
Ⅱ. 경쟁과 인수주기

1. 요율자유화와 온라인사의 진입

가. 요율자유화

- 자동차보험 요율자유화는 1994년부터 시작되어 단계적으로 추진되었음.
 - 1980년대 후반부터 국내 금융산업의 시장개방과 금리자유화가 추진되었는데, 이러한 배경에서 자동차보험 요율자유화도 추진되었음.
 - 외국계 생명보험회사와 손해보험회사의 국내 진출이 1987년 시작되었고, 1991년 11월부터 금리자유화가 은행, 증권, 보험업에서 단계적으로 확대되었음.
 - 1994년 WTO 체제의 출범을 계기로 1994년 4월 이후 단계적으로 보험상품 가격자유화가 추진되기 시작함.
 - 1994년에는 보험요율 산출기관에서 제시하는 자동차보험 요율을 모든 보험회사가 동일하게 사용하는 협정요율제도(tariff rating system)가 폐지되고 보험회사의 가격결정에 관한 자율성이 일정 범위 내에서 허용되는 범위요율제도가 시행되었음.¹²⁾
- 초기에는 할인할증 범위, 피보험자의 특성요율 범위가 확대되었으며 1996년부터 기본보험료 범위요율이 확대되었고, 2000년 8월 범위요율이 폐지되고 부가보험료가 자유화되었음.

12) 김동훈·이기형(2002).

○ 1998년 8월 기본보험료 범위의율 2단계 확대 이후 자동차보험 영업수지가 적자로 전환되었음.

■ 2001년 8월 순보험료 자유화로 보험회사들이 자사요율을 사용하기 시작하며 자동차보험료가 완전 자유화되었음.

○ 가격자유화는 보험회사의 상품개발 자유화에도 영향을 주어 온라인 판매 방식의 상품을 개발할 수 있게 되었음.

〈표 II-1〉 자동차보험 규제완화 세부일정

일정	요율	상품
1994년 4월	• 협정요율제도 폐지 • 할인할증폭 － 개인용: $\pm 1.0\%$ － 단 체: $\pm 2.0\%$ － 사고기록에 따른 특별할증: 0~50%(96. 4월 폐지)	사전승인, 실질적인 업계전체 공동의 상품/마케팅
1995년 8월	• 피보험자의 특성요율 폭: 보험가입기간에 따라 $\pm 10\%$ (98. 9월 폐지)	
1996년 8월	• 기본보험료 범위의율폭 확대(1단계) － 개인용: $\pm 3\%$ － 업무용: $\pm 5\%$ － 영업용: $\pm 10\%$	
1998년 8월	• 기본보험료 범위의율 폭 확대(2단계) － 개인용: $\pm 6\%$ － 업무용: $\pm 10\%$ － 영업용: $\pm 20\%$	
2000년 8월	• 범위의율 폐지 • 부가보험료 자유화	상품자유화
2001년 8월	• 순보험료 자유화 － 2001. 1: 10인 이상 승합차 － 2001. 4: 영업용(택시) － 2001. 8: 개인용, 업무용 등	

자료: 이순재(2009)에서 재인용.

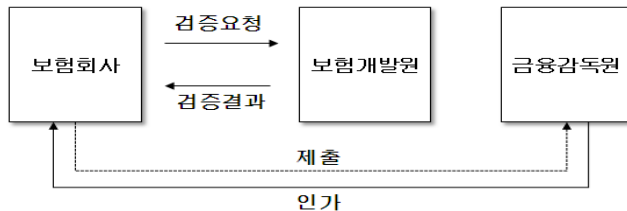
- 시장진입 규제도 2000년 1월 보험사업 최저자본금 기준이 완화되면서 2003년 5월 보험종목별 허가제도와 통신판매 전문회사의 최저자본금이 완화되었음.¹³⁾

나. 요율조정과 절차¹⁴⁾

- 보험회사는 보험업법 제 129조(보험요율 산출의 원칙)에 의거 자사의 보험료를 산출한 뒤 보험업법 제 127조에 의거 금융위원회(금감원에게 위임)에 신고 또는 제출하여야 함.

