

通識教育課程 | 社會與法治領域

商學與生活

王滢婷 陳信憲 江啟先

廖文志 白九芸 林俊裕 周佩儀

編著

樂活

樂學

公民素養

國立空中大學 用書

商學與生活

王滢婷 陳信憲 江啟先

廖文志 白凡芸 林俊裕 周佩儀

編著

國立空中大學 印行

商學與生活／王滢婷等編著.-- 初版.--

新北市：空大, 2016.01

面； 公分

ISBN 978-986-04-7065-9（平裝）

1.商學

490

104026554

商學與生活

編著者：王滢婷 廖文志 陳信憲 江啟先 白凡芸
林俊裕 周佩儀

發行人：陳松柏

責任編輯：蔡玉女

排版設計：陳怡廷

校對：林大舒

發行所：國立空中大學 www.nou.edu.tw

地址：新北市蘆洲區中正路 172 號

電話：（02）22829355

行政院新聞局登記證局版台業字第 3759 號

承印者：彩之坊科技股份有限公司

2016年 1 月初版

定價：新台幣 410 元

I S B N : 978-986-04-7065-9

本書保留所有權利，欲利用本書全部或部分內容者，須徵求著作財產權人同意或書面授權。

請洽：國立空中大學出版中心



出版弁言

科技文化快速發展，知識的創新與傳播一日千里，終身教育已成為現代人生涯規劃的重要理念。本校自創校以來，即致力於推展成人教育與終身學習，期以多元之教學媒體，發揮「人人有書讀、處處是教室、時時可學習」的功能，提供終身學習者進修之良機，進而提升國家社會人力素質。

近年來，網際網路方便性已融入每個人生活之中，網路教學、數位學習與行動學習已是當前社會之所趨，國立空中大學肩負終身學習與遠距教學之重任，為建構全方位學習環境，提供更方便、更有彈性的學習服務，依據教科書內容為主體，製作各種型態的影音數位教材，以方便學生的學習。

本校教科書之出版一向以符合社會脈動為宗旨，因此，教科書的編排設計有其獨特之處，藉由學習目標、摘要、關鍵詞彙與自我評量等單元，融合教學策略，推陳出新，與時並進，提供同學豐富精確的最新知識，達到自我成長的目標。

隨著現代傳播科技的發展，國人閱讀習慣亦隨之改變，建立教學媒體資料庫是提升本校競爭優勢的最佳途徑。在此前提下，目前已利用網際網路整合教科書資料庫，並將逐步進行數位教材製作與發行。

本校發行的教材，除了提供本校同學學習使用外，也獲國內其他大專院校、國家考試及就業考試推薦的參考用書，更透過簡體字版權之授權，推廣至大陸各地使用，使老師精心撰寫之教科書發揮更大的效益。

陳松柏 謹識



序

伴隨工業化的高度發展，商業在社會發展中已扮演著最重要的角色，商業活動的商品經濟，是促使人類社會不斷前進的一種工具，涵蓋著有形與無形的交易，而其衍生的社會消費結構和性質，已遠超出基本生活需求的範圍，消費活動已成為社會成員的一個重要生活內容，每位社會成員扮演著商業活動的需求者與供應者，在此商業活動中，如何有效地扮演多元角色，將是現代生活的重要課題。

然商學知識廣博，商學知識與生活息息相關，本書從人力資源管理、財務管理、行銷管理、作業管理、資訊管理、商業會計、國際貿易、金融市場等八個商學相關主題，深入淺出地探討商學專業知識，及其在生活上之應用。

本書的完成，實有賴共同作者國立彰化師範大學財務金融技術學系陳信憲教授、國立台灣科技大學企管系廖文志教授、國立彰化師範大學企管系白凡芸教授、國立空中大學商學系江啟先教授與周佩儀教授、國立空中大學資訊與管理學系林俊裕教授等諸位先進完美的通力合作，在此衷心感謝。本書之出版及發行事宜，承蒙國立空中大學之指導與協助，併此致謝。

