework)’은 가정된 주어진 배열의 목적들과 자원들을 포함할 뿐만 아니라 **미래의** 관련 목적들과 관련 이용 가능 자원들의 **기대**도 포함한다. 미래를 둘러싸고 있는 불확실성은 목적과 수단의 그러한 기대 틀의 **수립**이 필연적으로 창조적인 발견 행위를 구성한다는 것을 의미한다. 행동한다는 것은 기회를 붙잡는다는 것을 의미한다. 기회를 붙잡는다는 것은 그것을 발견한다는 것, 무한한 배열의 대안적인 예상 미래들의 모호성과 어둠에서 그것을 식별한다는 것을 의미한다.

그러나 그러한 발견 행위는 우연히 관심을 끄는 어떤 것을 발견하는 것 이상을 포함한다. **기회(opportunity)**의 발견은 변칙의 발견을 의미한다. 매력적인 기회를 발견하는 것은 항상 즐거운 **놀람(surprise)**의 어떤 것을 나타낸다. 만약 기회에 체화된 이득이 충분히 예상되었더라면, 그것을 붙잡는 것은 창조적 발견 행위를 거의 나타내지 않을 것이다. 이득은 충분히 기대된 어떤 것의 실현에 다름 아닐 것이다. 미제스에게 인간 행동은 본질적으로 알 수 없는 미래의 근본적인 불확실성에 맞추어져 있기 때문에, 그것은 불가피하게 투기적이다. 인간 행동은 **발견**이다.

하나의 목표를 달성하기 위하여 자원들이 배치되는 하나의 발견

행위는, 발견 전에는, 관련 자원들이 **과소평가**되었다는 깨달음을 나타낸다. 이 자원들의 완전한 잠재력은 지금까지 이해되지 못했다. 따라서 발견 행위와 따라서 참으로 모든 인간 행동은 지금까지 저평가된 자원들에서 지금까지 **의심하지 않았던 가치**의 발견을 나타낸다. 여기서 우리는 개인 행위와 순수 기업가적 기능 사이의 대단히 중요한 미체스의 유사성에 대한 열쇠를 가지고 있다. 순수 기업가적 기능은 싸게 사서 비싸게 파는 데—즉, **시장이** 어떤 것을 저평가해서 그것의 진정한 시장 가치가 지금까지 일반적으로 인식되지 못했다는 발견에—존재한다. 이것은 순수 기업가에게 어떤 것을 자기가 팔 수 있는 가격보다 더 적게 주고 살 수 있게 한다. 그의 기업가 정신의 행위는 지금까지 간과되었던 시장 가치의 존재를 깨닫는 데 존재한다.

그렇다면 시장에서 순수 기업가 정신이 신고전학과 기업 이론에서 발생하는 의사 결정과 관계를 가지는 것은 미체스의 인간 행동이 개인 극대화 결정의 신고전학과 모형과 관계를 가지는 것과 바로 똑같다. 신고전학과 기업 이론에서 기업의 소유자는 수입과 비용 사이의 차이를 극대화한다. 대안적인 산출물 수준과 관련된 수입과 비용은 양쪽 다 주어져 있다. 따라서 기업이 그렇게 극대화하는 ‘이윤’은 완전히 기대되고 기업의 산출물 결정이 내려지기 **전에** 이용 가능한 것으로 알려져 있다. 기업의 결정을 통하여 붙잡는 ‘이윤’에는 도무지 놀람이 없다. 이윤을 얻는 것은, 사실상, 미리 확고하게 정해진 계획을 기계적으로 완성시키는 것에 지나지 않는다.

그러나 시장의 맥락에서 기업가적 결정은 전혀 다르다. 이윤 기

회를 ‘보는’(발견하는) 기업가는 (그의 발견 이전에는) 그 자신이나 어떤 다른 사람이 보지 못했던 이득의 존재를 발견하고 있다. 만약 그것을 이전에 보았다면, 그것을 붙잡을 수 있었을 터이거나, 하여간, 그것은 충분히 예상되었을 것이며, 그렇다면 더 이상 **지금** 신선한 발견이 이루어지지 않을 것이다. 기업가가 이윤 기회를 발견할 때, 그는 지금까지 의심되지 않았던 어떤 것의 존재를 발견하고 있다.

(끝이 닫혀 있는 맥락 형의 신고전학과 의사 결정과는 대조적으로) 인간 행동 개념에 의해 제공되는 시장 환경 안이나 바깥에서의 개인 결정에 대한 것과 정확하게 똑같은 종류의 해방이 (시장 이론에 대해) 순수 기업가 정신의 관념에서도 발견될 수 있다.

기업가 정신이나 균형이나

끝이 열려 있는 불확실성을 앞에 둔 미제스의 인간 행동 개념과 시장에서의 순수 기업가적 역할 사이의 유사성을 인식하는 것은 배타적으로 균형 모형을 사용하는 것을 둘러싼 한계점들을 부각시킨다.

균형 세계는 기업가적 발견과 창의성의 여지가 없는 세계다. **시장 사건의 진행**은 시장 상황의 여건에 의해 미리 운명이 정해진다. 어떤 기업가도, 균형 모형의 구속 가정들 안에서는, 시장 사건들의 미리 운명이 정해진 순서를 바꿀 수 없다. 시장 사건들의 순서에서

진정한 변화를²⁾ 일으킬 수 있는 유일한 상황은 체계에 대한 외생적 충격이다.

신고전학과 시장에서 발생할 수 있는 유일한 변화들은 전통적으로 비교 정확으로 분석될 수 있는 변화들인데, 여기서는 역사가 일련의 균형 상황들로 간주된다. 여건에서의 외생적 변화들의 결과들은, 그러한 외생적 변화들로부터 발생할지 모르는 단계별 변화들을 추적함으로써가 아니라, 하나의 불변적으로 미리 운명이 정해진 세계의 그림으로부터 다른 불변적으로 미리 운명이 정해진 세계의 그림으로 도약함으로써 ‘설명된다.’ 이 접근법은 비체계적인 변화 원천들을 여과해서 제거한다는 자신의 가정된 목표를 달성하지만, 그것은 세계가 어떻게 첫 번째 그림으로부터 두 번째 그림으로 (미리 운명이 정해지지 않은!) 전환을 사실상 어떻게든지 해서 이룰 수 있을지에 관해 어떠한 진정한 설명도 제공하지 못하는 대가를 치르고서 그렇게 한다.

기업가적 주의의 추진력

대조적으로, 불균형 세계는 기업가적 발견과 그 결과로 나타나는 진정한 변화의 여지를 제공한다. 어느 상품이 두 격리된 시장 지역

2) ‘진정한 변화(genuine change)’라는 용어는 다(多)기간 시점 간 균형 조건들의 규칙적인 작동으로부터 발생하도록 프로그램 되어 있는 기계적으로 발생하고 충분히 예상되는 ‘변화들’과 그러한 변화들을 구분한다.

에서 (그들 사이의 운송비용은 0이다) 두 가지 상이한 가격에 판매되고 있는 상황을 고찰해 보자. 그러한 불균형 상황은, 주류 이론 범위 내에서는, 순전히 불가능하다. 주류 이론에서는, 두 가지 가격이 받아들여지고 있다는 것을 모든 당사자들이 알고 있어서, 더 높은 가격을 지불하고 있는 사람들은 명백히 자기들의 선호를 일관성 있게 추구하고 있지 못하다(왜냐하면 그들이 아마 더 많이 지불하는 것보다 더 적게 지불하는 것을 더 선호할 것이므로). 비슷하게, 더 낮은 가격을 받아들이는 사람들은 자기들 자신의 선호와 일치하지 않게 행동하고 있다.

그러나 오스트리아학파의 기업가적 발견의 이론의 틀에서는 그러한 상황은 가능할 뿐만 아니라 불가피하기도 하다. 완전한 관련 정보는 더 이상 가정되고 있지 않다. 더 높은 가격을 지불하는 사람들이 그렇게 하는 것은 이용 가능한 더 낮은 가격을 그저 모르기 때문이다. 더 낮은 가격을 받아들이는 사람들이 그렇게 하는 것은 더 높은 가격이 지불되고 있다는 것을 그저 모르기 때문이다. 두 가격 사이의 상이(相異)는 순수 이윤을 위한 기회를 구성한다. 더 낮은 가격에 사고 있는 구매자는 그것을 더 높은 가격에 팔아서 따라서 차이를 순수 이윤으로 얻을지도 모른다. 우리가 기업가적 주의의 요소를 도입할 때까지는 우리가 상황에서의 어떤 변화도 공준화할 근거를—결코—갖지 못한다는 점을 깨닫는 것이 중요하다. 자기들이 지불하고 있는 가격보다 더 낮은 가격을 알지 못하는 사람들은 영구히 그렇게 모른 채 남아 있을지 모른다. 자기들이 받아들이고 있는 가격보다 더 높은 가격을 모르는 사람들은 영구히 그렇게 모

른 채 남아 있을지 모른다.

그러나 기업가적 주의가 도입되자마자 문제는 근본적으로 바뀐다. 이제는 주의를 기울이는 기업가가 가격 차이에 의해 만들어지는 이윤 기회를 알아차릴, 거의 확실한 것은 아니지만, 가능성의 여지가 있다. 일단 알아차리게 되면, 순수 이윤 기회는 (그것이 지금은 비용 없이 이용 가능한 순수 이득으로 인식되므로) 신속하게 붙잡힐 것이다. 이것은 저가 시장에서의 추가적인 구매(가격을 밀어 올리는 경향이 있다)와 고가 시장에서의 추가적인 판매(가격을 밀어 내리는 경향이 있다)를 수반할 것이다.

따라서 처음의 가격 차이에 의해 만들어지는 이윤 기회의 기업가적 발견은 두 가격을 상대 쪽으로 미는 강력한 힘이고 가격 차이와 그것이 제공한 이윤 기회 양쪽 다를 제거한다. 따라서 주어진 상품에 대해 시장 전체에 걸쳐 단일 가격이 발생하는 경향을 주장하는, 가격 이론의 가장 근본적인 법칙, 제번스의 무차별 법칙(Jevons's Law of Indifference)은 기업가적 발견의 이론 안에서 그것의 자리와 그것의 설명을 발견한다. 세계에서 일어나는 항구적인 변화는 시장 참여자들이 일반적으로 알지 못할 새로운 상황을 끊임없이 일으킨다. 불균형과 가격 차이의 새로운 원인들은 끊임없이 일어나고 있다. 그러나 동시에 이런 불균형들은 그렇게 만들어진 기회들을 발견하는 경향이 있는 힘들을 끊임없이 발생시킨다. 단일 가격으로의 경향은 끊임없이 중단되지만 끊임없이 회복된다.

기업가의 발견은 고의적인 학습 행위도 탐색 행위도 아니다. 그는 이전에는 가격 차이의 존재를 알지 못했다. 비(非)인식으로부터

인식으로의 전환은 고의적으로 취해진 조치가 아니었다. 그것은 또한 주류 이론 안에 자리를 차지하고 있는 어떤 행동에 호소함으로써 설명될 수 있는 조치도 아니다. 시장 경제 안에서 가장 강력한 (그리고 특징적인) 동력을 이해하기 위해서는, 주류 이론의 패러다임 바깥으로 나와 순수 기업가적 발견에 호소하는 것이 필요하다.

주류 이론에 대해서는, 시장에서 동시에 두 개의 상이한 가격들이 불균형 방식으로 존재할 바로 그 가능성은, 엄밀히 말하자면, 생각할 수 없는 가능성이다. 제번스의 무차별 법칙은, 주류 이론에서는, 하나의 상품에 대해 시장 전체에 걸쳐 단일 가격 이외의 어떤 것도 가격에 의해 배제됨에 지나지 않는다는 것을 의미하게 되었다.

그러나 주류 신고전학과 이론이 두 가격 상황의 가능성과 양 가격이 서로를 향해 이동하는 경향 양쪽 다들, 자신의 균형 틀 안에서, 다룰 수 있다고 주장될지 모른다. 물론 우리는 상품 질에서의 차이나 상이한 장소에 있는 상품에 대한 쇼핑 편의 사이의 차이를 언급하는 신고전학과 설명을 배제한다. 그러한 설명들은 부당하고 부적절한데, 왜냐하면 그것들은 (질 차원뿐만 아니라 그 가격을 논의하고 있는 물리적 상품과 함께 묶여서 오는 활동들의 효용도 포함하도록 정의되는) 동일한 상품에 대한 두 가격을 나타내지 않기 때문이다. 그러나 처음 보면 우리가 불완전 정보의 가능성을 인정하자마자 동일한 상품에 대해 두 가격의 존재를 공준화하는 것이, 신고전학과 세계에서, 가능해 보일 것이다.

신고전학과 경제학은 상황의 모든 관련 측면들에 관해 완전한 인식이 존재하는 것처럼 진행된다. 그러나 이것은 전지(全知)를 함축

할 필요가 없다. 더 높은 가격을 지불하고 있는 구매자가 상품이 더 낮은 가격에 이용 가능하다는 것을 알고 있다는 점을 신고전학과 이론가는 이해하고 있다. 그러나 구매자는 또한 더 낮은 가격을 정확하게 어떻게 이용할지 발견하기 위해서는 자기가 학습이나 탐색 자원을 아주 큰 규모로 써야 하기 때문에 계속해서 더 높은 가격을 지불하는 것이 가치 있다는 것도 알고 있다. 그러한 상황은 균형이고, 그러므로 신고전학과 경제학의 관점에 받아들여질 수 있는데, 왜냐하면 가격 상이에 대한 설명이 있기 때문이다. 만약 고의적인 학습이나 탐색에 착수하는 것이 가치가 있다면, 그리고 만약 학습이나 탐색 과정 그 자체가 시간을 소비한다면, 우리는 추가적인 정보가 점차 시장 전체에 걸쳐 확산됨에 따라 처음의 가격 차이가 점차 사라질 것이라고, 신고전학과 틀 안에서, 기대할 수 있다. 각 시점에서 각 시장 참여자와 전 시장은 완전한 신고전학과 균형에 처해 있다. 따라서 제번스의 무차별 법칙의 동태 변형이 신고전학과 틀 안에서 회복되었다고 주장될지 모른다.

그러나 신고전학과 틀에서 불완전 정보가 확실히 동일한 상품에 대한 두 가격을 설명할 수 있지만, 이것은 단일 가격 법칙에 대한 동태 변형을 발생시키지 않는다. 두 가격이 수렴하는 데 시간이 걸리는 이유를 학습의 시간 소비적 특징이 설명할지 모르지만, 그러한 고의적 학습의 가능성은 어떤 수렴 경향도 보장하지 않는다. 오히려, 이전의 학습이 일어나는 것을 막았던 바로 그 학습 비용은 시장 참여자들이 시장에서 이용 가능한 더 나은 가격을 어떻게 이용할지 배우는 것을 계속해서 막을 가능성이 현저하다. 그러므로 처음의

균형 다(多)가격 상황은 그것이 **균형이라는** 바로 그 이유 때문에 영구히 지배적일지 모른다.

