

中国工商管理学

陈高林 编著

科学技术文献出版社重庆分社

中国工商管理学

陈高林 编著

责任编辑 许仁 陈方

科学技术文献出版社重庆分社 出 版
重庆市市中区胜利路132号 发 行

全 国 各 地 新 华 书 店 经 销
四 川 省 威 远 县 印 刷 厂 印 刷

开本: 787×1092毫米1/32 印张: 9.375 字数: 21万
1989年10月第1版 1989年10月第1次印刷
科技新书目: 203—323 印数: 1—7000

ISBN7-5023-0485-1/F·49 定价: 3.00元

内 容 简 介

本书为提高我国工商行政管理的学科水平、为满足我国国民经济的发展，特别是当前商品经济的发展而编写。全书共10章，包括工商行政管理的基本问题和范畴，工商行政管理与商品经济、国民经济的相互联系和作用、工商行政管理的活动（原则、方法、组织形式、信息系统、人事管理和人员培训等）和工商行政管理的效率等。本书论述全面系统，内容切合我国实际。

本书适宜作高等院校、函大、电大的工商行政管理有关学科和专业培训班的教材，也可供广大工商企业和工商行政管理部门的领导、干部学习和参考。

目 录

导 言

第一章 工商行政管理的现象和本质..... (1)

第一节 工商行政管理概念研究的概况..... (1)

一、概念研究的思路和方法..... (2)

二、概念的不同表述..... (4)

第二节 工商行政管理局的业务管理活动..... (6)

一、企业登记..... (7)

二、经济合同..... (7)

三、市场..... (8)

四、商标..... (9)

五、广告..... (9)

六、个体和私营经济..... (10)

第三节 工商行政管理的本质特征..... (11)

一、以国家为主体..... (12)

二、以经济联系活动为客体..... (13)

三、以保证商品经济有秩序活动和宏观经济 协调发展为目的..... (15)

四、以监督为核心职能..... (16)

五、以行政方法为主..... (19)

第四节 工商行政管理的内容..... (20)

一、一般管理的内容..... (21)

二、工商行政管理的内容..... (22)

第二章 工商行政管理产生和发展的一般规律	(25)
第一节 工商行政管理产生和发展的历史过程	(25)
一、萌芽时期	(25)
二、产生过程	(27)
三、发展阶段	(28)
第二节 工商行政管理产生和发展的基础和条件	(29)
一、商品经济的矛盾要求社会化管理	(30)
二、对商品经济活动社会化管理的需要和可能性	(32)
第三节 我国社会主义工商行政管理存在的	
客观必然性	(34)
一、存在的原因	(34)
二、存在的决定作用	(36)
第三章 工商行政管理的性质、职能和任务	(42)
第一节 工商行政管理的性质	(42)
一、马克思关于经济管理二重性的思想	(42)
二、工商行政管理的二重性	(44)
第二节 工商行政管理的职能	(48)
一、基本职能	(48)
二、各基本职能的相互关系	(58)
三、关于服务职能的问题	(59)
第三节 工商行政管理的任务	(61)
一、基本任务	(62)
二、各个历史时期的具体任务	(65)
第四章 工商行政管理与国民经济管理	(70)
第一节 国民经济管理体系	(70)
一、概念	(70)
二、是一种系统管理	(72)

三、管理部门·····	(76)
第二节 工商行政管理在国民经济管理中的地位···	(80)
一、由本质特征所决定的地位·····	(80)
二、在社会主义建设时期的重要性·····	(86)
第三节 工商行政管理在国民经济中的作用·····	(93)
一、促进社会主义经济基础的建立、巩固和发展	(93)
二、保证国家计划实现和宏观经济协调发展·····	(95)
三、维护社会经济秩序和促进商品经济健康发展	(96)
四、促进对外贸易和对外经济交往的发展·····	(97)
第五章 工商行政管理的原则和方法·····	(99)
第一节 工商行政管理的原则·····	(99)
一、立足全局，为总任务、总目标服务·····	(99)
二、实施法制·····	(102)
三、维护公共经济利益·····	(105)
四、坚持群众路线·····	(107)
五、推行科学管理·····	(109)
第二节 工商行政管理的方法·····	(112)
一、国民经济管理的基本方法·····	(112)
二、工商行政管理运用的方法·····	(117)
第六章 工商行政管理法规·····	(128)
第一节 工商行政管理法规概述·····	(128)
一、法规的概念·····	(128)
二、法规与法律体系的关系·····	(133)
三、法规的特点·····	(139)
第二节 工商行政管理法规的制定和实施·····	(142)
一、法规的制定·····	(142)
二、法规的实施·····	(150)