雖然我們已力求全書內容正確與完整，恐仍有錯誤、疏漏之處，尚祈各方先進及讀者不吝指正，至為感謝。

王滢婷 謹識



作者簡介

王滢婷

- 國立台北大學企業管理研究所博士
- 國立空中大學商學系副教授
- (第七章)

陳信憲

- 美國州立南達科塔大學商業教育博士
- 國立彰化師範大學財務金融技術學系教授
- (第三、九章)

江啟先

- 國立政治大學企業管理研究所博士
- 國立空中大學商學系教授兼系主任
- (第四章)

廖文志

- 日本國立神戶大學企業管理研究所博士
- 國立台灣科技大學企管系副教授
- (第二章)

白凡芸

- 國立臺灣大學商學院研究所博士
- 國立彰化師範大學企業管理學系副教授
- (第五章)

林俊裕

- 國立台灣大學商學研究所博士
- 國立空中大學管理與資訊學系專任助理教授
- (第六章)

周佩儀

- 國立中興大學財務金融系博士
- 國立空中大學商學系助理教授
- (第一、八章)



目次

第一章 緒論	1
第一節 商業的意義與起源	3
第二節 現代商業的特質	13
第三節 商學與生活	15
第二章 人力資源管理與生活	25
第一節 人力資源管理的意義與發展趨勢的意涵	27
第二節 組織的人力資源管理功能	34
第三節 人力資源管理功能與個人生活管理的連結	56
第三章 財務管理與生活	71
第一節 個別投資人財務管理定義	73
第二節 如何建立個別投資人財務管理計畫	78
第三節 財務管理計畫的五個基本要素	87
第四節 財務管理與生活	95
第四章 行銷管理與生活	105
第一節 行銷管理的內涵與概念	107
第二節 目標市場行銷STP與生活的關係	117
第三節 行銷組合4P	128
第五章 作業管理與生活	143
第一節 作業管理	145
第二節 作業策略與競爭優序	152
第三節 作業程序	158
第四節 流程分析	166
第五節 品質管理	175

第六節	供應鏈管理	182
第七節	作業管理與生活	186

第六章 資訊管理與生活 191

第一節	資訊管理導論	193
第二節	電子商務與第三方支付	196
第三節	知識管理與資料探勘	206
第四節	行動通訊與智慧型手機	214
第五節	大數據分析與雲端運算	219
第六節	資訊管理與生活	227

