

· 管理教材译丛 ·

21世纪管理经典教材系列

HZ BOOKS
华章经管

服务管理

运营、战略和信息技术

(美) 詹姆斯 A. 菲茨西蒙斯 莫娜 J. 菲茨西蒙斯 著
张金成 范秀成 等译

**Service
Management:**
Operations, Strategy
and Information
Technology

(第2版)

(Second Edition)



机械工业出版社
China Machine Press



McGraw-Hill

F719
12

21世纪管理经典教材系列

· 管理教材译丛 ·

服务管理

运营、战略和信息技术

(第2版)

(Second Edition)

Service
Management:
Operations, Strategy
and Information
Technology

(美) 詹姆斯 A. 菲茨西蒙斯 著
莫娜 J. 菲茨西蒙斯
张金成 范秀成 等译



机械工业出版社
China Machine Press

本书基本上涵盖了服务管理的所有重要理论,从服务业与经济的关系讲起,逐步展开,依次涉及如下内容:服务的内涵与竞争战略、服务性企业的构建、服务运营管理、迈向世界级的服务、定量模型在服务领域的应用。书中针对不同专题均配有相应的案例与习题,以加强读者对所学知识的掌握。本书适合于工商管理专业的研究生、本科生作教材使用,对于从事服务管理工作的企业管理人员和服务管理研究人员也有重要的参考价值。

James A. Fitzsimmons, Mona J. Fitzsimmons: *Service Management: Operations, Strategy and Information Technology*, 2nd ed.

Copyright © 1998 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

All rights reserved. For sale in Mainland China.

本书中文简体字版由McGraw-Hill公司授权机械工业出版社在中国大陆境内独家出版发行,未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有,侵权必究。

本书版权登记号: 图字: 01-1999-3056

图书在版编目(CIP)数据

服务管理:运营、战略和信息技术:第2版 / (美)菲茨西蒙斯(Fitzsimmons, J. A.), (美)菲茨西蒙斯(Fitzsimmons, M. J.)著;张金成,范秀成等译. -北京:机械工业出版社, 2000.3

(管理教材译丛)

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

ISBN 7-111-07746-6

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

中国版本图书馆CIP数据核字(1999)第55505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:邓瑞华 版式设计:陈子平

北京第二外国语学院印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2000年3月第1版第1次印刷

787mm × 1092mm 1/16 · 28.25印张

定价:45.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

21世纪管理经典教材系列

编委会名单

主 编: 李维安 教授 博士生导师

副 主 编: 韩经纶 教授 博士生导师

齐寅峰 教授 博士生导师

韩伯棠 教授 博士生导师

范秀成 教授

主编助理: 柳茂平 副教授

编 委: (以下按姓氏笔画为序)

丁慧平 教 授

王全喜 副教授

冯燕奇 教 授

刘志远 教 授

刘鼎铭 教 授

孙 非 副教授

李国津 教 授

宋国防 副教授

陈国欣 副教授

邱立成 教 授

严建援 副教授

张金成 教 授

林国龙 副教授

周祖城 副教授

赵 伟 博 士

韩德昌 教 授

出版书名

管理学精要·亚洲版(21世纪美国管理教材系列)

物流管理(管理教材译丛)

管理控制系统(哈佛大学教授作品集)

多国管理(管理教材译丛)

人力资源管理(MBA教材精品译丛)

组织理论与设计精要(管理教材译丛)

经理人员的财务管理

消费者行为学(营销教材译丛)

领导与战略规划

投资组合管理(财务与金融教材译丛)

成功的项目管理

当代市场调研(营销教材译丛)

服务管理(管理教材译丛)

商务与经济统计(经济教材译丛)

信息时代的管理信息系统(管理教材译丛)

国际市场营销(营销教材精品译丛)

管理经济学(MBA教材精品译丛)

管理科学与运筹学(管理教材译丛)

生产与运作管理(MBA教材精品译丛)

原作者

Koontz

Donald J. Bowersox

Robert N. Anthony

John B. Cullen

Lawrence S. Kleiman

Richard L. Daft

Gabriel Hawawini

Henry Assael

Annabel Beerel

James L. Farrell, Jr.

