

大 學 用 書

袁福洪編著

商業教育之理論與實施

世界書局印行

大學用書

袁福洪編著

商業教育之理論與實施

世界書局印行

中華民國六十六年八月初版

大學
用書
商業教育之理論與實施

基本定價 壹圓伍角整

版權
所有
翻印
必究

編著者：袁 福 洪

出版者：世 界 書 局

發行人：蕭 宗 謀

地址：臺北市衡陽路二十號三樓

電話：三一〇一八三

本局登記證字號：行政院新聞局局版臺業字第〇九三一號

印刷者：世 界 書 局

自序

人類因合羣而成社會，因分工而有行業，個人更由職業而加強與社會之關聯，社會亦由產業而促進其經濟之成長；改善生活，推動文化，各國無不重視職業教育之發展。

筆者在東京大學教育研究所研究到日本的職業教育，不但發現其職業教育之發達，而且覺得其有關研討職業教育學術性的譯著，更是質量俱佳。回國後任臺灣省立教育學院職業教育學系系主任時，院長許智偉博士又囑籌備商業教育學系，經奉教育部准先設立商業師資組（現已獨立為商業職業教育學系）當時最感到困難的就是有關商業教育課程之設計，教材教法之編擬。及商業教育學習評量輔導之實施。

因爲商業與商業教育不同，則商業課程，亦自然與商業教育課程關聯而互異。而且商業教育爲職業教育最重要之一環，我國目前商業職業學校分佈最廣學生班級人數也最多，而供應商業教育人員習讀參考有關商業教育專門性之譯述論著仍不多見。所以乃依據手邊能收集的資料，自己有限的了解，在許智偉博士的鼓勵，孫步儀教授的協助之下出版了這本「商業教育之理論與實施」，期能拋磚引玉有助於商業教育之推展。

個人所知有限，編排遺誤亦所難免，不當之處敬請各方多多指正，編印中承毛蔚領學棣提供意見一併致謝。

民國六十六年六月六日

商業教育之理論與實施

第一章 導論

第一節 教育與學校教育

第二節 商業與商業教育

第三節 商業教育的起源及其演進

第四節 商業教育之研究對象

第五節 商業教育研究法

第二章 我國的商業教育

第一節 我國商業教育之起源

第二節 我國商業教育之演進

第三節 我國商業教育之展望

第三章 商業教育之課程

一
一
四
七
一五
二二
二二
二三
二八
三四

第一節	商業教育課程之原理	三四
第二節	商業教育課程之性質	四〇
第三節	商業教育課程之實施	四八
第四節	我國商業教育課程內容之分析	五五
第五節	商業倫理教育之內涵	六五
第四章	商業教育科目之學習指導	七一
第一節	商業教育科目學習指導原理	七一
第二節	商業教育科目學習指導方法	七五
第三節	教師之研究活動	七六
第四節	學生之學習活動	一〇三
第五節	學習指導之階段	一〇五
第五章	商業教育之評量	一〇九
第一節	評量的意義與原理	一〇九

附

錄

第二節	評量的目的		一一一
第三節	評量的階段		一一二
第四節	評量的對象		一一五
第五節	評量的方法		一一八
第六節	商業教育之評量		一一九
第七節	商業師資之評量		一二五

高商商業課程實施綱要		一三一
------------	-------	-----

一、商業概論 (一一三)	二、經濟學 (一一三)
三、企業管理 (一一三)	四、商事法 (一一五)
五、商業簿計 (一一六)	六、會計學 (一三七)
七、經濟地理 (一三九)	八、成本會計 (一四〇)
九、銀行會計 (一四二)	十、貨幣銀行 (一四三)

十一、政府會計（一四四）
 十三、珠算（一四七）
 十五、事務管理（一五〇）
 十七、統計實務與製圖（一五四）
 十九、統計製圖（一五六）
 廿一、商業應用文（一五九）
 廿三、英文打字（一六三）
 廿五、文書管理（一六五）
 廿七、圖學（一六八）
 廿九、平面設計（一七三）
 卅一、立體設計（一七六）
 卅三、商用英文（一七八）
 卅五、國際貿易實務（一八一）
 卅七、廣告工藝（一八三）
 卅九、動畫製作（一八六）

