

# 競爭政策與產業政策的替代與互補\*\*

莊春發\*

壹、緒論

貳、競爭政策的競爭內涵

參、產業政策形成的理由

肆、競爭政策與產業政策的互動

伍、有線電視與天然氣產業的觀察

陸、結論

\*國立台北大學經濟系教授

\*\*感謝評論人孫克難教授對本文的指正與建議，它使本文的分析改正若干不妥當的部分。唯文責仍由作者自負。

## 摘要

競爭政策的落實在於「市場競爭狀態的維持」。競爭的內涵，依分析情況則可在區分為「市場競爭」、「產業競爭」與「潛在競爭」等三種層次。「市場競爭」達成的必要條件為市場既有參與廠商人數必需充分，以及每家廠商的決策必需是獨立的。「產業競爭」的實現，則必需市場的進入要能容易、快速，以及反應市場的現況，但在客觀法律障礙與既有廠商建立的人為障礙下，並不容易實現，唯有經由長期的調整才有可能。「潛在競爭」的內涵，大部分的人可能同意其存在，也瞭解它對市場影響的方向，惟不易確認者，為其影響程度。

在自然獨占、外部性與公共財存在的場合，「競爭政策」的執行，可能不能獲得配置效率與生產效率的滿意結果。在此例外的情況下，以公共利益的角度而言，在政策方向上可能要改弦更張，以「產業政策」取代「競爭政策」，對市場的廠商人數，市場進入做人為的干預與控制，以獲得公共利益的實現。然而，以犧牲「產業競爭」內涵的「產業政策」並不表示豁免於「競爭」壓力的廠商，即可全然豁免於其他競爭規制的約束。相反的，它仍一體適用於為「競爭政策」實踐所訂定「競爭法」的規範。明言之，「產業政策」的形成與施行，只顯示為「競爭政策」原則的例外。在特殊場合它替代「競爭政策」的一部分，但其他部分它仍一體適用「競爭政策」之原則。是故，在「產業政策」之後，「競爭政策」乃為「產業政策」之補充。

揆諸台灣地區天然瓦斯產業與有線電視產業之實際情況，與公平交易法之執行現況分析，確實也驗證，「產業政策」僅代表「競爭政策」某一部分因為特殊情況需割捨予以豁免之處理，除此之外，其餘部分仍應回歸到以「競爭」為原則。

## 壹、緒論

資本主義自由經濟市場的可貴，在於藉由個人「私利」的競逐，達成社會「公益」效果。所以在供給面競爭目的主管機關，會以維持「市場競爭」為追求的標的。希望「事業」<sup>1</sup>在市場上以比較有利之價格、數量、品質、服務或其他條件，爭取交易的機會<sup>2</sup>，落實競爭的效果。依據新古典經濟學派的說法<sup>3</sup>，長期競爭後的均衡結果，市場價格將等於廠商的邊際成本，透過廠商市場進出的調整，市場價格將等於長期平均成本。前者條件可以使社會獲得配置效率（allocation efficiency）的利益，使市場所有可能的交易機會不致漏失。後者條件則可使社會獲得生產效率（production efficiency）的利益，社會可獲取最適規模與最低成本生產的好處。換言之，藉由競爭機制和一隻看不見的手——市場價格的導引，理性經濟人私利的動機，將與社會公益為目標，趨於一致。因此，一般而言，除去若干特殊情況，「競爭政策」的推動與實踐，是世界大多數國家主要的施政方針。「競爭政策」由行政機關動以行政力量加以落實之外，政府部門有些時候也借用司法威嚇的力量<sup>4</sup>，以求取最後能市場競爭的目的。

問題是實際社會的環境與條件，經常無法滿足完全競爭市場的前提。例如生產上具有自然獨占特性的次可加性（subadditivity），市場由一家廠商生產產品的成本，比多家廠商生產成本要便宜時，以社會公共利益角度而言，政策上就宜設計成由一家廠商來經營，阻止其他廠商進入市場。因為即使經由調整，市場最後也必留存一家廠商，與其要歷經市場的痛苦調整，形成社會資源的浪費，還不

---

<sup>1</sup> 事業在公平交易法第二條的定義，包括：一、公司。二、獨資或合夥之工商行號。三、同業公會。四、其它提供商品或服務從事交易之人或團體。

<sup>2</sup> 公平交易法第四條的定義為：「本法所稱競爭，謂二以上事業在市場上以比較有利之價格、數量、品質、服務或其他條件，爭取交易機會之行為。」

<sup>3</sup> 新古典經濟學派係指自 Cournot（1929）以降，直到 Knight（1921）所建立以完全競爭（perfect competition）為基礎的學派。相對的，自亞當斯密（Adam Smith）以降所建立的競爭概念稱之為古典學派，二者所認知的概念有相當的差異，其衍生的政策建議有很大的不同。詳細內容可見莊春發（1998）「競爭概念的發展、演變與反托拉斯政策」。與莊春發（2001）「競爭的內涵與公平交易法規範」

<sup>4</sup> 例如公平交易法即採用罰鍰、身體刑方式，對行為人加以處罰，藉此阻遏其反競爭之行為。

如開始時，在政策上即由政府公權力的介入，只允許一家廠商經營，對社會反而有利。

又如生產存在外部性時，任由市場的運作，可能仍然無法獲得競爭解<sup>5</sup>的至善結果。由於有些成本當事者不用負擔或者有些收益無法回收，社會的總生產數量可能會過多（有負外部性），也有可能太少（有正面外部性）。這個時候，也有政府部門介入的必要，由政府制定規則決定那些成本應內生化，由個別廠商來負責。甚至訂定最高總量，決定多少廠商可以進入市場<sup>6</sup>。對廠商的市場進出進行管制措施。

此外，對稀少性資源，如電波的頻段，由於其具有準公共財的性質，具有非耗損性，但不具非排他性，任何人在沒有規範的情況下，均可不受限的使用相同頻段，對於資源使用將產生無效率的結果<sup>7</sup>因此對此資源的使用，必須有公權力的介入，由政府利用特許制度主導分配頻段資源的工作。

綜上所述，在市場經濟制度之下，原則上應遵循「競爭」原則，進行資源的有效生產與分配，因此在實務上形成了所謂的「競爭政策」。然而，在若干特殊的情況，如自然獨占、公共財、外部性存在的條件之下，墨守競爭政策可能有所不適，應由具有強制力的政府主導資源的分配工作，以避免無效率的產生，所以有「產業政策」<sup>8</sup>的出現。換言之，在政策上，係由「產業政策」替代「競爭政策」，以完成資源最適分配的任務。

然而，以配置效率和生產效率為目標的產業政策，施行之後個別產業的表現是否如訂定政策之初所設想的，以公共利益為目標？產業政策的施行當中，如果有違反競爭政策時，政府的態度應如何？是仍以「產業政策」為主，不理會「競

---

<sup>5</sup> 即前面完全競爭市場的配置效率與生產效率。

<sup>6</sup> 例如雲林離島工業區，除個別廠商有最高污染量的限制外，也有總體污染的最高總量限制規定。

<sup>7</sup> 相同的頻段如果有二人以上使用，將產生相互干擾的現象，使該頻段無法發揮正常效能，因此廣播電台的頻率分配，無線電視、電信的頻段分配，必需由政府主導。

<sup>8</sup> 這裡所談的「產業政策」係限縮於非常的狹隘的意義，僅指在「市場失靈」不適合以「競爭」做為市場操作準則的情況下，政府部門介入市場，管制市場廠商人數，控制市場進入的情形。對於一般討論產業政策所涵蓋的內容，如協助高科技產業或傳統產業的發展，協助中小企業的發展，鼓勵研究發展與人才培訓，鼓勵企業合併，發展知識型服務產業等，則不在本文的討論範圍。換言之，本文所探討的「產業政策」，僅單純包含市場進出的問題，其他者則不涉及。

爭政策」的規範，還是個別廠商的行為，如果有違反「競爭政策」時，應遵守「競爭政策」的規範。亦即競爭政策為最高指導原則，產業政策如與競爭政策抵觸時，仍應以競爭政策為準。在政策層面上，「競爭政策」與「產業政策」的關係如何？他們在政府施政上所扮演的角色如何？它都是政府部門在執行各項政策時，值得深思的議題。釐清二者在政府政策目標的定位，一方面可解決政府各部門權力義務的分工，二方面可解決公平會與其他目的主管機關任務的爭議，它是本研究的動機與目的。

本文的章節安排，除本節為緒論外，第貳節討論競爭政策的競爭內涵，探討在競爭政策之下，追求的「競爭目標」有那些？基本上本文將其區分為「市場競爭」、「產業競爭」、與「潛在競爭」三個層次來探討。第參節則以產業政策形成理由為重心，以公共利益說明產業政策形成：自然獨占、外部性、公共財，所需要產業政策的原因。第肆節則以競爭政策與產業政策的互動為討論的核心。先說明競爭政策要考量產業政策的理由，接著探討產業政策之下，廠商的市場行為，為何仍需受到競爭政策的約束。最後則以公平法第九條與第四十六條的規定，說明產業政策與競爭政策的分際。第伍節則以台灣地區有線電視產業與天然氣產業為分析對象，說明競爭政策與產業政策的互動關係，藉以說明前面理論探討的結果。最後一節則為結論。

## 貳、競爭政策的競爭內涵

如前所述自由經濟體制下競爭制度的可貴，在於藉由個人利益的追求，社會最後則獲得公益的結果。所以就整體社會公共利益角度觀之，「市場競爭狀態的維持」，不可避免的是競爭政策落實的手段之一。接著下來要回答的問題是：「市場競爭狀態的維持」要如何實踐？它包括那些層次？各層次競爭滿足的條件為何？以下即以「競爭內涵」的三種層次加以說明。