동일 상품에 대한 두 가격 사례를 아마도 진정한 불균형 상황으로 만들 것은 가격 차이에 대해 ‘합리적인(rational)’ 설명(즉, 고의적인 잘 알고 있는 의사 결정의 면에서의 설명)이 **없을지** 모를 가능성이 있다. 학습 비용이 계산된 후에 (혹은 극단적인 경우 두 가격의 존재가 똑똑히 보이기 때문에 이런 비용이 0인 때에) 우리는 더 높은 가격을 지불하는 구매자에 대해서와 더 낮은 가격을 받아들이는 판매자에 대해서 자기들의 얼굴을 쳐다보고 있는 것을 시장 참여자들이 그저 알아차리지 못했다는 것 외에는 설명을 가지고 있지 **않다**. 가격 차이에 대한 ‘합리적인’ 설명이 이렇게 명백하게 결여되어 있다는 것은 그것을 불균형 상황—가격 차이에 의해 만들어지는 순수 이윤 기회가 기업가적 발견을 끌어들이기 때문으로 오래 지속될 것으로 기대될 수 없는 상황—으로 만든다.

기업가적 발견의 추진력은 순수 이윤 기회, 즉 합리적 설명을 **거부하는** 것 같은 상황의 편재(遍在)와 관계있다. 게다가, 그러한 상황은 그것이 나타내는 순수 이윤 기회의 자발적인 기업가적 발견에 의해 체계적으로 감소될 것으로 기대될 수 있다. 기업가적 발견은 시장에 체계적인 힘을 행사하여, 각 순간 시장을 발견을 대단히 필요로 했던 불균형 상황에서 몰아내는 경향이 있다.

혼란에서 벗어난 체계: 기업가 정신의 역설

시장 경제에서 기업가 정신의 역설은 다음과 같다. 주류 이론은 기업가 정신을 자신의 그림에서 제외했는데, 왜냐하면 기업가 정신은 혼란스럽고 예측 불가능한 것 같기 때문이다. 대담성, 충동, 직감은 기업가의 성공(과 실패)의 원료이다. 그것들은 체계적, 결정적인 사건 연쇄의 가능성을 있을 것 같지 않게 하는 것 같다. 현실 세계 시장 변동성의 외관상 혼란스러운 변덕들 가운데서 규칙성을 인식하기 위해 기업가 정신의 여지가 **없**는 세계를 상상하는 것이 방법론적으로 건전할 것 같을지 모른다. 그러나 방법론적으로 정반대가 옳다. 우리가 시장이 어떻게 그리고 왜 작동하는가를 인식하기 시작하는 것은 **오직** 기업가 정신이 도입될 때**뿐**이다. 기업가 정신의 가능성이 없이는 (조정이 항상 충분히 그리고 즉각적으로 지배한다고 자의적으로 공준화하는 것을 제외하고) 시장 조정의 어떤 진정한 설명도 가능하지 않다. 현실 세계 시장 과정들의 체계적인 특징을 설명하기 위해서는 기업가 정신에 의해 도입되는 ‘혼란(chaos)’이 필요하다.

기업가 정신의 여지를 도입하는 것은 실수가 이루어질—즉, 관련 상황을 충분히 고려하지 못하는 결정이 이루어질—수 있게 하는 자유도(degree of freedom)를 허용한다. 참으로 실수가 어떻게 이루어지게 될지 혹은 어느 특정 실수가 발생할지 설명하는 것은 가능하지 않을지 모른다. 어느 현실 특징이 ‘설명 없이(unexplainedly)’

그리고 비합리적으로 간과될 것 같은지 서술하는 경제 이론은 없다. 그러나 어떤 순간이든 시장 현상이 비인식의 결과로 이루어진 실수를 어떻게 반영하는지 이해하는 것은 그러한 현상이 시간에 걸쳐 변화하는 방식을 이해할 가능성을 연다.

첫눈에는, 우선 어떤 특정 현실 특징들이 까닭을 알 수 없게 간과되게 되는지 이해할 수 없듯이 또한 이러한 간과된 특징들 중 어느 것을 다음에 알아차리게 될지 여부를 예측하는 것도 불가능할지 모른다고 여겨질지 모른다. 결국, 어제 간과되었던 것은 오늘과 내일에도 간과될지 모른다. 그러나 그러한 결론은 너무 성급할 것이다. 이전의 실수들—우리가 시장 경제에서 이루어진다고 논한 종류의 그러한 실수들은 자신의 모습을 **순수 이윤을 위한 기회들로서** 드러낸다—을 교정하는 쪽으로 기업가적 주의를 돌리(거나 II)는 데 강력하게 작용하는 시장 경제의 한 특징을 경제학자들은 식별할 수 있다.

어디서 순수 기업가적 이윤을 얻을 수 있을지 기업가적 주의가 ‘냄새 맡거나(smell)’ 감지하는 경향 때문에 이전의 이러한 실수들은 체계적으로 발견되게 될지 모른다. 시장 과정의 체계적 특징은 어디서 순수 이득을 발견할지 (고의적 탐색 없이) 감지할 인간 성향으로부터 나온다. 우리의 경제 분석은 어디서 그리고 어떻게 실수들이 순수 이윤 기회들로 전환되게 될지 가르쳐 주고, 그래서 이러한 실수들이 자기들의 체계적인 교정을 위해 만들어내는 경향에 대한 이해를 제공한다.

제번스의 무차별 법칙의 확대

주어진 상품에 대한 시장 가격들 사이의 수렴을 보장하는 경향이 있는 근본 법칙은 또한 덜 명백한 상황에서도 강력한 결과와 함께 작동한다. 제품을 제조하기 위해 상이한 자원들의 주어진 조합이 배치되는 생산 과정을 고찰해 보자. 생산자는 소비자들에게 파는 제품을 생산하기 위해 필요 자원들의 각각을 산다. 기업가-생산자가 이 상품의 생산과 판매에서 순수 이윤을 벌고 있다고 말하는 것은 그가 그 제품을 생산하여 그것을 소비자의 집에 배달하는 데 필요한 **모든** 자원들에 대해 지불하는 가격을 계산한 후 그것들의 합이 소비자가 제품에 대해 지불하는 금액보다 더 적다는 것을 의미한다. 이 상황 또한 ‘동일한 상품’이 ‘동일한 시장’의 상이한 지역들에서 상이한 가격들에 팔리는 예이다.

제품을 생산하여 배달하는 데 필요한 자원 꾸러미에 대해 지불하는 가격들의 합은 그 배달된 제품에 대해 소비자가 지불하는 가격보다 더 낮다. 그러나 **모든** 필요한 자원들의 꾸러미는, 사실상, 그 꾸러미가 생산할 수 있는 **상품이다**. 말하자면, ‘시작(Go)!’ 하고 말하는 것 이상이 필요하지 않다. 그 꾸러미를 소유하는 것은, 사실상, **이미** 그 상품을 소유하는 것이다. 자원 꾸러미가 팔리고 있는 가격보다 더 높은 가격에 상품을 판매함으로써 순수 이윤을 벌 가능성이 있는 것은 ‘동일한 상품’이 시장의 어떤 지역들에서는 그것이 시장의 다른 지역들에서 (완성된 소비재로서) 팔리고 있는 가격보다

(자원의 형태로) 더 낮은 가격에 팔리고 있기 때문이다.

만약 자원 꾸러미가 필요한 자원들을 모두 정말로 포함했다면, 우리는 이 다(多)가격 상황에 대해 ‘합리적(rational)’ 설명을 할 수 없다. (제조 자체에 사용되는 자원들을 사고 조립하는 데 필요한 모든 시간과 수고를 포함하여) 완성된 제품을 소비자에게 배달하는 데 필요한 모든 자원들의 지배력을 얻는 데 필요한 금액보다 소비자들이 완성된 제품에 대해 더 많이 기꺼이 지불할 이유가 없다. 이 가격 격차에 대한 유일한 설명은 시장 참여자들 쪽에서의 순수한 실수의 인식에 있다.

그러한 실수는 문제의 제품이 생산될 수 있을 때 그것을 획득할 소비자들의 미래의 열망에 비해 약간의 시장 참여자들이 이 자원들을 저평가했다는 것을 의미한다. 이러한 저평가는 오직 ‘설명할 수 없는(unexplainable)’ 실수로서만, 사실상 자기 얼굴을 쳐다보고 있는 미래를 보지 못하는 것으로서만, ‘설명될(explained)’ 수 있다. 그러한 실수는, 상품이 하나를 넘는 가격에 팔리는 단순한 경우에서와 꼭 같이, 자신의 모습을 순수 이윤 기회에서 드러낸다.

기업가가 새로운 생산 분야로 진입하거나 새로운 생산 방식을 혁신함으로써 순수 이윤의 가능성을 감지할 때, 그는 경제적 현실로는 동일한 품목인 것에 대해 시장이 실수로 두 상이한 가치를 부여하는 사례라고 자기가 믿는 것을 이용하고 있다. 기업가적 주의의 강력한 추진력은 항상 그리고 모든 곳에서 작용하고 있는데, 그러한 실수들이 만들어내는 순수 이윤에 의해 제공되는 매력을 통하여 그러한 실수들을 알아차린다. 기업가적 이윤 벌기가 일어나는 것은

주어진 물리적 재화의 가격들을 시장 전체에 걸쳐 동등하게 함으로써 뿐만 아니다. 동일한 기업가적 이윤 벌기는 자원 가격들을 미래 제품 가격과 상응하게 동등하게 하는 쪽으로도 작동한다.

루트비히 폰 미제스는 이것을 대단히 명료하게 표현했다.

‘이윤이 생기게 하는 것은 다른 사람들보다 제품의 미래 가격을 더 정확하게 판단하는 기업가가, 미래 시장 상태의 관점에서 볼 때, 너무 낮은 가격에 생산 요소들의 일부나 전부를 산다는 사실이다.’³⁾

중요한 것은, 이러한 차원에 따라 작동할 때, 기업가적 주의가 가격들을 상응하게 ‘동등하게’ 밀고 있을 뿐만 아니라 그것이 또한 **자원들을 한 생산 분야로부터 다른 생산 분야로 이동시키고** 있기도하다는 점이다. 시장 경제에서 자원들이 (소비자들이 판단했을 때) 덜 생산적인 용도로부터 더 생산적인 용도로 다시 배분되는 경향은 주어진 상품의 가격들이 동등한 쪽으로 움직이는 경향을 야기하는 것과 똑같은 기업가적 발견 절차를 통하여 작동한다. 제번스의 무차별 법칙의 확대는 자본주의 배분 효율의 원인이 되는 시장의 힘을 설명하는 것으로 드러난다.

이러한 배분적 경향이 운전을 시작하기 위해서, 기업가가 현재의 자원 오(誤)배분을 알고 있을 필요는 없다. 그는 자원이 현재 고용

3) Ludwig von Mises, ‘Profit and Loss,’ 그의 *Planning for Freedom and Other Essays*, 제2판, South Holland, Ill.: Libertarian Press, 1962, p. 109 소재.

되어 있는 산업에 관해 자세하게 알 필요가 없다. 그는 그 산업의 제품의 기술적 생산 조건과 소비자 관심에 친숙할 필요가 없다. 그는 단지 필요한 자원을 구매함으로써 순수 이윤을 얻을지 모른다는 것을 감지하기만 하면 된다.

물론, 가격 차이에 대한 ‘후각(nose)’을 가짐으로써 특정 생산 분야에서 순수 이윤의 가능성을 감지하기 위해서는, 기업가가 이 생산 분야에서 기술적 생산 가능성에 대해서뿐만 아니라 미래의 소비자 선호에 대해서도 예민한 감각(혹은 적어도 이 예민한 감각을 가진 고용인들을 어디서 고용할 것인지에 관한 예민한 감각)을 가지는 것이 아주 도움이 된다. 그러나 궁극적으로는 그의 활동을 움직이고 기술적 생산 가능성과 미래 소비자 선호에 대한 그의 주의를 자극하는 것은 (자원 가격과 제품 가격 사이의 차이로 인한) 순수 이윤 가능성에 대한 그의 감각이다. 기업가적 발견의 과정을 통하여 작동하여 자본주의 생산 양식을 배분적으로 덜 효율적인 방향으로가 아니라 더 효율적인 방향으로 강력하게 되돌리는 것은 단일 가격의 법칙이다.

과도한 비관주의의 실수와 과도한 낙관주의의 실수

자신을 순수 이윤 기회로서 표현하는 실수는 끝이 열려 있는 불확실성의 불균형 세계에서 이루어질 수 있는 유일한 실수가 아니다.

순수 이윤 기회를 야기하는 실수는 과도한 비관주의에서 유래하는 실수다. 이 외에도 역시 시장 경제의 기업가적 발견 과정에서 중요한 역할을 하기도 하는 과도한 낙관주의의 실수가 있다.

과도한 비관주의(over-pessimism)의 실수는 보다 좋은 기회가 간과된 실수이다. 그것은 이런 자원들이 만들 수 있는 제품에 대해 하나를 넘는 가격이 출현하는 데서 드러난다. 그것은 순수 이윤 기회를 발생시키고, 후자는 기회를 붙잡음으로써 이러한 과도하게 비관적인 실수를 고치는 기업가들을 끌어들이고, 다른 종류의 실수, 과도한 낙관주의에 기인한 실수는 다른 원천을 가지고 있고 기업가적 발견 과정에서 다른 역할을 수행한다.

과도하게 낙관적인(over-optimistic) 실수는 시장 참여자가 사실상 완성될 수 없는 계획을 완성할 수 있기를 기대할 때 발생한다. 구매자는 가격이 너무 낮아서 그 가격에는 상품이나 자원을 살 수 없는 가격에 그 품목을 사기로 잘못 계획한다. 판매자는 가격이 너무 높아서 사실상 어느 구매자도 그 가격에 기꺼이 사지 않는 가격에 어느 품목을 팔기로 계획한다. 이런 종류의 실수는 기업가적 주의를 통해 고쳐지는 순수 이윤 기회를 발생시키지 않는다. 과도하게 낙관적인 실수는 더욱 직접적인 시장의 힘에 의해 고쳐지는 경향이 있고 창조적인 기업가적 주의를 덜 요구한다.

과도하게 낙관적인 실수는 너무 높거나 너무 낮아서 그 재화에 대해 시장을 청산할 수 없는 가격에서 드러나는 경향이 있다. 따라서 만약 판매자들이 대체로 과도하게 낙관적이었다면, 그들은 구매자들이 대체로 지불할 준비가 되어 있는 가격보다 더 높은 가격을

기대하고 있을 것이다. 만약 구매자들이 과도하게 낙관적이었다면, 그들은 판매자들이 대체로 받아들일 준비가 되어 있는 가격보다 더 낮은 가격을 기대하고 있을 것이다. 그러한 잘못된 기대는 반드시 시장 가격이 그러한 기대와 차이가 있을 것이라는 것을 의미하지는 않는다. 결국, 만약 판매자들이 (이 가격에 자기들이 팔기를 원하는 모든 것을 팔 수 있다고 그들이 잘못 믿고 있기 때문에) 300달러 미만의 가격에 기꺼이 판매하지 않는다면, 판매된 어떤 단위들이든 (300달러에 팔 수 있을 것이라고 기대하는 어느 누구도 더 적은 가격을 받아들이지 않을 것이기 때문에) 참으로 그 가격이나 더 높은 가격에 팔렸을 것이다. 과도한 낙관주의는 반드시 애초에 시장 가격이 300달러가 되지 못하는 것에 의해 드러나는 것이 아니라 예상 밖으로 일부나 전부의 판매자들이 그 가격에서 팔 수 있을 것이라고 기대했던 것을 팔지 못하는 것에 의해 드러난다.

