

服务管理

运作、战略与信息技术

(原书第7版)

Service Management: Operations, Strategy, Information Technology

(7th Edition)

詹姆斯 A. 菲茨西蒙斯 (James A. Fitzsimmons)

得克萨斯大学奥斯汀分校

(美)

著

莫娜 J. 菲茨西蒙斯 (Mona J. Fitzsimmons)

张金成 范秀成 杨坤 译



机械工业出版社
China Machine Press

管理教材译丛

013026358

F719
22-4

服务管理

运作、战略与信息技术

(原书第7版)

Service Management: Operations, Strategy, Information Technology

詹姆斯 A. 菲茨西蒙斯 (James A. Fitzsimmons)

得克萨斯大学奥斯汀分校

(美)

著

莫娜 J. 菲茨西蒙斯 (Mona J. Fitzsimmons)

张金成 范秀成 杨坤 译



F719
22-4



北航 C1633935



机械工业出版社
China Machine Press

822830810 .

图书在版编目 (CIP) 数据

服务管理: 运作、战略与信息技术 (原书第7版) / (美) 菲茨西蒙斯 (Fitzsimmons, J. A.), (美) 菲茨西蒙斯 (Fitzsimmons, M. J.) 著; 张金成, 范秀成, 杨坤译. —北京: 机械工业出版社, 2013.1

(管理教材译丛)

书名原文: Service Management: Operations, Strategy, Information Technology

ISBN 978-7-111-41261-8

I. 服… II. ①菲… ②菲… ③张… ④范… ⑤杨… III. 服务业-企业管理-教材 IV. F719

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第015600号

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号: 图字: 01-2011-5068

本书自始至终以通过服务管理赢得竞争优势为主线, 将营销、运营和人的行为作为服务管理的核心, 特别突出了服务传递系统的特征, 融入了收益管理、数据开发分析和计算机仿真等技术。在不断更新的过程中, 本书及时地吸纳和增加了体验经济、项目管理、供应链管理、电子商务、全球服务等现代服务管理的理念、理论和技术方法; 既在体系的科学完整性、内容的丰富涵盖性、描述的清晰严谨性上精益求精, 又在最新案例和补充阅读资料的精选与追加、课堂讨论主题和课外练习的精心再设计上与正文的改进相辅相成、相得益彰。本书是奠定服务管理基础与体系的经典之作。

本书可用于工商管理、旅游管理、公共事业管理等专业的服务管理教材, 也可供服务行业人员工作参考。

James A. Fitzsimmons, Mona J. Fitzsimmons. Service Management: Operations, Strategy, Information Technology, 7th Edition.

ISBN 0-07-340335-0

Copyright © 2011 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and China Machine Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2013 by McGraw-Hill Education (Asia), a division of the Singapore Branch of The McGraw-Hill Companies, Inc. and China Machine Press.

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

All rights reserved.

本书中文简体字翻译版由机械工业出版社和麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。

版权 © 2013 由麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司与机械工业出版社所有。

此版本经授权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地区)销售。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播, 包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本书封底贴有McGraw-Hill公司防伪标签, 无标签者不得销售。

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: 张娟娟 版式设计: 刘永青

北京瑞德印刷有限公司印刷

2013年3月第1版第1次印刷

185mm × 260mm · 29.75印张

标准书号: ISBN 978-7-111-41261-8

定 价: 69.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259 读者信箱: hzjg@hzbook.com

译者序

我们最早翻译《服务管理：运作、战略与信息技术》（原书第2版）这本书还是在2000年，此后在2003年和2006年又翻译了两版。这本由美国的詹姆斯·A·菲茨西蒙斯教授及其夫人合著的服务管理教材，一经推出便在中国读者中引起了强烈反响，并对中国的服务管理教学和科研产生了深刻影响。它不仅被许多高校采用为研究生和本科生的教材或重要的教学参考书，而且已成为从事服务管理工作的企业管理人员和服务管理研究人员的重要阅读书目，同时也受到管理咨询公司的关注。身为服务管理领域的开拓者，菲茨西蒙斯教授及其夫人在教学和学术研究中孜孜不倦，对自己的研究成果精益求精，不断完善和更新。时光荏苒，12年之后我们又荣幸地受机械工业出版社华章公司的委托，将这本书的第7版翻译推荐给广大中国读者。

我们在前几个版本的译者序中，曾对20世纪30年代的经济学家对三个产业发展趋势的观点和预断、经济发达国家服务经济蓬勃发展的状况以及服务管理实践和研究的发展动因进行过回顾与评析。令人兴奋的是，不仅发达国家的服务经济仍在继续发展，色彩纷呈的服务管理学术研究已经形成一条亮丽的风景线，而且，在本土经济、知识、技术和全球化力量的推动下，服务经济以及服务管理的实践和理论，近年来在发展中国家也以引人注目的势头发展起来。这些年来，全世界不论是发达国家还是发展中国家，服务业都取得了更加迅猛的发展。1978年我国第三产业占GDP和劳动力就业的比重仅分别为23.9%和12.2%，2010年这两个数字增加到了43.1%和34.6%。