### 一、市場競爭<sup>9</sup>

「競爭概念是由一般知識是躍入經濟學領域，長久以來，人們一直以為競爭就是獨立的二人或多人的相互敵對。亞當斯密當初試圖解釋『供給減少會導致價

---

<sup>9</sup>這裡接受 Stigler (1957) 的分類，將競爭的層次先區分為「市場競爭」與「產業競爭」。

格上漲』的現象時，便曾提及『競爭會立刻開始於眾買者之間。』相反的，當供給過多時，價格也會下跌，至於價格下跌的幅度，就得視賣方的競爭程度，以及商品需要立即脫手的程度而異，競爭愈激烈及愈需要脫手者，其價格下跌幅度也愈大。」<sup>10</sup>由史蒂格勒詮釋亞當斯密的競爭概念裏，可以發覺競爭是一種動態的過程，經濟人競爭的目的在於取得有限的供給（有超額需求時），或者為避免有過多的供給（有超額供給時）。

### 1、市場要有充分的參與者。

在上述描述的競爭過程中，可以進一步引申，「市場競爭」的維持，有兩項條件必須滿足：第一，市場上參與競爭的主體，必須要有相當的人數。第二，每家廠商的決策過程必需是獨立的。處於超額需求時，市場要有足夠的買者人數，競爭的效果才會顯現。反之，超額供給時，賣方也要有夠多的供應商，競爭之效果才會產生。換言之，「市場競爭」的形成的第一要件是市場內供需雙方必須要有充分的廠商人數參加。亞當斯密在他的國富論巨著裡，兩度提到有關市場參與者人數與市場競爭的關係。第一次提到參與人數時，他說：「由少數人運作的交易，勾結起來的可能性很大。」<sup>11</sup>由此看，亞當斯密的心中深刻瞭解，市場交易人數不足時，參與者很可能形成勾結的結果，使市場「競爭」的效果無從產生。第二次提到市場參與人數時，他說到「如果把足以在一鎮交易的資本分由兩家雜貨食品店持有，則競爭的結果，將驅使二者的價格，比資本由一家持有的情況便宜；如果把它分成二十家商店持有，他們的競爭將趨於更為激烈，因而使他們勾結起來提高價格的機會減少。」<sup>12</sup>可見市場有充分的參與廠商，是「市場競爭」產生的最重要條件之一。

瞭解充分的參與者是「市場競爭」形成的必要條件之後，接著要問的問題是，市場存在的廠商數，到底要多到怎樣的程度，才算「充分」才會產生競爭效果呢？在文獻上經濟學者的研究並沒有提供令人太滿意的答案。不過基本上它的探究可以由兩方面著手：第一，是由怎樣的市場結構最容易產生勾結的情形，由負面的角度出發，找出市場競爭的所必需的廠商數。第二，是由正面的角度出發，

---

<sup>10</sup> 見 Stigler (1957), p.1

<sup>11</sup> 見 Smith (1937) p.126

<sup>12</sup> 見 Smith (1937) p.342

由有效競爭 (effective competition) 觀點，探求市場至少要有多少家廠商，才能產生「競爭」之效果。

怎樣的市場結構最容易產生勾結結果的負面研究，可以由反托拉斯共謀個案中的統計資料加以分析，觀察門檻廠商數與勾結發生的關係。文獻上 Hay and Kelly (1974) 的共謀研究，以美國司法部 1963—1972 年 10 年 62 個共謀個案為研究對象，勾結發生個案的廠商平均數為 7.25 家。Fraas and Greer (1977) 的研究相同以美國司法部共謀個案為研究對象，研究的時間拉長為 62 年 (1960—1972)，在 606 個個案當中，參與共謀個案的廠商平均數為 16.7 家，中位數為 8 家，眾數為 4 家。如果區分不同產業觀察，其中位數分別為天然資源業 13 家、製造業 7 家、配銷業 11 家、建築業 15 家、金融業 4 家、運輸業 4 家、服務業 8 家，顯現不同產業將有不同結果。

國內公平法聯合行為的統計分析，則發現非公會介入的 34 個個案中平均廠商數為 7.21 家<sup>13</sup> 和國外的研究結果類似，產生勾結行為的市場，廠商數一般均呈現較少的傾向。這種廠商數較少的粗略印象，只能獲得市場競爭必須有充分廠商數的間接支持。

至於正面研究市場競爭需要多少廠商數才能形成「有效競爭」，相對於勾結負面的研究結果要明確得多。文獻上這種研究大部分發生於近年美國有線電視改革的費率議題上。Dertouzos and Wildman (1990) 的研究發現，市場上至少必須存在五個非重覆視訊，才能形成市場有效競爭，超過第五個之後的非重覆視訊，對當地有線電視費率並不產生降價的效果。Bykowsky and Sloan (1990) 的研究，也發現類似的結論，市場必需存在六個非重覆視訊的電視台，有線電視的費率，才會產生有效競爭的效果。Grandall (1990) 的研究也發覺相同的情況，非重覆視訊由一台到五台時，對有線電視的費率有降價的效果，不過其影響呈遞減現象，如果非重覆視訊超過五個以上時，則再增加一台非重覆視訊，對有線電視的費率則沒有影響。<sup>14</sup> 國內學者莊春發 (2000) 研究國內有線電視的費率，也發現類似的結果，當區域內的有線電視家數，由一家增加為三家，或由二家增加為三家時，以半年費或年費所支付的費率均有顯著之差異。若區域內市場廠商家數由三家提

---

<sup>13</sup> 見莊春發 (2001) 參與廠商數、公會與聯合行為的研究—公平會處分案的分析。

<sup>14</sup> 見 Robinovitz (1993), P.4.

高為四家，或四家提高為五家，或三家提高為五家時，市場費率並沒有顯著的差異<sup>15</sup>。進一步採用迴歸分析法，也發現市場廠商數三家為一關鍵值，表示台灣地區同一地區有線電視市場的廠商數必需達到三家起碼的家數，市場才会有競爭之效果<sup>16</sup>。

## 2、市場參與廠商的決策必需是獨立的。

競爭的形成除需市場的參與者，尤其是供給一方的廠商，需要有二家以上的充分人數外，另外的重要條件是，這些參與者的決策必需為獨立的，以及具有敵對性，否則市場參與者即使再多，相互競爭之效果也將無從產生。例如過去台灣焦炭產業，市場上的供應廠商有啟業、新竹、興南三家廠商，依據廠商數條件，似乎在市場它應當會有競爭效果的產生，可是這三家公司卻利用共同組成一家「礦聯」公司，共同代銷三家公司的產品，個別廠商在市場上不能獨立銷售焦炭。礦聯公司在焦炭市場上儼然為獨占廠商，致使焦炭的銷售市場根本沒有競爭的產生，雖然名目上焦炭的生產擁有三家廠商。

同樣的情形也發生在預拌混凝土業與紅磚業。民國七十二年北部地區二十一家預拌混凝土廠商，籌組三家代銷公司共同經營各廠預拌混凝土銷售業務，並各自劃分經營地區。相同的以代銷方式銷售預拌混凝土，將二十一家廠商的競爭消弭於無形，每家廠商在市場的銷售並未有獨立決策的事實。民國七十四年五月桃園縣磚瓦廠業公會，於當年三月成立貨款代收處，並獲桃園縣政府核準。基本上該組織之成立，亦有藉由代收處的成立與運作，控制桃園地區磚瓦廠磚瓦量的生產與發貨量的控制<sup>17</sup>，因此桃園地區磚瓦市場，雖然名目上有充分參與者的條件，可是事實上透過貨款代收處的約制，廠商彼此間則沒有競爭可言，競爭效果即無從發揮。

是故，由競爭政策觀點而言，「市場競爭」目標的達成，首要之務必須讓市場存在相當的競爭者人數。其次，這些競爭者的市場決策，必須為各自獨立，不能有聯合行為的發生，否則市場競爭效果無法產生。

---

<sup>15</sup> 見莊春發（2000）有效競爭與市場廠商數—台灣有線電視的研究。

<sup>16</sup> 目前全省五十一區大都為獨占或寡占，其費率大都以新聞局規定的上限為費率。前兩年高雄市南區與北區的費率，由於市場上存有三家有線電視公司形成有效競爭，則維持在每月新台幣三百元左右，是當時全省有線電視市場的異數。

<sup>17</sup> 見莊春發（1994）同業公會與廠商聯合行為關係的研究。



## 二、 產業競爭

以上談到的競爭內涵，是屬於內部競爭（internal competition）的層次<sup>18</sup>將市場「競爭效果」的產生，寄望於已存在於市場廠商相互的敵對行為。內部競爭之外，市場若出現有超額利潤時<sup>19</sup>，其他潛在廠商，可能因此被誘引進入市場參與競爭，這種外部競爭（external competition）的力量，有時比內部競爭的力量更大<sup>20</sup>，在討論競爭問題時，它是不能忽略的因素，根據史蒂格勒（1957）的分類，這種包含資源進出市場的競爭狀態，稱為「產業競爭」。

### （一）、產業競爭的內涵

「產業競爭」的內涵，基本上建立於廠商進出市場，然後對「市場競爭」產生效果。所以在前提上必須假定廠商的市場進入很快速，也很容易，沒有任何障礙。分析的時間夠長，這項假定大概都沒有問題<sup>21</sup>。

因此，由「產業競爭」發生效果的前提裡，我們可做兩項引申，第一，廠商市場進入與退出，必須如預期，具備快速與容易的特性，如此才能反應市場的現況。第二，廠商市場進入或退出的發生，必須要給予相當足夠的時間。換言之，「產業競爭」的效果，是在長期才產生。

### （二）、產業競爭的客觀障礙

藉由廠商進入市場參與競爭，以獲得競爭的效果，在實際社會裡，尤其是政府存在的社會，可能並不容易。仔細觀察的結果，往往可以發現，市場進入時，擁有強制力的政府部門，經常經由立法方式對市場進入採取干預的態度。例如民國八十三年，公平法施行之初，在服務業公佈了十個市場十九個獨占事業，根據

---

<sup>18</sup> 見 Singleton (1986), ch4

<sup>19</sup> 在市場競爭與產業競爭內涵的討論當中，均假設市場訊息為完全的，市場內的參與者廠商與消費者對產品價格、品質、因素來源、產品取得區位均能瞭若指掌。相關詳細說明，見莊春發（2001）競爭內涵與公平交易法規範，第二章分析。

