國立臺北商業大學附設空中進修學院 115 學年度第一學期**期中考參考答案**

考試科目： **二專 516 經濟學(上)**　　考試日期： **115 年 11 月 1 日**　節次： **3**

1. 說明當 X 與 Y 兩種財貨為需求互補品時，X 財貨的價格上漲，對 Y 財貨市場均衡的影響為何? (10%)

解答 1

當 X 與 Y 兩種財貨為互補品時，X 財貨價格上漲，則互補品 Y 財貨的需求減少，所以 Y 財貨的需求曲線會左移，導致 Y 財貨的需求量減少，市場價格下降。

2. 請問根據研究的對象，經濟學的分類為何? 探討的內容又指哪些? (10%)

解答 2

根據研究對象的不同可將經濟學分為「個體經濟學」與「總體經濟學」。

個體經濟學(Microeconomics)，主要是專注於經濟層面中消費者與廠商行為進行分析。探討的內容包括消費者需求、價格彈性、廠商生產理論、成本分析，以及不同市場結構下廠商應如何決定定價策略。也正是因為在個體經濟學中是以價格機能為分析核心，故有時亦被稱為價格理論(price theory) 。

總體經濟學(Macroeconomics)這是以宏觀的角度來檢視一國的經濟狀況， 因此關心的議題主要是一個國家的國民所得、物價水準、失業率、利率與匯率等總體經濟變數。由於研究的核心為所得，故又稱為所得理論。

3. 影響需求變動的因素有哪些? 請列出五種原因。 (10%)

解答 3

舉例五大因素可以影響需求曲線移動的原因，分別為消費者所得、相關財貨的價格、對財貨未來價格的預期、消費者偏好、消費者的人數。

4. 請問當政府採行限電措施，在電價可以自由浮動之下，請問對均衡市場價格的影響為何? (10%)

解答 4

政府對數量進行管制的目的，是希望能夠限制市場消費的數量，所以會將數量管控在少於市場均衡需求的數量水準。我們將數量管制的結果，對市場供給與需求產生的影響，繪製成圖形 3.10，由該圖可以看出，因為市場數量被限制為$\bar{Q}$，遠低於市場所需要的均衡數量 Q^*，因此消費者得花費高於市場均衡的價格 P_a 才能買得到商品。當政府採行限電措施，電價上漲勢必成為趨勢。

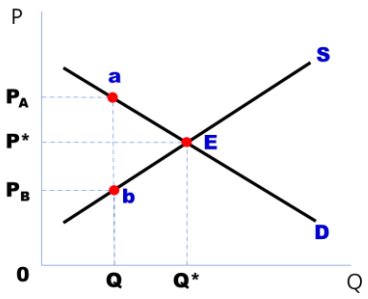

圖3.10 政府干預——市場數量管制

5. 請問影響需求的價格彈性大小因素有哪些? 請列舉四點。 (10%)

解答 5

需求的價格彈性大小深受許多因素的影響，我們將其歸納為以下幾點: 替代品的多寡、商品支出占消費者總支出的比重、商品的種類為奢侈財或必需品、時間的長短。

6. 請以需求的價格彈性來分析，行銷策略中的薄利多銷是可行的策略。 (10%)

解答 6

在行銷策略中，常常喜歡用薄利多銷的手法，來吸引客人消費。但對老闆而言，真的是大發慈悲只追求薄利嗎? 恐怕不是這麼簡單。事實上，薄利多銷的重點是在多銷，也就是將商品的價格訂低一點，消費者會因為便宜就買多一些，但是要達到這個目的，必須是財貨需求的價格彈性就要夠大，例如: 晚上 8 點後麵包店通常會打 8 折，周年慶球鞋買二送一活動，因為這些財貨的彈性都夠大，所以透過降價促銷，通常都可以創造廠商更高的收入。

背面尚有試題

國立臺北商業大學附設空中進修學院 115 學年度第一學期期中考參考答案

考試科目： **二專 516 經濟學(上)**　　考試日期： **115 年 11 月 1 日**　節次： **3**

7. 請闡述無異區線應具備哪四種特性?　(10%)

解答 7

我們就用序列效用的概念，來闡述消費者的選擇行為。一般來說，無異曲線具有以下四個特性:

(1) 無異曲線的斜率為負值

(2) 無異曲線越往東北方向移動，代表對消費者所帶來的效用水準越高

(3) 相同一人的無異曲線不會出現相交的情況

(4) 無異曲線凸向原點

8. 請解釋何謂季芬財? 並說明季芬財的需求曲線。(10%)

解答 8

負所得效果強過替代效果的情況，經濟學稱之為季芬財(Giffen's Goods) ，這是十九世紀英國經濟學家羅伯特·季芬(Robert Giffen)教授所發現。季芬財通常發生在一些所得收入較低者，同時該財貨對這些低收入者又是必需品的情況。為一條正斜率的需求曲線，表示該財貨違反需求法則

9. 請用無異曲線解釋何謂價格效果?　替代效果?　所得效果? (20%)

解答 9

假設有兩種財貨珍珠奶茶(X)與漢堡(Y)，其對應的價格分別為 100 元與 200 元，而消費者的預算總額為 2000 元。現在我們考慮價格變動對消費者的影響， 假設珍珠奶茶特價，一杯降至 50 元，則在消費者的總預算為 2000 元下，總共可以購買 40 杯，就圖形上來看，也就是預算限制線向外旋轉，變得更平坦。此時消費者的最大效用組合變為 B 點，也就是 3 個漢堡，28 杯珍珠奶茶。和 A 點相比，因為珍珠奶茶的價格變便宜了，所以消費者購買珍珠奶茶的數量增加，減少漢堡的購買。所以在總預算沒有改變且和漢堡價格不變之下，消費者用珍珠奶茶消費增加來替代漢堡消費減少。所以珍珠奶茶的消費量從 10 杯增加到 28 杯，即為價格效果。

所謂替代效果，是指當財貨價格改變後，維持在原先的效用水準之下，消費者因為相對價格改變轉而購買相對便宜之商品。珍珠奶茶的消費量從 10 杯增加到 14 杯，即為替代效果。

所謂所得效果，是指在其他條件不變之下，因為所得改變，使得消費數量隨之變動的數量。珍珠奶茶的消費量從 14 杯增加到 28 杯，即為所得效果。

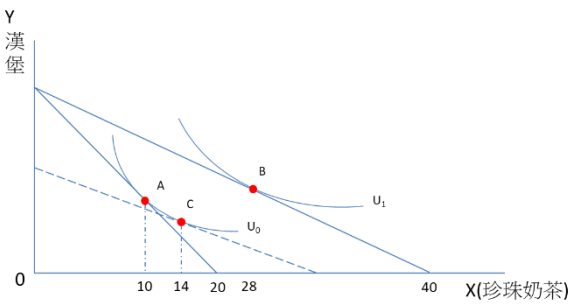

圖7.5 替代效果與所得效果