

21世纪工商管理类专业主干课系列教材

Series Textbooks of Speciality Core Courses in
Business Administration in the 21st Century



Business Administration

工商管理管理学 (第三版)

刘国庆 王凤昌 安迪 编著

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



014032908

21世纪工商管理类专业主干课系列教材

Series Textbooks of Speciality Core Courses
Business Administration in the 21st Century

F203.9

26-3

Business Administration

工商管理管理学 (第三版)

刘国庆 王凤昌 安迪 编著



F203.9
26-3



北航

C1721135

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

· 大连 ·

© 刘国庆 王凤昌 安迪 2014

图书在版编目 (CIP) 数据

工商管理管理学 / 刘国庆, 王凤昌, 安迪编著. —3 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2014. 2

(21 世纪工商管理类专业主干课系列教材)

ISBN 978-7-5654-0640-9

I. 工… II. ①刘… ②王… ③安… III. 工商管理-高等学校-教材 IV. F203.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 015209 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连图腾彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm×240mm 字数: 401 千字 印张: 19 3/4 插页: 1
2014 年 2 月第 3 版 2014 年 2 月第 6 次印刷

责任编辑: 朱 艳

责任校对: 王 娟 孙 萍

封面设计: 沈 冰

版式设计: 钟福建

ISBN 978-7-5654-0640-9

定价: 32.00 元



管理的科学性与艺术性

(丛书总序)

科学家爱因斯坦曾经发给艺术家卓别林这样一封生日贺电：“您的艺术作品誉满全球，您真不愧为一位伟大的艺术大师。”卓别林是这样回复爱因斯坦的：“您的相对论仅为世界上少数人懂得，您真是一位伟大的科学家。”前者“雅俗共赏”很伟大，后者“曲高和寡”也伟大，似乎有些矛盾，其实不然，这恰恰体现出“艺术性”与“科学性”的一致性。

对上述对话的一般理解是，科学往往为少数人所发现，“曲高和寡”；而艺术必须要让大多数人所接受，“雅俗共赏”。这当然是正确的，但这只是从一个角度看问题。如果再从另一角度分析，才能做到圆满理解，即科学虽然由少数人所发现，但却可以被多数人所掌握；而艺术虽然可为大多数人所接受，但却只能由少数人所创造。“科学性”与“艺术性”在哲理上是完全一致的。

对科学和艺术还要做进一步的分析。科学分科学发现和成果应用两个层面，艺术也分艺术创作和艺术欣赏两个层面。科学发现和艺术创作都比較难，而科学应用和艺术欣赏相对都比較容易。人们常说，“管理既是科学，又是艺术”，这里所说的“科学”多指“科学成果的应用”，而这里所说的“艺术”却多指“艺术的创造”。对于从事企业管理工作的人员来说，越高层的管理（如董事长和CEO的工作），艺术成分越多；越基层的管理（如部门经理或车间主任，甚至是现场调度或质量控制的工作），科学成分则越多。突出的例子是，美国演员出身的里根可以是一个胜任的国家总统，却难以当好一个企业工程师。企业和国家都是这样，越往高层，“外行领导内行”越普遍，而越往基层，专业技能越重要。当然，与此相应的一般的规律是，越是高层，“艺术创造”越重要；越是基层，“科学应用”越普遍。

对于工商管理教育而言，其课程体系中既有含科学成分较多的课程，也有含艺术成分较多的课程。前者主要有：“生产管理”，“物流与供应链管理”，“管理信息系统”，“会计学”等。后者主要有：“组织行为学”，“人力资源管理”，“企业文化与伦理”，“企业战略”，“公司组织设计”或“公司治理结构”，“企业、政府与社会”等。当然，也有的课程近乎是科学成分和艺术成分并重的，如“公司理财”，“数据、模型与预测”，“管理经济学”等。

我自己和很多从事工商管理教育的教授都有这样的体会，就是在教学过程中，科学成分越多，越适合课堂教学，也就越利于成规模培养；而艺术成分越多，则越适合个人感悟，也越适合案例教学，从而只能侧重于个别指导或小组讨论。换个角度，对于工商管理的本科生或MBA学生，特别是EMBA的学生来说，前者主要是

