

管理学

企业的视角

Management: The Perspective on Enterprise

纪成君 李乃文 路世昌 等编著



机械工业出版社
China Machine Press

F270/1040

2008

21世纪高等院校专业课

理学类】

管理学

企业的视角

Management: The Perspective on Enterprise

纪成君 李乃文 路世昌 高殿军 王为
刘燕 杨皎平 葛峰 乔利利 陈炜 王心泉

编著



机械工业出版社
China Machine Press

本书系统讲述了现代企业管理学的内容,包括市场经济下企业类型及其特征、现代企业管理基本原理与现代企业集成管理体系、组织工作等内容,每章后均附有复习思考题。

本书语言精练、逻辑性强,在有关企业的基本理论以及企业管理原理与体系构建等方面有所创新。适合高等院校工程技术专业本科生教学使用,也可作为现场工程技术人员学习企业管理学的入门教材,有关企业和企业管理基本理论、基本原理的内容对管理学专业的学生具有重要的学习参考价值。

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目(CIP)数据

管理学:企业的视角/纪成君,李乃文,路世昌等编著. —北京:机械工业出版社, 2008.8

(21世纪高等院校专业课系列教材·管理学类)

ISBN 978-7-111-24832-3

I. 管… II. ①纪… ②李… ③路… III. 企业管理—高等学校—教材 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第116379号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:刘斌

版式设计:刘永青

三河市明辉印装有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2008年8月第1版第1次印刷

184mm×260mm • 13.25印张

标准书号:ISBN 978-7-111-24832-3

定价:28.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线:(010) 68326294

投稿热线:(010) 88379007

前言

绝大多数工程技术类专业本科生毕业参加到企业工作后,从事管理性质的工作,因此必须具备相应的管理学、经济学知识背景。近年来,一些高校已经认识到这一点,为工程技术类专业学生开设了管理学、经济学课程,以培养既懂技术、又懂管理的复合型人才。为适应这一需要,我们编写了这本《管理学:企业的视角》。

辽宁工程技术大学自20世纪80年代初期以来,一直为工程技术类专业学生开设企业管理学课程。在遵循企业管理学传统内容基础上,本书结合多年来企业管理学教学、科研经验、体会与思考,并注意吸收管理学的最新进展,在企业管理学基本理论方面有所创新。本书的宗旨在于让学生明了自己将来工作的性质,掌握企业管理活动的内在规律与内容,培育学生的管理意识,培养学生具有创造性分析和解决管理问题的能力。本书的主要特点是:

(1) 本书总体框架与具体内容根据工程技术类专业学生将来工作性质与目标定位、学习需求以及工程技术类专业学生的思维方式和学习特点而设计,注重逻辑性,培养学生科学的管理思维。

(2) 企业作为经济组织,其运行必然受制于经济规律的制约与支配,企业的管理也必然要尊重经济规律与经济学原理。本教材充分注重这一点,撰写过程中注重管理学与经济学的融合以及经济学方法在企业管理学中的应用。

(3) 将一些管理学、经济学最新进展和管理理念引入本书,使学生了解管理学、经济学前沿动态,做到了与时俱进。

(4) 在清晰阐述关于企业和企业管理的基本理论、基本原理的前提下,不再过多阐述各职能管理的基础理论,注重培养学生分析问题、解决问题的实践能力。

(5) 实用性强。每章均附有学习目标、复习思考题等,并提供了针对32、40、48等不同学时时的教学内容安排建议,方便教师和学生使用。

本书可作为高等院校理工类专业本科生教学使用,也可作为工程技术人员学习企业管理学的入门教材,有关企业和企业管理基本理论、基本原理的内容对管理学专业的学生具

有重要的学习参考价值。

本书由纪成君负责教材内容体系总策划、修改和定稿。具体分工为：第1、2、11章由纪成君编写；第3章由乔利利、路世昌编写（其中3.3节由纪成君、乔利利、刘燕共同编写，3.4节由纪成君编写）；第4章由葛峰编写；第5章由高殿军编写（其中5.7节由王为、纪成君编写）；第6章由王为、刘燕编写；第7、8章由李乃文编写；第9章由王心泉编写；第10章由陈炜、路世昌编写。

