

THOMSON



Entrepreneurship:
Globalization,
Innovation
And Development

企业家精神： 全球化、创新与发展

伊丽莎白·切尔 著
(Elizabeth Chell)

Entrepreneurship:
Globalization,
Innovation
And Development



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

J-270
J54

Entrepreneurship: Globalization, Innovation And Development

97275

企业家精神： 全球化、创新与发展

Entrepreneurship:
Globalization,
Innovation
And Development

伊丽莎白·切尔 著
(Elizabeth Chell)

李敏晓、赵琛微 译



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

企业家精神:全球化、创新与发展/切尔著;李欲晓,赵琛徽译. —北京:中信出版社,2003. 11
书名原文:Entrepreneurship: globalization, innovation and development
ISBN 7-5086-0047-9

I. 企… II. ①切… ②李… ③赵… III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 106177 号

Entrepreneurship: globalization, innovation and development (ISBN: 1-86152-318-1) by Elizabeth Chell

Copyright (C) 2001 by Thomson Learning.

Original language published by Thomson Learning (a division of Thomson Learning Asia Pte Ltd). All rights reserved.

本书原版由汤姆森学习出版集团出版 版权所有,盗版必究

CITIC Publishing House is authorized by Thomson Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字翻译版由汤姆森学习出版集团授权中信出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾)销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

版权所有,侵权必究

981-240-749-9

THOMSON



企业家精神:全球化、创新与发展

QIYEJIA JINGSHEN

著 者: 伊丽莎白·切尔

译 者: 李欲晓 赵琛徽

责任编辑: 丁宇

出版发行: 中信出版社(北京市朝阳区东外大街亮马河南路14号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限公司

承 印 者: 霸州市长虹印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印 张: 28.25 字 数: 451千字

版 次: 2004年1月第1版 印 次: 2004年1月第1次印刷

京权图字: 01-2003-5859

书 号: ISBN 7-5086-0047-9/F·653

定 价: 39.00元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书,如有缺页、倒页、脱页,由发行公司负责退换。服务热线: 010-85322521

E-mail: sales@citicpub.com

010-85322522

致 谢

本书的实际写作要比我所期望的慢得多。在写作过程中，我得到了许多人的帮助。首先，我要感谢我的朋友们，其中，要特别提到桑德拉·莫里斯 (Sandra Morris)，他给予了我许多无私的帮助。为了我的写作，我的学生们和同事们为我提供了许多初始资料，其中，特别感谢纽卡斯尔大学的苏珊·贝恩斯 (Susan Baines) 博士、兰开斯特大学的卢克·皮塔维 (Luke Pittaway) 博士、牛津大学的保罗·特蕾西 (Paul Tracey) 博士。经作者允许，我引用了莫德·伊扎尼·马特·哈珊 (Mohd Ezani Mat Hassan) 博士的论文“马来西亚组织的质量管理”以及约翰·伯戈因 (John Burgoyne) 教授 1998 年 9 月提交给位于诺丁汉的英国管理学术委员会的论文“学习：概念、实践与理论问题”中的有关资料，在此表示感谢。我还要感谢纽卡斯尔大学管理学院为我提供的支持，特别是在本书图表方面所提供的帮助。马尔科姆·哈特 (Malcolm Hart) 曾是基尔航空公司的业主董事 (Owner-director)，他为我提供了有关周转过程的账簿资料以及为我的研究生们所作的专题演讲的资料，他还允许我参考基尔航空公司的有关资料作为本书的案例。近年来，我还走访了许多所有者经理人 (Owner-managers) 和企业家。如果没有这些令人着迷的访谈，本书是不可能完成的。我还要感谢来自纽卡斯尔大学 ESRC (Economic and Social Research Council)、泰恩河郡的 TEC (Technology Enterprise Council) 和英国国家工商管理考试委员会 NEBS (The National Examining Board For Supervision and Management) 管理协会的支持，是他们的资助使我能够进一步研究有关企业方面的问题。其中，我要特别提到伊恩·福斯特 (Ian Forster) 先生以及萨莉·梅辛杰 (Sally Messenger) 博士，正是由于他们的信任，我才能够不断得到来自 NEBS 管理协会的资助。我希望我没有辜负他们的期望。

