

台灣自來水公司 104 年評價職位人員升任分類職位人員甄試試題

甄試類別：企業管理【H4606】

專業科目 B：1.行銷管理、2.經濟學

※請填寫入場通知書編號：_____

注意：①作答前須檢查答案卡、入場通知書編號、桌角號碼、應試類別是否相符，如有不同應立即請監試人員處理，否則不予計分。
②本試卷一張雙面共 80 題，每題 1.25 分，限用 2B 鉛筆在「答案卡」上作答，請選出最適當答案，答錯不倒扣；未作答者，不予計分。
③本項測驗僅得使用簡易型電子計算器(不具任何財務函數、工程函數功能、儲存程式功能)，但不得發出聲響；若應考人於測驗時將不符規定之電子計算器放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該科扣 10 分；該電子計算器並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。
④請勿於答案卡書寫應考人姓名、入場通知書號碼或與答案無關之任何文字或符號。
⑤答案卡務必繳回，違反者該科成績以零分計算。

【行銷管理】

- 【3】1. 企業的行銷行為包括許多活動，一般常見的活動稱之為行銷組合(marketing mix)，又稱之為行銷 4Ps，所謂 4Ps 指的是產品(product)、訂價(price)、通路(place)，以及下列哪一種主要的行銷活動決策？
①人員(people) ②利潤(profit) ③推廣(promotion) ④生產(production)
- 【1】2. 行銷的價值主要來自於「行銷創造了效用(utility)」，提供給消費者滿足。當茶葉和水可以加工製造而成為一瓶瓶的瓶裝茶飲料，或是成衣製造工廠將布料裁剪製成一件件的衣服，這些都是廠商創造了下列哪一種效用的範例？
①形式效用(form utility) ②地方效用(place utility) ③時間效用(time utility) ④擁有效用(possession utility)
- 【1】3. 企業從事相關的市場活動都會秉持著一套基本的市場哲學或管理哲學，市場哲學意謂著企業對市場所抱持的觀點或看法。當一個企業認為顧客會偏好買得到且買得起的產品時，此時企業將會致力於改善生產與配銷效率，此種市場哲學吾人稱之為：
①生產觀念(production concept) ②產品觀念(product concept)
③銷售觀念(selling concept) ④行銷觀念(marketing concept)
- 【3】4. 行銷環境具有高度的變化性與不確定性，帶來許多的行銷機會或威脅，對行銷管理者而言乃是必須謹慎應對的重要挑戰。行銷環境大致可分為總體環境與個體環境，請問下列何者是屬於個體環境分析的範疇？
①人口老化與少子化的趨勢 ②環保意識日益抬頭 ③中間商通路勢力抬頭 ④政府法令修改與政策之調整
- 【2】5. 某飲料製造廠商想要了解購買公司飲料的顧客群之組成結構，比如男女比例、平均年齡、居住區域分佈(比如北中南花東等之佔比)、平均月所得以及其對公司飲料的每月平均購買頻率與數量等資訊，此時該製造商所進行的為哪一種類型的行銷研究？
①探索性研究(exploratory research) ②描述性研究(descriptive research)
③因果性研究(causal research) ④觀察研究(observation research)
- 【2】6. 當消費者購買某種高價位的或重要的產品之後，在某段時間之內，常常會產生懷疑自己的選擇是否正確、或其他的選擇是否會更好等的心理壓力，此種壓力吾人通常稱之為：
①產品涉入(product involvement) ②認知失調(cognitive dissonance)
③知覺風險(perceived risk) ④財務風險(financial risk)
- 【3】7. 消費者之所以會有購買行為發生，都和購買動機有關。有關動機理論，心理學家馬斯洛(Abraham Maslow)提出一個需求/需要層級理論(hierarchy of needs theory)，認為人類的需求/需要依序為下列哪五個層級？
①生理需求(physiological needs)、財務需求(financial needs)、社會需求(social needs)、自尊需求(esteem needs)，以及自我實現需求(self-actualization needs)
②生理需求(physiological needs)、安全需求(safety needs)、財務需求(financial needs)、社會需求(social needs)，以及自尊需求(esteem needs)
③生理需求(physiological needs)、安全需求(safety needs)、社會需求(social needs)、自尊需求(esteem needs)，以及自我實現需求(self-actualization needs)
④生理需求(physiological needs)、安全需求(safety needs)、財務需求(financial needs)、自尊需求(esteem needs)，以及自我實現需求(self-actualization needs)
- 【4】8. 行銷研究中所使用的資料基本上可以分為初級資料(primary data)與次級資料(secondary data)兩類。請問下列何者屬於次級資料的類別？
①某連鎖服飾品牌針對其目標族群經常出入之百貨公司或賣場，進行人員訪問
②廣告公司為了解近期播出之廣告新片的廣告效果，透過電話進行訪談
③網路商店利用電子郵件(e-mail)進行問卷調查，以了解顧客所偏好的促銷方式
④有關的報章雜誌或商業調查報告等
- 【4】9. 在消費者決策過程中，當消費者確認了問題或需求之後，消費者會進行資訊蒐集以協助其產品選擇決策之判斷。消費者資訊的蒐集有內部與外部兩大來源，其中外部來源所提供的資訊中，下列何者為行銷人員所能控制的商業性來源？
①消費者文教基金會檢驗報告 ②親朋好友的口碑
③消費者親臨賣場試驗或體驗產品 ④電視廣告
- 【3】10. 消費者對新產品的採用過程(adoption process)通常會歷經 AIETA 五個步驟，下列何者為 AIETA 所代表的五個重要階段？
①知曉(awareness)、興趣(interest)、探究(exploring)、試用(trial)、採用(adoption)
②知曉(awareness)、興趣(interest)、評估(evaluation)、試用(trial)、行動(action)
③知曉(awareness)、興趣(interest)、評估(evaluation)、試用(trial)、採用(adoption)
④知曉(awareness)、興趣(interest)、探究(exploring)、試用(trial)、行動(action)
- 【4】11. 消費者選擇、組織及解釋外在的資訊或刺激，並給予有意義完整圖像的過程，稱為下列何者？
①注意(attention) ②記憶(retention) ③涉入(involvement) ④知覺(perception)

