



MANAGEMENT INNOVATORS

THE PEOPLE AND IDEAS THAT HAVE SHAPED
MODERN BUSINESS

管理创新

塑造现代商务的英才与理念

[美] 丹尼尔·雷恩 ※ 罗纳德·格林伍德 著

李治堂 ※ 隋宇童 译

孙柏林 审译，统稿

华夏出版社

MANAGEMENT INNOVATORS

THE PEOPLE AND IDEAS THAT HAVE SHAPED
MODERN BUSINESS

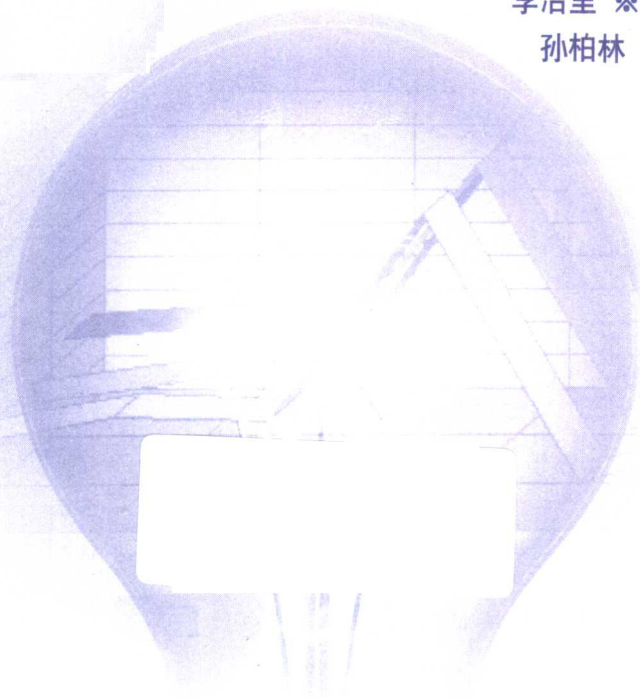
管理创新

塑造现代商务的英才与理念

[美] 丹尼尔·雷恩 ※ 罗纳德·格林伍德 著

李治里 ※ 隋宇童 译

孙柏林 审译，统稿



华夏出版社

图书在版编目(CIP)数据

管理创新/(美)雷恩,(美)格式武德著;李治堂,隋宇童译. —北京:华夏出版社,2001.9

(全球经理人必读经典译丛)

ISBN 7-5080-2525-3

I. 管… II. ①雷…②格…③李…④隋… III. ①企业管理 - 经验 - 美国②人物 - 生平事迹 - 美国 IV. F279.712.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 053649 号

华 夏 出 版 社 出 版 发 行

(北京东直门外香河园北里4号 邮编:100028)

新 华 书 店 经 销

北 京 市 梨 园 彩 印 印 刷 厂 印 刷

*

880×1230 1/32 开本 8.625 印张 207 千字 2 插页

2001 年 9 月北京第 1 版 2001 年 9 月北京第 1 次印刷

定价:25.00 元

本版图书凡印装订错误可及时向我社发行部调换

序 言

商业在美国人的生活中占据重要地位：历史学家分析它，新闻记者记述它，政治家争论它，工会与它讨价还价，小说家描写它，消费者向它购买商品，贬低者抨击它的做法。尽管偶尔有些污点，但商业仍以某种方式满足了我们每个人的基本需要。商业触及我们生活的各个层面，它的前景和民族的进步紧密相连。从卖面包和牛奶的路边小店到跨国企业，我们的行动、生活和欲望都由商业来满足。

对许多人来说，商业的部分迷人之处在于它提供了跨越社会阶层的机会，是那些希望通过自我奋斗从贫困走向富裕并成功的人的梦想。商业的另外一部分迷人之处存在于我们对商业的爱恨关系中。虽然商业满足了我们的基本需要，但它又是令人恐惧的，就像

所有当权者令人畏惧那样,因为它具有支配我们的权力。正是几乎所有美国人的这种既爱又怕的双重心理,使得商业在整个美国历史中具有独一无二的地位。

我们撰写本书的初衷是记述那些已经明显改变了我们进行商业管理教学和实践方式的人物的事迹及他们的思想。在遴选这些人物的过程中,我们意识到不能面面俱到地记载下他们所有的活动。另外,书中选中的这些人物也不是全部,其他一些对管理思想形成和发展做出很大成就的人可能未在其中。我们的读者对象是当代那些胸怀大志的经理们,以及那些希望籍此获得对管理专业的历史与发展的透彻理解的管理专业的大学生们。