十二、統計學（一四六）
 十四、財稅概要（一四九）
 十六、圖案學（一五二）
 十八、商業算術（一五五）
 二十、書法（一五七）
 廿二、中文打字（一六一）
 廿四、速記（一六四）
 廿六、廣告學（一六六）
 廿八、繪畫（一六九）
 三〇、市場學概要（一七四）
 卅二、櫥窗設計（一七七）
 卅四、色彩學（一七九）
 卅六、商業實習（一八二）
 卅八、包裝設計（一八五）

第一章 導論

引言

商業教育包含有商業與教育兩個要素。並非「商業」加上「教育」所合併的結果，而是由二者調和的結合，始能成立。在形態上，商業教育是指有關商業上的種種教育過程，所以商業教育應該是屬於教育的一部分。然而，在商業知識的排列與組織以及商業行爲的作業程序及訓練等方面，必須按其性質，使之配合教育原理，通過教育歷程，以達到商業教育之目的。

因此，商業與教育在調和與結合上，確有不少的困難問題存在。對此等問題，亦必須加以學術上系統的分析與研究，始克促進商業教育及其課程與教學活動之合理發展。

第一節 教育與學校教育

今日之教育及其制度，雖因各國社會、經濟、政治之相異，在結構形態上各有不同，但以全世界人類之前途而言，世界各地區之教育目的，似亦有其共同性與關聯性。

教育 (Education) 一詞，是由拉丁語的 *Educo* 而來。就語原言之，「教育」可以說是「誘導出來」、「引申出來」的意思。在德文方面，是從 *Erziehen* 的動詞構成的，也就是

「引申出來」、「使之明顯」的意思。

哲人康德 (I. Kant) 說過：「人類爲人性的俱備，必須由可賦予人性的一切素質中，親自努力，將它漸漸地發掘出來。」這就是說，爲使人性發展，必須依賴教育，接受教育，使之對人性產生引申與誘導的作用。

就個人來說，要使每個人的「性能」務其完全發展、發達，而達到自我實現。就社會來說，爲其存續發展，把迄今已獲得的經驗與能力，傳達給後繼者，並連續使之擴充，所謂「繼往開來」即爲社會之功能。但教育却可對上述個人的發展與社會功能提供助力，並且對人類的進化及社會的進步，加以推動的力量。所以爲使社會進步，及使構成社會的成員——人羣發展的過程，亦無不與教育有關，且亦存在着教育的目的。反之在教育的内容及方法上，也常常受到社會演變的影響。費希特氏 (J. G. Fichte) 曾經說過：「脫離社會，去構想人羣，是不可能的事情。」

另一方面，教育在廣義上講，是人們自出生以後，即從現住的環境，受到種種刺激，對之慢慢地調整自己，使之適應。更從而根據自己的需求，提出理想，漸漸改善環境，並使之進步。

教育事業神聖而重要，更因其導致的成長與收穫，引發教育工作的興趣與熱忱。在孟子盡心篇也曾說過：「……得天下英才而教育之，三樂也。」將教育列爲人生的第三樂，實爲

中國知識份子意識境界的高度發揮。

「教」字在中國傳統的說法，就是「效」，也就是「效倣」，下（幼）遵從上（長）所示的規範的意思。中庸說：「天命之謂性，率性之謂道，修道之謂教。」

「育」字的解說：育者爲養，助長子之發達，使之爲善之義也。說文上講：「養子使作善也。」所以和西方語原 Education 的意思亦很相近。由之我們對教育一詞，透過中西對照，也就不難獲得一個概略。