伴随着经济成分和产业结构的巨大变化，我国有关现代服务业及其管理的研究近年来正在从宏观到微观，从中央到各省市，从学术界到实业界，普遍、快速地增长，与此同时，也在企业规模、竞争机制、服务业内部结构、地区差异、技术手段、管理水平等方面提出了许多有待研究和解决的问题。随着我国经济发展以及计算机和信息技术的广泛应用，中国已被推进到大规模服务革命的边缘。这场革命需要技术、理论和知识，需要在吸纳国外先进的服务管理实践经验和理论研究成果的基础上，创建具有中国特色的现代服务管理理论和发展战略。以南开大学为例，现在已经在本科、硕士、MBA、博士等各个层次开设了服务营销和服务管理的课程，教学和科研内容都在不断丰富，从传统的服务营销、服务质量、顾客满意等内容发展到包括服务主导逻辑、企业和顾客价值共创、大规模服务定制、服务科学、生产性服务、现代服务业发展战略等新的知识领域。可以说，服务管理正迎来

前所未有的大发展时期，每年国家自然科学基金和社科基金、教育部人文社科基金等资助项目也越来越多地涉足服务管理领域的新课题、新要求。在此新的形势下，愿此最新译著能对进一步普及服务管理教育、促进服务管理的学术研究、指导服务管理实践，起到更大的推动作用。

《服务管理：运作、战略与信息技术》更多地还是定位于教科书，因此本书在不断更新的过程中，一直保留着服务战略、服务开发设计、设施选址、需求预测、产能计划、排队管理等核心内容，也保留了前版针对服务环境的变化和科学技术的发展而增加的体验经济、项目管理、供应链管理、电子商务、全球服务等现代服务管理的理念、理论和技术方法。而本版针对服务环境的变化，又有一些新的看点，例如初级审计、精益服务、服务质量的六西格玛概念，供需管理新战略、服务智能化、波特五力分析和SWOT分析模型、IBM的Elmadon所倡导的服务科学管理与工程等内容，同时在一些章节增加了新的案例研究、章末练习和新的分析工具，在此提醒新老读者多加注意。可以说，历经多次再版，本书体系更加完整、内容更加丰富、概念更加清晰、逻辑更加严谨，不断改进且精益求精。如我以往写序所言，本书堪称奠定服务管理知识基础与体系的经典之作。

本次新版本的翻译工作由南开大学商学院张金成教授主持完成。范秀成教授和杨坤副教授以及南开大学商学院MBA学生刘婉宜（第1章、第7章）、赵巍（第2章、第3章）、葛华玲（第4章、第6章）、孙铭（第5章、第6章）、苏紫健（第8章、第9章）、刘正峰（第10章、第11章、第15章、第16章）、常皓（第12章、第13章、第14章、第17章、第18章）和企管系本科生余亚军等同学完成了本版新增部分的翻译工作。南开大学商学院MBA学生刘笑宇、段勇、宋元森、赵鑫、王世兵、张姝蕊等同学进行了二次校对。在翻译过程中，机械工业出版社华章公司的编辑张娟娟也给予我们非常细致的指点和帮助，提出了不少翻译中存在的问题，确保了新版翻译工作的质量。对上述同志的参与和贡献，在此一并表示感谢！

因再版工作量较大，翻译定有不妥之处，敬请广大读者批评指正。

张金成

2012年10月于南开大学

作者简介

詹姆斯 A. 菲茨西蒙斯 (James A. Fitzsimmons)

得克萨斯大学奥斯汀分校麦库姆斯商学院西伊商业名誉教授，曾先后获得密歇根大学工业工程理学学士学位，西密歇根大学工商管理硕士 (MBA) 学位，加利福尼亚大学洛杉矶分校博士学位。1983年，他以救护车设点为主题的论文获得运营管理领域的最佳论文奖——Stan Hardy奖。咨询对象包括兰德公司、美国空军、洛杉矶市、丹佛市、奥斯汀市、墨尔本市、奥克兰市、得克萨斯州审计官、通用汽车公司、La Quinta汽车旅馆、灰狗长途汽车公司、Tricon国际酒店和麦当劳等。教学经历包括加利福尼亚大学洛杉矶分校、加利福尼亚州立大学北岭分校、新墨西哥大学、波士顿大学海外研究生项目、加利福尼亚州立理工大学 San Luis Obispo分校、首尔国立大学和赫尔辛基经济管理学院。他曾获得密歇根州的专业工程师资格认证，作为工业工程师任职于康宁玻璃公司和休斯飞机公司。他还作为军官在美国空军中负责过基地建筑项目。他在得克萨斯大学的任期内，担任博士研究生导师和本科专业委员会主席，并获得过6次教学优秀奖。2004年，鉴于其在服务运营管理领域的贡献，他获得了IBM学院奖。目前，他担任《服务研究评论》的编辑评审委员。

