

產業經濟學講義

第一回

305700-1



考友社 出版發行
社團人考
法考

產業經濟學講義 第一回



第一講 產業經濟學緒論.....	1
命題大綱.....	1
重點整理.....	2
一、產業經濟學之發展.....	2
二、產業經濟學分析範圍.....	3
三、產業經濟學之研究方法與目標.....	5
四、市場需求與市場供給.....	7
五、價格機能與市場均衡.....	18
精選試題.....	25

第一講 產業經濟學緒論



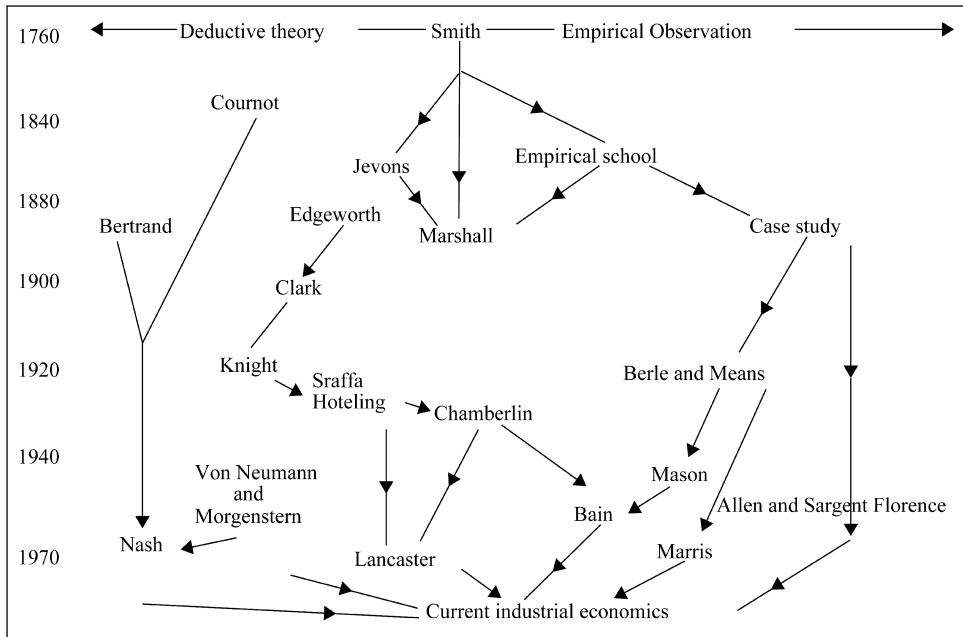
命題大綱

- 一、產業經濟學之發展
 - (一)理論與實證
 - (二)定型化與普及
- 二、產業經濟學分析範圍
 - (一)產業經濟學之定位
 - (二)產業經濟學之方向與範疇
- 三、產業經濟學之研究方法與目標
 - (一)研究方法
 - (二)研究目標
- 四、市場需求與市場供給
 - (一)市場需求的意義與需求法則
 - (二)需求的影響因素與需求彈性
 - (三)市場供給的意義與供給法則
 - (四)供給的影響因素與供給彈性
- 五、價格機能與市場均衡
 - (一)價格機能與市場均衡之意義
 - (二)市場均衡的變動
 - (三)市場失靈的意義與後果
 - (四)市場失靈的原因

重點整理

一、產業經濟學之發展

(一)理論與實證：



圖(一) 產業經濟學的發展

由圖(一)可知，個體經濟學的發展大致可分為理論與實證兩部份。

1. 理論發展：

從亞當史密斯（Adam Smith）以後歷經傑文茲（S. Jevons）、庫爾諾（A. Cournot）、埃奇沃斯（F. Edgeworth）、伯特蘭（J. Bertrand）、霍特林（H. Hotelling）、伯倫（E. Chamberlin）等人對寡佔理論及獨佔性競爭理論的研究，使得廠商理論有了完備的基礎。

2. 實證部份：

以統計及計量經濟學的方法從事廠商理論的實證研究，從個案研究到理論驗證。個體經濟的實證研究主要著重於廠商理論方面，這是產業經濟學的重心。

(二)定型化與普及：

1. 定型化：

- (1) 產業經濟學比較有系統的研究始於 1930 年代美國哈佛 (Harvard) 大學的梅森 (E. S. Mason) 教授，其後經貝恩 (J. S. Bain)、斯蒂格勒 (G. J. Stigler)、西蒙 (H. H. Simon) 等人的努力，產業經濟學的研究才逐漸定型化。
- (2) 目前產業經濟學以個體理論為基礎，以統計及計量經濟學的方法來研究產業結構、廠商行為及經濟績效與政府政策。