<sup>20</sup> Baumol, Panzar & Willig (1982) 的競爭性市場 (contestable market theory)，最重要的主張，即強調外部競爭效果功能，在極限時，即使市場只有一家廠商，因為外部競爭效果的發揮，市場的績效如同完全競爭，廠商只能享有正常利潤，不能擁有超額利潤。

<sup>21</sup> 古典經濟學派的競爭內涵，基本是這樣主張的，亞當斯密以為資源的所有者，長期間應該能夠在鄰近地區，完成對各種資源就業情況的瞭解，勞動與資本不同應用的產出總合有利與不利的相等性，只有發生在普通情況，或者稱之為這些應用的自然狀態。自然狀態必然是經過長期移動或調整的結果，這些資源的有效應用，也只有長期才能完成。

當時的法律規定，可以發覺十個市場的進入，政府都設立法律限制規定，阻止其他廠商進入。這些法律包括電信法、鐵路法、商港法、航空站地勤管理規則、公路法、保險法、銀行法、證券交易法、廣播電視法<sup>22</sup>。公平會公告的另外二十三個製造業，二十一個獨占事業當中，有十七個市場的進入受到法律的限制，有兩個市場則由主管機關授意，也相當於由政府部門設立進入障礙。只有對苯二甲酸、大客車、機車、平板類玻璃等四個市場的市場進入，政府沒有設立進入障礙<sup>23</sup>。綜合觀之，公平會八十二年公告的三十三個市場，有二十九個市場，占有所有市場的 88%，受限於政府法律或行政命令，使其他潛在競爭者無法進入市場參與競爭，因此無法發揮「產業競爭」的效果。

這些受到法令管制的市場，其法令管制有些係為規模經濟的理由，例如第一類電信市場，鐵路客運市場，證券交易所市場，均屬於此類型的市場。其他有相當部分市場的法令管制，則係屬政府部門其他政策的考量而訂定進入障礙。可見市場要獲得「產業競爭」之效果，並非像古典學派學者所認知的可以很快也可以很輕易。

### (三)、產業競爭的策略性障礙

「產業競爭」的實現除受阻於法律障礙的客觀條件外，市場內既有廠商也可能採行主動出擊的方式，以各種競爭策略為手段，在市場上形成進入障礙，阻止潛在廠商的進入。若該策略成功，則「產業競爭」的希望也將隨之破滅。文獻上這類探討頗多，依其採用手段，大致可區分為：(1) 限制價格的進入障礙，(2) 過剩產能(excess capacity)的進入障礙，(3) 產品增殖(product proliferation)進入障礙，(4) 沉入成本(suck cost)進入障礙。以下分別說明如下：

#### 1、限制價格進入障礙。

限制價格進入障礙<sup>24</sup>的理論，係假定新進廠商預期進入市場之後，既有廠商會維持原有的產量水準的前提下，潛在廠商會在事前評估其一旦進入市場，參與生產加入市場競爭之後，它對市場價格的影響程度，然後計算是否值得進入該市場。

---

<sup>22</sup> 見莊春發(1993) 獨占事業與市場進入障礙—台灣服務業的研究。

<sup>23</sup> 見林慈柔(2000) 獨占事業獨占地位的取得與維持—以公平會公告獨占事業為例。

<sup>24</sup> 限制價格的貢獻者有 Modigliani (1958), Sylos-Labini (1962), Gaskins (1970), 前者兩者屬於靜態限制價格進入障礙，後者則為動態限制價格進入障礙。

依據該假說，學者 Sylos-Labini (1962) 以為既有廠商會以價格變動為競爭的手段，制定一個使潛在廠商認為進入市場後無利可圖，甚至產生損失的價格，藉以獲得阻止潛在廠商進入市場參與競爭的效果。

動態限制價格進入障礙，則將分析延伸於長期動態考量，既有廠商不但會以限制價格做為阻止潛在廠商進入市場的手段，而且會進一步的利用該策略，控制市場上的廠商數，使市場的價格與市場參與廠商數，均掌握於控制之下，以追求個別廠商長期利潤折現值的最大。換言之，動態限制價格理論的提出者，以為既有廠商不會完全以阻止潛在廠商進入市場為唯一目的。相反的，他會借力使力的，在各期實現利潤與市場佔有率減少中做一替換之動作，求取各期最適價格的制定，並在此最適價格的時徑上，達成長期總現值利潤的最大。

由此觀之，限制價格理論主張既有廠商會以價格的調整為手段，進行阻止潛在廠商進入的工作，在價格調整的過程當中，即使潛在廠商未能進入市場，最終仍能在既有市場內達成「市場競爭」的效果。

## 2、過剩產能的進入障礙。

在一成長產業內，既有廠商經常在需求形成前，事先擴充生產產能，或者在市場銷售與其產能比較，造成過剩產能的現象。其目的在於一旦有潛在廠商表示有進入的可能性，即宣告若潛在廠商進入市場，既有廠商將充分使用既有產能大量生產，並發動價格競爭，使潛在廠商處於不利的局面。換言之，過剩產能進入障礙理論，係利用事前宣示產生嚇阻效果的方式，達成阻止他廠商市場進入的目的<sup>25</sup>。二十世紀東西方冷戰期間，美蘇雙方均以大量製造核武，以及核武的投射航空器，基本的原理也利用此相互毀滅的宣示效果，使發動戰爭者（即潛在進入廠商）預期最後結果並不能佔到便宜，最後停止發動攻擊企圖。

## 3、產品增殖進入障礙<sup>26</sup>。

既有廠商比潛在廠商早進入市場，具有先占為王的優勢（first mover advantage），有較充裕的時間，採行產品差異化（product differentiation）的策略，利用多品牌的創造，使同類產品有各種不同品牌的產品，預先佔據可能的商品空間，例如同類產品推出高、中、低三種價位的產品，或按顏色、或按口

---

<sup>25</sup> 詳細分析見 Spence (1977)

<sup>26</sup> 見 Schmalensee (1978)

味、或按添加劑，製造出不同類型的產品，在實務上香煙、肥皂、清潔劑、速食麵都可以看到類似的情況。

既有廠商先占為王策略的目的，在於事先縮小競爭者的商品空間，潛在廠商除非能夠同時推出相同多種商品或相同多品牌的商品，與既有廠商的多產品或多品牌抗衡，否則以單一產品或單一品牌進入市場，一般不易站穩腳步，吸引消費者的注意。換言之，既有廠商利用產品增殖之方法，藉以提高潛在商品進入市場的成本，從而達成阻卻潛在廠商的進入市場的目的。

#### 4、沉入成本的進入障礙。

為使宣示效果更具威脅性與真實性，既有廠商也會像採行如同政治領域一樣的決策，利用某種手段彰顯其宣示的可信度。在政治領域裏，一國可能大幅降低其傳統武器的投資，而致力於核武研究的支出，以表明以核武作為報復的決心與可能性。同樣的，在產業經濟學領域的分析，學者 Spence (1983) 也提出既有廠商可能從事無法反轉的投資，購買無法重售的設備，或建築殘值極少的建築物，以宣示其阻礙潛在廠商進入市場的決心，潛在廠商評估進入市場失敗時，可能必需支付龐大的潛在成本而退縮，則既有廠商阻卻潛在廠商市場進入的目的就成功了。

大量廣告投入是沉入成本進入障礙最明顯的例子，它逼迫潛在廠商進入市場前必須選擇市場範圍較廣的定位。此外購置只能做特定使用的機器設備，也具有相同之效果。這些動作基本上在讓潛在的進入者，認知失敗後的支付的成本很高，從而產生威嚇的效果，達成阻卻市場進入的效果。

從以上的分析，可以瞭解從法律制度面，從既有廠商採行的競爭策略觀察，「競爭政策」所想要獲得的「產業競爭」，並非如古典學派所主張的，市場進入可以很快速和很容易，相反的，它還相當不容易。在制度面上有政府強制力的干預，在主觀條件上既有廠商會利用各種手段，創造市場進入的障礙，阻止潛在廠商的進入。不過若時間夠長，上述的障礙，還是可以透過法律的改變、生產技術的改變、新產品的創造，達成市場進入的目的。所以「產業競爭」的效果，不可廢言的，它是屬於長期層次的「競爭內涵」。

#### 三、潛在競爭

「產業競爭」的討論，是以事實上有可能進入市場為前提，討論市場進入對「競爭」的影響。但有些時候，市場競爭效果的產生，並不一定要有實際市場進

入為前提，只要有進入市場的可能性存在時，它對既有廠商的競爭即有顯著之影響。例如進口品進入國內時，與國內廠商生產產品相互競爭，其它尚未進入國內的外國產品，不一定會進入國內市場，但它對國內市場仍會產生一定的影響，這種有可能進入市場實際上又不一定發生進入市場的影響，即稱為「潛在競爭」。它是競爭政策追求的第三層次的競爭內涵。

「潛在競爭」的效果，係以未實際發生的經濟行為影響為前提，既未發生其市場影響效果多大，一般不易加以量化，也不易說服人，如同法律的施行，它的確產生無限的威嚇效果。這種潛在的效果在實際上是很難估計，不過它的確是存在。它也像總體經濟所討論的預期效果一樣，經濟活動在市場尚未出現，不過大部份的人對該活動有相同方向的預測，必然的它對人們的經濟行為會有相當的影響，例如股票市場裏，中央銀行因為經濟不景氣而有降息的可能，雖然央行還未正式發佈消息，但在市場上該消息即有激勵市場行情的效果，立即會反應於股票市場的買賣雙方的交易效果上。

