

附：工商管理学概论自学考试大纲

工商管理学概论

组编 / 全国高等教育自学考试指导委员会
主编 / 许光建

全国高等教育自学考试指定教材 工商管理专业(专科)、行政管理专业(专科)

出版社



全国高等教育自学考试指定教材 工商行政管理专业（专科）

- 马克思主义哲学原理
- 邓小平理论概论
- 法律基础与思想道德修养
- 政治经济学原理
- 高等数学（一）微积分
- 大学语文（专科）
- 计算机应用基础
- 国民经济统计概论
- 经济法概论（财经类）
- 基础会计学
- 现代管理学
- 工商行政管理学概论
- 个体、私营经济管理
- 企业法人登记管理
- 商标与广告管理
- 财政与金融
- 市场管理

封面设计/曹 轴

ISBN 7-300-03571-X



9 787300 035710 >

ISBN 7-300-03571-X/G · 715 定价：17.00元

全国高等教育自学考试指定教材

工商行政管理专业（专科）

工商行政管理学概论

（附：工商行政管理学概论自学考试大纲）

全国高等教育自学考试指导委员会 组编

主 编 许光建

副主编 刘晓梅

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

工商管理管理学概论/许光建主编, 刘晓梅副主编
北京: 中国人民大学出版社, 2000.

全国高等教育自学考试指定教材
工商管理专业 (专科)、行政管理专业 (专科)
ISBN 7-300-03571-X/G·715

I. 工…

II. ①许… ②刘…

III. 工商管理管理学-高等教育-自学考试-教材

IV. F203.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 67737 号

全国高等教育自学考试指定教材

工商管理专业 (专科)

行政管理专业 (专科)

工商管理管理学概论

(附: 工商管理管理学概论自学考试大纲)

全国高等教育自学考试指导委员会 组编

主 编 许光建

副 主 编 刘晓梅

责任编辑 高本辉 宋炳忠 熊成乾

版式设计 王坤杰

出 版: 中国人民大学出版社
(北京海淀路 157 号 邮编 100080)

E-mail: rendafx@public3.bta.net.cn

印 刷: 河北〇五印刷厂

开本: 880×1230 毫米 1/32 印张: 13

2000 年 10 月第 1 版 2000 年 10 月第 1 次印刷

字数: 366 000 印数: 1—30100

定价: 17.00 元

本书如有质量问题, 请与教材供应部门联系。

组 编 前 言

当您开始阅读本书时，人类已经迈入了 21 世纪。

这是一个变幻难测的世纪，这是一个催人奋进的时代。科学技术飞速发展，知识更替日新月异。希望、困惑、机遇、挑战，随时随地都有可能出现在每一个社会成员的生活之中。抓住机遇，寻求发展，迎接挑战，适应变化的制胜法宝就是学习——依靠自己学习、终生学习。

作为我国高等教育组成部分的自学考试，其职责就是在高等教育这个水平上倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，为每一个自学者铺就成才之路。组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。毫无疑问，这种教材应当适合自学，应当有利于学习者掌握、了解新知识、新信息，有利于学习者增强创新意识、培养实践能力、形成自学能力，也有利于学习者学以致用、解决实际工作中所遇到的问题。具有如此特点的书，我们虽然沿用了“教材”这个概念，但它与那种仅供教师讲、学生听，教师不讲、学生不懂，以“教”为中心的教科书相比，已经在内容安排、形式体例、行文风格等方面都大不相同了。希望读者对此有所了解，以便从一开始就树立起依靠自己学习的坚定信念，不断探索适合自己的学习方法，充分利用已有的知识基础和实际工作经验，最大限度地发挥自己的潜能以达到学习的目标。