이런 종류의 불균형 상황에서는, 시장 가격은 너무 높아 시장을 청산할 수 없을 것이다. 그것은 불균형의 한 사례인데, 왜냐하면 만약 재화에 대한 시장 가격이 정말 시장 청산 수준보다 더 높다면 (팔리지 않은 재화가 쌓이는 결과로) 판매자들이 곧 이것을 알고 자기들의 기대를 낮추어서 자기들의 청구 가격을 줄일 것이라고 우리가 꽤 확신하기 때문이다. 비슷하게, 만약 과도한 낙관주의가 가격이 시장 청산 수준보다 더 낮은 결과를 가져왔다면, 이런 상황은 부족의 형태로 나타날 것이고, 구매자들은 자기들의 실수를 깨닫고서 자기들이 사고 싶은 상품이나 자원을 얻기 위해 가격을 더 높여 부를 것이다.

기대했던 것보다 상품을 더욱 간절히 바라는 구매자들이나 판매자들이 정말 존재한다는 것을 깨닫지 못해 과도한 비관주의가 발생하는 데 반해, 과도한 낙관주의는 구매자들과 판매자들이 그들이 실제로 그런 것보다 **더욱** 간절히 바란다고 믿는 데서 발생한다. 과도한 낙관주의에서 발생하는 실수는 과도한 비관주의에서 발생하는 실수보다 더욱 빨리 발견될 것 같다. 보지 못했던 기회(비록 그것이 그것의 발견자들에게 순수 이윤을 제공한다 할지라도)는 미래에도 계속해서 알아차리지 못한 채 남아 있을지도 **모른다**. 그러나 과도한 낙관주의에서 발생하는 실수는 확실히 발견됨에 **틀림없는 데**, 완성될 수 없고 완성되지 않을 계획을 그것이 포함하고 있다는 그저 그 이유 때문이다. 너무 높은 가격은 팔리지 않은 재화들의 재고로 인해 너무 높았다는 것이 드러날 것이다. 너무 낮았던 가격은 그것이 야기하는 부족으로 인해 너무 낮았다는 것이 드러날 것이다. 확실히, 이러한 부족(이나 과잉)을 정확하게 해석하는 데는 기업가적 판단이 필요할지 모른다. 그러나 조만간 너무 높은 가격은 내려와야 하는 등의 일이 일어날 것이다.

기업가적 발견의 이론의 주요 통찰들은 이제 다음과 같이 요약될 수 있다.

- 어떤 주어진 순간에서든 시장 참여자들은 다른 시장 참여자들의 진정한 (현재 및 미래) 계획들을 알지 못하는 일을 (거의 불가피하게) 겪고 있을 것 같다.

- 그러한 비인식은 (재화의 판매자들이 구매자들을 그들이 실제로 그런 것보다 그 재화를 사기를 더 간절히 바라는 것으로 기대할 때처럼) 과도한 낙관주의의 형태를 띠어 재화에 대해 너무 높거나 너무 낮아서 시장을 청산할 수 없는 불균형 가격에 이르게 할지 모른다. 불균형 가격은 (더 낮은 가격에 팔기를 거절한 판매자들이 자 그들의 고객들이 높은 가격에는 그저 사려고 하지 않을 뿐이라는 것을 발견할 때처럼) 직접적인 계획 **좌절**을 발생시킨다. 그러한 좌절은 기업가들에게 시장의 진정한 성질에 주의를 기울이게 할 것으로 기대될 수 있다. 너무 높은 가격은 낮춰지는 경향이 있을 것이다. 너무 낮은 가격은 높이 매겨지는 경향이 있을 것이다.

- 비인식은 또한 (그리고 일반적으로 더욱 중요하게) 과도한 비관주의의 형태를 띤다. 판매자들은 구매자들이 사려는 열망을 과소평가할지 모른다. 구매자들은 판매자들이 팔려는 열망을 과소평가할지 모른다. 그러한 비인식으로 같은 재화에 대해 하나를 넘는 가격(혹은 자원들의 꾸러미에 대한 더 낮은 가격과 그 자원들이 전달할 수 있는 제품에 대한 더 높은 가격)이 생긴다. 그러한 가격 차이는 순수 이윤을 위한 기회를 만들어내고 그러므로 기업가적 관심을 끄는 경향이 있다. 가격 차이는 이러한 이윤 기회를 붙잡는 기업가적 행동으로 침식되는 경향이 있을 것이다.

- 만약 순수하게 분석적인 목적에서 소비자 선호, 자원 이용 가능성 그리고 기술적 가능성이 시간상 동결된 것으로 가정될 수 있

다면, 어떤 주어진 재화나 서비스든 그 가격이 시장 전체에 걸쳐 같아지는 경향이 있을 것이라는 것, 자원 꾸러미 가격이 그 자원들이 생산을 통해 전달할 수 있는 해당 상품의 가격과 같아지는 경향이 있을 것이라는 것, 그렇게 달성된 동일한 가격에서는 각 소비재 혹은 서비스 시장과 각 자원 서비스 시장이 청산되는 경향이 있을 것이라는 것, 그리고 모든 장래의 구매자들은 자기들이 기대하는 가격에서 자기들이 사고 싶은 것을 발견할 것이고 모든 장래의 판매자들은 그 판매자들이 기대하고 있고 받아들일 준비가 되어 있는 가격을 지불할 준비가 되어 있는 구매자들을 발견할 것이라는 것을 기업가적 발견 과정은 보장하는 경향이 있을 것이다.

- 이러한 경향을 통해 달성된 시장 움직임 도중에 자원 가격과 제품 가격이 서술된 것 같이 수정될 뿐만 아니라, 더욱 중요하게는, 자원이 (소비자들이 지불할 준비가 되어 있는 가격으로 측정된) 덜 중요한 용도로부터 더 중요한 용도로 끊임없이 이동될 것이고, 덜 생산적인 기술적 자원 용도가 더 생산적인 기술로 대체되게 될 것이며, 발견되지 않은 신(新)자원 원천이 발견되는 경향이 있을 것이다.

기초가 되는 소비자 선호, 자원 이용 가능성 그리고 기술적 가능성이 끊임없이 변하는 현실 세계에서는 이러한 교정 경향들은 부분적으로나 전체적으로 좌절되거나 방해될지 모른다. 덧붙여서, 항상 변하는 시장의 상이한 지역들에서 작동하는 이러한 경향들은 서로

방해하거나 혼란시킬지 모른다. 그러나 기업가적 발견의 강력한 힘의 방향은 위에서 서술한 실수, 좌절, 발견 그리고 놀람의 체계적이고 교정적인 과정들에 의해 형성되고 구조될 것이다.

기업가적 발견의 이론의 많은 중요한 특징들이 이제 간단히 논의될 차례다.

경쟁과 기업가 정신

제3절에서 행한 주류 신고전학과 이론에 대한 비판적 논의는 특히 그 이론에 중심적인 완전 경쟁 모형의 특징들에 집중했다. 주류 이론에서 사용되는 경쟁의 개념은 오스트리아학파의 기업가적 발견의 이론에서의 대응 개념과는 전혀 다르다. 주류 이론에서는 시장 조건들이 시장 전체에 걸친 완전 정보와 각 상품이나 서비스의 무한히 많은 구매자들과 판매자들이라는 이상에 접근할수록 경쟁은 완전해 더 가깝다. 반면 기업가적 발견의 이론에서는 관련 경쟁 개념은 오직 하나의 조건, 생각할 수 있는 각 시장에 대한 **진입의 자유 (freedom of entry)**라는 조건만 포함한다.

주류 신고전학과 이론에 대해서뿐만 아니라 오스트리아학파의 기업가적 발견의 이론에 대해서도, 설명되어야 할 현상을 설명하기 위해서는 경쟁이 필요하다. 그러나 여기서 공통 기반은 끝난다. 주류 이론에 대해서는, 경쟁은 서술되는 상황이 정말 균형이도록 보

장하기 위해 그리고 그것을 (예를 들어, 순수 독점에서의 균형 구성과 같은) 다른 가능한 균형 구성들과 구별하기 위해 필요한 가정이 다. 그러나 기업가적 발견의 이론에 대해서는 경쟁은 위에서 서술된 동태적 기업가적 과정을 설명하는 데 필요하다. 진입의 자유가 심하게 축소된 사례를 고찰해 보자.

(예를 들어, 정부가 편애하는 제조업자에게 독점 특권을 부여한 결과로) 잠재적인 기업가들이 특정 산업에 진입하는 것이 봉쇄되는 곳에서는, 이것은 시장 발견 과정을 마비시킴에 틀림없다. 그럴 듯하게, 보호되는 독점자가 독점 지대를 누리고 있으며 그래서 관련 생산 비용을 상당히 초과하는 가격을 부과할 수 있다고 가정해 보자. 그러면 이러한 상황은 진입이 봉쇄되어 있기 때문에 경쟁적인 힘에 의해 침식되지 않을 것이다.

잠재적인 소비자들은 그 독점화된 제품을 절박하게 필요로 할지 모르고, 지금 다른 덜 절박하게 필요한 산업들에 고용되어 있는 자원들은 이 (독점화된) 산업에서 더 생산적으로 그리고 유리하게 사용될지도 모른다. 그러나 이윤 가능성의 발견은 덜해질 것 같은데, 왜냐하면 설사 그러한 이윤의 존재가 발견된다 할지라도 진입 제한이 이러한 이윤을 붙잡는 것을 막기 때문이다. 아마도 지금 독점화된 산업에 사용되는 기술이 극적으로 향상되어 생산 비용의 상당한 감소를 초래할 수 있을 것이다. 그러한 생산 기법은, 자유 진입의 조건하에서는, 순수 이윤 기회를 찾아다니는 잠재적 기업가들에 의해 발견되었을지 모른다. 그러나 이 독점화된 산업에서는 그러한 발견은 가능성이 덜해질 것 같은데, 왜냐하면 진입 제한은 혁신적인 기

업가들이 그러한 이윤을 얻는 것을 막기 때문이다. 이윤을 붙잡는 것이 금지되는 곳에서는, 기술적 발견의 과정은 심하게 방해되거나 전적으로 마비된다. 기업가적 발견 과정은 잠재적 기업가들이 발견 할지 모르는 어떤 순수 이윤 기회든 발견자의 이익으로 돌아갈 것이라는 잠재적 기업가들의 인식에 달려 있다.

기업가적 발견의 과정에 중심적인 경쟁의 동태적 특징은 가격에 대해서뿐만 아니라 제품의 품질 특성과 생산 기법에도 작용하는 강력한 힘을 행사한다. 기업가적 경쟁적 진입의 추진력은 소비자 열망과 지불 의사로 측정되었을 때 자원의 생산성이 낮은 산업으로부터 자원의 생산성이 더 높은 산업이나 기법 쪽으로 자원을 다시 돌린다. 경쟁적 진입과 경쟁적 진입 위협은 제품 가격을 가능한 가장 낮은 생산 비용 쪽으로 낮추는 결과를 초래하고 현직 생산자들에게 생산 비용을 낮출 가능성과 그에 따라 경쟁적으로 제품 가격을 낮출 필요성에 주의를 기울이게 한다.

주류 고전학과 이론에서의 경쟁의 관념과 기업가적 발견의 이론에서의 그것 사이의 대조는 지식(knowledge)의 면에서 아주 효과적으로 제시될 수 있다. 주류 경쟁 이론은 지식을 **전제 조건**으로서 요구한다. 시장 전체에 걸쳐 완전한 지식이 없이는 경쟁은 불완전하다. 그러나 기업가적 발견의 이론에서는 경쟁은 지식이 발견되고 전달되는 **수단이 되는** 과정이다. 이 두 경쟁 관념들을 분리하는 이러한 기본적인 차이점을 확실히 지적한 사람은 하이에크였다.⁴⁾ 주

4) 특히 (a) Friedrich A. Hayek, 'The Meaning of Competition,' 그의 *Individualism and Economic Order*, op. cit., 제5장, pp. 92-106 소제와 (b)

류 개념이 경쟁을 하나의 특정 균형 상태를 언급하는 것으로 보는 반면, 동태적인 경쟁 개념은 불균형 상태가 균형화 방향으로 점차 수정되는 과정을 언급한다. 그것은 체계 전체에 걸쳐 완전히 달성된 정보라는 가정된 상태와 활동과 상호 정보 양쪽 다가 더욱 긴밀하게 조정되는 발견 과정 사이의 차이이다.

동태적인 경쟁 개념과 기업가적 주의 사이의 긴밀한 관계는 기업가적 발견의 이론의 문헌에서 탐구되었다.⁵⁾ 두 관념, 동태적 경쟁과 기업가 정신은 같은 동전의 양면임이 드러난다. 모든 경쟁적 진입 행위는 기업가적 행위이다. 모든 기업가적 행동은 (그 용어의 동태적 의미에서) 필연적으로 경쟁적이다. 경쟁하는 것은 다른 사람들이 제공하고 있는 것보다 구매자들에게 더욱 매력적인 거래를 제공하거나 판매자들에게 더욱 매력적인 거래를 제공하기 위해 행동 하(거나 행동할 입장에 처하)는 것이다. 그렇게 하기 위해서는 현직 시장 참여자들이 가능한 최상의 거래보다 더 적게 제공하고 있는 상황을 발견해서 현직자들에 의해 그렇게 야기된 공백을 채움으로써 가능하게 된 이윤을 붙잡기 위해 움직이는 것이 필요하다. 그러한 활동은 엄밀하게 기업가적이다. 기업가적으로 행동하는 것은 새로운 아이디어를 가지고, 더 나은 제품을 가지고, 더 매력적인 가격

Friedrich A. Hayek, 'Competition as a Discovery Procedure,' 그의 *New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas*, Chicago: University of Chicago Press, 1978, 제12장 소재를 보라. (이 논문은 1968년 3월 29일의 강연으로 처음 제출되었다.)

5) 특히 Israel M. Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*, Chicago: University of Chicago Press, 1973을 보라.

을 가지고 혹은 새로운 생산 기법을 가지고 시장에 들어가는 것이다. 어떤 그러한 행위도 필연적으로 다른 행위들과 경쟁한다.

기업가적 발견의 이론에서는, 경쟁은 (정부가 진입을 제한하는 것을 제외하면) 오로지 유일하고 희소한 자원을 독점 소유하는 결과로서만 제한될 수 있다.⁶⁾ 만약 개인이 그러한 자원에 대해 유일한 소유권을 향유한다면, 그는 경쟁적 진입에 상처 입지 않을지 모르는데, 왜냐하면 잠재적 경쟁자들이 그 유일한 자원에 대해 접근하지 못하기 때문이다. 그런 경우에는 기업가적 발견은 시장 가격을 기꺼이 지불하는 모든 사람들에게 필요한 자원이 이용 가능한 다른 생산적인 활동들로 필연적으로 돌려짐에 틀림없다.⁷⁾ 기업가적 활동은 다만 진입을 봉쇄하는 아무런 자원 독점 장벽들이 존재하지 않는 정도로만 가능하다. 다른 사람들에 의해 이루어지는 기존 제품들을 중복하는 것이 아니라 다른 사람들에게 **우월한** 기회를 혁신적으로 제공하는 동태적 경쟁 활동이 가능한 것은 오로지 기업가들이 혁신을 통해 이용 가능한 가능성들에 주의를 기울이기 때문 뿐이다.

6) 이것에 관해서는 Ludwig von Mises, *Human Action*, op. cit, pp. 354-74를 보라.

7) 사실상, 어떤 독점화된 산업에서든, 시장 과정은 기업가적 과정이 다른 시장들로 돌려지는 것을 통해 진행된다. 독점자가 자기 제품에 대해 독점 가격에 도달하는 과정은 가능한 대체품들의 생산 활동과 다른 독점화되지 않은 자원들의 대안적인 용도들의 시장들에서의 활동이 그 가격들에 영향을 미치고 그 가격들에 근거하여 독점자가 자기 자신의 가격 정책을 산정하는 과정이다.

