

*Нашим женам —
Харриет, Джинн и Нине,
и нашим детям —
Лори, Энди, Гленн, Робу, Кристин и Батшева,
Дженнифер и Сьюзи,
Дону, Каре и Марку*

Предисловие

Операционный менеджмент сыграл решающую роль в повышении производительности бизнеса во всем мире. Достижение *конкурентных преимуществ* через операции требует понимания механизма влияния операций на рост производительности. Однако цель книги не просто показать, как с помощью операционного менеджмента компании приобретают конкурентные преимущества. Наша основная цель — научить достигать конкурентных преимуществ на рынке, прививая вам соответствующие умения и вооружая необходимыми инструментами для достижения целей.

Сегодня наиболее актуальными для бизнеса темами стали: управление цепями поставок, электронная коммерция и системы планирования ресурсов предприятия. Чтобы осветить общую картину и подчеркнуть важность этих тем для современного бизнеса, они рассматриваются в нашей книге с точки зрения операционных функций с включением новейших достижений менеджмента. Например, в сфере электронной коммерции мы вводим понятие электронных операций (E-Ops) и по всей книге представляем многочисленные возможности использования электронной коммерции в операциях. Изложение современных достижений операционного менеджмента по цепочке от высокотехнологичного производства до легкодоступных услуг сбалансировано включением традиционных тем дисциплины. Следует подчеркнуть, что операции являются основой глобализации многих бизнес-функций. Кроме того, наилучших результатов в операционном менеджменте можно достичь при глубокой перекрестной функциональной интеграции. Бухгалтерский учет, финансы, маркетинг, управление персоналом, закупки, логистика и инжиниринг сплетаются в единое целое, обеспечивая деятельность компании на операционном уровне. Чтобы привлечь внимание читателя на эти моменты, в нашей книге используются специальные пиктограммы, размещенные у текста, к которому они относятся.



Материал, относящийся к сфере обслуживания.



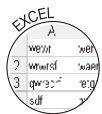
Материал, связанный с процессами глобализации.



Информация о проникновении рассматриваемых концепций операционного менеджмента в бухгалтерский учет, финансы, маркетинг, управление кадрами, логистику и другие управленческие функции.



Дополнительные материалы к книге вы можете скачать по адресу: <http://www.williamspublishing.com/Books/978-5-8459-2110-9.html>



Примеры решений, размещенные в виде электронных таблиц и диаграмм вы можете скачать веб-сайте¹.



Ссылки на ресурсы World Wide Web.



Материал, понимание которого можно проверить с помощью тестов, размещенных на веб-сайте.

Ко многим главам имеются дополнения, в которых детализируются основные положения, изложенные в соответствующей главе, и приводятся наиболее употребительные методики планирования и управления операциями в бизнесе. Многие из таблиц и диаграмм дополнений к главам представлены действующими электронными таблицами в формате Excel, размещенными на веб-сайте.

Части III и IV начинаются с “Введений к части”, в которых достаточно подробно представлены концепции соответственно электронной коммерции и системы планирования ресурсов предприятия.

Операционный менеджмент — это наука для тех, кто желают непосредственно приступить к производству товаров или предоставлению услуг. Операционные менеджеры нижнего уровня управления должны уметь определять наиболее рациональную структуру построения и обеспечения операционных процессов и управления ими. Старшие операционные менеджеры, управляя средствами производства и распределения, отвечают за разработку операционной стратегии компании, решая, какие технологии следует применить, где должно размещаться производство, как оценивать результаты операционной деятельности. Операционный менеджмент — это симбиоз управления людскими ресурсами и применения новейших технологий, высшей целью которого представляется эффективное создание благ путем производства товаров и предоставления услуг.

Чтобы облегчить процесс усвоения читателем материала книги, мы включили в нее следующее.

- Задачи с решениями, которые могут служить моделями при самостоятельном решении предлагаемых в конце каждой главы задач.
- Ключевые термины, выделенные в тексте, определения которых даны в конце глав.

¹ Все материалы и тексты, размещенные на веб-сайте, приведены на английском языке.

- Ответы на избранные задачи, приведенные в приложении А.
- На веб-сайте по каждой главе размещены слайды, выполненные в формате PowerPoint, пособие по изучению материала, электронные таблицы в формате Excel с примерами решения многих задач и различными упражнениями, тесты для проверки знаний, ссылки на ресурсы Интернета, видеоклипы, иллюстрирующие применение операционных концепций такими компаниями, как *Honda*, *Disney*, *United Airlines* и многими другими.
- Специальные врезки, в которых рассказывается о компаниях-лидерах в той или иной отрасли либо об интересных новаторских находках и технологиях.

Наша цель — научить находить ответы на самые современные и важные вопросы, с которыми сталкиваются операционные менеджеры, а также описать основные технологии и инструменты операционного менеджмента. Со своей стороны мы постарались сделать все возможное, чтобы книга была интересной и, в соответствии с ее названием, помогла читателю научиться приобретать конкурентные преимущества на практике.