莫娜 J. 菲茨西蒙斯 (Mona J. Fitzsimmons)

毕业于密歇根大学，获新闻学本科学位，辅修化学和心理学。她的研究生专业是地理，曾在一些公立和私立学校及大学任教。为不列颠大百科教育公司和许多专业杂志及机构撰写过文章并从事过编辑工作。她和詹姆斯 A. 菲茨西蒙斯一起编写的《新服务开发：建立可存储的经验》在2000年由Sage出版社出版。她曾参与红十字会水生动物及野生动物保护项目工作。她还对环保以及医疗系统中的病人和医生的责任特别感兴趣。

前 言

服务渗透到我们国家每个人生活的方方面面：餐饮服务、交通服务和急救服务，这只是举了少数几个例子。我们的福利和整个经济的福利都建立在服务的基础之上。制造业和农业活动是必不可少的，但是我们消费的食物和产品总是有限的。然而，人们对体验性服务的欲望是无限的。

服务运营管理已发展成为一门涵盖所有服务行业的学科。决策科学学会(DSI)在1987年的波士顿会议上第一次明确了服务运营管理的学术地位。1989年，《服务业管理国际学报》创刊。1990年，首届服务管理国际学术研讨会在法国召开。

《服务研究评论》(*Journal of Service Research*)于1998年8月首次出版，并迅速成为该领域领先的杂志。在2004年生产与运作管理学会(POMS)的波士顿会议上，一个关于服务运营的学会成立了。2005年，IBM阿尔马登研究中心迈出第一步，创建了一个新学科，称作服务科学、管理与工程(SSME)。访问SSME网站(<http://www.ibm.com/developerworks/spaces/ssme>)，可查找相关文章、案例研究和课程资料。

本版继续介绍并强调服务管理重要的独特性，其主要特色有：

- 可读性强。书中引用了大量的实例，来自作者的研究和咨询经验。
- 全书自始至终贯穿了通过服务管理赢得竞争优势这一主线，并且为每一个管理主题提供了研究焦点。
- 将技术、运营与人的行为的整合视为有效服务管理的核心。
- 重点讨论了持续改进质量和提高生产力在全球化竞争环境中的必要性。
- 为激发读者的兴趣，每章开篇均介绍一个著名公司的例子，以便说明拟讨论主题的战略本质。
- 每一章都设有本章概要、小结、关键术语及其定义、服务标杆、讨论题、互动练习，在适当的章节列出了例子和练习题，并给出一个或多个案例。

第7版的重要更新

我们从学生、同事和审阅者的建议中受益匪浅，基于他们的评价和自己的一些经验，我们对本版做了很多更新。下面是一些重要的更新：

- 第2章新增了关于服务主导逻辑的介绍。它是一种替代产品主导范式的服务主导范式，它描述经济交易与价值创造，是IBM称作服务科学、管理与工程（SSME）的基础。
- 第3章新增了服务战略，它以波特的五力模型和SWOT分析为主题。
- 第4章新增了关于知识产权的服务新发展。
- 第6章对服务质量的步行穿越调查（Walk-through-Audit）做了扩充，并与传统的顾客满意度调查进行了比较。
- 第7章针对过程分析主题的支持性设备与过程流做了有意义的扩充，并且纳入了新的工具，如泳道流程图。
- 第8章的过程改善里，除了六西格玛讨论部分新增了“流程容量”和测量，还增加了精益服务。另外，还增加了“Senora县郡治安官”这个新案例和几个章末的练习题。
- 第9章服务接触里，服务接触中的三元组合也得到了扩充。
- 第11章的生产能力和需求管理，对运用调节或缩减的方法管理顾客诱发的变异性的战略进行了探索。收益管理的经济基础也用航空公司跨国航班定价的例子进行了说明。
- 第12章的排队管理增加了实地研究和章末问题。

非常感谢这些人对本书初稿的有价值的审阅：加利福尼亚州立大学洛杉矶分校的Mohammad Ala、弗吉尼亚理工学院和州立大学的Joanna R. Baker、本特利学院的Mark Davis、罗得岛大学的Maling Ebrahimpour、印第安纳大学的Michael Gleeson、加利福尼亚州立理工大学San Luis Obispo分校的Ray Haynes、明尼苏达大学的Art Hill、康奈尔大学的Sheryl Kimes、新墨西哥大学的Richard Reid。