第七章 商業會計與生活 235

第一節	會計的基本原理	237
第二節	會計科目	245
第三節	借貸法則	253
第四節	財務報表	258
第五節	商業會計與生活	261

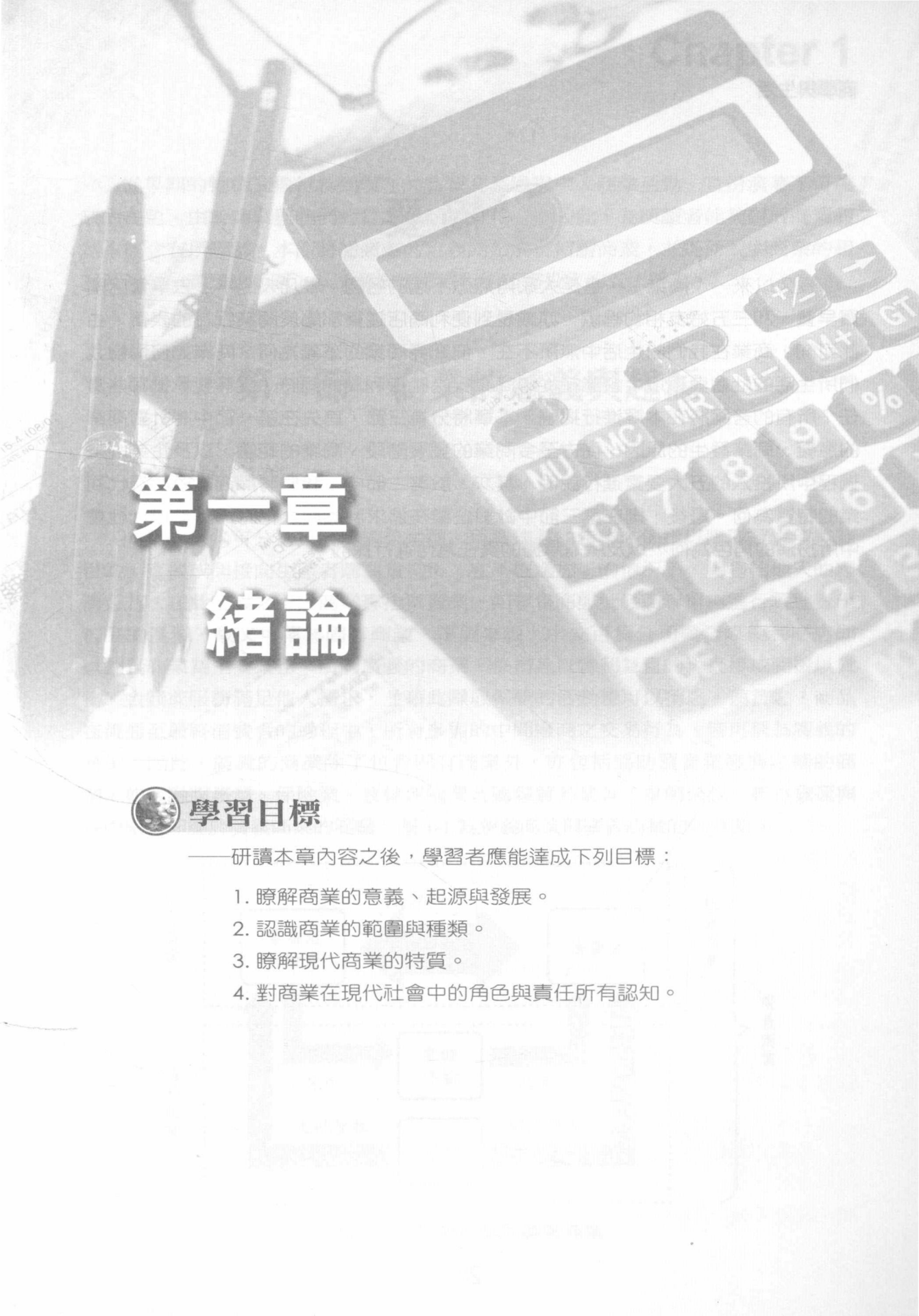
第八章 國際貿易與生活 277

第一節	國際貿易基本概念	279
第二節	國際貿易之相關理論	288
第三節	國際貿易的金融面	299
第四節	國際貿易與生活	315

第九章 金融市場與生活 327

第一節	金融市場定義	329
第二節	金融市場的基本要素	331
第三節	金融市場的工具	332
第四節	金融市場與生活	357

習題解答 367



第一章 緒論



學習目標

——研讀本章內容之後，學習者應能達成下列目標：

1. 瞭解商業的意義、起源與發展。
2. 認識商業的範圍與種類。
3. 瞭解現代商業的特質。
4. 對商業在現代社會中的角色與責任所有認知。



摘要

長久以來，「商業」一直是大家再熟悉不過的名詞。舉凡人們早上去早餐店購買早餐、和三五好友相約唱歌，亦或是到便利商店進貨都屬於商業行為的表徵。由此可知，商業在我們的生活中無所不在，但究竟商業的意義為何？商業如何影響我們所生活的社會與環境？企業在從事商業行為賺取利潤的同時，又需要承擔哪些責任？所有的答案將在本章進行揭曉。本章將分為三節，首先在第一節中將針對商業的意義、商業發生的原因、從古至今商業的發展階段、商業的範圍，以及企業經營過程中所投入的五大要素進行說明。其次，於第二節中，我們將探究並說明現代商業的特質為何。最後，則在第三節中針對企業在追求利潤最大化時，其於現代社會中所扮演的角色為何，以及所需承擔的責任為何進行探討。

