

第四章 需求理論與消費者選擇的應用

問題與計算

基礎題

1. 舒曼對馬鈴薯的需求量在馬鈴薯價格變動前後都相同。這代表馬鈴薯價格改變使替代效果與所得效果相互抵銷，而使得總效果為零。

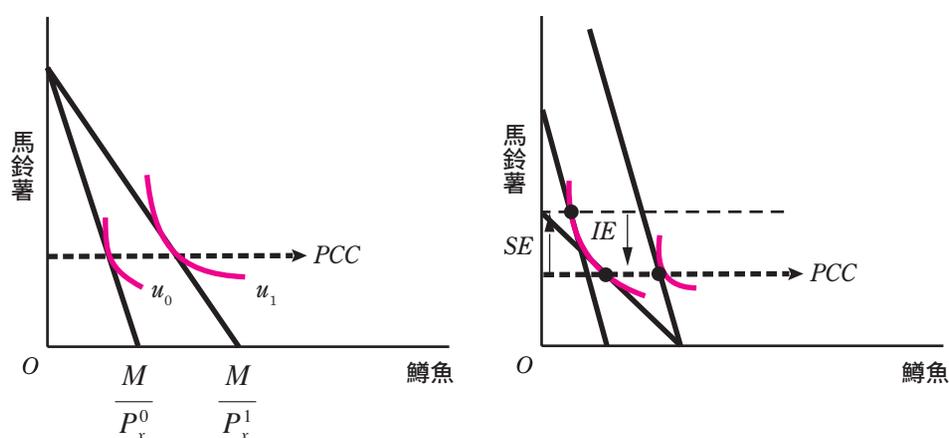


圖 4-1

2. (a) 價格消費線：當其中一商品價格變動時，描繪兩商品效用極大化商品組合軌跡的變動。
需求曲線：描繪商品價格與商品購買數量之間關係的曲線。
兩者之間的不同在於我們可從價格消費線推導出需求曲線。
(b) 恩格爾曲線：描繪商品數量與所得間關係的曲線。
它與需求曲線不同之處在於，兩者的縱軸座標不同，恩格爾曲線可推導出需求曲線的移動。
3. 所得消費線：當消費者所得變動時，效用最大化商品組合變動軌跡的連線。ICC 可推導出恩格爾曲線，PCC 推導需求曲線。
4. 恩格爾曲線斜率為正，代表商品為正常財，需求所得彈性為正。恩格爾曲線斜率為負，此商品為劣等財，需求所得彈性小於零；恩格爾曲線斜率為零，此商品為中性財，需求所得彈性等於零。

2 個體經濟學學生手冊

5. 孩子不是劣等財。所得與教育小孩的價格都上升，使預算線從 \overline{MN} 外移至 \overline{PJ} 。價格效果從 A 點到 C 點，小孩數目減少。但替代效果從 $A \rightarrow B$ ，而所得效果從 $B \rightarrow C$ ，實質所得上升，小孩子的需求仍然增加。如圖 4-5 所示。

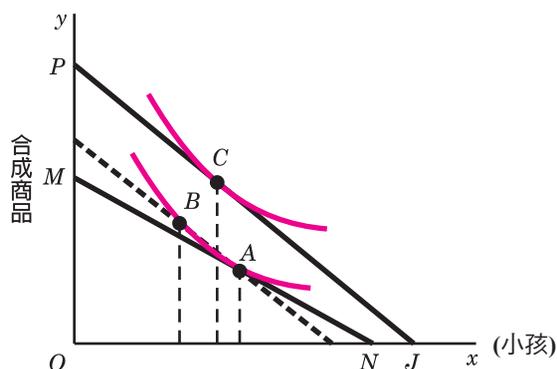


圖 4-5

6. 這三種商品有可能都是正常財。因為所得上升，三種商品的消費數量都可增加。但是，增加的幅度不可能超過所得增加的幅度，所以不可能三種商品都是奢侈品。另外，不可能三種商品都是劣等財，因為所得增加，三種商品需求量都減少，兩者是相互矛盾的。
7. 消費者剩餘是願付價格與實付價格之間的差異，若願付價格大於實付價格，則有消費者剩餘。若 $P=10-Q$ ， $P=2$ 時， $Q=8$ ，消費者剩餘 $= \frac{1}{2} \times 8 \times (10-2) = 32$ 。
8. 補償變量指價格上升(下降)後，為維持與價格變動前的滿足程度所願意補償(放棄)的貨幣所得。對等變量是指價格未變動前，為使消費者維持與價格變動後相同滿足程度，必須拿走(給予)的金額。譬如，黃安在台北工作，月薪 50,000 元，物價水準為 100，如果公司調他去上海，當地物價水準為 150，則相同薪資下，黃安在上海的福利較低。如果調薪至 75,000 元，黃安在上海的生活水準才與台北相當，這 25,000 元即為補償變量。若黃安願自動減薪至 33,000 元，而留在台北，這減少的 17,000 元即為對等變量的概念。當所得效果等於零時，對等變量與補償變量會相等。也就是效用函數為準線性效用函數，兩者會相等。
9. (a) 沒有網路外部性。
(b) 正的網路外部性。
(c) 負的網路外部性。

第四章 需求理論與消費者選擇的應用 3

10. 當我們說勇俊是風險厭惡者時，是指勇俊的所得邊際效用呈遞減，而他比較喜歡確定所得，而不喜歡相同期望報酬下的風險性投資。至於有些人是風險愛好者，是因為效用與所得之間的關係——呈現所得邊際效用遞增。每個人對風險的態度與風險本質及所得高低有關。