

<<现代物流学>>

图书基本信息

书名：<<现代物流学>>

13位ISBN编号：9787801498168

10位ISBN编号：780149816X

出版时间：2003-1

出版时间：社会科学文献出版社

作者：约翰逊 编

页数：604

译者：张敏

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>

<<现代物流学>>

前言

前言 物流学是一门动态而饶有趣味的学科，对现在和未来的物流管理者而言既是机遇也是挑战。

从本教材的第一版题为《当代物资流通》一直到今天第七版《现代物流学》的出版，恰如其分地说明了这一点。

从第四版本书更名为《现代物流学》，反映了从事该领域工作人员的职责在不断扩大。

修订本重点探讨20世纪90年代出现的许多实际问题。

近年来促使物流学和供应链着眼于21世纪的重大事件包括计算机的广泛使用(尤其小型计算机在工作场所的普及)，对回收利用的愈益重视以及电子数据交换的不断普及，国际运营变得更为重要。

本教材各章节末提供的一些实例研究要求使用电脑。

打算使用这些案例的教员应该确保每个学生拥有电脑和软件。

软件可以事先向培生教育出版公司索取。

经统一货运公司的授权，许多实例研究中采用了该公司的运费价目表。

出版公司还出版单独的教师手册。

<<现代物流学>>

内容概要

物流学是一门动态而饶有趣味的学科，对现在和未来的物流管理者而言既是机遇也是挑战。从本教材的第一版题为《当代物资流通》一直到今天第七版《现代物流学》的出版，恰如其分地说明了这一点。

从第四版本书更名为《现代物流学》，反映了从事该领域工作人员的职责在不断扩大。

修订本重点探讨20世纪90年代出现的许多实际问题。

近年来促使物流学和供应链着眼于21世纪的重大事件包括计算机的广泛使用（尤其小型计算机在工作场所的普及），对回收利用的愈益重视以及电子数据交换的不断普及，国际运营变得更为重要。

本教材各章节末提供的一些实例研究要求使用电脑。

打算使用这些案例的教员应该确保每个学生拥有电脑和软件。

软件可以事先向培生教育出版公司索取。

经统一货运公司的授权，许多实例研究中采用了该公司的运费价目表。

出版公司还出版单独的教师手册。

内容涵盖物流领域的各个方面，除了探讨物流在商业企业发展中的重要性、物流营销渠道、顾客服务体系、产品实物流通的各相关细节外，着重介绍企业实施和控制物流的方法、物流一体化方案等，并展望了21世纪物流管理人员可能面临的新问题。

适宜阅读人群 企业家、企业高层管理、营销人员、大专院校经济管理类专业师生。

<<现代物流学>>

书籍目录

第一篇 物流概述第一章 物流系统：发展和增长第二章 供应链概念第三章 物流与供应商和企业内部之间的相互作用第二篇 物流系统的基本要素第四章 订货处理和顾客服务第五章 保护性包装和物资搬运第六章 国内运输系统第七章 交通管理功能第八章 配送中心、仓储地和工厂布局第九章 存货管理第十章 配送中心和仓库第十一章 国际物流第三篇 分析、设计和实施物流系统第十二章 重组物流系统第十三章 物流系统控制第十四章 供应链一体化和管理第十五章 物流学：未来走向.....

章节摘录

销售地决策 营销的一个重要方面就是销售地。有关销售地的决策包括两种类型的网络：物流和营销渠道。物流决策指的是如何使产品在生产地和销售地之间进行最为有效的流通和储存。第8章将专门讨论选址问题。

一个有效的物流系统可以提供积极帮助企业吸引和利用被认为是最有生产活力的渠道和供应链成员。

通常，渠道内的成员可以挑选他们愿意销售的制造商的产品。如果一个制造商不能持续地在适时、适量以及质量保证的前提下提供产品，该渠道的成员会终止与供应商的关系或者会减退对供应商产品积极促销的热情。

销售地决策也可以包括赢得顾客的新战略。

多米诺比萨饼，迅速扩大的全国范围内的连锁店，它没有餐厅，顾客所需的比萨饼必须经送货或自己来取(后一种方法与现有的比萨店相比没有任何竞争优势)。

多米诺采用计算机辅助通讯和路线安排提供了高水平的服务(通常从订餐开始到送达的时间不超过30分钟，否则可退款)。

送货人通常利用自己的运输工具，连锁店还对单个送餐司机现有的汽车保险政策上附加了一份保险。

另一个来自服务行业的例子是银行提供的自动柜员机。

20世纪90年代期间，为使银行业服务更加方便顾客购物，银行扩大了提供服务的自动售货机网络。这里有一些物流方面的考虑：每台机器每天由1—2次用于提取存款信封，重新放进现金和收取款凭证。