Jack Gido

McDaniel/Gates

James A. Fitzsimmons 张金成

David R. Anderson

Haag Cummings

Philip R. Cateora

James R. McGuigan

Peter C. Bell

Richard B. Chase

译者

丁慧平

林国龙

许 锐

邱立成

孙 非

李维安

王全喜

韩德昌

赵 伟

齐寅峰

张金成

范秀成

范秀成

张建华

严建援

周祖城

李国津

韩伯棠

宋国防

南开大学国际商学院策划

机械工业出版社出版

迎接管理创新时代的到来

——“21世纪管理经典教材系列”总序

20世纪初泰勒《科学管理原理》一书的问世，标志着人类告别经验管理的时代，进入了科学管理的殿堂。本世纪科学技术的突飞猛进，推动着现代管理思想和理论的日新月异。从40年代开始，行为科学、数理学派、权变管理、企业文化、公司再造等管理理论的创立和运用，无不闪烁着人类智慧的光芒。今天，融科学性于艺术性于一体的开放型管理又将管理科学推上了一个新的台阶。

20世纪末是人类社会发展史上又一个崭新的、关键性的时期。世界经济的发展变化呈现出两大趋势，一是全球化，二是市场化。经济发展、科技进步和信息革命一浪高过一浪，将世界带入了前所未有的全球化时代；而市场化改革则使全球性竞争更加激烈，给企业的发展带来了全方位的挑战。经营多角化的过度展开或收缩使企业面临着不同的命运，波音与麦道、奔驰与克莱斯勒、埃克森与美孚的合并，不仅强化了人们对经济全球化的认识，也使它们遍布全球的同行和竞争对手们更加望尘莫及。正当人们翘首企盼21世纪曙光的时刻，世界经济也在发生着巨大而深刻的变化。在西方世界迎接知识经济时代到来之时，曾经创造了世界经济奇迹的东南亚却深深地陷入了金融风暴……这一切都使我们更加清醒地认识到，21世纪带给我们的将是更为严峻的挑战。而如何迎接这一世纪性的挑战，则成为各国政府、企业界和理论界共同关注的课题。

中国经过20年改革开放的风雨历程，正在进入竞争日趋激烈的世界大市场，融入国际经济大循环。20年的经济改革，中国取得了举世瞩目的成就，也逐步确立了一个大国的地位，这已是不争的事实。应当看到，随着国际市场竞争的日益激烈和管理水平的不断提高，中国经济要在全球化和经济一体化的国际竞争中发展，一方面应在宏观上把握经济的运行规律，搞好宏观调控；另一方面，也即更为重要的方面，是要在企业层面进行管理创新。随着国有企业初次创业制度安排的实现与完成、具有差别性的优惠政策的取消，改革的先发效应已变得不再明显。在现代企业制度相继建立后，对于处在同一平台上的企业来说，要在竞争中取胜，还必须进行以管理创业为主导的“二次创业”，彻底转变在计划经济体制下形成的行政型、经验型、粗放型的管理模式，使之向市场化、知识化、集约化的方向发展，实现经营管理的现代化。也就是说，中国即将进入一个与管理相结合的改革和与改革相结合的管理的新时期。在这一时期，谁能够最快地吸收各种管理学的最新知识，谁就会获得竞争的主动权；谁拥有更多的知识，谁能够通过管理创新把更多的知识组合成独特的能力，谁就能够赢得未来。

作为祖国改革开放事业的见证人和参与者，尤其是作为推动管理创业、管理创新浪潮的管理学者，我们有义务、有责任为我国管理学科的发展添砖加瓦。我们在机械工业出版社支持下策划推出的“21世纪管理经典教材系列”，目的正是在于以最快的速度 and 最优的质量，把世界上最新的、一流的并被广泛使用与研读的教材以全面、成系列的方式介绍给我国的广大读者，为我国现代化管理事业及其人才的培养做出贡献。

在选择列入本系列的教材时，我们提出了一个口号：“与美国同步”。与此同时，还遵循了三个原则，即代表最新现代管理思想的权威之作、代表美国一流水平且在美国大

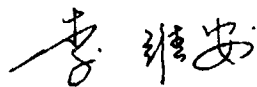
学中广泛使用的教科书的最新版本、对中国现代管理人才培养急缺的教材。在世界管理学科的发展史上，影响深远的管理学说、耳熟能详的管理大师大多出自美国。“与美国同步”，可以使读者迅速有效地了解与掌握管理科学的最新理论与发展趋势。