欢迎读者提出意见和建议。

祝每一位读者自学成功。

全国高等教育自学考试指导委员会

1999 年 10 月

目 录

工商行政管理学概论

第一章 工商行政管理的任务和特点	(3)
第一节 工商行政管理的内容	(3)
第二节 工商行政管理的任务	(10)
第三节 工商行政管理的地位	(19)
第四节 工商行政管理的手段	(27)
第二章 工商行政管理的对象和环境	(30)
第一节 市场体系	(30)
第二节 供给、需求与价格	(32)
第三节 生产成本	(49)
第四节 市场竞争与垄断	(58)
第五节 市场机制的运行	(68)
第三章 工商行政管理法律、法规	(77)
第一节 工商行政管理法律、法规体系	(77)
第二节 工商行政管理法律、法规的制定	(86)
第三节 工商行政管理法律、法规的实施	(96)
第四章 工商行政管理体制	(110)
第一节 工商行政管理体制的内容	(110)
第二节 工商行政管理机关	(113)
第三节 工商行政管理体制的改革	(121)
第五章 对市场经营主体的监督管理	(128)
第一节 市场经营主体概述	(128)
第二节 对市场经营主体监督管理的原则和内容	(148)
第三节 企业法人登记注册管理	(153)

第四节	营业登记管理	(161)
第六章	对市场竞争行为的监督管理	(166)
第一节	市场竞争行为的含义和类型	(166)
第二节	对不正当竞争行为的监督管理	(171)
第三节	对市场竞争行为监督管理的手段	(187)
第七章	合同管理	(198)
第一节	合同的概念、特征和种类	(198)
第二节	合同的订立	(203)
第三节	合同的履行	(218)
第四节	合同的监督管理	(229)
第八章	广告与商标管理	(242)
第一节	广告管理	(242)
第二节	商标管理	(253)
第九章	消费者权益保护	(285)
第一节	消费者及其权利	(285)
第二节	消费者权益的保护	(293)
第三节	消费者组织	(298)
第四节	消费者权益争议	(304)
第五节	侵害消费者权益的法律责任	(309)
第十章	外国市场监督管理概述	(314)
第一节	美国的市场监督管理	(314)
第二节	德国的市场监督管理	(329)
第三节	日本的市场监督管理	(342)
后记		(358)

附 工商行政管理学概论自学考试大纲

出版前言	(361)
Ⅰ. 课程性质与设置目的	(363)
Ⅱ. 课程内容与考核目标	(364)
Ⅲ. 有关说明与实施要求	(400)

附录 题型举例.....	(403)
--------------	-------

后记.....	(405)
---------	-------

工商行政管理学概论

原书空白页

紫
雲
山
房
藏
書

第一章 工商行政管理的任务和特点

第一节 工商行政管理的内容

一、工商行政管理的含义和特点

(一) 管理的概念和功能

1. 管理的概念。

管理是一种比较普遍的社会现象。社会生产和社会活动的分工与协作，是管理产生的基础。正如马克思所说的：“一切规模较大的直接社会劳动或共同劳动，都或多或少地需要指挥，以协调个人的活动，并执行生产总体的运动——不同于这一总体的独立器官的运动——所产生的各种一般职能。一个单独的提琴手是自己指挥自己，一个乐队就需要一个乐队指挥。”^①

所谓管理，是指管理主体为了实现特定的目标而对管理对象进行的计划、组织、领导和控制的社会活动。这一概念包括的主要内容有：管理主体、管理对象、管理目标和管理过程。管理的主体可以是某一个企业、某一个社会团体、某一个学校或某一个家庭等微观主体，也可以是某一个国家的政府或某一个国际机构。可以说，任何一个组织都需要管理。管理对象可以是企业的生产活动，学校的教学科研活动，也可以是整个国家的社会经济活动。管理的目标依管理主体和管理对象的不同而不同。对一个企业来说，在市场经济条件下，管理的目标就是利润最大化。对一个家庭来说，就是效用最大化。而对一个国家来说，管理的目标却相当复杂，既有经济的目标，也有社会的目标，有的目标可以用统计指标来表现，有的

