

第16章

市場交易

交易成本的改變

市集的出現

需求與供給

市場價格的決定

市場的功能

自由競爭的市場經濟

交易之中必然存在著**尋找交易對象**、**商議交換價格**與**檢查商品**等行動，這些活動都是發生交易成本的根源。由於交易成本的存在，兩人之間未必能完成交易，也未必一定不能完成交易。交易之外的其他合作關係亦然。然而，當社會的人數由兩人擴大到三人以上時，前幾章的討論已曾明確地指出：引進第三人後，兩人之間的合作障礙會減少。本章也將同樣地指出：在引進第三人後，人際間完成交易的可能性會大為提高。換言之，**交易成本**會隨著**第三者**的出現而降低。

接著，本章將介紹個人及整個市場對消費品的供給與需求。利用供給與需求的概念，我們將進一步介紹供需各方在「交易成本為零」假設下的市場均衡價格的決定。交易成本為零假設所隱指的內容，包括了：供需雙方都知道到哪裡交易、向誰交易、如何交易、交易對方的誠信等等資訊。就此考量，實際上的交易必然存在著交易成本。所以本章也將超越交易成本為零的假設，進一步探討**市場**在降低交易成本上的貢獻及過程。藉著這些了解，我們在最後詳細說明市場經濟中**自由競爭**的真諦。

交易成本的改變

讓我們再以上一篇中水梨與雞肉的交易為例，來說明多人社會下的交易行為。請讀者考慮底下的問題：

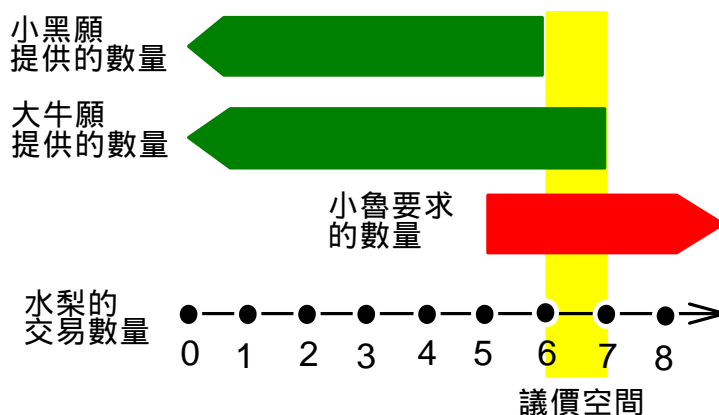
某日，小魯提著一隻雞，他想找人交換水梨。就維持原效用水準言，他要求以一隻雞至少換到五個水梨。假設小黑及大牛都想以水梨換雞。小黑提

供的交易條件至多是六個水梨，而大牛提供的條件為至多七個水梨。那麼，小魯會和誰交易？

從這簡單描述中，我們預期小魯會和大牛達成交易，且雙方的交易條件為一隻雞換取介於六個到七個之間的水梨數目。在下頁圖一中，小魯要求一隻雞至少交換五個水梨，小黑則最多願提供六個，而大牛最多提供七個。

圖一 兩人提供水梨下的交易

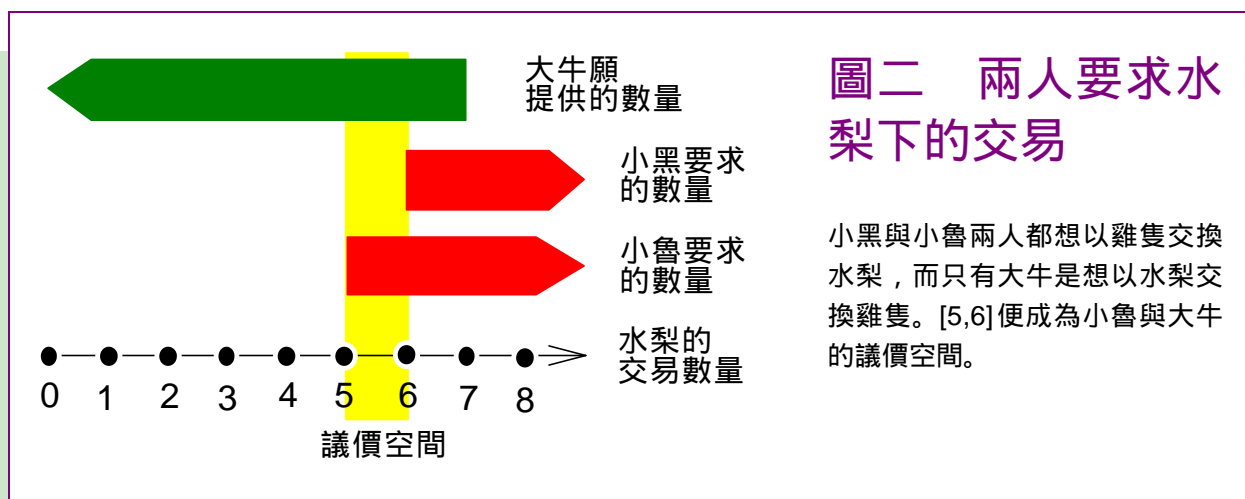
小魯要求一隻雞至少交換五個水梨，小黑最多願提供六個，而大牛最多提供七個。小魯與小黑的相互利得區為[5,6]，小魯與大牛的相互利得區為[5,7]。小黑的出現使他們兩人在[6,7]間完成交易。



如果這些資訊是三人都知道的，則小魯會試著與大牛進行談判。由於兩人都知道有小黑的存在，小魯可以要求交換六個以上的水梨數目；否則，他大可找小黑交易。我們已知交易能產生利得，故大牛為了不願失去分享這利得的機會，他會接受這一下限。大牛所能提供的水梨數目以七個為上限，否則他便不願交換。令 [6,7] 代表 6 與 7 之間所有實數的集合。於是 [6,7] 便成為兩人的議價空間。兩人如果達成協議，其交易條件會落在此區域內，如 E 點。

如果只有大牛與小魯而小黑還未出現，則他們兩人的議價空間自然是 [5,7]。故明顯地，小黑的出現使大牛能和小魯議價的空間由 [5,7] 縮為 [6,7]，而所喪失的 [5,6] 部份卻是大牛的「最愛」。由此可知，小黑的出現使大牛喪失了他與小魯談判交易條件的力量。在第二篇討論交易時，我們提過：相互得利區愈大或雙方的議價力量愈相近時，他們愈不容易達成協議。圖一顯示小魯與小黑的相互利得區為 [5,6]，小魯與大牛的相互利得區為 [5,7]。當只有小魯與大牛時，他們必須在 [5,7] 之間尋求一個雙方認同的交易條件。然而，如上所述，小黑的出現使他們兩人在 [6,7] 間完成交易。顯然的，小魯與大牛不必再去談 [5,6] 之間的交易。換句話說，小黑的出現不僅使大牛的議價力降低，還促成小魯與大牛間交易成本的降低。雖然小魯與大牛的談判或議價不一定能導致交易成功，但交易成本必然會降低。甚且，如果小魯與大牛不能完成在 [5,7] 內交易，則小魯與小黑一定也不能在 [6,7] 間完成交易。