本书第2版从下述审阅者颇具建设性的评论中受益匪浅：纽约大学的Kimberly Bates、加利福尼亚州立大学北岭分校的Avi Dechter、东卡罗来纳大学的Scott Dellana、康奈尔大学的Sheryl Kimes、范德比尔特大学的Larry J. LeBlanc、丹佛大都会州立学院的Robert Lucas、阿克隆大学的Barbara Osyk、佛罗里达州立大学的Michael Showalter、克莱姆森大学的V. Sridharan。

以下审阅者将他们的经验和智慧贡献给了本书的第3版：乔治·梅森大学的Sidhartha Das、加利福尼亚州立大学北岭分校的Avi Dechter、俄亥俄迈阿密大学的Byron Finch、丹佛大都会州立学院的Edward M. Hufft、加利福尼亚州立大学北岭分校的Ken Klassen、新墨西哥大学的Richard Reid、加利福尼亚州立大学圣马科斯分校的Ishpal Rekki、南佛罗里达大学的Ronald Satterfield。

第4版凝聚着下列审阅者的洞见与建议：威廉与玛丽学院的Sanjeev Bordoloi、乔治·梅森大学的Sid Das、鲍尔州立大学的John Goodale、加利福尼亚州立大学北岭分校的Ken Klassen、宾夕法尼亚州立大学的Peggy Lee、加利福尼亚州立大学北岭分校的Matthew Meuter、大峡谷州立大学的Jaideep Motwani、加利福尼亚州立大学北岭分校的Elzbieta Trybus、犹他大学的Rohit Verma、新西兰马赛大学的Janet Sayers。特别要感谢同事Ed Anderson和Doug Morrice提供的抵押服务游戏以及得克萨斯大学的一位MBA学员准备的计算机软件。

第5版得益于决策科学学会2003年于华盛顿召开的学术年会，吸收了会议的讨论结果。我们要感谢下列提出建议的参与者：南卫理公会大学的Uday Apte、威廉与玛丽学院的Sanjeev Bordoloi、阿肯色大学的Joe Felan、Kennesaw州立大学的Richard Franze、辛辛那提大学的Craig Froehle、加利福尼亚圣玛丽学院的Yung Jae Lee、北伊利诺伊大学的Katherine McFadden、乔治·梅森大学的Mary Meixell、弗吉尼亚联邦大学的Elliott (Chip)Minor、佐治亚南方大学的Jake Simons。我们也要感谢Margaret Seay女士对我们慷慨的支持。

第6版得益于如下这些杰出的审阅者极具思想性的建议：伊利诺伊州大学厄巴纳分校的Sanjeev Bordoloi、佐治亚理工学院的Robert Burgess、路易斯大学的Maureen Culleeny、坦帕大学的Dick Fentriss、辛辛那提大学的Craig Froehle、明尼苏达大学的Susan Meyer Goldstein、大峡谷州立大学的Jaideep Motwani、南卡罗来纳大学的Rodney Runyan、德保罗大学的Rajesh Tyagi。鉴于其全面的修订计划，我们要特别感谢佛罗里达大西洋大学的Ravi Behara。

如下审阅者将他们宝贵的时间与专业知识贡献给了第7版：诺瓦东南大学的Michael Bendixen、伦斯勒理工学院的Dan Berg、布里奇波特大学的Elif Kongar、圣何塞州立大学的Stephen Kwan、莱图尔诺大学的Mary McWilliams、俄勒冈州立大学的Kenneth Shaw、威斯康星大学斯托特分校的Donna Stewart。我们也感激哥本哈根商学院的Jeanne Zilmer为本书改进工作做出的贡献。

我们想要感谢两位帮助过我们的学生。得克萨斯大学奥斯汀分校的博士Fang Wu帮助我们扩充了一些练习题并准备了第2版的幻灯片课程报告。得克萨斯大学MBA学生Edmond Gonzales准备了第3版CD光盘的章节测试。我们还要特别感谢ProModel公司的Rob Bateman，他为我们准备了Pronto披萨模拟案例并使我们得以使用服务模型软件。

我们要特别感谢那些曾给予我们鼓励并容忍我们在写作过程中与之中断社会联系的所有朋友。特别感谢Richard Reid和Janice Reid，多年来我们与他们进行过多次活跃的有启发性的交谈和活动，感谢他们允许我们使用其山区别墅。本书的第1版正是在他们位于新墨西哥州Jemez山幽静的别墅中完成的。在那里，我们得到了灵感。

詹姆斯 A. 菲茨西蒙斯

莫娜 J. 菲茨西蒙斯

本书概要

第一部分以服务在经济中的角色讨论开篇。我们首先概览了以经济活动为基础的历史演进，并就体验经济出现的讨论做了一个总结。接着，我们考虑了服务运营的独特特征，包括一个具有战略启示的服务分类。服务战略在这部分的最后一章。对一般服务竞争战略，以强调信息重要角色的方式进行研讨，并用虚拟价值链做了说明。