最后，经允许，我还复制了以下资料，在此表示感谢。

“中小企业人力资源的发展” (Human Resource Development in Small to Medium Sized Enterprises, 载 *Department of Employment Research*

Paper, 第 88 期, 第 38 页, 图 5 改编, 经 Controller of Her Majesty's Stationery Office 授权);

“团队角色行为的影响” (Influences on team-role behaviour), 选自 R. M. 贝尔宾 (R. M. Belbin) 1983 年所作的“团队角色的作用” (Team Roles at Work) 一书中图 3.1, “什么是团队角色行为的基础?” (*What Underlies Team Role Behaviour?*), 第 28 页, 里德教育与专业有限公司, Reed Educational & Professional Publishing, Ltd. 的分部——巴特沃思·海涅曼出版社 (Butterworth Heinemann Publishers);

“九种团队角色” The Nine Team Roles, 同上, 表 3.1, 第 22 页;

“一条薄弱线可以将某些允许出现的薄弱部分从难以接受的行为中分离出来” (A thin line can separate some allowable weaknesses from unacceptable behaviour), 同上, 选自表 5.1, 第 51 页;

“对比人事管理 (IR) 与人力资源管理的特征” (Contrasting features between personnel management IR and HRM), 以 J. 斯托里 (J. Storey) 1989 年所作的“人力资源管理的发展” (*Developments in the Management of Human Resources*) 一书中图 2.2, “27 点不同” (Twenty-seven points of difference) 为根据, 第 35 页, 布莱克韦尔出版社 (Blackwell Publishers);

“在一个企业家管理的企业中关于雇主进行战略人力资源管理的一个建议模型” (A Suggested Model of the Strategic Human Resource Management of Employers in the Entrepreneurial Firm), 以 J. 斯托里 1989 年所作的“人力资源管理的新前景” (*New Perspectives on Human Resources Management*) 中图 1.1 为根据, 第 7 页, 劳特利奇出版社 (Routledge);

“小企业增长的五阶段模型” (The Five Stage Model for small Business Growth), 选自埃尔斯韦尔科学出版社 (*Elsevier Science*) 1987 年出版的“长期计划” (*Long Range Planning*), 第 48 页;

表 6.2 “最大的跨国公司是如何‘全球化’的” (How “global” are the top transnational corporations?) 第 1-13 行以及本表的注释来自保罗·查普曼 (Paul Chapman) (塞奇出版有限公司, Sage Publications Company) 1998 年出版的“全球转移” (Global Shift), 第 194~195 页, 作者彼得·迪肯 (Peter Dicken);

“与群体创新理论及其对创新循环的影响相关的因素” (Factors associated with group innovation theory and their impact on the innovation cycle.), 以约翰·威利父子出版有限公司 (Jonh Wiley & Sons Ltd.) 1990年出版的“工作中的创新与创造力 (*Innovation and Creativity at Work*) ” (作者 M. A. 韦斯特, West, 和 J. L. 法尔, Farr) 中“群体创新中的社会心理 (*The social psychology of innovation in groups*) ”一文 (作者 M. A. 韦斯特) 为根据, 图 3, 第 326 页;

“一种能够导致经营业绩提高的前期影响模型” (A model of the antecedent influences which lead to enhanced business performance.), 以约翰·威利父子出版有限公司 1995年出版的“战略管理杂志” (*Strategic Management Journal*) 中“确定发展能力: 一个战略过程范例” (*Defining the development of competence: a strategic process paradigm*) (第 16 期, 第 251~275 页, 作者 R. G. 麦格拉思, McGrath, I. C. 麦克米伦, McMillan, 以及 S. 文卡塔拉曼, Venkataraman) 一文为根据;