本书的编写得到了辽宁工程技术大学的支持与帮助，被列为辽宁工程技术大学“十一五”规划教材出版。本书的撰写与出版也得到了辽宁工程技术大学工商管理学院院长、博士生导师王志宏教授、副院长叶柏青教授、李玲教授等，以及辽宁工程技术大学教务处的指导、支持与帮助，机械工业出版社及编辑夏伟、吴亚军、刘斌先生对本书出版给予了热情支持并付出了辛勤劳动，在此一并表示衷心的感谢。本书编写过程中参阅了大量资料与文献，有些未能在参考文献中列出，在此谨向有关作者表示衷心感谢。

由于时间、精力和水平所限，书中不足之处在所难免，欢迎同行专家及使用本书的教师、学生和广大读者批评指正。

纪成君

2008年7月

教学建议

一、教学目的

工程技术专业本科生毕业参加到企业工作后，基本上从事管理性质的工作，因此必须具备相应的管理学、经济学知识背景。本课程教学的目的在于让学生明了自己将来工作的性质，掌握企业管理活动的内在规律与内容，培育学生的管理意识，培养学生具有创造性分析和解决管理问题的能力。

二、教学内容安排建议

教 学 内 容	学 习 要 点	教学内容安排建议		
		48	40	32
第1章 企业与企业制度	1. 理解并掌握企业的含义及其特征 2. 了解企业的产生及其启示 3. 掌握企业发展进化阶段及各阶段特征 4. 掌握企业制度类型及其特征	6	6	5
第2章 公司的设立与变更	1. 了解企业生命周期内存在方式可能经历的变化 2. 掌握企业（公司）合并及其方式 3. 理解企业（公司）破产与清算	2	—	—
第3章 管理与企业管理学	1. 理解并掌握管理的含义、性质和职能 2. 理解并掌握企业管理的含义及其发展 3. 理解并掌握企业管理原理 4. 了解企业管理的体系	6	6	5
第4章 组织结构	1. 理解公司治理结构的组成 2. 熟悉组织结构的基本类型 3. 理解掌握组织结构的设计	4	4	3
第5章 生产运作管理	1. 理解生产与运作管理的含义、作用与目标 2. 熟悉生产与运作分类及生产与运作管理的内容 3. 理解生产过程及其构成，掌握生产过程组织的基本原则与内容 4. 理解全面质量管理的含义及PDCA循环的工作方法，熟悉质量管理的统计方法 5. 了解物资管理、设备管理、技术管理的基本内容	6	6	5

(续)

教 学 内 容	学 习 要 点	教学内容安排建议		
		48	40	32
第6章 市场营销	1. 理解市场营销含义及观念 2. 掌握市场细分及其依据 3. 掌握目标市场及其选择 4. 理解并掌握市场营销组合策略	4	4	3
第7章 人力资源开发与管理	1. 掌握人力资源与人力资源管理的含义与特征 2. 了解岗位及岗位管理内容、员工培训与开发的含义与方法、薪酬管理的内容、员工激励方式 3. 理解绩效与绩效管理的含义与特征	2	—	—
第8章 企业文化	1. 理解并掌握企业文化及其构成、功能 2. 了解文化管理的本质 3. 了解企业文化塑造的原则和流程	2	—	—
第9章 决策理论与方法	1. 理解并掌握决策的概念、特点及决策步骤 2. 掌握确定型决策、风险型决策、不确定型决策方及应用	8	6	5
第10章 企业战略管理	1. 理解企业战略与战略管理的含义 2. 掌握战略分析的方法 3. 掌握战略制定与选择的内容	4	4	3
第11章 企业理论	1. 了解企业理论的研究对象及基本内容 2. 掌握企业的契约理论 3. 了解企业的企业家理论、管理者理论 4. 掌握企业的企业家—契约理论	4	4	3

说明

- (1) 系统、深刻地讲述本书内容至少需要48个学时，因此，建议为工程技术专业本科生开设管理学基础课程的高校，将本门课程的理论教学学时安排为48或54个学时，以便这些专业的本科生能够具有较为系统的管理学知识背景。
- (2) 对于理论教学安排不足48及以上学时的，教师可将未安排学时的章节融合到相关内容中进行精讲。表中同时给出了40学时和32学时的教学内容安排建议，供参考。