然而，教育也者，是在人們日常生活中，在家庭、社會，任何一個時空與人際之間，有意與無意當中，繼續不斷地進行的事情。相互習染，潛移默化，成爲自然的結果。另一方面，隨着社會的進步與文化的發展，爲了某一種用途或某一個先定的目標，乃施行了有意義的教育。同時爲使能完善地達成此一目標，則對受教者的學習情境，及施教者對效果的控制，漸漸加以注意。由是而產生了教育工作的特定場所與特定的設施，進而加強教育工作的能率，進而遂產生了學校。

因此，學校教育乃有了特定的意義。學校可謂是順應個人對未來在社會中發展的構想，幫助其成長，並付出努力的一個環境。也可以說學校就是「爲其成長，賦予希望，滿足其必要智能的機構。」同時也說明了學校的功能必須如此。所以學校教育，必須有計劃而具體地表現教育之目的，把握社會的動向，以求社會確切期待之教育內容，而展開學校之經營。

第二節 商業與商業教育

首先要探討「商業」一詞所代表的確切意義在那裡？商業的意義，雖經過種種變遷，但我們可從各國的語原，看出商業一詞，各國皆共同意味着「交易事象」。

英語爲 Commerce，法語爲 Commerce，也就是說由： $com = with, together$ 和 $merx = merchandise$ 產生的言語，意思乃「集合商品」，亦即爲「集合商品（物資）讓予需要的人」。

日本語的「あきない」，「あき」是滿足「あく」的意思，表示滿足欲望。爲彼此滿足而交換物品，稱作「あきなう」。這種語言，大概是由人們秋收後交換剩餘物資，使雙方獲得滿足而起。

至於我國文字「商」字的解釋，是在後漢書白虎通商言章，載有「度其有無，以通四方之物，故謂之商」云云。此即稱物資之有無相通的現象曰之商，以此爲業者曰之商業。

然而，商業的概念，却因社會的進展而有了變化。最初由剩餘生產物的觀點「商業是必需和剩餘品的交換曰商」，稱商業爲「交換即是商業」(Melón; R. Cantillon; Genvesi)。亞當·史密斯氏(Adam Smith)更進一步把受交換所支配的社會稱爲「商業社會」，更

由此可以指稱社會大眾中的某一些業者稱之爲商人。自此以後，狹義的商業乃「圖謀物資需要和供給，而加以技術性的變化（生產行爲）爲買賣行爲」。這是對以商爲專業，經營物資買賣交換時而言。方德爾包特（R. Vander Borcht）氏曾經說過「商人商業」（Kaufmannhandel）也就是這個意思。

V. Matajer; K Rathgen 氏在第一次世界大戰後，從以美國爲中心的發展市場（Marketing）的影響，指出商業不只限於商業之從業者，即工業從業者或其他之生產者，視其需要和供給，加以調節，舉凡可以得到利潤者，皆爲進行經營商業。因此開始對於商業，有了更爲廣義的解釋。

在現代資本主義社會，因商業和生產與消費間的連繫，謀求調和，提高了財貨的效用，並增強其價值，所以商業亦可進行生產。廣義的生產也包括進行農業，而工業生產更在狹義生產之外。是故進行現代商業，一切配合作業亦無不包含，更擴大了商業的領域。

其次談到「商業教育」，而商業教育中的「商業」一詞，其基本意義，又和一般使用的「商業」意義不盡相同，毋寧謂其包含着更廣泛的意義。即在前述構成現代商業主體之「交換業」、「販賣業」、「生產業」以外，更有銀行、信託等金融事業；證券、運輸、保險等事業，皆可以在無形中，提供業務上的服務和勞力。這種種營業，也可以稱之爲服務（Service）販賣業。以此種意義推廣，也可以總括稱爲服務販賣業的一類。因爲服務（或勞

務）販賣的業種，更可列舉洗衣業、理髮業、浴室業、旅館業、按摩業、觀光業等等。

並且商業若僅就在分類上言之，亦不獨止於此；其他各種產業部門，或國家及其公共團體，家庭生活等的經營、管理；學校社團等各方面的事務，也包含了諸般商業的業務存在。這些方面，在現代產經企劃上，更成為需要且不可或缺的要素，其重要性大有愈行提高的趨勢。因之要發揮其功能，培養其基礎，脫離不了教育。