圖二是小魯喪失部份議價力量的例子。圖中小黑與小魯兩人都想以雞隻交換水梨，而只有大牛是想以水梨交換雞隻。假設小魯所要求交換的下限仍是一隻雞換五個水梨，小黑所要求交換的下限是六個，而大牛所能提供的上限是七個。如果此資訊為三人所皆知，大牛會試著與小魯進行談判。由於兩人都知道有小黑的存在，大牛可以要求交換六個以下的水梨數目，否則他大可找小黑交易。小魯為了不願失去分享這份交易利得的機會，他會接受這一上限。於是，[5,6]便成為兩人的議價空間。同理，小黑的出現使得小魯與大牛不必再花費任何活動於[6,7]間的交易，即降低了兩人的交易成本。

上面兩個例子說明了：如果想以雞隻換水梨的人數由一人增為兩人時，則他們的議價力量會減弱而有利於擁水梨的人；同樣地，想以水梨交換雞隻的人數由一人增為兩人時，他們的議價力量也會減弱而有利於擁雞的人。同時，交易成本會因第三者的出現而降低，以至於使交易更能順利完成。以下本書將稱提供雞隻者為雞隻的**供給者**，稱想要交換雞隻者為雞隻的**需求者**。於是，上面的結論便可寫成：

當消費品的供給者人數增加時，他們相對於需求者的議價能力會減弱；當消費品的需求者人數增加時，供給者相對於需求者的議價能力則會增高。

在交易中，人數愈多的一方，其議價能力愈弱。因此，當一方只有一人時，他的議價能力將達最高峰，其原因是：他的交易對象們除了找他交易外，並無其他選擇。我們將稱只有一人的一方為**壟斷的一方**。任何交易者遇到壟斷的一方都會喪失部份的議價能力。上述兩例子都有壟斷一方的存在，其對方也都喪失了近一半的議價空間，但他們仍還保留些許的議價能力。

如果非壟斷一方的人數不斷增加，他們（指其中任一人）的議價能力會不斷下降。我國許多小貿易商在與日本大商社進行交易時，便常常出現「對方只有一家而我方卻有一群」的景像。自然地，我方（指其中任一家）只能保留住些微的議價能力。在面對壟斷的一方時，人數甚多的一方似乎只有組成單一的團體與之對抗，以爭取到較多利得的分配。然而，只要壟斷的一方只肯與對手中的一人達成交易時，這類單一的團體將因成員間競爭成為其交易對象而瓦解。

相反的，第7章裡探討的兩人交易是雙邊壟斷的交易。這也就是為什麼我們在那章特別強調交易的困難，以及交易條件的得來不易。經由本節對多人交易的討論，讀者大可安心的去交易；因為，現代市場裡的日常交易大致上買賣雙方的人數都多到可以將交易成本視為零。

市集的出現

在上一章，人們的交易是用以物易物的方式進行：如小魯拿雞交換小黑的水梨。在議價過程，他們是以水梨作為計算交易比例的單位，如「八個水梨換一隻雞」、或「九個水梨換一隻雞」。反過來，他們亦可以用雞作為計算交易條件的單位，如「0.125隻雞換一個水梨」等。如果新加入的大牛所帶來的商品不是雞也不是水梨，而是新的商品，如稻米時，他們彼此間的交易條件要如何計算？最直接的想法是：大牛和小黑會以稻米或水梨作為計算交易條件的單位；大牛和小魯會以稻米或雞作為計算交易條件的單位；小魯和小黑會以雞或水梨作為計算交易條件的單位。如果這個社會有一百人而每一個人都持一種新商品進入市場，那麼，每兩人之間都得談判出他們持有的兩商品間的交易條件。如果每人對每一種商品都有需求時，整個社會將近有五千次的交易（為 $100 \times 99 / 2$ 的大約數），而小魯一人也有 99 次的交易。就每一次的交易言，小魯需要先挨家挨戶去找尋持有他所要的商品並且願意和他交換的對象，找到之後又需花時間談判交易條件。雖然上一節提到，第三者的存在可以減弱雙方的議價能力而讓交易條件比較容易達成，但要去找到另一個持有他所要的商品並且願意和他交換的第三者仍需付出一些搜尋成本。

現我們假設每日中午時分，大家都會攜帶他所多餘的商品到村裡廟前的廣場上設攤，然後與人進行交易。這種「日中為市」的市集，顯然將大大地降低每一個人尋找交易對象的搜尋成本。搜尋成本的降低會使每一個人不敢再過度堅持自己所提的交易條件。換言之，搜尋成本的降低可使第三者能有效地扮演約制雙方過度抬價而妨害交易之完成的角色。這裡，我們要強調：扮演約制角色的第三者並沒有直接介入交



易雙方的議價過程，也未獲得雙方授與的任何權力，也未必會是雙方未來的交易對象。扮演約制角色的第三者只是雙方的一位潛在的交易對象而已。

另外，我們還要說明這個能降低搜尋成本的市集是如何出現的。他是否為聖人或政府所創設？還是由村民全體開會討論出來的結果？也許我們無法對此一古早的問題下斷言，但我們可從兩種角度來思考它的出現問題。首先，我們可以觀察一個新社區附近的市場（通常是由一些菜攤組成）是如何出現與成長的。其次，我們以不依賴聖人、政府、和村民全體開會等因素，而完全以個人對利益的追求為出發點，來試著建構一個能形成市場的說法。如果能成功，我們就並不需考慮要聖人、政府、和村民大會等影響個人選擇與行為的因素。

以下是一個經過簡單化後的故事：

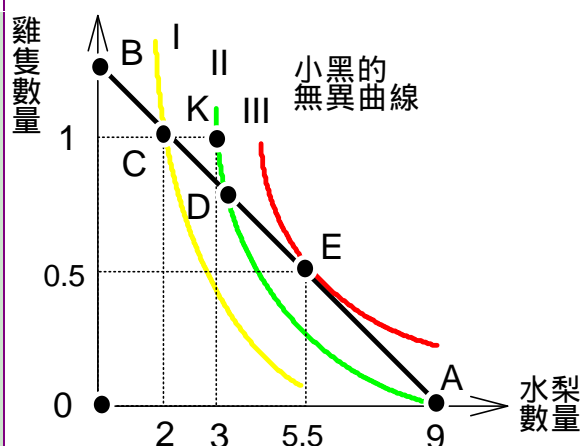
某日，小魯提著兩隻雞挨家挨戶找人交換其它商品。當他走到村子的大廟口時，遇到幾個進香的村民，他們向他詢問雞隻的交易條件。雖然這幾個進香的村民並沒攜著他們所多餘的商品，但交易條件還是談成了。小魯便跟著走到他們家中去取所要交換的商品。這一次交易使小魯發現提雞到大廟口找人交易的效率較挨家挨戶的方式好。第二天，他便選擇大廟口為他賣雞的地點。