2. 普及化：

目前產業經濟學的研究越來越普遍，發展中國家 (developing country) 都在力求快速的經濟發展：

- (1) 經濟發展的主體則在廠商，因此對於廠商的行為應有所了解，才能創造出有利於廠商 (企業) 發展的環境。
- (2) 發展國家 (developed country) 由於所得分配與經濟安定等問題，也需要對廠商行為與其經濟績效有所了解，才能制定出適切的政策。

二、產業經濟學分析範圍

(一) 產業經濟學之定位：

1. 經濟學之主幹：

- (1) 個體經濟學：以個別消費者或廠商為研究對象。
- (2) 總體經濟學：以整個國家經濟為對象。

2. 產業經濟學扮演的角色：貫通個體經濟學與總體經濟學橋樑。

產業經濟學為經濟學的一環，因此在分析上，主要應用個體經濟學中之理論與工具，並以總體經濟學中經濟政策目標，做為評估產業發展或市場運作是否健全，及資源是否有效利用之標竿。

(二) 產業經濟學之方向與範疇：

1. 產業關聯分析：

以產業間之投入、產出關係，分析產業向前及向後關聯效果。

2. 產業發展與政策分析：

研究產業市場供需、生產成本結構、產業生產力、競爭力，以及一般政府所採取發展產業之產業政策等課題。

3. 產業組織分析：

分析影響市場結構 (Structure) 的因素，及在不同市場結構下，對市場行為 (conduct)，及市場績效 (performance) 之影響，並探



一、何謂「市場供給」？影響市場供給的因素有那些？

答：(一)市場供給：

是指在商品價格以外的因素不變的情況下，商品價格與商品供應量之間的關係。

(二)影響市場供給的因素：

包括生產（含運銷活動在內）技術、生產因素（含原材料、能源運輸、勞動等項）的供應狀況、未來的預期以及廠商家數等項。這些其他（相對於商品價格而言）因素的改變，將導致商品價格與供應量間關係的變動。

二、何謂交叉彈性？

答：(一)交叉彈性：

是指相關商品價格平均變動百分之一時，本商品購買量變動之百分比。替代商品之交叉彈性為正值，互補商品之交叉彈性為負值。

(二)所得彈性：

是指全部買者的收入平均變動百分之一時，本商品購買量變動百分比。正常商品的所得彈性為正值，劣等商品的所得彈性為負值。

三、何謂「市場失靈」？何以會出現市場失靈現象？

答：(一)市場失靈：

1. 是在市場上根本不存在供不應求或供過於求的訊號，或買方、賣方中有一方具有操縱市場的力量；因此，價格不再具有引導資源使用的功能。
2. 是價格機能受到人為的干預，無法完全運作。
3. 是價格機能縱使能充分發揮，但仍無法發揮引導資源有效使用的功能。

(二)市場失靈的原因：

1. 市場中價格機能要能發揮功能，必然要同時存在供需曲線，才能釋放出供不應求或供過於求的訊息，然後買賣雙方才能隨著價格調整各自之購買與供應行為；如此，價格機能才能運作。

- 2.當市場存在供需線時，若其價格受到政府的管制，而無法充分調整，則價格機能可發揮的功能，就不完全。
- 3.當市場供給曲線無法真正反映社會成本，或市場需求線無法真正反映社會利益時，就出現外部性的問題。

四、試述產業經濟學之方向。

答：(一)產業關聯分析：

以產業間之投入、產出關係，分析產業向前及向後關聯效果。

(二)產業發展與政策分析：

研究產業市場供需、生產成本結構、產業生產力、競爭力，以及一般政府所採取發展產業之產業政策等課題。

(三)產業組織分析：

分析影響市場結構 (Structure) 的因素，及在不同市場結構下，對市場行爲 (conduct)，及市場績效 (performance) 之影響，並探討政府如何透過公共政策來規範產業之行爲。在產業組織分析方面，有二派的想法：

1.結構—行爲—績效學派：

以貝恩 (Bain) 教授爲首之市場結構—行爲—績效 (S-C-P) 分析學派，認爲不同市場結構會影響市場行爲，最後會影響市場績效。反之，市場績效亦會影響市場行爲，市場行爲會影響市場結構。S-C-P 分析架構所示。在分析上，有較偏向市場結構的結構派 (structuralist)，及較偏向市場行爲的行爲派 (behaviorist)。

2.芝加哥學派：

芝加哥學派對產業組織方面，則持不同的看法：

- (1)認爲廠商獨占或違反競爭性行爲，是來自於政府對市場干預 (或保護) 的結果。
- (2)認爲技術會影響產業結構，而只要維持市場的競爭環境，最近產業經濟學重視對不完全競爭市場之市場結構、市場行爲及市場績效分析。

五、試述需求彈性的求解。

答：以需求的價格彈性 (係數) 爲例，所謂需求價格彈性是指，當此一商品的價格平均變動百分之一時，該商品需求量或購買量變動之百分比。

(一)弧彈性：

以兩點截取需求線的一段 (稱爲弧) 爲基準的，一般稱爲弧彈性。