由上面觀察的結果，商業教育的商業，乃是一種通過所有產業、服務業，在必要經營上分類的業務（Business）。也可稱為經營經濟的事務，其事業的內部，包含狹義的經營與事務活動。

所謂「商業教育」（Business Education）則是將商業有關的教育事項，加以科學處理的學問。以廣義言之，是屬於 Business 學的一個分科，而 Business 學，是為研究商業、工業、農業、水產業及其他各種產業共通業務機構或業務方法所探討的學問。如採購、製造、販賣、人事、總務、經理的業務活動等，及與此一切有關問題，均須加以妥善之研究。商學不過是主要研究 Business 學中一部分的學問，故又可稱之為 Business 學之補助科學。如以商業或商業活動為研究對象者，又為商學中一個分科，例如批發學（Wholesaling）、小賣學（Retailing）等屬之，這皆為早先在美國所創設。最近又有了更廣義立場的商業學科，稱之為製造業者商業（Marketing by Manufacture）。

商業教育如以科學 (Science) 標準言之，尚未達到體系化的完成階段。蓋凡所有的學問，被公認為是一門學問或一個學科時，爲其成立必須有其一定的範圍及對象，以及對此種對象所特有的研究的組織化和系統化的方法。這些都必須加以明確規定，最後方能成爲一個獨立的學問。然而任何一個獨立的學問，又必然借助於衆多的相關知識或相關科學爲其基礎。所以商業教育，因爲是 Business Education 其與 Business 有關的經濟學、經營學，及一切與商業有關之學科；再加入與 Education 有關之哲學、教育學、心理學等等，也就無不成爲「商業教育」之相關知識。亦即必須借重這些補助科學爲基礎，始可從事商業教育之研究。

第三節 商業教育的起源及其演進

一、商業的起源

明瞭商業的起源及演進，將有助於吾人對商業教育得一更明晰之印象，故首先應述及者，爲商業之起源。商業之起源因素頗多，歸納之約爲下述幾點：

(一)慾望的增高 原始經濟時代，人民自給自足，無所謂交易，同時人類爲了要求生存，不得不學習各種技能以謀生，故社會本身就是一個學校。兒童和青年，從社會和家庭生活中

，獲得生活上必需的知識和技能，山川、田野、海洋，都是他們教學的場所；狩獵、捕魚、畜牧、耕種，便是他們所讀的學科，有經驗的成人便是他們的教師。其後知識漸開，隨之欲望增加，個人所生產之物，往往不足以滿足其欲望，於是設法與他人互通有無，交易於是發生。馴至現代，科學發達，物質文明進步，人類欲望亦日漸增高，貨物之供給日新月異，原始經濟時期中，以社會為學校，以成人累積之經驗為教材，顯然已無法應付日益複雜的生活需要，則交易的方式與技術，以及由自給自足的生產形態轉化為市場商品的生產形態，其供需關係之調節，價格機能之運用，尤非原始交易的方式所能勝任，於是乃產生了教育制度及專業教師以負其責。

(二)智能的差異 人類智能的發展，各有短長，某甲擅工，某乙擅農，各盡所能，各展所長，更由專業中磨鍊其技巧使其專精，是為近代社會分工之始，否則，一人兼而從事工農各業，不特人力物力造成浪費，即工作效率亦必減低，故工人食糧須賴農人，農人用具須賴工匠，彼此交換，而商業則為其媒介。

(三)地理的限制 人力分工，促進商業之繁盛，已如上述。地域分工，則尤使商業的發展，呈現光明的遠景。蓋因地理環境之不同，使各地生產物品，不盡相同。濱海多漁鹽之利，山地多礦材之富；熱帶產米，寒帶產麥，此種地理所造成之缺陷，惟賴商業為之彌補，即所謂創造財貨的地區效用是也。國內如此，國際亦然，兩國間相互以產品交易，得以滿足消費