依赖于学校和教师，后者则主要取决于个人的悟性。这也是“管理学院学得到”与“管理学院学不到”这两种说法都有道理的原因。这两种完全相反的观点（核心是企业家是否是学校培养出来的）的焦点就在于，各自过多地强调管理的“科学性”或“艺术性”，而忽略了二者间的一致性。事实上，管理学院或 MBA 学院只有处理好这二者间的关系，才有可能办出自己的特色。这一点在国内外已经得到充分证明。

说到这里，就可以很方便地解释为什么“文人”的子女容易继承，而真正的企业家却很难继承的道理了。其中的关键在于，“治学之道”的“规律性”（即“科学性”）较强，知识和经验可以潜移默化、耳濡目染地向子女传授和转达；而“经营之道”的“艺术性”较强，企业家的成功经验多具独特性，难以言传。学习所谓的“管理经验”必须经过“再创造”过程，光靠模仿是不行的。

总体来说，这套丛书对工商管理的“科学性”和“艺术性”都有所兼顾。作者多是具有多年工商管理教学经验和丰硕研究成果的教授，有的还曾到日本等国家的大学讲学。作者们按照简明、实用并具有一定前瞻性的要求，力求为读者提供一套富有特色的教材丛书。这套丛书虽然主要是针对工商管理专业本科生的，但也可以作为 MBA 学生和各类企业管理者的参考书。读者如果基本同意上述有关管理的“科学性”与“艺术性”的看法，那么如何正确地对待这套丛书就不必多絮了。

特以此为序。

于立

天津财经大学副校长
中国工业经济学会副会长



第三版前言

近年来,随着我国经济体制改革的不断深入,工商行政管理在我国社会主义现代化建设中日益显示出它的重要性。全国广大的工商行政管理实际工作者和教育工作者正在全面、系统地总结我国工商行政管理的经验,开展工商行政管理学的理论研究和应用,努力探讨、揭示社会主义工商行政管理工作的规律性,以不断提高工商行政管理工作的水平。在我国,具有中国特色的社会主义工商行政管理这一门新兴管理学科已经建立。这是我国工商行政管理事业发展的必然,也是社会主义市场经济发展和建立和谐社会的需要。

近年来,我国的工商行政管理工作有了空前的发展,工商行政管理方面的很多法律、法规已进行了修订和完善,我们在总结实际管理部门丰硕成果的基础上,结合自己的教学、科研实际,面对新形势下我国进行的政治、经济、社会、文化、环境体制等一系列改革,对原书进行了修订,对第6章第3节行政强制、第11章商标管理、第14章消费者权益保护和第15章违反工商行政管理秩序的犯罪进行了较大篇幅的修改。由于2011年6月30日第十一届全国人民代表大会常务委员会第二十一次会议通过了《中华人民共和国行政强制法》,2013年8月30日第十二届全国人民代表大会常务委员会第四次会议通过了《中华人民共和国商标法》(第三次修正),2013年10月25日第十二届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过了《中华人民共和国消费者权益保护法》(第二次修正)以及我国刑法已进行了8次修正,因此违法工商行政管理秩序的犯罪等内容与原书出入很大。为了使本书的内容与法律规范一致,贴近社会实际,故对本书的部分内容进行了修改。

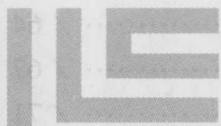
本书由刘国庆、王凤昌、安迪编写,最后由刘国庆统一定稿,并由吉林省人民检察院副检察长李振华教授审定。