大家可能都可以接受潛在競爭影響的存在性，可是它對市場影響程度有多大，也許是「競爭政策」決策者更想知道的內容。換言之，潛在競爭研究的議題，所有的人也許相信它存在，以及它的影響方向(direct)，但是大家更想知道該影響的幅度或程度(degree)，這才是潛在競爭研究最困難之處。例如未來開放油品直接進口，想必然油品進口之後，國內的油價會向較低的方向移動，但是決策者想知道的是它可能移動多少比例，是大還是小？更重要的是，目前若油品進口，表示外國油品已突破國內的法律障礙和貿易障礙，在國內可以與國內自製的油品競爭，其他尚未進入國內市場的油品，只要願意應當也像已進入國內的油品一樣，隨時可以進入國內市場，它對國內油品市場的可能影響，才是潛在「競爭內涵」所關注的內容。因此，實務上要評估此「潛在競爭」對市場的影響的確不易。可以確認的，它的確存在，而且對市場的競爭顯然是一重要的影響因素。

#### 四、 小結

從以上的分析，大致上可以瞭解「競爭政策」所追求的市場競爭維持，依據時間長短，與是否允許有新廠商進入或退出市場，可以將競爭內涵區分為「市場競爭」層次與「產業競爭」層次，進一步將市場未實際發生但有明顯的影響效果納入分析，則可將競爭內涵再增加「潛在競爭」的層次。是故，粗略的劃分，就競爭政策的目標而言，其所追求的競爭內涵，包含為「市場競爭」、「產業競爭」

與「潛在競爭」等三種層次。

「市場競爭」層次的競爭內涵，為達成有效的市場競爭，市場內充分的廠商數，與每家廠商獨立政策的條件是不可避免。所謂的充分廠商數，依據有效競爭概念的進一步引申，隨著不同產業狀況，產業所處發展期間，產業成本結構，應會呈現不同的廠商數。由勾結發生的負面觀察或由既有實際研究有效競爭的結果，發現市場僅需少數廠商數，即可獲得相當的競爭程度。至於廠商獨立決策部分，由實務觀察可發現廠商為規避競爭帶來的不安全性與風險，仍會藉助於各種制度共同決策，無法做到獨立決策的條件。

「產業競爭」內涵的分析，所獲得的初步看法是，市場的進出可能與古典經濟學派所認知可以很快速與很容易並不相同。市場進入充滿不同的障礙，最嚴重的是擁有強制力的政府，可能因為自然獨占、外部性、公共財、公用事業等理由，制定法律管制進入，形成絕對封鎖式的障礙。由公平會八十二年公告獨占事業市場的研究，即可驗證上述事實。三十三個市場中有二十九個市場係由法令組成市場進入障礙。主觀上既有廠商也可能利用限制訂價，剩餘產能、產品增殖、沉入成本等策略，形成市場障礙。不過即使如此，若分析時夠長，潛在廠商仍可藉由修法、生產技術改變、新產品的發現等方式，突破市場障礙，以獲得「產業競爭」的效果。

「潛在競爭」是競爭政策第三個「競爭內涵」的層次，它們探討尚未實際發生，但對市場確實有影響效果的經濟活動。大家大都能夠接受潛在競爭存在的事實，惟欲如何衡量其對競爭影響的程度，仍有待吾人進一步的研究。

### 參、產業政策形成的理由

如前所述，資本主義下的自由經濟制度，為獲取社會公共利益目標的配置效率與生產效率，基本所依據的是市場競爭力量的無障礙運作。但在若干情況下，如產業為自然獨占，生產具有外部性，或產品屬公共財時，任由競爭制度運作，其結果可能無法達到理想的境界，因此需要做例外的處理，由具有強制力的政府部門，事先予規劃決定市場結構。然而這些特殊情況，在競爭政策下，到底能不能獲得配置效率與生產效率的至善境界，我們並沒有明說，所以以下先由公共利益的角度詳細說明在這些情況，需要以「產業政策」取代「競爭政策」的理由。

## 一、 自然獨占

自然獨占的概念，很早為經濟學家所瞭解，基本上它出現於高固定成本的產業，具有大規模經濟的特性，當產品產量增加，其成本亦隨之逐漸下降；而且市場需求常與下降階段的長期平均成本線相交，因此出現市場由一家廠商獨家供應，其成本比由多家廠商供應便宜的結果。以社會福利立場，政策上應形成由一家廠商生產最為有利。晚近美國經濟學者，Baumol, Panzar & Willig (1982) 提出可競爭市場 (contestable market)，對自然獨占市場做了若干修正<sup>27</sup>，使自然獨占的經濟管制理由更為明確，現說明如下：

### 1. 次可加性 (subadditivity)

所謂次可加性的意思，是指相同數量的產品，若由一家廠商生產，其生產成本將比分開由兩家廠商共同生產低。以數學式表示如 (1) 式，C 代表成本函數，Q、 $q_1$ 、 $q_2$ ，代表產量，由一家廠商生產的成本  $C(Q)$ ，起碼比兩家生產成本  $C_1(q_1) + C_2(q_2)$  便宜。

$$C(Q) < C_1(q_1) + C_2(q_2) \quad Q = q_1 + q_2 \quad (1)$$

在單一產品的條件下，廠商生產量雖然在規模經濟階段，會出現次可加性的特性，在規模不經濟 (diseconomies of scale) 的若干範圍內，也可能出現有次可加性的特性。換言之，廠商長期平均成本上升的某一範圍內，仍可能存在由一家廠商生產，其成本比多家生產划算的現象。

### 2. 存活可能

長久以來經濟學家假定，自然獨占廠商在追求利潤時，因為有規模經濟帶來的優勢，可以不受市場進入 (entry) 的威脅。但是根據 Baumol, Panzar & Willig (1982) 最近的研究，指出這項假設可能是錯的。因為在既定成本與需求條件下，將全部產出集中於單一廠商生產，雖然比較有效率 (成本較低)，但是由於其次可加性發生於規模不經濟的階段，即長期平均成本上升階段，獨占廠商可能無法阻止對手廠商進入市場最後使自己處於不利的地位的情形。則稱之有存活的可能 (sustainable)。

圖 1 的情形，由於自然獨占廠商長期平均成本線 (LAC) 在下降階段與需求線 D 相交於 E 點，獨占廠商若將價格設定於  $P_1$ ，生產  $Q_1$  數量的產品，則其他潛在廠

---

<sup>27</sup> 見 Baumol, Panzar, and Willig (1982), contestable market and the theory of market structure。

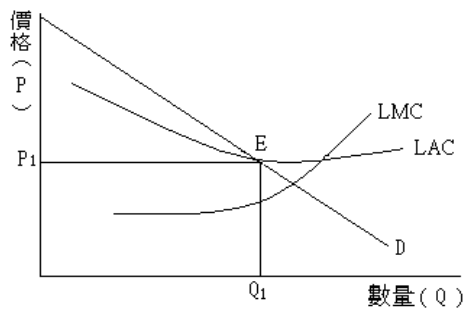


圖 1 可存活的自然獨占廠商

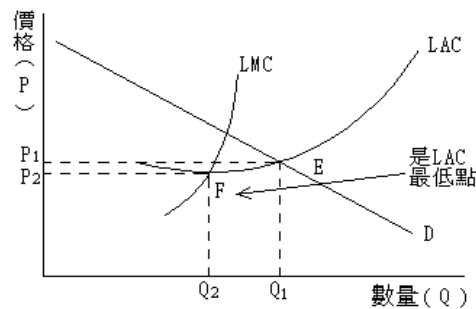


圖 2 不能存活的自然獨占廠商

商很難有機會進入市場，自然獨占廠商即可高枕無憂。

然而自然獨占的次可加性，可能出現於如圖 2 的長期平均成本上升規模不經濟的階段，則獨占廠商可能無法存活。因為當獨占廠商依據平均成本訂價法，將價格設立於  $P_1$ ，產量為  $Q_1$  時，潛在廠商仍可能進入該市場，按平均成本最低點生產產品  $Q_2$ ，並將價格訂在  $P_2$ ，則既有廠商在剩下的市場需求，無法實現規模經濟效果，生產成本較新進廠商高，最後被逐出市場。

基於以上自然獨占廠商不能存活的情況，若政策上允許潛在廠商隨意進入市場參與競爭，將使社會生產相同數量的產品，付出較高的生產成本，就社會福利的觀點而言，是不智的決策。政府部門當局的最適政策，應是設立市場進入障礙，限制其他廠商進入，以使市場維持獨家廠商生產，使獨占廠商次可加性的效果得以繼續發揮，如此社會生產相同數量的產品，可以較低成本達成。這是「產業政策」以市場進入管制為手段，取代「競爭政策」的第一個理由。

## 二、外部性

除自然獨占外，若市場存在外部性 (externality) 時，一樣無法獲得競爭解的經濟利益。所謂的外部性是指市場的交易者，未經市場交易者的同意，即將成本或利益賜予第三者，所以外部性有時又稱為鄰居或外溢效果 (neighborhood or spillover effect)。常見的負面外部性有空氣污染、水源污染、環境污染、噪音等，它的產生係由市場的經濟人因為製造或消費的行為，而使沒有生產或消費的經濟人共同負擔成本。一般而言，當市場出現外部性時，競爭性市場的均衡，將不能極大化社會剩餘，有配置效率損失的結果。

如圖 3，D 代表某產品的市場需求，生產該產品的私人成本 (private cost) 為 LAC。考慮生產過程將污水、廢棄物或有毒物倒入水中，或將有害物排放於空氣中，則生產該產品的社會真正成本應為較高的  $LAC'$ 。若不考慮外部性效果，



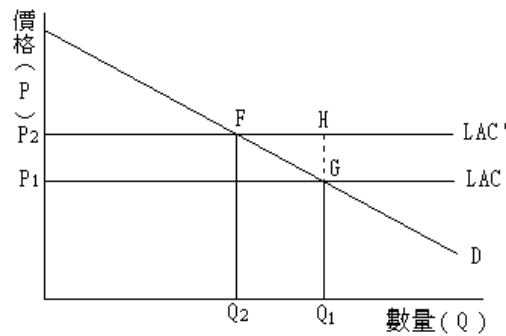


圖 3 生產的外部性

廠商將依據 LAC 與 D 的交點 G，決定最適產出  $Q_1$ ，最適價格為  $P_1$ ，該決策結果對社會而言並非最適，因為其決策未能考量生產的外部性，使生產產生過度生產 (over production)，以及低估產品價格，造成社會  $\triangle FGH$  的配置效率損失。FG 需求線上的消費者，如果依據真正的生產成本  $LAC'$  計價，這些消費者應當不會購置該產品。但由於外部性，使廠商的私人成本，無法完全反應社會真正支付的成本，最後的結果是使社會的生產，超過社會最適成本所應生產的數量。此外，由於外部成本，不必由廠商負擔，使市場交易價格偏低，價格偏低表面上固然使消費者剩餘增加梯形面積  $P_1P_2FG$  的部分，但減去  $\square P_1P_2HG$  的外部成本之後，以社會福利的角度觀察，最後的結果反而是帶來  $\triangle FGH$  的配置效率損失。