小魯選擇大廟口的決定是經過計算而得的，而他之所以會考慮到大廟口則是偶然中發現到的。如果往後連續幾日他在大廟口並未賣出更多隻雞的話，他會選擇其他地點或再度挨家挨戶賣雞。如果連續幾日他在大廟口賣雞的成績都還不差時，他便會選定大廟口作為他往後賣雞的固定地點。

小魯在大廟口賣雞的事實與成效會很快地由香客傳到每一個村民。於是，在村民尋找交易對象時，「到大廟口買賣」便成了與挨家挨戶方式並立的選擇對象。開始時，需要量較小的消費品會先在大廟口出現，如各地

海耶克 (Friedrich A. von Hayek, 1899-1992)

奧地利學派的學者有一共同的特徵：長壽。這使得海耶克不但著作等身，還親眼看到他早預期到的共產主義的破滅。出生於維也納，納粹期間移民英國，二次大戰後又轉赴美國，1977年海耶克回到德國。他可以說是二十世紀裡的自由之鐘，一生都在宣傳自由主義。1974年，海耶克榮獲諾貝爾經濟獎。他在經濟學與政治哲學上的貢獻恐怕很難再有人能望其項背。民國六十年代裡，受業於奧國學派的蔣碩傑與施建生兩位名教授曾遠赴維也納邀請他訪問台灣。他的三度訪華無疑的鼓勵了一些台灣學者在追求自由上的執著。邢慕寰院士與林毓生教授也曾在芝加哥大學親受教誨。



圖三 小黑以水梨交換雞

A點是交易前的持有量，效用水準為II。AB線表示交易條件。如果雞隻不能分割，在面對A點與C點的選擇下，他會選擇A點，並退出市場。如果雞隻可以分割，他會選擇E點，效用提升到III的水準。

藥材、南北貨等，因此類消費品以挨家挨戶方式售出的成本較大。想想看，載著一大包貨品轉走四方還是滿累的，擺攤則不同。隨著在大廟口賣貨的人數的增加，一些想要購買消費品的人自然地會走到大廟口逛逛看。隨著到大廟口買賣貨物人數的增加，個人到大廟口完成交易的機會自然也增加。相對於挨家挨戶推銷的交易方式，到大廟口做買賣的交易方式更可以增加利得。於是，當人們想要找尋交易對象時，便會以大廟口為優先考慮的地點。大廟口的市集於是形成。市集的出現降低了人們挨家挨戶尋交易對象的成本。

需求與供給

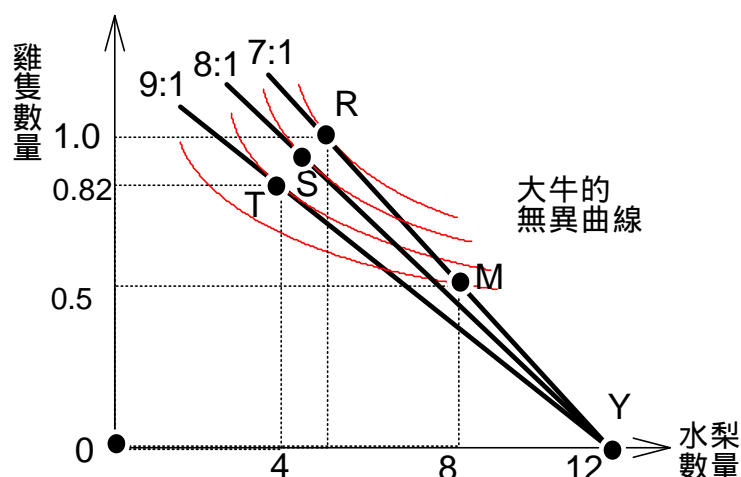
在前兩節裡，我們分別介紹了交易成本如何隨交易人數的增加以及市集的出現而降低。當然，交易成本只是降低而已，並未完全消失。但為了避免重複，以下僅考慮交易成本為零時的交易活動情形。我們的主要目的在探討個人與整個市場對消費品的需求與供給的概念，以及市場價格是如何出現的。在此討論範圍內，市場價格的出現必然表示交易已完成；因此，無論交易成本多大，它都還不至於阻礙交易的順利完成。

讓我們再回到圖一。在上節，小魯和大牛進行交易；小黑雖想以水梨換雞，但他所提的交易條件並不被小魯所接受。小魯一旦找到大牛交易，小黑只好退出市場。若我們假設雞與水梨都可以無限切割，小黑是否必定要退出市場？不會的。讓我們以左頁圖三說明。



圖四 不同交易條件下大牛的選擇

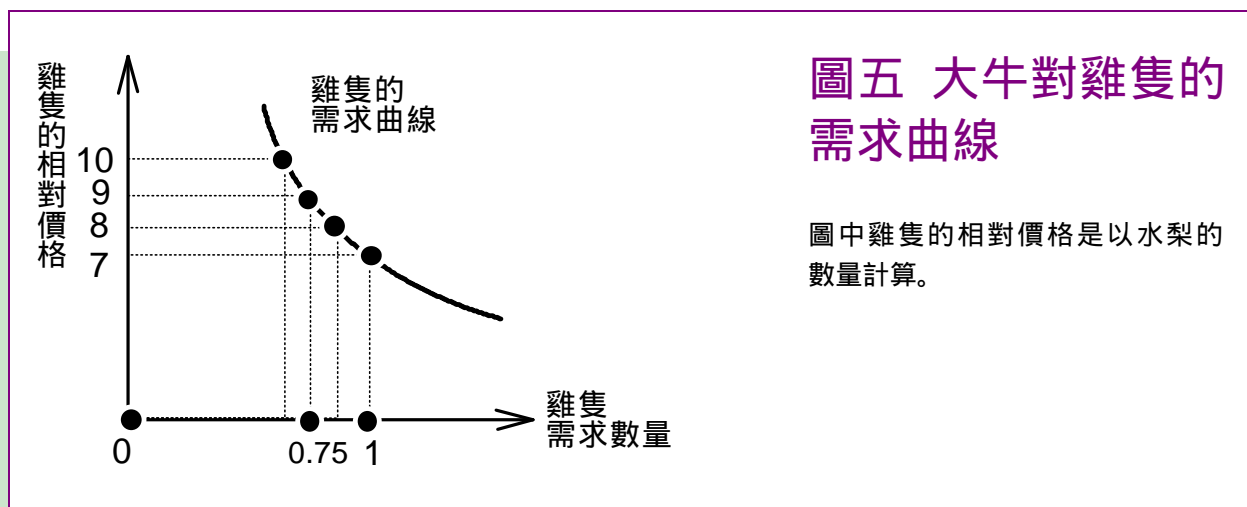
假設大牛的原持有點為Y，在7:1的交易條件下，大牛會選擇R點。若交易條件調整為8:1，他會選擇S點。若交易條件調整為9:1，則選擇T點。



