

題型1 經濟學導論

經濟學 (economics) :

是一門社會科學，研究如何有效率地運用有限資源，在許多可行方案中，理性選擇最適途徑，以發揮最大效果，滿足其慾望。

機會成本 (opportunity cost) :

取捨選擇表示放棄其他機會，以換取獲得所要的事物；被放棄的事物中，價值最高者為機會成本，意即任何選擇所須付出的最大代價。

個體經濟學 (micro economics) :

又稱為價格理論，以經濟社會中的個別單位為對象，包括個別家戶、廠商的消費、生產行為，個別市場、產業的供給、需求、價格、數量變化與影響，市場均衡、市場結構、效率福利、市場失靈等議題。

總體經濟學 (macro economics) :

又稱為所得理論，以個別經濟單位總合之整體經濟社會為對象，包括總產出、總所得與物價指數衡量，經濟循環與成長發展、失業與通貨膨脹等問題，及相關之模型分析與政策制度等議題。

實證 (positive) 經濟學 :

用客觀嚴謹的方法，說明經濟現象「是什麼」的事實描述，而和好壞對錯的主觀價值判斷無關。一般以經濟理論，解釋分析各種經濟現象的前因後果及其相互關係，可以科學方法檢測其有效性及相關性。

規範 (normative) 經濟學 :

依據主觀的判別標準來決定經濟活動「該如何」的規範論述，通常以實證經濟理論為基礎，加上某些價值標準，來評估經濟政策或制度對各種經濟變數的影響與好壞，並評價其合理性及利弊得失。若外力有一隻手在干預，則市場機能可能將無法順利運作，因此，經濟學強調實事性，而儘量避免規範性。

市場 (market) :

買賣雙方進行交易的地方。經濟學強調市場的價格功能，不在乎場所，而是以能否決定價格為準；經濟學上所謂的一個市場，指的是生產特定產品的廠商（生產者）及共同決定該項產品價格的消費者的集合。

某一產品的生產者，就是該產品的廠商；而生產同一產品的所有廠商之集合，就是一個產業（industry），共同形成該產品供給面的市場。

產品（product）市場：

交易活動的標的，包括農、牧、漁、獵、採集、養殖、製造等有形的財貨，以及教育、運輸、通訊、金融、行政、服務等無形的勞務。

要素（factor）市場：

交易活動的標的為土地、資本、勞動及企業能力四大生產要素。土地是廠商生產所在的地表及其所含的自然資源，報酬為地租；資本指生產所用的廠房、機器、設備等生產工具，報酬為利息；勞動為從事生產活動勞心勞力的一般員工，報酬為工資；企業能力則為管理人規劃、組織、領導、控制生產投入以完成生產活動，報酬為利潤。

均衡（equilibrium）：

各種條件的力量在互動之後彼此調整因應而形成的穩定狀態。均衡既不是唯一結果，也不涉及任何價值判斷，且不一定會達成。當原來的條件改變，均衡狀態亦隨之變化；可能失去均衡，亦可能達到另一個均衡。

存量指對某一時點的量之衡量，流量則是對某兩時點間一段期間內的量之衡量。當存量與流量都達到穩定狀態不再變化，稱為長期均衡或充分均衡；若流量穩定變化，使存量達到某一穩定狀態，稱為短期均衡或流量均衡；而存量與流量以相等幅度變化則稱為移動均衡。

變數（variables）：

可調整變動量的事件，經濟變數指所要研究的經濟事項之影響因素與結果，通常以符號（英文字母）表示；不受相關因素影響變動的定量則稱為常數（constants）。某一特定經濟體系或經濟模型內，相互影響的因素稱為內生（endogenous）變數；該經濟體系外，影響經濟模型活動的事件則稱為外生（exogenous）變數。受控制觀察之相關因素稱為自變數；受自變數影響所造成之結果稱為因變數。

成本效益分析（cost-benefit analysis）：

經濟分析市場機能引導經濟活動的資源配置達到最佳效率，供給分析衡量經濟活動的成本，需求分析衡量經濟活動的效益。

市場機能 (market mechanism) :

市場力量會進行調整，使供需雙方達成並維持穩定的均衡狀態，此一力量為市場價格變動，導致需求量與供給量變動，又稱為**價格機能 (price mechanism)**。

經濟學始祖亞當史密斯 (A. Smith) 認為在完全競爭市場條件下，每一市場參與者均無決定性影響力，完全依市場機能運行，沒有人可以干預，而藉由市場價格的漲跌，牽引需求者與供給者調整運用其有限資源至最佳效率，使供需雙方自動達成最大福利並維持穩定的均衡狀態；亦即市場內有一隻看不見的手在調節，直到達成巴瑞圖效率，不必外力干預。

價格為市場的重要訊息，表示市場的供需情況並傳達給市場交易的買賣雙方，引導需求者節約稀有資源，價漲則需求量減少；多用豐富資源，價跌則需求量增加。供給者則依據價格訊息了解市場需求，決定該生產什麼、生產多少與如何生產，價漲則供給量增加，價跌則供給量減少，以獲得最大利益。因此，整個經濟社會資源運用最有效率，供需雙方原為追求自身利益，透過市場機能卻能增進社會福利，此一力量為市場價格變動導致需求量與供給量變動，又稱為價格機能。

在正常的市場價格機能運作下，調整使供需雙方自動達成並維持穩定的均衡狀態，整個經濟社會資源運用最有效率，供需雙方各自獲得最大的生產者剩餘與消費者剩餘，社會福利亦最高。若外力有一隻手在干預，則市場機能將無法順利運作達成並維持穩定的均衡狀態。