“应对危机的各种审慎战略” (Various Kinds of Strategies from the Deliberate to the Mostly Emergent), 以约翰·威利父子出版有限公司 1985年出版的“战略管理杂志” (*Strategic Management Journal*) 中“战略、审慎与突发事件” (*Of strategies, deliberate and emergent*) 一文为根据 (第 6 期, 第 270 页, 作者 H. 明茨伯格, Mintzberg, 和 J. A. 沃尔特斯, Walters);

“企业家与地区发展” (*Entrepreneurship & Regional Development*) 中表 2 “按营业额确定的企业所有制形式” (Forms of Business Ownership by Business Turnover) 来自 E. 切尔 (E. Chell) 和 S. 贝恩斯所作的“性别影响经营业绩吗?” (*Does gender affect business performance?*) (泰勒与弗朗西斯有限公司, Taylor & Francis Ltd., [Http://www.tandf.co.uk/journals](http://www.tandf.co.uk/journals));

马莎·梅兹菲斯基 (Martha Mazvevski) 和马克 F. 彼得森 (Mark F. Peterson) 所做的“社会价值、社会解释与跨国团队” (*Societal Values, Social Interpretation and Multinational Teams*) 一文, 来自塞奇出版有限公司 1997年 (C. 斯科米·格兰罗斯, Skromme Granrose, 和 S. 奥斯卡, Oskamp 编辑) 出版的“交叉文化工作群体” (*Cross-Cultural Work Groups*) 一书第 68~71 页。

谨献给

我亲爱的母亲，马奇·切尔（Madge Chell，母姓哈茨黑德·帕金，Parkin of Hartshead，约克郡，Liversedge）及我已逝的、亲爱的父亲，詹姆士·伦纳德（James Leonard Chell，1922年5月21日~1987年8月24日，约克郡，Heckmond-wike）。感谢你们所给予我的一切。

前 言

有关企业与企业家的研究始于1998年,已历时两年。该项研究主要是由于工商界以及高等院校促使英国政府意识到需要进一步扩大企业。但是,这并不意味着本书出于“党派政治”的考虑而具有某种政治方面的信息,只不过是因为政治经济也介入了企业文化的发展,恰巧与本书研究的方向相一致。而且,本书进一步关注了与企业家相关的企业发展、管理过程以及促使企业竞争的全球化等问题。

此外,在整个20世纪90年代,一个很显著的事实是,中小企业(SME)以及跨国公司(MNC)都在考虑“全球化”的问题,即有关全球竞争以及市场定位问题。从企业以及经济学的角度来看,这种来自全球的压力促进了企业理论的重构。创新、变革与冒险是企业发展进程中的关键步骤。学习企业管理的学生们必须了解这一点。当然,本书的读者并不仅限于此。本书涉及多个方面,主要探讨了与满足企业设计、企业发展以及专业化管理等方面需求相关的企业家所处的地理环境、企业家心理、学习方式以及培训等问题。尽管本书作者力求达到一定的研究深度与广度,但仍有许多未研究的领域。如果学生们想要探讨更多的有关企业家方面的问题,他们还需要做进一步艰苦的研究。

总之,本书主要是为了满足旨在建立企业或需要企业管理模型的学生们的需要。这些学生或许就是明天的管理者或企业家。当然,他们首先需要了解企业的全球环境、企业家的各种行为方式以及企业的各种管理方式的性质。

1997年,我写出了本书的详细研究计划。本书准备探讨许多问题。首先,我并不认为企业家仅仅与小企业以及企业的创立有关,这种观点有很大的局限性。其次,在研究有关企业家的问题时,我认为应总结并发展现有的主流观点。对我而言,重要的问题是尝试着将各种企业家的理论与实践进行融合。为了做到这一点,必须以实例作为研究的资料,以便很好地说明我的观点。许多企业家理论均源于美国,但这并不是将研究领域扩展到英国,以及以全球为背景考察企业与企业家发展问题的惟一原因。我

已意识到不同文化的重要性。我相信,读者们也会理解,一个人对企业家问题的探讨是以其知识背景和文化背景为基础的。因此,我尽可能运用了多种案例资料以及多种理论来阐述问题,以使本书饶有趣味,并与21世纪的全球公民相关。