假設圖中的 I, II, III 表示小黑對雞與水梨的無異曲線，且 A 點(九個水梨但沒有雞)是他交易前的持有量或消費組合，則他交易前的效用水準為 II。為了換得雞且不讓自己交易後的效用降低，小黑會選擇 K 點為最起碼的消費組合點。即：以六個水梨換取一隻雞。假設小魯與大牛的交易條件為七個水梨換取一隻雞，即圖中 AB 線所表示的交易條件。如果小照他們的交易條件去換一隻雞，則交易後他的消費組合會落在 C 點，或效用為 I 的無異曲線上。顯然地，他的效用會降低。如果雞隻不能分割，小黑在面對 A 點與 C 點的選擇下，他會選擇 A 點，並退出市場。但如果雞隻可以分割，在 AB 線上的 D 點與 E 點都是小黑可以和小魯進行交易而且不損及自身利益的消費組合，其中以 E 點可以讓小黑的效用得以提升到 III 的水準。在 E 點，小黑以 3.5 個水梨以 7:1 的交易條件和小魯換 0.5 隻雞。

當小黑以 3.5 個水梨以 7:1 的交易條件和小魯換 0.5 隻雞後，小魯只剩下 0.5 隻雞可以與大牛交換。但在 7:1 的交易條件下，大牛想交換一隻雞。小黑的加入使大牛無法換到一隻雞；換言之，大牛的效用將下降。於是，大牛面臨兩個選擇：以 7:1 的交易條件和小魯交換 0.5 隻雞，或改變交易條件以換取更多的雞。現以圖四說明。圖中假設大牛的原持有點為 Y，在 7:1 的交易條件下，大牛會選擇 R 點。假設大牛將交易條件調整為 8:1，則為了要爭取到更多的交換機會大牛會選擇 S 點。若交易條件調整為 9:1，大牛會選擇 T 點。在下頁的圖四中，我們看到：隨著交易條件的改變，大牛願消費的雞隻與水梨的數量在下降。但只要其效用仍大過以 3.5 個水梨交換 0.5 隻雞的 M 點的效用，他就會願意繼續改變交易條件。當交易條件由 7:1 調整為 9:1 時，大牛換取一隻雞的條件由七個水梨提升為九個水梨，其交易條件惡化了。大牛的交易條件

惡化的意義是：如果以所需要犧牲的水梨數量去取得一隻雞，大牛所需雞的相對價格增加了。



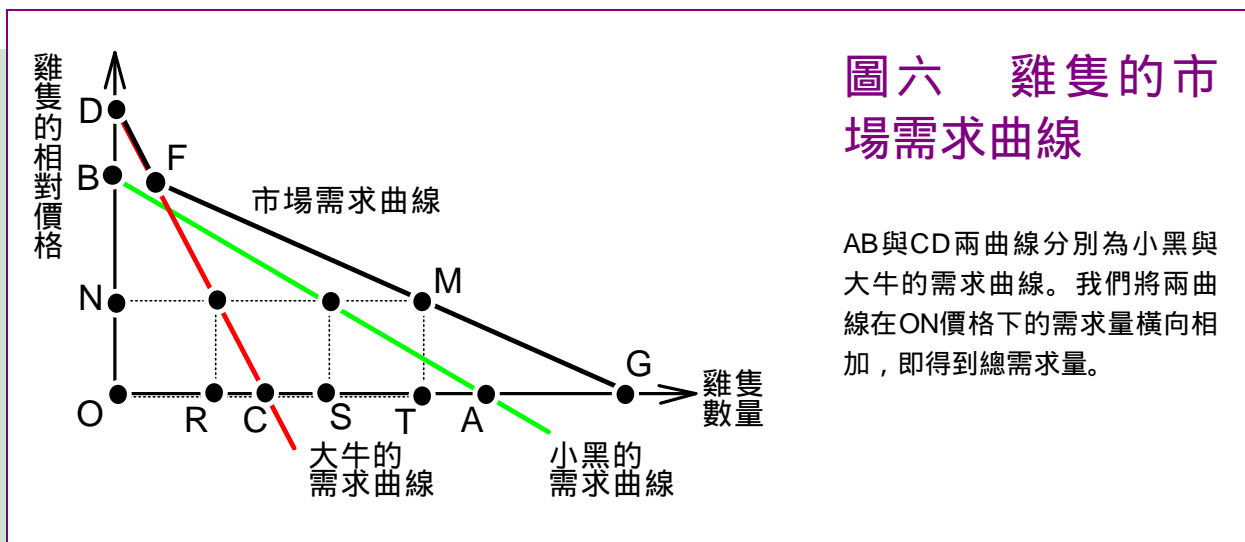
再回到圖四，當雞的相對價格提升時，大牛的消费組合將由 R 點移到 T 點，其對雞隻的需求數量減少了。圖五以雞隻的消费數量為橫軸，並以雞隻的相對價格為縱軸。根據上述相對價格與需求數量的討論，我們可畫出一條負斜率的曲線，稱為雞隻在相對價格下的需求曲線，或簡稱需求。需求線是負斜率的；一般稱此現象為需求法則。我們必須提醒，這個法則並非沒有例外。它只能做參考用，而不必去熟記；更詳細的分析則不在此課程內解說。

值得再提的是，以上的需求概念是在交易成本為零的假設下所推導出來的。當交易成本不為零但又不致大到使交易無法發生時，以上的需求概念仍可以無誤地引用。不過，要小心些。在交易成本的考慮下，一個人提著菜籃去市場買菜時，它可能要詳細檢查市場裡雞的新鮮度。換言之，它所付出的不只是雞的價格，還包括車資以及檢驗雞的時間。考慮這些總付出後所得到的需求量，才能畫在圖五中。也就是說，考慮交易成本後的需求線應該落在圖五中的需求線的左邊。由於需求法則的特性，我們可知考慮交易成本與否只會影響到需求曲線的位置，而不至於影響其性質。這也就是為什麼我們可以逕行假設交易成本為零的原因。

圖五是大牛對雞的需求曲線，同樣地，我們也可以導出小黑對雞的需求曲線。假設兩人的偏好不同，原持有的水梨數量也不同；因此，他們在同一個雞隻的相對價格下對雞的需求量也不會相同。於是，在圖六中我們令 AB 與 CD 兩曲線分別為小黑與大牛的需求曲線。當雞隻的相對價格為 ON 時，小黑的需求量为 OS，而大牛的需求量为 OR，兩人的總需求量为 OT (令 $OT=OS+OR$)。於是，我們將兩曲線在 ON 價格下的需求量橫向相加，所得到的 M 點即是兩人在雞隻的相對價格為 ON 時的總需求