第三节 工商行政管理法规与工商行政管理	(153)
一、法规在工商行政管理中的地位	(154)
二、法规在工商行政管理中的作用	(157)
第七章 工商行政管理组织	(160)
第一节 工商行政管理组织的基本原理	(160)
一、管理组织的概念	(160)
二、管理的组织工作	(162)
三、组织的基本原则	(165)
四、管理组织的结构	(168)
第二节 工商行政管理组织的过去和现在	(171)
一、简要回顾	(172)
二、我国现阶段的工商行政管理组织	(174)
第三节 工商行政管理的性质和法律地位	(182)
一、性质	(182)
二、法律地位	(188)
第八章 工商行政管理信息	(191)
第一节 工商行政管理信息概述	(191)
一、信息的本质特征	(191)
二、信息的基本要素	(193)
三、信息的基本功能	(195)
四、信息的分类	(196)
第二节 工商行政管理信息与管理	(200)
一、经济信息与经济管理	(200)
二、信息的作用	(202)
三、信息在国民经济管理中的作用	(204)
第三节 工商行政管理信息系统	(207)
一、信息系统的概念	(207)

二、信息系统的功能与作用	(209)
三、信息系统的建立与完善	(213)
第九章 工商行政管理机关人事管理	(220)
第一节 工商行政管理机关人事管理概述	(220)
一、机关人事管理的概念	(220)
二、机关人事管理的地位和作用	(223)
三、机关人事管理的原则	(224)
第二节 工商行政管理工作人员的素质	(228)
一、管理职权与管理者素质的一般关系	(228)
二、工作人员的基本素质	(231)
三、领导干部的素质	(235)
第三节 工商行政管理机关人事管理业务	(238)
一、国家干部人事制度及其改革方向	(238)
二、机关人事管理的主要业务	(241)
第十章 工商行政管理效率	(248)
第一节 工商行政管理效率概述	(248)
一、管理效率的概述	(248)
二、管理效率的层次	(250)
三、管理效率的衡量	(252)
第二节 提高工商行政管理效率	(258)
一、影响管理效率提高的因素	(258)
二、提高管理效率的途径	(261)

工商行政管理的现象和本质

工商行政管理学是以工商行政管理及其内在矛盾的研究对象的学科，因此，其研究活动首先面临的问题，就是要明确什么是工商行政管理。这个问题的解决，在于通过对工商行政管理现象的科学分析，揭示其内在的本质，准确、全面、深刻地说明工商行政管理的内涵和外延，从而得到对工商行政管理概念的科学认识。

第一节 工商行政管理概念研究的概况

工商行政管理，作为国家对社会经济活动的一种管理，是我国社会主义初级阶段的一种客观存在。而且，随着近年来改革、开放、搞活方针的深入贯彻，它在社会经济生活中更加显示出越来越重要的作用，引起了人们的普遍关注，得到了党和国家的各级领导和管理机关多次反复的肯定和强调。但由于对工商行政管理的理论研究还处于开创阶段，对工商行政管理概念的理论说明，至今还未能形成一种统一的认识。具体地说，从研究工商行政管理概念的思路和方法，到对概念本身的具体表述，分歧和争论都还比较差。

一、研究工商行政管理概念的思路和方法

1. 目前研究工商行政管理概念的几种主要思路和方法
就研究工商行政管理概念的思路和方法而言，目前主要存在三种基本情况。

(1) 从“工商行政管理”名称的字面意义出发来研究什么是工商行政管理。这种方法的基本思路是立足于“工商行政管理”这个名称，通过对这个名称的追根溯源，或者通过对这个名称字面所包含的几个概念，即“工商”、“行政”、“管理”等的含义的分析与综合，最后给工商行政管理下一个定义。这种思路和方法，在初期的研究中使用较多。