從政策的角度而言，此種情況下不能任由市場本身力量的相互調節決定其結果，具有公權力的政府，必需挺身而出，制定法律或各種規則，以使此外部成本內部化，責成由造成者負擔，進行產品生產的干預。換言之，即以「產業政策」取代「競爭政策」。

以「產業政策」取代「競爭政策」時，有一點必須特別小心，也必須特別說明的是，自然獨占或外部性等例外情況，只是「產業政策」替代「競爭政策」的必要條件，而非充分條件。因為上述情況若造成的偏離很小，但以政府部門介入干預所需支付的成本很高時，則以「產業政策」取代「競爭政策」可能反而會為社會帶來更大的損失。換言之，外部性的存在，只是政府干預市場活動的必要條件，而非充要條件。亦即「政府干預」是解決外部性的方法之一，它不必然保證可達成社會福利增進的效果，所以有外部性時，由效率角度出發，並不隱含非由政府干預不可。在決策上仍需考量「產業政策」執行的成本效益結果，以做為決策的依據。

### 三、公共財或準公共財

市場的私有財貨，在正常情況下，消費者消費該財貨之後，他人即不能再消費，例如麵包汽水等食品即屬於此類產品。消費者在消費時，也必須付出對價後才能取得使用權或消費權。前者的性質稱為耗竭性，有時又稱為敵對性；後者的性質，則稱為排他性（exclusion）。在實際世界裡，有些產品在人們消費後，他人仍可以消費，如橋樑，你的車子通過使用後，他人仍可再重複使用，此性質即屬於非耗竭性或非敵對性。有些產品的使用，很難防止未支付代價的人使用，此性質即稱為非排他性，例如港口的燈塔，治安的保護。具有非耗竭性與非排他性性質的產品稱之為公共財（public goods）。這類的產品因為具有非排他性的性質，最好由政府部門提供，否則由於生產成本，難由對價收回，它在社會的生產會太少，使社會利益不易完全實現。

此外，有些資源具有耗竭性，但具有非排他性，例如海洋漁業資源，漁獲被捕撈之後，其他的人即無法再取得。由於漁類具有機動性，以及人人都可以造船捕撈，所以它不具使用的排他性。因此為維護漁業資源的生生不息，政府部門必須對捕撈季節、數量，以及漁網網洞大小，做一些規定，以保護漁業不致於因為過度濫捕而耗竭。同樣的，無線電視使用的頻段，無線電話使用的頻段，廣播電台所使用的頻率，亦具有如漁獲的準公共財，具有耗竭性質，但不具備非排他性，若政府部門不對其使用進行管制與分配，則社會人士爭相在相同頻段使用，將使資源的使用不具效率性，所以在此類資源的使用上，必須由政府部門出面，進行合理的分配，從而有「產業政策」的制定與施行。

綜上所述，由公共利益的角度出發，可以發現在具有自然獨占、外部性、公共財性質的產業，不宜由市場的競爭機制決定產品生產與分配。比較適合的方式是由政府依其公共利益目標而制定各種管制規則。例自然獨占產業，一家廠商生產成本較低，則政策上則應建立一家獨占生產的市場結構，以避免多家廠商重覆投資造成浪費。具有外部性生產的產業，其生產則應由政府制定法律加以規範，使其外部成本能夠內部化，或以限制廠商數，或制定最高總量的方式，約制其對社會的負面影響。最後具有公共財性質的產業，則由政府部門提供資源生產，以使其發揮最大效益。準公共財的情況，則由政府規劃資源的分配規則，決定誰應取得該資源的使用權。凡此性質的產業，不宜任由市場競爭機制決定生產與分配的工作，因此有以「產業政策」取代「競爭政策」的需要。

## 肆、競爭政策與產業政策的互動

### 一、競爭政策的執行要考量產業政策的目的。

如前所述，一國社會的生產與分配，基本原則應藉由個人福利的追求，造成市場的競爭，以獲取配置效率與生產效率的達成。然而存在自然獨占、外部性、與公共財的情況時，市場競爭機制的使用，可能無法獲得令人滿意的結果，此時政府部門最好的策略，是以「產業政策」取代「競爭政策」，以公權力介入市場活動，干預私人經濟行為，以導正其向正確方向的進行，例如自然獨占時，一家廠商生產產品具有次可加性的屬性，政府部門即應對其市場廠商數加以規範，以落實市場生產的規模經濟效果，節省整體社會的生產成本，使消費者能夠以較低廉價格購得該項產品。

又如稀少性資源，如頻譜的使用，由於具有非排他性的屬性，若不由具有公權力的政府部門，對其使用做有秩序使用的分配，則該資源的使用，可能會因為太擁擠，重複使用，產生使用無效率的結果。消費者最後也無法獲得高品質的服務，所以必須由政府出面分配管理，使該稀少性資源能夠發揮最大的功效。因此政府部門對該資源的使用，遂有「特許」制度的採行，決定誰可以使用該資源？如何使用？以及可使用的期限有多長？這個時候為資源使用效率的目的，也必需以「產業政策」取代「競爭政策」。

最後，如果產品或服務的生產是有公共財特性時，如國防、治安、外交等服務即是有此屬性，很難藉由市場的競爭機制，使其生產與分配獲得效率的結果。為避免過少的生產，或無人生產，就必須由政府部門集資興建，其財源的籌措則由全民租稅來負擔，如燈塔。或將其生產責成由民間生產，如公路、橋樑等交通建設的興建，然後再允以長時間的收費，回收其興建成本，而且同意在收費中擁有正常的利潤。凡此類產品或服務的生產，也難由競爭機制的發揮達成效率之目的，必需以「產業政策」取代「競爭政策」。

總之，再上述情況之下，競爭制度的應用有所限制時，應以特定目的「產業政策」為補充。此時「產業政策」即為「競爭政策」的替代品<sup>28</sup>。

## 二、 產業政策的執行競爭仍需考量競爭的功能。

市場客觀條件未能符合競爭政策的執行時，政策方向應以「產業政策」取代「競爭政策」，接著要問的一個重要問題是，一旦產業採行「產業政策」，是否即不受「競爭政策」的規範呢？答案很顯然的是否定的。例如產業具有自然獨占性質，由「產業政策」取代「競爭政策」，政府部門對其市場廠商數目進行規範，限制市場的廠商只允許一家廠商經營。市場只有唯一一家廠商時，即無法獲得競爭政策推動時的「市場競爭」目標。為保護消費者的利益，當政策上採行一家廠商獨占市場時，則必需同時對該市場廠商的價格進行管制。公用事業的水、電、瓦斯等產業均有類似的做法<sup>29</sup>。獨占事業擁有此獨占的權利，並不代表其行為與競爭政策所規範的脫鉤，相反的，其市場行為仍應接受競爭政策推動所依據的法律規範。換言之，根據競爭法的需求，獨占事業即使在「產業競爭」擁有豁免權，但不必然的在「市場競爭」的部分其同時擁有不受約束的權利。相反的，它仍應接受競爭政策推動的法律—公平交易法的制約，「不得對商品價格或服務報酬，為不當之決定、維持或變更」（公平法第十條第二款），也不能「無正當理由，使交易相對人給予特別優惠」（公平法第十條第三款），或採行「其他濫用市場地位」（公平法第十條第四款）的行為。總之，因自然獨占之理由，循「產業政策」予以特定事業獨家經營的權限時，為確保交易的另一方消費者權利受到保障，因「產業政策」所形成的獨占事業，其市場行為仍受競爭政策落實所制定的法律約束。此時「競爭政策」與「產業政策」之間具有互補之關係。

同理，經由「產業政策」決定執照發放的特定產業，同一市場的廠商數，可能不像自然獨占情況一樣，只有一家廠商，政府部門可能在同一地理區域內，同

---

<sup>28</sup> 本文所討論「競爭政策」與「產業政策」之間的替代與互補，並無經濟學效用函數的替代品與互補品的意義。

基本上它所強調的是社會為獲得社會資源的配置效率與生產效率，可依循「競爭」為基本原則，一旦市場上面臨自然獨占、公共財或外部性時，管制市場進出的「產業政策」就比「競爭政策」的執行，可能可以獲得更高的效率。這個時候「產業政策」可以「替代」競爭政策，也可以說是「競爭政策」的補充。相反的，市場進出一旦採行「產業政策」的規範時，市場內既有廠商的行為不必然豁免於「競爭政策」的約制，因此就經濟效率目標的達成，「競爭政策」為「產業政策」的補充。

<sup>29</sup> 見自來水第五十九條、第六十條。見電業法第六十條-第六十九條。煤氣事業管理規則第十八條。

時給予若干家廠商的特許執照，例如過去有線電視市場一區最多允許五家有線電視公司存在，它屬於寡占結構的市場型態。寡占市場型態如第二節所述，最容易形成勾結的情況，所以在同一市場區域內，仍有競爭政策聯合行為的禁止，以防範少數的廠商，藉由共同一致之行為，損害「市場競爭」的實現。此外這些少數廠商可能藉由結合手段，互相合併造成減少市場廠商數的結果，使「市場競爭」目標達成所需要的充分廠商數的條件遭致破壞，所以為維護「市場競爭」的目標，特許產業少數廠商的合併，仍應受到競爭法的規範，以落實競爭政策的施行。