本书包括各种插图、案例以及练习,主要是为了满足不同学生学习的需要。本书可以作为课程学习辅导以及理论研究的资料。具有不同水平的学生以及具有不同经历和背景的实务界人士均可使用本书。本书既适合于没有多少实践经验的本科生,也适合于具有一定工作经验、正在攻读MBA、MSC(指理学硕士)或准备总结自身经验的学习者。对于实务界的人士来说,他们也会从本书中发现许多令他们关注的问题。此外,有些人参与了地区经济政策的制定,他们关心培训与发展以及企业在社会中的重要地位等问题,本书同样考虑了他们的需要。最后,本书可能会使高等教育机构的人士和企业界人士走到一起,就许多问题进行探讨和争论。

以上这些问题并不是体现在本书的每一章中,而是作为一个整体贯穿全书。其中,有关文化问题(包括民族文化和组织文化)是相当难处理的。来自一种文化的作者很难在书中反映出多种文化的观点。为此,我在第1章就阐述了文化的特性及其对行为的影响。然后,我在全书中运用了不同民族文化的案例资料。我希望,来自不同种族的学生可以共同探讨文化这一重要因素对其所在国家的企业家行为的影响。

第1章探讨了组织结构与文化的性质。企业家设计的组织既可能有利于企业家活动,也可能不利于企业家活动。在企业家的活动中,很少意识到这种结构问题。此外,一个组织并不存在于“真空”中,而是置于一定的环境中,而最重要的环境因素之一就是文化。由于组织文化的表现不同,文化的特性也是不同的。本章探讨了不同管理者和企业在处理文化问题时不同的实践含义。第2章进一步探讨了文化与环境的问题,重点在于基本环境问题。本章表明,民族国家和世界贸易这两个影响政治经济的因素形成了企业的环境。此外,其他企业也构成了本企业的重要环境因素。因此,本章进一步探讨了企业之间的内部联系。其实践含义包括分包合同关系以及小企业网络等等。最后,第2章分析了全球竞争问题,为了适应全球竞争,企业的管理者必须进行有效的创新和管理变革。第3章集中分析了企业的不同法律形式以及新的企业形式问题。与前两章不同,第3章主要关注小规模企业以及企业不同的初始经营方式。其中,主要问题是进

行计划，并根据不同国家和地区的特点获取各种帮助。由于小企业是一种均衡力量，因此，第3章最后探讨了公司的性质。这里给出了各种建立在研究基础之上的实际建议与各种（可能的）考虑。

第4章至第8章（第二部分）探讨了企业家行为的问题。第4章分析了企业家的个性特征。多数人相信，不同的企业家具有不同的特征。但研究者们却很难区分企业家们与其他管理者、其他机构人员以及一般人员的不同之处。第4章强调了环境和企业种类的重要性，这些因素对涉足企业经营的人员有着很大的影响。第4章探讨了企业主/企业家的种类、企业家的含义以及经营抱负的重要性及其对企业经营过程的影响。另外，还介绍了有关企业家特征的最新理论。第5章的内容——个人学习和组织学习对于中小企业的经营过程来说是至关重要的。企业家和企业主期望通过具体的实践来学习，并以“需要了解的知识”为基础。商学院，至少是在英国，往往倾向于满足大公司经营的需要，而不是满足企业家或中小企业的需要。本章从理论和实践的角度分别阐述了学习的特征与学习的过程，通过一些实例说明了如何运用不同知识进行不同的学习。