另外，工作人员必须对机器进行定期维修和接听修理电话。

价格决策 惟一良好的经商意识是要认识到一个企业不能赢利和发展，事实上，它可能已经破产——如果它不能控制物流成本。

显然，一种产品的价格必须包括与生产活动相关的所有的成本，如果一个企业在物流系统中存在严重的浪费，它或者将成本转嫁到顾客身上，或者其产品的定价高于其他的竞争对手，或者导致一个企业降低产品质量，从而有可能失去消费者的信赖。

运输成本因素在决定采用企业的销售价格算法时尤其重要。

一个企业可以采用使用几种定价方法中的一种来计算运输成本，其中两个最为常用的方法是离岸价(FOB-Origin Price, FOB)和交货定价体系。

离岸价对购买者而言，不包括任何运输费。

在这个定价系统下，买方要负责选定运输承运人，因为买方承担所有的运输费用。

这个定价系统使销售者易于管理，从每笔销售中获得同样的净回报率。

离岸价(FOB)的一个缺陷在于它使那些要求基于地区和国家基础上对产品收取相同零售价的营销战略变得更加复杂。

零售商不愿意采用制造商提出的商品建议零售价，因为它们的到岸价是千差万别的，主要取决于零售商和制造商之间的距离(到岸价包括产品价格和它送往任何地方的运输费)。

因为零售商通常依照总的到岸价来预先确定一个边际价格，结果导致每个零售商具有不同的零售价格。

另外，更令人难以捉摸的是，问题也许会变得更加重要。

唐纳德·V·哈珀(Donald V. Harper)认为离岸价格“可能会误导制造商认为外向的运输费用不必考虑，而实际上，在某种程度上运输费仍然是相当重要的，购买产品者关注的是产品的所有到岸价，而不只是产品本身的价格。

”交货价格体系中，卖方对买方的开价包括产品本身的价格和产品运往购买者取货码头的运输费。

卖方有权挑选货物的承运人。

建立客户服务战略和目标的一个中心内容就是征求顾客的看法。

这就意味着征求顾客的意见，最重要的顾客服务是什么。

<<现代物流学>>

第一个方面涉及有关附加服务方面的提问。

什么样的服务是顾客希望获得而现在所没有的?例如,是否应该改进订货传输的方式?问题是,如何改进?订货装运预先通知有益吗?如果有益,为什么?第二个方面涉及的是决定哪些服务对顾客是最为重要的。

是否目前的订货速度或补充周期为顾客所接受?如果不行,为什么?对那些认为目前的一些客户服务水平令人不满的人最为关键的提问是,“你愿意支付更多而获得更好的服务水平吗?”实际上,涉及许多顾客变数。

J. U. 斯特林(J. u. sterling)教授和D. M. 兰伯特(D. M. Lamben)教授调查了企业办公系统和家具行业顾客服务状况,他们采用了将近100个左右的变量。

根据定义,其中的一些变量可以被看成是营销组合的其他部分。

第三个方面,是非常重要的,指的是客户如何来评价竞争方卖主的服务水平。

一些采购机构发布了这一信息,因为这有助于建立必要的最低的顾客服务水平。

综合前面所有的信息并加以分析,管理层能够提出企业的客户服务战略和目标。

詹姆斯·L赫斯克特教授(James L. Heskett)曾经确定了3种基本的信息范围:(1)经济学;(2)竞争环境的特征;(3)产品的性质。

经济上的考虑要涉及不同客户服务水平费用。

是否我们对每项活动具有了足够详细和准确的成本?伊斯门·科达(Eastman Kodak)曾经提出对所有的产品实行相同的顾客服务,而随后就意识到用户需求的变化程度是不同的。