本书在编写过程中,参阅了近年来有关专家、学者关于工商行政管理方面研究的著述,在此表示深深的谢意。

由于编写时间仓促,加之我们实践经验较少,书中的缺点和错误在所难免,还请读者不吝赐教,在此表示感谢。

作者

2014年1月



目 录

第1章 工商行政管理职能与工商行政管理学	/ 1
学习目标	/ 1
1.1 工商行政管理的概念、性质和特征	/ 2
1.2 工商行政管理职能	/ 4
1.3 工商行政管理产生与发展的规律	/ 8
1.4 工商行政管理学	/ 10
复习思考题	/ 13
第2章 工商行政管理的任务、原则和方法	/ 14
学习目标	/ 14
2.1 工商行政管理的任务	/ 15
2.2 工商行政管理的原则	/ 17
2.3 工商行政管理的方法	/ 21
复习思考题	/ 25
第3章 工商行政管理的组织体系	/ 26
学习目标	/ 26
3.1 工商行政管理机构设置的原理	/ 27
3.2 工商行政管理体制	/ 29
3.3 工商行政管理机关	/ 31
3.4 工商行政管理队伍建设	/ 32
3.5 工商行政管理机关公务员的考选与任用	/ 37
复习思考题	/ 44
第4章 工商行政管理法规	/ 45
学习目标	/ 45
4.1 工商行政管理法规概述	/ 46
4.2 工商行政管理法规的制定与实施	/ 52
复习思考题	/ 62
第5章 行政领导方法与领导艺术	/ 63
学习目标	/ 63

5.1	行政领导的含义与特点	/ 64
5.2	行政领导者的职位、职权和责任	/ 67
5.3	行政领导方法	/ 71
5.4	行政领导艺术	/ 74
	复习思考题	/ 77
第6章	行政行为	/ 78
	学习目标	/ 78
6.1	行政行为概述	/ 79
6.2	行政处罚	/ 84
6.3	行政强制	/ 92
	复习思考题	/ 104
第7章	工商行政复议	/ 105
	学习目标	/ 105
7.1	行政复议概述	/ 106
7.2	行政复议的管辖	/ 112
7.3	行政复议参加人	/ 114
	复习思考题	/ 117
第8章	市场主体登记管理	/ 118
	学习目标	/ 118
8.1	市场主体概述	/ 119
8.2	市场主体登记管理机关	/ 122
8.3	公司登记审批的基本程序	/ 127
8.4	自然人企业的营业登记注册	/ 133
8.5	自然人(个体工商户)的营业登记管理	/ 138
8.6	企业名称的管理	/ 141
8.7	企业年检与监督管理	/ 143
	复习思考题	/ 149
第9章	市场运行管理	/ 150
	学习目标	/ 150
9.1	市场运行概述	/ 151
9.2	市场管理体制、职能、原则和方法	/ 157
9.3	市场监督管理的主要内容	/ 162
	复习思考题	/ 167

第 10 章	合同监督管理	/ 168
	学习目标	/ 168
10.1	合同概述	/ 169
10.2	合同的订立	/ 171
10.3	合同的效力	/ 173
10.4	合同的担保和履行	/ 176
10.5	合同的变更、转让和终止	/ 184
10.6	违约责任	/ 188
10.7	合同监督管理	/ 190
	复习思考题	/ 191
第 11 章	商标管理	/ 193
	学习目标	/ 193
11.1	商标的概念与分类	/ 194
11.2	商标法概述	/ 197
11.3	商标权	/ 200
11.4	商标注册制度	/ 205
11.5	注册商标的续展、转让和使用许可	/ 209
11.6	商标管理	/ 211
11.7	商标权的保护	/ 215
	复习思考题	/ 219
第 12 章	广告监督管理	/ 220
	学习目标	/ 220
12.1	广告概述	/ 221
12.2	广告监督管理	/ 224
12.3	广告管理制度	/ 228
12.4	特殊商品(服务)广告管理	/ 233
	复习思考题	/ 241
第 13 章	反不正当竞争与反垄断	/ 242
	学习目标	/ 242
13.1	反不正当竞争法	/ 243
13.2	反垄断法	/ 254
	复习思考题	/ 260
第 14 章	消费者权益保护	/ 261
	学习目标	/ 261

14.1	消费者概述	/ 262
14.2	消费者的权利	/ 264
14.3	经营者的义务	/ 268
14.4	消费者权益保护	/ 271
	复习思考题	/ 278
第15章	违反工商行政管理秩序的犯罪	/ 279
	学习目标	/ 279
15.1	违反工商行政管理秩序犯罪概述	/ 280
15.2	妨害产品质量管理秩序罪	/ 284
15.3	违反企业登记管理秩序罪	/ 293
15.4	侵犯商标权罪	/ 295
15.5	扰乱市场秩序罪	/ 298
	复习思考题	/ 305

