



管理學、經濟學

得分

科目：管理學、經濟學

- 一、試說明組織文化（organizational culture）之意義與內涵。一個組織的文化可以透過那些觀念加以分析解讀？請敘述重點並舉例說明之。
- 二、說明 Victor Vroom 所提出的期望理論（Expectancy Theory）之主要觀點。
- 三、請解釋下列名詞：
 - （一）「甘特圖」（Gantt Chart）
 - （二）「獎工制度」（Premium System）
- 四、「領導」（leadership）應視為「專責角色」（specialized role）或「影響過程」（influence process）？請依領導者之「權力來源」評述之，並試舉例卓越領導一則，說明其成功原因何在？
- 五、試述馬斯洛（Abraham H.Maslow）的需求層次理論？
- 六、利用價格機能，何以能解決「生產什麼」、「如何生產」、「生產多少」與「為誰生產」等四大經濟問題？
- 七、試論述短期成本曲線上升、長期平均成本上升，以及平均成本線整條上移的原因。
- 八、試分別就貨幣數量學說、流動性偏好與現代貨幣需求理論討論影響貨幣需求的因素。
- 九、何謂節儉的矛盾？節儉的矛盾發生的前提為何？在什麼情況下節儉不會產生矛盾？
- 十、試述政府的財政政策如何影響一國的國民所得水準？

答案與解析



非選擇題擬答

題一

(一)何謂組織文化

組織文化代表一個組織的個性，是一股強大且默默運行的力量，組織文化決定個人和組織的行為，同時也影響了公司的策略、目標及營運方式、領導者的行為等。

而組織文化的元素包含了組織成員及其行為的共同假設、價值觀、準則，以及一些在組織中顯見的事物。

Schein (1985) 提出組織文化構成要素包括人造品與創造物、價值、基本假設，而且以階層的型態呈現，最上層的是人造品與創造物、中間層的是組織的價值、最下層的是組織的基本假設。

1.人造品與創造物：

所謂人造品與創造物是行為模式和可觀察、接觸或聽聞的行為結果。它是組織文化最明顯的層次，包括辦公空間的規劃、成員所使用的語言和行為模式、典禮、儀式和故事等。

2.價值：

價值較高層次的知覺，常指組織成員用來判斷情境、活動、目的及人物評估的基礎，具有規範的意味，提供組織成員行為的準繩。這些價值不一定有書面文字，但卻在成員腦海中，成為一種價值觀，能夠約束成員的行為。

3.基本假設：

組織文化的精髓是組織所擁有的一套基本假設，然而這一層次卻又具有不可見、理所當然的特性；因此，除非我們能長期深入剖析這種文化精髓所在的基本假設，否則便不能說真正瞭解一個組織文化。

(二)組織文化可以透過下列方式呈現及分析

根據 Deal 和 Kennedy (1982) 在「企業文化」一書中的說法，組織文化的五個構成要素分別為：企業環境、價值觀、英雄人物、儀式典禮和溝通網路。

1.建立企業環境：

企業環境可分為內外部的環境。

公司的營運環境決定該公司應選擇何種特長，才能成功。不同的環境產生不同的企業文化。

2.建立企業價值觀念：

基本信念是構成企業文化的核心，公司全體員工必須清楚瞭解公司的價值觀。

3.創造英雄人物或故事：

我們常藉由英雄或是故事來將不可見的企業的價值觀給表現出來。

4.儀式典禮：

透過公司的例行活動及儀式，形成共識。讓員工去感受公司對某些事物的重視程度。

5.溝通網路：

企業內正式與非正式的溝通網路也是組織文化形成的一部分。

題二

當人們開始試圖瞭解，除了以人的內在需求項目來激勵（激勵內容理論）外，是否有其他的因素影響個人的行為，於是發展出激勵過程理論。過程理論的精神在於激勵要有效，不在於給了什麼，而是「怎麼給」。