^① 《马克思恩格斯全集》，中文1版，第23卷，367页，北京，人民出版社，1972。

还无法进行数量分析。管理的过程一般包括计划、组织、领导和控制等，这些也叫做管理的功能。下面对这些职能进行具体论述。

2. 管理的功能。

对于管理的功能，人们有不同的分类和看法。最常见的提法是计划（或决策）、组织、领导和控制。

（1）计划功能。所谓计划，就是人们对未来的活动所做的预测和安排。计划功能是指管理者对要实现的目标和应采取的行动方案做出的预测和具体安排。包括对所处环境的分析，对未来的趋势的预测和判断，确定目标，制定战略和计划等。中国有句老话，凡事预则立，不预则废。计划是任何管理工作的起点，是管理的首要职能。

（2）组织功能。组织职能是管理者根据计划对管理所涉及到的各种资源和人员的相互关系进行合理地配置，包括设计组织结构，建立管理体制，制定规章制度等，使活动能够有序地进行。

（3）领导功能。是指管理者带领和指挥被管理的人员实现管理目标的过程。领导职能包括运用领导者的影响力、指导被管理者的行为、沟通被管理者之间的信息、增强相互之间的理解和联系、统一被管理者的行为、激励被管理者自觉地为管理目标而共同努力。

（4）控制功能。是指管理者在建立控制标准的基础上，衡量工作的绩效，分析可能出现的偏差，并及时采取适当的措施使活动按计划进行。控制包括监督和调节。所谓监督，就是指管理主体对管理客体某种行为的监视和督导。

管理的各项功能相互联系、共同存在于管理的全过程中。

（二）经济管理的概念和分类

1. 经济管理的概念。

经济管理是一种以经济活动为内容的管理工作，是指经济管理的主体为了实现特定的经济目标而对经济活动进行的计划、组织、领导和控制的活动。

经济管理是一种最重要的管理，这是由于经济活动是人们的最基本的活动，是一切社会活动的基础。

2. 经济管理的分类。

根据经济活动的不同内容，可以对经济管理进行分类。按

照管理的主体划分，有企业管理、政府经济管理即国民经济管理；按照管理的层次划分，有微观经济管理、宏观经济管理；按照社会再生产的环节划分，有生产管理、流通管理、分配管理和消费管理等；按照管理的具体对象划分，有人力资源管理、自然资源管理、财力资源管理等。

（三）工商行政管理的概念和特点

1. 工商行政管理的概念。

工商行政管理，是指政府为了建立和维护市场秩序，运用行政的和法律的手段，对市场经营主体及其市场竞争行为的监督管理。

为了更好地说明工商行政管理这一概念的含义，我们需要明确以下几点：

（1）工商行政管理，是我国国民经济管理工作中的一个特有的概念，是在新中国成立以后工商行政管理工作实践中逐步形成的、有特定含义的概念。

1949年10月，中华人民共和国成立之后，为了加强对私营工商企业的管理，政务院第三次会议决定在中央财经委员会下设立中央私营企业局，负责对私营企业进行监督与管理。1952年11月22日，中央私营企业局更名为中央工商行政管理局，其主要职责是：企业登记管理、私营工商企业的行政监督管理、个体经济管理、外贸企业管理、商标管理、市场管理等。但重点仍是对私营工商企业的行政监督。在此之后，尽管工商行政管理的范围及其管理机构多次调整，但工商行政管理作为一个经济管理概念已经逐步形成。我们不能因为其他国家没有工商行政管理这一概念而否定在我国工商行政管理作为一个经济管理概念的存在。

（2）工商行政管理的主体是政府及其授权机构。可见，工商行政管理与工商管理是有着根本区别的。工商管理，是我们经济生活中常见的一个概念，它实际上指的是企业管理，即一个企业为了追求最大利润对其自身经营活动的计划、组织、协调和控制。企业管理的主体是某个企业的经营管理者，管理的对象是某个企业的生产经营活动，管理的目标是实现利润最大化。工商行政管理并不是工商企业管理，也不能简单理解为对工商企业的管理。任何一个企业

