

GONGSHANGGUANLIXINLIXUE

工商管理 心理学

刘国忱 王铁铮 代庆威 崔庆吉 主编

辽宁人民出版社

1-05

本书编委会

编委会主任 王洁纯

编委会副主任 刘裕炎 矫昌铜

主 编 刘国忱 王铁传 代庆成 崔庆吉

副主编 贺荣芳 陈玉松 范湘云 高桂莲
冯百文 张成珠 于学军 孙志学

编 委 于学军 马金成 王洁纯 王铁传
冯百文 代庆成 刘裕炎 刘国忱
孙志学 张成珠 陈玉松 贺荣芳
范湘云 崔庆吉 高桂莲 雷晓敏

代 序

在举国上下沿着党的十四大确立的社会主义市场经济体制改革目标，解放思想，深化改革，加快经济发展的步伐的形势下，《工商管理心理学》一书问世了，这是全国工商管理行政管理系统的光荣，是工商管理行政学科绽开的又一奇葩。

心理学是关于人心理的发生、发展及其规律的科学。工商管理心理学是社会心理学的分支，“是关于同其他人相关的个体之行为的科学，它涉及的是处于某种群体形势之中的个人。”就是说，把工商管理行政管理的主体与对象作为心理学研究的范围，侧重对管理者及其监督管理的群体中的个体与个体之间，个体与群体之间的个性与共性、特殊性与普遍性等心理态势的研究，经过分析、判断，揭示其发生、发展等变化规律，确定对症下药监督管理的良策，其意义在于，增强工商管理行政管理的针对性，实现工商管理行政管理的实效性，提高工商管理行政管理的科学性。

工商管理行政机关是政府的重要职能部门，担负着市场监督管理和行政执法的基本职能。在全力推进经济体制改革，逐步实现由传统计划经济体制向社会主义市场经济体制转换中，一改过去较单一的经济成分，向公有经济为主体，多种经济成分并存的方向发展；过去较单一的企业组织形式，通过深化改革，转换经营机制，朝着公司、股份公司、集团公司等多层次、高效率的方向发展；过去较单一的企业经营形式，经过优化组合，劳动力重组，取而代之的承包、租赁、国有民营、混合型经营等多种经营形式应运而生。改革中涌现的大量新情况、新事物，促进生产关系

的变革，促进工商行政管理客体心理的千变万化。如何及时、准确地把握客体的心理脉搏，不是搞人治，而是以理服人，依法行政，这就对工商行政管理干部提出了新的更高要求。《工商管理心理学》是部很好的教科书，是广大工商管理干部的良好益友。在当前干部队伍整体素质需要提高的情况下，人人自觉学好这门新知识，掌握这门新知识，汲取丰富的理论营养，用理论去指导实践，将会减少盲目性，大大提高工商行政管理的水平和效率。

工商管理心理学作为一门独创的新兴学科，犹如刚出土的幼芽，还需有个起始、发展至成熟的过程。成书来自实践，完善、丰满它更需实践。人的社会存在决定人的意识，人的实践活动反映人的心理态势。实践是人心理活动产生的基础，是检验主观心理活动正确与否的客观标准。社会主义市场经济体制改革的目标，是一个庞大的系统工程，是前无古人的改革壮举，并非是一蹴而就的易事，需付出艰辛的探索和努力。改革为工商管理心理学指明了研究的对象，提供了广阔的研究领域。因此，要坚持实践第一的观点，不断研究、发展这门新兴学科，有效地运用工商管理心理学理论，对改革开放、发展市场经济伟大社会实践活动中人们各异的心理活动分析研究，了解其规律、特点，形成科学的决策，从实践——理论——实践，推进工商行政管理事业的蓬勃发展。

改革在深入，经济在发展，社会在前进，在新旧体制转换这继往开来的伟大时代里，衷心祝愿工商管理心理学发挥更大的光和热。

王洁纯

1995年4月28日

（作者系哈尔滨市工商局局长）

目 录

代序.....	(1)
绪论.....	(1)