在坚持上述原则的基础上，作为全面、成系列的管理教材，本系列还具有以下几个特点：(1) 注重系统性。首批以MBA教材为主，基本涵盖了我国目前MBA教学大纲中的所有核心课程。(2) 突出专业化。结合MBA教育向专业化方向发展的趋势，分别在财务、营销和一般管理等几个专业方向推出三门以上课程教材。(3) 强调权威性。所选的原著大多数为各学科领域著名教授所著、在国外广为采用的教材。(4) 关注学科新动态，增加了反映新学科分支的教材，如服务管理、后勤管理。(5) 便利教学使用。大多数教材中提供了有关网址并配有成套的教学辅助材料。

此外，本系列教材还特别注重良好的适用范围。该系列可以作为MBA的系列教材和大学教师教学及科研的参考书。那些运筹帷幄、决战商场的企业家们，那些想直接学习和掌握当代国外最新管理知识的学子们，也可以从本系列教材中汲取丰富的营养。

我们组织翻译这套“21世纪管理经典教材系列”，还出于对我国高等管理教育改革和学科建设的密切关注。在建设一流管理学科方面，一流的教材建设是最基本、最重要的内容之一。而迅速、高质量地引进国外最新的一流教材，则是教材建设中十分必要和有效的途径。在我国的MBA教育方面，这一点尤为突出。90年代以来，我国的MBA教育取得了很大发展。1991年，国务院学位办授权包括南开大学在内的9所院校试办MBA教育，1994年授权学校增加到26所，1998年则扩大到56所，招生规模也从1991年的86人增加到1998年的4000余人。我国MBA教育的发展前景十分广阔，但在教材选择等方面存在着许多需要解决的问题。作为在国内外有相当知名度的高等学府和专门培养高级工商管理人才的管理类专业学院，我们愿意与我们的合作伙伴一道，弘扬“允公允能，日新月异”的精神，同时积极寻求兄弟院校的大力支持与合作，为我国的高等管理教育乃至我国的经济建设作出自己的贡献。

在积极地引进和学习西方先进管理理论的同时，我们也应当看到，每一项成功的管理模式，都是管理理论和具体实践相结合的产物。任何一种先进的管理理论，都不可能“放之四海而皆准”。我们要有鉴别地吸收其对我国的社会主义市场经济建设有借鉴价值的内容，并切实注意与中国企业的实际情况相结合。自古以来，先贤们为我们留下了以《孙子兵法》为杰出代表的博大精深的管理思想。我们相信，在改革开放的新时期、在中华民族复兴的关键时刻，我们一定能在吸收国外先进管理思想精华的基础上，创立更加灿烂辉煌的有中国特色的管理理论！



管理学博士、经济学博士
管理学教授、博士生导师
南开大学国际商学院院长

1998年12月4日

译者简介

张金成 南开大学国际商学院现代管理研究所教授、博士生导师，天津质量管理协会理事，天津企业管理协会、企业家协会特邀研究员，天津市优秀企业评审委员会委员，美国摩托罗拉公司摩托罗拉大学兼职教授，中心设在美国波士顿大学的从事世界制造业发展前景研究的国际学术组织的中方两位负责人之一。

主要从事企业战略管理、服务管理、生产管理等方向的研究以及生产管理、质量控制与管理的教学工作。近年来，先后共主持、参加完成国家、省、部级研究项目6项。主编和参加编写《企业再造工程》、《最新国际企业管理》、《中国军事艺术》等多部论著，在国内和美、英等国外学术刊物上发表论文20多篇。

多年来热心于国际和地区学术交流与合作，曾受国家派遣以援外专家组长身份在也门亚丁大学任教，曾赴美国犹他大学、加拿大不列颠-哥伦比亚大学、日本神户大学、香港城市大学和浸会大学进行学术访问和研究，与国内学者和天津市许多知名企业家建立了良好的合作关系。

近年曾为许多企业进行管理培训，例如摩托罗拉公司、SEW-EURODRIVE有限公司、伊莱克斯公司、奥士达公司、珠海华丰集团公司、天津顶益国际食品有限公司、大港石油管理局、深圳特立集团公司、平海湾集团公司和天津玻壳公司等。

培训专题课程有《企业再造工程》、《制程统计品管SPC I》、《制程统计品管SPC II》、《组织绘画与分析》、《生产周期管理》、《6σ管理》、《JIT生产方式》、《标杆管理》、《TQM与ISO9000系列标准》等。