- 【1】12. 通常行銷人員都會透過衡量所謂的 AIO 來了解消費者的生活型態(lifestyle)，請問 AIO 個別代表的意義，下列敘述何者正確？
①活動(Activities)、興趣(interest)與意見(opinion) ②態度(Attitudes)、興趣(interest)與意見(opinion)
③活動(Activities)、知識(intelligence)與意見(opinion) ④態度(Attitudes)、知識(intelligence)與意見(opinion)
- 【2】13. 具有與被影響對象相同身份，彼此之間又具有面對面的接觸機會，影響力相對比較直接的參考群體，稱為下列何者？
①意見領袖(opinion leader) ②成員群體(membership group)
③仰慕群體(aspirational group) ④排斥群體(dissociative group)
- 【4】14. 組織市場的需求主要是來自消費者對最終產品的需求，例如：汽車製造商對輪胎、電池、引擎等的需求乃是來自於消費者對汽車的需求，這種需求現象稱為下列何者？
①互惠採購(reciprocity) ②中間商市場(reseller market)
③服務市場(service market) ④衍生/延伸需求(derived demand)
- 【2】15. 相較於消費者市場，下列何者非屬組織市場的成員特性或是購買行為特性？
①買賣雙方關係密切 ②購買數量較大，而且購買者的數目也較多
③由於購買數量大，常會跳過中間商直接向生產者購買 ④採購人員通常會具備較高的產品專業知識
- 【4】16. 有效的市場區隔必須符合一些評估準則，其中，當行銷人員發現其所切割出來的區隔市場，公司並無法透過適當的通路或管道來接觸與服務，比如某些刻意隱藏身份的社會名流等，如此該區隔市場即不具有下列哪一項評估準則？
①異質性(heterogeneous) ②可衡量性(measurable) ③足量性(substantial) ④可接近性(accessibility)
- 【1】17. 國際的服飾製造廠商考量服裝的設計及布料的選擇時，會針對熱帶、亞熱帶、溫帶及寒帶等來區隔市場，請問此國際服飾製造廠商所使用的區隔變數為下列哪一類？
①地理變數 ②人口統計變數 ③心理統計變數 ④行為變數
- 【4】18. 牙膏廠商根據消費者想要從牙膏上所獲得的利益，將牙膏市場區分為防蛀利益區隔、美白利益區隔、口氣清新區隔與敏感專用區隔等，請問此牙膏廠商所使用的區隔變數為下列哪一類？
①地理變數 ②人口統計變數 ③心理統計變數 ④行為變數
- 【1】19. 在賣場結帳櫃檯附近，行銷人員常常會陳列一些雜誌、口香糖、巧克力或特價品等，以期待消費者在銷售現場因受到視覺等刺激而臨時起意決定購買，這些產品根據消費者的購買習慣是屬於下列哪一種產品？
①便利品(convenience goods) ②選購品(shopping goods) ③特殊品(specialty goods) ④冷門品或忽略品(unsought goods)
- 【2】20. 廠商所擁有之產品線的數目，稱之為產品組合(product mix)的：
①長度(length) ②廣度/寬度(width) ③深度(depth) ④一致性(consistency)
- 【2】21. 根據消費者對新產品採納的積極程度，我們可以將消費者分成不同類型的消費者。如果有些消費者對新產品的採納比大多數的人早，常是社區或團體中的意見領袖，受人尊重，採用新產品的態度稍微謹慎些，則這群採納者(adopters)是屬於下列哪一種類型的採納者？
①創新者(innovator) ②早期採納者(early adopter) ③早期大眾(early majority) ④晚期大眾(late majority)
