

從市場失靈論非營利組織的興起

所謂「市場失靈」(market failure)係指市場的「供給與需求」未能達到均衡，以致社會的資源無法做到最有效率的資源配置。一旦社會資源未能有效率的配置，便會讓市場機制無法發揮，而此現象便是「市場失靈」。此時，便須由政府介入來解決失靈的問題。

經濟學通常以人是理性自利的假定來建立其基礎。因此，在資訊完全公開的完全自由競爭的市場中，每個人（買方與賣方）都會為自己的利益做出最佳的決定，進而達成供需的平衡，也就是所謂的「帕雷圖最適境界」(Pareto optimality)。然而，在「公共財」、「外部性」、「自然獨佔」及「資訊不對稱」等情況出現之下，就會產生「市場失靈」的現象出現，茲就前述的情況一一說明如下：

首先談「公共財」的問題，所謂公共財，指的是具有「無法排他」（很難禁止他人不付代價而坐享其成）與「共享」（多人共用而不損及其中任何人的效用）等兩種特性的財貨。由於此種財貨無法排除特定人，使其無法接受到服務，換言之即使有人不付費，一樣可以享受此公共財帶來的利益，到最後大家都不會願意付費，並將導致市場上沒有人願意提供此種財貨（或服務）。就日常生活的經驗而言，如國防或公園便是最明顯的例子。大家都可以使用，但卻不用出錢去購買或維護，最後就由政府出面來處理，或由非營利組織來承擔，以便提供更多的服務來照顧需要照顧的人。

第二個要談的是「外部性」：所謂外部性是指人們的經濟行為有一部分的利益不能歸自己享受，或有部分的成本不必自行負擔者。如果有自己不能享受到的利益發生時，我們將其稱之為「外部經」或「外部利益」；若有自己不須負擔的成本發生時，則稱為「外部不經濟」或「外部成本」。外部經濟與外部不經濟可統稱為「外部性」、「外部效果」或「外溢效果」，就是說某種行為，其效果外溢而波及不相干的人。由於交易雙方的成本與利潤並沒有考慮到此被影響的第三個經濟主體，故其配置將不會是最適的配置。如環境污染及環境破壞便是外部成本的實例；而在自己庭院種花自娛，花香四溢造福鄰居與行人，便是外部經濟的外部效果。當有外部性的問題產生時，廠商或私人企業往往因成本或利益的考量，皆不願從事生產此類的財貨或服務，以致出現「市場失靈」的問題。此時便可能由政府或非營利組織來提供此類的服務或產品。

第三是「自然獨佔」的問題：在某些產業之中，其固定成本規模極大，因此先進入此一市場的廠商，由於已經投入固定成本，故每增加一個消費者，則平均成本將越來越低，相對的平均價格也會越低。故新的廠商的價格將無法與舊的廠商相競爭，致使新的廠商不願進入此一市場，而產生自然獨佔的現象，無法

形成自由競爭市場。而在自然獨位之下，消費者將在「僅有此家，別無分店」的情勢下，將受到選擇上的限制與必須承擔較高價格的不公平對待。因此，會出現「市場失靈」的現象。

第四個造成市場失靈的原因為「資訊不對稱」：在現實的世界中，消費者通常沒有能力取得產品的完整資訊，因此廠商將有機會以欺騙消費者的方式，抬高產品的價格，或是對產品偷工減料。這樣的情況下，資源的配置自然也不會是最佳配置。

當上述現象的發生之時，市場的運作將會產生失靈，消費者沒有足夠的資訊，無從判斷此一交易是否值得。故消費者在議價的過程中可能處於不利的地位，因生產者可能收取過高的費用或提供低劣品質的財貨與服務。而非營利組織因具有「不分配盈餘」的特性，即表示非營利組織沒有、甚至不應有強烈的動機，為追求更高之利潤，而隨意抬高財貨或服務之價格，或降低其品質，因此消費者較能夠信任它。