至於公平法不公平競爭的規範，不管是自然獨占的獨占事業，或是外部性的特許產業，都有適用的必要，在一定的條件下不容許這些具有市場優勢的廠商，採行差別待遇的行為（公平法第十九條第二款），杯葛行為（公平法第十九條第一款）或以脅迫、利誘、或其他不正當方法，使競爭者之交易相對人與自己交易之行為（公平法第十九條第三款），以脅迫、利誘或其他不正當方法，使他事業不為價格之競爭，參與結合或聯合之行為（公平法第十九條第四款），或以搭售、獨家交易、地域限制、顧客限制、使用限制或是其他限制等方法（公平法第十條第六款），對市場造成「限制競爭」或「妨害公平競爭」的結果。

總之，「產業政策」的施行，在特殊的市場條件下，它在某些部分可以獲得競爭政策的效果，尤其是市場內廠商數的決定與廠商市場進入的許可，前者可能影響競爭政策落實的「市場競爭」內涵，而後者的執行，則可能對「產業競爭」的效果產生阻礙的影響。然而「產業政策」執行之後，並不代表符合「產業政策」的特定廠商，其市場行為即不受競爭政策落實的競爭法的規範。所以在若干面向上觀察，「產業政策」的施行，在政策目標的達成而言是「競爭政策」的替代，但是一旦「產業政策」施行之後，特許廠商的市場行為仍需受競爭法的約束，此時「競爭政策」與「產業政策」又有互補的關係。

### 三、公平法與產業政策的調合

以上所論的「競爭政策」與「產業政策」的互動，是假定實際市場非常明確有自然獨占、外部性或公共財屬性下所為的分析，討論「競爭政策」與「產業政策」的替代與互補關係。但在實務上有些產業的屬性可能並不如想像的那麼明確，或因產業有其他目的的考量，因而無法利用上述的既定模式來解決。換言之，既定產業的發展管理，在政策上是否需要採例外的「產業政策」，還是一體適用「競爭政策」，仍需政府各部門間的協調與討論。所以在公平法的設計上，先在第九條

第二項開立公平會與其他部會協調的窗口，要求「本法規定事項，涉及他部會執掌者，由行政院公平交易委員會商同各該部會辦理之。」賦予公平會對「競爭政策」與「產業政策」的釐清、劃分、分工，以及有主動出擊的機會。

至於公平法與其他法律競合與適用的問題，則以公平法第四十六條「事業關於競爭之行為，另有其他法律規定者，於不抵觸本法立法意旨之範圍內，優先適用該其他法律<sup>30</sup>」公平法的立法旨意為何，國內學者<sup>31</sup>認為競爭法的旨意，並非在於保護經濟效率為唯一的目標<sup>32</sup>，但不可否認的經濟效率是競爭政策的主要目標之一。基本上第四十六條立法旨意進一步引申解釋，係對於「競爭政策」與「產業政策」的互動關係，由過去「替代競爭的管制」概念，演進為以「促進競爭的管制<sup>33</sup>」，原則上仍然遵循競爭原則，解決經濟資源的生產與分配，但在例外的情況下，才採用「產業政策」以為替代，但在管制政策中，則蘊含競爭的本質。

過去的許多產業的立法，由於競爭法規尚未問市，因此在若干條文上有抵觸市場競爭的本質，為解決法規自由化，以及「競爭政策」與「產業政策」的調和，公平會依據公平法第九條第二項的規定，訂定「公平交易法第四十六條第一項除外適用檢討協調實施計劃」自民國八十三年起，藉由五十一次的內部會議，檢討有違公平法之虞的兩百一十五種法規，三百一十四條條文。並在同年十月就其中七十四種法規，一百二十二條條文透過繳集相關部會，召開十九次的協調會議獲得共識，並在民國八十四年三月報奉行政院備查在案<sup>34</sup>。民國八十六年公平會成立「法規自由化促進專案小組」，追蹤八十四年報奉行政院法規調整的條文，發現財政部、交通部、經濟部、環保署等四個部會，已依「法規自由化促進專案小組」協調，修廢二十個法規及二十七條條文。經濟部、內政部、教育部、農委會、新

---

<sup>30</sup> 民國八十八年 2 月 3 日以前，公平法第四十六條的規定分成兩項，第一項為「事業依照其他法律規定之行為，不適用本法之規定。」做概括式規定。第二項「公營事業、公用事業及交運輸事業，經行政院許可之行為，於本法公佈後五年內，不適用本法之規定」屬於公營、公用及交通事業的例外條款。

<sup>31</sup> 見蘇永欽，范建得（2000）公平交易法第四十六條修正後適用問題的研究，第七屆競爭政策與公平交易法學術研討會論文。

<sup>32</sup> 見莊春發（1995）美國反托拉斯立法目標的研究，經濟研究，第三十三卷第二期。

<sup>33</sup> 同註 29，頁 26。

<sup>34</sup> 同註 29，頁 6。

聞局、退除役官兵輔導委員會等部會則尚有二十一個法規，共計三十七條法律條文未依法規自由化更正。此外依「法規自由化促進專案小組」協調結論，與公平會加強聯繫聯合辦理者，有經濟部、財政部、交通部、內政部、新聞局、教育部、農委會等部會所主管之法規，共三十五個法規，計五十三條條文。在此專案中同時找出新的不符合公平法第四十六條第一項規定，而不排除公平交易法之適用，共計十種法規以及十二條法律條文。另外也發覺四種法規，共計七條行政命令，具有影響市場競爭而無法律基礎的法規<sup>35</sup>。

由以上實務運作情況，可以瞭解「競爭政策」的主管機關，確實可依公平法第四十六條，審查其他法律規定，是否有抵觸公平交易法立法之意旨，並決定其適法性或回歸公平法的適用，為「競爭政策」與「產業政策」的互動找到平衡的依據。而且依據公平法第九條第二項的規定，在涉及他部會執掌事務，主動商同辦理之。唯可惜的，該執掌只給予公平會「商同」其他部會的權利，若其他部會堅持其「產業政策」之理由，而該規定又有抵觸公平法立法精神時，公平會仍很難使市場之經濟活動回歸到以競爭為原則的軌道上。前述未依「法規自由化促進專案小組」調整，配合修正法規之事實，即為明證。

## 伍、天然氣產業與有線電視產業的觀察

「競爭政策」與「產業政策」的互動的討論，所獲得啟示是：「競爭政策」不足以完成公共利益的目標時，應以「產業政策」取代。但「產業政策」的推動並不代表事業行為可豁免於「競爭政策」落實的競爭法規範。以「競爭政策」的立場而言，前者為替代關係，後者為補充的關係。以下以台灣區天然氣產業與有線電視產業為例，說明此兩政策的互動關係。之所以選擇此兩產業為研究的對象，係因為天然氣產業具有自然獨占的屬性，有線電視產業亦屬於特許產業。希望藉由目的主管機關對其設立的管制、價格管制，以及目前受競爭政策主管機關的處罰，觀察國內此兩政策的互動。

### 一、天然氣產業的觀察

#### (一) 市場進入的障礙

---

<sup>35</sup> 見公平交易委員會，「解除管制促進市場專案小組」期末報告，頁 261-268，民國八十六年十二月。

天然氣屬於能源的一部分，因此「能源管理法」第六條第一項「能源供應事業經營能源事務，應遵循中央主管機關關於能源之調節、限制、禁止之規定。」第二項進一步明確指示：「經中央主管機關指定之能源產品，其輸入、輸出、生產、銷售業務非經『許可』不得經營」。依據「能源管理法」第二條之規定，天然氣屬於能源管理法所規定的能源產品，所以依據第六條的規定，非經中央主管機關特許不得經營其銷售業務。

此外，「民營公用事業監督條例」第十七條規定：「民營公用事業，如其性質，在同一區域內不適於並營者，非經中央及地方監督機關認為原有營業者，確已不能再行擴充設備至足供應公用之需要時，同一營業區內，不得有同種第二公用事業之設立。」可見天然氣事業的營運，除需經中央主管機關特許之外，基本上主管機關係採一區一家為原則。換言之，依據次可加性的推測，目的主管機關對天然氣公司的設立與營運係採自然獨占的方式。目前正在立法院審議的「公用氣體燃料事業法」（草案），第十六條也有相同之規定：「在同一營業區域內，以許可公用氣體燃料事業一家經營為限。原經營者未能充分供應所指定的營業區域，經中央主管機關限期擴增設備或做其他改善措施而不遵辦者，得調整其營業區域。」

由以上法律條文觀察，天然氣供應事業的經營，受政府部門的特許控制，而基本上則以採「獨家」為原則。根據前面競爭目標層次的討論，預期的天然氣市場由於只有一家廠商獨家營業，必然無法獲得「市場競爭」內涵的效果。再者其市場的進出受限於中央主管機關的特許控制，因此一般而言，事業的進出市場非常困難，無法藉由事業進出獲得「產業競爭」的效果。由於實際進出受限於政府政策的封鎖，因此「競爭政策」的第三層次的「潛在競爭」效果，也無法獲得實現。

## （二）價格的管制

### 1. 氣價管制

基於天然氣產業的「市場競爭」、「產業競爭」、「潛在競爭」均受限於法律的管制無法發揮，而且為獲取規模經濟的利益，在「民營公用事業監督條例」，設計成一地理區域，只允許一家事業的存在。如果任由事業自由決定價格時，則可能因為採行獨占性訂價的策略，從而使消費者受害，反而不利於經濟效率的達成，所以在市場進入管制的產業，一般均會以市場價格管制為配套，天然氣產業的情況也不例外。在母法中的「民營公用事業監督條例」的第七條要求「民營公用事



業，訂立或修正有關公眾用戶之收費及各種規章，應呈地方監督機關，簽具意見，轉呈中央主管機關核准。」「煤氣事業管理規則」第十八條，則根據「民營公用事業監督條例」第七條規定，訂定煤氣事業的售價規定：「煤氣事業售價之估計，其計算公式如左：氣體售價＝（氣體成本＋銷管費用＋折舊＋稅捐＋利息＋合理利潤）／預計全年配氣量。前項公式所稱氣體成本等，依左列各項之規定估計，...，六、合理利潤：為實有資本額最低百分之六，其估計公式如左：合理利潤（實有資本額之百分之六）＝【預估全年配氣收入－（氣體成本＋銷管費用＋折舊＋利息）】／實有資本額（實收資本額及公債）。計算氣體售價之預估，全年配氣量應不低於設備能量百分之六十，配氣量低於設備能量百分之六十，其每年營利未達資本額百分之六時，不得因此提高氣體售價。」可見主管機關對法定獨占事業的氣價有明確的計算公式，要求其合理利潤為實有資本額的百分之六，對影響氣價甚鉅的設備利用率也有清楚的規範。