工商行政管理职能与 工商行政管理学

学习目标

掌握工商行政管理的概念及特征；了解工商行政管理职能；了解工商行政管理产生和发展的规律；掌握工商管理学的学科体系，学会运用工商管理规律解决实际问题。

1.1 工商管理管理的概念、性质和特征

1.1.1 工商管理管理的概念

工商管理管理,是指为了建立和维护市场经济秩序,国家通过特设的行政管理机构,对市场主体及其市场经济活动依法进行的管理与监督。

这一概念指明了工商管理管理的主体、对象,管理的目标和性质,把工商管理管理的基本要素做了概括。工商管理管理的主体是国家,是国家特设的行政管理机构实施管理职能;管理的对象是市场主体(参与市场经济活动的组织和个人)和市场经济活动;管理的目标是建立和维护市场经济秩序;管理的性质是经济行政监督。这一概念表明了工商管理管理不同于企业管理(企业家对企业生产经营活动的组织、协调和控制),也不同于一般的部门管理(业务主管部门对其行业内部经济活动的协调、控制),它是国家经济行政监督管理职能的一部分。

要准确把握工商管理管理概念,必须从多层次、多角度、多侧面展开,其中要弄清几个和工商管理管理既有联系又有区别的概念,即工商管理管理职能、工商管理管理机关、工商管理管理体系、工商管理管理学科,不能把这些概念混为一谈。

1.1.2 工商管理管理的性质

工商管理管理是国家经济行政监督管理职能的一部分,对其性质应从两个层次上去认识。

首先,它作为国家经济管理活动应具备自然属性和社会属性。其自然属性是指作为维护市场经济秩序的管理活动。有商品生产和交换,有市场就要有维护市场秩序的活动。其社会属性是指它体现的社会经济制度的要求和国家(统治阶级)的意志、利益。自然属性和社会属性不是孤立地分别存在,而是有机地贯穿于整个工商管理管理过程中。按照自然属性要求,工商管理管理必须遵循市场经济发展的一般规律,注重学习、借鉴国际通行的规则,对市场主体、市场经济活动进行有效的组织、监督和管理,降低管理成本,提高管理效益;按照社会属性的要求,工商管理管理必须紧密结合我国国情,体现社会主义经济制度的要求,体现社会主义国家和全体人民的利益。

其次,从工商管理管理自身的职能看,它与国家经济管理的其他职能相比,具有经济行政监督性质。在市场经济条件下,国家的经济管理职能一般有配置资源的职能(不是取代市场机制,而是弥补市场机制的不足)、经济调控职能(以经济杠杆调节为主)、经济监督职能(依法监督,建立和维护市场经济秩序)。每项职能各有特定的管理内容和属性,它们相互分工又相互联系。工商管理管理不直接参与配置资源,尽管它的管理活动可以影响资源配置,但毕竟不是市场对资源的配置方式;工商管理管理也不同于财政管理和金融管理,它不掌握税收、信贷资金,不运用税率、利率、法定存款准备金等经济杠杆调节市场经济活动。工商管理管理是国

家实施经济监督职能的重要组成部分,它通过国家特设的行政管理机关,运用行政权力依法对市场经济活动进行监督管理。它依法控制被管理对象的某些行为或支持某些行为,对于违背法律、法规的行为及时制止和处罚。依法监督管理,行政执法,贯穿于工商行政管理全过程。因此,工商行政管理具有经济行政监督的性质。

1.1.3 工商行政管理的特征

1) 工商行政管理的宏观监督性

工商行政管理是国家监督管理体系中的重要组成部分,无论从监督管理的内容上,还是方式方法上都具有宏观监督性。工商行政管理根据社会主义市场经济体制建设的需要,制定正确的发展社会主义市场经济的方针、政策;制定系统的、科学的法律、法规,以规范市场主体行为,规范各种类型市场行为;鼓励公平、公正、公开的交易与竞争行为,反对与制止不正当竞争行为、违法垄断行为;制定违反法律、法规的行政处罚罚则及行政处罚程序。同时,从宏观上考虑工商行政管理的体制、机制的改革与建立,以便更好地实现工商行政管理目标。

2) 工商行政管理的执法统一性

工商行政管理代表国家意志,依据国家有关的法律、法规对个体工商户和工商企业的市场经济行为及其有关内部经济行为进行监督管理,行政执法。这些法律、法规不仅对工商企业、个体工商户具有权威性、强制性与约束性,而且对工商行政管理本身也具有权威性、强制性与约束性。工商行政管理在执法过程中,只要时效、地效、人效具有法律效应,就应坚持执法统一性,即依据统一、标准统一、力度统一。