(2) 从工商行政管理局这个国家机关的实务出发，来理解工商行政管理的概念。这种方法的基本立足点，是希望本着理论来源于实践，从工商行政管理的实际出发来进行理论概括，但实际上是将研究局限于目前我国工商行政管理局这个国家机关的职责和管理活动之中。其基本思路是以工商行政管理局的职责范围作为判别是否是工商行政管理的根据，认为凡是属于工商行政管理局所担负的管理职责和进行的管理活动就是工商行政管理，不属于工商行政管理局的职责和不是它进行的管理活动就不是工商行政管理。其结论就是，工商行政管理是工商行政管理局这个国家机关活动引起的一种特有的社会现象。

(3) 着眼于“工商行政管理”这个名称实际所指向的社会现象来认识什么是工商行政管理。这种方法的基本思路，是将在“工商行政管理”名称下进行的现实的管理活动看作一种特定的社会现象，通过对这些管理活动运用归纳与

演绎相结合、分析与综合相结合、历史与逻辑相结合等科学思维方法进行研究，揭示这种特定的社会现象的本质特征，在这个基础上来把握工商行政管理的概念。

2. 研究工商行政管理概念的正确思路和方法

在目前存在的关于工商行政管理概念的研究思路和方法中，我们认为应该坚持和采用第三种，即从“工商行政管理”名称实际指向的社会现象来研究和认识什么是工商行政管理。因为，在三种思路和方法中，只有这种研究的思路和方法，更符合马克思主义认识论和方法论，并且能够科学地说明什么是工商行政管理。前两种思路和方法缺乏科学性，主要是基于以下理由：

就第一种方法和思路而言，其非科学性首先在于它将研究对象机械地割裂开来加以认识。实际上，“工商行政管理”这个名称是一种不可分割的特定的社会现象的代表或反映，不是由构成这个名称的几个概念所代表的事物组合而成的。尽管构成“工商行政管理”这个名称的几个概念所代表的事物，同“工商行政管理”代表的社会现象可能存在某种联系，但它们之间已经具有本质的区别，构成这个名称的几个概念的内容不可能全面、准确地反映“工商行政管理”这个名称所代表的社会现象。其次，从马克思主义认识论来看，对事物的认识也只能通过对事物本身的分析，深入了解事物的本质才能完成，从概念到概念，是不可能真正认识事物的，对什么是工商行政管理的认识也是如此。

就第二种思路和方法而言，其非科学性，主要是忽略了理论来源于实践同时必须高于实践，忽略了应该从事物内在本质的高度上来反映事物，停留和局限于工商行政管理活动的现象。虽然，工商行政管理局的职责及其进行的管理活动，

一般说来可以在一定程度上反映工商行政管理这种社会历史现象本身，但它不能完全摆脱某些对工商行政管理来说是非本质的、偶然的、人为的因素的影响，因而可能包含某些工商行政管理本质以外的因素，或者暂时失去某些工商行政管理的本质属性。例如，在过去的相当长一段时期，尤其是在十年动乱之中，由于“左”的错误指导思想的影响，工商行政管理局的职责和管理活动主要集中在集贸市场管理和打击投机倒把方面，其基本任务就是作为阶级斗争的工具和割所谓的“资本主义尾巴”。由于根本指导思想上存在严重偏差，决定了这段时期的工商行政管理局的职责和业务管理活动，在很大程度上不能反映工商行政管理的本质，仅仅从工商行政管理局机关的实务来理解工商行政管理概念就会导致错误结论。同时，工商行政管理局的职责和业务管理活动本身也在不断发展，工商管理学的理论研究如果仅仅局限于目前工商行政管理局的职责和业务管理活动，就会变成对工商行政管理现行政策和工作的解释和说明，只能陷于理论落后于实践的被动境地，失去其实践的指导作用。理论来源于实践，但又必须高于实践。我们必须研究工商行政管理局的职责和管理活动，但决不能完全局限于这种职责范围被动地去进行研究。正确的方法，应该对这些职责范围的管理活动运用科学的逻辑思维方法进行加工，将其中偶然的、非本质的东西予以抽象，从其本质特征上把握什么是工商管理，才能得到关于工商管理概念的正确认识。

