

一元便當

台北喜來登飯店因為有住房客人被懷疑染上 SARS，全館淨空三日進行大消毒，然後重新開張。開張前三日為了凝聚人氣，推出原價一五〇元的便當以一元廉售的活動，限量三百份。「一元便當」推出的第一日就出現大排長龍爭購的場面，據媒體報導，排第一位的客人足足排了六個小時的隊，向隅的民眾則大罵飯店欺騙。

排隊買東西或作其他交易的場景到處可見：排隊買火車票、排隊買金幣、排隊等總統大年初一發紅包、排隊等偶像歌手簽名、排隊等吃一碗「阿忠麵線」等等；有些場合排幾分鐘，有些場合排幾個小時，有些場合排幾天。排隊才能買到的商品，消費者所付的「價格」不只要計算金錢的價格，而且要計入等待的時間成本。花六個小時的等待才買到一個「一元便當」，便當的真正價格是六小時的時間成本再加上一塊錢。因為每個人的時間成本不同，因此每個人買到便當的價格也不同。時間成本是什麼呢？時間成本是指一個人花時間排隊因而不能做別的事所損失的機會的價值（經濟學上叫機會成本）。假設有個人不到喜來登排隊而到麥當勞打工，每小時可賺一百元，則他的時間成本就是每小時一百元。此人若花六個小時排隊買一個「一元便當」，他所花費的總成本其實是六〇一元，而非一元。便當的「價值」依業者宣稱是一五〇元，對此人而言，花六個小時買便當顯然是不划算的。便當的價值若是一五〇元，消費者頂多花一五〇元去買，否則就會覺得吃虧上當。依此推論，則那位排六個小時隊買便當的人，他每小時的時間成本絕不會超過二十五元。

一般而言，當商品的價值超過商品的售價時，人們才會排隊購買，而且時間成本愈低的人愈願意花時間去排隊。在喜來登門口排隊的人大半是時間成本比較低的人，他們或者是沒有工作，或者是翹班而不會被扣薪水的人。高所得的人在「排隊競爭」的遊戲中居於十分不利的地位，因為他們的時間成本太高。時間成本的差異影響消費的型態。在高檔的餐廳（例如每客一萬元的魚翅店）絕對沒有

客人排隊的情形，因為這些高所得的客人是排不起隊的。我們普通看到排長龍的餐廳一定都是大眾化的餐廳。

排隊是社會上一種資源分配的方式，但卻是一種沒有效率的資源分配方式。本來喜來登好意要「回饋」消費者，因此一五〇元的便當只賣一塊錢，但消費者並沒有真正「賺到」，因為一四九元的價差被長時間的等待抵銷了。如果喜來登換一種資源分配的方式，要求消費者在十二點鐘準時到達喜來登的大廳，每人發一張號碼牌，然後以抽籤的方式分配三百個便當，這樣的話，消費者不用排隊，幸運中獎的人才會真正「賺到」。排隊雖然不是有「效率」的資源分配方法，但卻為社會各界所愛用，主要是大家覺得這種方法很公平。「先來的先贏」是大家普遍可以接受的遊戲規則，只要大家覺得很公平，犧牲一點效率並不會有人抱怨。經濟學家雖然常常提醒大家有比排隊更好的資源分配的方法，但不一定獲得採納。例如用考試成績分配入學的機會雖然歷史悠久，但這也不是很有效率的方法，學生花很多時間和金錢補習以爭取到前幾名，和消費者提早排隊買便當並無不同。大家覺得以成績分配入學是最公平的，因此考試的制度也就難以改變。公平是維持社會和諧安定一項重要的元素，不易以「效率」之名而加以挑戰，除非社會對什麼是公平的認知有了改變，否則這種排隊分配資源的方式仍將普遍存在。