從早期的物物交換行為到現在的買賣交易過程中，商業活動一直扮演著不可或缺的角色。由於商業與我們的日常生活息息相關，因此，為使讀者能夠對於商業的基本概念有所瞭解，本節將從商業的定義開始解析何謂商業，並進而說明商業的起源及發展、商業的範圍，以及商業經營過程中所需投入的五大要素。

第一節 商業的意義與起源

一、商業的意義

商業的意義可分為狹義與廣義兩種。所謂狹義的商業，係指以賺取買賣價差為目的，直接或間接向生產者購買貨物後，在不經過加工的情況下，轉售給他人的經濟行為。在此定義之下，商業專指買賣業，如零售商與批發商等單純進行買進賣出物品的產業，故又可稱為固有商業。舉例來說，中友百貨公司與全家便利商店即以狹義商業為主要業務。所謂廣義的商業，係指凡以營利為目的，直接或間接以貨物、金錢或服務滿足他人需求，並藉此賺取報酬的活動皆可以稱之。換言之，商品在流通至最終消費者的過程中，所有參與的中間廠商之交易行為，皆可稱為廣義的商業。因此，廣義的商業除了包含固有商業外，亦包括協助買賣業發展之輔助商業，如金融服務業、保險業、倉儲運輸業及國際貿易業等。舉例來說，新竹貨運與臺中銀行即屬於廣義商業的範疇。圖 1-1 為狹義商業與廣義商業的示意圖。

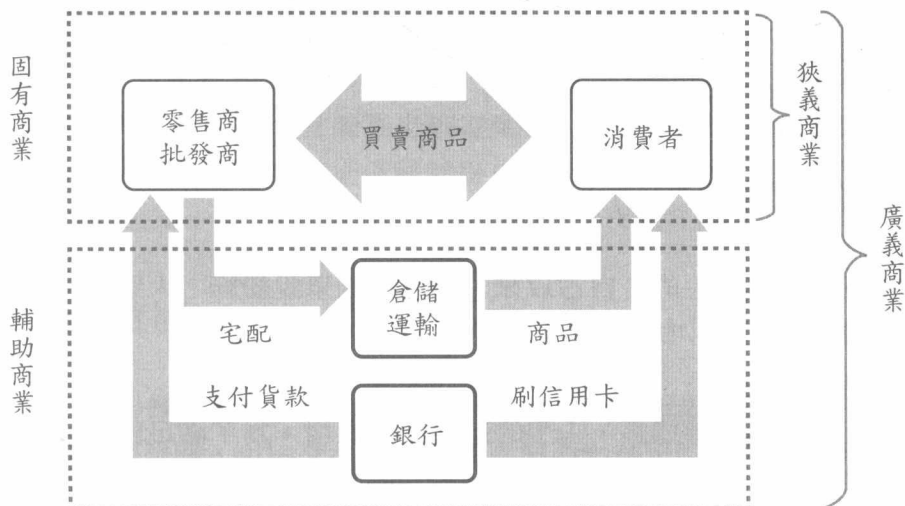


圖 1-1 狹義商業與廣義商業

理論上，不論是狹義商業或是廣義商業的成立，皆須同時符合以營利為目的、出自雙方意願、發生交易行為，以及合法且符合善良風俗等四大項要件。

（一）以營利為目的

係指商業行為主要是為賺取利潤而發生。只要不是以此目的而發生的行為，即無法稱其為商業活動。舉例來說，星巴克販賣咖啡，即為商業行為；而藝人舉辦慈善募款或提供衣物飾品義賣，以援助弱勢團體的活動，則不屬於商業行為。

（二）出自雙方的意願

係指交易行為主要是基於買賣雙方的自由意願而發生，才可稱為商業活動，因此，若以暴力、強迫或詐騙的方式進行交易，則不能算是商業行為。舉例來說，地方惡霸使用暴力強迫店家出售商品，即不屬於商業活動。

