



21世纪高职高专规划教材

财经管理系列

现代企业管理

XIANDAI QIYE GUANLI

苗长川 杨爱花 主编



清华大学出版社
<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



北京交通大学出版社
<http://press.bjtu.edu.cn>

21 世纪高职高专规划教材·财经管理系列

现代企业管理

苗长川 杨爱花 主编

清华大学出版社
北京交通大学出版社
· 北京 ·

内 容 简 介

本书是以现代企业管理为出发点,依据理论与实务相结合的原则,紧密联系我国企业管理改革和发展的实际,在积极吸收国内外企业管理的新经验、新成果、新理念的基础上编写的。书中全面系统地介绍了现代企业管理的基本理论、基本方法、基本技能和技巧。内容包括:企业与企业管理、企业组织与企业文化、企业战略管理、企业经营决策与计划、企业市场营销管理、企业人力资源管理、企业财务管理、企业物力资源管理、企业生产与技术管理、企业质量管理、跨国企业管理、企业管理创新等。

本书内容新颖,简明适用,思路创新,较充分地反映了现代企业管理领域的新进展。全书采用实例分析的方法突出了企业管理方法、技能和技巧的论述,利于培养读者分析和解决企业管理问题的实践工作能力。

本书可供高职高专、成人高校及本科院校举办的“二级”职业技术学院财经管理类各专业和非财经管理类专业开设本门课程的学生使用,也可作为企业管理者自学和培训教材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

现代企业管理/苗长川,杨爱花主编. —北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社,2007.7

(21世纪高职高专规划教材·财经管理系列)

ISBN 978-7-81123-024-6

I. 现… II. ①苗… ②杨… III. 企业管理-高等学校:技术学校-教材 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第084314号

责任编辑:孙秀翠 特邀编辑:李 晖

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414

印刷者:北京瑞达方舟印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:20 字数:448千字

版 次:2007年7月第1版 2007年7月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-81123-024-6/F·248

印 数:1~5 000册 定价:28.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监局反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn.

主 编	川 良	花 爱	杨 爱
副 主 编	长 永	龙 维	段 维
	苗 张	鸿 鹄	靳 鹄
	霍 晓	芳 博	邹 李
编 委	李 岩		
	赵 晖		
	陈 冬		
	梅		

出版说明

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分，它的根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的高等技术应用型专门人才，所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上，应重点掌握从事本专业领域实际工作的基本知识和职业技能，因而与其对应的教材也必须有自己的体系和特色。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教学改革和教材建设的需要，在教育部的指导下，我们在全中国范围内组织并成立了“21 世纪高职高专教育教材研究与编审委员会”（以下简称“教材研究与编审委员会”）。“教材研究与编审委员会”的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明、办学实力强的高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院，其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证规划教材的出版质量，“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“21 世纪高职高专规划教材编审委员会”（以下简称“教材编审委员会”）成员和征集教材，并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师或生产第一线的专家。“教材编审委员会”组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选，对所列选教材进行审定。

目前，“教材研究与编审委员会”计划用 2~3 年的时间出版各类高职高专教材 200 种，范围覆盖计算机应用、电子电气、财会与管理、商务英语等专业的主要课程。此次规划教材全部按教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”编写，其中部分教材是教育部《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》的研究成果。此次规划教材按照突出应用性、实践性和针对性的原则编写并重组系列课程教材结构，力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向；反映当前教学的新内容，突出基础理论知识的应用和实践技能的培养；适应“实践的要求和岗位的需要”，不依照“学科”体系，即贴近岗位，淡化学科；在兼顾理论和实践内容的同时，避免“全”而“深”的面面俱到，基础理论以应用为目的，以必要、够用为度；尽量体现新知识、新技术、新工艺、新方法，以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外，为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性，我们希望全国从事高职高专教育的院校能够积极加入到“教材研究与编审委员会”中来，推荐“教材编审委员会”成员和有特色的、有创新的教材。同时，希望将教学实践中的意见与建议，及时反馈给我们，以便对已出版的教材不断修订、完善，不断提高教材质量，完善教材体系，为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有规划教材由全国重点大学出版社——清华大学出版社与北京交通大学出版社联合出版，适合于各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院使用。