Надеемся, что наша книга придется по вкусу читателю.

БЛАГОДАРНОСТИ

Многие талантливые ученые сделали свой весомый вклад в отдельные главы книги. Слов благодарности заслуживают следующие наши коллеги и организации.

Джон Р.М. Гордон, профессор Университета Квинса, — за идеи об “эффекте подстегивания”.

Люк Бенсини из *Rath & Strong*, — за предоставление реальных примеров и отзыва на изложение метода “шести сигм”.

Компания *Kennedy Information Inc.* (www.ConsultingCentral.com) — за предоставление информации о занятости в сфере консалтинга.

Марк Ипполито из Университета Индианы/Университета Пердью, Индианаполис — за пример *Pizza USA*.

Гилван Соуза из Мэрилендского Университета — за редактирование раздела о массовом обслуживании.

Татиконда Мохан из Университета Индианы/Университета Пердью, Индианаполис — за идеи по изложению процесса разработки продукта.

Урбан Уиммерлов из Университету Висконсин-Мэдисон — за идеи по проектированию производственных ячеек.

Майкл Маггард из Северо-Восточного Университета — за идеи в проектировании услуг.

Луис Р. Чейз, необычайно талантливый редактор и знаток творчества Шекспира, — за предложения по содержанию некоторых глав нашей книги.

“Радж” Раджагопалан, Том Хаусел, Йахуда Бассок, Джон Йормарк, Рам Чаллап и Кристоф Лэнгдон из Университета Южной Калифорнии — за их вклад в изложение E-Ops.

Дэвид О’Доннел, Джей Гош, Срирам Дасу, Ричард Мак-Брайд и Кристиан Вайцос, также из Университета Южной Калифорнии, — за предложения по различным темам нашей книги.

Джим Паттерсон, Дуг Блочер, Винс Маберт, Кен Шульц, Курт Бреттауэр, Крис Олбрайт, Вейн Уинстон, Аш Сони, Венкат, Карл Бриггс и Рекс Катшелл из Университета Индианы — за то, что они бескорыстно пожертвовали собственным временем для обсуждения наших идей.

Барб Флинн и Тим Смант из Университета Уэйк-Фореста, Дэн Брегг из Университета Боулинг-Грин и Е. Пауэлл Робинсон из *A&M Texas* — за все предложения по усовершенствованию книги.

Особую благодарность мы хотели бы выразить Джону Мату из *Cudjoe Key*, штат Флорида, за ценные советы.

Клэю Вайбарку из Университета Северной Калифорнии мы благодарны за бесчисленные часы, потраченные на обсуждение вопросов операционного менеджмента.

Особую благодарность мы хотели бы выразить Джону Мак-Клейну из Корнелльского университета — за вклад в моделирование таблиц *Cell.xls* и *LineSim.xls*.

Марку Шнейдерджансу из Университета Небраска, который подготовил слайды в программе PowerPoint. Дэну Бреггу из Университета Боулинг-Грин — за корректировку таблиц Excel. Биллу Берри из Колледжа Квинса — за создание банка тестов. Мэрилин Хелмс из *Delton State University* — за корректировку учебного материала. Крейгу Хиллу из Университета Джорджии — за создание краткого руководства. Эти составляющие — огромная часть работы, и мы благодарны за усилия упомянутых коллег, благодаря которым изучение курса значительно упростилось. Крейг Хилл из Университета Джорджии и Марк Ипполито из Университета Индианы/Университета Пердью, Индианаполис, проверили правильность текста.

Мы также хотели бы перечислить всех рецензентов и участников целевых групп, которым мы хотим выразить нашу признательность за замечания по разделам данной книги. Это Роберт Р. Конти из Колледжа Брайанта; Винсент А. Варгас из Университета Сан-Диего; Даниэл Р. Хейсер из Университета ДеПола; Сюзана Перро Сайферд из Университета Аризоны; Антонио Арреола-Риса из Университета *Texas A&M*; Юдей Апт из Южного методистского университета; Скотт Янг из Университета Юта/Солт-Лейк-Сити; Джон Алоизиус из Университета Арканзаса; Дэвид Леви из Университета Бельвью; Грегори Сток из Университета Северного Иллинойса; Рут Сейпл из Университета Цинциннати; Джойо Невес из Колледжа Нью-Джерси; Донна Х. Стюарт из Университета Висконсина/Стаут; Дэвид Александер из Университета Анджели; Алисс Мортон из Университета Юта/Солт-Лейк-Сити; Карл Стейнер из Университета Иллинойса/Чикаго; Майкл Р. Годфри из Университета Висконсина/Ошкош; Деннис Крамвиде из Университета Айдахо; Патрик Мак-Дональд из Университета Аризоны; Сандер Кекре из Университета Карнеги-Меллона; Чен-Хуа Чанг из Университета Кентукки; Крейг Хилл из Университета Джорджии; Рохит Верма из Университета Юты; Билл Л. Уорд из Университета Западной Алабамы; Д. М. Хейлмен из Университета Эразма, Роттердам; Фрэнк Монтабон из Университета Айова; Джон Дженсон из Университета Южного Мэна; Марк Дж. Шнейдерджанс из