範題 1

試說明亞當史密斯 (Adam Smith) 所說的一隻看不見的手 (invisible hand) 是指什麼？為什麼？

(高考)

【解析】詳市場機能 (market mechanism)

經濟學始祖亞當史密斯認為，在完全競爭市場條件下，每一市場參與者均無決定性影響力，完全依市場機能運行，沒有人可以干預，而藉由市場價格的漲跌，牽引需求者與供給者調整運用其有限資源至最佳效率，使供需雙方自動達成最大福利，並維持穩定的均衡狀態；亦即市場內有一隻看不見的手在調節，直到達成巴瑞圖效率，不必外力干預。

價格為市場的重要訊息，表示市場的供需情況並傳達給市場交易的買賣雙方，引導需求者節約稀有資源，價漲則需求量減少；多用豐富資源，價跌則需求量增加。供給者則依據價格訊息了解市場需求，決定該生產什麼、生產多少與如何生產，價漲則供給量增加，價跌則供給量減少，以獲得最大利益。因此，整個經濟社會資源運用最有效率，供需雙方原為追求自身利益，透過市場機能卻能增進社會福利，此一力量為市場價格變動導致需求量與供給量變動，又稱為價格機能。

在正常的市場價格機能運作下，市場內有一隻看不見的手在調節，使供需雙方自動達成並維持穩定的均衡狀態，整個經濟社會資源運用最有效率，供需雙方各自獲得最大的生產者剩餘與消費者剩餘，社會福利亦最高。若外力另有一隻手在干預，則市場機能將無法順利運作達成並維持穩定的均衡狀態。

範題 (2)

何謂市場 (market)？市場是否必須有固定的場所、時間或其他相關因素構成之。

(特考)

【解析】詳市場 (market)

買賣雙方進行交易的地方。經濟學強調市場的價格功能，不在乎場所、時間，而是以能否決定價格為準；經濟學上所謂的一個市場，指的是生產特定產品的廠商（生產者）及共同決定該項產品價格的消費者的集合。

某一產品的生產者，就是該產品的廠商；而生產同一產品的所有廠商之集合，就是一個產業（industry），共同形成該產品供給面的市場。產

品市場交易活動的標的，包括農、牧、漁、獵、採集、養殖、製造等有形的財貨，以及教育、運輸、通訊、金融、行政、服務等無形的勞務；要素市場交易活動的標的為土地、資本、勞動及企業能力四大生產要素。

範題 3

經濟學認為人類經濟行為的基礎是什麼？

(中興)

【解析】詳經濟學 (economics)

研究如何有效率地運用有限資源，在許多可行方案中，理性選擇最適途徑，以發揮最大效果，滿足其慾望。因此，經濟學認為人類經濟行為的基礎是追求最大效用。

成本效益分析 (cost-benefit analysis)：經濟分析市場機能引導經濟活動的資源配置達到最佳效率，供給分析衡量經濟活動的成本，需求分析衡量經濟活動的效益。

範題 4

個體經濟學以何種理論為研究中心？

(靜宜)

【解析】詳個體 (micro economics) 經濟學

又稱為價格理論，以價格理論為研究中心，以經濟社會中的個別單位活動為對象；總體經濟學又稱為所得理論，以經濟單位總合之整體經濟社會為對象。

題型2 需求法則與供給法則

需求法則：

其他條件不變下，本身價格上漲時需求量減少，本身價格下跌時需求量增加，為需求者購買行為普遍存在的通則，亦即本身價格與其需求量之間呈反向變動關係。因此，需求線為一由左上向右下延伸的負斜率直線或曲線。

替代效果 (substitution effect) :

在商品本身價格以外的因素不變下，因本身價格變動而與其他商品的相對價格改變，需求者將以相對價格較低的商品取代相對價格較高者。相對價格較高的商品提高了其潛在購買者的支付成本，而使其願意而且能夠購買該商品的數量減少，轉而多買其他相對價格較低的替代品。

所得效果 (income effect) :

在商品本身價格以外的因素不變下，價格較低的商品其潛在購買者願意而且能夠購買該商品的數量增加，亦即需求者的實質購買力提高；反之，價格較高的商品降低了其需求者的實質購買力。實質購買力又稱為實質所得，表示名目所得實際的購買力效果。

韋伯倫財 (Veblen goods) :

商品價格愈高愈能使該商品的擁有者炫耀其身分地位，反使該高價商品需求量增加。願意而且能夠購買該商品的需求者多為高所得的有閒階級，又稱為炫耀財，例如：豪宅、珠寶等。

季芬財 (Giffen goods) :

商品價格愈高，其支出占所得比例愈高，使購買該商品的需求者愈無力購買其他商品，而只能再多買該商品；反之，物價水準降低使需求者購買力提高，則改購買其他商品，反而減少消費季芬財。因此，季芬財多發生在低所得階層的生活必需品，為劣等財的一種，其負所得效果大於替代效果。

供給法則 :

在一定期間內，其他條件不變下，本身價格上漲時供給量增加，本身價格下跌時供給量減少，為供給者銷售行為普遍存在的通則，亦即本身價格與其供給量之間呈同向變動關係。因此，供給線為一由左下向右上延伸的正斜率直線或曲線。

供給替代效果 :

在一定期間內，其他條件不變下，價格上漲表示廠商收入增加而有利可圖，吸引廠商投入更多資源生產銷售，供給量因此增加；反之，則供給量減少。相對價格較高的商品提高了供給者的銷售收入，使其潛在銷售者願意而且能夠供應該商品的數量增加，轉而減少供應其他相對價