

## 序

消費者對產品的需求傾向個人化、產品的『生命週期』大幅縮短、市場價格競爭日益激烈，使得庫存的損失及風險也隨之增大，不管是從批發零售業到製造、服務業，都朝減少庫存的方向努力，因此物流業所負擔的任務與所扮演的角色也越來越重要。現代的物流已從原料採購、生產、銷售甚至是退貨、回收整個供應鍊來做為重要的控管要素，優質的物流管理系統可以快速交貨以達到顧客滿意度，減少不當的庫存及流通環節中無謂的浪費，降低企業成本、提高競爭力。

物流系統牽涉各種複雜的資訊、管理系統，因此要有足夠與適當的工具及人才才能將物流有效地進行、整合。再加上企業朝向掌握核心能力傾向發展，利用業務委外方式由專業的物流公司負責產品實體配銷，可以降低成本，因此物流與運籌管理便因時興起，並導入科學方法的應用，以進行有效的管理，追求整體物流效率的改善。

本職業資料專輯中，主要的內容包括以下項目：

1. 職業名稱：以業界慣用的職業名稱為主，同時參考行政院主計處之行職業標準分類。
2. 職業概述：職業之工作內容說明
3. 從業人員資格條件：包括學經歷、證照制度、人格特質等等。
4. 工作特性：該項職業之詳細工作職責及內容。

5. 工作環境：該項職業最常接觸之環境及人物。

6. 工作時間及待遇：該項職業一般的工作時間、薪資。

希望藉由以上的內容，提供給在學學生及求職者做為一個參考依據，讓他們可以掌握最新的資訊與行情。

### 行政院主計處對物流業的定義

第 F 大類—批發及零售業，和第 H 大類—運輸倉儲及通訊業，

依主計處之定義分析如下：

#### 1. 第 F 大類—批發及零售業

##### 第 F 大類—批發及零售業

分類編號				各類名稱、定義及內容
大類	中類	小類	細類	
F		4445		批發及零售業： 凡從事有形商品之批發、零售、經紀及代理之行業均屬之。銷售商品所附帶不改變商品本質之簡單處理，如簡易包裝、清洗、分級、安裝、修理等亦歸入本類。
			4751	百貨公司業： 凡在同一場所從事多種商品分部門零售之百貨公司均屬之。
			4752	超級市場業： 凡從事提供家庭日常用品、食品分部門零售，而以生鮮及組合料理食品為主之行業均屬之。

			4753	連鎖式便利商店業： 凡從事提供便利性商品如速食品、飲料、日常用品及服務性商品以滿足顧客即刻所需，而以連鎖型態經營之行業均屬之。
			4811	電子購物及郵購業： 凡從事以郵件及電子媒介方式(如電視、電腦)零售商品之行業均屬之。郵購公司之目錄商品展示間亦歸入本類。
				郵購公司 網路購物
				電視購物

資料來源：行政院主計處—行職業標準分類(第七次修訂，90年1月)

## 2. 第 H 大類—運輸倉儲及通訊業

### 第 H 大類—運輸倉儲及通訊業

分類編號				各類名稱、定義及內容
大類	中類	小類	細類	
H				運輸、倉儲及通信業： 凡從事客貨運輸、儲配運輸物流、運輸輔助、倉庫經營、郵政及快遞、電信等行業均屬之。但汽車修理應歸入 9511(汽車維修業)細類，鐵路車輛、飛機及船舶修理應歸入 29(運輸工具製造修配業)中類之適當類別。
	59			郵政及快遞業： 凡從事郵政及快遞服務之行業均屬之。
		591	5910	郵政業： 凡從事函件、包裹、快捷郵件及傳真郵件等遞送及代辦郵政業務之行業均屬之。  快捷郵件 函件遞送 包裹遞送 代辦郵政業務

		592	5920	快遞服務業： 凡從事貨物、包裹、不具通信性質文件等陸運、航空快遞業務之行業均屬之。  <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>陸運快遞服務</span> <span>航空快遞服務</span> </div>
--	--	-----	------	--

資料來源：行政院主計處—行職業標準分類(第七次修訂，90年1月)