Университета Небраска/Линкольн; Брюс П. Кристенсен из Университета Вебера; Роберт Х. Грейнер из Колледжа Августины; Гилвен С. Соуза из Мэрилендского университета; Пол Дж. Куздрол из Университета Акрона.

Еще раз хотим поблагодарить тех, чей вклад в предыдущие издания позволил нашей книге предстать перед читателем в нынешнем виде: это Уильям Раш из Университета Аризоны; Эд Сильвер из Университета Калгари; Аледа Рот из Университета Северной Каролины (Чэпел-Хилл); Рави Бехара из Университета Джорджа Мейсона; Мэрилин Хелмс из Университета Далтона; Д. Лебранк и Гэри Скаддер из Университета Вандерbiltа; Дэвид Кабелл из Университета Мак-Низа; Дилип Шхайед из Университета Иллинойса; С.Д. Дешмук из Северо-Западного Университета; Гарри Боур из Университета Твенфа (Нидерланды); Ашок Рао из Бабсон-колледжа; Джеймс Лоусон из Университета Миссисипи; Й.Л. Хелио Янг из Университета Сан-Диего; Киа-Чун Тан из Университета Меза; Имре Вирал из Колледжа Баруха; Питер Келли из Университета Луизианы; Брюс Хартман из Университета Аризоны.

Мы также хотим выразить благодарность нашим аспирантам, которые вносили свой вклад в нашу книгу на протяжении нескольких лет: Махешу Нагараджану (Mahesh Nagarajan), Хироши Очиуми и Уэйну Йоханнсону из USC; Дугласу Стюарту из Университета Мичигана; Андрес Сотерио из Кипрского университета; Арвиндеру Лумба из Университета Северной Айовы; Деборе Келлог из Университета Колорадо (Денвер); Блэр Беркли из Университета Калифорнии (Лос-Анжелес), а также Биллу Янгдалу из Американской высшей школы международного менеджмента (Тандерберд).

Мы искренне благодарны исполнительному редактору Дику Хершеру за его потрясающую самоотверженность. На протяжении нескольких лет его блестящее руководство и решительная поддержка составили твердую основу работы всей команды над книгой.

Кристина Сандерс, наш новый редактор, проделала огромную работу, редактируя наши рукописи и подгоняя нас для того, чтобы мы закончили работу к намеченным срокам. Мы выражаем признательность и благодарность ей и ее команде за безграничное терпение и понимание.

Мы также благодарны команде маркетологов и издателей *McGraw-Hill/Irwin*, которые содействовали появлению книги: менеджеру по маркетингу Зине Крафт; издателю Брэнту Гордону; менеджеру проекта Кари Джелтмейеру; инспектору Хитер Барбридж; дизайнеру Мэри Кристиансон; координатору фотопроб Джуди Козал; менеджеру по поставкам Беки Цура; медиапродюсеру Энтони Шерману.

И наконец, мы благодарны нашим семьям, которые в десятый раз проявили терпение, пожертвовав тем вниманием, которое могло быть отдано им.

Ричард Б. Чейз

Ф. Роберт Джейкобз

Николас Дж. Аквилано

ЖДЕМ ВАШИХ ОТЗЫВОВ!

Вы, читатель этой книги, и есть главный ее критик и комментатор. Мы ценим ваше мнение и хотим знать, что было сделано нами правильно, что можно было сделать лучше и что еще вы хотели бы увидеть изданным нами. Нам интересно услышать и любые другие замечания, которые вам хотелось бы высказать в наш адрес.

Мы ждем ваших комментариев и надеемся на них. Вы можете прислать нам бумажное или электронное письмо либо просто посетить наш Web-сервер и оставить свои замечания там. Одним словом, любым удобным для вас способом дайте нам знать, нравится или нет вам эта книга, а также выскажите свое мнение о том, как сделать наши книги более интересными для вас.

Посылая письмо или сообщение, не забудьте указать название книги и ее авторов, а также ваш обратный адрес. Мы внимательно ознакомимся с вашим мнением и обязательно учтем его при отборе и подготовке к изданию последующих книг. Наши координаты:

E-mail: info@williamspublishing.com

WWW: <http://www.williamspublishing.com>

Информация для писем:

из России: 127055, Москва, ул. Лесная, д. 43, стр. 1

из Украины: 03150, Киев, а/я 152