依据统一,是指在执法时应以国家制定和颁布的工商行政管理法律、法规及有关经济法律、法规为依据。

标准统一,是指在执法时应以法律、法规规定的权利、义务(责任)作为标准,以事实为根据来判断、衡量有关行为是否合法、违法,并依此来调整各方面的关系。

力度统一,是指在执法时必须宽严适度,奖惩分明,严格划分罪与非罪的界限,不能以罚代刑。在行政执法时,要按法定的统一标准及行政奖惩尺度执行,以提高行政执法的严肃性与科学性。

3) 工商行政管理的行政强制性

工商行政管理的行政强制性体现为行政管辖权、行政行为权、行政措施权及行政奖罚权。

行政管辖权,是指工商行政管理部门在国家授权的范围内,有权对所管辖的行政区域经济区内的工商行政管理工作进行管辖,监督管理辖区内的各类工商企业与个体工商户,监督管理辖区内的各类市场的经济活动,检查处理在辖区内的有关经济违法、违章活动,协调辖区内的各种工商行政管理关系。

行政行为权,是指工商行政管理部门作为具有行政能力的法人,根据国家职权

分工与授权,具有相应的对工商企业、个体工商户从进入市场直至退出市场的行为的全过程所进行的监督管理权。

行政措施权,是指工商行政管理部门有权制定、颁布、贯彻实施有关法规、命令、指令、细则、条例、措施、办法等。这些法规、措施、办法对工商行政管理机关及被管理对象都具有确定力、执行力、约束力。确定力指行政措施所规定的事项,未经法定手续变更,不得要求更改;执行力指对行政措施所规定的事项必须执行;约束力指对行政措施所规定的事项都应遵守,不得违反。

行政奖励权,是指工商行政管理机关对被管理对象所具有的行政奖励与行政处罚的权力。行政奖励包括授予各种荣誉称号、进行物质奖励等。行政处罚包括警告、罚款、没收非法所得、停止营业、撤销注册商标、吊销营业执照等。

4) 工商行政管理的超脱客观性

工商行政管理之所以具有超脱客观性的特征,是因为它同各类工商企业与个体工商户没有直接的经济行政隶属关系,既不掌握各类工商企业人、财、物的投入,也不掌管企业的产出与分配。它不直接干预企业的生产经营活动,同企业也没有直接的经济利害关系。工商行政管理部门代表国家执法,比较超脱,能客观、公正地依法进行监督管理。

1.2 工商行政管理职能

1.2.1 工商行政管理职能的概念

工商行政管理职能,是指工商行政管理机关为建立与维护市场经济秩序,对市场主体及其市场行为进行经济行政监督管理的功能。

在工商行政管理职能的概念中,我们可以看出:

1) 工商行政管理的主体是国家,它是国家的经济行政管理职能之一

行政管理有广义、狭义之分。广义的行政管理,是指凡是有人群在一起生产劳动、共同生活的地方,都有行政事务活动的管理。狭义的行政管理,是指“国家的组织活动”。它指国家为了一定的经济、政治目的,运用国家行政权力对各种事务活动的管理。工商行政管理是国家经济行政管理职能之一。在这里,管理的主体是代表统治阶级意志和利益的国家。国家通过制定方针、政策、目标、计划,通过立法,制定法律、行政法规,并授权行政管理机关来贯彻执行,以保证统治阶级意志和利益的实现。在这里,国家工商行政管理总局及各级工商行政管理机关是被授权的管理主体,它们秉承着国家的授权,依据国家的方针、政策、法律、法规、目标、计划,对市场主体及其市场行为进行经济行政监督管理与行政执法。

2) 工商行政管理的客体是从事商品生产经营活动,以营利为目的的市场主体

市场主体亦有广义、狭义之分。广义的市场主体包括市场的管理者、市场经济活动的参加者(商品生产者、经营者、消费者),人们一般将它们分别称之为市场管理主体、市场生产经营主体与市场消费主体。狭义的市场主体仅指从事商品生产