（三）發生交易的行為

係指商業行為必須涉及等值商品或服務的交換，亦或所有權的移轉等交易行為。舉例來說，周傑輪幫電影院發送傳單，換取該店所提供的電影門票，此種以勞力來換取商品或服務的交易，即為商業活動的一種；而蔡一零送媽媽一輛保時捷跑車，則不屬於商業行為。

（四）合法且符合善良風俗

係指商業行為必須符合法律規範及善良風俗，因此，違反法令規章的交易行為皆不能視為商業活動。舉例來說，張飛在便利商店購買江蕙告別歌壇演唱會的門票，即為商業行為；而職棒簽賭組頭提供金錢引誘球員打假球，雖有交易行為，但因涉及詐欺，故不屬於商業行為的一種。

二、商業的起源

商業究竟是如何發生的？自古以來，起源原因眾說紛紜。大致上，商業發生的原因主要可歸納成以下六項：

1. 滿足慾望的要求

隨著文明進步與經濟成長，人生的慾望與日俱增。為了滿足自我慾望，人類開始以生產所餘之物，向他人交換所需之物，因而奠定了商業的交易基礎。由此可知，滿足人類無窮的慾望實為發生商業行為的動機。舉例來說，當人們三餐得以溫

飽後，就會追求滿足物慾，滿足物慾之後，追求生活品質的慾望又會隨之而生。由於人們的慾望從不間斷，因而使得商業行為不斷發生。

2. 天然資源的差異

由於天然資源的分佈會隨著氣候與地勢而有所不同，因此，人們必須透過商業活動，來取得當地未有生產或產量不足的商品。舉例來說，我國小麥產量較為不足，因此需要從美國、加拿大及澳洲等國家進口小麥，以滿足國內所需。

3. 生產能力的差異與分工制度的形成

由於每個生產者的能力與專長皆有不同，使得其產出量亦會有所不同。因此，藉由專業分工的方式，人們可以將自己所生產出來多餘的物品，拿來與他人進行交換，進而形成商業活動。舉例來說，農夫擅長種稻，木工擅長木作，因此，農夫與木工可以藉由交易而互蒙其利，如此一來，商業行為便因而發生。

4. 商人謀利的動機

人們早期從事商業活動是為了滿足生活所需，但後來由於從事商業活動可以賺取財富，故逐漸吸引人們為了謀利而從事商業行為。舉例來說，一開始人們種植稻米是為了自給自足，但演變到現在，人們種植的目的是為透過銷售稻米來創造財富。

5. 生產技術的進步

由於科技日新月異，帶動了生產技術的進步，提高商品的產量，使得生產者可利用其所生產過剩的商品與他人進行交換。舉例來說，臺灣種植水果的果農因生產技術的進步，而提高水果的產量，因此，臺灣所產的水果除了可供應國內需求外，還可以將多餘的產量進行外銷。

6. 交通運輸的便利

由於交通變得發達，使得不同地區之間的产品運輸與人民交流變得更加快速且順暢，促進了商業活動的發展。舉例來說，民國 95 年底所開通的雪山隧道，大幅縮短臺北至宜蘭的路程，帶動了宜蘭觀光旅遊產業，亦使得民眾選購宜蘭農產品更為便利。這項基礎建設不但使得交通運輸變得更加便捷，也活化了商業發展，創造出可觀的經濟效益。