21 世纪高职高专教育教材研究与编审委员会

2007 年 7 月

前言

现代企业管理是高职高专教育财经管理类各专业的一门专业主干课,也是部分非财经管理类专业的专业基础课。随着经济全球一体化的发展趋势和我国市场经济的改革进程,以及管理理论和实践的日新月异,均对高等职业教育和教学提出了更高要求。《现代企业管理》作为高等职业教育不同专业所必需的一门专业课或专业基础课教材,理应伴随着上述形势的变化不断充实和完善。为此,我们在总结多年来企业管理教学实践经验的基础上,根据现代企业管理人员从业的实际需要,从“实用、应用、发展”出发,并考虑到高等职业教育相关专业课程体系改革的实际,重新编写了这门教材,以满足高职高专财经管理类各专专业和财经管理类相关专业现代企业管理课程教学和有关人员学习的需要。

在本书编写过程中,参阅了国内外大量的书籍和资料,结合我国经济体制和企业管理改革的现状,注重吸收国内外企业管理的理论研究成果和实践经验,同时兼顾了高职高专教育教学的特点,从实用的角度全面系统地阐述了现代企业管理的基本理论、基本方法、基本技能和技巧。

本教材具有如下特点。

一、在紧扣高职高专财经管理类各专业对现代企业管理课程基本要求的基础上,兼顾了非财经管理类专业对本门课程的基本要求,具有较强的针对性和较为广泛的适用性。教材在侧重于基本概念、基本理论和基本方法介绍的同时,注重于通过实例培养学生分析和解决企业管理问题的实践动手能力。

二、反映经济全球一体化和我国当前的相关政策、法规、制度的要求,在广泛参阅国内外有关论著的基础上,使教材融入国内外最新的企业管理理论和实践成果,保证了教材的先进性。

三、在内容编排上,从企业创办入手,全面系统地介绍了现代企业各主要管理环节上的基本管理理论、基本方法、基本技能和技巧。教材的适用范围较广,在具体的教学中,不同类院校、不同专业可根据需要,在内容上作适宜的选择和不同的侧重。

四、文字力求通俗易懂,内容精练,繁简适度,在注重教材的系统性、适用性和先进性的基础上,附有内容提要、学习目的、复习思考题、实训练习、案例分析等,便于学生学习、理解和掌握所学内容。

总之,本书紧扣高职高专教育教学的特点和现代企业管理的实际,从实用的角度出发,在保证基本理论介绍的前提下,力求内容和体例有所创新,它不仅是一本介绍现代企业管理学基本原理的书,而且是一本系统地训练企业管理技能的书。

本书是21世纪高职高专规划教材,在国家高职高专教育教材研究与编审委员会的指导下,由清华大学出版社、北京交通大学出版社组织杨凌职业技术学院、邯郸职业技术学院、福州职业技术学院和陕西交通职业技术学院等院校联合编写而成。

全书共分12章,由杨凌职业技术学院苗长川教授和邯郸职业技术学院杨爱花教授担任主编,由张永良副教授、段维龙副教授、霍晓象副教授、靳鸿副教授担任副主编。由苗长川在广泛征求全体编者意见的基础上制定全书体例、编写大纲和编写要求,并负责全书的总纂、修改和定稿。具体编写分工:苗长川编写第1章,杨爱花编写第2章,张永良编写第11章,李岩编写第3章,霍晓象编写第4章,张永良、陈冬梅编写第5章,段维龙编写第6、12章,赵晖编写第7章,靳鸿编写第8章,苗长川、李博编写第9章,邹芳编写第10章。