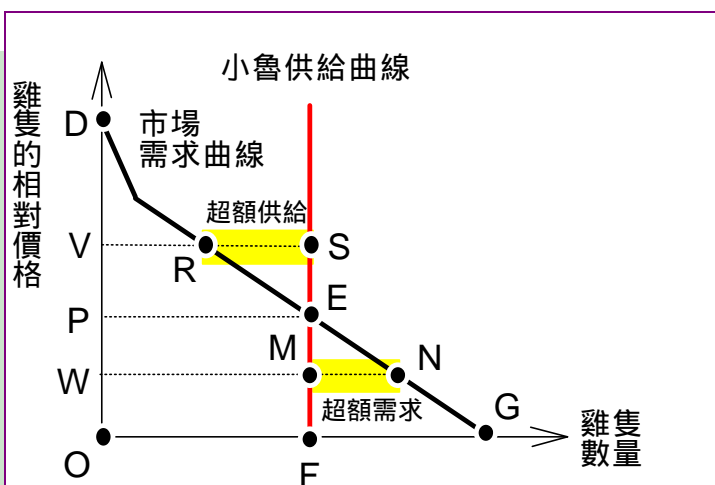
量。如果我們對所有的相對價格都導出兩人的總需求量，則將這些點連起來求出兩人對雞的總需求曲線，即DFMG曲線。全部參與市場交易的個人對雞隻需求的總需求曲線稱雞隻的市場需求曲線。由於個人的需求曲線都是負斜率，故橫地相加所得的總需求曲線必定也是一條負斜率的曲線。負斜率的總需求曲線表示：當雞隻的相對價格上升時，兩人對雞隻的總需求會下降。至此，我們導出了兩人對雞隻的總需求曲線。



圖六 雞隻的市場需求曲線

AB與CD兩曲線分別為小黑與大牛的需求曲線。我們將兩曲線在ON價格下的需求量橫向相加，即得到總需求量。

假設小魯仍是唯一的雞隻供給者，再假設他固定地想提供一隻雞。由於不論雞隻的相對價格為何，小魯都僅供給一隻雞，故我們可於圖七中劃一條於F點（表示一隻雞的數量）與橫軸垂直的直線以表示小魯的供給情況。我們稱此為小魯的供給曲線。由於假設市場的雞隻僅有小魯一人在提供，故小魯的供給曲線也就是市場供給曲線。於是，圖七中我們可同時見到對雞隻的市場供給曲線、市場需求曲線、及兩線的交點E點。對應於E點的雞隻相對價格為OP。底下，我們將說明：當雞隻價格調整到



圖七 市場均衡

對雞隻的市場供給曲線與市場需求曲線交點E點。對應於E點的雞隻相對價格為OP，市場需求量剛好等於市場供給量。

OP時，市場需求量剛好等於市場供給量。我們稱此時的價格為雞隻的市場均衡價格，並稱此時的交易量為雞隻的市場均衡交易量。

市場價格的決定

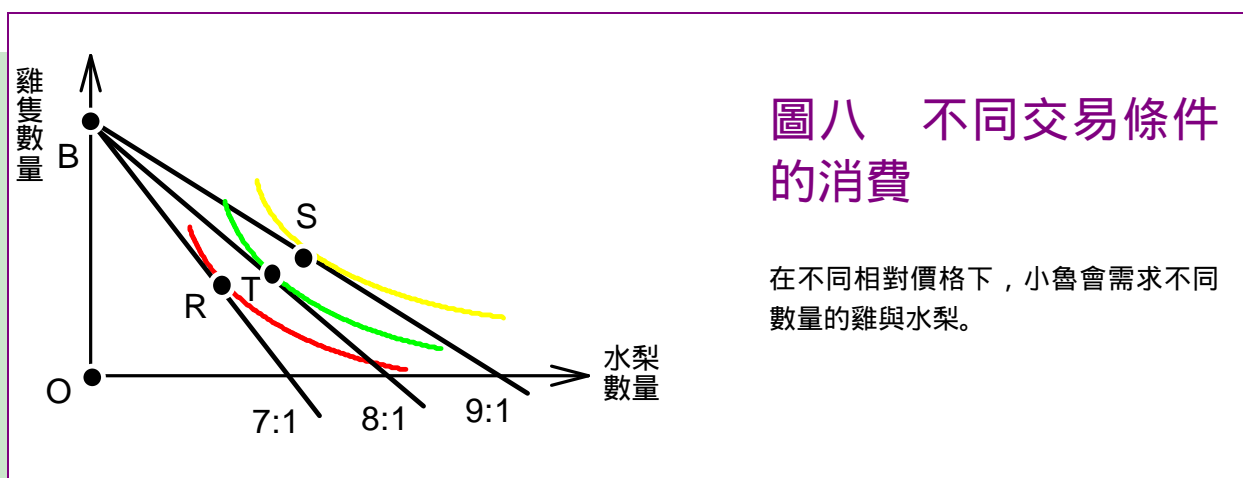
上節提出了兩個名辭：市場與市場均衡。先說市場。在習慣用語中，市場所指的是買賣雙方進行交易的場所，如菜市場、夜市場、股票市場等。我們常會聽到：「今早去過菜市場了沒？又漲價了！」、「要不要去士林夜市？」在這種對話裡的市場，其第一層意義是場所。但說話者想要表達的主要意思，並不僅指要到那些場所，還包括在該場所進行交易。因此，市場的第二層意義是交易行為的總稱。因此，本書將把買賣的雙方、雙方進行交易的場所、雙方的交易物、雙方達成的交易條件等總稱之為市場。於是，市場均衡所指的便是買賣雙方已達成協議時的市場狀態。此時，想賣者已找到買者而想買者也找到賣者，雙方都不再進行議價；他們正準備交貨、也正欲離開。

現在，讓我們說明為何 OP 是市場均衡價格。假設現在的相對價格是 OW；那麼，市場會出現什麼情況？由圖七可看到，在相對價格是 OW 時，兩人對雞隻的市場需求量是 WN，大過小黑的供給量 WM。當市場需求量大過供給量時，我們稱市場存在著超額需求。發生超額需求時，有部份的需求者買不到他們想要的數量。於是，就如上述的大牛，他會為了多取得交易的利得而提高雞的相對價格。當相對價格由 OW 逐漸上升時，由圖可以看到超額需求會減少。故只要有超額需求存在，相對價格便會上升，直到超額需求消失為止。當相對價格是 OV 時，兩人對雞隻的市場需求量是 VR，低於市場供給量 VS。當市場需求量低於市場供給量時，我們稱市場存在著超額供給。發生超額供給時，有部份的供給者賣不出他們想要賣的數量。於是，供給者便會降低雞的相對價格，直到超額供給消失為止。（請讀者試加說明。）故只有在相對價格是 OP 時，市場對雞隻的需求量剛好等於雞隻的市場供給量。此時市場沒有超額需求，也沒有超額供給；所有的需求者都買到他們想要的數量，且所有的供給者也都賣出他們想要賣出的數量。這便是我們定義的市場均衡。