构建服务型企业来支持竞争战略是第二部分的主题。新服务是用一些技术开发出来的，比如服务蓝图，它用图解法表示发生在一系列可见的前台的和顾客不可见的后台运作的活动流。关于“服务中的技术”一章探索了服务自助的出现和互联网服务。服务质量传递的挑战问题通过比较顾客感知与预期来进行处理。支持性设备的重要性通过服务环境如何影响顾客和雇员的行为来体现。通过识别服务瓶颈和计算绩效指标，比如平均流程时间，本部分深入探讨了流程分析。“过程改善”章节描述了用于持续改进的工具和方案，并补充使用数据包络分析测量了服务生产力。服务接触描述了服务提供者与服务组织内顾客之间的互动。服务设施布局的战略重要性在这部分总结中用分析模型进行了探索。

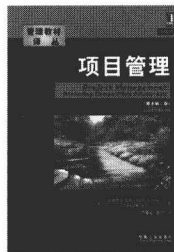
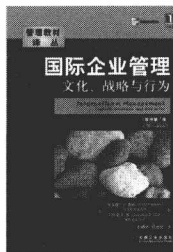
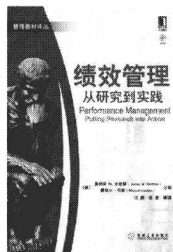
第三部分处理了日常运营管理的问题。我们开篇探讨了匹配服务供需的战略，包括收益管理。我们从心理学的视角解决排队管理的问题。服务供应关系包括专业服务的讨论和具有争议性的外包服务。其中一章专门用于讨论服务公司成长和服务全球化的重要性。我们通过以微软Project软件为基础讲述项目管理结束了这一部分。

第四部分专门讲述服务管理的定量模型。第16章使用排队模型处理能力规划问题，并补充运用了一个具有计算机模拟特征的服务模型动画软件。接下来，我们使用指数平滑模型研究了服务需求预测问题。最后，我们以服务库存管理结束了这一部分。

组织行为学和人力资源管理

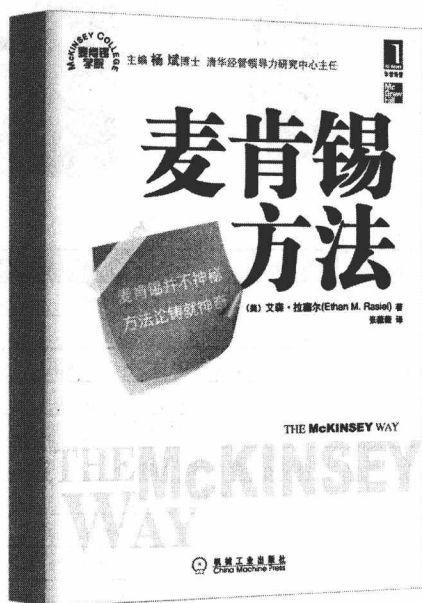
课程名称	书号	书名、作者及出版时间	版别	定价
组织行为学	978-7-111-38973-6	组织行为学(安德烈)(2012年)	外版	75
组织行为学	978-7-111-36291-3	组织行为学(第5版)(麦克沙恩)(2011年)	外版	69
组织行为学	978-7-111-37318-6	组织行为学(英文版·第5版)(麦克沙恩)(2012年)	外版	69
组织行为学	978-7-111-40000-4	组织行为学:基于战略的方法(第2版)(希特)(2012年)	外版	59
组织行为学	978-7-111-35338-6	组织行为学精要(第11版)(罗宾斯)(2011年)	外版	39
组织理论与设计	978-7-111-11013-7	组织理论与设计精要(第2版)(达夫特)(2002年)	外版	28
人力资源管理	978-7-111-35334-8	人力资源管理(第11版)(蒙迪)(2011年)	外版	69
人力资源管理	978-7-111-32512-3	人力资源管理(第11版)(中国版)(伊万切维奇、赵曙明)(2010年)	外版	48
人力资源管理	978-7-111-18761-X	人力资源管理(第6版)(卡肖)(2006年)	外版	56
人力资源管理	即将出版	人力资源管理(第8版)(卡肖)(2012年)	外版	69
人力资源管理	978-7-111-40189-6	人力资源管理(亚洲版·第2版)(德斯勒)(2012年)	外版	65
人力资源管理	978-7-111-35831-2	人力资源管理(英文版·第11版)(蒙迪)(2011年)	外版	49
人力资源管理	978-7-111-32926-8	人力资源管理(英文版·第11版)(伊万切维奇)(2011年)	外版	69
人力资源管理	978-7-111-38854-8	人力资源管理(英文版·第2版)(德斯勒)(2012年)	外版	69
人力资源管理	978-7-111-26643-3	人力资源管理:获取竞争优势的工具(第4版)(克雷曼)(2009年)	外版	42
人力资源管理	978-7-111-28324-9	人力资源管理:获取竞争优势的工具(英文版·第4版)(克雷曼)(2009年)	外版	56
人力资源管理	978-7-111-20492-3	人力资源管理基础(英文版·第3版)(德斯勒)(2007年)	外版	45
绩效管理	978-7-111-32467-6	绩效管理(史密瑟)(2010年)	外版	39
管理心理学	978-7-111-31391-5	工业组织心理学(第5版)(斯派克特)(2010年)	外版	58
组织行为学	978-7-111-39625-3	组织行为学(第2版)(陈春花)(2012年)	本版	39
组织行为学	978-7-111-26000-4	组织行为学(精品课)(王晶晶)(2009年)	本版	38
组织行为学	978-7-111-22033-6	组织行为学(精品课)(周菲)(2007年)	本版	35
组织行为学	978-7-111-33919-9	组织行为学(李爱梅)(2011年)	本版	29.8
组织行为学	978-7-111-27494-0	组织行为学(肖余春)(2009年)	本版	38
薪酬管理	978-7-111-24780-7	薪酬管理:理论与实务(刘爱军)(2008年)	本版	32
人力资源管理专业英语	978-7-111-21791-6	人力资源管理专业英语(张子源)(2007年)	本版	25
人力资源管理	978-7-111-29009-4	人力资源管理(张小兵)(2009年)	本版	29
绩效管理	978-7-111-26365-4	绩效管理:原理·方法·实践(李宝元)(2009年)	本版	38
公共关系学	978-7-111-39846-2	公共关系基础与实务(第2版)(朱权)(2012年)	本版	30
公共关系学	978-7-111-30887-4	公共关系理论与实务(精品课)(谭昆智)(2010年)	本版	32
公共关系学	978-7-111-39032-9	公共关系理论与实务(刘晖)(2012年)	本版	25
公共关系学	978-7-111-36288-3	公共关系理论与实务(杨再春)(2011年)	本版	36