目 录

前言

教学建议

第1章 企业与企业制度

1.1 企业及其基本特征	1
1.2 企业的产生与发展	5
1.3 企业制度及其分类	9

第2章 公司的设立与变更

2.1 公司设立	20
2.2 公司合并与分立	22
2.3 公司破产与清算	23
2.4 公司的解散与清算	33

第3章 管理与企业管理学

3.1 管理概述	37
3.2 企业管理概述	42
3.3 企业管理原理	44
3.4 企业管理体系	52

第4章 组织结构

4.1 公司治理结构	56
------------------	----

4.2 组织结构及其基本类型	61
4.3 组织结构设计	66

第5章 生产运作管理

5.1 生产运作管理概述	71
5.2 企业生产过程组织	72
5.3 质量管理	76
5.4 物资管理	86
5.5 设备综合管理	91
5.6 先进制造技术与先进生产方式	93
5.7 技术管理	94

第6章 市场营销

6.1 市场营销概述	98
6.2 市场细分与目标市场选择	100
6.3 市场营销组合策略	101

第7章 人力资源开发与管理

7.1 人力资源与人力资源管理	112
7.2 岗位管理	116
7.3 员工培训与开发	118
7.4 绩效管理	123
7.5 薪酬管理	126
7.6 员工激励	128

第8章 企业文化

8.1 企业文化概述	133
8.2 企业化管理	138
8.3 企业文化塑造	142

第9章 决策理论与方法

9.1 决策的基本含义	146
9.2 确定型决策	151
9.3 风险型决策	157

9.4 不确定型决策	160
------------------	-----

第10章 企业战略管理

10.1 企业战略与战略管理	164
10.2 企业战略分析	167
10.3 战略制定与选择	171
10.4 战略实施与控制	175

第11章 企业理论

11.1 企业理论的研究对象	179
11.2 企业理论的主要分支理论	181

参考文献

第 1 章

企业与企业制度

学习目标

- 理解企业及其特征
- 了解企业的产生及其启示
- 掌握企业发展进化阶段及各阶段特征
- 掌握从不同角度考察的企业制度类型及其特征

重要概念

企业	市场主体	现代企业制度
公司	有限责任公司	股份有限公司

1.1 企业及其基本特征

企业是现代社会的经济主体，因为现代物质文明及社会主要财富都是由企业创造的。在资本主义条件下，企业及其所有者主宰着社会和国家的命运，在社会主义条件下，企业的兴衰同样决定着社会和国家的命运。从这个意义上说，现代经济就是企业经济，现代社会就是企业社会，企业家已成为社会经济舞台的主要角色。

1.1.1 企业的概念

企业就是集合生产要素（土地、劳动、资本、管理），在利润驱动和承担风险的条件下，为社会提供产品或服务的单位。经济社会中，企业广泛分布于各个产业领域，如农业企业、工业企业、建筑安装企业、商业企业、金融企业、运输企业、旅游及服务企业等，它们为消费者提供各种各样的产品与服务。

由于时代和理论背景不同，许多经济学家、企业学家对企业的概念有着不同的解释，这也反映了人们对企业及其本质认识上的不断深化。目前，主要存在以下几种企业观。

(1) 生产函数的观点。古典经济学家认为，企业（厂商）的功能就是将投入的各种生产要素转化为一定的企业（厂商）产出。在这一认识基础上，新古典经济学家提出用生产函数来描述企业（厂商）及其行为。

生产函数是指在一定的技术水平条件下，一定时期内企业（厂商）的最大产出量与生产要素投入量之间的物质数量关系。其一般表达式为：

$$Q = f(X, Y, Z, \dots) \quad (1-1)$$

式中， Q 是企业（厂商）实物总产量； $X, Y, Z \dots$ 是企业（厂商）各种生产要素（如原材料、机器设备、劳动、土地、企业家才能等）的投入量。

利用生产函数，企业（厂商）可以对某种生产要素的合理投入数量、多种生产要素的最优组合以及适度生产规模问题进行选择 and 决策。

(2) 追求利润最大化。新古典经济学理论在研究企业问题时，没有深入到企业的内部，而是简单地认为企业的唯一目的是追求利润最大化。这样，企业就被简化为追求利润最大化的“黑箱”，并以边际分析的方法得出当边际收益与边际成本相等时企业获取利润最大化的准则。

(3) 市场价值最大化。近些年来，经济学家提出企业市场价值最大化的企业观。企业价值是指企业未来预期利润收入的现值之和。其计算公式为：

$$\begin{aligned} \text{企业价值} &= \frac{A_1}{1+i} + \frac{A_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{A_n}{(1+i)^n} \\ &= \sum_{t=1}^n \frac{A_t}{(1+i)^t} \end{aligned} \quad (1-2)$$