范秀成 1965年出生于山西太原，1993年获得经济学（企业管理专业）博士学位，现任南开大学国际商学院市场营销系教授，《南开管理评论》副主编。多年来从事市场营销教学和科研工作，在国内外公开发表学术论文30多篇，主编或参编出版专著、教材、辞书等12部，完成科研项目多项。目前主持国家自然科学基金、国家教育部社科规划项目、中欧高等教育交流项目等3项课题研究。1995年9月至1996年9月作为富布莱特访问学者在美国宾夕法尼亚大学沃顿商学院从事营销战略研究，1997年3月至1998年1月在芬兰瑞典文经济管理学院关系营销与服务管理研究中心从事服务营销管理研究；先后在美国犹他大学、扬百翰大学、美国国际大学圣迭哥分校、美国圣玛丽学院、芬兰瑞典文经济管理学院和约阿苏大学等讲学。近年主要研究领域为：营销战略、品牌资产与名牌战略、服务营销管理、关系营销。兼任创越咨询公司市场营销高级顾问师，为国内外数十家企业开展培训和咨询工作。

译者序

服务活动无处不在，无时不有。随着人类社会的发展，服务在社会经济中的地位和作用与日俱增。第二次世界大战后，西方发达国家陆续进入服务社会，服务业取代制造业成为最大的经济部门。近年来，在发达国家中，服务业占总就业的比例和占国民经济的比重均在60%以上，个别国家接近80%；新增就业机会大多数来自服务业，服务已成为国际贸易的重要组成部分。

国外对服务管理的集中研究大体始于70年代。当时，西方国家对服务业放松管制带来了服务业竞争的空前激化，不少传统的垄断性行业转变为竞争性行业。经营环境的变化促使企业寻求提高管理水平和竞争力的方法。然而，当人们试图借助于基于制造业的传统的管理理论和方法时却发现，它们在解决服务问题时有诸多限制。在这种背景下，来自于市场营销、生产运营和人力资源管理等不同学科的学者从不同角度，致力于开发适合服务特性的管理理论和方法。经过10多年的努力和不同学科分支研究的相互渗透和整合，服务管理这门新兴的学科初步形成。目前，国外多数管理学院（商学院）都开设有服务管理方面的课程。有专家曾指出，如果没有服务管理方面的课程，那么，MBA项目将是不完整的。

改革开放以来，我国的服务业得到迅猛发展。服务业占国民生产总值的比重达到1/3；部分服务行业，如旅游和电信，正在成为新的支柱产业；一批新的服务行业如雨后春笋般涌现，不仅吸纳了大量的就业人员，而且改变了人们的生产和生活方式。不仅如此，许多生产企业也将服务作为参与市场竞争的重要手段，通过改善服务寻求差别化竞争优势。应该承认，我国企业目前的服务管理水平还不高，与发达国家企业相比有较大差距，因此，学习和借鉴国外先进的服务管理经验和方法是非常必要的。

《服务管理：运营、战略和信息技术》一书是由美国得克萨斯大学奥斯汀分校的詹姆斯A.菲茨西蒙斯教授与其夫人合著的，是目前国外为数不多的几部服务管理教材中的佼佼者。菲茨西蒙斯教授是运营管理方面的著名专家，也是服务运营研究领域的开拓者之一。本书的特点是突出了服务运营、信息技术在服务业的应用及服务战略，适合于工商管理专业的研究生、本科生作教材使用，对于从事服务管理工作的企业管理人员和服务管理研究人员也有重要的参考价值。

我们真诚希望本书的出版能够对我国服务管理的研究起到一定的推动作用，使之真正成为“服务管理领域全球对话的开端”（见本书“致中国读

者”)。

本书的翻译工作是集体合作的成果。具体分工是：范秀成教授和张金成教授负责全书翻译的组织协调工作；范秀成、李明、姚卫山、高琳、崔晨、刘毅、吴文智、肖静翻译第1、2、3、5、9、10、13、14、15章；张金成、韩连胜、王纲夫、魏洪君、何伟、陈雅歆、李鲲鹏、任燕飞等翻译4、6、7、8、11、12、16、17、18章。范秀成翻译了前言、目录、作者简介、本书概要等其他内容。范秀成和张金成对全书初稿进行了校对和修改，最后由范秀成统一校对和统稿、定稿。此外，赵明铭、张大勇、金向东、陈晓愚、张永贞、李晓亮等同志对翻译工作也提供了许多帮助，在此表示感谢。

