

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：江炜烨

学号：1800011034

学校院系：北京大学 工学院

提交日期：2020 年 12 月 16 日

## 小组作业中“搭便车”现象的经济学分析

经济学中的“搭便车”一词，可以泛指一切付出极低成本却通过坐享他人成果获得较高收益的行为。当代社会中处处存在着“搭便车”问题，而对于大学生而言，小组作业中的“搭便车”现象更是让人深恶痛绝。本文将尝试从经济学的角度对其追本溯源、分析其福利影响，并提出可能的解决措施。

要想具象化地研究小组作业中“搭便车”这一问题，我们首先需要有一个可量化、易操作且与真实世界尽量贴合的经济学模型。一种可能的构建方式如下：在一次小组作业中同组所有成员获得相同的作业成绩，组内讨论后大家同时得到任务，且面临相同的截止期限，因此在完成自己的任务前无从得知其余成员是否出力。课程结束后，各成员不会再进行合作（这对通选课很大程度适用），因此“搭便车”的后续附加影响可以视作 0，大家只关心当期的效用最大化（这里先不考虑搭便车者受到的良心谴责）。

对每一位成员而言，由于边际收益递减，其他人投入的精力越多，自己出力带来的额外收益（分数增加）就越少，越难以弥补出力成本。因此在较高的总体投入水平下，偷懒可能成为其最优选择。但由于很多成员同时偷懒会大幅拉低小组的分数，“搭便车”自然也有不可忽视的风险。因此，小组内的“出力者”一般自身能力较强（出力能保证成绩的较大提升）、非常重视成绩（效用函数对成绩的依赖性较大，出力能保证效用的较大提升），或是有较高的风险厌恶系数（愿意亏本以规避低分的风险），不满足这些条件的组员就有选择成为“搭车者”的倾向。给定搭车者的偷懒行为，出力者的最优反应是出力；而在出力者投入大量精力的预期下，搭车者也会选择偷懒。因此，双方的策略在这里是自洽且均衡的。

从公众福利的角度看，“搭便车”自然是弊大于利的。鉴于社会上对搭车者铺天盖地的声讨，这一结论毫不令人意外。事实上，每个组员的出力行为都会对他人产生正外部性，因此全组总收益的增加往往能够覆盖出力成本。但搭车者在决策时只面对自己成本与收益的权衡，并未将对社会总福利的影响纳入考量，也就不会以最大化全组总效用为目标。成员的自利性动机导致了与帕累托最优结果的偏离。

那么，“搭便车”现象该如何规避呢？最容易想到的方法是对搭车者施加惩罚，例如向

助教反映、在公众平台曝光等。但这些措施普遍操作繁、生效难，还可能引发道德层面上的争执。更重要的是，如此“事后惩罚”机制的触发势必要以搭车行为的产生为前提，因此等到最终生效，社会福利的大幅损失已是覆水难收。这显然不是一个令人满意的结果。

我们的目标，应当是提供多余的信息或约束，使得潜在的搭车者在个人效用最大化的驱动下能主动放弃搭车行为，即创造激励相容的条件。为此，可以考虑以下三种措施：

一、完善小组作业的评分机制，如加入组内成员互评。由于“搭便车”会导致互评的低分，偷懒的后果就不再是沿着收益曲线的效用变化，而是收益曲线整体向下移动，边际收益递减的问题因此不攻自破，所有人都有充分的出力动机。不过，这一方法行之有效的必要前提是搭车行为能被精准识别，且组员之间的合谋能被有效抑制，否则约束作用相当有限。

二、完善组员之间的分工，使其尽量互补。这样，单个任务的重要程度不会随群体任务完成度的升高而下降，边际收益递减的影响会被明显削弱。例如，如果两位同学的任务都是搜集资料，那么其中一位就可能预期对方出力而自己选择搭车；但若两位分别负责搜集资料和做 PPT，则双方的偷懒动机都会减弱。

三、出力者可以释放信号，将自己伪装成搭车者，以扭曲真正的搭车者的预期，让其选择出力。这是因为，当真正的搭车者预期到“同伙”较多时，偷懒的风险升高，出力导致的边际效用递减又不会那么严重，自然就有动机放弃搭车。即使他们预期到出力者的这一伪装行为，由于无法辨别释放信号者所属的类别，也至少会预期“更大概率”搭车者较多，同样更有动机选择出力。这一结果可能违反心理学直觉，但却是理性人假设的必然推论。

最后不得不提的是，本文模型的构建实际上近似于对生活情境的简单再现，既不能保证完全科学亦远非独一无二。例如考虑熟人之间的搭便车问题，就会涉及到人情往来、重复博弈等更复杂的因素；而更为普遍的“搭便车”现象，则已有专业的经济学家给出适用性更强、准确度更高的建模方式。本文的目的，只是借助一个较为粗糙的模型，在不使用数学、统计工具的情况下为小组作业中的“搭便车”现象提供一个经济学的分析视角，以试图一窥经济学对现实的强大解释力，仅此而已。■

**WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本文字和以下内容消失)**

**成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ: 3049816538**

2000 字