- 자동차 책임보험의 경우 보험회사별로 설정한 보험료는 보험개발원의 검증절차를 거친 후 금융감독원에 제출하여 결정됨.

〈그림 II-1〉 요율조정 절차



자료: 보험개발원.

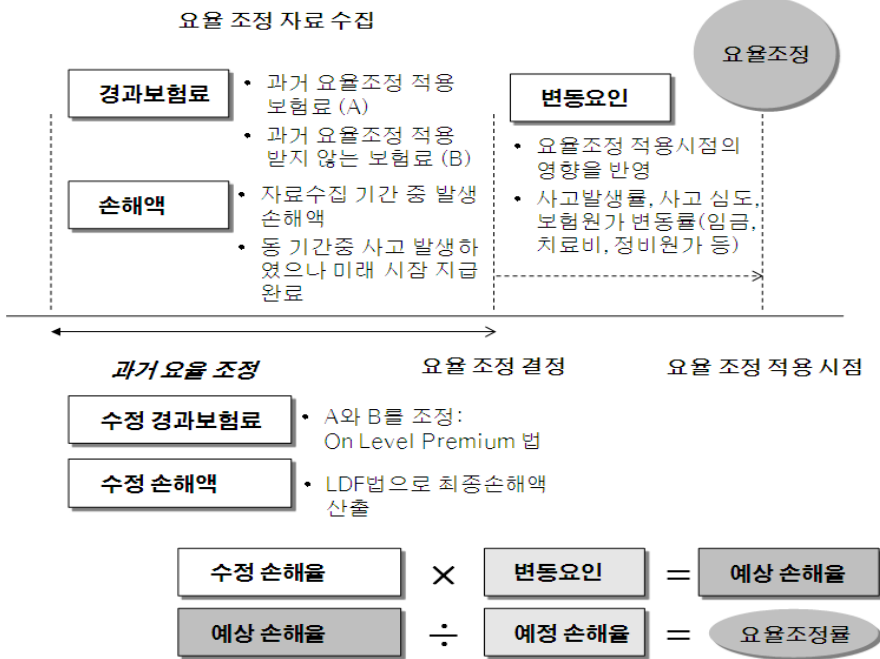
- 일반적으로 요율조정은 손해율법과 순보험료법에 의해 이루어지며 손해율법의 절차는 다음과 같음.¹⁵⁾

13) 2003년 통신판매 전문 보험회사의 최저자본금을 일반 보험회사의 2/3로 완화됨. 이순재(2009).

14) 일반적으로 요율산출은 통계의 집적 및 추출, 기본보험료 산출, 요율상대도 산출, 보상한도 확대 등 제도를 반영하는 절차에 따라 이루어지는데, 본고에서는 기본보험료 산출과정에 국한하고 있음. 자세한 내용은 기승도·김대환(2009) 참조.

15) 「보험개발원 20년사: 1983년~2003년」, p. 75 제1장 제3절 요율산출의 합리화 참조.

〈그림 II-2〉 요율조정 방법(손해율법)



자료: 보험개발원.

■ 손해율법에 의한 요율조정은 요율적용 시점의 손해율에 근거해서 이루어짐.

○ 요율조정은 과거 경과보험료와 손해액을 조정하여 수정된 손해율을 계산하고, 여기에 요율조정 적용 시점의 변동요인을 반영하여 결정됨.

— 요율조정 이전의 경과보험료에는 과거 요율조정 적용을 받은 보험료와 그렇지 않은 보험료가 혼재되어 있어 이들을 On Level Premium 방식으로 조정함.

— 손해액은 손해액 진전계수(Loss Development Factor) 방식을 적용하여 최종 손해액을 산출함.

— 요율조정 적용시점의 변동요인에는 요율적용 시점의 영향을 반영하는데 사고발생률, 사고심도, 보험원가(임금, 치료비, 정비원가 등) 변동률을 반영하여 예상손해율을 산출함.

○ 산출된 예상손해율을 예정손해율로 나누어 요율조정률을 결정하므로, 예

상손해율이 예정손해율보다 높으면 요율조정률은 높게 책정되고, 그렇지 않으면 낮게 책정되는 구조임(<그림 II-2> 참조).

- 요율적용 시점의 변동요인에 대한 예측은 변동요인 변수들의 추세분석을 통해 이루어짐.