由于时间紧，译者水平有限，再加上目前中文本的服务管理论著很少，书中不少专业术语尚无比较统一的中文译法。在翻译过程中虽几经推敲，一定还有不少不妥之处，敬请读者批评斧正。

范秀成、张金成
1999年9月于南开大学

作者简介

詹姆斯A.菲茨西蒙斯 (James A. Fitzsimmons) 是美国得克萨斯大学的 William H. Seay Centennial 讲座教授, 先后获得密执安大学工业工程理学学士学位、西密执安大学工商管理硕士 (MBA) 学位、加利福尼亚大学洛杉矶分校博士学位。他的主要研究兴趣是服务管理, 曾于1983年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。由他设计的名为CALL的计算机软件被全球大城市广泛运用于规划急救系统。咨询对象主要包括: 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、通用汽车公司、La Quinta汽车旅馆、灰狗长途汽车公司、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、赫尔辛基经济管理学院。他曾获得密执安州的资格认证, 作为工业工程师任职于康宁玻璃公司和休斯飞机公司。此外, 他曾作为军官, 在美国空军中负责过基地建设项目。他在得克萨斯大学管理系担任博士研究生导师长达8年, 先后获得6次教学优秀奖。他是运营管理学会的创始人之一及首批理事, 决策科学研究院副主任, 并担任《决策科学》杂志副主编达10年之久。与他人合著多部著作, 作为第一作者或合作者在刊物上公开发表论文40多篇。目前, 他担任《运营管理学报》副主编和《服务业管理国际学报》编委。

莫娜 J. 菲茨西蒙斯毕业于密执安大学, 获新闻学本科学位, 辅修化学和心理学。她的研究生专业为地理学, 曾在一些公立和私立学校及大学任过教, 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和做过编辑工作, 并为McGraw-Hill公司于1982年出版的由詹姆斯A.菲茨西蒙斯和罗伯特S.苏利文 (Robert S. Sullivan) 所著的《服务运营管理》一书进行过编辑加工。她曾参与红十字会水生动物及野生动物保护项目的工作。现在, 她是一位自由的消费者保护活动家, 对于环保、医疗系统中病人和医生的责任、减轻烟草对健康和财务方面的社会影响等问题具有特别的兴趣。

致中国读者

《服务管理：运营、战略和信息技术》一书中译本的问世是世界经济演进过程中的一个里程碑。人们面临的从事知识型工作的挑战和相应的经济繁荣正在成为一种全球化的现象。近年来，许多国家中服务业从业人口迅速增长，服务业因而成为其最大的经济部门。本书中译本的问世使得世界上人口最多的国家的人们能够更容易地接触到先进的服务管理实践。我们希望这只是全球对话的开端，每个人都可以学习和分享服务管理新的不同的方法。

詹姆斯A. 菲茨西蒙斯

莫娜J. 菲茨西蒙斯

1999年9月6日

于美国得克萨斯州奥斯汀市

前 言

本书为那些在大专院校从事管理、教学工作及学习的人提供了有利的工具。未来的经济、社会和环境的发展有赖于创造性的服务管理。

服务渗透在人们生活中的方方面面，如餐饮服务、交通服务和急救服务。我们自己的福利和整个经济的福利都是建立在服务基础上的。制造和农业活动是必不可少的，但是我们食用的食物和能够使用的产品总是有限的。然而，人们对经验性的服务的欲望是无限的。

在过去十年中，服务运营管理已发展成为一门涵盖所有服务行业的学科。例如，在本书作者的推动下，决策科学研究院(DSI)在1987年的波士顿会议上将服务运营管理作为一个学科分支；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会议在法国召开，吸引了来自运营管理、市场营销、组织行为等学科的众多学者。这次会议进一步明确了服务管理多学科交叉的性质。为了突出服务管理的整合性，将“运营”两字去掉。在1996年DSI奥兰多会议之后，为了向对服务管理感兴趣的教师和学生提供支持，建立了因特网站(<http://soma.byu.edu>)。