管理教材译丛系列



课程名称	书号	书名、作者及出版时间	定价
组织理论与设计	978-7-111-11013-7	组织理论与设计精要(第2版)(达夫特)(2002年)	28
质量管理	978-7-111-22975-9	质量管理(第3版)(吉特洛)(2008年)	65
战略管理	978-7-111-19164-1	战略管理:获取竞争优势(汤姆森)(2006年)	52
战略管理	978-7-111-29071-1	战略管理:赢得竞争优势(第2版)(希特)(2010年)	48
运营管理	978-7-111-14285-3	运营管理基础(第4版)(戴维斯)(2004年)	48
项目管理	978-7-111-29823-6	现代项目管理(克罗彭伯格)(2010年)	49
项目管理	978-7-111-30704-4	项目管理(第2版)(宾图)(2010年)	59
领导学	978-7-111-39776-2	领导学:在实践中提升领导力(第7版)(哈格斯)(2012年)	69
国际企业管理	978-7-111-23519-4	国际管理(第5版)(德雷斯凯)(2008年)	56
国际企业管理	978-7-111-28020-0	国际企业管理:文化、战略与行为(第7版)(卢森斯)(2009年)	62
管理学	978-7-111-36487-0	管理学原理(第7版)(达夫特)(2011年)	69
管理沟通	978-7-111-24811-8	管理沟通:原理与实践(第3版)(哈特斯利)(2008年)	35
管理沟通	978-7-111-25651-9	商务与管理沟通(第8版)(洛克)(2008年)	59
服务管理	978-7-111-20038-1	服务管理:运作、战略与信息技术(第5版)(菲茨西蒙斯)(2006年)	58
创业管理	978-7-111-31277-2	创业管理:成功创建新企业(第3版)(巴林格)(2010年)	48
服务管理	即将出版	服务管理(第7版)(菲茨西蒙斯)(2012年)	59
IT项目管理	978-7-111-32728-8	IT项目管理(第6版)(施瓦尔贝)(2011年)	58
组织行为学	978-7-111-38973-6	组织行为学(安德烈)(2012年)	75
组织行为学	978-7-111-36291-3	组织行为学(第5版)(麦克沙恩)(2011年)	69
人力资源管理	978-7-111-35334-8	人力资源管理(第11版)(蒙迪)(2011年)	69
人力资源管理	978-7-111-18761-X	人力资源管理(第6版)(卡肖)(2006年)	56
人力资源管理	即将出版	人力资源管理(第8版)(卡肖)(2012年)	69
绩效管理	978-7-111-32467-6	绩效管理(史密瑟)(2010年)	39
商务谈判	978-7-111-39276-7	商务谈判(第5版)(列维奇)(2012年)	39
运输管理	978-7-111-26479-8	运输管理(第6版)(巴蒂)(2009年)	65
库存管理	978-7-111-15941-1	库存控制与管理(第2版)(沃尔特斯)(2005年)	39
供应链(物流)管理	978-7-111-27762-0	供应链管理:获取竞争优势的科学方法(霍普)(2009年)	35
供应链(物流)管理	978-7-111-27188-8	供应链管理:原理与工具(韦伯斯特)(2009年)	48
采购与供应管理	978-7-111-27379-0	采购与供应管理(第13版)(利恩德斯)(2009年)	65
管理信息系统	978-7-111-29026-1	管理信息系统(克伦克)(2009年)	48
管理信息系统	978-7-111-19212-5	信息系统概论(第12版)(奥布赖恩)(2006年)	58