科达客户服务部主任阿历克斯·贝兹内指出:例如,一个摄影师,如果胶片用完了,他只得让顾客回家。

如果一个零售商对业余摄影师说没有胶卷了,这并不很要紧。

当然,我们不希望他用完胶卷,但这与让顾客回家相比其严重程度是不同的。

这就是一种“定制”的物流,企业可以从物流需求角度出发来划分市场。

环境的性质与工业标准是相关的。

顾客的期望和竞争方的顾客服务水平方面的信息对建立竞争性标准是极其重要的。

在许多情况下,人们愿意付出更多从而可以享受到较高水平的物流水平。

空运使用的提高仅仅是其中的一个例子。

产品的特性也会对所提供的顾客服务水平产生影响。

替代率是一个方面。

它指的是一个企业的顾客所能挑选到的满足其需求的产品的数量。

如果一个企业对一种重要的产品几乎是垄断的,也就不可能实行较高水平的顾客服务,因为需要这种产品的顾客可以在任何合理的客户服务标准下购买得到。

然而,如果存在许多产品具备了基本上相同的功能,从竞争营销角度出发,顾客服务标准将会变得非常重要。

人们也应该注意到产品在其生命周期中的位置。

一种刚刚推出的产品比那些处于成熟期或进入衰退市场期的产品需要不同的服务支持。

J. 卡维纳托(J. Cavinato)教授就衰退期作了如下评论:衰退期的购买和营销战略强调的是现金管理。

库存管理——和整个物资管理——比从前更加重要。

库存可以被看成是次于现金的重要地位。

会计敦促材料和配送来评估那些作为废弃物而加以注销的库存。

对资本支出考虑极少。

仓储空间的调配和替代使用是极有成效的。

确文最低的可接受的订货量对实物配送管理者来说是个日益严重的问题。

因为许多顾客,推崇适时进货制理念,希望在相当频繁时间段内订购数量不大的货物。

D. M. 兰伯特(D. M. Lamben)和M. L本尼昂(M. L. Bennion)提出了一个分析框架,表明订货数量的减少带来的是利润下降或者负增长。

<<现代物流学>>

在任何特定的营销形势下，对为何订购数量不大的订货以及现有顾客对新的政策，即提高最低订货量或要求小订货量支付一定的额外费用以弥补损失的可能出现的反应，需要进行深入的分析。

对顾客服务信息进行全面分析之后，才有可能将顾客服务战略和目标作书面总结。

俗话说，说来容易做起来难。

换言之，企业顾客服务水平的过于宏大的目标仅仅是谈论而已，顾客的服务标准必须真正得到落实。

为了实现目标，需要一个系统的衡量和控制计划。

物资搬运是工程学的一个分支学科，研究的是物资从2个或更多地区之间短距离的移动。

因为供应链是相互联系的，与物流相关的一个问题就是产品从一方向另一方之间的物流传送：将如何搬运它？它该以什么形式搬运？数量有多大？在搬运和储存时需要哪些设备？物资搬运过程并没有引起广泛的关注。

一个例外是在新丹佛机场的行李搬运系统，刚开始时，存在大量的缺陷导致机场正式运营延缓了数月。

物资搬运教育的大学—工业理事会已经确立和定义了24个物资搬运原则。

大多数物资搬运体系是通过精确的工程分析法加以设计和测试的。

这些原则是非常重要的，尤其在提出一种设计中的方案或者检修时发现搬运系统运转不正常时。

这些原则包括：1．导向性原则提出人们必须首先了解整个系统，弄清它是如何和为何运转的。

还应该了解与其他系统之间的关系和物理上的一些局限性。

2．期待着系统会做什么？要求原则侧重于回答该问题。

3．必须协调所有的储存和搬运作业，这就是人们所知的一体化系统原则。

4．这也是标准化原则的主要内容。

对包装方式的选择是非常重要的。

其他同等重要的是，对小的包装或包扎尽可能地标准化是有好处的。

5．适时进货制提出了需要时才搬运产品。

6．单位成组货载原则与适时进货制是相互冲突的，它强调以大规模方式搬运物资的重要性，本章前面已提到这一点。

7．应该建立体系使得装载在最短距离间的流动，这就是最小旅行原则。

8．空间利用原则要求人们更好地利用空间。

一些材料的搬运设备是根据能否适合其他利用空间来设计的。

9．人类工程学指的是人在执行这些体力活动中的作用。

人类工程学原则可以用来判断制造和搬运系统是否可以使得工人避免困难和重复的工序，最终导致工人的受伤和残疾。

10．能源原则目的在于降低物资搬运过程中的能耗。

11．生态原则要求我们设计环保型的体系，如在选择包装所使用的材料。

12．采用机器，证明是合格的，来替代人称之谓机械化原则。

13．自动化原则就是发展一种具有程序的或自控的设备。

一些机器在一定的条件下可以通过程序设计来做出简单的决策。

今天一些设备可以回答电台信号或者声音指挥。

14．灵活性原则对系统是非常重要的，因为它可以根据系统所期望实现的任务随时加以改变。

15．简单化原则就是说：避免过分复杂的系统。

<<现代物流学>>

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>