式中， A_t 是第 t 年的预期利润； i 是资金利息率； t 是年份。

与利润最大化的企业观相比，企业价值最大化的企业观能够促使管理人员坚持长期行为；能够促使管理人员在决策时考虑收益在时间上的差异性；能够促使管理人员在决策时更加重视经营的风险性。

(4) 人格化的企业观。人格化的企业观把企业看成是个人化的发明物：如果没有企业家，则企业就不可能存在。

(5) 契约组合企业观。该观点认为企业是一系列契约的组合，企业的职能是为个人之间的一组契约关系充当连接点的。就企业而言，这“一系列契约组合”就是劳动所有者、物质投入和资本投入的提供者、产出品的消费者之间的契约关系。它们通过企业组织这个连接点而产生联系，而且其中任何一方都和其他各方通过这个连接点而发生契约关系。

(6) 市场机制的替代物。科斯(R.H.Corse)在1937年发表的研究企业本质的开创性论文《企业的本质》(*The nature of the firm*)中指出，企业最显著的特征是价格机制的替代物。他认为：企业 and 市场是两种性质不同然而又可在一定条件下相互替代的资源配置体制，在企业之外，价格变动决定生产，企业生产所需要的原材料和产成品的销售是通过一系列市场交易来协调的。这些市场交易的实现，在企业外部保证了企业生产的顺利实现；而在企业内部，市场交易被取消，伴随着交易的复杂的市场结构被企业家所替代，企业内部生产活动的协调、不同工序阶段产品的调配与结合，由企业家通过企业的行政组织机构来完成。因此，“可以说企业最显著的特征是价格机制的替代物”，它以行政命令（行政协调机制）取代价格机制作为资源配置的调节机制。

1.1.2 企业的基本特征

企业作为社会生产的基本经济单位，具有如下特征。

1. 企业是从事商品生产的经济组织

这一特征首先表明了企业与行政组织或政府组织是不同的。经济组织是直接从事经济活动的实体：从事生产活动的是生产企业，从事流通活动的是商业企业，从事运输活动的是运输企业，等等。而行政组织或政府组织是管理经济的，管理经济并不直接从事经济活动，因而它们不是经济组织。其次，企业的这一特征也表明了它与历史上其他的一些经济组织形式，如原始社会的氏族公社、奴隶社会和封建社会中的家庭是有区别的，这些虽然也是物质资料的生产单位，是一种社会经济组织，但由于它们并不是为从事商品生产而组织起来的，所以它们并不是企业。

2. 企业是营利性的经济组织

经济组织是直接从事生产、流通等经济活动的单位，但这种单位并非都是营利性的，不能认为所有从事生产或流通等经济活动的经济组织都是企业。例如，高校所开设的为教学和科研服务的印刷厂、为教职员工和学生服务的食堂、政府机关的车队等，

它们也直接从事生产或运输、服务活动，也是经济组织，也要进行经济核算，但它们的建立和存在并不以盈利为目的，因此，它们不是企业。营利性是区别企业与非企业的一个最根本的标志。

3. 自主经营，独立核算，自负盈亏

市场经济条件下，企业具有法人财产权——即企业对出资者投资形成的所有资产拥有占有、使用、支配、收益和处置的权力，因而具有经营自主权。只有这样，企业才能根据市场情况的变化，自主开展生产经营活动，实现自身的盈利目的。作为企业，又必须是实行独立核算的基本核算单位，对自身的盈亏负完全责任。不进行独立的经济核算、不自负盈亏的经济组织不是企业，即使进行了经济核算，但不自负盈亏的经济组织也不是真正意义上的企业。

4. 市场经济条件下，企业是市场主体

市场主体是指在市场运行过程中具有自我组织、自我调节、自我约束的经济体，即介入市场运行的有关当事人或实体。因此，可以说，凡是具有强烈的利益动机，并按市场经济原则（自愿让渡、等价交换、平等竞争、自我约束）进行市场经济活动的有关组织或个人，都是市场主体。而有些虽然也是经济组织，但它们不是遵循利益动机，而是遵循自上而下的组织原则，通过命令—执行机制进行活动，缺乏独立利益动机下的自主行为，则不是市场主体。

市场主体有消费者、企业和政府（包括中央政府和地方政府）。消费者为企业提供生产要素，企业则为消费者提供商品，两者通过要素市场和商品市场形成供给与需求关系；企业与企业之间则是竞争与合作关系，它们同为市场主体，处于同样的法律地位，在一定条件下，由于利益关系，它们会谋求合作，相互提供信息和资源，以求双赢局面。然而，竞争却是永恒的，企业之间的竞争永远不会终结；相比之下，企业与政府之间的关系则更为复杂，但总的来说，应按照政企分开的原则，政府要依法对企业进行监督和管理，为企业提供服务。