在本书的第一部分,我们追溯美国企业在运输、制造、通信、发明、金融以及销售领域的开拓者。这些人物,为美国企业成长过程中的后来者树立了效仿的榜样。随着企业的不断成长,如何更聪明地工作,如何组织,如何激励,如何领导,如何得到高质量的产品,以及如何通过持续的革新来更新组织等问题相继出现。在本书第二部分,我们介绍的这些人物对改进管理方法进行了不懈的探索,他们在塑造现代管理实践中发挥了领导作用。

当我们探寻我们的世界及其历史时,我们每一个人都是历史学家。也许我们缺乏苏格拉底、柏拉图和亚里士多德的品质,但是我们热爱知识,喜欢思考(这是哲学所关注的所有问题),我们想知道的更多,想更好地理解与评价这个复杂的世界。通过对美国管理思想与实践发展的历史性透视,我们能从过去的事件中发现或多或少的永恒观念,提高我们对看到、听到、感觉到的事物的理解水平,帮助我们提出问题并寻求解决问题的新答案。这些都有助于我们更敏锐地认识现状。

这本书的出版,受益于许多人的帮助:未署名的编辑帮助润色词句;克里斯特尔·阿利森和黛安娜·兰德尔帮助完成了部分研究工作;

迈克尔·普赖斯商学院的里查德·科西尔主任和大学图书馆的休尔·李先生给予一贯的支持。还要万分感谢洛雷塔·牛顿女士的文字处理工作。最后,将这本书献给里贾纳、小罗纳德和彼得·格林伍德以及罗纳德·格林伍德的朋友、同事和学生们。我们都怀念罗纳德·格林伍德先生接电话的声音:“我是格林伍德。”

丹尼尔·雷恩

俄克拉何马,诺曼(Norman),

1997年2月28日

引言

产业革命

当我们想到革命时,我们首先想到一种突如其来的、猛烈的社会、经济或政治的动乱。至于产业革命,它是半个多世纪逐渐发生的一系列变化的过程。自从人类开始以石块为武器、用骨针缝补衣服、发明铁制农具、用水力碾米以来,在制造工具和设备的技术方面已取得很大进步。虽然技术进步的进程已持续了几千年,但 18 世纪末期发生在英国的变化,却是新技术革命的开端,它比以往任何时代的发展都要迅速。

以前,生产、运输、搬运等日常工作都依靠人力、畜力以及风力和水力等自然力来完成。我们所说的产业革命的核心是今天已进

了博物馆的蒸汽机。但是在当时,它是推动经济发展的关键因素。许多世纪以前,人类已经认识到蒸汽可以做功的原理——通过对液体加热,使它膨胀变成气体,可以推动物体运动。虽然知道这一原理,但利用这种力来满足人类的需要却非常困难。托马斯·纽可门曾开发了一种蒸汽机,用来从很深的煤矿中抽水。纽可门蒸汽机代表了一个新时代,但是它却遇到了许多机械问题的困扰。

詹姆斯·瓦特是一个机械师,他熟悉机械的公差配合,发明了那个时代最有效的蒸汽机。早在 1765 年,瓦特就造出了可以工作的蒸汽机,但是由于缺乏资金,10 多年后这种蒸汽机才投入工业生产。正如我们在商业领域经常看到的那样,一些发明家与资本家的结合才促进了商业发展。

瓦特的合伙人马修·博尔顿,他是一个成功的铁、铜、金等金属产品的制造商。在博尔顿的位于伦敦西区的工厂里,詹姆斯·瓦特由蒸汽机原型造出了工业蒸汽机。瓦特蒸汽机的第一个买主是拥有一家制铁厂的约翰·威尔金森。威尔金森用蒸汽机带动风箱提高炼钢的温度而生产出了高强度的钢。(威尔金森的公司,生产铁制品如刀剑,是今天具有相同名字的生产剃刀刀片的公司的前身。)

如何为市场表现良好的蒸汽机定价?用 11 年的实验费用加上一个合理的利润还是低于成本定价来开拓市场?事实上,瓦特哪种方法也没用。瓦特对蒸汽机的定价原理很简单,就是看蒸汽机做功和马力做功相比,一台蒸汽机能代替多少匹马从而确定蒸汽机的合适价格。

1782 年以前,瓦特发明的蒸汽机一直用来加热金属或抽水。伴随蒸汽机的发明,更重要的技术突破是將往复运动转换为圆周运动。这为蒸汽机在生产上的广泛应用带来了可能性:蒸汽机可以用来推动轮船的叶轮或者推动火车的轮子。