- 사고발생률, 사고심도 등 위험도에 대한 전망에 근거하여 변동요인을 반영함.

- 현재까지 우리나라에서는 자동차보험 요율조정에 보험회사의 투자영업수익은 반영하지 않고 있음.

- 이원돈(2008)에 따르면 미국의 전미보험감독자협의회(NAIC)는 손해보험 요율산정에 있어서 부가보험료 중 예정이익률은 모든 재원으로부터 발생한 수입(income from all resources)을 고려해야 한다고 명시하고 있음.

- 현재 국내에서는 일반손해보험 요율 산정 시 예정이익률을 보험회사가 관행적으로 부가하고 있으며 투자수익률 반영에 대한 규정은 없음.

- － 현행 보험업감독규정 제7-76조(일반손해보험의 부가보험료율의 산출) 제1항에 “부가보험료율은 예정사업비율과 예정이익률로 구분하여야 한다.” 라고 명시되어 있으나 부수적 관련규정은 없는 상황임.

- 투자수익률을 요율산정에 반영할 경우 보험료가 보험회사 운영에 따른 미래의 모든 기대비용의 현재가치의 합으로 개념적으로 일치할 수 있으나, 보험료가 시장위험에 노출되어 보험료의 변동성이 확대될 수 있다는 우려가 있음.

다. 온라인 자동차보험회사 진입

- 2000년 1월 보험업법 개정을 통해 진입규제를 완화하여 온라인사들이 자동차보험시장에 진출할 수 있는 기반이 마련되었음.¹⁶⁾

16) 기승도 · 황진태(2011), p. 32.

■ FY2001년 이후 온라인사들의 진입과 기존 손해보험회사들의 채널 다변화 전략으로 온라인 자동차보험 판매가 확대되었음.

- 온라인사들은 교보(2001. 10), 다음(2004. 1), 교원(2003. 12), 현대하이카다이렉트(2004. 9) 등이 진입하였음.
- 제일(2002. 5), 대한(2002. 11), 동부화재(2004. 7) 등 기존 손해보험사들도 온라인 자동차보험 판매를 시작하였음.
- 이외에도 동양, 신동아, 그린, 쌍용화재 등도 참여하였음.

〈표 II-2〉 온라인 자동차보험과 온라인사 시장점유율 추이

(단위: %)

구분	FY'01	FY'02	FY'03	FY'04	FY'05	FY'06	FY'07	FY'08	FY'09	FY'10
온라인 자동차보험 ¹⁾	0.4	2.2	5.7	8.8	10.3	13.4	17.3	19.4	20.6	22.2
온라인사 ²⁾	0.35	2.03	3.11	5.34	6.55	8.68	11.14	11.78	12.17	11.56

주: 1) 온라인 자동차보험 전체 수입보험료 ÷ 자동차보험 전체 수입보험료

2) 온라인사 수입보험료 ÷ 자동차보험 전체 수입보험료

자료: 보험개발원.

■ 온라인 자동차보험 회사들의 상대적으로 저렴한 보험료는 보험료경쟁을 촉발하였으며 최근 들어 더욱 심화된 것으로 보임.

- 직접 판매채널을 통한 사업비 절감으로 진입 당시 기존 오프라인 상품에 비해서 평균 10~15% 저렴한 것이 가장 큰 장점이었음.¹⁷⁾
- 온라인사의 시장진입으로 자동차보험시장의 가격경쟁이 심화되었음.
 - 그 결과 동일한 가입조건이라 하더라도 손해보험회사들(온라인자동차보험회사 포함) 사이의 요율차이가 최고 77.6%에서 최저 11.2% 차이가 나는 것으로 조사됨.¹⁸⁾
 - 이와 관련하여 2007년 소비자보호원에 따르면, 최고 60%까지 가격차

17) 허연(2005)의 연구결과에 의하면 온라인 자동차보험을 통해 가입한 소비자들의 1인당 소비자 잉여가 약 23만 원으로 추산되었음.

18) 소비자보호원(2011).

이가 낮던 것으로 조사되었던 바가 있음.

■ 온라인사들의 보험료 인하에 대응해서 겸업사들은 제한적이거나 보험료를 인하해온 것으로 나타남.