過程理論主要討論人的行為被激發、引導、維持及制止之過程。Victor Vroom 所提出的期望理論，正是過程理論的一種。

1964 年，美國心理兼行為科學家維克托·佛洛姆（Vroom）在其著作《工作與激勵》中提出激勵的期望理論，又被稱為「效價-手段-期望理論」。期望理論認為，人們之所以採取特定行為，是因為預期該行為產生之特定成果，可使他獲致心中所期望的報償。期望理論主要由下列三項要素間的關係構成一個公式：

(一)效價（valence），或稱「報酬 - 個人需要滿足」關聯性

指達成目標後所能獲得的可能結果或報酬，在當事人心中（主觀認知）的重要性。同一種報酬在不同人心中所認定的效價強度是有差異的。效價要素在管理上的意義為「企業應了解員工的需求，設定符合員工需求的獎勵，才能有效激勵員工」。

(二)手段 (instrumentality)，或稱「績效 - 報酬」關聯性

指當事人相信「達成目標就能得到預期結果」之間的關聯程度。手段要素在管理上的意義為「企業應重視對員工的承諾，如薪資、獎金等」。

(三)期望值 (expectancy)，或稱「努力 - 績效」關聯性

指當事人根據經驗、能力或客觀環境來判斷自己達成某目標的可能性 (達成某任務的機率)。期望值要素在管理上的意義為「員工進修、教育訓練等人才管理上的重要性」。

公式： $M = V \times E$

激勵強度 (Motivation) = 效價 (Valence) \times 期望值 (Expectancy)

題三

(一)甘特圖

是由甘特 (Gantt) 於 1917 年所發展出來的管理工具，當時為了要控制作業的時程，甘特自創了一個記錄的方式，被後人廣為利用。其主要構成是將橫座標等分成時間單位，表示時間的變化，縱座標則記載專案各項工作。虛線表示準備期，實線表示執行期。另一種作法為以虛線表示計劃線，實線表示實施線，若兩線有差異時需備註說明理由。

(二)獎工制度

是一種輔助性的薪資制度，為了提高員工士氣，鼓勵員工努力生產，當員工的表現比預期優秀時，除了基本工資外，還可獲得其他的獎勵。常見的獎工制度有：

1. 泰勒 (Taylor) 的差別計件率制 (Differential Piece Rate Plan)。
2. 甘特 (Gantt) 的工作和獎金薪資制 (Task and Bonus System)。
3. 愛默生 (Emerson) 的效率獎工制 (Efficiency Bonus Plan)。
4. 歐文 (Rowan) 獎工制。
5. 海爾賽 (Halsey) 獎金制。

題四

(一)權力來源

法蘭琪及雷芬認為權力來源分成下列各種：

1.合法權力 (legitimate power)：

即所謂的「職權」，當組織正式任命領導者、賦予權力，通常會給予一定頭銜，部屬認為接受其命令是理所當然。例如：總經理、主任、領班等。

2.強制權力 (coercive power)：

領導者可以採行某些手段，強制部屬服從命令的權力，例如：調職、解雇、懲罰等。

3.獎賞權力 (reward power)：

領導者擁有對部屬施行獎酬的權力，部屬應按照領導者的意思行事。

4.專家權力 (expert power)：

領導者本身擁有專門知識和技術，使他人信服，願意遵從，進而產生領導作用的權力。

5.參考權力 (referent power)：

這種權力可以分為兩種形式。一是領導者因為個人的特質，獲得部屬的尊重，而產生領導的作用，如國父具有領導氣質；另一種則是領導者跟權威人物有密切關係，因親近權威人物而產生影響力，如總統的個人助理、總裁的秘書。

(二)領導的角色

綜合法蘭琪的理論，權力可以同時來自角色及過程。領導者在組織中給予管理的職權後，自然可以以合法權、強制權及獎賞權等方式來產生權力。當然，領導者也有可能不是利用組織的正式職權，而是在過程中，使被領導者感受到其魅力、道德觀、價值或是其專業知識，使被領導者願意接受其領導。此皆為權力的來源。