- 【3】22. 當某些新產品因為其與消費者現有的價值觀念、生活習慣或文化背景(如宗教信仰)等因素的差異較大，而導致新產品擴散的速度較慢，此乃是受到下列哪一個新產品特性的影響？
①相對利益 ②複雜程度 ③相容性 ④易感受性或溝通性
- 【4】23. 產品生命週期不同的階段，消費者反應與競爭環境都不一樣，因此不同階段適用的行銷策略也不同，請問下列對於導入期相關的敘述，何者錯誤？
①銷售量較少，使用有限的選擇性的通路銷售產品 ②會使用大量的推廣活動以創造知名度及吸引試用
③通常競爭者很少，有時甚至沒有競爭者
④廠商須在此一階段積極鞏固自身品牌之市場佔有率，以利後續市場之經營
- 【4】24. 一個產品的品牌權益(brand equity)是由品牌知名度、品牌忠誠度、知覺品質、品牌聯想及其他專屬品牌資產等五個構面所組成，其中如專利、註冊商標、良好而緊密的通路關係等，乃是屬於下列品牌權益的哪一種構面？
①品牌忠誠度 ②知覺品質 ③品牌聯想 ④其他專屬品牌資產
- 【2】25. 許多的服務，如美容美髮、交通運輸服務(如搭火車或搭飛機)、音樂會的演出等，在過程中，顧客都必須在現場，否則無法消費，此即為服務的哪一種特性？
①無形性(intangibility) ②不可分離性(inseparability)或同步性(simultaneity)
③不可儲存性或易消逝性(perishability) ④異質性(heterogeneity)或易變性(variability)
- 【4】26. 當服務人員在提供服務時，表現出理解、關懷與親切，這就是消費者在評估服務品質好壞的哪一種決定因素？
①可信賴性(reliability) ②確保性(assurance) ③反應性(responsiveness) ④同理心(empathy)
- 【3】27. 某些雜誌或報紙認為消費者對此類商品的價格極為敏感，因此剛剛推出上市時，會以異常便宜的價格訂價，以鼓勵消費大眾購買試閱，著眼於滲透市場，此時雜誌商或報紙業者的訂價目標應該為下列哪一種？
①建立高品質形象 ②追求財務績效 ③提高市場佔有率 ④維持現狀
- 【4】28. 下列何者屬於零階通路？
①百貨公司 ②超級市場 ③便利商店 ④人員直銷
- 【2】29. 百貨公司週年慶時，常見化妝品業者將各種不同的保養品或彩妝品搭配成各式各樣的禮盒，強調整組買比單件購買更划算許多，希望以此促銷那些消費者本來不太會購買的產品，這樣整組的訂價策略稱之為：
①互補訂價(complementary product pricing) ②配套式訂價(bundling pricing)
③形象訂價(image pricing) ④產品線訂價(line pricing)
- 【1】30. 當消費者可以用舊換新的方式，購買新的電子辭典，舊的電子辭典可以折抵 2000 元時，廠商所給予的優惠，稱之為：
①換購折讓 (trade-in allowances) ②現金折扣(cash discounts)
③現金還本(rebates) ④功能折扣(functional discounts)
- 【1】31. 由特定的廠商或贊助者付費，透過各種付費媒體所進行的單向非人員的溝通方式，稱之為：
①廣告(advertising) ②人員推銷(personal selling)
③銷售促進/促銷(sales promotion) ④公共關係(public relations)
- 【4】32. 下列哪一個廣告是屬於機構廣告(institutional advertising)的範例？
①愛之味健康油切綠茶強調綠茶添加「體重管理小精靈」可以減肥瘦身
②光泉冷泡茶強調「低溫冷泡，甘爽更對味」
③無敵電子辭典訴求「多一張王牌，多一分勝算-英文全贏，就是無敵」
④大眾銀行採用真實故事改編「母親的勇氣」，藉以表現每個人都是「不平凡的平凡大眾」