○ 책임보험에서 겸업사들의 보유계약건당 보험료는 FY2009년 이후 급격히 감소한 것으로 나타나 온라인사들의 보험료 인하에 대응하는 모습을 보임(〈표 II-3〉 참조).

– 온라인사들의 보유계약건당 보험료 비중이 책임보험에서는 겸업사들에 비해 상승하는 것으로 나타났으나 임의보험에서는 FY2009년 이후 다시 감소하는 것으로 나타남.

○ 임의보험에서는 겸업사의 보유계약건당 보험료 증가율이 FY2008년 11%를 기록한 이후 FY2011년 8.7%로 둔화되었으나, 겸업사들이 전업사들의 보험료 인하에 대응해서 보험료를 인하했는지를 파악하는 데는 한계가 있음.

○ 그러나 손해보험회사들 사이의 보험료 차이가 크다는 점은 겸업사들의 보험료 경쟁을 반영하는 것으로 보임.

■ 온라인사들의 보험료 인하의 영향에 대해서 기승도(2011)는 온라인사의 존재로 겸업사들이 자동차 보험료를 손해율에 부합하게 조정하는 것(특히, 보험료를 인상하는 것)을 억제하는 요인으로 작용한 것으로 평가함.

○ 손해보험사의 가격경쟁 전략은 저가격 전략인 것으로 평가되는데 저가 전략의 원인으로 온라인사의 진입을 꼽고 있음.

○ 아래의 〈표 II-3〉에서와 같이 책임보험과 임의보험의 온라인사 대비 겸업사 보험료 비중은 온라인사와 겸업사의 보험료 차이가 사업비 간의 차이에서만 발생하는 것이 아닐 수 있다는 점을 보이고 있음.

– 사업비 차이만으로 보험료 차이가 발생한다면 그 비율은 일정하게 유지되어야 할 것으로 보이지만, 책임보험료 비율은 FY2010, FY2011년에 80% 수준까지 인상되었고 임의보험료 비율도 높아지는 추세를 보이고 있음.

〈표 II-3〉 온라인사¹⁾와 겸업사의 보유계약건당 보험료와 비중, 사업비

(단위: 만 원, %)

구분		FY2005	FY2006	FY2007	FY2008	FY2009	FY2010	FY2011
책임	온라인사	14.1	13.2 (-7.1) ²⁾	14.5 (10.1)	15.8 (8.9)	15.8 (-0.2)	15.6 (-1.0)	14.8 (-4.8)
	겸업	20.1	21.2 (1.7)	22.9 (8.0)	24.5 (7.3)	20.2 (-17.5)	18.9 (-6.3)	18.1 (-4.6)
임의	온라인사	25.8	26.9 (4.2)	30.4 (13.1)	33.7 (10.8)	35.1 (4.2)	36.7 (4.4)	38.9 (5.8)
	겸업	34.2	37.0 (8.3)	41.1 (11.0)	45.6 (11.0)	42.5 (-6.7)	46.5 (9.4)	50.6 (8.7)
책임(온라인사/겸업)		68%	62%	63%	64%	78%	82%	82%
임의(온라인사/겸업)		76%	73%	74%	74%	83%	79%	77%
순사업 비율	온라인사	20%	14%	15%	19%	20%	21%	12%
	겸업	30%	30%	30%	30%	31%	32%	21%
	전업/겸업	69%	46%	51%	63%	65%	66%	60%

주: 1) 온라인사는 교보, 디케이, 에르고다음을 포함. 현대하이카다이렉트는 자료의 가용성이 낮아 제외하였음. 겸업사는 온라인과 오프라인 사업을 병행하는 손해보험회사.

2) 전년대비 증가율, %

자료: 보험개발원.

■ 보험료 경쟁으로 인한 온라인 자동차보험의 시장 점유율 확대는 손해보험회사들의 시장점유율을 위축시키며, 자동차보험산업의 경쟁심화로 이어졌음.