以上對市場供需與價格決定的介紹雖然簡略些，卻比較容易明瞭。但是，它也有一個嚴重的缺陷亟待圓滿解決。如我們所介紹的，交易的完成是雙方的。在以物易物的交易裡，任何一方同時是買方也是賣方。如例中所示，小魯與小黑的交易裡牽涉到不只是雞，還有水梨。當交易完成時，必然的，不僅雞的市場不能有超額供給或需求，水梨的市場也必須達到均衡。圖七中小魯的供給量並不會因為價格的變動



而改變。這是一個可能留下誤導印象的權宜分析。在明瞭市場均衡與價格決定的意義後；我們將圖七修改為圖八以免造成誤導。



我們再重新檢討小魯的問題。圖八中顯示小魯原有一隻雞；同時，在不同相對價格下，小魯會需求不同數量的雞與水梨。這個結果是由於我們假設小魯喜歡多樣的消費，一如小黑與大牛。隨著價格線或交易成本的改變，我們可以在圖中看到：扣除自己對雞的消費後，小魯所提供出來賣給小黑與大牛的雞的數量會改變。這個改變其實在圖四中也可看到；小黑與大牛所提供出來賣給小魯的水梨數量是由 Y 點向左量度的。對照、比較此二圖，我們可以發現當雞的相對價格增加時，小黑與大牛的需求量降低，而小魯的供給量增加。雞的相對價格增加也就是水梨的相對價格降低。此時，小魯對水梨的需求量增加而小黑與大牛對水梨的供給量減小。換言之，兩商品相對價格的上升或下降對於此兩商品供需量的影響剛好是相反的。當雞的價格過高時，雞市場裡會有超額供給；此時，水梨的價格過低而發生超額需求。交易的完成必然是賣雞者買到水梨，買雞者賣出水梨，且買與賣的水梨數和雞數都相等。換言之，市場均衡並非針對某一種物品的交易狀態做描述，而在描述各種不同物品都同時在交易中達到買賣結清的狀態。

市場的功能

一件消費品所能帶來的效用必然是消費者自己的主觀評價。在交易過程中，為了獲取利得，必須放棄對方所需求的東西才能得到自己所需求的消費品。這一來一往的

物物交換是出於自願的，所以交易完成時雙方必然都得到利得而提升了效用。從這個角度而言，市場的最主要功能就在提供使人與人可以透過交易而完成互利的結果。

當小魯提著雞到廟口去賣時，他並不一定知道別人會需求他所擁有的雞。小魯只是嘗試去詢問或叫賣。只要他在叫賣所花費的時間、精力以及他透過交換而得的消費品，能夠提升他的效用，則他會不時的出現在廟口以賣雞維生。需求雞的人觀察到小魯日復一日的在廟口擺攤，自然也就會來此購買。人是會模仿的。小魯的交易行動會帶給旁觀者或道聽途說者一些啟示。賣香燭、金紙的人，賣旺旺仙貝的人，甚至於賣米粉、貢丸或紀念品的人也都會比照小魯的行動到廟口經營買賣。台灣常見的廟口攤販與夜市都是這樣子形成的。進一步，街上出現整排的書店、傢俱店、五金行、藥材、乾貨行等等。

市場形態是變化萬千的。重要的是，沒有一種市場是由政府官員指定、設計才形成的。孟格、米塞斯、與海耶克等奧國經濟學派的學者最早發現人類的市場是如同語言、文字、風俗習慣的自然長成的秩序。只要沒有外力的強迫禁止，自為的人可以在追求利得之中自行組織市場完成互利的交易。在自由交易的市場裡，所有的交易都是雙方共同肯定的。因此，自由市場裡是不可能出現馬克思所稱的階級剝削。只有當武力與經濟力結合時才可能有剝削的現象。但是武力的存在與威脅正隱含了非自願的行動。自由市場是不該被排斥的，該排斥的是武力的強迫、威脅。

需求與評價都是個人主觀的意念；只有行動或言語才能使這些意念反映出來。一個人並不能直接觀察別人的主觀意念；他只能觀察那些可以直接被觀察的客觀行動。一個人在對客觀行動做了觀察之後自然會形成其主觀的評估。在觀察、評估後，他必須權衡、計算才能決定自己的下一步行動。他的行動遂又成為別人的觀察對象。於是，人與人之間的互動就發生了。市場交易的過程正是一種人與人之間的互動表現。在交易完成的一刻，雙方決定了交易的條件。這些條件可能包括價格、交貨方式、地點與時間，以及貨品的檢查、驗收等等。這些是可以觀察的資料；大牛也可以觀察到小魯與小黑的交易條件，且他們的觀察結果是完全相同。所以，交易條件是客觀的資料。顯然的，這些客觀資料可以提供下次再交易的參考，也可提供給其他有興趣於此種交易的人為模仿的資料。市場的另一功能就在使每個人的主觀評估透過行動上的互動而形成可以客觀地呈現出來的資料。

假如說每一個人的心中各有一把尺來衡量消費品所帶給他的效用，形形色色各有不同的人的心中之尺並沒有共同的刻度。同樣是檳榔，有的人完全不能接受，甚至於旁人嚼檳榔就令他噁心，卻又有人樂此不疲。換言之，這些人心中對檳榔的衡量尺度並不相同。當交易條件是一隻雞換十個水梨時，這個客觀資料是每一個人能用同樣尺度衡量到的。對水梨評價較高的人，可以在觀察此資料後成為買方而得利；相反的，對水梨評價較低的人，可以在市場中以此交易條件賣出水梨而或取利得。



不論此交易條件是高或低，人都可以透過此清晰的客觀資料做出交易與否的適當決定。換句話說，**客觀交易條件**的資料可以幫助人減少相互猜測主觀評價的心血，即付出較少的交易成本而完成交易。由此，我們可以知道主觀的個人可以透過市場完成評價的交會而使客觀結果呈現出來。這是市場交易的功能。

如前所述，完成交易前必然要有打探、詢問對方是何人或賣何物、討價還價、檢查商品等行動。守株待兔、以靜制動就表示沒有行動。如此是不能發現對方有何需求，也不能瞭解自己有何可以提供交換的。市場交易需要雙方採取行動，不論誰先誰後。在行動之前，個人擁有的客觀資料是極其有限的。所以，在試探行動中，個人所依據的不過是很粗糙的主觀評斷。隨著雙方的互動，可以觀察的資料就增加了。於是，雙方的主觀評斷就愈來愈**精確**。當精確到可以自交易中都得到利得時，他們的交易就可完成。試探並不一定能夠得到希冀的結果。但，只有去試探才會有所發現。也只有經過試探，才能檢驗自己對別人的主觀評價猜測是否正確。依此而言，市場正如**海耶克**所說的，是**提供商品、發現需求與技術、散布訊息**等功能的場所。經過交易完成與否的檢驗，試探活動終究可以證明個人的實驗是否成功。