上篇 管理主体心理篇

第1章 管理主体的构成及其心理特征	(8)
1.1 管理主体的构成	(8)
1.2 管理人员的社会角色	(11)
1.3 管理人员的心理特征	(13)
第2章 管理者的心理差异	(18)
2.1 管理者的认知差异	(18)
2.2 管理者的能力差异	(23)
2.3 管理者的气质差异	(24)
2.4 管理者的性格差异	(25)
第3章 管理者的心理素质和社会形象	(27)
3.1 心理素质的定义	(27)
3.2 意志和意志品质的培养	(28)
3.3 性格和性格特征的塑造	(29)
3.4 能力和能力水平的提高	(30)
3.5 管理者心理承受力及其锻炼	(32)
3.6 公务员应具有的气质和风度	(35)

3·7 管理者的社会形象·····	(36)
第4章 管理者的影响力和创造力 ·····	(46)
4·1 影响力的概念·····	(46)
4·2 管理者影响力的构成·····	(47)
4·3 领导者的威信和权力·····	(49)
4·4 管理者的创造力·····	(53)
第5章 工商行政执法的心理障碍 ·····	(57)
5·1 行政执法的特点和过程·····	(57)
5·2 行政执法心理障碍分析·····	(58)
5·3 心理障碍的排除途径·····	(62)
第6章 廉政建设的心理问题 ·····	(70)
6·1 产生腐败的深层原因·····	(70)
6·2 廉政建设的心理障碍·····	(80)
6·3 廉政措施的心理评价·····	(83)
6·4 廉政建设的个案分析·····	(85)
第7章 工商管理中的人际关系 ·····	(98)
7·1 工商管理领域的人际交往·····	(98)
7·2 工商管理领域的人际关系·····	(100)
7·3 处理人际关系的心理学方法·····	(103)
7·4 工商系统人际关系不健康的因素·····	(107)
7·5 基层工商干部的分层次管理·····	(109)
第8章 工商管理法制心理研究 ·····	(124)
8·1 工商立法的心理学问题·····	(124)
8·2 工商行政管理中“合理不合法”现象分析·····	(130)
8·3 论社会主义市场经济所要求的法制环境·····	(135)
第9章 工商管理人员职业道德的心理养成 ·····	(150)
9·1 道德品质概述·····	(150)
9·2 工商管理人员的职业道德原则·····	(151)

9.3 工商管理职业道德的培养	(153)
-----------------------	-------

中篇 管理对象心理篇

第10章 企业意识与企业行为	(158)
10.1 企业意识	(159)
10.2 企业行为	(162)
10.3 企业意识与企业行为的关系	(165)
第11章 国有企业行为	(172)
11.1 国有企业概述	(172)
11.2 国有企业的优越感和自卑感	(173)
11.3 国有企业经营者的心理分析	(177)
11.4 国有企业非正常行为分析	(180)
11.5 如何对国有企业予以管理	(184)
第12章 乡镇企业行为	(192)
12.1 乡镇企业行为特征	(192)
12.2 乡镇企业经营者的心理分析	(194)
12.3 乡镇企业的不良行为	(195)
12.4 如何规范乡镇企业行为	(200)
第13章 三资企业行为	(205)
13.1 三资企业概述	(205)
13.2 三资企业经营者动机分析	(206)
13.3 三资企业的不良行为	(207)
13.4 假三资企业产生的原因及危害	(210)
13.5 促进三资企业健康发展的措施	(214)
第14章 私营企业行为	(225)
14.1 私营企业经营者的构成及素质分析	(225)
14.2 私营企业经营者的心理特征	(228)

14·3	私营企业的行为方式	(232)
第15章	个体工商户行为	(239)
15·1	个体工商户的动机研究	(239)
15·2	个体工商户的心态	(242)
15·3	个体工商户的行为	(247)