미제스, 하이에크 그리고 기업가적 발견의 이론

따라서 기업가적 발견의 이론은 미제스와 하이에크에 의해 별도로 개발된 보완적 아이디어들을 종합하여 생긴다. 제2절에서 우리는 미제스가 시장 과정의 기업가적 특징을 강조한 반면 하이에크가 그 과정의 특징이 상호 학습의 과정인 것에 관심을 기울인다는 점을 보았다. 우리는 거기서 이 두 강조 요소들이 같은 동전의, 주류 신고전학과 패러다임과 심하게 차이가 나는 오스트리아학파를 나타내는 동전의, 양 측면으로 드러남을 관찰했다. 이 관찰이 이제 복습될 수 있다.

미제스의 통찰과 하이에크의 통찰 사이의 보완성을 인식하는 열쇠는 오스트리아학파 접근법에 아주 중심적인 발견과 주류 신고전학과 접근법에서 자신의 자리를 발견하는 고의적 탐색 사이에 그어지는 구분이다. 주류 이론은 중요한 탐색 이론(theory of search)을 개발하여 그 이론의 현실성을 현저히 풍부하게 했다. 불완전 정보의 편재(遍在)를 인식하고서, 탐색 이론은 불완전 정보의 가능성을 주류 패러다임에 교묘하게 편입한다. 그것은 자기들이 정보를 얼마나 많이 결여하고 있는지 정보가 불완전한 사람들이 알고 있다고, 결여된 정보가 자기들에게 지니는 가치를 그들이 알고 있다고, 그리고 결여된 정보를 얻는 것이 정확하게 어떻게 (그리고 얼마의 비용에) 가능한지 그들이 알고 있다고 가정한다. 그러면 주류 이론은, 고의적인 비용 편익 계산적 탐색을 통하여, 정확하게 얼마나 많은

추가적인 정보를 얻게 될지 ‘설명할’ 수 있다. 이 주류 접근법에서 정보를 얻는 것은 특별한 종류의 생산 활동(production activity)이고, 그러므로 탐색 이론이 가능하게 하는 풍부한 균형 그림에 편입될 수 있고 편입되는 활동이다. 오스트리아학과 접근법에 중심적인 발견은 이와 전적으로 다르다.

차이는 기업가적 발견의 도중에 교정되는 비인식과 고의적 탐색의 도중에 완성되는 불완전한 정보 사이의 차이이다. 후자의 종류의 무지는, 말하자면, 고의적으로 선택된 무지다. 행위자는 정확하게 얼마나 많은 정보를 얻을 가치가 있는지 알고 있다. 그가 고의적으로 획득하기를 억제하는 정보는 그저 획득 비용의 가치가 없을 뿐이다. 그가 지닌 채로 있는 무지는, 이 신고전학과 관점으로부터는, **최적** 무지다. 그러나 기업가적 발견 과정 도중에 교정되는 비인식은 행위자 자신이 전적으로 모르는 비인식이다. 이 무지는 높은 고의적 학습 비용으로 ‘정당화되지’ 않는다. 그것은 전혀 정당화되지 않는다. 그것은 사실상 자기의 얼굴을 쳐다보고 있는 것을 까닭을 알 수 없게 그저 알아차리지 못했다는 표현일 뿐이다.

기업가적 발견은 주의를 기울이는 사람들이 간과되었던 것을 알게 된다는 것을 나타낸다. 기업가 정신의 본질은 미래의 불확실성에 의해 야기된 안개를 꿰뚫어보는 데 존재한다. 미제스의 인간 행위자가 행동할 때, 그는 이 자욱한 미래에서 참으로 무엇을 자기가 ‘보는지’를 결정하고 있다. 그는 다른 사람들이 보는 것보다 그 미래를 더 정확히 보는 것의 장래의 순수 수익성에 의해 고무된다. 이런 더 우월한 미래 비전들은 기업가적 생산 및 교환 활동을 특징짓

는다. 동태적 시장 과정은 미래와 관련하여 그렇게 이윤에 의해 유발되는 창조적 행위들로 구성되어 있다.

그렇게 행동할 때, 미제스의 기업가는 이러한 기업가적 비전들이 드러낸 새로운 발견들의 흐름을 반영하는 시장 과정을 움직인다. 만약 (소비자 선호, 자원 이용 가능성 그리고 기술적 가능성에서의) 모든 외생적 변화가 중지될 수 있다면, 이 동태적이고 기업가에 의해 움직이는 시장 과정은 다른 사람들이 할 수 있고 기꺼이 하는 것을 몰라서 나타나는 모든 불확실성들이 점차 해결될 때까지 진행될 것이다. 미제스의 시장 과정의 기업가적 특징을 강조할 때, 우리는 동시에 바로 그 동일한 과정의 하이에크의 상호 발견 측면에 간접적인 관심을 기울이고 있다, 1940년대 하이에크가 한 해설들의 일정 요소들이 바로 그 10년 미제스가 한 해설들에서 강조된 요소들과 다른 것 같이 정말 보이지만, 미제스의 통찰과 하이에크의 통찰 사이의 보완성에 의존하는 시장 과정의 기업가적 발견 이론이 개발될 수 있다.

기업가적 발견의 이론과 주류 신고전학과 패러다임

기업가적 발견의 이론은 일단 시장 과정 중에 취한 모든 조정 조치들이 완성되면 충족되는 조건들을 설명하는 데서 뛰어난 일을 하는 신고전학과 균형 이론에 대해 매우 중요하면서 몹시 필요한 지지를 제공한다고 주장될지 모른다. 그러나 후자는 그러한 조정 조치들이

취해지게 되는 과정을 자연스럽게 설명하지는 않기 때문에 기업가적 발견의 이론의 공헌을 필요로 한다. 이런 식으로 오스트리아학과 이론이 주류 신고전학과 접근법을 지지한다고 주장될지 모른다.

응용 경제학에서의 많은 일상의 목적상, 주류 균형 이론은 시장에서 무슨 일이 일어나는지를 이해하기 위한 유용한 지침길을 제공한다. 시장에 대한 특정 정부 간섭의 결과가 무엇일지 고찰할 때, (예를 들어, 어떻게 최고 가격 제도가 부족을 발생시키는지 혹은 최저 가격이 잉여를 발생시키는지 볼 때,) 오스트리아학과 경제학자는 자신의 신고전학과 동료들과 같이 자신이 동일한 단순한 마셜의 공급-수요 그림을 사용하고 있는 것을 발견할 것 같다. 비교 정확 분석의 기법은 수십 년 간 응용 경제학자에게 단순하지만 강력한 도구였다. 이 페이퍼에 있는 어떤 것도 주류 균형 이론이 특정 종류의 외생적 변화의 결과를 대략 식별하는 알고리즘으로서 봉사하는데 유용할 수 있음을 모독할 생각은 없다. 기업가적 발견의 이론은 주류 이론에 대해 정확히 그, 말하자면, 유용한 설명적 각주를 제공하는 것으로 정말 보일지 모른다.⁸⁾ 그러나 사실상 기업가적 발견의 이론과 주류 신고전학과 이론 사이의 관계는 다르게 볼 수 있고 보아야 한다.

만약 경제 이론의 목적이 원인을 결과에 연결하는 진술에 대한 지침길을 제공하는 것에 지나지 않는 것으로 간주된다면, ‘블랙박스(black-box)’ 이론화가 적합해 보일지 모른다. 그러나 만약 이론

8) Karen I. Vaughn, *Austrian Economics in America: The Migration of a Tradition*, Cambridge: Cambridge University Press, 1994, pp. 139ff 참조.

의 목적이 시장 경제가 **어떻게** 작동하는지 우리가 이해하는 것을 돕는 것이라면 사정은 아주 다르다. 이해를 달성하기 위해서는, 블랙박스 ‘이론’은 전혀 이론이 아니다. 그것은, 사람들이 보통 ‘설명’을 이해하는 의미에서, 아무것도 설명하지 않는다. 따라서 기업가적 발견의 이론은 주류 균형 이론에 대해 보통 정도로 흥미로운 보충 훨씬 이상을 제공한다. 그것은 주류 이론에는 없는 설명을 제공한다.

이 페이퍼의 나머지 절들에서 밝혀질 것이지만, 기업가적 발견의 이론은 단순한 과학적 호기심 만족을 넘어서는 함의들을 가지고 있다. 그것이 제공하는 설명은 시장 경제와 당대 경제 현실의 현저한 특징들이 이해되고 인식되는 방식을 철저하게 바꾼다. 이해에서의 차이점들은, 다음에는, 자본주의 핵심 특징들의 ‘도덕적’ 평가에서 뿐만 아니라 경제가 효율성과 번영에서 자신의 최대한의 잠재력을 얻을 수 있게 하는 실제 경제 정책들의 체계화에서도, 중요한 수정들을 수반한다.

5. 기업가적 발견의 이론이 제공하는 새로운 시각들

시장 과정을 외생적 변화의 끊임없는 충격의 결과로 계속적으로 다시 섞여지고 다시 방향이 바뀌면서 이윤에 의해 자극되는 기업가적 발견들이 체계적으로 실수를 교정하는 연쇄라고 이해하는 것은 자본주의의 핵심 특징들에 대한 우리의 이해를 철저하게 변경할 것이다. 이 절에서는 그러한 변경들의 많은 예들이 검토된다.

그 논의의 많은 부분은 완전 경쟁 균형을 이상으로서 받아들이는 것을 거부하는 데서 생긴다. 완전 경쟁 이상이라는 관점으로부터는 비효율의 직접적인 증거인 것 같은 현실 세계 시장들의 많은 특징들이 활기차고 동태적인 경쟁 세계의 건전한 특징들로 드러난다. 경쟁의 소위 ‘불완전(imperfections)’은 시장의 발견 과정과 이전의 기업가적 실수의 교정에서 결정적인 요소로서 부상한다. 이 절의 각 예는 경쟁 과정에 관한 오스트리아학과 견해가 완전 경쟁의 규범과 어떻게 대조를 이루는지 보여준다.

광고의 경제학

광고는 완전 경쟁 균형 모형에 쉽게 들어맞을 수가 없다. 따라서 그것은 자본주의의 성과가 완전 경쟁 모형에서의 효율성 조건들로부터 심각한 일탈을 보이는 데 책임이 있는 대체로 유해하고 낭비적인 현상으로 간주되었다. 그것은 소비자 선호를 조작하도록 계획되어 주어진 광고 제품에 대한 수요 곡선을 오른쪽으로 이동시키는 자원 지출인 것으로 보인다. 그러한 조작은 오직 독점이나 준독점 상황에 있는 기업들에게만 이익을 줄 수 있다. 더 나아가서, 광고는 조작이 없으면 원하지 않을 상품을 구매하는 특권을 얻기 위해 소비자들에게 더 많이 지불하도록 요구함으로써 혼내 주고 모욕까지 한다.

신고전학과 이론은 광고가 (소비자들이 대가를 전적으로 기꺼이 지불할지도 모르는) 유용한 정보를 소비자들에게 제공하는 생산적인 역할을 수행할지도 모른다는 점을 인정한다. 이 정보가 (불편부당하고 무관심한, 시장에서 정보를 퍼뜨리는 사람들에 의해서보다) 광고되는 제품의 판매를 촉진하는 데 관심을 가지고 있는 사람들에게 의해 제공되는 건전한 경제적 이유들이 있을지 모른다. 그러나 그것은 막대한 양의 광고와 특히 그것이 지닌 자극적이고 관심을 사로잡으며 강하게 설득력 있는 특징을 거의 설명하지 못한다. 그러나 광고의 비판자들로 하여금 기업가적 발견 과정에서 광고가 행하는 중요한 역할을 인식하지 못하게 하는 것은 신고전학과 패러다임의 분석 틀이다. 이 패러다임으로 인해 비판자들은 광고를 자본주

의 시장 제약과 유인 아래에서 생산자들이 소비자 주권에 의해 지배된다는 관념을 결정적으로 기각하는 것으로서 보게 되었다.)¹⁾

기업가적 발견의 이론은 광고가 훨씬 더 쉽게 들어맞을 수 있으면서 그것이 다른 역할을 충족하는 새로운 시각을 연다. 소비자들의 선호에 봉사하기 위해, 생산자들은 소비자들이 아주 절박하게 갈망한다고 믿는 재화를 단지 제조하고 이용 가능하게 하는 것보다 훨씬 더 많은 일을 하여야 한다. 심지어 소비자들이 매물 재화를 획득하고 평가하는 데 필요로 한다고 생산자들이 믿는 정보를 이용 가능하게 하는 것 이상의 일을 생산자들은 하여야 한다. 결국, 정보를 필요로 하는 사람들이 정보를 가질 것임을 단순한 이용 가능성이 보장하지는 않을 것이라는 점을 기업가적 발견 시각은 보여준다. 설사 정보가 그들의 얼굴을 쳐다보고 있다 할지라도, 그들은 그저 그것을 알아차리지 못할지 모르고, 더 알 어떤 것이 있다는 점을 여전히 모르고 있을지 모른다.

그러므로 혁신적으로 소비자 선호에 봉사함으로써 이윤을 얻는데 여념이 없는 생산자들은 또한 재화의 이용 가능성과 품질에 소비자의 주의를 환기시키는 것도 필요하다. 명백히 ‘소비자 수요에 대응하여 정보를 제공하는 것’을 넘는 광고의 역할이 있다. 잠재적 소비자들의 관심을 사로잡아 그들의 관심을 이용 가능한 재화와 정

1) 이것은 예를 들면 갤브레이스 교수에 의해 반복적으로 주장되었다. John K. Galbraith, *The Affluent Society*, Boston: Houghton Mifflin, 1958, 제11장; John K. Galbraith, *The New Industrial State*, Boston: Houghton Mifflin, 1967, 제18장; John K. Galbraith, *Economics and the Public Purpose*, Boston: Houghton Mifflin, 1973, 제14장을 보라.

보 양쪽 다로 돌리는 광고의 역할이 추가로 있다. 이 정보는 일단 재화를 알게 되면 소비자들이 그것을 사기를 원할지 모르는 종류의 것일지 모른다. 그러나 그들이 그것의 존재를 모르는 한 그것의 수요는 아직 활동적이지 않을지 모른다.

그러한 주장들은 상이한 면들에서 제시될지 모른다. 주류 이론은 소비자들이 각 제품에 대해 주어진 수요 곡선을 가지고 시장에 들어간다고 본다. 그러면 소비자들이 봉사하는 시장의 성공은 시장이 이 수요에 대응하는 데 성공하느냐에 의해 판단된다. 그러므로 생산자들에 의한 광고는 즉각 의심스러운데, 왜냐하면 그것의 기능이 주어진 수요를 만족시키는 것이 아니라 오히려 그런 수요 곡선을 생산자들의 이윤 추구 동기에 더 맞도록 조작하는 것 같이 여겨지기 때문이다.

그러나 오스트리아학과 시각에서는 소비자가 직면하는 구매 기회를 소비자가 모르고 있으면 수요의 관념은 일관성이 주어질 수 없다. 만약 소비자가, 말하자면, 한 벌의 장갑을 결코 본 적이 없고 그것의 존재와 목적을 전혀 알지 못한다면, 장갑에 대한 그의 수요 곡선을 이야기하는 것은 의미가 없다. 그렇지만 우리는 장갑을 발명하고 그것들을 생산하며 값을 깨끗이 치른 고객들에게 그것들을 제공하는 혁신적이고 상상력이 풍부하며 창조적인 기업가가 그들의 장갑 수요를 올바르게 예상했다는 점을 부정하지 않을 것이다. 확실히 우리는 이 기업가가 넓은 의미로 이해된 소비자 주권에 봉사했다는 점에 동의할 것이다.