第2版新增加了有关项目管理和库存管理方面的两章内容，以便使本书适用于运营管理基础课的教学。从服务经济中未来的就业机会看，现在所有的工商管理类学生都应学习运营管理。正如我们在第1版中所提到的，新的就业机会几乎完全由服务业创造，其中包括许多高技术企业提供的高薪职位。不仅如此，服务业还蕴藏着丰富的创业机会。

第2版将书名进行了调整，以突出本书的三个主题。首先，本书致力于以开放系统观点考察服务运营管理，这意味着顾客要参与服务传递过程。其次，对服务企业来说，“过程就是产品”，因此，不能将营销和战略问题与运营隔离，不能忽视与顾客接触有关的行为问题。最后，信息技术是持续改进服务质量和提高服务生产力的推动力。

本书强调了服务管理的基本特性，其主要特色有：

- 可读性强。书中引用了大量的实例，其中大多数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。
- 将营销、运营和人的行为作为有效服务管理的核心。
- 不少人认为，可以不必考虑不同的经营环境而将制造业的管理原理直接应用于服务企业。为了澄清这种错误认识，本书特别突出了服务在社会中的作用和服务传递系统的特征。
- 为了阐明信息在服务管理中的战略地位，书中包括了信息技术的内容，如收益管理和数据开发分析。
- 本书重点讨论了持续改进质量和提高生产力在全球化环境中竞争的必要性。

- 为便于阅读，所有定量模型都放入各章的附录或第6部分。
- 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意义。

• 每章都设有概要、小结、讨论题和案例，在适当的章节列出了练习题。

本书第2版在体例上增加了新的特色。每章都设有：

- 学习目标。帮助学生把握各章要介绍的主要问题。
- 服务标杆。介绍了服务业杰出企业的经典案例。
- 关键术语及其定义。在章末列出，方便学生查阅和记忆。
- 解题步骤。在练习题前列出，详细说明定量解题的步骤。

有几位正直、机智、富有远见的同事审阅本书初稿，我们对此感到非常荣幸。他们的详细评论、见解和建议在本书很多地方都得到体现。特别感谢审阅第1版的同行：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、Bentley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Shery Kimes、新墨西哥大学的Richard Reid。

第2版从下述审阅者建设性的评论中受益匪浅，他们是：纽约大学的Kimberly A. Bates、加利福尼亚州立大学北岭分校的Avi Dechter、东卡罗莱那大学的Scott A. Dellana、康奈尔大学的Sherry Kimes、范德比尔特大学的Larry J. LeBlanc、丹佛城市州立学院的Robert Lucas、阿克隆大学的Barbara A. Osyk、佛罗里达州立大学的Michael J. Showalter、Clemson大学的V. Sridharan、南伊利诺斯大学Carbondale分校的Suresh K. Tadisina。

得克萨斯大学奥斯汀分校的博士生吴方协助作者开发了增加的练习题并制作PowerPoint授课文稿。我们还要感谢Melba L. Jett在编辑方面的专长和在整个写作过程中给予我们的鼓励。捐赠本书作者之一讲座教授基金的William H. Seay慷慨提供了个人电脑、打印机和软件，使得本书的写作成为一个愉快的经历。

我们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版是在他们位于新墨西哥州Jemez山幽静的别墅中写作完成的。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

第一部分首先讨论服务在经济中的作用，从经济活动的角度考察了从农业到工业化社会再到服务经济的社会发展演变过程。然后，以开放系统的观点，阐述了服务运营的独特特征。这一部分分析了服务企业所处的环境，为进一步研究服务管理奠定了基础。

第二部分首先提出了战略服务概念，随后讨论了总体成本领先、差别化和集中这三种一般性的服务竞争战略。在服务企业，将营销和运营整合是必要的，有助于确保市场定位和服务竞争战略的实现。对于服务企业来说，信息技术发挥着核心战略作用。它可以作为一种资产和改进生产力的源泉，可以用来设置进入壁垒并带来收入。信息的竞争作用在虚拟价值链概念中得到体现。这是第2版新增加的内容。

通过构建服务企业支持竞争战略是第三部分的主题。通过使用被称为蓝图设计的流程图概念，可以对服务传递系统进行设计。蓝图设计明确地区分了与顾客接触的前台作业和幕后的后台作业的区别。之后，从顾客参与和运营效率的角度，分析了设施设计和布局问题。利用分析模型，可以确定将服务设施安置在哪里。最后，第2版中新增加了有关服务项目管理的一章内容。