下篇 管理职能心理篇

第16章	企业登记管理心理学分析	(259)
16·1	企业名称的社会认知与排斥	(259)
16·2	社会对企业组织形式的共感认识	(263)
16·3	社会对企业经济性质的心理映象	(265)
16·4	商号所隐含的心理动机	(267)
16·5	社会心理与产业结构的关系	(270)
第17章	经济合同当事人的心理与行为研究	(277)
17·1	经济合同当事人缔结合同的动机和行为选择	(277)
17·2	经济合同当事人在合同履行过程中的心理表现	(281)
17·3	经济合同发生纠纷时当事人的心理状态	(284)
第18章	经济检查中的心理学应用与研究	(293)
18·1	经济违法犯罪的概念和特点	(293)
18·2	经济违法犯罪的动机及其成因	(297)
18·3	经济违法犯罪心理的几种表现形式	(300)
18·4	经济检查者的心理与手段	(306)
后记		(321)

绪 论

我国的改革开放,不仅使国民经济取得了举世公认的成就,而且犹如春风化雨,使我国社会科学领域中许多边缘学科生机勃勃,迅速崛起,其中工商管理学和实用心理学的成长尤为社会瞩目。

工商管理学是国家经济监督学科的一个重要分支,它是一门研究国家对繁纷复杂的市场经济活动依法进行宏观调控的职能、过程、内容及其规律性的学科。工商行政管理的客体是遍及社会各个领域的经济组织和参加市场经济活动的法人、其他经济组织及公民个人;工商行政管理的主体是多层次、多功能的工作和组织系统,是近百万^①在市场经济关系中进行协调、服务和监督的管理干部和普通员工。在这样一个执行国家法律和行政法规的前沿阵地上,管理主体和管理客体之间监督与被监督、约束与被约束的对立关系十分明晰;在具体的管理活动中心理冲突现象频繁而剧烈。鉴于这种事实,我们不能不思考:为了促进我国市场经济向纵深发展,在强化工商行政监督,转变管理职能,加大管理力度,提高行政执法水平过程中,应该构建一个什么样的约束环境,以摆脱生硬僵化的行政管理模式,从而实行科学有效的监督管理?如何避免以往的“一管就死、一放就乱”的恶性循环?尽管答案不是唯一的,但其中有一点可以肯定:那就是我们在进行工商立法、制定产业政策和从事具体的管理活动时,不能再忽

^① 这里包括工商、物价、计量等系统的员工及工商协管员。

视对管理主客体的心理和行为的研究了。我们应该针对已广泛存在于工商行政管理领域中大量而丰富的心理现象和经济案例，认真而系统地研究管理主体、管理客体的动机、需要、行为方式及变化趋势，科学地运用心理学和行为科学原理、方法和一般规律，制定可行的管理对策，以减缓矛盾和冲突，实行有效的监督管理。这样一来，便产生了在工商行政管理活动中心理学应用和研究等问题。

实用心理学是普通心理学派生的分支。它是一门在某一经济领域或社会活动领域中运用心理学方法和规律，来深化和细化对特定职业环境中“人”的研究，以求提高行为效率和工作科学化程度的一门边缘学科。它既与某一门具体的专业学科有区别，又不同于普通心理学的研究内容，而是把具体学科与心理学的“共同点”有机地结合在一起，具有浓厚的实用色彩。据有关资料统计，到目前为止，我国实用心理学至少有 80 余种，其中管理心理学不下 10 种。这些学科的出现充分展示了社会科学发展的两大趋势：其一，各专业领域由原来以“物”为本位研究开始转向以“人”为本位研究，逐渐重视对人的探索，重视人的价值和行为科学化问题；其二，随着社会分工的不断分细和科学技术的推进与提高，学科的细分化和边缘学科的成长是不可避免的。这些趋势表明，在目前情况下探讨和建立工商管理心理学不仅是可能的，而且是必要的。

首先，有利于知己知彼，创造和谐的约束环境。在工商行政管理工作中，始终存在着控制、监督、约束与被控制、被监督、被约束两个既对立又统一的矛盾方面。这两个方面，对立是绝对的，统一是相对的。工商管理管理者，就是要在对立中求统一，在监督控制中求和谐。既要了解和确切掌握管理对象的所思、所需和所为，即他们的生产经营活动的动机、客观需求和行为选择，又要了解自身的所需、所想和所为，即我们的管理目的是什么？工