三、商業的發展

隨著文明與科技的進步，商業型態由單純逐漸演變成愈來愈多元化。一般來說，商業的演進與發展，可由交易方式的演進與產銷經營的觀點等二個角度來說明之。

(一) 交易方式的演進

理論上，交易的演進可分為物物交換、貨幣交換，以及信用交易等三個時期，如圖 1-2 所示。各時期說明如下：

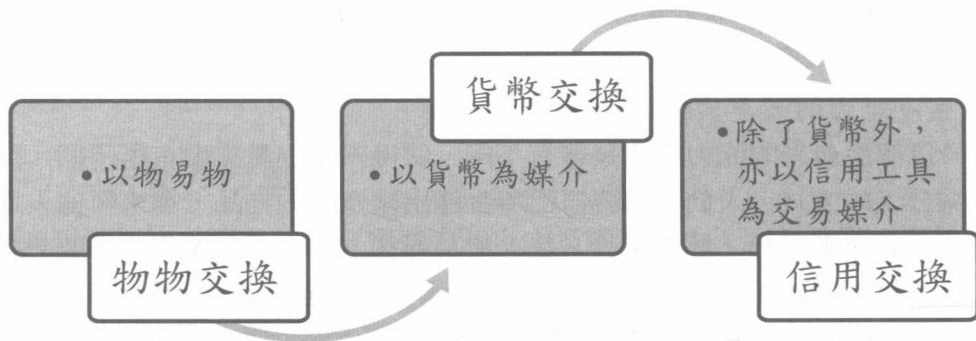


圖 1-2 由交易方式的演進來說明商業的發展

1. 物物交換時期

物物交換時期又可以稱為直接交換時期。當人們自給自足的生活方式無法滿足本身的需求與慾望時，便開始利用以物易物的方式，與他人交換財貨的商業活動。在這個時期，由於人們所從事的商業活動純粹僅為交換生活必需品，沒有透過任何交易媒介來進行，因此，人們常面臨到交易雙方不易產生共同的計價標準、物品無法延期支付、物品儲存與攜帶不便，且交換比率計算複雜的難題，而使得買賣雙方的交易不易成立。舉例來說，小王想要自己所捕獲的 20 條魚交換 2 袋白米，而小明想用自己種植的 10 袋蘋果交換 10 箱胡蘿蔔，由於小王和小明所要交換的物品不同，再加上魚獲和蔬果易於腐壞，且攜帶不便，因此，兩人的交易不一定能夠成立。

2. 貨幣交換時期

貨幣交換時期亦可稱為間接交換時期。在物物交換時期，買賣雙方之間的商業活動常會因為礙於沒有共同的計價標準，而無法成立，因此，人們開始利用具有一定價值且能被大眾所接受的物品，如金、銀或銅等貴金屬，甚至是紙鈔做為交易媒介，以從事商業活動。而這些被視為交易媒介的物品則統稱為貨幣。雖然，利用貨幣作為交易媒介，改善了物物交換時期所產生的交易不便，但由於人們可能進行金額過於龐大的交易，因此，交易媒介仍有不易攜帶的問題。舉例來說，北宋所發行的交子（當時的貨幣），就是為了方便商業交易而出現的。

3. 信用交換時期

信用交換時期亦可稱為信用交易時期。科技進步帶動商業活動的發展，使得交易的金額變得愈來愈龐大，受限於紙鈔和硬幣不便運送及點收麻煩，再加上將其攜帶在身上的風險較高，因此，金融業順勢推出信用交易工具，以作為現代商業活動的交易媒介。這些信用交易媒介，如支票、本票、匯票與信用卡是以個人或企業的信用作為基礎，以替代貨幣作為償付工具，具有延遲支付的好處。