5. 企业是价格机制的替代物

企业作为资源配置体制，其最本质的特征是价格机制的替代物。资源配置体制从宏观上来说，有计划配置与市场配置两种方式，前者是依靠政府指令和年度计划来配置社会资源，由此形成的体制即计划经济体制；后者主要是依靠市场（价格）机制来配置社会资源，由此形成的体制即市场经济体制。而企业作为一种资源配置体制，则是从微观角度来讲的（参见前述科斯的观点）。

1.2 企业的产生与发展

1.2.1 企业的产生

社会生产过程总是在一定的形式下进行的,而采取什么样的生产组织形式则取决于当时的生产力水平。在不同的历史时期,由于生产力发展水平不同,生产组织形式也不同。

人类最早的经济组织形式是以血缘关系联结起来的氏族,一个氏族就是一个生产单位。生产力稍有发展,在氏族公社中出现了以生产资料私有制为基础的家庭,这时,一个家庭是一个生产单位。随着生产力的进一步发展,产生了奴隶制,大批奴隶在奴隶主强制下集体劳动,奴隶主的一个庄园、一个家庭、一个作坊就是一个生产单位。从原始社会到封建社会,虽然社会生产力水平不断提高,商品生产有所发展,但基本上都是以手工劳动为基础的自己自足的自然经济,社会生产的组织形式并没有发生重大改变,家庭仍是社会生产的基本组织形式(包括以业主、作坊主为主体的小作坊、小店铺以及有帮工、学徒参加部分劳动的手工作坊、小工场等扩大了的家庭生产组织形式)。

随着生产力和商品生产的进一步发展,特别是贸易的充分发展,14和15世纪,在欧洲地中海沿岸城市出现了资本主义的原始企业。这些城市如威尼斯、热那亚、佛罗伦萨等由于其特殊的地理条件,使得它们从中世纪早期以来,一直垄断着东西方贸易,成为中世纪欧洲的一个重要的商业中心。14世纪初叶,这些城市就有了专业化的商业,如专门经营布匹的布商和染整商,经营各种香料、珠宝、丝织品等的贩运商,银钱兑换和汇票商等。这个地区的许多商号为了适应市场需要,不仅从东方向欧洲进行大规模的商品贩运,而且逐渐以其商业资本直接控制了商品生产。他们所采取的控制方式有两种,一种方式是商人雇工制(也叫做散工制),是把原料分散给不同的手工业者进行不同程序的加工,使许多独立的小生产者给他们做订货生产,直到最后完成运往市场为止。在这种生产方式中,生产者已经不是根据自己的意志、用自己的原料加工出售自己的制成品了,而是在商人(企业主)亦即在资本的命令下,用商人的原料加工产品,然后换取工资。这时,小生产者在形式上好像还是一个独立的生产者,还是使用自己的工具在自己的场所工作,但实际上他们的独立性已经在不知不觉中完全丧失了。这样,原始形态的企业便悄然诞生了。另一种控制方式是,由商人设置作坊或工场,把原来分散进行加工的小生产者(各种工匠如呢绒业的纺工、织工、染工、剪工、整工、印花工等)招募到工场中来,这样便产生了资本主义的手工业工场。这样的两种控制方式,初步具备了企业轮廓,导致产生了资本主义的原始企业。

1.2.2 企业的发展与进化

个别原始企业的出现可以追溯到公元740年，距今已有1200余年的历史。但是直到中世纪后特别是1640年以后，企业的基本形态才日益显露出来，企业与非企业的特征才愈加明显。目前，从大多数国家在法律上承认的形态看，可将企业类型大体分为独资企业、合伙企业、有限责任公司、股份公司、合作社等几类。

每一种形式的企业都有一个由低级向高级形式的进化过程，从某种企业形态是否在其所处的历史时期占有主导单位和起决定性作用，可将企业发展进化过程分为三个阶段，即原始企业阶段、近代企业阶段和现代企业阶段。

1. 原始企业阶段

原始企业阶段，从时间上看，是指西方主要国家封建社会后期也就是从14世纪开始的资本主义原始企业逐渐代替家庭生产制，一直到资产阶级产业革命（1760年）产生资本主义大机器生产方式之前，这一阶段大约经历了400年的历史。这一时期，企业主要是以独资和合伙的形式出现的，这是家庭生产制的进化结果。