作的出发点和行为方式是否针对不同类型的管理对象采取了灵活的策略？怎样做才能达到既约束了被管理因素的行为，又把冲突限制在最小限度内的理想境地？工商管理心理学为适应这些实践需要，从一般和特殊两个方面去分析和展示管理对象的种种心态以及各种违法违章行为后面的真实动机，达到一种“知彼”的程度；也从实践反映的大量素材中，推断工商管理者应具有的心理素质、职业道德和在各种情境下采取的心理策略，从而达到“知己”的境界，以寻求监督和服务兼容的途径，探索约束与和谐（活力）并行的方法。

其次，可以未雨绸缪，将经济违法违章行为消灭于萌芽状态。在经济领域，仅就行为人的行为发生而言，行为人的心理确实是其行为发生的内在动因和支配力量，这里似乎表现出行为人选择其行为的某种“意志自由”。但事实上这种自由意志不是行为人随心所欲形成的，归根到底是由他的社会存在决定的。具体来说，工商行政管理对象的心理活动及其行为的发生，并不是深奥莫测、无从把握的。我们完全可根据其与周围世界的客观联系和相关条件，掌握其活动规律和特点，分析其发生的可能性、周期性和趋向性，采取相应的管理措施（包括立法防范、政策导向、政令警策、宣传喻示等）有效制约和预防那些非法行为的发生，至少可以减弱这些行为发生的强度以及对社会经济发展的破坏程度。工商管理心理学的任务之一，就是要研究经济违法违章行为的动机及产生这些动机的经济条件、政治条件和社会条件，深入研究事前防范（管理、控制），从事物的因果关系入手进行某些经济行为的预测和某种法律、政策颁布实施后可能出现的“副作用”的预测，就可以预见到某类非规范性经济行为（如全民经商热）触发的可能性和发生的大致时间，从而采取有针对性的手段予以防范，起到“预报晴雨”、“未雨绸缪”的良好作用。

再次，便于运筹帷幄，提高工商行政管理水平。工商行政管

理是一项复杂的系统工程，它涉及到方方面面的关系：（1）工商行政管理机关与其他职能部门的协同关系；（2）管理对象的切身利益和国家利益、社会公共利益的关系；（3）政府与企业及其他经济组织的关系；（4）政府与公民的关系。因此，工商行政管理水平的高低，在某些方面直接关系到经济秩序的稳定和经济活力的增长，也在某种程度上直接涉及到政府的威望。因此，一项工商管理措施的出台和具体施行，宜充分考虑到它对经济运行的震荡、影响及社会心理承受能力；宜精雕细刻、前后呼应、横向衔接，而不能仓促应急、粗制滥造、各自为政、相互矛盾。工商管理心理学要研究工商行政管理机关与有关部门，如人民法院、检察院、海关、税务、物价、卫生检验、标准计量、科委、建委、银行及其他业务主管部门的协同关系和行为选择；研究工商管理系统内部人际关系的协调问题；研究工商立法和管理政策的社会心理承受力和社会反映；研究企业、公民对政府行为的心理期求；研究行政执法的最优化模式，为工商行政管理决策层提供科学的心理学依据，为具体管理操作人员提供综合思考和行为自我完善的理论依据，这样就会从整体上把工商行政管理水平推向更高的层次。

最后，能够“恩威”并重，实现工商行政管理宗旨。现代意义的工商行政管理，要建立在和管理对象有效的约束和充分的激励的基础之上。一方面要坚持运用法制的威慑力量，严格约束、制裁经济主体的种种不规范行为，以维护法律的权威性和经济秩序的稳定；另一方面也要善于应用激励理论，采用激励措施和疏导办法，来调动企业自我约束和自我保护以及公民遵章守法的主观能动性，及时纠正一些不良行为，充分保护其在经济运行中焕发出的创造性活力。这两方面的综合，既是商品经济纵深发展对工商行政管理提出的高水准要求，也是工商行政管理的宗旨所在。而工商管理心理学是为实现工商管理宗旨服务的。它要努力探索