## 2. 裝置費用的管制

天然瓦斯的「使用價格」，除天然能源的消耗之外，最重要的價格成本，尚包含天然瓦斯公司管線連接到用戶的管線費用支出。依據瓦斯公司營業規程第三十一條的規定，瓦斯公司可依用戶條件不同，可收取1) 申請費，2) 裝置工程費，3) 管線補助費，4) 瓦斯表保證金或表租金，5) 裝錶通氣費，6) 其他經主管機關核准之相關費用。裝置工程費與管線補助費視工程實際狀況及外管長短，瓦斯公司可直接與用戶議價，收費標準不需向地方主管機關省政府建設廳報備。由於施工情況不同，使用材質不同，投資管線使用戶的多寡不同，瓦斯公司的收費標準確實不易統一，這也是天然氣產業長久以來，一直是主管機關困擾的問題。

### （三）、公平法處罰統計觀察

如前所述，天然瓦斯產業因「產業政策」的考量，設計成一區一家的獨占事實，並對其產品的售價（包括氣價與裝置費用）配套的加以管制，是不是在此產業政策下，該獨占事業之市場行為即不受競爭法的約束呢？由公平會對天然瓦斯產業的處分案的統計觀察，其答案似乎是否定的。亦即受限於「產業政策」管制的事業，其行為仍需受該「競爭政策」的競爭法規範，以競爭法補「產業政策」的不足。公平會的處分共有六件。大都針對天然瓦斯公司的價格行為做處罰，在內容上以氣價的不合理為對象有一件，以裝置工程費的處罰者有五件。分別說明如下：

1. 大台北瓦斯股份有限公司濫用市場獨占地位案。

大台北瓦斯股份有限公司，藉其獨占事業顯著的市場地位，透過用戶裝置較大流量之瓦斯計量表（即五號燈表），提高基本度數，持續獲取不當利益，為濫用市場地位，對商品價格為不當之行為，違反公平交易法第十條第二項之規定。

2. 新竹縣瓦斯管理處未依公平會第一七三次委員會議決修改營業規程，並強制用戶負擔前用戶欠費行為案。

新竹縣瓦斯管理處未依公平會第一七三次委員會議決，於所定期限修改營業規程第十三條的規定；「用戶申請所有權過戶時，應由新舊用戶會同蓋章申請之，並繳清用戶應繳各項費用，新用戶無法取得舊用戶會同蓋章時，得具結單獨申請過戶，並履行舊用戶一切應負義務；未依前項規定申請過戶而即用氣者，對該用戶之一切義務由新用戶負擔。」並於用戶變更名義時強制新用戶負擔前用戶舊欠費行為，有足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第二十四條規定。

3. 欣隆天然氣股份有限公司不當規定天然氣瓦斯供氣管路裝置工程費用案。

欣隆天然氣股份有限公司藉其市場優勢地位，不當規定天然瓦斯供氣管路裝置工程費用，核屬足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第二十四條規定。

4. 欣南石油氣股份有限公司不當決定天然瓦斯用戶申請裝置費用案。

欣南石油氣股份有限公司濫用其具有之優勢地位，不當的決定天然瓦斯用戶申請裝置費用，核屬足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第二十四條之規定。

5. 新海瓦斯股份有限公司不當決定天然瓦斯用戶申請裝置費用案。

新海瓦斯股份有限公司濫用市場優勢地位，不當決定天然瓦斯用戶申請裝置費用，核屬足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第二十四條之規定。

6. 欣桃天然氣股份有限公司不當收取天然瓦斯表外管維修費用行為案。

欣桃天然氣股份有限公司挾其市場優勢地位，不當收取天然瓦斯表外管維修費用，核屬足以影響交易秩序之欺罔及顯失公平行為，違反公平交易法第二十四條的規定。

綜上，由公平會對天然氣產業的處分情況觀察，因「產業政策」而獨享優勢

市場地位的獨占事業，其市場行為自不自外於「競爭政策」落實的競爭法規範，顯而易見為獲得公共利益的目標，競爭法的施行，亦即「競爭政策」的推動確實是「產業政策」的最後一道防線。

## 二. 有線電視產業的觀察

### (一) 市場進入的障礙

依據有線廣播電視法第十八條規定：「有線電視之籌設營運，應申請中央主管機關許可。」所以有線電視產業屬於特許行業。依據同法第三十一條：「系統籌設應於營運計劃所載系統設置時程內完成，並於設置時程內向中央主管機關提出系統工程查驗申請。前項查驗由中央主管機關會同交通部及地方主管機關，自受理申請之日起六個月內為之。系統經查驗合格後二個月內，申請人應向中央主管機關申請營運許可。非經由中央主管機關發給營運許可證者，不得營運。系統經營者除有正當理由，經中央主管機關核可者外，應於取得營運許可證後一個月內開播」表示有線電視的系統經營者，進入市場之前，必需在有線電視系統經營技術上符合交通部所訂的技術規格，經查驗合格後，才有資格向中央主管機關行政院新聞局申請營運許可。非經由中央主管機關發給營運許可者不得營運。是故，有線電視市場的進入，受到政府部門的嚴格把關。

全國有線電視市場到底可容許多少廠商數，則受有線廣播電視法第三十二條的約制：「有線廣播電視經營地區之劃分及調整，由中央主管機關會商當地直轄市或縣（市）政府審酌下列事項後公告之：1. 行政地區。2. 自然地理環境。3. 人文分布。4. 經濟效益」<sup>36</sup>。依據目前新聞局最新資料，全國有線電視區仍劃分為五十一區，除金門、連江兩個外島地區，以及偏遠的台東關山與玉里區，沒有人申請有線電視籌設的許可外，其他四十七個區域共有六十八家廠商申請設置有線電視公司，目前除彰化地區的豐樂、永芳，以及南投的大埔里、全南投等四區尚未查驗完畢外，其他四十三區的有線電視公司均已接受交通部的查驗合格，並領有有線電視營運許可的執照。四十七區有線電視區域中，共有二十七區為獨家經營區，占有所有有線電視區的百分之五十八，一區有兩家有線電視公司者共有十九區，占有比例為百分之四十，一區三家合法經營者僅剩中和區一區<sup>37</sup>。

---

<sup>36</sup> 有線電視法時期，該條規定上多加「有線電視在同一地區，以五家經營為限」設有最多廠商數的上限。

新廠商只有在下列情況下（「有線廣播電視法」第三十三條），才有機會進入市場，一是在公告期間內，該地區無人申請。二、該地區無人獲得籌設許可或營運許可。三、該地區任一系統經營者終止經營，經審議委員會決議，需重新受理申請。四、該地區系統投資者係獨占、結合、聯合、違反第二十一條規定而有妨害或限制公平競爭之情事，中央主管機關為促進公平競爭，經附具理由，送請審議委員會決議，需重新受理申請。以上之理由或條件，都屬於特殊之情況，第一個與第二個理由，很可能是該地區不具規模經濟，所以也不值得新廠商進入。第三種理由一般很少會發生，第四種理由是多系統經營者違反第二十一條的反壟斷條款才會發生，而且依據「有線廣播電視法」第三十五條之規定，系統經營者的營運許可，有效期限為九年。營運期限到期後，仍欲經營者，仍可向中央主管機關申請換發另一個營業許可。因此新廠商的市場進入可以說也完全受制於政府的管制。

## （二）、價格管制

如同天然瓦斯產業，有線電視產業的市場進入，因為政府特許的關係受到嚴密的管制，競爭機制無從發揮。為保障消費的權益，對於有線電視服務的計價，在法規上，目的主管機關也採行價格管制的配套措施，其理由與天然瓦斯類同，「市場競爭」因進入管制無法實現，「產業競爭」與「潛在競爭」固然因為可受理重新申請，多少有一些效果，然其產生效果也極為有限，所以最後對其服務的價格，仍以管制方式處理。

有線電視價格管制與天然瓦斯產業的管制稍有不同。它將價格管制的權限下放到直轄市、縣（市）政府手中。「有線廣播電視法」第五十一條規定：「系統經營者應於每年八月一日起一個月內向直轄市、縣（市）政府申請收視費用，由直轄市、縣（市）政府依據審議委員會所訂收費標準，核准後公告之。直轄市、縣（市）政府後設費率委員會，核准前項收視費用。系統經營者之會計制度及其標準由中央主管機關定之。系統經營者應於每年一月、四月、七月及十月向中央主管機關申報前三個月訂戶數。」除價格管制外，系統經營者，還需負擔將其收視戶數向中央主管機關申報之義務。

---

<sup>37</sup> 新聞局原核發一五八張有線電視籌設許可證，後來經由同區業者相互合併，或原有有線播送系統退出市場，最後則僅剩下目前的六十八家營運許可。

### (三)、有線電視產業公平法違法之觀察

有線電視產業的市場進入與價格受到政府的管制之後，在此嚴密把關的產業政策之下，是否仍有受到競爭法規範的必要呢？這點可做以公平會對有線電視產業的處分案統計結果看出端倪。

表一 有線電視違反公平法統計

年度 違法類型	85年	86年	87年	88年	合計
1 應申請結合，未申請者 (公平法第十一條)		1		3	4
2 聯合行為 (公平法第十四條)			2	2	4
3 差別待遇 (公平法第十九條第二款)			1		1
4 利誘競爭者交易人與之交易之行為 (公平法第十九條第三款)		2			2
5 獨家代理 (公平法第十九條第五款)			3		3
6 不實廣告 (公平法第二十一條)			1	2	3
7 營業信譽 (公平法第二十二條)		2			2
8 欺罔或顯失公平 (公平法第二十四條)	1	1	5		7