# 物流業

## 壹、前言

『物流』一辭，乃英文『Logistics』的日本語，經翻譯後為一『物的流通』，再縮寫簡稱為物流，並為各界所引用。有關『Logistics』的說法，最早出現在二十世紀初期，美國 A.W.SHAW 的論文《Some Problem in Market Distribution》提到，物資經過時間或空間的移轉後會產生附加價值。但是各國的學術團體、研究機構、專家學者對物流的觀念及認知都不同，因此對於物流的定義也各有說法了，以下是較具代表性者對物流的定義：

各國相關單位、團體、專家	物流之定義
1. 『美國行銷協會』(AMA, American Marketing Association)	『物流，乃從生產地到消費或使用地點，有關物資的移動或處置之管理。』
2. 『美國物流管理協會』(原 NCPDM, National Council of Physical Distribution Management 改名為 C.L.M, Council of Logistics Management)	『Logistics，是以適合於顧客的要求為目的，對原材料、在製品、製成品與其關聯資訊，從產生地點到消費地點之間的流程與保管，為求有效率且最大的對『對費用之相對效果』而進行計劃、執行、管制。』

<p>3. 阿保榮司</p>	<p>『物流是包括有形、無形之一切財物之廢棄、還原、連結、供給主體與需求主體、克服空間與時間的缺口，並創造部分效用的相關物理性經濟活動』。具體而言，是指運輸、保管、包裝、搬運、流通加工等物資流通活動，和與流通關聯之資訊活動。』</p>
<p>4. Shapiro &amp; Heskett</p>	<p>『為使產品和資訊的傳遞，從原物料的取得經過生產和分配流到顧客手中之設施、人、設備，以及作業政策之集合。』</p>
<p>5. Ballou</p>	<p>『是以運輸與倉儲為目的之活動，包括實體供應與實體分配。實體供應指的是原物料的獲得與供應，及半成品存貨的管理，是為了提供流暢的製造程序；而實體分配</p>

	<p>指的是將產品分配至顧客手中的一切活動，包括訂單處理、包裝、存貨控制、倉儲、輸配送及顧客服務等項目。』</p>
<p>6. 中華民國物流管理協會</p>	<p>『物流是一種物的實體流通活動的行為，在流通過程中，透過管理程序有效結合運輸、倉儲、裝卸、包裝、流通加工、資訊等相關物流機能性活動，以創造價值、滿足顧客及社會需求。』</p>

綜合以上所有對物流之定義，大致可歸納出一個概念：『所謂物流，是一種物的實體流通的作業活動，透過管理程序，進而創造其附加價值，重視顧客服務，增加顧客價值，並以顧客為導向訂定決策。』而物流的領域可分成原材(供應)物流、生產物流及銷售物流，因此狹義的物流即是指製成品的銷售物流；廣義的物流則統括以上三個領域，為原物料從生產地至消費者或使用地點的整個流通過程。而運籌(Logistics)則是將其物流的活動移至其核心，在調度的分野上，指連結生產，並連動採購計劃,且在買賣交易過程中，亦將顧客服務及訂購處理業務加以密切的連接，而財物部分庫存控制的領域也包含在

內。

物流有六項基本的機能活動，主要由裝卸、包裝、保管、輸送與流通加工、資訊等二項支援活動所構成。

1. 裝卸：物品的移動，須使用搬運的工具、設備
2. 包裝：在裝載前，須有集貨、理貨、包裝的活動。
3. 保管：在移動前可能會有暫時停留、儲存的活動。
4. 輸送：指大量『運輸』或少量『配送』的活動。
5. 流通加工：指依照客戶的要求對製成品的包裝狀態加以改變，例如，在製成品上貼標籤。
6. 資訊：資訊與物流是密不可分的，是物流機能的重要支援活動。

如果要使物流的機能充份發揮，必須要有完善的物流中心，也就是將物流分成原材物流、生產物流及銷售物流，而主要的功能還是在銷售物流。其主要的功能在將商品集中並分散到零售業或其中間流通部門。對整體的流通業有聯結上游製造商至下遊消費者的關鍵性機能。