二、概念的不同表述

对工商管理概念的具体表述，目前说法和看法颇多，归纳起来，其分歧主要集中在概念所涉及的工商行政管

理主体、客体和职能等方面。

1. 对概念所涉及的管理主体的表述

在目前的工商行政管理概念研究中，对于概念的必然涉及的管理主体的认识有着较大分歧，在其具体表述上也很不一致，存在着将工商行政管理主体表述为“国家”、“国家行政机关”、“国家经济管理机关”、“国家经济行政管理机关(或部门)”、“国家专门设立的职能机关”、“国家工商行政管理机关(或部门)”等多种说法。这些多种多样的说法，实际上不外乎是两种基本认识和表述，即认为工商行政管理的主体应该是国家，或者应该只是国家的某个具体机关。

2. 对概念所涉及的管理客体的表述

在目前对工商行政管理概念的研究中，关于管理客体的表述，比较有代表性的大致有以下一些说法：(1)认为工商行政管理客体是“工商企业和市场经济活动”；(2)认为其管理客体是“包括商品生产和商品交换”在内的整个社会商品经济活动；(3)认为其客体是“社会商品经济活动中综合性的经济活动”；(4)认为其客体是“与公共经济利益有关的社会商品经济活动”。

3. 对概念所涉及的管理职能的表述

在目前工商行政管理概念研究中，对其职能的表述说法更多，就职能数量看各种表述不一致，就其内容而言也各不相同，其最重要的分歧点则集中在对工商行政管理的核心职能的认识上。对工商行政管理的核心职能的认识，影响较大、较有代表性的主要有以下几种：(1)监督职能说，这种看法认为工商行政管理职能方面所表现出来的突出特点，是对社会经济活动的监督检查，其它管理职能都是围绕监督职

能而展开的；(2)控制职能说，认为工商行政管理职能中，对社会经济活动的控制直接体现了工商行政管理职能的特殊性，反映了工商行政管理的本质特征；(3)服务核心说，主要是从政府机关管理经济的职能归纳起来就是服务、管理离不开服务出发，将工商行政管理的核心职能归结为服务，提出了“寓管理于服务之中”的看法；(4)综合职能说，认为工商行政管理的职能是对市场全部商品经济活动的全面管理、包括对市场商品经济活动的宏观决策、宏观调节控制、宏观经济监督等。

对工商行政管理概念表述中的这些不同认识，将在具体分析工商行政管理本质特征时结合讨论。

第二节 工商行政管理局的业务管理活动

正确认识什么是工商行政管理的关键，在于透过工商行政管理的现象，揭示出它与其它事物互相区别的本质特征。在我国，国家设立的各级工商行政管理局，是代表国家行使工商行政管理职能的专门机关。因此，工商行政管理局的基本业务管理活动，也就是我国工商行政管理的现象形态。对工商行政管理本质特征的研究，应该以这些业务管理活动作为基础和出发点，必须对我国工商行政管理局的基本业务管理活动有一个概括地了解。