的行为都可分为市场行为和内部行为。企业的市场行为主要包括：购买行为，如购买原材料、机器、设备，筹措资金，招收、聘用劳动力等。销售行为，如销售产品和服务、为产品和服务项目定价。投资行为，如投资建设工厂，收购和兼并企业，购买专利、商标等无形资产等。在这些市场行为中，都会涉及到合同、商标、广告等方面的问题。企业的内部行为很多，包括生产管理、设备管理、人力资源管理、财务管理等。工商行政管理并不涉及企业的内部管理，而是只涉及企业的市场行为。工商行政管理的范围包括所有行业的企业或其他经营主体，不仅仅是工业企业和商业企业。

(3) 工商行政管理是国民经济管理体系的组织部分。我们知道，在社会主义市场经济体制下，政府对经济活动的管理是多方面的、多层次的，国民经济管理是一个复杂的系统，包括了宏观经济的计划与调控，重要产业的计划与调控，国民经济活动的监督，以及国民经济管理体制的协调等许多方面。工商行政管理从性质上看，属于政府对经济活动的监督系统的重要组成部分。工商行政管理的对象是国民经济活动。从这个意义上说，工商行政管理和一般的行政管理也有着很大的区别。工商行政管理的手段之一是行政手段，但是并不是一般的行政管理。行政管理，指的是政府对社会事务和自身事务的管理活动，它们包括的范围十分广泛，涉及到政府行政系统对国家政治经济和社会事务进行管理的全部活动，诸如外交、国防、公安、经济、文化、教育、科技等，还包括了对行政机构自身事务的管理，即所谓的机关管理。可见，工商行政管理，与行政管理既有区别又有联系。工商行政管理和行政管理的主体都是政府，这是其共同点。二者的不同之处是工商行政管理只是行政管理的一个组成部分。工商行政管理一般来说也不包括对工商行政机构自身事务的管理，即不包括对工商行政机关内部事务的管理。

2. 工商行政管理的特点。

根据以上分析，工商行政管理具有以下几个方面的特点：

(1) 工商行政管理的主体是政府及其授权机构。这一特点使工商行政管理与企业管理等微观经济管理相区别。

(2) 工商行政管理的对象是市场经营主体及其市场行为。

(3) 工商行政管理的目标是建立和维护市场秩序。

(4) 工商行政管理的性质是经济行政监督。

二、工商行政管理的内容

(一) 工商行政管理和一般内容

1. 市场经营主体的资格的确认和管理。

所谓市场经营主体，是指以利润为目的，从事商品生产经营和服务活动的经济实体，也就是各类企业、事业单位和个体经营者。我们知道，在各类市场上进行经济活动的主体，主要有三个方面，即生产者、消费者和政府。生产者，即各类企业、事业单位和个体经营者，就是所谓的市场经营主体。任何个人或组织进入市场进行经营活动，都必须具备一定的能力和条件，就是说，必须具备一定的资格才能够对其在市场上活动的行为及其后果负责。这就需要政府有关部门，在我国就是各级政府的工商行政管理局，对这种资格进行审查和确认。由于市场种类很多，进入不同类型的市场所需具备的资格也不完全相同。对于某些市场，要求市场主体不仅需要具备一定的条件和能力，还需要具备这些特殊市场所要求的特殊的条件和能力，这也需要根据一定的法规予以审查和确认。通过对市场经营主体的资格确认，可以使各个市场经营主体在平等、公平、诚实、信用等原则上进行经济活动。如果不进行资格审查的确认，任何个人或组织都可以随便地进入市场，那么，将会造成严重的市场混乱乃至社会混乱，市场秩序就无从说起。

市场经营主体的变更与退出市场，也需要由政府进行确认。经营主体的变更是指在其经营活动中，因各种原因而发生的组织形式的变动，包括分立、合并等，还包括经营范围的变更、企业名称和住所的变更等。市场经营主体的退出是指在经营活动过程中或者结束经营活动后，依法或因其他原因而退出市场，例如因破产而宣告退出市场等。经营主体的变更和退出，会引起许多经济的、法律后果，因此，需要按照一定的法律秩序由政府部门进行管理。

