

流通業善用物流運籌之營運策略

■ 文/鄒伯衡秘書長

台灣全球運籌發展協會

依照經濟學的觀點來看，市場就是由供給與需求組合而成並且達成交易的一種機制。流通業在整體國家經濟中所扮演的角色，就是將供應商的商品“供給”予市場，並透過通路的效果以刺激消費者的“需求”。流通業扮演著供應商與消費者的中間商角色，而國家經濟就是由供需雙方買賣交易所建構而成，台灣產業一向以優異的製造能力及品質優勢為世所稱羨，早已成為先進國家的海外生產基地與研發基地。但是隨著國際經貿環境的變遷，新興國家已逐漸抬頭，躍上國際舞台與台灣相抗衡，也因此台灣的相對優勢也逐漸降低，製造業的整體產值下滑，取而代之為服務業的成長，而如何提高服務業產值或附加價值，促使服務業國際化發展已成為重要的課題。

2009年金融風暴的展開，一直到2010年終於暫時歇止，在這一段期間內，每一個國家無不絞盡腦汁想要恢復國家經濟成長，刺激國家經濟成長的方法有三種：

(一) 鼓勵出口賺取外匯：其目的是藉由刺激國內製造業發展，增加就業率，創

造人民財富，但是這一招，每一個國家都學得快，卻導致每一國家爭相搶出口，導致匯率大戰，貨幣爭相貶值，造成出口商無利可圖，也帶動不了國內經濟成長。

(二) 增加公共建設支出：其目的是藉由政府帶頭投資，凡舉造橋、鋪路、捷運、高速鐵路，公共建築改建、蓋大樓與展覽館、興建物流園區及各種工業園區等，藉此增加就業率。此舉造成政府舉債度日，縮減福利政策，人民負擔反而更重，但是建設終究有一天會完畢，短期帶動經濟，長期來說還是停滯不前。

(三) 刺激國內消費：其目的是藉由人民的正常的食、衣、住、行、育、樂當中，刺激國內民間消費、增加貨幣流通速度，造成民生經濟產業與服務產業共存共榮，此舉雖未達前二者動輒千萬成億的投資，但是民生消費需求卻是源源不絕，可長可久，而食、衣、住、行、育、樂就成為流通業服務的項目，因此流通產業的重要性就此展開。

流通服務業的營運範圍

所謂流通業係指製造商的製成品經過批發商、零售商至消費者的流過程。因為從製造商到消費者的流轉過程中所提供的服務範圍不同，而運籌則是一種後勤服務，其功能已跳脫出侷限物流的服務，而是整合商品在集中分散的過程中，透過資源有效的整合並提高商品附加價值，進而促成多方共榮的一種行為，這裡所謂的資源整合就是商流、物流、金流、資訊流人流的集合。流通業則包括批發、零售、餐飲等三個產業的整合。簡單而言之，若將上述兩種產業合而為一就成為流通服務業，其所涵蓋的領域，係指連結商品之供給到需求一系列活動的行業，舉凡日常生活所涉及的「食、衣、住、行、育、樂」諸行業均可涵蓋在內，而完成供給到需求「一系列活動」的機能，則是包括「商流、物流、金流、資訊流、人流」等活動；因此兩者相乘的互動關係，構成流通業營運的領域。

流通產業對社會的影響

台灣的流通業面貌不斷創新變化，加上國民所得逐年提高，消費力大增，零售、批發、連鎖業相繼成立展店，業者甚至將戰場開闢到海外，因此創造國家可觀產值，也提供大量就業和創業機會。許多技專院校看到市場上有此需求，竟也爭相設置流通與物流的相關科系，以滿足流通產業蓬勃發展之下對大量人才的需求。無形之中，竟也幫忙學校新增學生來源。所以流通業是國家蓬勃發展的推手，其衍生性效果也是一個國家穩定內需市場和社會

的支柱。

物流運籌如何協助流通產業發展

流通服務業轉化為知識產業：前者所言，流通加上運籌就成為流通服務業；目前台灣的流通產業已經發展成為知識經濟產業，可以透過典範管理制度與技術和人才的輸出，協助企業到海外開疆闢土。其中加盟連鎖業是一個操作管理都很複雜細密的營運模式，企業本身的核心競爭力，包括物流績效高、營運效能強、物流資訊契合度高、行銷通路強、商品品質高、人才培訓不中斷等，台灣總部的核心任務就是後勤支援能力和管理制度與方法，兩相整合運作協調下，才能造就一個有競爭力的流通王國。以下簡述幾個案例，如食品業：**85度C**咖啡在澳洲、美國、中國大陸紛紛展店營運，成功開創海外市場，回台灣發行股票，經營成績耀眼；統一集團在大陸上海開設**7-11**，在濟南開設新品牌統一銀座便利店成為當地的零售業指標。服飾用品業：勝利體育用品、麗嬰房在印尼及中國大陸都有展店，成為該項業種的翹楚，麗嬰房經營績效卓著，股票早已在台灣上市，經營穩健。