产业革命开始于英国并慢慢地向其他国家渗透。在美国,1790

年塞缪尔·索尔特在罗得岛州的普罗维登斯开办了第一家工厂,但是直到1827年他才采用蒸汽机作为织布机的动力。可是美国商业的发展具有良好的开端,它随后而来的变化将彻底改变产品的生产、销售和运输方式。随着商业的不断成长,管理上开始出现一些新问题,新建和扩大的企业需要大量的资金和更多的资源,超出了个体企业和合伙企业的力量限度。正是这种成长和变化以及这些管理英才们的思想和行为吸引着我们的注意力。

历史有时就像可口的饭菜一样,少吃一点感觉味道就更鲜美。因此,你可以根据自己的兴趣有选择性地阅读这本书。如果你对金融感兴趣,你可以从第六章“金融大王”开始,它提供了美国金融市场的背景并讨论了金融大王杰伊·古尔德和约翰·皮尔庞特·摩根的活动。如果你喜欢营销,第三章“销售大王”可能会对你有用。第三章还介绍了引进百货商店概念的亚历山大·斯图尔特和开辟邮购销售的里查德·西尔斯的故事。第五章“通信大王”说明了电报是如何深刻地改变了信息处理技术。它对当时的影响,可能比今天的网站、电子邮件和卫星通信对人类的影响还要大。在第一章“发明大王”、第二章“制造大王”和第四章“铁路大王”里,你将了解发明与革新的重要性,以及这些创新思想是如何变成产品并满足了市场的需要。

你也可以跳到第十二章“权威人士”中,聆听这个时代最具有影响的领袖人物彼得·德鲁克的教诲。德鲁克的理论和思想被广泛引用,他是这个时代最受欢迎的管理咨询大师。第十一章“质量专家”,说明了道格拉斯·麦克阿瑟将军的一个至关重要的决策如何为爱德华斯·戴明和约瑟夫·朱兰打开了通向日本的大门。第十章“领导专家”介绍了尼科罗·马基雅弗利、玛丽·福利特和道格拉斯·麦格雷戈关于人性的全部假设,以及这些假设是如何指导他们的思想与行动的。第七章“聪明工作专家”、第八章“组织专家”、第九章“激励专家”,这三章讲述了几个改变我们思考组织和管理问题方式的人物的

故事。比如:在莉莲·吉尔布雷斯的的故事中,讲述了她开辟女性从商的先例,赢得了“管理学第一女性”的荣誉称号。

你可以不把这本书看作是著名历史人物的故事会,而把它看作一本从企业成长到组织与管理思想演变的进化账。书中的人物很像是现实中的我们,他们正在寻找解决他们所处时代的问题的答案,他们的教训可以使我们更好地认识现在。今天我们认为蒸汽机和电报机已经是进了博物馆的东西,但却忘记了它们对我们的祖先就像现代科技对我们一样具有革命性的意义。理解过去也许可以帮助我们处理今天与科技有关的问题,甚至可以帮助我们预见我们的子孙将需要怎样革新现在我们认为现代的东西。

作为一个整体,全书不是围绕一个单一的主题展开,而是围绕美国企业的发展展开多个主题的故事叙述。本书首先从发明家的介绍开始,阐述了发明和革新进程如何改变了我们的生活方式,创造了全新的工业和发明与革新活动将随竞争环境的变化而持续下去。制造商是那些将创新思想变成产品提供给市场的人,而制造业从小作坊生产到大规模生产然后到流水线生产,却经历了革命性的变化。销售商将产品投向市场,使我们看到销售和分销的革新如何使现代的消费者比几个世纪之前的君主过得还要好。发明家、制造商和销售商需要运输商,是运输商提高了时间和空间的有效利用;制造、销售、运输等所有活动都需要通信,是它将各部分连成一体。

管理是一种古老的实践活动,它曾(目前仍是)在政府、宗教、军事以及其他早期组织的活动中发挥着作用。管理在这些组织中的作用,都没有超出它在现代企业中发挥作用的程度和范围,因为企业不但需要适应正在变化着的经济、社会和政治力量,而且需要在这种环境中以盈利的方式进行管理。因此本书的第二部分讲述了早期思想家的故事。他们研究工作性质的变化,寻找使人们更聪明而不是更辛苦工作的可能性。商业的成功,只有在理论指导下,经过努力才能