【請接續背面】

- 【1】33.某 A 電視節目的收視觀眾為 9 萬人，30 秒廣告的廣告費為新臺幣 27 萬元，而 B 節目的收視觀眾為 3 萬人，60 秒廣告的廣告費為新臺幣 18 萬元，如果廠商是以 CPM(cost per mille/ cost per thousand)來評估兩個節目的接觸成本，請問在其他條件相同的情況下，哪一個節目的接觸成本是比較便宜的？
① A 節目 ② B 節目 ③兩者一樣 ④無法比較
- 【4】34.當愛迪達(Adida)公司每年花了上億美元贊助國際足球總會(FIFA)的全球聯盟賽事，或是像王品牛排曾經發起「一人一書到蘭嶼」，這些都是企業利用下列哪一種推廣工具的範例？
①廣告(advertising) ②人員推銷(personal selling)
③銷售促進活動(sales promotion) ④公共關係(public relations)
- 【1】35.當銷售人員必須從事許多非關銷售的工作時，如市場有關情報的收集、提供給顧客有關的售前與售後產品之諮詢服務等，重點在於顧客滿意度的維持與增進，此時較適用下列哪一種敘薪的方式？
①直接薪津制(straight salary) ②直接佣金制(straight commission)
③混合制(combination compension) ④額外津貼(bonus)
- 【2】36.大部份的家電產品常會在一個銷售區域內有少數幾家經銷商進行產品的販售與配送等服務，請問就通路的廣度而言，這是屬於下列哪一種市場涵蓋密度(market coverage intensity)？
①密集式配銷(intensive distribution) ②選擇式配銷(selective distribution)
③獨家式配銷(exclusive distribution) ④供應鏈管理(supply chain management)
- 【1】37.下列哪一個範例是屬於水平通路的衝突？
①統一超商在同一街道上，開設了兩家 7-11，導致客源大量重疊
②當荷蘭航空開始在網路販賣自家航空公司的機票時，引發許多機票代理商的反彈
③宏碁轉投資全國電子，引起宏碁和另一個通路商燦坤的關係緊張
④過去金石堂連鎖書店曾經因為訂出不合理的付款條件等因素，導致眾多出版社聯合暫停供貨給金石堂的衝突事件
- 【3】38.通路領袖之所以能成為領袖，是因為它擁有權力(power)。當特許加盟店在許多方面必須聽命於加盟總部，以履行其合約中所規定之相關權利與義務時，此時加盟總部所展現的是下列哪一種通路權力？
①專業權力(expert power) ②懲罰權力(coercive power)
③法制權力(legitimate power) ④參考權力/認同權力(referent power)
- 【4】39.為了確保行銷活動都能依照計畫進行，對於任何重大偏離，或是執行結果與規劃不一致的情形，找出原因並進行必要修正的程序，稱之為：
①行銷規劃(marketing planning) ②行銷組織(marketing organizing)
③行銷執行(marketing implementation) ④行銷控制(marketing control)
- 【1】40.企業推出新產品時，當它所鎖定的目標是市場上那些願意支付高價且對價格不敏感的新產品追求者，因此而設定一個高的價格，然後隨著產品生命週期的進展，廠商再逐漸降價，以便能吸引更多廣大範圍的市場，此種新產品的訂價法稱之為：
①吸脂訂價法(skimming pricing) ②滲透訂價法(penetration pricing)
③差別訂價法(differential pricing) ④心理訂價法(psychological pricing)