目前，我国工商行政管理局的业务管理活动主要包括：企业登记管理、经济合同管理、市场管理、商标管理、广告管理和个体和私营经济管理六个基本方面。

一、企业登记

我国的企业登记管理，表现为各级工商行政管理局根据国家授权，代表国家对参与商品经济活动的社会经济组织的法人资格及相应的权利和义务实施监督，是企业法人登记和行政管理的统一。工商行政管理局在这方面的具体管理活动的内容主要包括：代表国家主管工商企业和从事生产经营活动的事业单位、科技性社会团体的登记注册（这里所说的“工商企业”，包括国内的全民、集体、私营、联营的各种所有制形式的工商企业、中外合资经营企业、中外合作经营企业、外资企业），依法确认其企业法人资格或合法经营地位，核发《企业法人执照》、《营业执照》或《中华人民共和国营业执照》，以及办理外国企业、华侨或港澳企业的常驻代表机构等的登记注册，核发这些企业常驻代表机构登记证；审核办理工商企业变更登记，对企业发生的改变名称、迁移地址、变更经营方式和经营范围、合并、分立等给予法律上的认可；依据核准登记事项，对企业或常驻代表机构在生产经营活动或业务活动中依法享有的权利的行使以及应当承担的义务的履行等方面的情况进行经常的监督检查，保护它们的合法权益，查处违反有关登记管理法规的行为和活动，维护社会经济秩序；建立企业登记档案，按专业档案管理好工商企业登记的资料和其它有关资料，搞好综合统计和分析，为社会主义建设提供信息。

二、经济合同

我国的经济合同管理，主要是各级工商行政管理局根据国家有关法规授权，对各经济主体在经济合同订立和履行的

全过程中的活动进行监督管理，是国家对商品经济中经济合同关系的统一规范和调整。随着我国有计划商品经济的发展，经济合同日益成为各经济主体之间经济联系活动的主要形式和纽带之一，它涉及到各经济主体在生产、交换、分配、消费各个领域发生的相互关系。工商行政管理局作为国家统一管理经济合同的专门机关，其管理活动主要表现为：依据有关法规、政策和国家计划，对各经济主体在经济合同的订立、履行、变更、解除等方面的活动进行经常性的监督检查，并负责指导各业务主管部门管好所属企业的经济合同，以及指导企业管好本企业的经济合同；调解、仲裁经济合同纠纷，保护当事人的合法权益；确认无效经济合同，查处违法经济合同，以及查处利用经济合同进行的违法活动等。通过这些管理活动，维护社会经济秩序，保证国家计划和宏观经济目标的实现。

三、市 场

市场是商品经济的产物。对市场概念，有广义和狭义两种理解。广义市场，一般是指在商品经济条件下社会经济运行中的整个交换体系，即通常所说的流通领域。狭义市场，指商品经济中各经济主体进行现实商品交换活动的场所和范围。作为工商行政管理局业务管理活动的市场管理，是工商行政管理局根据国家授权对狭义市场的管理。它具体表现为工商行政管理局依照国家有关法规、政策和国家计划，对各经济主体在市场交换活动的各个方面的监督检查，其中，包括对参与市场活动的主体的合法资格的监督、对市场物价、商品质量、交易方式、交易手段等的监督检查，制止冲击国家计划的市场活动，取缔不正当的竞争行为，查处和打击投机

违法活动等。通过这些管理活动来维护市场正常秩序和保证国家计划的实现。

四、商 标

商标是商品生产经营者在其商品上使用的特殊标志，它使该商品与其他生产经营者的相同或类似商品相互区别，具有表明商品的来源、商品的质量和信誉、以及宣传以商品为媒介的各经济主体之间的经济联系活动的作用。在这些作用基础上形成的商标专用权，也因此而成为一种工业产权。商标管理，是工商行政管理局根据国家授权，依法确认和保护商标专用权，以及对商品生产经营者在商标使用及与此有关的活动进行的监督管理。这种管理活动具体表现为：工商行政管理局代表国家，审核办理商标注册、变更、续展、转让或许可他人使用等，确认商标专用权；监督、指导商品生产经营者正确使用商标，处理注册商标争议；查处商标使用方面的侵权、伪冒等违法行为。通过这些管理活动，督促生产经营者正确运用商标和行使商标专用权，并监督商品质量，保护商品生产经营者和消费者的正当权益，维护商品经济的正常秩序。

五、广 告

对于广告的概念，也存在广义和狭义两种理解。广义的广告，顾名思义，就是广而告之，它指一切旨在唤起人们注意某项特定事物而向社会传递有关信息的手段，包括政府、政党、宗教、教育、文化、社会服务、推销商品和劳务、乃至寻人、征婚等各个方面的公告、通告、启事、声明等。广义的广告可以分为政府公告、社会广告和经济广告等基本