在企业经营活动中，一个最常见的行为是决策。第6章便探讨了这一问题，主要包括决策者的意图、决策者的决策方式（不同的人决策方式不同）、可能产生的问题及其解决办法等等。第6章考虑了一些与决策相关的问题。决策往往需要在危机时刻做出，因此，第6章描述了这种情形以及相关的教训。此外，第6章还说明了决策的构成、危机时刻决策的制定以及“提升”（escalation）等问题。第7章探讨了激励（或动机）以及企业约束问题，主要包括人们希望自营的原因、失业、建立自己企业的决策、文化的交叉影响、激励或动机形成的过程以及约束的过程等问题。这一过程是十分复杂的，涉及业绩、企业产出及回报、比较行为、公平以及企业家在不同激励模式下的作用等问题。最后，第7章考察了小企业网络的结构问题。小企业网络作为一种系统将会对合作、灵活性以及获得质量标准这样一些特殊的激励和约束产生影响。随后，在考察企业家行为的基础上，第8章进一步探讨了性别及其对公司业绩的影响。在英国，妇女在劳动市场上的数量增加，妇女在社会中的地位也发生了相应的变化。这表明，在不同的根深蒂固的文化价值中以及在不同国家，性别问题是不同的。第8章通过英国的实例说明了性别与企业业绩之间的关系。对于处于不同文化背景的学生来说，还可以进一步探讨这一问题。第8章重点说明

了家庭与企业的关系。当然，这里并没有跨越文化的界限。第8章是结合实例阐述家庭企业的问题的，主要涉及家庭与企业之间的相互作用及其相应的问题。

在考察了有关企业家行为的问题之后，在以下的三章（第三部分）里，进一步探讨了企业的团队管理问题。其中，第9章主要阐述了企业领导者的特征，包括：领导者和管理者作用的比较以及什么是具有“超凡魅力”或具有“变革能力”的领导风格。第9章表明，企业家和企业管理者行为方法和行为方式是不同的。第10章描述了“个人主义经济学”（economics of individualism）所受到的挑战以及大量与企业团队发展和管理相关的问题，主要包括：企业家/企业主或管理者与其团队之间的相互依赖关系，动态的和发展的群体特征，团队行为的有关问题以及团队合作可能产生的效益等等。其中，团队合作的效益可能通过“集思广益”以及团队间的“密切联系”而产生。此外，第10章还分析了团队间的多种文化以及团队的发展和建设等问题。第11章主要探讨了创新和创造力的问题，这是最基本的企业家行为，且只有在团队环境中才能产生效果。本章主要分析了影响创新的因素、（企业）所采用的创新战略的种类以及科技创新支持等问题。

第12章至第15章（第四部分）主要探讨了通过企业家的教育和培训以提高企业的专业化管理水平的问题。第12章首先分析了企业的发展。企业应当按照特定的目标来设计并确保企业的组织形式与企业家行为相符合。第12章说明了企业设计的几种缺陷及其形成的原因，其中特别考察了网络型企业的几种形式。随后，本章进一步考察了企业发展的几个阶段、各个阶段的典型问题以及所有者经理人所发现的问题。第12章还详细考察了影响企业增长的因素。本书前面已经谈到了“战略”，在第13章里，对这一问题进行了深入的研究。过去，“战略”一词往往为商学院的教授以及公司领导者所采用，但却很少与企业所有者经理人或企业家相关。第13章论证了这一问题。第13章试图表明，最基本的战略考虑是如何进行的，它不仅仅是企业成功的偶然因素。企业家战略和战术有着多种不同，而且战略对于（企业的）竞争地位是十分重要的。第14章试图解决另一个问题：一方面，人力资源管理（HRM）专家倾向于将人力资源管理理论用于大型企业，另一方面，小企业主无力雇用人力资源管理专家。正如第14章所指出的，挑选和保留恰当的员工并使其具有最新的、恰当的

技能是提高企业业绩的基本因素。此外，第 14 章进一步提出了工会和小企业的问题。第 14 章总结了国家有关企业重建的政策考虑以及企业人力资源管理实践的重要性。第 15 章通过考察质量特征和企业业绩的关系进一步分析了企业的专业化管理问题。第 15 章阐述了质量管理的过程、针对质量标准制定的战略以及 BS 5750/ ISO 9000 质量管理体系认证标准的采用等问题。最后，第 15 章说明质量文化的发展问题，并给出了马来西亚的案例分析。

第 16 章考察了本书的最后一些问题——所谓“新经济”问题以及企业的未来发展问题。第 16 章分析了信息技术革命的重要性，表明“信息化”或知识管理和“全球化”这两个概念体现了新经济的基本特征。第 16 章还探讨了新工业时代的地理位置问题、地球村的重要作用以及“电子小屋”的产生。此外，第 16 章还通过“硅谷”的案例重新探讨了技术创新和科学在经济发展中的作用问题。最后，第 16 章简要总结了前面所述的部分内容。