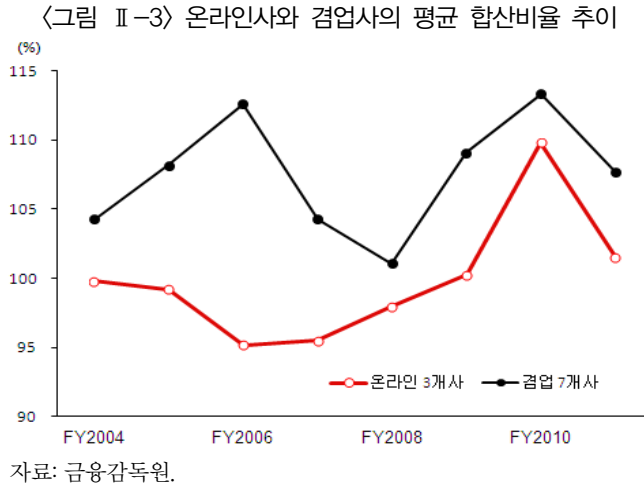
○ 허핀달 인덱스는 FY2001년 1,641에서 FY2009년 1,454로 9년간 연평균 1.3% 감소하여, 자동차보험시장의 경쟁이 심화됨을 보여주고 있음.

〈표 II-4〉 연도별 허핀달 인덱스 추이

구분	FY'01	FY'04	FY'05	FY'06	FY'07	FY'08	FY'09
HHI	1,641	1,531	1,465	1,489	1,473	1,430	1,454
전년대비	73	-21	-66	24	-16	-43	24

자료: 기승도 · 황진태(2011)에서 재인용 및 수정.

- 합산비율 기준으로 온라인사들의 손익이 겸업사에 비해 좋은 것으로 보이나 FY2009년 이후 경영수지가 악화된 것으로 보임.



- 온라인사의 손해율은 FY2004~FY2011년간 겸업사에 비해 평균 4% 높은 것으로 나타났다.
- 합산비율은 겸업사들에 비해서 7.4% 낮아 손익이 상대적으로 좋은 것으로 보이나 FY2010년 이후 악화된 것으로 보임.

2. 경쟁, 승자의 저주, 그리고 인수주기

- 2000년대 접어들어 본격화된 보험료 경쟁이 인수주기(Underwriting Cycle)의 원인이며, 보험료 경쟁으로 인한 수익성 악화를 “승자의 저주(Winner’s Curse)”이론으로 설명함.
- 본 장에서는 인수주기와 승자의 저주에 대한 선행연구와 사례¹⁹⁾ 검토를 통해 보험료 경쟁의 원인과 파급효과를 살펴보겠다.

19) 승자의 저주를 보험산업 측면에서 해석한 사례들은 〈부록 II〉에 제시하고 있음.

가. 인수주기

- 인수주기란 손해보험산업의 보험영업수익이 몇 년에 걸친 주기를 갖고 개선되었다 악화되는 순환과정을 지칭함.
 - 인수주기가 발생하는 원인은 보험업 내부적 요인과 외부적 요인으로 구분할 수 있음.
 - － 내부적 요인은 미래 발생손해액에 대한 예측오차와 이로 인한 보험료 인하 경쟁, 보험료 산정에 보험위험이 반영되는 시차, 제한적인 인수능력 등을 들 수 있음.
 - － 외부적 요인으로는 시장이자율과 투자수익, 경기변동 등이 있음.²⁰⁾
 - 인수주기가 존재한다는 것은 시장이 불균형상태에 있다는 점을 의미하는데, 인수주기 분석을 통해서 보험 산업의 위험관리가 가능하다는 장점이 있음.
 - － 보험시장이 균형 상태라면 보험료 변동성이 적을 것임.
 - － 그러나 보험료가 일정한 주기를 갖고 변동한다는 것은 보험시장이 불균형 상태에 있다는 점을 의미함.
 - － 인수주기에 대한 분석과 예측은 보험 산업에 도래할 수 있는 급격한 충격을 사전에 완화시킬 수 있는 보완책을 마련할 수 있어, 보험 산업의 안정성 유지와 지속성장을 가능하게 할 수 있는 위험관리의 기반이 될 수 있음.

나. 경쟁과 인수주기

- 보험 회사들의 경쟁이 인수주기 발생의 원인이라는 연구들은 1980년대 후반부터 등장하고 있는데, 경쟁으로 인한 인수주기의 순환과정은 다음과 같이 설명할 수 있음.