推荐阅读



麦肯锡方法

作者：艾森·拉塞尔 ISBN：978-7-111-29271-5 定价：39.00元

经管图书畅销榜上的长青树

麦肯锡并不神秘，方法论铸就神奇

——丛书主编 杨斌（清华经管领导力研究中心主任）

外企员工入职培训的常备书

麦肯锡意识

作者：艾森·拉塞尔 ISBN：978-7-111-29272-2 定价：35.00元

麦肯锡传奇(珍藏版)

作者：伊丽莎白·哈斯·埃德莎姆 ISBN：978-7-111-30375-6 定价：39.00元

麦肯锡工具

作者：保罗·弗里嘉 ISBN：978-7-111-28355-3 定价：32.00元



北航

C1633935

目 录

译者序
作者简介
前言
本书概要

第一部分 了解服务

第1章 服务在经济中的作用……2

- 1.1 本章概要 ……2
- 1.2 服务的定义 ……3
- 1.3 服务在经济中的促进作用 ……3
- 1.4 经济演进 ……4
- 1.5 经济发展的几个阶段 ……6
- 1.6 服务业的性质 ……7
- 1.7 新体验经济 ……9
- 1.8 服务部门发展的源泉 ……11
- 1.9 小结 ……13

- 服务标杆：沃尔玛是《财富》
500强企业的第一名 ……13
- 关键术语及其定义 ……13
- 讨论题 ……13
- 互动练习 ……14

第2章 服务的性质 ……15

- 2.1 本章概要 ……16
- 2.2 服务运营的特征 ……16
- 2.3 服务的无主权特性 ……19

- 2.4 服务包 ……19
- 2.5 通过服务传递过程对服务
分类 ……21
- 2.6 具有战略启示的服务分类 ……23
- 2.7 服务主导逻辑 ……26
- 2.8 服务的开放系统观点 ……28
- 2.9 小结 ……29

- 服务标杆：突破 ……29
- 关键术语及其定义 ……29
- 讨论题 ……30
- 互动练习 ……30
- 案例2-1 沃尔沃村 ……30
- 案例2-2 Xpresso 润滑油公司 ……31

第3章 服务战略 ……34

- 3.1 本章概要 ……34
- 3.2 战略性服务的愿景 ……35
- 3.3 把握服务竞争环境 ……36
- 3.4 服务竞争战略 ……37
- 3.5 战略分析 ……39
- 3.6 在市场中赢得顾客 ……41
- 3.7 信息在服务业中的竞争作用 ……42
- 3.8 虚拟价值链 ……46
- 3.9 制约信息利用的因素 ……48
- 3.10 利用信息将顾客分类 ……49
- 3.11 服务性企业竞争力阶段 ……49

3.12 小结	51	5.3 自助服务的出现	85
服务标杆：中心市场避开传统做法 和著名产品	52	5.4 服务自动化	86
关键术语及其定义	53	5.5 作为服务助推器的互联网	87
讨论题	53	5.6 电子商务	88
互动练习	53	5.7 电子商务模式	90
案例3-1 联合商业银行和埃爾 班科	53	5.8 规模扩展的经济性	91
案例3-2 Alamo Drafthouse	56	5.9 服务中的技术创新	92
		5.10 小结	94
		服务标杆：最佳实践只是点击	94
		关键术语及其定义	94
		讨论题	94
		互动练习	95
		案例5-1 Amazon.com	95
		案例5-2 日本B2C电子商务的 进程	97
第二部分 构建服务型企业			
第4章 新服务开发	60	第6章 服务质量	100
4.1 本章概要	61	6.1 本章概要	100
4.2 服务革新	61	6.2 定义服务质量	101
4.3 新服务开发	63	6.3 测量服务质量	104
4.4 服务设计的因素	64	6.4 通过设计提高服务质量	104
4.5 通过流程结构进行战略定位	66	6.5 步行穿越调查	109
4.6 服务蓝图	67	6.6 实现服务质量	113
4.7 服务流程设计的分类	68	6.7 服务补救	119
4.8 服务系统设计的一般方法	70	6.8 质量开发步骤	121
4.9 知识产权	76	6.9 小结	122
4.10 小结	77	服务标杆：Bronson教会医院	122
关键术语及其定义	77	关键术语及其定义	123
讨论题	77	讨论题	123
互动练习	77	互动练习	123
案例4-1 100日元寿司店	77	例题	123
案例4-2 “为通勤人员洗衣”—— 一份新企业建议书	79	练习题	124
案例4-3 高尔夫史密斯	81	案例6-1 Clean Sweep公司	126
		案例6-2 抱怨信	127
第5章 服务中的技术	83		
5.1 本章概要	84		
5.2 服务接触中的技术	84		