伊丽莎白·切尔
沃尔威克·诺森伯兰
2000 年 6 月

关于注释：

本书最后是各章的注释。在正文中以上标的形式来表示，例如²。有关本注释的补充参考资料以“Smith 1996（参见注释 5）：P. 123”的形式表示，表明在哪一章注释 5 列出了“Smith 1996”所涉及的所有参考资料[如果本注释还涉及另外的章，则同时给出了本注释涉及的章数，例如“Smith 1996(参见注释 5,第 6 章):P. 123”]。其中,页号是指参考书的页号，而不是本书的页号。

第一部分 文化与情境

第1章 结构与文化 3

设计结构 3

组织结构的性质及其发展 4

糟糕的组织设计的影响 7

组织的寓意 11

文化 13

文化作为一种识别和解决企业经营问题的方法 19

小结 25

第2章 全球化 30

环境 30

民族国家的作用 31

跨国公司 35

组织与环境的关系 37

可知的环境 38

企业网络 40

竞争 47

小结 55

第3章 组织形式以及新的风险投资的产生 59

- 法律形式 59
- 创立一家企业 61
- 企业计划的制定 72
- 公司的风险投资 75
- 小 结 81

第二部分 企业家行为

第4章 个性:公司类型、个体类型 87

- 引 言 87
- 公司的类型 88
- 个体的类型 92

第5章 个人学习、组织学习和学习型组织 109

- 人们如何学习? 109
- 经验学习 113
- 个体的发展 114
- 组织学习 117
- 组织学习的应用 126
- 小 结 129
- 补充资料 129

第6章 决 策 133

- 引 言 133
- 什么是决策? 134
- 意 图 135
- 解决问题 142
- 决策方案的设计 146
- 决策的环境:风险 148
- 如何决策 150

决策的升级 153

小 结 155

第 7 章 激励与约束 160

职业选择中自我就业的原因 162

激励与约束的过程 169

角色激励理论 172

约束和激励他人 176

利益相关者与网络行为 179

小 结 182

第 8 章 性别、自我就业与经营业绩 187

劳动力市场 188

企业文化 189

所有权 191

性别与经营业绩 191

小 结 205

第三部分 企业团队

第 9 章 领导与管理 211

管 理 212

管理者的角色与职能 212

组织文化 217

管理者的职责是什么? 217

领 导 222

领导与管理:它们是不同的吗? 229

变革型领导 232

领导能力的开发与领导的有效性 237

小 结 238



第 10 章 团队管理与开发 244

群体管理的情境因素 245

群体是什么? 246

群体思考 250

团队工作 252

质量控制圈 257

集体思维 258

跨文化团队 262

团队建设与发展 269

小 结 274

第 11 章 创新管理 277

创 造 277

创 新 284

管理有创造力与有创新性的团队 289

管理组织的创造与创新过程 294

灵巧的组织 296

价值创新 299

商业副效应 300

小 结 303

第四部分 企业的专业管理

第 12 章 企业的发展 311

引 言 311

组织形式与企业 312

其他组织形式 317

企业的发展 321

发展的阶段 322

影响成长的因素 331

小 结 337

第 13 章 战略的模式以及战略的实施 341

- 战 略 342
- 文化与战略 345
- 战略模式 346
- 企业家的战略 348
- 不同情况下的战略与战术 355
- 小 结 362

第 14 章 人力资源管理和中小型企业 367

- 什么是人力资源管理? 368
- 产业关系与小企业:英国的案例 372
- 人力资源开发 377
- 小 结 386

第 15 章 发展与质量管理 393

- 什么是质量? 394
- 传播质量标准的战略 399
- 开发一种质量文化 409
- 质量管理在马来西亚的发展 410
- 小 结 414

第五部分 新 经 济

第 16 章 企业的未来是什么? 421

- E 的狂潮 421
- 结束语与小结 434
- 后 记 438