20) 마승렬(2001).

- 수익성이 좋은 기간(Hard Market)에는 신규 보험회사들이 시장에 진입하거나 기존 보험회사들이 공격적으로 시장점유율을 확대하려는 유인이 존재함.
- 신규 진입한 보험회사들은 시장점유율 확대를 위해 기존 보험회사들의 보험료보다 낮게 보험료를 책정하는 경향이 있음.
- 보험 상품의 차별화 부재와 차별성이 없는 상품에서 초래된 탄력적인 가격탄력성은 보험료 경쟁을 가속화시킬 수 있는데, 기존 보험회사들은 자신들의 미래 기대수익에 대한 예측과 할인율에 따라 보험료 인하 혹은 유지를 결정함.
 - － 보험료 인하 시점과 정도는 개별 보험회사들의 특성과 전략적 선택에 따라 달라질 수 있음.²¹⁾
 - － 중소형 보험회사들은 시장 점유율을 유지하기 위해 경쟁적으로 보험료를 인하하게 되고 대형 보험회사들은 상대적으로 보험료를 늦게 인하하거나, 인하 폭이 그렇게 크지 않을 수 있음.
- 보험회사들의 보험료 인하 경쟁으로 수익성이 낮은 보험회사들의 퇴출과 보험 가용성(Availability) 위축으로 산업의 수익성에 대한 논의가 시작되는 경향이 있음.
 - － 수익성 하락은 보험회사들의 전략 수정으로 이어지는데 이는 더 이상 낮은 보험료로 고객을 확보하기가 어려워지기 때문임.
 - － 특히 산업이 적자 상태에 있다면 보험 산업의 지속성이 위협받을 수도 있기 때문임.
- 수익성에 대한 관심이 제고되며 대형 보험회사 혹은 요율산정 기관이 요율을 인상하며 수익성을 회복, 인수주기는 상향 국면으로 전환됨.

21) Harrington and Danzon(1994)은 보험회사들의 도덕적 해이와 상이한 정보, 그리고 보험회사들이 갖고 있는 무형의 자산인 프랜차이즈 가치를 보험회사들의 특성이라고 분석하였음.

다. 승자의 저주(Winner's Curse)

■ 승자의 저주는 1971년 Capen, Clapp and Campbell의 논문, “고위험 상황에서의 경쟁적 호가(Competitive Bidding in High Risk Situation)”에서 처음으로 등장하는 용어임.

- “승자의 저주”는 “승자”가 자신이 원했던 것을 얻고 나서 그것을 “후회”하는 상황을 설명하는데 포괄적으로 사용되는 용어임.
 - 경매(auction)에서 최고가 혹은 최저가로 경매 대상 물품이 낙찰되는 현상에서 시작된 용어로, 경매 낙찰자(winner)가 경매 대상 물품에 대해 그 물품의 내재가치 이상으로 가격을 지불하는 현상을 표현함.
- 보험업의 경우에는 어떤 보험계약에 대해서 낮은 보험료가 책정되는 현상을 설명하는데 적용할 수 있는데, 이 경우 보험계약을 인수한 승자(winners)가 담보위험(insured risk)에 대해 불충분한 보험료를 받는 저주(cursed)를 받는다는 것을 의미함.²²⁾
 - 이와는 반대로 특정 대상의 알려지지 않은 가치에 대한 데이터와 추정치가 축적되면서 가치 평가가 정확해 지는 것을 “Wisdom’s of Crowd”라고 함.
 - 승자의 저주는 리스크에 대한 정보가 부족하거나 적절한 평가가 이루어지지 않기 때문에 발생할 수 있음.

■ 인수주기상의 고수의 국면(Hard Market)에서 저수의 국면(Soft Market)으로 전환하는 원인을 승자의 저주 이론으로 설명할 수 있음.²³⁾

- 시장에 신규 진입하는 보험회사들의 미래 발생 손해액에 대한 불확실성과 정보 부족, 그리고 경쟁요인으로 인한 낮은 보험료 책정은 보험회사들이

22) General Insurance Research Organization(2008), “Winner’s Curse: The Unmodeled Impact of Competition”, p. 5.