在漫长的原始企业阶段中，企业的发展一直处于一种幼稚和原始的状态，表现出以下几个方面的特点。

(1) 初步具备企业的基本特征（如商品性、营利性、独立性等）。能够进行简单再生产和扩大再生产，初步适应简单商品生产向商品生产过渡的需要；占有、创造和实现财富增值的功能已经具备但仍很脆弱，仍带有封建社会中家庭生产制的特点。

(2) 没有明确的法律规范。依法成立是企业的一个重要特征，而原始企业在经营方式、分配办法、合伙内容等方面都没有明确的法律规范。

(3) 责任的无限性。原始企业中的股东对企业债务要承担无限责任。

(4) 规模小、工人人数有限、技术水平较低、劳动分工有限，企业的人机结构很简单。

(5) 生产技术、管理方式、市场环境等因素限制了原始企业的成长。由于生产技术方面主要依赖传统工具，所以不可能也不需要建立更大的企业；由于企业规模小和商品经济发展刚刚步入轨道，企业活动不大，企业主完全可以依靠个人经营管理企业，企业几乎成为家族的事情，当它们获得法律形式时，就成了合伙公司。

原始企业尽管具有上述的一些原始性特点，但并不能据此而否定其在企业发展过程中的历史地位。如果没有原始企业制度，也就谈不上近代和现代企业制度了。

2. 近代企业阶段

近代企业阶段，从时间上来看，是指资产阶级产业革命后（1760年）到19世纪末

的资本主义自由竞争时期这一历史阶段，大约经历了140年左右的时间。这一时期，占据主导地位的企业形式不再是独资企业和合伙企业，而是以单厂形式出现的近代股份公司。

近代股份公司是产业革命时代的社会化大生产蓬勃发展的产物。18世纪60年代英国开始了产业革命，法、德、美继英国之后也开始了产业革命，到19世纪相继完成。完成了由工场手工业向机器大工业的过渡，为资本主义制度奠定了物质技术基础，使资本主义制度最终战胜封建制度而居于统治地位。

近代股份公司的历史渊源可以追溯到古罗马时代。古罗马第一个类似公司的组织以股份公司形式出现，向公众出售股票，以便履行为支持战争而签订的政府合同。在中世纪的欧洲也可以找到原始的股份公司，它们一般是以合伙形式，甚至同借贷关系联系在一起的不太成熟的股份公司形式出现的，如1577年成立的西班牙公司和1581年成立的土耳其公司，都是发息时连同股本一起返还，愿入股者再重新入股。而近代股份公司的雏形是17世纪出现的商业联合公司，最有代表性的是1600年成立的英国东印度公司和1602年成立的荷兰东印度公司。1662年，荷兰的东印度公司向阿姆斯特丹交易所抛出第一批股票，标志着股份公司这种近代企业法律形式进入比较成熟的阶段。但是，以大众普遍参股的股份公司到18世纪才在法国首次出现。

近代企业阶段是原始企业制度向现代企业制度过渡的时期，表现出以下几个方面的特点。

(1) 近代企业已完全具备了企业的特征，不再带有封建社会的痕迹，完成了从非企业向企业过渡的最后阶段。近代企业已是建立在商品经济之上的经济组织，具有明显的商品性、营利性；基本具备了占有、创造和实现财富增值的功能；企业的唯一目标是追求利润最大化，全部重心放在经济绩效与效率上；企业仅对市场与竞争作出反应，政府对其采取自由放任政策。

(2) 有关企业的法规逐步得到了完善，企业享有独立的法人资格并受到法律保护，企业财产具有独立性和不可侵犯性。例如，英国17世纪上半叶已确认企业法人的观点，并承认公司是独立法人；1826年承认了股份银行的法律地位；1855年认可了公司的有限责任；1862年颁布了股份公司法。德国1848年成立了第一家股份公司银行。1870年，《法国商法典》对股份公司作了法律规定。1875年，美国大多数州都制定了有关发展公司的法律。有关企业的法律规范的制订与完善是企业制度逐步走向成熟的重要标志之一。

(3) 组织形式由合伙公司转向了以股份集资经营为主的近代股份公司形式。例如，在早期的一类公司——合股公司中，它“以共同资本进行贸易，各股员对于贸易上的