【經濟學】

- 【1】41.假設價格(P)與需求量(Q^D)及供給量(Q^S)之間的關係是：P=180-2Q^D，P=30+Q^S，則：
①均衡價格為 80 ②均衡價格為 50 ③均衡數量為 90 ④均衡數量為 40
- 【1】42.如果未來財貨的價格預期會上揚，則該財貨均衡之變化為：
①價格上揚 ②數量減少 ③價格下跌 ④數量增加
- 【4】43.經濟學說「一隻看不見的手」，指的是：
①政府的干預 ②供給者 ③需求者 ④市場機能
- 【4】44.需求的價格彈性大代表該商品：
①生產投入具多種用途 ②替代性商品較少
③佔消費者的所得比例小 ④可以薄利多銷
- 【3】45.下列哪一個觀念不能以生產可能線來說明？
①機會成本 ②資源稀少性 ③均衡價格 ④資源有多種用途
- 【2】46.«天生我才必有用»與下列哪個觀念最有關？
①絕對利益 ②比較利益 ③稀少性 ④機會成本
- 【3】47.生產可能線呈現向外凸出的形狀是因為：
①資源有限 ②有得必有失 ③邊際機會成本遞增 ④天下沒有白吃的午餐
- 【2】48.農產品因風調雨順而大豐收，結果農民反而因此受害，則表示農產品的需求價格彈性：
①大於 1 ②小於 1 ③等於 1 ④等於 0
- 【4】49.假設某君購買第一個蘋果，願付 20 元，購買第二個蘋果願付 10 元，購買第三個蘋果願付 5 元，如果蘋果的市價為每個 5 元，則某君購買三個蘋果的消費者剩餘為：
① 5 元 ② 10 元 ③ 15 元 ④ 20 元
- 【4】50.邊際效用遞減法則指的是：
①同一商品購買愈多，價格愈低 ②商品價格愈高，人們的實質所得愈低
③商品價格愈高，人們所獲得的總效用愈少 ④同一商品消費愈多，人們所增加的效用愈少
- 【2】51.下列何者會同時改變一物之需求與供給？
①消費者所得改變 ②該物預期價格改變 ③原料市場價格改變 ④消費人口的增加
- 【3】52.假設長壽煙之需求價格彈性為 0.25，為維護大眾健康，政府必須調高多少%的價格才能達到長壽煙消費量減少 10%之政策效果？
① 25% ② 30% ③ 40% ④ 50%
- 【3】53.完全競爭市場的廠商訂價是由：
①個別生產者依據其邊際成本與邊際收入訂定 ②個別生產者與個別消費者議價決定
③所有生產者與消費者共同決定 ④因買賣雙方人數均非常多，故由政府決定
- 【1】54.追求利潤最大的獨占廠商，當其產出之邊際成本大於邊際收益時，該廠商應該：
①提高價格，減少產量 ②降低價格，增加產量 ③停止生產 ④維持目前的價格與產量