資料來源：公平交易委員會，民國八十八年十月，「有線電視相關產業規範說明、審理原則暨彙編」。

說明：其中新視波公司同時違反兩項公平法規定，因此二十五個案共有二十六項違法行為。

表一是依據公平會民國八十八年八月出版一份報告，「有線電視相關產業規範說明、審理原則暨案例彙編」中間有關有線電視產業違反公平交易法案的統計分

析。由表一結果，可以很明顯的看出，有線電視產業廠商的市場行為，依據公平法的規範，除了獨占力濫用、杯葛、維持轉售價格、脅迫參與結合、聯合，營業秘密，以及仿冒等行為外，其他的法規均有過違反的紀錄。這些違反公平法的類型包括限制競爭的應申請結合而未申請的四個個案，和聯合行為的四個個案，以及屬於限制競爭的差別待遇一個個案，與獨家交易的四個個案。隸屬於不公平競爭行為的個案及個案出現次數，則分別有利誘交易相對人之交易者與之交易的兩個個案，不實廣告則有三個個案，妨害營業信譽者有兩個個案，欺罔或顯失公平的個案，則有最多的七個個案。

由民國八十五年開始到八十八年六月，四年共計有二十五個個案，違反二十六項公平交易法，其中屬於限制競爭者有十二個個案，屬於不公平競爭者有十四個個案。以上數據告訴我們在既定「產業政策」之下，事業在市場的競爭活動受到一些約制時，仍需輔以「競爭政策」的競爭法規範，做為促進市場競爭的補充手段。

## 陸、結論

本文以「競爭政策」與「產業政策」的替代與互補為討論的核心，初步所獲得的心得是，在執行競爭政策時，應明確定義競爭政策落實時，其所欲達成的「競爭內涵」為何？依據競爭概念在經濟學理萌芽、發展以及其在後來新古典學派的定位，個人以為「競爭內涵」基本上可分為「市場競爭」、「產業競爭」與「潛在競爭」三個層次。「市場競爭」獲得的客觀條件，第一為市場上必需有相當充分廠商，由有效競爭正面角度觀察，欲使市場達到有競爭功能的效果，市場的廠商數起碼要在三家以上。第二，達成「市場競爭」的條件為市場廠商的決策必需獨立自主，不能有勾結或聯合行為的產生，它與第一個條件也有密切的關係。「產業競爭」競爭內涵的獲得條件為市場的進出必需自由，根據經濟文獻的概覽，除有法律為最重要市場進入障礙的阻撓外，在主觀上，既有廠商也可能採用限制進入訂價法，剩餘產能法、產品增殖法、沉入成本法等策略的施行，造成人為市場的進入障礙，以獲得既有利益，所以「產業競爭」效果的發揮在實務上並不容易。至於「潛在效果」的達成所獲取的是可能進入市場，但現在情況尚未進入市場，對既有市場競爭的影響，此效果的產生尤其可能發生於存在國外競爭者的情況。在

極端的情況，如同 Baumol et al. (1982) 提出的可競爭市場情形，市場即使實際上只存在一家廠商，限於市場出入無成本，與進出快速、容易，可能產生打帶跑的效果，市場唯一的一家廠商可能仍只能有正常利潤無法獲得超額利潤。

基於公共利益的目標，在市場具有自然獨占，外部性以及公共財性質，若只採行「競爭政策」時，就政策目標而言，可能無法達成配置效率與生產效率的經濟效果。替代的方式是，部分競爭內涵的層次以「產業政策」取代原有「競爭政策」，以使自然獨占的次可加性效果得以實現，生產外部性的負面效果得以避免，或者因為公共財低度生產的問題得以解決。是故，在政策的選擇上應以「競爭政策」為原則，決定「競爭政策」的同時必需考量「產業政策」的目的，而在採行「產業政策」時，應仍需以維持競爭為追求的目標。換言之，在特殊情況下，策略上應以「產業政策」為「競爭政策」的替代，另以「競爭政策」補「產業政策」的不足。

為釐清何種情況屬於「競爭政策」的規範，那些情況市場行為適用「產業政策」的管制為「競爭政策」的例外，公平交易法第四十六條的設計上，即提供此市場行為兩種政策適用的分野原則，在不牴觸公平交易法立法意旨的前提下，鑑於「產業政策」目標所衍生的法律規定，可優先適用不受公平法的規範。唯反面思考，則表示若有違公平法立法意旨的其他法律規定的行為，仍應不適用公平法的排除。換言之，在思維上，應將「替代競爭管制」概念，演進為更先進的「促進競爭的管制」，似乎更能促進社會資源使用的效率性。基於上述的理念，公平交易委員會曾經依據公平交易法第九條的定調與第四十六條的規定，推動「四六一專案」和「法規自由化促進專案」，與國內各部會討論「競爭政策」與「產業政策」的協調，對兩種政策的定位與功能的釐清產生一定的功效。

依據上述的觀點，本文對天然瓦斯產業和有線電視產業進行觀察。發現前述的推測應具有一定的合理性與可行性。天然瓦斯產業和有線電視產業，在市場進入受到管制，使「競爭政策」所欲追求的「市場競爭」、「產業競爭」和「潛在競爭」目標無法獲得，目的主管機關雖輔以價格管制，避免消費者傷害。惟是項配套措施仍有所不足，在天然瓦斯產業所產生者，均為法律上的獨占者，在價格上濫用其市場優勢，即為證明。至於有線電視產業的觀察，則發覺「產業政策」之後，更需「競爭政策」以補充其不足。否則各項限制競爭與不公平競爭的行為，均可能產生傷害到市場交易秩序，造成消費者利益的保護不足。

## 參考文獻

1. 有線電視相關產業規範說明、審理原則暨案例彙編，公平交易委員會宣導系列，民國八十八年十月。
2. 解除管制促進市場競爭專案小組，期末報告公平交易委員會，民國八十六年十二月。
3. 能源產業之公平交易法案例彙編，公平交易委員會，民國八十九年十二月。
4. 莊春發（1993），〈獨占事業與市場進入障礙—台灣服務業的研究〉中國經濟學會論文。
5. 莊春發（1994），〈同業公會與廠商聯合行為關係的研究〉，《法商學報》，29：207-258。
6. 莊春發（1995），美國反托拉斯立法目標的研究，《經濟研究》，32（2）：71-101。
7. 莊春發（1998）〈競爭概念的發展、演變與反托拉斯政策〉《公平交易季刊》，6（1）：29-89。
8. 莊春發（2000），〈有效競爭與市場廠商數—台灣有線電視產業的研究〉，國立中央大學產業經濟研究所，第三屆產業經濟研討會論文。
9. 莊春發（2001），〈參與廠商人數、公會與聯合行為關係的研究—公平會處分案的分析〉，初稿。
10. 莊春發（2001），〈競爭的內涵與公平交易法規範〉，初稿。
11. 蘇永欽、范建得（2000），〈公平交易法第四十六條修正後適用問題的研究〉  
第七屆競爭政策與公平交易法學術研討會論文。
12. 林慈柔（2000），獨占事業獨占地位的取得與維持—以公平會公告獨占事業為例，國立中央大學產業研究所碩士論文。



13. Baumol, W.J. J.C. Panzer and R.D. Willing (1982) ,Contestable Market and The Theory of Market Structure. New York : Harcourt Brace Jovanvich.
14. Bykowsky, M.M. and T. Sloon (1990) ,“Competitive Effects of Broadcast Signals on the Price of Basic Service, ”Staff Paper, Office of Policy Analysis and Development, National Telecommunications and Information Administration. U.S. Department of Commerce, April.
15. Cournot, A. (1929) , Researches into The Mathematical Principles of The Theory of Wealth. Translated by Nathaniel T. Bacon. New York : Macmillan.
16. Dertouzos, J.N. and S.S. Wildman (1990) ,“Competitive Effects of Broadcast Signals on Cable,” Prepared for The National Cable Television Association.
17. Frass, A.G. and D.F. Greer (1977) , “Market Structure and Price Collusion : An Empirical Analysis,” “The Journal of Industrial Economics”, 25 : 21-44.
18. Gradndall, R.W. (1990) ,“Regulation, Competition and Cable Performance,” Prepared for TCI, Inc..
19. Hay, G.A. and D. Kelly (1974) , “An Empirical Survey of Price Fixing Conspiracies,” Journal of Law and Economics,13-38.
20. Gaskins D.W. JR. (1971) , “Dynamic Limit Pricing : Optimal Pricing Under Threat of Entry,” Journal of Economic Theory,3 : 306-322.
21. Knight, F.H (1964) , Risk, Opportunity, and Profit. New York : Augustus Kelly. (Originally Published in 1921)

22. Modigliani, F. (1958), "New Developments on the Oligopoly Front," *Journal of Political Economy*, 66 : 215-232.
23. Rubiovitz, R.N. (1993), "Market Power and Price Increases for Basic Cable Service Since Deregulation," *Rand Journal of Economics*, 24 (1) : 1-18.
24. Singleton, R.C. (1986), *Industrial Organization and Antitrust : A Survey of Alternative Perspectives* ° Ohio : Publishing Horizons, Inc.
25. Sylos-Labini P. (1962), *Oligopoly and Technical Progress*. Cambridge, Mass : Harvard University Press.
26. Smith, A. (1937), *Wealth of Nations*, E. Cannon (ed), New York : Modern Library. (Originally Published in 1776)
27. Spence, A.M. (1977), "Entry, Capacity, Investment and Oligopolistic Pricing," *Bell Journal of Economics*, 8 : 534-544.
28. Spence, A.M. (1983), "Contestable Markets and Theory of Industry Structure : A Review Article," *Journal of Economic Literature*, 21 : 981-990.
29. Stigler, G.J. (1957), "Perfect Competition, Historically Contemplated," *Journal of Political Economy*, 65 (1) : 1-17.
30. Walters, S.J.K. (1993), *Enterprise, Government, and the Public*. New York : McGraw-Hill, Inc.