(三)卓越領導實例

以國父領導中華民國的創立為例。國父當時參與興中會及同盟會，因此他的領導力當然有一部分來自其組織所給予的權力，不過可以想見這種權力並不夠。多數的人其實並非受其管理、獎懲，而是由於其長期宣導革命理念，甚至冒死在海外爭取國際支持及金錢援助而受感召。再加上其後來的著作如「建國方略」、「建國大綱」等治國理念及專業而願意跟隨他。因此國父是運用各式領導力而完成一件不可能任務的卓越領導實例。

題五

(一)理論根據

馬斯洛 (Maslow, 1954) 需求理論是根據下列三種假設而來：

- 1.只有未滿足的慾望才能影響人的行為，已滿足的慾望則不具激勵作用。
- 2.人的需求是具有層次性的，從基本到複雜，是有順序性的排列。
- 3.人只有在較低層次獲得滿足時，才會晉升到較高層次。

(二)五大需求

馬斯洛認為人類行為是由許多不同的具體需求所引發的，這些需求可依層次加以排列，由低至高可分成五大類

1.生理需求 (Physiological Needs)：

指人類為延續其生命所需之各項基本需求。

例如：食物、水、居住、睡眠等需求。

2.安全需求 (Security Needs)：

或稱保障需求，指防止危險或防止生理需求被剝奪。

例如：職業的穩定、財產的保障、食物的安全、住家的安全及交通的安全等等。

3.社會需求 (Affiliation Needs)：

又稱親和或接納需求，人是社會的動物，因此人皆有歸屬、或被人接納的需求，這是一種親情、給予、接受關懷與友誼的需求。

例如：人有成立家庭 - 結婚生子，或參與各種社團活動，或加入同學會、同鄉會、校友會等組織之需求。

4.自尊需求 (Esteem Needs)：

是自己感到自己的重要且能獲得他人認同與肯定的需求。

此一需求之滿足通常來自權力、聲譽、地位與自信。

5.自我實現需求 (Self-actualisation Needs)：

這是一種人希望成就「特殊自我」或「期望自我」的欲望。

在此一需求層次中，人們期望可以實現其潛在力量，注重自我滿足、自我發展與創造。

題六

(一)價格表示消費者的偏好

消費者對於某商品的偏好，會藉由對商品產生的需要、進而購買表現出來。生產者察覺該商品有利潤，自然會將生產要素移轉，增額生產利潤商品，因此生產者以價格高低做為「生產什麼」、「生產多少」的依歸。

(二)價格決定資源的配置

生產要素的價格直接影響成本的高低，進而決定此生產要素的使用數量。廠商在生產過程中，為求最低的生產成本，故生產要素的價格便可決定資源的最適配置（如何生產）。

(三)價格決定所得的分配

生產要素的價格即表示提供該要素的報酬。

在生產過程中，要素各別產生的貢獻程度，將決定要素之報酬。因此透過價格機能解決「為誰生產」的問題。

題七

(一)短期平均成本線上升

是因為資源過度使用。

(二)長期平均成本線上升

是因為規模報酬遞減，使產量擴充時，平均成本遞增，而造成內部不經濟。

(三)平均成本線上移的原因

- 1.資本產出率的下降，導致平均固定成本增加。
- 2.當員工生產力下降時，會使得平均變動成本增加。

題八

(一)貨幣數量學說

交易方程式： $MV=PT$

餘額方程式： $MV=Py$

$$\begin{cases} M^d = ky \\ M^d = \frac{M}{P} \end{cases} \quad (k \text{ 是所得中以貨幣形式持有的比例})$$

$M^d = M^s$ ， $M=kPy$ ，若 $k=\frac{1}{V}$ ，則 $MV=Py$

⇒古典貨幣數量學說，認為影響貨幣需求的是「所得」。

(二)流動性偏好

Keynes 從保存貨幣動機觀點而論，貨幣需求的動機為：

1. 交易動機，且與所得呈現正相關係。
2. 預防動機，且與所得呈現正向關係。
3. 投機動機，且與利率呈現負向關係。

⇒Keynes 認為影響貨幣需求的是「所得與利率」。

(三)現代貨幣需求理論

以 Tobin 現金偏好理論為例，其認為當整體經濟達到均衡時，投機動機的貨幣需求必等於零；而利率的變化會引發「所得效果」，即利率提高會使其增加貨幣和債券的持有；如果利率下降，所得效果將會使持有者減少貨幣和債券，所以貨幣需求和利率呈現反向關係。