日常运营管理是第四部分的主题。首先讨论了服务接触，描述了服务提供者与顾客交互的作用。一旦建立了顾客服务导向，服务质量管理便容易进行了。这部分还从心理学的角度分析了排队问题。第2版新增了有关辅助物品管理的一章内容。由于服务的性质对协调生产能力和需求带来的挑战，我们讨论了相应的管理战略及收益管理的概念。

第五部分阐述了实现世界级服务的战略。从服务企业竞争力阶段的角度，分析了持续的质量和生产力改进的概念。第2版中对增长和扩张战略的讨论增加了全球化服务战略的新材料。

第六部分包括了在服务业有重要用途的部分定量决策模型。着重介绍了服务需求预测、生产能力规划的排队模型、线性规划模型等，用微软Excel Solver软件说明了这些模型的应用。这也是第2版的特色。

目 录

迎接管理创新时代的到来

译者简介

译者序

作者简介

致中国读者

前言

本书概要

第一部分 服务与经济

第1章 服务在经济中的作用2

- 1.1 本章概要3
- 1.2 经济演进3
- 1.3 经济发展的几个阶段5
- 1.4 服务业的性质6
- 1.5 服务管理者的作用8
- 1.6 小结11

关键词11

讨论题11

服务标杆: 90年代新的工作来自服务业,
而且报酬很高12

第2章 服务的性质14

- 2.1 本章概要15
- 2.2 服务分类15
- 2.3 服务包17
- 2.4 服务运营的特征18
- 2.5 服务的开放系统观点22
- 2.6 小结23

关键词23

讨论题23

服务标杆: 更有效地竞争, 需放宽视野23

案例: 沃尔沃村24

第二部分 服务概念与竞争战略

第3章 服务战略28

- 3.1 本章概要28
- 3.2 战略性服务概念28
- 3.3 具有战略启示的服务分类30
- 3.4 认识服务竞争环境33
- 3.5 服务竞争战略34
- 3.6 在市场中赢得顾客36
- 3.7 小结37

关键词37

讨论题38

服务标杆: 中心市场避开传统做法和
著名产品38

案例: 美国西部航空公司39

第4章 服务与信息技术41

- 4.1 本章概要41
- 4.2 服务业中的技术创新42
- 4.3 信息在服务业中的竞争作用45
- 4.4 虚拟价值链49
- 4.5 制约信息利用的因素50
- 4.6 小结51

关键词51

讨论题52

服务标杆: Frito-Lay公司在现场应用
掌上电脑52

案例: 无处不在的小曲奇饼店铺52

第三部分 构建服务企业

第5章 服务传递系统56

- 5.1 本章概要56
- 5.2 服务蓝图57
- 5.3 通过流程结构进行战略定位58
- 5.4 服务流程设计的分类59
- 5.5 服务系统设计的一般方法61
- 5.6 小结66

关键词66

讨论题67

服务标杆: PacBell的实验67

案例: 100日元寿司店68

案例: “为通勤人员洗衣”——一份新
企业建议书70

本章附录: 运输路径73

实例77

练习题79

案例: 《Paley月报》的班车80

案例: 机场服务公司81

第6章 支持设施83

- 6.1 本章概要84
- 6.2 设计84
- 6.3 布局86

6.4	流程图	92
6.5	环境心理和定向	93
6.6	步行穿越调查	94
6.7	作为诊断工具的步行穿越调查	96
6.8	小结	101
	关键术语	101
	实例	101
	讨论题	103
	练习题	103
	服务标杆: 软件、外围设备策略服从 于总战略	105
	案例: 健康维护组织 (A)	106
	案例: 健康维护组织 (B)	107
	案例: ESQUIRE百货商店	107
第7章	服务设施定位	109
7.1	本章概要	109
7.2	地点选择	110
7.3	地理需求评估	112
7.4	设施定位技术	113
7.5	位置研究	120
7.6	打破常规	120
7.7	小结	122
	关键术语	122
	服务标杆: 饱和营销可以使商店受益	123
	实例	125
	讨论题	126
	练习题	127
	案例: 健康维护组织 (C)	128
	案例: Athol家具投资公司	130
第8章	服务项目管理	132
8.1	本章概要	132
8.2	项目管理的特性	133
8.3	项目管理技术	134
8.4	资源约束	141
8.5	活动突击	141
8.6	在活动时间中加入不确定因素	146
8.7	运用关键路线分析法产生的 问题	149
	服务标杆: 项目管理应用软件	150
8.8	小结	151
	关键术语	151
	实例	152
	讨论题	153
	练习题	154
	案例: 信息系统公司	158