全书编写过程中得到清华大学出版社、北京交通大学出版社及其责任编辑孙秀翠女士的热情帮助和大力支持,特此致以最诚挚的谢意。

本书在编写过程中参阅了国内外同行编著的有关论著,书后的参考文献只是我们所参考文献的一部分,在此向在书后已标注和未标注参考文献的作者致以诚挚的谢意。

由于编者水平有限,编写疏误之处,恳请广大读者指正。

编者

2007.7

目 录

第1章 企业与企业管理	(1)
1.1 企业概述	(1)
1.1.1 企业的概念与类型	(1)
1.1.2 企业的责任与约束	(4)
1.1.3 现代企业制度	(6)
1.1.4 企业创办选择	(8)
1.1.5 厂址选择	(13)
1.1.6 企业申报	(17)
1.2 管理与企业管理	(19)
1.2.1 管理的概念	(19)
1.2.2 企业管理概述	(19)
1.2.3 管理者	(21)
1.2.4 管理的原理与方法	(25)
1.2.5 企业管理的发展历史	(29)
1.2.6 企业管理的发展趋势	(33)
1.2.7 企业管理的基础工作	(38)
复习思考题	(41)
实训练习	(41)
案例分析	(41)
第2章 企业组织与企业文化	(43)
2.1 企业组织结构与管理制度	(43)
2.1.1 企业组织结构	(43)
2.1.2 企业管理制度	(51)
2.2 企业文化	(57)
2.2.1 企业文化的含义及特点	(57)

2.2.2 企业文化的基本内容	(59)
2.2.3 企业的功能	(61)
2.2.4 企业文化建设	(64)
复习思考题	(68)
实训练习	(68)
案例分析 1	(69)
案例分析 2	(69)
第 3 章 企业战略管理	(72)
3.1 企业战略概述	(72)
3.1.1 企业战略的概念和特点	(72)
3.1.2 企业战略的作用	(74)
3.1.3 企业战略的构成内容	(75)
3.1.4 企业战略的类型与体系	(76)
3.2 企业战略环境分析	(79)
3.2.1 企业战略环境分析	(79)
3.2.2 企业战略环境评价报告	(80)
3.3 企业战略管理	(80)
3.3.1 企业战略的制定	(81)
3.3.2 企业战略的实施与控制	(85)
复习思考题	(87)
实训练习	(87)
案例分析	(87)
第 4 章 企业经营决策与计划	(89)
4.1 企业经营决策	(89)
4.1.1 决策的含义	(89)
4.1.2 经营决策的分类	(90)
4.1.3 决策的理论	(92)
4.1.4 决策的原则	(93)
4.1.5 决策的程序	(94)
4.1.6 决策方法	(96)
4.2 企业经营计划	(106)
4.2.1 编制计划的目的和原则	(106)
4.2.2 计划的编制	(108)

4.2.3 计划的执行与控制	(115)
4.2.4 计划编制的方法和技术	(116)
复习思考题	(120)
实训练习	(121)
案例分析	(121)
第5章 企业市场营销管理	(123)
5.1 市场营销与营销管理	(123)
5.1.1 市场营销概述	(123)
5.1.2 市场营销管理概述	(124)
5.2 企业市场营销管理过程	(126)
5.2.1 分析市场机会	(126)
5.2.2 选择目标市场	(126)
5.2.3 设计市场营销组合	(129)
5.2.4 制定、执行和控制营销计划	(130)
5.3 企业市场营销策略	(135)
5.3.1 产品策略	(135)
5.3.2 定价策略	(136)
5.3.3 分销渠道策略	(137)
5.4 企业市场营销理论的新发展	(139)
5.4.1 企业营销面临的新环境	(139)
5.4.2 企业营销理论的新发展	(140)
复习思考题	(146)
实训练习	(147)
案例分析	(147)
第6章 企业人力资源管理	(149)
6.1 企业人力资源管理概述	(149)
6.1.1 人力资源及其特征	(149)
6.1.2 人力资源管理的概念	(151)
6.1.3 人力资源管理与人事管理的区别	(151)
6.1.4 人力资源管理的重要观念	(152)
6.1.5 人力资源管理的内容	(153)
6.2 工作分析	(154)
6.2.1 工作分析的概念	(154)