每一個人的主觀評價都有所不同，也只有他最清楚自己的評價。因此，關於各個人的評價資訊是不可能由中央來操縱、來協調的；中央的官員並沒有這樣的資訊。人與人之間必須要經過前述的試探、互動才能傳遞出這些訊息。從此角度而言，市場是協調分散於各個人的種種資訊的最有效辦法。儘管個人是自為的、主觀的，分散的資訊在交易的互動中形成了客觀的資料。客觀的資料可以在市場中進一步的提供再發現、再散布、再檢驗的機會。以電腦為例，當客觀資料顯示成交價為40,000元台幣時，微碁公司著手進行改進電腦零件使其具有更高的能力，或以更少的因素支出生產同樣的電腦。當然在進行這項改進計劃之初，微碁公司的工程師只不過主觀的認為可以一試。它的嘗試是主動的。它的主觀必須受到市場中消費者與其他**同行**的「**檢驗**」。成功的實驗帶來利得；失敗也會產生另一客觀資料並啟動下一回合的實驗。在這成功與失敗之間，追求自利的微碁公司也就提升了製造技術。所有的這些實驗活動，不是中央政府可以宣布成功與失敗的。失敗或成功只能在市場中檢定出來；因為，只有市場才能提供協調、發現、散布訊息的機會。也只有市場中，客觀資料才會井然有序的脫離散亂的主觀意念，並呈現出來為各個人所利用。

自由競爭的市場經濟



關於市場的諸多功能，我們已經在前節做了簡單扼要的介紹。這一節裡，讓我們再就自由競爭的市場經濟的真義作一澄清。

共產主義與集體主義學者通常在分析社會裡的現象時採取階級、階層等分類來進行研究。在他們的研究裡，社會現象正反映出社會階級間的矛盾與鬥爭。封建社會裡的悲慘世界是由於封建地主對農民的壓榨；工業化社會時所發生的失業在他們的眼中也是大資本家對勞工的剝削。儘管馬克斯、恩格斯未嘗不如其他學者一般的具有悲天憫人的胸懷，他們的分析卻帶給人類嚴重的觀念混淆。除了在第8章所介紹的個人與社會分析角度的不同外，這一節裡我們強調鬥爭與競爭的不同意義。

從市場經濟裡的分工合作現象為出發點，我們立刻可以知道社會階級的劃分、歸類、與分析是大有疑問的。地主擁有地，而未必能夠生產穀物。鐵路公司的資本家也未嘗不需要自屠夫手中獲取肉食。擁有知識的教員，也必須仰仗目不識丁的販夫走卒。即使是知識淺薄、毫無生產工具與資本的娼妓，她也可以與人買無易有。換言之，每一個社會階層、社會階級裡的各個人，他**同時具有**生產者與消費者的身份。複雜的社會組織只不過是外觀上的複雜。當我們以個人為觀察時，每個人都如小魯、小黑般的致力於不同的交易以改善自己的福祉。如我們所論述，小魯與小黑所追求的是合作的關係。他們需要合作才能完成並獲取合作利得。合作的障礙、或交易成本是有待雙方共同去克服的。因此，合作障礙的存在並不表示交易雙方之間存在著矛盾、鬥爭的關係。

米塞斯早就注意到每個人既是消費者也是生產者。他批評其他新古典學派經濟學家任意將參與經濟活動的**單位**區分成生產者或消費者，並主張以個人的生產角色、消費角色取代。如果生產者與消費之間的關係如社會主義學家所指的是矛盾的、鬥爭的，則集生產消費於一身的各個人不就是矛盾的、鬥爭的？為了克服起因於二分法所造成的困難，**馬克思**與其追隨者於是創出「**異化**」這一概念將人的自主意志能力從人自身分離，以避免他們以自己的左手來對付自己的右手。在分工的交易經濟體系內自己生產的東西並非完全為自己所用；任何一個生產者都是其他消費品的消費者。為了在以物易物的市場下取得這些消費品，他必須讓自己的生產品為對方所喜愛。在貨幣交易的市場下，他則必須先把自己生產的東西銷售出去，換得貨幣，再以貨幣去購買他想要的東西。如果他無法順利地將他生產的東西銷售出去，他便無法取得貨幣去購買他想要的東西。因此，為了使交易對方喜愛他生產的東西，他必須講究生產的技巧與減少交易中耗費的支出。

在現實的世界中，我們偶爾也會買到不堪使用的商品，而深有受騙的感受。此刻，用「**剝削**」兩字去形容這些惡廠商的行為並不為過。然而，這並不等於是說生產者與消費者之間存在著剝削與被剝削的本質。在小魯與小黑兩人合作開農場的例子裡，如果小魯不敢捉菜蟲而由小黑負責捉時，小黑可能也會故意表現出捉菜蟲不容



易而偷懶的現象。如果小魯在他分配到的耕種工作上盡心盡力而小黑捉菜蟲時卻偷懶，可不可以說小黑剝削了小魯？如果可以將兩人合作中可能發生的不利互動行為稱為剝削，那麼，剝削就非是「階級對立」的本質。在此定義下，剝削存在於對立階級間，也可能存在於同一階級之內。進一步，有人這樣辯駁：「同一階級之內可能會出現剝削行為，但非必然；但在對立階級間，剝削行為的出現則是必然的？」對這樣的論點，我們只要隨意在周遭找幾個「對立階級」有合作而無「剝削」的例子，即可否定其必然性的說法。

我們想進一步指出：這些「剝削」行為之所以出現，是起於市場的競爭不夠，而非市場存在競爭所引起。市場競爭是生產者與生產者之間的互動行為，不是生產者與消費者之間的互動行為。生產者與消費者之間的關係是交易；交易是兩方合作的行為關係。故，生產者與消費者之間不存在競爭，更無鬥爭的關係。何以競爭不足的市場裡會出現「剝削」的行為？讓我們以沙拉油市場為例。消費者是否會遭受到豆統公司藉生產豆統沙拉油以實現其「剝削」目的？這當然可能，但是只有在以下的諸條件都滿足時才可能：豆統公司是沙拉油的獨家生產者或與其他生產者之間已結成一氣、消費者對沙拉油的需要已強烈到非其他油品所能替代、外國沙拉油被禁止輸入或被課以高關稅、國內的其他財團即使看到豆統沙拉油的豐厚利潤仍對進入此市場無動於衷等。這些條件都並非與市場本身有任何關連。侵害市場經濟競爭而造成「剝削」之所以會出現的最終原因在於，市場的經濟競爭本質遭受到非經濟力量的破壞。