23) General Insurance Research Organization(2008) 참조.

경매대상품(보험리스크)의 내재적 가치를 높게 평가하여, 높은 가격(낮은 보험료)을 지불하는 것과 동일하게 생각할 수 있음.

– 이에 대해 경쟁 보험회사들이 보험료 인하로 대응할 경우에 산업평균 보험료가 인하되고, 보험산업의 보험위험에 대한 수익성이 악화될 수 있음.

○ 신규 보험회사의 시장 진입의 경우가 아닌, 자동차 보험 가격비교가 확대 되면 이로 인한 보험료 경쟁에서도 발생할 수 있음.

– 왜냐하면 자동차보험 수요의 가격탄력성이 탄력적이기 때문에, 보험료 비교가 활성화되는 것이 보험회사들의 가격경쟁을 심화시키는 원인이 될 수 있기 때문임.

■ Harrington and Danzon(1994)은 신규 보험사들의 도덕적 해이와 보험회사들 간의 상이한 정보(heterogeneous Information)로 인해 보험회사들이 한계 비용보다 낮은 보험료를 부과할 수 있고, 이로 인해 승자의 저주 현상이 발생할 수 있다는 점을 실증분석 하였음.

○ 80년대 초반 미국의 일반손해보험에서 관찰된 보험료 인하와 보험회사들의 손익악화, 그리고 80년대 중반의 급격한 보험료 인상으로 이어진 인수주기를 분석하였음.

○ 일부 보험회사들의 낮은 보험료 부과에 대해 경쟁 보험회사들은 시장점유율 유지를 목적으로 보험료를 단기적으로 인하하였으며, 이것이 보험료 변동성의 원인이었다는 점을 발견하였음.

○ 일부 보험회사들의 도덕적 해이와 상이한 정보로 인한 승자의 저주효과로 산업의 평균적인 보험료가 인하될 수 있음을 제시하였음.²⁴⁾

24) 상이한 정보로 인한 보험료 인하는 미래의 발생 손해액에 대해서 사적인 정보(private information)하에서 낙관적인 예측을 하는 보험회사들은 보험업 경력이 길어 풍부한 정보(full information)하에서 손해액을 예측하는 보험회사들에 비해서 낮은 보험료를 부과할 수 있다는 것을 의미함. 경험이 부족한 신규 보험회사들은 정보 부족으로 미래 발생 손해액에 대한 예측오차가 크고 시장상황에 대해 낙관적인 예

■ 본 연구에서는 가격자유화 이후 시작된 보험료 경쟁을 순보험료 중심으로 분석하고자 함.

- 보험료는 순보험료와 부가보험료로 구성되는데 가격자유화 초기에는 부가보험료 경쟁에서 보험료 경쟁이 시작되었고, 이후 위험도에 따른 순보험료 경쟁으로 확대되었을 수 있음.
- 또한 자동차보험료 비교 확산으로 보험료 경쟁이 가속화되었을 수 있음.
- 자동차보험 상품의 동질성으로 인한 탄력적인 가격탄력성으로 보험회사들의 보험료 경쟁과 이로 인한 수익성 악화 여부를 분석하고자 함.

■ 순보험료 경쟁은 보험료 조정에 과거 손해율 반영이 억제되면서 이루어졌을 수 있음.

- 요율조정에 보험위험(손해율)을 반영하는 크기가 가격자유화 이후 줄어들었을 수 있음.
 - 담보위험(insured risk)의 가치보다 낮은 보험료를 책정하여 자동차보험계약을 인수했을 수 있음.
 - 또는 기대 손해액에 대한 합리적인 예측을 하지 못해서, 혹은 예측이 가능하더라도 감독당국의 의지로 인해 보험료를 낮게 책정할 수 있음.
- 담보위험보다 낮은 보험료를 받고 손해액을 충당하지 못해서 보험영업적자가 심화되었을 수 있음.

측을 하는 경향이 있는데, 이러한 요인들로 보험료를 과도하게 낮게 책정할 수 있음을 제시함. 이 경우 시장점유율은 빠르게 증가할 수 있으나, 결국에는 적자경영에 빠지게 된다는 것임.