6.2.2	工作分析的内容	(154)
6.2.3	工作分析的信息及流程	(154)
6.2.4	工作分析的方法	(156)
6.2.5	职位说明书编写与管理	(157)
6.3	人力资源规划与预测	(158)
6.3.1	人力资源规划	(158)
6.3.2	人力资源预测	(160)
6.4	人员招聘与培训	(162)
6.4.1	人员招聘	(162)
6.4.2	员工培训开发	(164)
6.5	员工激励	(166)
6.5.1	激励的作用	(166)
6.5.2	员工激励的方法	(166)
6.6	绩效考核	(168)
6.6.1	绩效考核的含义	(168)
6.6.2	绩效考核的作用	(168)
6.6.3	绩效考核的原则	(169)
6.6.4	绩效考核的程序	(170)
6.6.5	绩效考核的方法	(170)
6.7	薪酬管理	(171)
6.7.1	薪酬的含义及其内容	(171)
6.7.2	影响企业薪酬的因素	(172)
6.7.3	薪酬管理的基本原则	(173)
6.7.4	工资制度	(173)
6.7.5	激励性薪酬创新	(175)
6.8	员工日常管理	(175)
6.8.1	员工调配及其管理	(175)
6.8.2	员工晋升及其管理	(176)
6.8.3	员工降职及其管理	(176)
6.8.4	员工辞职及其管理	(176)
6.8.5	裁员及其管理	(176)
	复习思考题	(177)
	实训练习	(177)
	案例分析	(177)

第7章 企业财务管理	(180)
7.1 企业财务管理概述	(180)
7.1.1 财务管理的概念与特征	(180)
7.1.2 财务观念	(181)
7.2 企业筹资管理	(181)
7.2.1 资金筹集的概念	(181)
7.2.2 筹资渠道与筹资方式	(181)
7.2.3 资金成本	(183)
7.2.4 资金结构	(184)
7.3 企业资产管理	(184)
7.3.1 流动资产的管理	(184)
7.3.2 固定资产管理	(185)
7.4 企业利润管理	(186)
7.4.1 利润的概念	(186)
7.4.2 利润的构成	(186)
7.4.3 利润的预测、计划和控制	(187)
7.4.4 利润分配	(187)
7.4.5 股利政策	(188)
7.5 企业财务分析	(188)
7.5.1 财务分析的概念	(188)
7.5.2 财务分析的内容	(188)
7.5.3 营运能力分析	(189)
7.5.4 获利能力分析	(190)
7.5.5 偿债能力分析	(191)
7.5.6 社会贡献能力分析	(193)
复习思考题.....	(193)
实训练习.....	(193)
案例分析.....	(194)
 第8章 企业物力资源管理	 (195)
8.1 物资定额及采购管理	(195)
8.1.1 物资消耗定额	(195)
8.1.2 物资储备定额	(197)
8.1.3 物资合理采购	(198)
8.2 物资储存管理	(201)

8.2.1 物资验收入库	(201)
8.2.2 物资储存管理	(201)
8.2.3 物资的发放	(201)
8.2.4 废旧物资回收和利用	(201)
8.2.5 物资的清仓盘点	(202)
8.2.6 企业物资库存管理方法	(202)
8.3 企业设备管理	(205)
8.3.1 设备的选择与评价	(205)
8.3.2 设备的使用与保养	(206)
8.3.3 设备的检查与修理	(207)
8.3.4 设备的改造与更新	(208)
复习思考题	(209)
实训练习	(209)
案例分析	(209)
第9章 企业生产与技术管理	(211)
9.1 企业生产管理	(211)
9.1.1 生产管理概述	(211)
9.1.2 生产过程组织	(213)
9.1.3 生产计划与生产作业计划	(219)
9.1.4 现代生产管理方式和管理模式简介	(226)
9.2 企业技术管理	(233)
9.2.1 技术管理概述	(233)
9.2.2 技术与产品创新	(235)
9.2.3 技术引进	(242)
9.2.4 技术改造	(244)
复习思考题	(247)
实训练习	(247)
案例分析 1	(248)
案例分析 2	(248)
第10章 企业质量管理	(250)
10.1 企业质量管理概述	(250)
10.1.1 质量和质量管理的概念	(250)
10.1.2 质量管理的发展	(251)

