第一图书网, tushu007.com

<<企业运作管理>>

图书基本信息

书名：<<企业运作管理>>

13位ISBN编号：9787561759905

10位ISBN编号：7561759908

出版时间：2010-12

出版时间：华东师范大学出版社

作者：李勇建，张建勇　主编

页数：329

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

企业运作管理作为一门管理类课程，至今已有近百年的历史。
在漫长的发展历史中，它不断融合了各种管理理论与方法，逐渐成为一门相对成熟的经典课程。
但是，20世纪80年代以来，随着现代企业的生产经营规模不断扩大，产品本身的技术和知识密集程度不断提高，产品的生产过程和服务运作过程日趋复杂，市场需求日益多样化、多变化，世界范围内的竞争日益激烈，服务业的迅猛发展，知识经济的兴起以及全社会对可持续发展和建立和谐社会的关注，使得企业运作管理的思想和方法遇到了前所未有的挑战和发展机遇，传统的生产管理模式正面临着新的变革，与之相适应的企业运作管理思想、组织、方法也在不断发展变化。
与此同时，信息技术突飞猛进的发展，为企业运作管理增添了新的有力手段，也使运作管理学的研究进入了一个新阶段，使其内容更加丰富，范围更加扩大，体系更加完整。
在这种情况下，企业运作管理教材也需要不断更新以适应新的需求。
针对新形势下企业的运作管理问题，本书系统介绍了运作管理的理论知识与应用方法。
首先，本书对运作管理的基本概念，以及与企业长远发展相关的生产与运作战略及需求预测知识进行了介绍。
然后，从企业运作系统的设计、运行和维护改进三方面分别进行了介绍。
其中，在运作系统的设计方面，介绍了产品开发设计与生产运作流程选择、运作系统的规划与组织、工作设计与工作研究等内容；在运作系统运行方面，介绍了生产计划与生产作业计划、库存管理、供应链管理、企业资源计划等相关理论和方法；在运作系统的维护改进部分，重点介绍了企业运作过程中的质量管理问题。
最后，对一些先进的生产与运作方式进行了简要介绍。

内容概要

本书是高等学校经济与管理类专业基础课教材，针对新形势下企业的运作管理问题，系统阐述运作管理的理论知识与应用方法。
首先，对运作管理的基本概念，以及与企业长远发展相关的生产与运作战略及需求预测知识进行介绍。
然后，从企业运作系统的设计、运行和维护改进三方面作出分析。
最后，简要介绍了一些先进的生产与运作方式，以开拓视野。
本书结构合理、内容充实、案例丰富、形式新颖。

书籍目录

第一章　企业运住管理导论　第一节企业运作管理的基本概念　第二节企业运作管理的目标、职能与作用　第三节企业运作管理的研究对象与研究内容　第四节企业运作管理的发展　第五节制造业与服务业运作管理比较第二章　生产与运作战略　第一节生产与运作战略的基本概念　第二节生产与运作战略的内容　第三节生产与运作战略的制定与实施　第四节服务运作战略的制定与实施第三章　需求预测　第一节需求预测概述　第二节定性预测方法　第三节定量预测方法　第四节预测精度及其监控　第五节服务业的供给与需求平衡第四章　产品开发设计与生产生产动作流程选择　第一节产品开发　第二节产品设计　第三节生产运作流程的设计与选择　第四节业务流程再造　第五节服务的开发与设计第五章　动作系统的规划与组织第六章　工作设计与工作研究第七章　生产计划与生产作业计划第八章　库存管理第九章　供应链管理第十章　物料需求计划、制造资源计划与企业资源计划第十一章　质量管理第十二章　其他先进生产方式介绍

章节摘录

2.服务的生产与消费的不可分，响应顾客需求难度大　　对于制造业来说，产品生产与产品使用是在两个不同时间段、不同地点发生的，生产系统与顾客相隔离，因此，产品质量可在“出厂前把关”，产品可预先生产出来以满足日后的需求，从而调节需求与生产能力之间的不平衡性。
而许多服务只能在顾客到达之时才开始“生产”、生产的同时顾客也就消费掉了。
服务的这种特性使得必须尽快响应顾客需求。
例如，机床设备制造者所提供的产品可以有数天、数周甚至数月的交货周期，而对于超级市场等许多服务业企业来说，顾客在收款处等5分钟，可能就会变得不耐烦，因此必须在顾客到达的几分钟内做出响应，这使得服务响应顾客需求的难度加大。
　　另外，由于顾客是随机到达的，因此服务业企业要想保持需求和能力的一致，难度是很大的。
而且由于顾客到达的随机性，在不同的日期、每日不同的时间段内需求都会不同，这就使得短时间内的需求也有很大的不确定性。
从这个意义上来讲，制造业企业和服务业企业在编制其运作能力计划、进行人员和设施安排时，必须采用不同的方法。
服务业的能力（设施能力、人员能力）计划必须能够应对顾客需求的及时响应性和顾客到达的波动性。
　　3.服务产品不可储存　　制造业所提供的产品是一种可以库存的产品，它们可以被储藏、运输，用于满足未来的或其他地区的需求。
在有形产品的生产中，企业可以利用库存和改变生产量来调节与适应需求的波动。
由于一项服务的消费往往是与它的“生产”同时发生的，因而服务通常是无法储存的。
例如，当飞机离开跑道时，一般情况下，从该航班可获得的收入就已确定，即使该飞机上仍然有空座位，也不可能再从该航班获得任何收入；旅店某夜的空床位只要过了该夜，就不可能再利用，从该生产能力获利的机会就完全消失。
　　由于服务不可储存，服务不能预先“生产”出来，也无法用库存来调节顾客的随机性需求。
为了达到满意的服务水平，服务人员、服务设施以及各种物质性准备都要在需求到达之前完成。
因此，对服务运作来讲，服务能力的设定就是非常关键的。
服务能力的大小、设施的位置对于服务业企业的获利能力有至关重要的影响，如果服务能力不足，会带来机会损失；而服务能力过大，则会白白支出许多成本。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com