‘소비자에게 봉사한다,’는 관념은 기업가가 자기 활동을 시작하

기 전에 있었던 소비자 선호가 아니라 일단 기업가가 소비자들에게 자기 제품을 알게 했을 때 있게 될 소비자 선호를 충족시키는 것을 의미하는 것으로 확대되어야 한다. 그러면 ‘생산자에 의한 소비자 선호의 조작’이라는 개념은 불분명해진다. 소비자들이 이용할 수 있게 된 것을 소비자들에게 알려주는 것은 생산자의 기능의 일부다. 그래서 실제로 소비자들이 사고 싶지 않은 어떤 것을 소비자들이 사도록 설득하려고 계획한 판매 활동과 소비자들이 이전에는 몰랐던 수요를 충족시키는 제품의 질을 소비자들이 충분히 알게 하려고 계획한 ‘판매 활동(selling activity)’ 사이를 구분하는 것은 거의 불가능해진다.²⁾

현대 광고의 자극적이고 관심을 사로잡는 특징은, 재화를 소비자들에게 이용 가능하게 할 뿐만 아니라 또한 소비자들 앞에 놓여 있는 것을 소비자들이 알도록 확보하는, 생산자들의 노력의 일환으로서 쉽게 이해할 수 있다. 게다가, 기업가-생산자는 잠재적 고객들의 새로운 선호를 일깨우는 노력을 들여야 한다는 점을 인정할 정도로 충분히 기업가적이어야 한다. 그러한 주장을 냉소적 궤변으로 치부하는 것은 두 요소를 무시하는 것일 것이다.

첫째, 복잡성, 변화 그리고 불확실성의 세계에서는, 소비자들이 수많은 재화들의 품질과 약속을 불완전하게 알고 있다는 것은 불가피한 일이다. 소비자들에게 **그들이 무엇을 모르는지 그들이 모르고**

2) 다른 곳에서 필자는 이런 종류의 ‘판매 활동’을 넓게 이해된 ‘생산 활동’ 개념과 개념적으로 구분할 수 없다고 지적했다. Israel M. Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*, op. cit., 제4장을 보라.

있다는 것에 주의를 환기시킬 필요는 아주 현실적이다. 둘째, 광고 노력을 주로 소비자들이 진정으로 원하지 않는 것을 사도록 소비자들을 설득하려고 계획된 것으로 해석하는 것은 명백한 곤란을 제기한다. 그것은 생산자들이, (판매 노력을 기울일 필요 없이) 소비자들이 이미 사실상 정말 원하는 것을 생산하는 것보다, 소비자들이 원하지 않는 것을 생산하고 그 다음 비싼 판매 촉진 운동을 통하여 그들이 그것을 사도록 설득하는 것을 더욱 유리하게 여긴다고 가정한다. 생산자들이 판단 실수를 저지르지 못하고, 그 다음 광고를 잘못된 제품을 생산함으로써 나타난 손실을 극소화하는 방법으로 간주할지 모르지만, 우리가 관찰하는 양의 광고가 이런 식으로 설명될 수 있을 가능성은 거의 없을 것 같다.

기업가적 발견 시각은 현대 광고의 명백히 경쟁적인 특징을 해명하지만, 이것은 신고전학과 틀 안에서는 인식하기 어렵다. 주류 시각에서는, 광고는 오직 독점자의 병기고에 있는 무기로서만 의미가 있다. 그러나 여기서 서술된 광고 시각에서는 광고는 명백히 경쟁에 사용될 도구다.

일단 우리가 광고를 소비자들이 높이 평가할지도 모를 새로운 상품이나 품질에 소비자들의 주의를 환기시키는 기업가들의 활동으로 본다면, 광고는 그저 경쟁적 기업가 정신을 위한 또 하나의 길로서만 나타난다. 두 기업가가 장갑을 사려는 소비자 열망의 절박성을 올바르게 예상한 곳에서는, 그들이 소비자들에게 봉사하는 데서 경쟁하는 새로운 길이 열린다. 어떤 종류의 극적인 광고 메시지가 소비자 관심을 가장 잘 일깨울지 더욱 정확하게 판단하는 생산자가

그런 소비자들에게 더욱 성공적으로 봉사한 것이다. 장갑 제조업자들이 (색깔 선택, 스타일, 내구성 등과 같은) 장갑 소비자들에게 가장 매력 있을 것 같은 특징들을 선택하는 데서 경쟁하는 것과 똑같은 방식으로, 그들은 또한 소비자 관심을 끄는 가장 효과적인 (그리고 가장 비용 효과적인) 방식에서도 경쟁한다. 따라서 광고는 기업가 정신이 요구되는 활동이다. (아마도 정부 규제가 한 생산자에게 광고 매체에 대한 유일한 접근을 부여한) 특별한 경우를 제외하고는, 그러한 기업가적 활동은 본질적으로 경쟁적인데, 왜냐하면 어느 한 광고주도 경쟁 생산자들이 **자기들의** 제품들을 광고하는 것을 막을 수 없기 때문이다.

이러한 것의 어느 것도 광고 메시지의 어느 것이나 모두 필연적으로 진실하며 소비자에게 이익이 된다고 보장할 수 없다. 그러나 그것은 광고의 경제적 역할에 대한 전면적인 공격이 피상적임을 정말 암시한다. 그것은 또한 이 페이지에 제시된 기업가적 발견 시각이 우리가 시장 경제의 현저한 특징을 ‘보는’ 방식에 중요한 영향을 끼친다는 점도 보여준다.

반독점 경제학

기업가적 발견의 이론의 통찰들에 의해 반독점 정책에 대한 접근법의 중요한 변경이 일어난다. 독점력의 출현을 막으려고 (혹은 사용을 억제하려고) 시도하는 법률들은 주류 신고전학과 이론보다 시기

가 앞선다. 독점력에 대한 소비자의 두려움은 완전 경쟁 균형 모형이 지배하는 것에 달려 있지 않다. 그러나 현대 반독점 정책은 그것의 지적 탄약에 대해 그 모형에 많이 의존한다. 만약 완전한 배분적 효율이 완전 경쟁에 필요한 조건들의 달성에 달려 있다는 전제로부터 시작한다면, 그러한 조건들로부터의 어떠한 이탈도, ‘더 높은’ 독점 가격에 처할지 모를 소비자들에 대해서뿐만 아니라 전 시장 체제의 배분적 효율 속성에도, 위협으로 보인다. 완전 경쟁 균형에 필요한 이례적으로 주문이 벅찬 조건들은 주류 신고전학과 경제학을 현실 세계 자본주의의 효율을 보여주는 시장 이론 본체보다는 자본주의가 배분적 효율로부터 이탈하는 것을 보여주는 시장 이론 본체가 되게 한다. 그러므로 단호한 반독점 입법과 시행은, 주류 패러다임에 깊이 빠진 시장 경제 옹호자들에 의해, 그렇지 않으면 자본주의 체제가 지닐 비경쟁적인 특징에 대한 비판으로부터 자본주의 체제를 방어하기 위해 절박하게 필요한 조치로서 간주되게 되었다.³⁾ 그러나 기업가적 발견의 이론은 그런 문제들에 대해 다르게 설명한다.

제4절은 기업가적 발견의 이론에서 관련 경쟁 관념이—모든 그리고 어떠한 시장 부문에 대해서도 방해 받지 않는 기업가적 진입 자유라는—오직 하나의 조건에만 달려 있다고 설명했다. 어떤 잠재적 기업가도 자기가 시작하는 어떤 기업가적 모험사업이든 수행해서 이익을 얻는 것에서 자신이 방해 받는다고 여기지 않는 한, 경제

3) 이 점에 관해서는 Henry C. Simons, *Economic Policy for a Free Society*, Chicago: University of Chicago Press, 1948, pp. 81ff를 보라.

에서 착수되는 모든 활동은 다른 사람들의 경쟁의 위협 아래 취해지고, 그 자체 다른 사람들에게 경쟁적 도전을 한다.

동태적 경쟁이 제공하는 사회적 이득은 그것이 이전의 기업가적 실수를 발견하고 교정하는 데 제공하는 유인이다. 이 사회적 이득은 ‘최적’ 자원 배분의 보장에 있지 않다. 그것은 기업가적 실수를, 특히 시장 참여자들 사이의 거래를 통한, 아직까지 이용되지 않은, 상호 이득을 얻을 기회를 열어 두었던 실수를, 발견하고 교정하는 체계적 과정으로 구성되어 있다. 결과적으로, 완전 경쟁 균형의 최적성 조건들로부터의 이탈은 어떠한 관련 경제적 효율 관념에도 위협이 되지 않는다. 균형은 달성할 수 있는 이상이고, 완전 혹은 ‘완전에 가까운(near perfect)’ 경쟁도 달성 가능하지 않다. 중요한 것은 상호 이득을 얻을 기회를 빠르게 알아차리고 이용하도록 확보하는 것, 시장 참여자들이 과도한 낙관주의나 과도한 비관주의에 오도되어 그들이 그 후 후회할 활동에 착수하지 않도록 확보하는 것이다. 동태적 경쟁은 기업가들에게 그러한 과도한 낙관주의 실수와 과도한 비관주의 실수로 야기된 기회들에 주의를 환기시키는 유인과 압력을 제공한다.

다른 잠재적 기업가들의 진입에 대비해 특권적 보호를 누리는 단일 생산자는 독점 지위를 누린다. 잠재적 경쟁자들의 진입에 대비해 보호 받지 못하는 단일 생산자는 관련 의미에서 독점이 되지 않는다. 단일 생산자가 **오늘** 직면하는 수요가 전 시장의 수요이고 이것이 우하향하기 때문에 그가 우하향하는 수요 곡선에 직면한다는 점은 사실이다. 그래서 확실히 그러한 단일 생산자가 가격에 대해

통제를 행사할 수 있을 것 같다. 그러나 가격에 대한 그러한 ‘권력’은 경쟁 과정을 위협하지 않는데, 왜냐하면 가격을 올리는 것이 사실상 그저 새로운 생산자들을 ‘자기의’ 시장에서 경쟁하도록 초대할 뿐일지 모른다는 점을 충분히 알고서만 그것이 행사될 수 있기 때문이다.⁴⁾ 주어진 시점에서 생산자가 직면하는 수요 곡선의 형태는 그의 제품에 대한 시장의 경쟁적 특징과 사실상 관계가 없다.

특혜를 받는 부문에의 기업가적 진입에 대한 장벽만이 그 활동에 종사하는 행위자에게 관련 독점 지위를 부여하여 잠재적인 기업가적 발견들을 다른 영역들로 편향시킬 수 있다. 그러한 장벽은 특혜를 받는 개인이나 집단에 정부가 독점을 부여하는 것에 의해 만들어질 수 있다. 그것은 또한 생산 과정에 대한 유일하게 필수적인 원료의 유일한 소유권을 통해서도 발생할지 모른다.

그러한 장벽이 없으면, 설사 특정 산업에서 단지 몇 명의 생산자들만 (혹은 심지어 단지 한 명만) 활동적이라 하더라도 관련 의미에서 독점 권력은 없다. 어떤 생산자도 기업가적 주의의 능력의 유일한 소유자가 아니다. 단지 한 생산자만 이 생산 분야에 들어가기로 선택했다는 사실은 그 생산자가 올바르게 본 이윤 기회를 다른 기업가들이 보지 못했거나 그러한 이윤 기회가 존재하지 않는다는 것을 그들이 올바르게 이해했거나 둘 중 하나라는 것을 의미할 뿐이

4) 물론 이것은 이 단일 생산자가 직면하는 수요 곡선이 경쟁적 진입을 통해 철저히 수정된다는 것을 의미한다. 그가 판매하는 제품에 대해 그가 전 시장 수요 곡선에 직면한다는 것은, 단순히 그리고 조건 없이는, 더 이상 사실이 아니다.

다. 발견의 과정에서 기업가들은 자기들이 보는 기회를 추구한다. 이 과정은 경쟁적 진입에 대비한 보호를 누리지 못하는 단일 생산자가 일시적으로 직면하는 수요 곡선의 우하향으로 조금도 방해받지 않는다.

더욱 더 흥미롭게, 기업가적 경쟁은 단일 생산자가 생산하는 제품과 똑같은 제품을 생산하는 형태를 취하는 것이 아니라 그것과 경쟁적인 다른 제품들을 생산하는 형태를 띤다. 물론 궁극적으로 모든 제품들은 서로 경쟁한다. 희소한 자원의 세계에서는, 한 집합의 소비자 욕망들의 충족에 배분된 자원들은 다른 소비자 욕망들의 충족으로부터 전용된 것이다. 어떤 한 재화를 생산하는 데 필요한 자원들을 살 때, 기업가는 이 자원들을 다른 가능한 용도들로부터 경쟁해서 뺏어오는 데 성공했다. 경쟁적 진입에 대비한 보호를 누리지 못하는 생산자가 자신을 유일한 생산자로 여길 때, 그는 여전히 경쟁하는 기업가들의 활동을 걱정해야 한다. 그들은 자기들의 정력과 자기들의 주의를 **다른** 제품들을 생산하는 데로 돌리고 있는데, 이것들도 또한 소비자들의 관심을 두고 경쟁하고 있다. 제품 간 경쟁은 각 생산자가 직면하는 수평적 수요 곡선을 보장하지 않을 것이다. 그러나 그것은 가장 절박하게 필요한 소비자 제품들(그리고/ 혹은 가장 쉽게 접근할 수 있는 자원들)을 식별할 때 행해진 실수들을 주의를 기울이는 경쟁 기업들이 빨리 알아차리고 이용하는 경향이 있을 것이라는 점을 보장한다.

이러한 경쟁 견해는 경쟁을 야기하거나 유지하기 위해 계획된 정부 정책의 개념에 의혹을 품는다. 그 개념은, 그러한 정책이 없으면,

시장 경쟁이 독점이나 독점에 가까운 것으로 전락할지 모른다는 확신에서 발생하였다. 예를 들어, 규모의 경제는 한 산업의 기업들 사이의 합병을 촉진하여 그 산업의 구조를 완전 경쟁 양식에서 점점 더 멀리 밀지 모른다. 그러한 합병을 예방하는 조치가 없으면, 한 산업의 구조는 쉽게 비경쟁적으로 될지 모른다. 비슷하게, 심지어 합병이 없이도, 한 산업의 대기업들 사이의 (암묵적이거나 명시적인) 담합은 독점에 가까운 가격 정책을 초래할지 모른다. 그러므로 경쟁적 구조를 창설하고 유지하기 위해 그리고 담합을 피하기 위해 적극적인 반독점 입법과 시행이 요구되는 것 같다. 이 세기(20세기를 말함—옮긴이 주)의 대부분에 걸쳐 성장한 반독점 경제학에 관한 방대한 문헌은 대부분 이 일반적인 전제들에 근거하였다. 기업가적 발견 시각은 이러한 전제들에, 혹은 적어도 산업 정책에 대한 그것들의 적절성에, 본격적으로 도전한다.

그런 시각으로부터, (꽤 가까운 대체품이 없는 중요한 소비재의 생산에 필요한 유일하게 필수적인 희소 자원을 한 사람이 소유하는 이례적인 상황을 제외하고는) 시장 과정의 동태적 경쟁 특징을 보장하는 데 어떠한 특별한 정부 입법 및 시행 활동도 필요하지 않다. 진입의 자유(즉, 특권의 결여)가 유일한 요건이다. 진입 봉쇄의 대부분의 사례들에서, 그 원천은 (면허 요건과 같이) 정부 특권 부여나 정부 진입 장벽이다. 시장 활동의 동태적 경쟁 특징을 확보하는데 필요한 **유일한** 정부 행동은 그러한 정부 창설 장벽들을 모두 제거하는 것이다.