在社会主义法制原则之下，“恩”与“威”的并重，“情”与“法”的交融，“宽”与“严”的配合；要研究怎样把监督管理与咨询服务结合为一体，强化建立企业的自我约束机制；要讨论如何采用激励理论开辟工商行政管理的“中国之路”，以达到既抑制非法行为，保护社会生产力，又鼓励合法经济行为，促进社会生产力健康发展的目的。

工商管理心理学建立的宗旨，就是帮助广大工商行政管理人员丰富实用心理学知识，提供处理人际关系方面的原则、技巧和科学依据，提供理解他人和了解自己的一般方法，论述提高工作效率的途径。工商管理心理学是运用普通心理学和社会心理学的知识与技术，对工商行政管理过程中的人的心理活动及其规律进行系统的研究。因此，工商管理心理学的研究对象是一个独立的范畴，它一般包括以下三个相互关系的方面：（1）工商行政管理过程中的人；（2）工商行政管理过程中的心理现象；（3）工商行政管理过程中人的心理活动和行为的规律。

工商行政管理过程中的人，包括与工商行政管理活动有关的一切人，是工商管理心理学所要研究的重要问题。

1. 法人。作为工商行政管理对象的法人，主要有企业法人、事业单位法人、机关法人、社会团体法人和法人联营。

2. 公民个人。主要是城乡个体工商业者，个人合伙，参与商品生产和商品交换活动的其他社会成员。

3. 工商行政管理者。这是指从中央到地方各级工商行政管理机关的领导干部、职能管理人员和一般公务人员。

4. 与工商行政管理有协作关系或业务交叉关系的单位和个人。如法院经济庭、行政庭、执行庭、海关、物价局、税务、计量、金融管理机构、科委、建委、企业上级主管部门等。

5. 经济纠纷案件的关系人。这是指工商行政管理机关处理经济纠纷案件中涉及的申诉人、被告人、证人、代理人、有利害关

系的第三人等。

工商行政管理过程中的心理现象，是指工商行政管理主体和客体在具体的管理活动中呈现出的多姿多彩的心态，主要有以下几个方面：

1. 管理者的心理活动，包括其心理素质、管理动机、工作态度和行为选择。

2. 市场管理中的心理活动，包括各类市场中经营者的经营动机和行为方式，以及物价、计量、质量管理中的心理现象。

3. 经济合同、商标广告管理中的心理活动，包括合同订立、履行和发生纠纷过程中所呈现出的心态；虚假广告和商标侵权行为、假冒伪劣行为的真实动机和心理特征。

4. 公平交易管理中的心理活动，主要是指经济违法行为、不正当竞争行为的心态和成因。

5. 各类企业、个体工商业者及其他经营主体的心理活动和行为趋向。

工商行政管理过程中人的心理活动规律。在工商行政管理过程中，管理主体和管理客体的行为、活动都与其动机（意识）有着内在的必然的联系，这种联系，就是工商管理心理学所要侧重研究的“心理活动规律”。

关于人的心理活动规律能否被认识的问题，心理学界亦有着不同的看法。“行为主义学派”认为“心理不可知，心理学主要研究人类行为”；辩证唯物主义认为，人的心理活动规律是可以认识 and 研究的。作为大脑对存在能动反映的心理，既服从于脑物质活动的制约，又与大脑反映的客观存在相联系，何况每个人都可以通过对自身心理活动的主观体验和彼此所作的介绍，结合作为心理外部表现的行为以探寻心理活动“轨迹”，而这些心理活动轨迹又是可以通过人们反复的实践加以检验和证实的。我们主张工商管理心理学研究管理过程中的心理活动规律，并不是脱离开管理

主体和管理对象的具体行为表现去凭空捕捉心理意识，而是把多次重复的具体行为与心理意识辩证统一地联系起来加以考察，即把行为看作是心理的外部表现，它是随着心理活动的支配和影响而产生和发展变化的。而且，由于社会存在决定心理意识，心理意识反映社会存在，在说明心理规律本质的时候，还必须考察各种物质因素、社会因素对工商管理过程中心理活动的深刻影响。