经营活动,以营利为目的的商品生产者、经营者。工商行政管理的客体即被管理的市场主体,指的是后者,即经国家批准进入市场的,以营利为目的的商品生产者、经营者。

3) 工商行政管理的内涵,即管理的中心是市场主体的市场行为

市场主体的社会经济活动都要在各种类型市场上通过市场行为表现与反映出来。这里的市场行为不是仅指某一种市场(如消费资料市场或城乡集贸市场)上的市场行为,而是指各种类型市场上的市场行为。它既包括商品市场(生产资料市场、消费资料市场),也包括生产要素市场(金融市场、劳动力市场、技术市场、房地产市场、建筑市场、产权市场、信息市场及文化市场);既包括零售市场,也包括批发市场;既包括现货市场,也包括期货市场;既包括有形市场,也包括无形市场上的各种市场行为,即社会主义统一大市场上的市场行为。

4) 工商行政管理的外延,即工商行政监督管理的范围涉及与市场主体有关的生产经营活动

工商行政管理主要的管理领域是市场主体的市场行为,即市场主体的外部(市场)活动。但它在外部管理、监督管理中涉及的矛盾与问题,有的在外部还不能完全解决,必须延伸到它的内部(生产经营)活动中才能解决。因此,工商行政管理的外延将扩展到市场主体的内部活动中,即由外部监督延伸到内部监督,由市场监督扩展到一定范围的生产经营活动监督。

我们将被管理客体中管理内涵与外延的统一称之为被管理对象。

5) 工商行政管理的职能为经济行政监督管理

工商行政管理为国家宏观监督管理体系中的重要组成部分,既不同于以企业为中心的微观经济管理,又不同于国家宏观的经济管理职能。它是国家运用国家行政权力,依法对市场主体的市场行为进行监督与督导,保护合法经营,取缔非法经营,打击违法、违章活动,促进市场经济正常、健康、顺利地运行与发展的职能。

6) 工商行政管理的目标是建立与维护市场经济秩序,推动市场经济健康发展

市场经济秩序是指为保证市场经济统一、有序、规范的运行与发展,对市场经济活动行为进行的有序的规范。工商行政管理的目标是建立与维护市场经济秩序,使市场经济在公平、公开、公正的竞争环境、条件、秩序下运行与发展,促进生产力与科学技术的进步,使社会经济持续、稳定、快速地发展,人民物质文化生活水平不断提高。

1.2.2 工商行政管理的职能

工商行政管理部门是代表国家意志,根据党和国家的经济方针和政策,依据法律、法规,运用国家政权的行政管理权力,对与公共经济利益有关的社会商品经济活动进行外部的监督、控制、组织、协调、服务等管理活动。监督、控制、组织、协调、服务是工商行政管理机关的五项职能,五项职能互相联系、密切配合,形成

工商行政管理的完整职能体系。

1) 监督职能

工商行政管理的监督职能,是指工商行政管理机关依据国家制定的方针、政策、法律、法规、目标,对工商企业与个体工商户的市场经济行为进行监察与督导,并通过对外部经济行为的监督管理,实现对有关内部经济行为的监督管理,保护合法经营,反对不正当竞争及垄断行为,制止与打击各种违法、违章行为,以维护市场经济秩序。监督职能可分为事前监督、事中监督与事后监督。

事前监督,即事情未发生前就进行预防性的监督。它具有预防性的功能,起到防患于未然的作用,可以减少和预防经济活动中的盲目性与自发性,可以减少经济工作中的失误,以推进社会主义经济事业的发展。

事中监督,是指对市场主体在市场经济活动中日常行为的监督管理。它具有完善性的功能。通过正常性的事中监督,可以及时地纠正运行中的背离与偏差,保护合法经营,取缔非法经营,使市场经济在良好的秩序与环境下运行。

事后监督,是指事情发生后的监督管理。它具有补救性的功能。通过事后的监督执法处理,一方面可使受害者的利益得到一定的补偿;另一方面可起到“惩前毖后”的作用。

2) 控制职能

工商行政管理的控制职能是指工商行政管理部门根据国家政策需要、社会经济发展计划和一定时期内经济体制改革的重点,利用必要的手段和措施,对经济组织和个人的经济活动进行管理,控制社会经济活动的发展趋势,纠正社会经济活动中的偏差,以使社会主义市场经济活动正常进行。