시장 자체는 기업가적 진입에 대해 그러한 장벽을 세울 수 없다.

한 산업의 ‘지배(dominant)’ 기업들 사이의 담합은 가격을 떨어뜨리지 않는 데 효과적인 것으로 보일지 모르지만 (그것이 필수적인 희소 자원의 통제를 효과적으로 독점화하는 형태를 띠지 않는다면) 진입을 막을 수 없다. 담합하여 높게 가격을 유지하려는 어떠한 시도도 그러한 경쟁적 위협을 알고 착수될 것이다.

확실히, 담합으로 획책된 높은 가격들은 완전 경쟁 균형과 일치하지 않는다. 그러나 그것들은 동태적인 기업가적 경쟁의 양식에 정말 들어맞는다. 그것들은 무계약 기업가들 사이의 자유 경쟁에서 생긴다. 한 산업의 ‘지배’ 기업들 사이의 노골적인 합병이 참으로 단일 대기업 산업을 야기할지 모르지만, 그 상황만으로는 다른 기업들에 의한 진입이 봉쇄되지 않는다. 설사 그러한 대기업의 규모가 잠재적인 진입 기업들이 맞설 수 없을지 모를 대규모 생산의 경제를 허용한다 하더라도, 그것은 진입 장벽을 만들어내지 않는다. 전혀 그 반대다. 따라서 주의를 기울이는 기업가적 행동을 통해 그러한 경제를 거둬들이는 것이 바람직하다. 가격을 낮출 것이라는 전망에 의해 유발된 합병 활동은 바로 시장 발견 과정이 구성되어 있는 종류의 경쟁적 기업가 정신이다.

시장에서의 경쟁의 역할에 관한 이러한 견해는 반독점 활동을 시장이 경쟁적 이상에서 이탈하는 것을 제한하여 시장의 효율을 개선하기 위해 계획된 유용한 공공 정책으로 배역(配役)하지 않는다. 오히려, 반독점 활동은 시장 과정에 대해 의도는 좋지만 서투른 간섭으로서 생기고, 이것은 경쟁을 **방해하는** 효과를 가진다. 이런 역설적인 결론이 뒤따르는 이유는, 예를 들어, 합병을 봉쇄하는 것이 어

쩌면 더 효율적인 기업가적 모험사업을 봉쇄하는 것을 의미하기 때문이다. 이전의 생산 과정들은 이용 가능한 규모의 경제를 이용하는 데 실패했다. 대규모 생산 과정을 도입함으로써 붙잡을 이윤에 대한 기업가적 주의는 합병을 고무한다. 그러한 합병에 대한 정부 장벽은 명백히 기업가적 진입의 봉쇄다. 경쟁을 제고하기 위해 계획된 것이, 사실상, 경쟁적 진입을 늦추거나 막는 것으로 드러난다.

전통적인 반독점 정책에 대한 회의는 기업가적 발견 접근법의 배타적 특권이 아니다. 많은 양식(良識)이 현실 세계 경쟁의 본질에 관한 전문적인 이해와 경쟁의 건전한 작동에 대해 전통적인 반독점 정책이 나타내는 잠재적 위협에 관한 전문적인 이해에 들어갔다.⁵⁾ 그러나 주류 신고전학과 틀 내에서는 비경쟁적 산업 집중으로 보이는 것을 일관성 있게 방어하는 것이 어렵다. 기업가적 발견 접근법은 경쟁 과정의 동태적 특징을 넣어 둘 일관성 있는 이론적 틀을 제공한다. 경쟁 과정의 자발적 활력을 조장하기 위해서 필요한 것은 정확하게 똑같은 제품을 정확하게 똑같은 방식으로 생산하는 다수의 소규모 생산자들이 아니다. 요구되는 것들은 기업가적 진입의 자유이고 우월한 혁신적 가능성에 대한 잠재적 경쟁자들의 주의를 잃게 할지 모를 현직 생산자들에 대한 특권의 제거이다.

5) 예를 들어, Yale Brozen, *Concentration, Mergers, and Public Policy*, New York and London: Macmillan, 1982; Yale Brozen (ed.), *The Competitive Economy, Selected Readings*, Morristown, NJ: Central Learning Press, 1975 를 보라.

후생의 경제학

20세기 신고전학과 가격 이론의 개발과 더불어, 현대 후생 경제학이 개발되었다. 특정 편의 법률이나 정책이, 혹은 주요 역사적 사건이, 사회의 경제적 복리에 미치는 영향을 경제 이론가들이 평가하려고 하지 않은 때는 결코 없었다. 그 목적은 경제 현상이 사회 경제적 복리의 어떤 지수에 어떻게 영향을 미치는지 이해하는 데 경제 이론을 사용하는 것이었다.

물론 경제학자들이 ‘경제적 복리(economic well-being)’의 적절한 해석이라고 이해하는 것에 변화가 일어났다. 애덤 스미스를 필두로, 고전학과 경제학은 ‘국부(wealth of nations)’를 객관적으로 측정할 수 있는 품목들의 총량으로 보았다. 정책의 경제적 ‘미덕(goodness)’은 그것이 국부에 미치는 영향으로 측정될 수 있었다.

주관주의 통찰이 초기 신고전학과 (19세기 후기) 경제학에 주입됨(과 특히 그것이 한계 효용 체감을 인식함)과 더불어, 총량 부(富)는 더 이상 사회의 경제적 복리의 단순한 지수로서 받아들여질 수 없었다. 주류 경제 이론은 총량 부를 더욱 추상적인 총 경제 ‘후생(welfare)’으로 대체하고자 하였다. 총 경제 후생을 정의하는 방법(특히 개인 간 효용 비교 가능성을 다루는 방법)에 관한 광범위하고 미묘한 논의들은 이 세기의 중간 3반(1933년부터 1966년까지—웁킨이 주) 동안 굉장한 수량의 문헌을 만들어냈다. ‘파레토 최적(Pareto optimality)’—어떤 다른 사람에게 해를 끼치지 않고 경제 체제의 한 사람 이상의 구성원들을 이롭게 할지 모를 자원 사용과

소비 양식의 뒤섞임을 위한 기회가 존재하지 않는 자원 배분과 소비 양식—의 관념이 경제적 효율의 논의에서 널리 사용되게 되었다.

현대 후생 경제학은 완전 경쟁 균형에서의 시장 경제가 파레토 최적 요건들을 충족시키는 조건들을 상당히 정교하게 정의했다. 사회적 효율 속성을 자본주의 체제에 기인하는 것으로 본 주류 신고전학과 경제학자들은 대체로 그 체제를 완전히 경쟁적인 상황에 대한 꽤 받아들일 만한 근사치로 취급했다. 사회적 효율을 근거로 자본주의 체제를 비난한 주류 경제학자들은 완전 경쟁 균형에 필요한 조건들을 위반하는 체제 특징들을 지적하는 것을 통해 자본주의 체제를 비난했다.

주류 경제학의 하나의 두드러진 특징을 인식함으로써 우리는 기업가적 발견이 대안적인 제도적 장치들의 경제적 효과성을 평가하는 새로운 길을 어떻게 여는지 이해할 수 있다. 주류 후생 경제학은 전지(全知)한 관찰자의 시각을 채택함으로써 사회의 경제적 복리를 평가한다. 경제를 낮추어 보고, 모든 자원 단위가 정확하게 어디에 배분되고 있는지 보며, 자원 공급 함수와 소비자 수요 함수가 정확하게 무엇인지 알고 난 후에, 후생 경제학은 사회의 경제적 복리를 향상시키는 데 여념이 없는 전지하고 전능하며 자비로운 사회 지도자가 할 일이 남아 있지 않을 조건들을 분명히 밝히기 시작한다. 이것은 사회가 직면하는 경제 문제를 라이오넬 로빈스에 의해 개인 행위자가 직면하는 경제 문제로 정의된 것—주어진 자원들을 주어진 대안적 목적들 사이에 배분하는 것⁶⁾—과 정확하게 똑같은

것으로 환원시킨다.

그러나 이러한 것이 정보가 널리 흩어져 있는 현실 세계 경제가 직면하고 있는 경제 문제가 **아니라**는 점을 가장 단호하게 지적한 사람은 하이에크였다.⁷⁾ 현실 경제 문제는 이러한 모든 이용 가능한 흩어져 있는 정보를 의사 결정에 발휘하는 것—경제 전체에 걸쳐 분권화된 형태로 존재하는 모든 하찮은 지식을 동원하는 것—이다. 주류 교과서들이 우리에게 사회가 직면하는 **유일한** 경제 문제라고 납득시키는 사회적 자원 배분 문제를 우리가 심지어 고려할 수도 있기 **전에**, 이 문제가 해결되어야 한다. 하이에크가 지적했듯이, 주류 경제학이 기인(起因)하는 시각은 사회가 직면하는 가장 중요한 경제 문제의 어떠한 고려도 가정으로 배제한다.

주류 경제 문제 관념에 대한 하이에크의 비판은 그가 현대 후생 경제학의 기초에 대한 직접적인 공격에 쓰려고 한 것이 아니었다. 만약 우리가 어떤 식으로든 사회의 경제적 복리를 향상시키는 데 관심을 기울이고 있다면 그 목적을 달성하는 데 가장 중요한 장벽이 그저 존재하지 않을 뿐인 것처럼 진행하는 것은 소용이 없을 것이라고 그는 지적하고 있었다. 그는 흩어진 정보를 동원하는 데 시장이 행하는 공헌을 인식하지 못한 사회주의 경제학자들과 자기가 벌인 논쟁들의 결과로 이 점을 지적하도록 고무되었다. 하이에크는 그저 이 문제가 존재하지 않는다고 가정할 뿐인 주류 이론에 대해

6) Lionel Robbins, *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, op. cit., 제1장.

7) Friedrich A. Hayek, *Individualism and Economic Order*, op. cit., p. 77.

진 비난에 관심을 기울이고 있었다. 그러나 그는 간접적으로 또한 주류 경제 후생 이론에 대한 강력하고 심오한 비판도 하고 있었다.

일단 관련 정보가 많은 마음들 사이에 흩어져 있다는 것을 깨닫게 되면, 현대 후생 경제학에 중심적인 사회적 효율 관념이 더 이상 일관성이 없다는 점이 명백해진다. 사회적 후생 목표는 모든 자원 공급 조건들과 모든 소비자 태도들이 동시에 주어질 때의 단일의 마음을 함축한다. 그렇지 않으면, 관련 최적에 관한 일관성 있는 관념이 존재할 리 없다. ‘사회적 선택(social choice)’에 관한 전 관념은, 원리상, 가정된 전지(全知)의 적절성을 전제한다. 분산된 정보의 문제(dispersed information problem)에 관심을 기울였을 때 하이에크는 현대 후생 경제학의 바탕에 있는 근본적인 견해들이 우리가 살아야 하는 세계에 대해 일관성과 적절성을 결여하고 있다고 지적하고 있었다.

기업가적 발견 접근법은 현대 후생 경제학의 이러한 치명적인 결점을 노출시킨다. 참으로, (분산된 정보가 제기하는 문제들을 주류 이론이 고찰하지 않기 때문에) 주류 이론이 사회가 직면하는 경제 문제를 잘못 특징짓는 것에 대한 하이에크 자신의 기소는 오직 기업가적 발견 시각 안에서만 효과적이다. 그것이 그러한 이유는 고집센 현대 신고전학과 경제학자는 하이에크의 분산된 정보 문제를 무시하는 경향이 있을지 모르기 때문이다.

그러한 경제학자는 로빈스의 개인적 행위자가 자신의 개인적 효율 추구에서 배분 문제에 직면하는 것과 정확하게 똑같은 방식으로 경제가 사회적 선택 문제에 직면하는 것으로 보는 신고전학과 견해

에 하이에크의 관찰이 치명적이지 않다고 주장할지 모른다. 사회적 효율을 달성할 책임을 지고 있는 사회적 기관에 알려져야 하는 것이 공급 조건과 소비자 선호에 관한 특정 세목일 필요는 없다. 분산된 정보의 세계에서 알려져야 할 필요가 있는 전부는 (i) 탐색을 통해 그 정보에 대한 중앙 지배를 얻기 위해 필요한 비용과 (ii) 지금 분산되어 있(지만 알려져 있는 탐색 비용에 중앙 사회 경제적 기관이 잠재적으로 이용할 수 있)는 정보가 사회에 대해 가지는 가치일 것이다. (탐색 비용과 정보 가치에 관한) 그러한 정보는, 이 페이지의 앞 절들에서 설명되었듯이, 주류 신고전학과 틀 안에서는 이용될 수 있는 것으로 가정되어야 한다. 그래서 사회적 효율 패러다임이 결국 하이에크의 분산된 정보의 세계에 여전히 적용될 수 있다고 신고전학과 경제학자는 주장할지 모른다.

그러나 기업가적 발견 접근법은, (행위자가 자기의 무지를 모르기 때문에, 혹은 적어도 자기의 무지가 어떻게 감소될 수 있을지 모르기 때문에) 고의적 탐색으로 감소될 수 없는 종류의 무지에 대한 기업가적 발견 접근법의 강조와 더불어, 하이에크의 통찰들이 제기한 주류 이론의 극복 불가능한 난점들을 보여준다. 그러한 난점들은 그 상황을 신고전학과의 제약 조건하의 극대화라는 프로크루스의 침대(Procrustean bed)에 맞추려는 어떠한 노력도 거부한다. 전지(全知)를 결여한 가정된 사회적 행위자는 자기가 얼마나 많은 분산된 정보를 결여하고 있는지, (설사 자기가 자신의 무지를 안다 하더라도) 그것을 어디서 찾아야 할지, 혹은 가설적인 탐색을 계속할 때 무슨 질문을 해야 할지 그저 모를 것이다.

동시에, 기업가적 발견 접근법은 후생 경제학의 잠재적 재구성의 맹아(萌芽)를 제공한다. 일단 우리가 알려지지 않은 무지에 의해만 들어지는 난점들을 이해하게 되면, 우리는 경제 정책과/이나 역사적 사건을 사회적 효율이라는 결함 있는 관념의 면에서가 아니라—바로 그 존재가 이전에는 의심되지 않았던 가치 있는 지식에 대해 기업가적 주의를 장려하는 능력이라는—다른 기준의 면에서 평가할 가능성을 깨닫게 된다.

기업가적 발견 접근법은 경쟁적 시장 과정이 주는 사회적 이득에 초점을 맞추는데, 그 과정 동안 이전의 실수는 순수 이윤 기회로 전환되고 후자는 그 결과 기업가적 주의를 끌어들이며 따라서 이전의 실수는 교정된다. 그렇게 달성된 사회적 이득은 가정된 전지(全知)의 시각에서 정의된 ‘사회적 최적(social optimality)’을 만들어내지 않는다. 그것은 대신 조정 과정을 만들어내는데, 그 조정 과정 동안 시장 참여자들은 상호 유리한 거래 기회를 알게 되고, 이런 기회를 붙잡을 때, 이전의 실수를 교정하기 위해 행동한다.