工商管理心理学是一门新兴的实用心理学学科，其研究对象庞杂、变动频繁，有时甚至扑朔迷离。我们只能通过个案积累和广泛的社会调查，来发现心理活动的一般规律。包括：

1. 工商立法动机、立法行为对社会心理产生的影响以及社会心理承受力对此作出的反应。

2. 管理措施、管理对策对管理客体的心理产生的影响及其行为变化。

3. 在商品经济机制的作用下，管理主体和客体观念的变化和行为的趋向。

4. 在市场经济条件下，经济主体违法行为的心理根源及其周期特征。

5. 管理主体的素质、态度、行为方式对管理客体的影响；管理者的心理活动规律，等等。

在以往的工商行政管理工作中，我们往往只重视“硬件”的研究：研究法律条文、研究政策措施、研究管理规章、研究处罚程序、研究机构设置、编制等，而恰恰忽略了“软件”的研究。忽视了管理者观念、素质、动机和行为的研究，忽视了经营者心理及具体行为取向的研究，其结果往往是“见物不见人”，使管理工作规范化和科学化受到影响。本书于1986年开始命题，经过我们近八年的调查积累和研究，现在才敢于提笔破题，期望它作为一棵稚嫩的小草，在工商管理原野上为那些热爱心理学的同志们增添绿意，为在工商系统首开“重视人的研究”的先河奉献春色。

上篇 管理主体心理篇

第1章 管理主体的构成 及其心理特征

工商管理活动是一种以人为中心的活动，存在着大量的心理学问题。管理者要更好地实现管理职能，不断提高执法效率，使自身的工作进一步科学化，就必须认真研究自身的心理与行为问题，探讨管理活动中心理活动的特点及其规律，把心理学的基本理论应用到管理活动的实践中去。

1·1 管理主体的构成

管理主体是相对于管理客体（管理对象）而言的概念。它是国家工商管理职能部门及其工作人员的统称。

在工商管理活动中，国家工商管理职能部门及其具体工作人员依据国家法律、行政法规的规定，对工商企业、其他经济组织及公民个人的经营资格予以认定与核准，对其交易（市场）行为进行监督与规范，以消除不良行为，避免错误行为，扼制违法行

为，制裁犯罪行为，支持正确行为，保护合法行为，维护公平交易，达到平等竞争，促进社会主义市场经济的健康发展。在这一管理过程中，始终存在着“两种人”和“两种行为”。

两种人指行为人和相对人。行为人是实施管理行为（包括确认行为、处罚行为等）的机关法人和具体工作人员，是工商管理活动的主体，居于主动地位、主导地位。相对人是指接受管理行为的企业法人和公民个人，他们是工商管理活动的客体（对象），处于被动地位、从属地位。

两种行为是指管理行为和市场经营行为。管理行为指管理机关和工作人员所从事的各种管理活动。这种管理活动直接涉及到国家利益和社会公共利益，涉及到市场经济秩序以及相对人的切身利益，因此社会对此种行为是十分敏感的。管理行为是一种行政行为，按照行政管理学原理，行政行为可分为抽象行政行为和具体行政行为。

抽象行政行为是指行政机关为了实施行政管理权而制定和公布具有普遍约束力的规范性文件的公务行为。如国家工商行政管理局根据法律和国务院的行政法规、决定、命令，在本部门的权限内，发布命令、指示和规章等等。这种抽象行政行为是以制定规范性文件的形式实现的，因而它又是具体行政行为的根据之一。

具体行政行为，是指行政机关为了行使行政管理权，对特定的、具体的公民、法人或者其他组织所采取的单方公务行为。具体行政行为是国家行政机关实现行政管理权的行为，没有具体行政行为，国家行政机关的行政管理权就落实不到公民、法人或者其他组织身上，那么行政管理权也就成了空中楼阁。因此在日常生活中，具体行政行为是大量地普遍地进行着的，以保证国家正常的社会秩序和经济秩序。具体行政行为具有以下特征：（1）行为的主体是行政机关和行政机关工作人员（公务员）；（2）行为针对的对象（相对人）是特定的具体的公民、法人或者其他组织；