題九

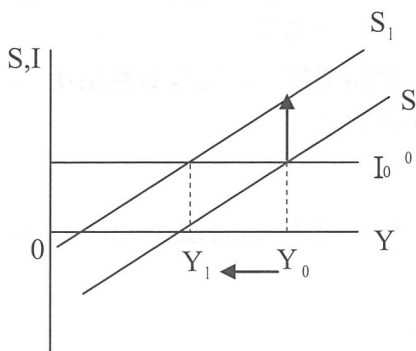
(一)節儉的矛盾

發生之前提：

1.投資為固定常數 ($I = I_0$)：

→水平線，

儲蓄為所得的函數 ($S = s \cdot Y$) →S 為正斜率曲線：

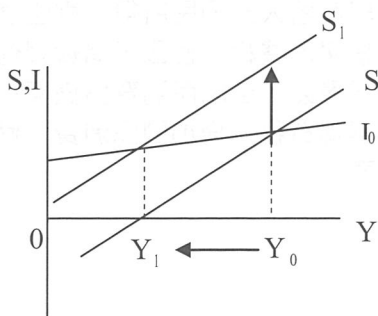


總支出 $AE = C + I$ ，儲蓄 S 為所得的函數，投資 $I = I_0$ 為一固定常數。當儲蓄增加時，儲蓄曲線從 S_0 上移到 S_1 ，此時均衡所得從 Y_0 減少到 Y_1 ，最後儲蓄仍維持在 S_0 。再者，儲蓄 S 增加，代表消費 C 減少，在投資 I 不變之下， AE 隨著 C 的減少而減少，總支出所創造的產出所得 Y ，當然也減少。

2.投資與儲蓄均為所得的函數：

$$(I = I_0 + f \cdot Y, S = s \cdot Y)$$

→S 為正斜率曲線：



若儲蓄和投資都是所得的函數時，儲蓄增加，使得最後的儲蓄量反而減少，產出也更進一步減少，使得經濟更萎縮。

(二)假設前提

提出該主張的凱因斯，係生存於一個失業率極高且有過剩生產能量的時代，因此必須從需求面去著手，才能振興經濟；若經濟體已經處於生產能量以及勞動充分利用的階段，儲蓄就能增加投資、增加總體所得，此時儲蓄就是一種美德。

(三)節儉不會產生矛盾之情況

- 1.在儲蓄為所得的函數時，儲蓄增加，反而導致產出所得減少，使得經濟萎縮，而最終儲蓄量依然不變，無任何增加。
- 2.在投資與儲蓄均為所得的函數時，儲蓄增加，不但導致產出所得減少，使得經濟萎縮，更使最終儲蓄量不增反減。

題十

政府的財政政策主要包括支出和租稅收入，分別就其對國民所得水準影響述之如下：

(一)公共支出對國民所得的影響

- 1.直接影響：政府支出透過乘數效果，將使所得倍數增加。
- 2.間接影響：政府支出使所得提高後，透過加速效果，引起投資增加，進而造成所得水準進一步提高。

(二)租稅對國民所得的影響

- 1.課稅：
透過乘數的直接作用和加速效果的間接作用，會使所得水準降低。
- 2.政府可藉租稅來調節景氣變動：
就整體國民所得而言，所得、消費與儲蓄若能相等，則經濟平衡發展，財政健全且稅收充裕。若國民消費與儲蓄大於國民所得，則生產增加、經濟繁榮，此時，政府可加重所得稅與消費稅，使國民消費與儲蓄降低，遏阻因過度繁榮而帶來的經濟不景氣；若國民消費與儲蓄小於國民所得，此時，政府可減輕所得稅與消費稅，增加國民消費、儲蓄之需求，提高消費傾向，促進經濟復甦。