案例6-3 艺术与 设计博物馆	129	案例8-1 Senora 县郡治安官	174
第7章 支持设施与流程	132	案例8-2 Mega Bytes饭店	175
7.1 本章概要	132	附录8A 数据包络线分析	179
7.2 环境心理和定向	133	练习题	186
7.3 服务场景	133	案例8-3 中大西洋巴士公司	186
7.4 设施设计	136	第9章 服务接触	187
7.5 流程分析	139	9.1 本章概要	187
7.6 设施布局	143	9.2 服务接触中的三元组合	188
7.7 小结	148	9.3 服务组织	190
服务标杆：哪里，我们将去哪里	148	9.4 与顾客接触的员工	192
关键术语及其定义	148	9.5 顾客	194
讨论题	149	9.6 服务接触概览	196
互动练习	149	9.7 创建顾客服务导向	197
例题	149	9.8 服务利润链	198
练习题	151	9.9 小结	199
案例7-1 健康维护组织 (A)	153	服务标杆：曼纳小姐对抱怨	
案例7-2 健康维护组织 (B)	154	的处理	200
案例7-3 ESQUIRE 百货商店	154	关键术语及其定义	200
案例7-4 中央市场	155	讨论题	201
第8章 过程改善	158	互动练习	201
8.1 本章概要	158	案例9-1 艾米冰淇淋	201
8.2 质量和生产力的改进过程	159	案例9-2 ERAC租车公司	203
8.3 分析、解决问题的质量工具	160	第10章 服务设施定位	206
8.4 标杆管理	165	10.1 本章概要	207
8.5 服务质量改进计划	166	10.2 战略定位	207
8.6 小结	173	10.3 定位决策中的回归分析	210
服务标杆：在服务、教育和医疗		10.4 地理信息系统	211
卫生领域，鲍德里奇国家质量		10.5 建模注意事项	212
奖的获奖者	173	10.6 设施定位技术	215
关键术语及其定义	173	10.7 小结	221
讨论题	174	服务标杆：无处不在的面包店	221
互动练习	174	关键术语及其定义	222

讨论题	222
互动练习	222
例题	222
练习题	224
案例10-1 健康维护组织 (C)	225
案例10-2 Athol 家具公司	226

第三部分 服务运营管理

第11章 生产能力和需求管理 230

11.1 本章概要	230
11.2 能力水平或需求的一般 战略	231
11.3 需求管理战略	232
11.4 能力管理战略	237
11.5 收益管理	243
11.6 小结	248

服务标杆：把握好预先支付的

冒险行为	248
关键术语及其定义	249
讨论题	249
互动练习	249
例题	249
练习题	251
案例11-1 河流城市国家银行	252
案例11-2 Gateway国际机场	254
案例11-3 收益管理分析师	256
案例11-4 Sequoia航空公司	259

第12章 排队管理 261

12.1 本章概要	262
12.2 等待经济学	262
12.3 排队系统	262
12.4 等待的心理	263

12.5 排队管理的原则	265
12.6 排队系统的基本特征	268
12.7 小结	277

服务标杆：队伍中等待5分钟久于

 高负荷工作5分钟 277

关键术语及其定义	277
讨论题	277
互动练习	278
例题	278
练习题	278

 案例12-1 节俭租车公司 278

 案例12-2 眼睛将注视你 280

第13章 服务供应关系 282

13.1 本章概要	282
13.2 供应链管理	283
13.3 服务供应关系	285
13.4 管理服务关系	287
13.5 专业服务机构	289
13.6 服务外包	292
13.7 小结	296

服务标杆：在Lynchburg，市民

 第一 296

 关键术语及其定义 297

 讨论题 297

 互动练习 297

 案例13-1 Boomer 咨询公司 297

 案例13-2 Peapod——为繁忙的
 人提供的明智购物 300

 案例13-3 抵押服务游戏 302

第14章 服务全球化 305

14.1 本章概要	306
14.2 国内增长和扩张战略	306