10.2 全面质量管理	(252)
10.2.1 全面质量管理概述	(252)
10.2.2 全面质量管理的内容	(253)
10.2.3 PDCA 循环法	(254)
10.3 统计质量控制方法	(255)
10.3.1 质量波动的原因与类型	(255)
10.3.2 常用的统计质量控制方法	(256)
10.4 质量成本	(261)
10.4.1 质量成本概述	(261)
10.4.2 质量成本分析	(263)
10.4.3 质量成本控制	(265)
10.5 ISO 9000 质量管理系列标准	(266)
10.5.1 质量管理系列标准的产生和发展	(266)
10.5.2 企业实施 ISO 9000 标准的意义	(266)
10.5.3 ISO 9000 族的组成	(267)
10.5.4 2000 版 ISO 9000 标准的质量管理原则	(270)
10.5.5 我国使用 ISO 9000 族标准的情况	(271)
复习思考题	(271)
实训练习	(272)
案例分析	(272)

第 11 章 跨国企业管理	(274)
11.1 跨国企业管理	(274)
11.1.1 跨国企业的战略选择	(274)
11.1.2 跨国企业的组织与控制	(276)
11.1.3 跨国企业的财务管理	(281)
11.1.4 跨国企业的运行规范	(284)
11.2 跨国企业管理新趋势	(284)
11.2.1 创新型管理	(285)
11.2.2 企业重建是一场管理革命	(285)
11.2.3 注重全球战略	(285)
11.2.4 跨国多元文化管理	(286)
11.2.5 对企业经营者的素质要求更高	(286)
11.2.6 建立跨职能的机动组织	(287)
11.2.7 企业管理从产品驱动到顾客驱动	(287)

11.2.8 环保日益为人们所重视	(287)
复习思考题	(288)
实训练习	(288)
案例分析	(288)
第 12 章 企业管理创新	(290)
12.1 企业管理创新概述	(290)
12.1.1 创新的内涵与特点	(290)
12.1.2 管理创新	(292)
12.1.3 管理创新在企业发展中的地位与作用	(292)
12.1.4 创新的前提条件	(292)
12.2 世界发达国家企业管理创新模式	(293)
12.2.1 “抽屉式”管理	(294)
12.2.2 “瞪羚式”管理	(294)
12.2.3 “完美式”管理	(294)
12.2.4 “末日危机”管理	(294)
12.2.5 “一分钟”管理	(295)
12.2.6 “破格式”管理	(295)
12.2.7 “和拢式”管理	(295)
12.2.8 “松散式”管理	(295)
12.2.9 “走动式”管理	(296)
12.3 企业管理创新体系	(296)
12.3.1 国家创新体系	(296)
12.3.2 企业创新体系	(296)
复习思考题	(301)
实训练习	(302)
案例分析	(302)
参考文献	(305)

第 1 章

企业与企业

【内容摘要】 企业是现代社会经济的基本单位，企业管理是国民经济管理中的基础管理。企业管理的优劣，直接影响社会各方面的效益，直接反映国家文明的程度，企业的活力直接决定着国民经济的活力。本章主要介绍企业的概念与分类，企业的社会责任与约束，现代企业制度，企业的创办选择、厂址选择和企业申报；管理与企业管理的概念及企业管理的任务、性质和职能，企业管理理论的产生与发展，21 世纪企业管理发展的新趋势，管理者的概念、分类及其素质和技能，管理的基本原理和方法，企业管理的基础工作等。

【学习目的】 通过本章学习，使学生理解企业、管理、企业管理、现代企业制度、管理者的概念；了解企业的社会责任与约束以及企业管理的任务、性质、职能及其基础工作；认识企业管理理论的产生与发展的客观规律及 21 世纪企业管理发展的新趋势；掌握现代企业制度的特点，管理者的素质与技能，企业管理的基本原理和方法，企业的创办选择、厂址选择及企业申报的基本知识、程序和方法等。达到使学生形成对企业管理学的初步概括性认识，为以后各章的更深入、更详细、更具体地学习做一些必要的背景知识准备，搭建一个比较稳固的知识平台。