이런 식으로 경제 제도의 성공적인 작용을 평가하기 위한 기준으로서 **조정**에 초점을 두는 것은 오해되어서는 안 된다. ‘조정(co-ordination)’이라는 용어는 다소 모호함을 겪는다. 그것은 모든 잠재적 시장 참여자들이 세우는 모든 생각할 수 있는 계획들이 이미 서로 완전히 조정되어 있는 상황을 언급할 수 있다. 그러한 상황은, 예를 들면, 완전 경쟁 균형에서 달성될 것이고, 따라서 우리를 파레토 최적 기준으로 되돌린다.

‘조정’이라는 용어는 여기서 ‘조정 과정(co-ordinating process)’

을 언급하는 것으로 사용된다. 적합한 경제적 작용의 중요한 차원은 회피할 수 있는 전적으로 불필요한 실수가 행해졌을 때 사회의 제도들이 나타내는 민감성(sensitivity)이다. 그러므로 우리는 이면에서 대안적인 제도적 장치들의 상대적 성공을 평가하고 특정 편의 입법의 영향을 식별하는 방법들을 개발하기를 희망할 수 있다. 우리는 방법론적으로 개인주의적인 비판을 견어낼 수 있는 어떠한 일관성 있는 전체적 복리 관념도 가지고 있지 못할지 모른다. 우리는 정보의 분산된 성질에 근거한 하이에크의 비판을 견어낼 수 있는 어떠한 일관성 있는 전체적 효율 관념도 가지고 있지 못할지 모른다. 그러나 우리는 그럼에도 불구하고 호의적인 경제 제도와 정책이 기업가적 발견의 조정 과정을 자극할 때 주는 초개인적인 ‘사회적’ 편익을 인정할 수 있다. 후생 경제학의 이러한 가능한 재구성은 우리가 합리적인 사회주의 경제 계산의 가능성에 관한 양자 대전 간 논쟁을 이해하는 데 도움이 될 수 있다.

사회주의 경제학

시장 이해에 대한 주류 신고전학과 접근법의 하나의 불행한 결과는 시장의 효율성 이득이 사회주의 중앙 계획에서 비교적 쉽게 모방될 수 있다는 사회주의자 주장들을 지지하는 것이었다. 이것은 역설적으로 여겨질지 모르는데, 왜냐하면 시장의 찬양자들과 중앙 계획의 찬양자들 양쪽 다 신고전학과 경제 이론을 자본주의 체제의 지적

보루로서 인식했기 때문이다. 그러나 합리적인 사회주의 경제 계산의 가능성에 대한 폰 미제스의 유명한 비판을 편향시키기 위해 사회주의 옹호자들에 의해 노련하게 적용된 것은 신고전학과 가격 이론이었다. 출처가 아마 P. 러너(Abba P. Lerner)로 추정되는 ‘마크스주의는 자본주의 체제의 경제학이고, 신고전학과 가격 이론은 사회주의 경제의 경제학이다,’는 경구가 생각난다. 시장 이해에 대한 기업가적 발견 접근법은 우리에게 미제스의 비판을 올바르게 평가할 수 있게 하고, 이 비판을 기각하려는 가장 유명한 사회주의자 시도들이 사실상 그것을 이해하지 못했다는 점을 인식할 수 있게 하였다.⁸⁾

1920년에 미제스는 사회주의 계획가들이, 자원에 대한 시장 가격이 제공하는 안내를 결여하고 있으므로, 합리적으로 계획할 수 없을 것이라고 지적했다.⁹⁾ 예를 들어, 주어진 사업에 대한 생산 방식을 선택할 때, 그들은 가장 경제적인(즉, 다른 바람직한 사회적 목표들을 가장 적게 방해할) 생산 방식을 합리적으로 선택할 수 없을 것이다. 사회주의 생산이 확실히 착수될 수 있을 것이지만, 사회

8) 이 문제에 관한 책자 길이의 취급에 대해서는 Donald C. Lovoie, *Rivalry and Central Planning, The Socialist Calculation Debate Reconsidered*, Cambridge: Cambridge University Press, 1985를 보라.

9) 이 논문은 Ludwig von Mises, ‘Economic Calculation in the Socialist Commonwealth,’ in Friedrich A. Hayek (ed.), *Collectivist Economic Planning: Critical Studies of the Possibilities of Socialism*, London: Routledge and Kegan Paul, 1935, pp. 87-130으로 번역되었다. 또한 Ludwig von Mises, *Socialism: An Economic and Sociological Analysis* (1922), J. Kahane 옮김, London: Jonathan Cape, 1936, 제6장도 보라.

주의 계획가들은 생산되는 제품들의 배열이 가장 바람직한 가능한 배열을 나타내도록 보장할 수 없을 것이다. 이러한 비판의 충격적인 함의들은 사회주의 필자들에게 효과가 없지 않았고, 격렬한 양차 대전 간 논쟁이 일어났다. 우리는 오스카 랑게와 아바 P. 러너의 연구에 초점을 맞출 수 있는데, 그들은 (위 제2절에서 언급되었듯이) 미제스의 비판의 설득력을 인정했지만, 사회주의 효율성에 대한 그 비판의 혹독한 함의들을 피할 수 있을 사회주의를 형성하는 것이 가능하다고 믿었다.

랑게는¹⁰⁾ 미제스의 경제 계산 문제에 대해 자기가 제안한 해결책을 주류 이론에 명시적으로 연결하였다. 자원에 대해 시장 가격을 사용하는 자본주의 기업의 소유자를 신고전학과 이론이 보는 것과 정확하게 똑같은 방식으로 자원에 대해 비(非)시장 ‘가격(prices)’이 중앙 경제 당국에 의해 고지되고 사회주의 국가 기업 관리자에 의해 사용될 사회주의의 형태를 그는 제안했다. 사회주의 관리자는 ‘이윤(profit)’을 극대화할 생산물 수준과 생산 방식을 선택하는 데 자신의 제품 가격과 함께 이런 자원 ‘가격’을 사용하도록 지시받을 것이다. 그들은 신고전학과 이론이 경쟁 시장들에서 자본주의 기업들에 의해 달성되는 것으로 보는 바로 그 똑같은 한계적 동등성을 목표로 삼음으로써 그렇게 할 것이다. 중앙 경제 당국은 이전의 자원 ‘가격’ 고지 아래에서 사회주의 관리자들이 나타낸 자원 수요에

10) Oskar Lange, ‘On the Economic Theory of Socialism,’ *op. cit.*, Oskar Lange and Fred M. Taylor, *On the Economic Theory of Socialism*, B. E. Lippincott (ed.), University of Minnesota Press, 1938, pp. 55-129에 재간.

의해 발생한 자원 부족(잉여)에 대응해서 고지된 자원 ‘가격’을 위로(나 아래로) 주기적으로 조정할 것이다. 이런 혁신적인 방식으로, 랑게는 사회주의 경제가 완전 경쟁 자본주의 시장 경제의 작동을 모방함으로써—전통적인 사회주의의 분배 목적과 기타 목적을 충족시킬 수 있으면서—경쟁 시장으로부터 나타나는 것과 똑같은 자원 배분을 달성할 것이라고 믿었다.

미제스와 경제 계산 논쟁에서 미제스를 지지하는 두 편의 중요한 논문을 1935년에 출판한 하이에크¹¹⁾는 합리적인 사회주의 계획의 가능성에 대한 자기들의 비판에 랑게와 러너가 유효하게 대답했다고 전혀 인정하지 않았다. 그럼에도 불구하고 전후의 문헌은 아무튼 사회주의 효율의 가능성에 대한 이러한 비판들이 결정적으로 기각되었다고 결론 내렸다. 그 이유는 랑게의 해결책에 책임이 있었던 이유와 같은데, 즉 다른 필자들도 랑게와 같이 신고전학과 균형 패러다임의 면에서 생각하고 있었던 것이다. 그 결과, 랑게는—적어도 암묵적으로는 기업가적 발견 접근법에서 하나의 오스트리아학과 가격 이론 이해에서 생긴—미제스와 하이에크 비판의 완전한 의미를 파악할 수 없었다.

미제스의 문제에 대한 랑게의 해결책은 균형에 놓여 있는 것으로 가정되는 경쟁 시장의 작동을 모방하는 것이다. 미제스는 사회주의

11) Friedrich A. Hayek, ‘The Nature and History of the Problem,’ F. A. Hayek (ed.), *Collective Economic Planning: Critical Studies on the Possibilities of Socialism*, London: George Routledge and Son, 1935의 서문으로서 출판; *Ibid*, 제5장, ‘The Present State of the Debate.’

계획가가 자본주의 기업가와 달리 주어진 목적을 달성하는 가장 경제적인 방법을 계산하기 위해 자원의 가격을 사용할 수 없다고 주장했다. 랑게의 대응은 자원에 대한 시장 가격이 경쟁 균형에서 완수하는 것과 정확하게 똑같은 ‘매개 변수의(parametric)’ 기능을 고지된 가격이 완수할 수 있다는 것이었다.

그러나 미제스는 시장 가격의 역할을 전혀 그러한 매개 변수의 역할을 완수하는 것으로 이해하지 않았다. 그는 자원 가격을 사용하는 자본주의 기업가들의 능력이 결코 경쟁 균형 조건하에서의 가격의 속성에 의존하는 것으로 보지 않았다. 정반대로, 그는 시장에서 발생하는 자원 가격을 불균형 조건하에서 서로 경쟁하는 시장 참여자들의 기업가적 입찰과 제공을 나타내는 것으로 이해했다. 자원을 얻으려고 노력할 때 기업가는 자기가 경쟁하고 있는 기업가들의 판단에 의해 안내될 뿐만 아니라 자기가 계획하는 제품이 (자기가 제품을 제공하기를 희망하는) 내일의 소비자들에게 주는 미래 가치에 관한 자기 자신의 판단도 표현하고 있다. 사회주의 아래에서 완전 경쟁 균형 시장을 모방하는 랑게의 체계에는 시장 가격에 의해 안내될 뿐만 아니라 그 자체 그러한 가격의 추이를 움직이는 주의를 기울이고 이윤에 의해 자극되는 기업가적 판단에 대응하는 것이 전혀 없다. 랑게의 체계가 자본주의 효율을 모방할 수 있다고 가정하는 것은 자본주의 시장이 작동하는 방식을 크게 오해하는 것이다. 기업가적 발견 접근법의 장점은 그것이 사회주의 효율의 가능성에 대한 미제스의 비판에 대한 랑게와 러너의 대응에서의 결점을 명백하게 식별한다는 점이다.

지난 10년 동안 동구에서 일어났던 사회주의 경제 체제들의 종언은 되살아난 관심을 미제스가 한 비판에 집중시켰다. 랑게-러너가 제안한 해결책이 사회주의 실제에서 결코 집행되지 않았다는 점은 사실이다. 그럼에도 불구하고 미제스의 비판이 적어도 원리상 신고전학과 균형 시장의 적절한 모방으로 충족될 수 있다고 하는 비교 경제 체제에 관한 전후(戰後) 문헌에 널리 퍼진 결론은 이 비판의 진실한 내용을 올바르게 인식하는 것을 갑절로 중요하게 만든다. 그러한 올바른 인식은 주류 신고전학과 패러다임 안에서는 전혀 달성될 수 없다. 미제스의 연구가 기인(起因)한 기업가적 발견 접근법이 미제스의 진정한 의미를 해명한다.

경제학, 시장 그리고 정의

기업가적 발견 접근법은 자본주의 사회에서의 정의(justice)의 가능성에 관한 철학적 논의에 통찰력을 제공한다. 시장 경제를, 주류 신고전학과 면에서, 경쟁 균형 상태에 있는 것으로 보는 것에 근거한 시장 경제 이해는 자본주의 정의에 관해 심하게 비틀어진 결론에 도달할 것 같다. 철학적 결론은 자본주의의 작동이 이해되는 방식에 의해 결정적으로 형성될 것 같다. 주류 패러다임에서 기업가적 발견 패러다임으로 이동하는 것은 그 체제의 정의에 관한 철학적 판단에서 심한 차이를 수반한다. 정의에 근거한 시장 사회의 광범위한 철학적 비난을 반박하기 위해 철학적 논쟁에 종사하는 것은

전혀 필요 없을지 모른다. 그 체제의 실증적인 경제적 작동에 관한 (주류 경제학으로부터 의심하지 않고 취한) 잘못된 견해를 교정하기만 하면 된다. 일단 이러한 엄밀하게 경제 이론적인 오해가 풀렸다면, 전형적으로 그런 오해로부터 도출된 철학적 결론은 더 이상의 논쟁 없이 붕괴될 것 같다. 바꿔 말하면, 도덕적 판단은 평가되는 체제에 관한 결함 있는 이해에 근거하여 도달되었다.

시장 사회에 관해 주장되는 비정의를 근거로 시장 사회를 비판하는 것은 전통적으로 다양한 관심사들에서 비롯된다. 사적 소유 제도가 비판되고, 소득의 불평등이 비판되며, 가격 체제의 효과가 비판된다. 여기서 우리의 초점은 자본주의가 순수 기업가적 이윤의 가능성을 허용하는—참으로 그것이 의존하는—데서 생기는 자본주의의 정의의 비판이다. 시장 체제는 그것의 추진력을 위해 이윤 동기에 의존한다. 이윤이 **번(earned)** 것이라거나 받을 자격이 있었던 것이 아니라는 것을 근거로, 그것이 노동자와/나 소비자를 희생시키고 손에 넣은 순수 잉여라는 것을 근거로, 그 체제의 정의가 종종 비판된다. 비판자들이 주장하기를, 정의는 받은 모든 이득들이 **받을 자격이 있을(deserved)** 것을 요구한다. 소득의 분배가 상당한 몫의 순수 기업가적 이윤을 포함하는 체제는 정당할 수 없다.

이윤의 정의에 대한 비판자들은 (자기 자신의 노동에 의해서건 정당하게 소유한 물질적 자원에 의해서건) 제공된 서비스에 대한 대가로 받은 소득과 순수 이윤 사이를 뚜렷하(고 올바르게) 구분한다. 제공된 서비스의 대가로 받는 소득은 정당하게 번 것으로 간주된다. 그것은 **대상(代償, quid pro quo)**을 나타낸다. 심지어 투자된

자본에 대한 수익도(비록 종종 ‘이윤(profit)’이라고 느슨하게 불리긴 하지만), 적어도 비(非)마르크스주의 자본주의 비판가에게는, 번거하고 받을 자격이 있었던 것으로 인정될지 모른다. 그러나 순수 기업가적 이윤—제공된 모든 자원 서비스들의 완전한 가치를 넘어서 받은 금액—은 요소 소득들에 대해 제시되는 전통적인 정당화 근거들을 거역하는 것으로 간주된다.

아주 올바르게, 순수 이윤이 **요소 소득으로서(as a factor income)** 취급되거나 정당화될 수 없다는 점은 인정된다. 생산 과정을 위해 모든 필요 투입물들을 얻는 데 필요한 금액을 지불하고 자기 제품을 더 큰 금액을 받고 팔 수 있는 기업가는 그것으로 순수 이득을 손에 넣었는데, 이것은 어떠한 식별 가능한 투입물에 의해 제공되는 서비스에도 해당되지 않는다. 그러한 이윤은 ‘착취(exploitation)’와/나 사기로부터 나오거나 순전히 받을 자격이 없는 행운의 결과이거나 둘 중 하나로 보일 수 있다. 시장에 의해 결정되는 소득에서 순수 이윤 몫이 차지하는 상대적 크기와 상관없이, 이 ‘받을 자격이 없는(undeserved)’ 몫이 전 체제의 작동을 위한 주요 유인을 제공하기 때문에, 자본주의 비판가들의 눈에는 그것은 그 체제를 불공정한 것으로 하기에 충분하다. 그러나 기업가적 발견 접근법은 달리 암시한다.