- 【2】55.一個獨占性競爭市場的廠商處於長期均衡時：
①價格必定高於平均成本及邊際成本 ②價格必定等於平均成本而高於邊際成本
③產量應於長期平均成本最低點 ④平均成本等於邊際收益
- 【4】56.下列何者是造成自然獨占的主要原因？
①政府法令禁止他人生產 ②廠商有財團背景
③廠商控制了稀少性資源的所有權 ④存在明顯的規模經濟
- 【3】57.下列何者為不完全競爭市場的共同特性？
①同業廠商數目很少 ②同業廠商生產同質產品
③廠商對於商品價格有某種程度的決定能力 ④同業廠商間之決策會互相牽制
- 【4】58.水比鑽石的價格低，是因為：
①水的消費者剩餘比鑽石的消費者剩餘低 ②水的總效用比鑽石的總效用低
③鑽石比較有用 ④水的邊際效用比鑽石的邊際效用低
- 【3】59.下列哪一項不是供給的決定因素？
①技術水準 ②對未來價格的預期 ③購買者數目 ④生產資源的價格
- 【4】60.假設某正常物品消費者的所得和買方人數都減少，則均衡時的變化為：
①價格上漲，數量增加 ②價格上漲，數量減少 ③價格下跌，數量增加 ④價格下跌，數量減少
- 【2】61.勞動生產力線和生產函數的形狀類似，原因是：
①固定資本報酬遞減 ②勞動投入報酬遞減
③研究發展的投資報酬遞減 ④勞動人口不斷增加
- 【3】62.下列哪一項是流量而不是存量？
①人口 ②資本 ③國民所得 ④貨幣供給
- 【4】63.下列哪一項不包括在國民所得裡？
①興建垃圾掩埋場 ②國立大學教授的薪水 ③企業的存貨減少 ④購置土地
- 【4】64.國民生產淨額(NNP)等於國民生產毛額(GNP)減去：
①投資淨額與移轉性支付的差 ②進出口淨額 ③移轉性支付 ④投資毛額與投資淨額的差
- 【2】65.假設名目 GNP 從 2000 億增為 2600 億，同時物價指數也由 125 增為 130，則實質 GNP：
①上漲了 4% ②上漲了 25% ③上漲了 30% ④上漲了 40%
- 【2】66.下列何者包括在台灣的 GNP 中但卻不包括在台灣的 GDP 中？
①台灣出口至日本的農產品 ②宏碁在美國的投資 ③富士通在台灣的投資 ④台灣某家庭聘僱外傭的薪水
- 【3】67.若以政府支出增加為 X，貨幣供給減少為 Y，國外對本國產品的需求減少為 Z，則以下有關總合需求(AD)之敘述，何者正確？
① X 造成 AD 左移，Y 與 Z 造成 AD 右移 ② X 與 Y 均造成 AD 左移，Z 造成 AD 右移
③ X 造成 AD 右移，Y 與 Z 造成 AD 左移 ④ X 與 Y 均造成 AD 右移，Z 造成 AD 左移
- 【4】68.有關國民所得概念之敘述，下列何者錯誤？
①國民所得對於未透過市場而發生的若干經濟活動不能加以表達
②國民所得數字無法顯示所得分配之情形
③對於生產技術的進步無法由國民所得數字中表示
④國民所得數字可以顯示出財貨品質的進步
- 【3】69.政府可採取何種政策使經濟恢復景氣？
①增稅 ②提高存款準備率
③進行公開市場操作買入債券 ④減少政府支出
- 【3】70.中央銀行會定期公布貨幣供給數量，然而所定義的貨幣種類很多，M_{1B}的定義為：
①僅通貨+支票存款 ②僅通貨+支票存款+活期存款
③通貨+支票存款+活期存款+活期儲蓄存款 ④通貨+支票存款+活期存款+活期儲蓄存款+準貨幣
- 【2】71.假設存款準備率為 10%，若央行發行通貨 20 億，則其所能創造的貨幣供給量最高額為：
① 100 億 ② 200 億 ③ 500 億 ④ 1,000 億
- 【4】72.下列哪一項不是中央銀行的貨幣政策工具？
①重貼現率政策 ②存款準備率政策 ③公開市場操作政策 ④國債管理政策
- 【4】73.為了緊縮社會的銀根，政府可以採取許多方法，下列何者正確？
①央行在公開市場買進公債 ②央行降低商業銀行的法定準備率
③央行調低重貼現率 ④央行在外匯市場賣出外匯
- 【4】74.政府購買支出乘數是指：
①政府購買支出隨時間經過做倍數擴張 ②政府購買支出與國民所得間無任何關係
③政府購買支出增加，會使租稅收入也倍數增加 ④政府購買支出增加，會使國民所得也倍數增加
- 【1】75.在凱因斯模型中，緊縮的貨幣政策會導致：
①利率上揚 ②均衡國民所得水準增加 ③投資增加 ④物價上漲
- 【2】76.在經濟體系達充分就業階段，貨幣供給增加將使：
①產出水準增加 ②物價水準上升 ③產出水準減少 ④物價水準下跌
- 【2】77.擴張性財政政策的排擠效果指的是：
①政府支出增加，會造成貨幣供給減少 ②政府支出增加，會造成利率上升，民間投資支出減少
③政府支出增加，會造成利率下降，民間投資支出增加 ④政府支出增加，會造成稅賦也必須增加，使民間財富減少
- 【4】78.設 Y=C+I，C=50+0.75Y，I=40，則均衡所得等於：
① 50 ② 100 ③ 250 ④ 360
- 【1】79.各國貨幣需求往往具有季節性因素，例如在台灣每逢農曆年前，貨幣需求會因商品交易量的增加而上升，而過完年後，貨幣需求又會因商品交易的減少而下降。假設貨幣供給量維持不變，則利率水準在農曆年前後之變化為：
①先升後降 ②先降後升 ③先升後維持不變 ④先降後維持不變
- 【3】80.下列有關貨幣創造及乘數之敘述，何者錯誤？
①法定準備率提高，會使貨幣創造乘數變小 ②銀行體系的超額準備率提高，會使貨幣創造乘數變小
③一般而言，央行提高重貼現率，會擴大貨幣創造作用 ④現金流失率愈高亦即民眾保有現金越多，會使貨幣創造乘數愈小