1.1 企业概述

1.1.1 企业的概念与类型

1. 企业的概念

企业是从事生产、流通、服务等经济活动，以产品或劳务满足社会需求，以盈利为目的，自主经营、独立核算、自负盈亏、自我发展、自我约束、依法设立、具有独立法人资格的盈利性经济实体，是社会经济活动的基本单位。

企业的概念中主要包括以下几个方面的内容。

① 企业必须拥有一定的资源（人、财、物、时间、技术、信息等），是一个以盈利为目的的经济实体，是从事生产、流通、服务等经济活动的经济组织。

② 企业是依法设立、自主经营、独立核算、自负盈亏的经济组织，具有法人资格和独立经济权益的经济实体。

③ 企业的生产经营成果（产品或劳务）通过交换与消费者或其他生产单位发生经济联系，在满足社会需要的同时获得收益。

④ 企业是国家的基本经济单位，是社会经济力量的基础，企业生产力的总和构成社会生产力。企业的规模和数量、企业的活力和素质决定着国民经济的发展规模和速度。

从人类社会的经济活动过程看，在生产领域，企业是生产的现场。在这里实现了劳动者同生产资料的直接结合，生产出社会需要的产品。企业应通过合理组织生产力，使人力、物力、财力、时间和信息等得到有效的利用，获得良好的社会效益和经济效益。

在交换领域，企业是实现交换的基本环节。每个企业都要同原材料、能源、设备、设施的供应商、产品用户、运输单位、设计和科研机构形成各式各样的交换关系。这些关系通过供销活动和经济合同相联系，形成社会的生产和再生产的条件，促进社会发展。

在分配领域，职工靠劳动和表现从企业得到工资、奖金和津贴等，职工的收入取决于企业经营活动的成果。国家要从企业得到税金，国家的政治、经济、文化生活等，很大程度上也要受到企业经营成果的影响。

2. 企业的产生与发展

企业是社会生产力发展到一定水平的结果，是商品生产与商品交换的产物。在资本主义社会之前，虽也有一些手工作坊，但它们并未形成社会的基本经济单位，虽然有些手工作坊具有一定的生产规模和一定量的劳动者，但是生产的产品只是为部落、家族、奴隶主、封建皇室享用，不是为了进行商品交换，不发生经营活动，从严格意义上讲，不是企业。只是到了资本主义社会，随着社会生产力的提高和商品生产的发展，社会的基本经济单位才发生了根本的变化，才产生了严格意义上的企业。

纵观人类社会发展的历史，企业既是社会生产力发展到一定历史阶段的产物，又是一个动态变化的经济单位，它随着人类社会的进步、生产力的发展、科学技术水平的提高而不断地发展、进步。大致上经历了以下几个时期。

（1）手工业生产时期（16—17 世纪）

手工业生产时期主要是指从封建社会的家庭手工业到资本主义初期的工厂手工业时期，此时生产者都属具有一技之长的专业劳动者。是企业的雏形，非真正意义上的企业。

（2）工厂生产时期（18—19 世纪）

随着资本主义制度的发展，西方各国相继进入工业革命时期；工厂手工业逐步发展到建立工厂制度，作为真正意义上的企业到这时才诞生。

（3）企业生产时期（19 世纪末、20 世纪初期至今）

从工厂生产时期过渡到企业生产时期，乃是企业作为一个基本经济单位的最后确立和形成。在资本主义经济发展中，工厂制度的建立，顺应了商品经济发展的潮流，促进了生产力的大发展。特别是 19 世纪末至 20 世纪初期，随着自由资本主义向垄断资本主义过渡，工厂的发展十分迅猛，并产生了一系列变化，这一系列变化正是工厂生产时期过渡到企业生产时期的主要特征。