案例: 惠特尔县城医院	160
-------------	-----

第四部分 服务运营管理

第9章	服务接触	164
9.1	本章概要	164
9.2	服务接触三元组合	165
9.3	服务组织	166
9.4	与顾客接触的员工	167
9.5	顾客	170
9.6	创建顾客服务导向	171
9.7	服务利润链	173
9.8	小结	174
	关键术语	174
	讨论题	174
	服务标杆: 曼纳小姐对于抱怨处理 的评论	175
	案例: 艾米冰淇淋	175
	本章附录: 工作测量	178
	实例	183
	练习题	184
	案例: 县总医院	185
第10章	服务质量	187
10.1	本章概要	188
10.2	定义服务质量	188
10.3	测量服务质量	191
10.4	通过设计提高服务质量	195
10.5	实现服务质量	199
10.6	服务质量改进计划	206
10.7	服务补救	210
10.8	质量开发步骤	211
10.9	小结	212
	关键术语	212
	讨论题	212
	服务标杆: Malcolm Baldrige国家 质量奖获得者	213
	实例	213
	练习题	214
	案例: Clean Sweep公司	216
	案例: 抱怨信	218
第11章	排队管理	221
11.1	本章概要	223
11.2	排队系统	223
11.3	等待的必然性	224
11.4	等待心理	225
11.5	等待经济学	227

11.6 排队系统的基本特征	228
11.7 小结	236
关键术语	236
讨论题	236
服务标杆: 解决棘手的排队问题	237
案例: 节俭租车公司	238
案例: 眼睛将注视你	239
第12章 辅助物品管理	242
12.1 本章概要	243
12.2 库存理论	243
12.3 订货量模型	246
12.4 不确定情况下的库存管理	252
12.5 库存控制系统	253
12.6 时令物品的单阶段模型	256
12.7 零售折扣模型	259
12.8 小结	260
关键术语	260
讨论题	260
服务标杆: 零部件库存管理	260
实例	261
练习题	262
案例: 幸福自行车公司	266
第13章 生产能力和需求管理	268
13.1 本章概要	268
13.2 需求管理策略	269
13.3 供给管理策略	274
13.4 收益管理	280
13.5 小结	284
关键术语	284
讨论题	284
服务标杆: 美洲航空公司的收益管理	285
实例	286
练习题	288
案例: 河流城市国家银行	289
案例: Gateway国际机场	291
案例: 收益管理分析师	293

第五部分 迈向世界级的服务

第14章 生产力和质量的提高	298
14.1 本章概要	299
14.2 服务企业竞争力的几个阶段	299
14.3 把持续提高作为一项竞争 战略	301
14.4 戴明关于不断改进理念的应用: 佛罗里达动力照明公司	305

14.5 小结	306
关键术语	306
讨论题	306
服务标杆: 购物者在一些商店自己 当收银员	307
案例: Mega Bytes饭店	308
本章附录: 数据包络线分析	313
练习题	318
案例: 中大西洋巴士公司	319
第15章 成长和扩张	320
15.1 本章概要	320
15.2 增长和扩张战略	321
15.3 特许经营	323
15.4 跨国发展	325
15.5 全球化服务战略	327
15.6 小结	330
关键术语	330
讨论题	331
服务标杆: 美国人又一次被排除在 外了吗	331
案例: 联邦快递收购国际老虎	332

第六部分 定量模型在服务领域的应用

第16章 服务需求预测	338
16.1 本章概要	338
16.2 主观模型	339
16.3 因果模型	341
16.4 时间序列模型	342
16.5 小结	351
关键术语	351
讨论题	351
服务标杆: L.L. Bean公司改进电话中心 的预测	351
实例	354
练习题	355
案例: Oak Hollow评价中心	356
案例: Gnomial Functions公司	358
第17章 排队模型与能力规划	360
17.1 本章概要	361
17.2 解析排队模型	361
17.3 系统特征之间的一般关系	369
17.4 能力规划准则	369
17.5 小结	374
关键术语	374
讨论题	374