工商行政管理的控制职能主要表现在以下几个方面:

(1) 控制社会各行业发展的布局。工商行政管理部门根据国民经济和社会发展规划以及一定时期内国家和市场经济发展的需要,通过登记注册管理,核发筹建许可证,掌握社会各部门、各行业的企业人数、从业人员、自有资金等,分析行业比例的协调性、部门的合理性,支持发展那些为社会所急需的短线项目,限制那些盲目发展和重复建设发展的长线项目或没有生命力的行业。

(2) 控制社会劳动力在各种经济形式和各行业中的分配比例。经济计划不仅规定着生产资料、资金等的投向,还规定着社会劳动力在各个行业中的分配。工商行政管理机关通过登记管理:一是掌握从事各个行业的劳动人数;二是确保在职职工队伍的稳定;三是为农民进城打工、经商大开绿灯。

(3) 通过合同管理,发挥控制职能。市场调节受价值规律自发支配,是一种带有盲目性的调节。为了减少这种盲目性,组织参与市场调节的生产者和经营者互相签订合同,把生产和流通领域衔接起来是一种较好的方法。通过合同管理把签约双方的联系用法律的方式固定下来,对合同也起着控制作用。

(4) 纠正偏差。所谓偏差,是指市场经济活动中违背国家法律政策,偏离社会主义方向,违背人民的利益的行为。工商行政管理机关在日常工作中要对其管理

对象进行经常性检查,及时发现偏差,并以查明的事实为依据,根据问题的性质,依照国家的法律、政策进行处理,或者处以罚款,或者吊销营业执照,或者移交检察部门、公安部门或其他部门进行处理,以保证各种经济活动沿着正常轨道运行。

控制带有强制性,管理客体必须服从管理主体——工商行政管理部门的管理,不能随心所欲。

3) 组织职能

工商行政管理机关的组织职能,是指管理者通过一定的组织体制、组织结构、组织形式、组织程序,科学、合理地管理与监督管理活动,以实现既定的目标。

工商行政管理机关的组织功能不同于经济管理机关,它不对工商企业的人、财、物等生产要素进行组织,而是指如下两方面:一方面是指工商行政管理机关及工商行政监督管理系统的组织建设,以形成一个科学分工、紧密协作、运转顺利、效能优良的组织系统,并通过系统的工作,实现既定的目标;另一方面是指工商行政管理机关对被管理对象,即工商企业与个体工商户的市场经济行为及其有关的内部经济行为的监督管理活动的组织。这两方面是相互联系的,后者是对被监督管理客体的组织,是基础,前者是对监督管理主体的组织,是保证。

4) 协调职能

工商行政管理的协调职能,是指在经济运行与管理活动中,由于经济利益主体多元化,客观上存在经济利益的矛盾,管理者通过协商调节利益主体之间的经济利益的矛盾,使矛盾得以缓解,推动经济的正常发展。工商行政管理协调职能主要表现在以下几个方面:

(1) 根据经济形势的发展需要,及时制定工商行政管理的法规、政策,以协调市场经济活动。市场经济活动在发展的过程中,会出现许多新问题、新矛盾,如不及时协调,就会造成社会经济秩序的混乱。工商行政管理部门作为一个行政执法机关,为了实现维护社会公共经济秩序的管理目的,就应当对市场经济发展中出现的问题加以分析、研究,拟定新的法规、政策。原有的法规也要根据形势发展变化加以修改、补充,通过政策、法规的制定、贯彻和实施,协调市场经济活动,解决市场经济活动中出现的各种矛盾,使市场经济协调、有序地发展。

(2) 协调市场主体之间的关系。在市场经济活动中,各市场主体的根本利益是一致的,但是,它们作为相对的经济实体,自主经营、自负盈亏,具有各自的经济利益,所以在经济活动中,各市场主体之间就难免会产生一定的矛盾,发生一些纠纷。工商行政管理部门要及时协调这些矛盾,以保证市场经济健康、顺利地发展。

5) 服务职能

工商行政管理的服务职能是指工商行政管理机关为活跃社会经济生活,通过有关工商行政管理的方针、政策、法规、条例的宣传,以及提供信息和咨询等活动,对全社会不同经济成分的市场主体进行非营利性的扶助。