(二) 產銷經營的觀點

依據產銷經營的觀點來看，商業的發展主要可分為如圖 1-3 所示之五大時期：家庭生產、手工業產業、茅舍生產、工廠生產及現代化經營等時期。各時期說明如下：

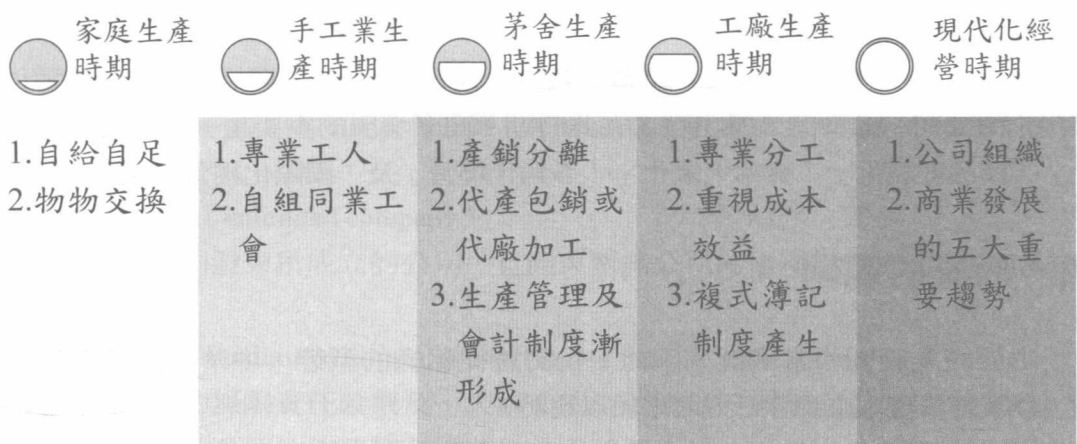


圖 1-3 由產銷經營的觀點來說明商業的發展

1. 家庭生產時期

在家庭生產時期，生產者主要為家庭成員，並且以生產農產品為主。由於在此時期，家庭所生產的產品大多是供家庭成員使用，因此商業活動主要是發生於當家庭所生產的產品剩餘時，才會以其與他人進行物物交換。

2. 手工業生產時期

在此時期，生產者主要為專業性工人，如裁縫師或皮鞋匠等。這些專業性的工人通常都擁有十分熟練的技術，並且自備工具，為自己或接受顧客訂單從事生產。顧客在訂貨時，會主動提供原料，如布料或牛皮等，並指定形式。通常在這個時期的生產者會成立類似於現代的同業公會組織，以解決同業之間的紛爭，並維護自身與共同的權益。

3. 茅舍生產時期

茅舍生產時期是由商人提供原料及生產設備，讓擁有專業技能的工人聚集於茅舍中從事生產，再將商品出售至市場。在此時期，生產主要是由工人所負責加工製造，而商人則為負責商品的銷售，因此，生產與銷售逐漸分離的，因而發展出代產包銷或代產加工的制度，並間接造成會計制度與管理制度開始萌芽發展。因此，這個時期的生產已初具規模，故本時期又可稱之為工廠前身時期。

4. 工廠生產時期

18 世紀工業革命結束後，人力逐漸被機械取代，專業分工開始受到重視，使得生產效率大增，並間接擴大了銷售市場。由於生產者需要投入大量的資本，以購買並設置生產設備，因此生產者開始重視成本與效益，故複式簿記制度因應而生，用以同時記錄並區分成本與收入。

5. 現代化經營時期

從 19 世紀之後直到今日，因商業競爭日益激烈，導致講究專業化、自動化及現代化的公司組織型態大量出現。在此時期，商業發展的重要趨勢包含「資訊數位化」、「商品客製化」、「資本大眾化」、「多角化經營」及「國際化經營」等等。

四、商業的範圍

由於商業範圍相當廣泛，因此，我們將從組織的型態、中華民國行業標準分類，以及經營資本來源等三方面來加以說明。

（一）依組織的型態來分類

商業的範圍依組織型態可分為獨資（individual ownership）、合夥（partnerships）與公司（corporation）等類型。

1. 獨資（individual ownership）

獨資為最基本的組織型態，係指由一人獨自出資，不具有法人資格，同時擁有企業的所有權與經營權，且出資人需對企業的債務負起「連帶無限清償責任」¹的組

¹ 所謂的連帶無限責任係指企業的投資人除了承擔企業債務分到自己名下的份額之外，尚需承擔企業其他投資人名下的債務份額，即當其他投資人無力償還其名下的債務份額時，該投資人則有義務代其償還債務份額。舉例來說，假設一間 4 人合夥的企業倒閉並欠債 600 萬元時，若 4 人之中有 3 人無其他資產可償還，則另 1 人需承擔全部的債務 600 萬元。