取得。在比利·杜兰特和小阿尔弗雷德·斯隆的例子中，我们将看到如何组织和缺少组织将导致成功或失败的不同结果。当我们叙述激励专家和领导专家时，我们看到不同的人对活生生的商业活动的不同观点，以及不同的思考问题的方法如何引导我们朝不同的方向前进。质量专家彼得·德鲁克的故事再一次提醒我们提出适当的问题和透过现象看到本质是多么重要。

故事的结尾和开头相呼应，强调了在一个不稳定的世界中发明与革新的重要性。你因为喜欢而阅读，愿你喜欢你所读到的东西。

内 容 提 要

管理创新——塑造现代商务的英才与理念

通过洞悉伟大创新者的经历来生动地审视管理的历史

这是一部31位发明家、金融家、组织专家、激励专家和商业领袖的精彩故事集粹。透过这些最有影响的人物的生活经历，作者生动地、广博地描述了美国企业管理的历史。就像佛罗里达国际大学管理部里查德·霍杰茨所说的“公司经理和企业管理人员，都将从这些故事的有用信息中发现一笔财富，这些故事，充满了好的建议和实际的教训。雷恩和格林伍德向人们清楚地展示了这些历史人物的聪明才智！”

项目策划：刘菊生

责任编辑：吕 娜 刘菊生

封面设计：韬 杰

有效谈判秘诀

——谈判大师的秘密武器

管理创新

——塑造现代商务的英才与理念

情感营销

——豪马公司赢得终身客户的营销技巧

远程经理

——异地雇员和虚拟团队管理实践指南

胜者为王

——杰出新产品的产生

怪才之道

——如何善用与公司文化格格不入的员工

作者简介



丹尼尔·雷恩被管理学会称为“他这一代最重要的管理历史学家”。他是大卫·罗斯-博伊德大学管理学教授，麦卡斯基基金会美国企业方面的教授，俄克拉荷马州大学哈里·贝斯商业历史收藏馆的馆长。

《管理思想进化论》(现在为第四版)一书的作者，《管理：过程、结构与行为》一书的作者之一，《现代管理发展论文集》的编辑。



已故的罗纳德·格林伍德因他在管理历史方面1/4世纪的研究、写作与教学而广为人知。他曾任教于威斯康星大学，拉克罗斯大学，以及在密执安州佛林特的GMI工程和管理学院。他的著作包括

《分权管理：通过电气管理哲学研究》，《弗雷德里克·泰勒：科学管理之父》(合作)，《精干而非吝啬：组织结构研究》(合编)。



全球经理人必读
经典译丛

目 录

序 言	(1)
--------------	-------

引言:产业革命	(1)
---------------	-------

第一部分 建立美国企业

第 一 章 发明大王	(3)
-------------------	-------

伊莱·惠特尼	(4)
--------------	-------

托马斯·爱迪生	(11)
---------------	--------

第 二 章 制造大王	(20)
-------------------	--------

赛勒斯·麦考密克	(21)
----------------	--------

安德鲁·卡内基·····	(29)
亨利·福特·····	(37)
第 三 章 销售大王 ·····	(48)
亚历山大·斯图尔特·····	(50)
里查德·西尔斯·····	(57)
第 四 章 铁路大王 ·····	(70)
詹姆斯·希尔·····	(74)
爱德华·哈里曼·····	(81)
第 五 章 通信大王 ·····	(93)
塞缪尔·莫尔斯·····	(94)
埃兹拉·康奈尔·····	(98)
亚历山大·格雷厄姆·贝尔·····	(102)
第 六 章 金融大王 ·····	(110)
杰伊·古尔德·····	(112)
约翰·皮尔庞特·摩根·····	(127)

第二部分 组织和管理企业

第 七 章 聪明工作专家 ·····	(141)
弗雷德里克·泰勒·····	(142)
莉莲与弗兰克·吉尔布雷斯·····	(150)
上野洋一·····	(159)

第 八 章 组织专家	(167)
威廉·杜兰特	(168)
小阿尔弗雷德·斯隆	(171)
切斯特·巴纳德	(177)
第 九 章 激励专家	(185)
埃尔顿·梅奥	(186)
亚伯拉罕·马斯洛	(193)
弗雷德里克·赫茨伯格	(199)
第 十 章 领导专家	(207)
尼科罗·马基雅弗利	(209)
玛丽·帕克·福利特	(212)
道格拉斯·麦格雷戈	(217)
第十一章 质量专家	(223)
爱德华斯·戴明	(224)
约瑟夫·摩西·朱兰	(234)
大野耐一	(238)
第十二章 权威人士	(248)
彼得·德鲁克	(248)