그 접근법은 생산 자원의 지출로 달성된 고의적으로 겨냥한 결과도 아니고 순전한 행운의 전적으로 우연한 결과도 아닌 이득 범주를 드러낸다. 그 이득은 주의를 기울인 **발견(discovery)**을 통해 드러나고 붙잡힌다. 신고전학과 패러다임 안에서는 그러한 범주가 존

재할 수 없다. 주류 경제학은 한 편에서는 고의적으로 겨냥된 결과를 제외한 모든 것들이 그리고 다른 편에서는 순전한 행운의 과실들이 면밀하게 배제된 틀에 시장 경제의 경제 현상을 맞추므로써 진행된다. 이 신고전학과 세계는 모든 **놀람(surprise)** 가능성을 배제한다. 이 분석적 세계에서의 설명은 모든 현상들을 알려져 있는 대안들 사이의 고의적이고 정확하게 내려지는 선택들로 귀속시킴으로써 달성된다.¹²⁾ 그러한 틀 안에서는 순수 기업가적 이윤을 위한 여지는 없다. 그러한 세계에서는 사람이 지금까지 추구하지 않았던 것을 발견할 기회는 없다.

만약 사용되는 분석 틀이 발견된 이득의 가능성을 배제한다면, 모든 분배 정의 질문들은 **주어진 파이**를 어떻게 공정하게 나누느냐 (혹은 같은 말이지만, 주어진 파이 구성 요소들을 어떻게 나누느냐)의 질문들로 귀착한다는 결론이 된다. 우리가 보는 파이(공정하게 분배되게 되어 있다)가 (그것의 몫에 대한 정당한 요구가 아무튼 역사에 의해 확립되어) 이미 항상 존재했거나, 우리가 보는 파이가 생산되었고 파이를 굽는 과정에서 결합된 구성 요소들(그것들에 대한 역사적으로 확립된 소유권 주장과 함께 항상 존재했던 것으로 가정된다)의 소유자들 사이에서 그것이 공정하게 나누어지도록 공정한 분배가 요구하거나 둘 중 하나이다. 발견이 없는 이러한 세계에서

12) 행운(luck)은, 수정된 신고전학과 세계에서는, 관련 확률 함수가 완전히 알려져 있는 정도로만 자리를 가지고 있다. 사람은 행운의 운 좋은 수혜자가 될지 모른다. 그러나 사람이 자기가 운이 좋을 가능성을 정확하게 알고 있으므로, 행운은 진정한 **놀람**으로 간주될 수 있는 것이 결코 아니다.

는, 발견되기 전에는 모든 관련 목적상 전혀 존재하지 않았던 파이에(혹은 그것의 구성 요소들에) 공정한 원칙들이 어떻게 적용될 수 있을지 고려할 여지가 없다.

우리에게 ‘파이’(혹은 그것의 구성 요소들)가 발견 행위의 결과로 **존재했**는지 모른다고 인식하는 것을 허용하고 요구하는 것은 발견(discovery)의 개념이다. 발견 행위는 (알려져 있는 구성 요소들로부터 나오는) 고의적 생산 행위가 아니다. 그것은 또한 그저 뜻밖의 순전한 행운에 대한 수동적인 반응도 아니다. 발견 행위는 비용 없이 얻을 수 있는 이득을 **사람이 알게 되는** 행위이다. 명백히, 순수 기업가적 이윤은 그러한 발견된, 비용 없이 얻을 수 있는 이득을 위해 남겨 둔 서랍에 잘 들어맞는다. 기업가적 발견 접근법은, 발견을 불균형 세계에서 추진력으로서 인식할 때, 또한 순수 이윤을, 정의를 근거로, 발견될 것이 남아 있지 않은 세계에서는 적절하지 않을 방법으로 방어할 수 있을지 모를 범주로도 인식한다.

왜냐하면 발견은 **자원 지출 없이** 세상에 새로운 것들을 가져오는 주의를 기울이는 행동과 관련되어 있기 때문이다. 발견은 고의적 생산과 다른데, 생산이 자원들을 필요로 한다는 점에서 (그러므로 자원들의 가치가 그것들이 생산하는 것의 가치의 수준으로 오르는 경향이 있어서 순수 이윤을 위한 잉여를 남기지 않는다) 그렇다. 발견은 순전한 행운의 결과로서 이용할 수 있게 되는 것과 다른데, 후자가 인간 행동을 전혀 요구하지 않는다는 점에서 그렇다. 발견된 이득은, 그것이 사전에 **물리적으로** 존재할 수 있었음에도 불구하고, 인간 인지에 관한 한, 그저 ‘거기에 있지 않았을’ 뿐인 이득이다.

무(無)로부터(ex nihilo) 그것을 발생시키는 것은 인간 (기업가적) 주의이다. 자기가 보는 것을 주의를 기울여 붙잡는 그 행위는 창조적인 행위인데, 왜냐하면 이전에는 실제상으로 존재하지 않았던 것을 그것이 즉각 발생시키기 때문이다.

이런 식으로 ‘창조한(created)’ 것에 대한 권리 주장은 그것을 생산한 자원들의 소유권에 근거할 수 없다. 그러한 자원들은 없었다. 이러한 이득은 어떠한 의미에서도 정당하게 소유한 나무의 과실이 아니다. 그 이득은 그것의 발견자가 그것을, 말하자면, 무에서 발생 시킴으로써 그것을 ‘창조했다’는 근거에서 그것의 발견자에 의해 권리가 주장되어도 좋다. 뜻밖의 행운의 운 좋은 수혜자와 달리, 지금까지 알아차리지 못했던 사물의 발견자는 그 사물을 ‘창조하기’ 위해 행동했다. 그는 그것을 알아차렸다. 자기가 알아차린 사물을 그가 붙잡기 전에는 다른 어느 누구도 그렇게 하지 않았다. 발견은, 이용 가능한 자원으로부터, 원하는 어떤 것을 생산하는 방법을 주의를 기울여 알아차리는 형태를 띠지 모른다. 차후의 고의적인 생산 행위가 발견 행위가 아닌 반면, 차후의 고의적인 생산을 통해 이득을 얻을 **기회의 발견**은 창조적이다.

기업가적 발견 접근법은 우리에게 순수 기업가적 이윤을 **창조된(created)** 이득으로서, 사회에 의해 낮은 가치로 평가되는 자원들을 사회가 더욱 높게 평가하는 제품으로 전환할 기회를 발견하는 주의를 기울이는 기업가에 의해 창조된 잉여 가치로서 볼 수 있게 한다. 성공적인 기업가가 붙잡은 조각의 파이는 전혀 기존의 파이로부터 잘라낸 것이 아니었다. 그것은 그것을 붙잡는 바로 그 행위에서 창

조된 부분이다.

기업가적 발견의 이론 안에서도 소득을 생산 과정에다가 자기가 소유하는 자원의 서비스를 제공한 대가로 얻은 것으로 이해할 여지가 확실히 있다. 그리고 신고전학과 한계 생산성 이론은, 존 베이츠 클라크(John Bates Clark) 이래로, 그러한 번 소득의 본질과 정의를 명백히 했다.

그러나 우리는 끝이 열려 있는 세상에 살고 있고, 여기서는 새로운 자원의 발견이나 자원을 생산적으로 배치하는 새로운 방법의 발견을 통해 인간의 복리를 향상시키기 위한 아직까지 보지 못한 기회들이 항상 존재한다. 그래서 이런 기회들을 알아차리고 붙잡기 위해 주의를 기울여 취해진 행동들의 창조적인 특징이 인정되어야 한다. 막대한 양의 순수 기업가적 활동이 자본주의 사회에서 일어나고 있다. 경제 정의의 이론은 그러한 활동을 위한 여지가 전혀 존재하지 않는다는 전제에 의거한 틀에서가 아니라 그러한 활동과 조화될 수 있는 분석 틀에 근거하여야 한다. 기업가적 발견의 이론은 자본주의 분배 정의에 관한 전통적인 결론들을 근본적으로 바꾼다.

6. 결론

이론적 틀의 목적은 현실 세계에서 마주치는 현상의 이해를 촉진하는 것이다. 그 세계의 복잡성에 대한 통찰력을 제공할 수 있는 설명 모형을 개발하기 위해서는 어떤 그러한 틀도 현실 세계의 세목들을 불가피하게 추상화하지 않을 수 없다. 상이한 설명 모형들은 우리가 세계의 상이한 면들을 이해하는 것을 돕기 위해 설계된다.

시장 경제의 중요한 측면들이 주류 신고전학과 경제학에 의해 유용하게 해명될 수 있다는 점에 의문은 없다. 그러나 주류 틀이 적용될 때 모호한 채 남아 있는 더욱 더 중요한 경제적 측면들이 있다. 그 틀이, 자신의 바로 그 구성 때문에, 대답할 수 없는 중요한 질문들 가운데는 시장은 어떻게 작동하는가? 수백만의 시장 참여자들의 개별 결정들은 어떻게 해서 우리가 알고 있는 시장 경제들에서 조정되는 것과 같이 조정되게 될 수 있는가? 같은 것들이 있다. 이러한 질문들은 지난 200년 동안 시장 경제에서 달성된 놀라운 번영을 우리가 고려할 때 생기는 확실히 가장 근본적인 질문들이다.

오스트리아학과 전통으로부터 도출된 기업가적 발견의 이론은 이러한 근본적인 질문들에 대한 만족스럽고 일관성 있는 대답들이 발견될 수 있는 틀을 제공한다. 이러한 이론으로 우리는, 동시에, 주류 접근법이 제공하는 것과 다른 관점에서 시장 경제의 중요한 측

면들을 ‘붙’ 수도 있다. 이러한 접근법이 제공하는 오스트리아학과 통찰력들을 효율적으로 이용하면 세계가 움직이는 방식에 관해 우리의 순수 과학적 호기심을 충족시킬 수 있을 뿐만 아니라 정책 함정들도 피할 수 있다.

추가적인 읽을거리

- Hayek, F. (1948): 'The Use of Knowledge in Society,' *American Economic Review*, September 1945; Hayek, *Individualism and Economic Order*, London: Routledge and Kegan Paul에 재수록.
- Hayek, F. (1978): 'Competition as a Discovery Procedure,' in Hayek, *New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas*, Chicago: University of Chicago Press.
- Ikeda, S. (1990): 'Market-Process Theory and "Dynamic" Theories of the Market,' *Southern Economic Journal*, July.
- Kirzner, I. M. (1973): *Competition and Entrepreneurship*, Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1985): 'The Perils of Regulation: A Market Process Approach,' in Kirzner, *Discovery and the Capitalist Process*, Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1997): 'Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach,' *Journal of Economic Literature*, March.
- Lavoie, D. (1985): *Rivalry and Central Planning: The Socialist Calculation Debate Reconsidered*, Cambridge: Cambridge

University Press.

Littlechild, S. C. (1978/1986): *The Fallacy of the Mixed Economy: An 'Austrian' Critique of Recent Economic Thinking and Policy*
Hobart Paper 80, 제2판, London: The Institute of Economic Affairs.

Machovec, F. M. (1995): *Perfect Competition and the Transformation of Economics*, London and New York: Routledge.

Mises, L. V. (1949): *Human Action*, New Haven: Yale University Press.

Rizzo, M. J. (1979): 'Uncertainty, Subjectivity, and the Economic Analysis of Law,' in Rizzo (ed.), *Time, Uncertainty, and Disequilibrium*, Lexington, MA: Lexington Books.

Thomsen, E. F. (1992): *Prices and Knowledge: A Market Process Perspective*, London and New York: Routledge.

Vaughn, K. I. (1994): *Austrian Economics in America: The Migration of a Tradition*, Cambridge: Cambridge University Press.

Vihanto, M. (1994): 'Introductory Essay: The Nature and Main Content of Austrian Economics,' in Vihanto, *Discovering a Good Society through Evolution and Design, Studies in Austrian Economics*, Turku, Finland: Turku School of Economics.

요약

1. 주류 신고전학과 경제학은 이미 달성된 균형 상태에 초점을 맞춘다. 그것은 균형으로의 적응 과정에 관해 침묵한다.

2. 인간 행동은 주류 이론이 가정하는 것과 같은 명백히 구체화되어 있는 목표, 알려져 있는 자원 그리고 규정된 행동 방침에 직면하지 않는 ‘... 본질적으로 알려져 있지 않은 미래의 문제를 풀려고 애쓰는 것’으로 구성되어 있다.

3. 시장 경제의 비판자들은 신고전학과 이론에서 공격 수단을 발견한다. 그들은 ‘... 단지 현실 세계 자본주의가 완전히 경쟁적인 최적성 요건에서 이탈하는 측면을 꾸짖기만 하면 된다.’

4. 기업가적 발견의 이론은 ‘선택’이 단지 주어진 여건에 내재하는 해(解)를 계산하는 것으로만 구성되어 있는 ‘분석 상자’로부터 경제학자들이 탈출할 수 있게 한다.

5. 기업가적 발견 행위는 ‘... 지금까지 간과한 시장 가치의 존재를 알아차리는 것’에 놓여 있다. 기업가적 발견의 여지는—시장 결

과가 미리 운명지어지는 주류 경제학의 균형 세계와 전혀 다른— 불균형의 세계에서 발생한다.

6. 기업가적 발견은 시장에서 하나의 가격이 지배하는 경향이 있는 이유를 설명한다. 비록 가격 차이의 새로운 원인이 끊임없이 나타나긴 하지만, 기업가들은 그 결과 나타나는 이윤 기회를 이용하여 단일 가격으로의 경향을 일으킨다.

7. 오직 기업가 정신의 도입을 통해서만 시장이 어떻게 작동하는지 이해하는 것이 가능하다. 기업가 정신이 없이는, 시장 조정이 없을 것이다.

8. 경쟁의 소위 ‘불완전’은 종종 ‘... 이전의 기업가적 실수를 발견하고 교정하는 시장 과정에서 결정적인 요소’다.

9. 예를 들어, 광고 지출은 소비자들에게 ‘그들이 무엇을 모르는지 그들이 모르는 것’에 주의를 환기시키는 수단이다. 반독점법은 시장 과정을 방해하여 경쟁적 시장 진입을 막을지 모른다.

10. 기업가적 이윤은, 불공정을 발생시키기는커녕, ‘창조된 이득’이다. 그것은 ‘... 기존의 파이로부터 잘라낸 것이 아니다. ... 그것은 그것을 붙잡는 바로 그 행위에서 창조된 부분이다.’

윽긴이에 대해

황수연은 서울대학교 경영학과를 졸업하고 서울대학교 행정대학원에서 행정학 석사와 박사 학위를 받았다. 경성대학교 행정학과 교수로 재직 중이며 부산시장경제교육센터를 운영하고 있다. 애리조나 대학교 경제학과(1991년, 1997년), 조지 메이슨 대학교 공공선택연구소(2004)에서 교환교수로 연구하였고 2014년 현재 플로리다 주립대학교 경제학과에서 교환교수로 연구하고 있다. 공공선택론에 관해 다수의 역서들을 발간한 것 외에, 『자유주의로의 초대(보아즈 지음)』(공역), 『관료제(미세스 지음)』, 『간결한 경제학 길잡이(콕스 지음)』, 『경제 모형과 방법론(홀콤 지음)』, 『대중을 위한 경제학(캘러헌 지음)』(공역), 『루트비히 폰 미세스 입문(버틀러 지음)』과 같은 오스트리아학과 이론과 관련된 역서들을 발간했다.