2. 进入市场的商品和服务的管理。

商品和服务，是市场的基本要素，是市场客体，也是工商行政管理的对象之一。对商品和服务的管理，主要包括对商品进入市场

和服务的质量的监督检查，对某些特殊商品和服务进入市场的限制，对某些产品的流通渠道的管理等。在产品质量方面，政府要规定全国统一的质量标准，不符合国家质量标准的产品不允许进入市场。否则，各种质量低劣的产品就会大量出现，严重损害企业、消费者的利益，给社会带来危害。对于那些直接涉及到人身健康与安全、国家安全和社会风化的特殊产品，如某些药品、枪支、弹药、爆炸品、珍稀野生动植物都要由政府进行严格管理，有的就不准上市流通，有的需要考虑限定生产、经营单位。对于政府专营的产品，要规定专门的市场范围和流通渠道。

3. 市场经营主体的竞争行为的管理。

在市场经济中，各个经营主体，为了获取利润要采取多种形式进行竞争。为了维护市场秩序，政府要对竞争行为进行规范和管理。限制那些不正当的竞争行为和垄断行为，鼓励和保护正当竞争。这方面管理的具体内容很多，如合同管理、商标管理、广告管理、价格管理等。

4. 对各种违法经营行为进行查处。

查处市场上各种违法经营行为，是工商行政管理的一项重要内容，也是实现上述三个方面管理内容的重要手段。通过查处各种违法经营行为，就可以保护广大企业和消费者的合法权益，维护市场秩序。

（二）工商行政管理的具体内容

在我国，工商行政管理的具体内容在历史上有所变动。目前主要有以下几个方面：

第一，依法管理企业和从事生产经营活动的事业单位、社会团体、公民个人登记注册工作，核发有关执照，依法确认其企业法人资格或合法经营单位。依法监督检查登记注册单位的登记注册行为。依法核定登记注册单位的名称。

第二，依法检查市场经营主体的交易活动，查处不正当竞争和垄断行为、侵犯消费者权益的其他违法市场交易行为。

第三，依法监督管理合同。

第四，依法对国内外商标申请实行统一注册和管理，认定驰名

商标，查处商标侵权行为，保护商标专用权。

第五，依法监督管理广告发布和广告经营活动。

等等。

（三）工商行政管理内容的历史演变

在中华人民共和国成立初期，工商行政管理的内容包括对私营企业和个体工商户进行监督管理、市场管理、商标管理、企业登记管理等。但总的来说，在社会主义过渡时期，工商行政管理的主要任务是对私营企业、个体经济的管理，对自由市场秩序的管理。这是由当时的经济体制所决定的。因为当时所有的国营的工商企业都归不同的业务主管部门管辖，而私营、个体经济则无法归入什么业务部门主管。但是它们的经济活动还比较重要，因此，要由一个政府机构来进行监管。从市场管理来看，当时的自由市场，即不受国家计划控制的生产和流通，在国民经济中仍占较大比重，也需要由国家来进行适当的监督管理。这就是 20 世纪 50 年代初期工商行政管理的主要内容。

1956 年之后，随着对私营、个体经济的社会主义改造任务的基本完成，随着计划经济体制的基本确立，工商行政管理的内容有了很大的变化。一方面，私营企业、个体工商户的数量急剧减少，因此，对私营、个体经济的管理相应减少。另一方面，随着计划的迅速发展，自由市场的范围大大减少，因此，对自由市场的管理也就相应减少了。所以，从 20 世纪 50 年代中期到“文革”期间，工商行政管理内容呈不断减少的趋势，工商行政管理的主要内容是进行市场管理，对各种违反计划经济政策和规定的行为，进行检查和处罚，以维护计划经济的运行。

从 1978 年底开始的改革开放以来，随着改革开放的不断深化，随着社会主义市场经济体制的逐步建立，工商行政管理的职能有了根本性的转变，工商行政管理的内容有了很大的扩展。从职能转变看，工商行政管理的职能从计划经济体制下为国家计划服务转变为在社会主义市场经济体制下，维护市场秩序，维护企业和消费者的合法权益。从内容扩展看，工商行政管理的范围包括了整个国民经济中所有的市场经营主体，包括了市场体系的各个方面。为了适应