讓我們再以小魯、小黑的例子說明經濟競爭的意義。如前節所述，大牛的出現使得小黑不再享有獨賣水梨的地位，或小黑也賣雞而使小魯喪失獨賣雞的地位。我們曾經論述當買方人數增加時，賣方的議價能力就會增高；相反的，當賣方人數增加時，賣方的議價能力就會降低。無論何方議價能力降低，第三者的出現總能降低交易成本而使交易更容易完成。從這個觀點而言，不論買方或賣方的進入都能使相關者更能完成交易而增加福祉。然而，單以小魯而言，小黑的出現賣雞卻使他的效用降低了；或以小黑而言，大牛賣水梨時也使小黑的效用降低。如果我們單單注意買賣的一方，則他們的同儕之間可能存在著競爭的關係。記得，同儕的出現會降低交易成本，且交易成本可能過大而使交易不能完成。換言之，只有在確定同儕缺席下仍可完成交易，我們才能說買賣的一方裡存在著競爭的性質。

自為的小魯可能會運用脅迫的方法來阻礙小黑前來競爭賣雞。大牛也可能製造陷阱讓小黑不能順利的把水梨運給小魯。這些是競爭者之間的常用鬥爭手段。不論是何人採用何種脅迫手段，它的後果是市場中減少了參與者。它有兩個後果。第一，市場其餘的人的交易成本會增加；第二，市場中的勝利者並非以經濟生產力獲勝而是以武力獲勝。其流弊所及就是在市場外另有最後的武力檢驗。顯然的，武力的征服徒然將



可用來提升福祉的資源浪費在武力工具的生產與奪取。所以，經濟學家所主張的自由競爭不是無限制、無條件的競爭，而是排除非自願的、武力脅迫的競爭。這個經濟競爭只能在市場中以提升生產力、降低交易成本為之，而不能在此以外用強迫力為之。因此，自由競爭的市場經濟的真義在於保障任何人進出市場的權利。只有在此保障與相關的司法執行下，市場經濟才能維持單純的經濟競爭而使人人可以在交易中得到最便宜的消費品。記得，每一個人都是消費者，同時只有消費才能帶來效用；生產只不過是手段。因此，保障生產的進出就是保障消費者，也就提升了每一個人的效用。

如前所述，小魯或小黑在面對競爭關係下會採取行動來排除競爭。在民主國家裡，他們的手段並不必須是武力的，而可以是訴諸於政治力的。民主代議制度下，政策的決定是由代議士票決。這個客觀的制度是現代的小魯、小黑所共知而可以組織利益團體來影響政策的制訂。代議士也不免是自為的人。在此制度下，市場經濟固然可以排除武裝脅迫力，卻仍受制於政治力，而未能真正的達到完全的自由競爭境界。從各級民意代表經營砂石、營造公司，到經營KTV、餐館，以至於坐上企業或基金會的董監事席位，這些現象反映出來的是以政治實力而非經濟實力去鞏固與拓展自身的利益。不僅於此，他們甚至於在公共預算與法律制訂方面受到利益團體的關說，而生產出專對某特定對象有利的經營條件。這些傷害不止在經濟上造成不平等競爭與交易成本的增高，更埋下政治不平等與爭亂的禍根。

真正的自由競爭是排除武力與政治力的經濟力競爭。在這種競爭下成敗取決於市場的檢驗。凡是在生產技術或是交易制度上能夠有新的發現並為市場所肯定的，必然能夠增進所有人的消費及效用。因此保障自由競爭的市場經濟方法並不困難，只須保障民間的自由競爭參與權利。民代的關說與廠商的武力脅迫都必須接受法律的制裁。在這種角度裡，現今社會所出現的公平交易法、消費者保護法與其相關的政府與民間機構，都值得認同自由競爭市場經濟制度的各個社會階層人士再深思。因為，這種現象正代表司法體系並不能保障消費者的權益，也不能保障生產者間的公平經濟競爭。更值得仔細檢討的是，由國家的行政手臂去保護消費者與生產者是否是較好的辦法？為什麼要捨司法而以行政來製造更多的問題呢？當然，對於那些有志於行政權的司法人員，他們的利益正在結合立法、司法、行政於一身。這是現代民主政治下，自由競爭的市場經濟制度所面臨的最大威脅。記得，新的產品技術與新的管理、交易方式是要靠發現、實驗、散佈、檢定的過程才能肯定的。這個過程裡處處分散的訊息要由市場中的各個參與者經過自願的、共同的肯定才能串聯起來成為提升各個人福祉的自然長成的秩序。神權、君權以至於行政權或民代權都是中央的人為設計；他們只有程度上而無本質上的不同，都在以非經濟力來擴展自己的利益。



如上所述，真正自由競爭的市場經濟是要排除政治與武力的脅迫。但是政黨也需要財源才能得以維生。它可以募款、徵求義工或黨員的效命。它可不可以經營企業賺取財源呢？在自由進出的觀點下，這個答案顯然是肯定的。任何政黨可以在政治力的範圍內從事政治競爭，也可在經濟力的範圍內從事經濟競爭。競爭者不怕多、只怕少；重要的是，競爭的手段必須嚴格的界定。只有在經濟競爭不受政黨威脅或控制時，自由競爭的真諦才能實現。所以當前社會無須辯論於公營事業、黨營事業的適當性，而應將精力專注於司法對自由競爭保障的實際執行力。一旦此保障臻於健全時，黨營、國營、省營、市營企業的存在就表示它們經過市場的檢定而屹立不搖。換言之，市場裡的生產組織未必要一成不變的以民間營利為主要的公司形式出現。這個時候的上述組織不就是以類似公司或合作社的某種形態發揮其功能的嗎？市場不是人，它不會也無以排斥這種組織形態。實際上，市場裡充滿因時、因地、因人而異的生產各種不同財貨的組織；它們都能降低合作的交易成本。「日無私照，地無私覆」，自由競爭的市場正是如此。

分組討論

1. 有人說：追求經濟自由化，就是要將公營事業民營化，例如：賣出三商銀的官股。此言為真？為偽？請討論。
2. 請找出兩個你認為很難區別是「自願交易」還是「非自願交易」的例子，並說明你區別它們的根據。
3. 有學者言：自由競爭的目的是在使社會的資源能夠有效率的分配。請加以討論其真偽。
4. 請實地採訪一個市集，詳細記錄它的出現、成長的過程。
5. 自由市場理的價格是否會隨需求者的人數之增加而增加？又，其價格是否會隨供給者的人數之減少而增加？請加以討論。
6. 在「公平交易委員會」成立之前，政府曾推行不二價運動；該委員會成立之後，則取締商家聯合訂價。請問，這兩行動哪一項干擾市場？還是兩者？請說明。
7. 經濟部決定開放民間興建與經營電廠，以彌補電力之不足。新的辦法是將分配40%的電力生產交給民間經營。請問這樣的政策是否合乎自由競爭的真諦。