## 物流業的概況

### (一)兩岸三地物流業現況

國際物流已經存在許久了，國與國之間的貿易、物品實體的移動，除了雙邊的內陸運輸段外，就是依賴海運或空運來加以連結，而

構成一條國際物流供應鏈。主要成員包括有貿易業者、陸運業者、海空運承攬業者、貨櫃業者、報關業者、航空公司及船運公司，透過共同化來達成國與國間物品交互流通的目的。

### (1) 中國大陸

據 2002 年 9 月份中國大陸所發行之《中國物流年鑑》一書獲悉目前中國從事物流服務業的企業已突破一萬家，物流市場正以每年 30% 的速度遞增。自 1979 年引進物流概念以來，中國經過 20 年的發展，終於進入了現代物流業的快速發展階段。在中國“十五”規劃中，物流已被例為大力發展的新型服務業之一。

最近，中國也剛圓滿結束十六大的會議，十六大制定了全面建設小康的宏偉藍圖，北京將在全國率先基本實現現代化，北京流通業將為北京率先基本實現現代化做出貢獻，實現首都流通業的跨越式發展。為了配合十六大制定的全面建設小康的宏偉藍圖，市第九次黨代會又提出了在全國率先實現現代化的奮鬥目標，從現在起，北京將在豐台王佐、通州馬駒橋和順義天竺三處規劃建設大型物流基地；在朝陽十八里店(北京物流港)、半截塔，大興大庄、管庄、青年路、百子灣，海淀清河、溫泉，豐台五里店，大興北藏村等處建設專業性物流配送區。總的來說也就是建

設三大物流基地及十四處物流配送區。

其中，占地一萬多亩的馬駒橋物流基地將為企業提供商業倉儲基地、進出口企業保稅倉庫、大型倉儲配送中心、第三方物流服務等；順義空港則將為北京進出貨物的集散和大型廠商在全國及亞太地區的採購和分銷提供物流平台；豐台王佐將成為以家居裝飾、精品建材、工藝美術、旅遊產品及中外名酒為主的綜合性現代化物流園區。項目總投資達 100 多億元的北京物流港將成為以會展園、商貿園、綜合發展園、綠色體育主題公園為支撐的特大型現代物流綜合園區。上述目標實現後，北京將成為全國乃至亞太區的重要物流樞紐。

## (2) 中國香港

自九七年金融風暴後，香港經濟低迷，許多行業的業績都不如從前。但是香港物流業卻因為具有資訊化、智慧化、網路化及標準化的特質，使之成為在逆境中唯一保有穩定發展的行業，創造出新的局面。只要翻開報紙的招聘廣告，一眼望去，幾乎都是以運輸和倉庫管理這類與物流業有關的工作最多。最新數據顯示，目前運輸物流及倉儲業在香港已提供將近 10 萬個職位了。

2001 年，香港共處理了 1783 萬個標準箱，繼續保持了世界

第一繁忙貨櫃港的美譽；此外，香港國際機場共處理了 207 萬公噸的貨物，以國際貨運量來看也位居世界第一的位子。香港特區政府一直都很重視物流業的發展，並提出要把香港建成國際及地區首選的運輸及物流樞紐中心。爲此，香港成立了物流發展督導委員會，並在去年底成立了香港物流發展局。

香港處於優渥的地理位置，其地處亞太區中心，是中國南面對外的門戶。在海運方面，約有 80 家國際集裝航運公司每星期提供 400 條航線，開往世界 500 多個目的地。而在空運方面，有 66 家的國際航空公司每星期提供約 3800 班定期航機由香港飛往全球 130 多個目的地。

爲了應付日益繁重的運輸量，香港國際機場採用最先進的設備及雙跑道設計。另外，9 號碼頭第一期也在今年中投入服務。陸路建設方面，港府正致力加建公路，主要是連接機場及各港口到港內各區。此外，特區政府還積極地興建後海灣通往深圳及蛇口的跨海大橋，連接青衣島到長沙灣工業區的 9 號幹線等等。而隨著中國加入世貿組織，市場的進一步開放，相信香港物流業在未來將有更廣闊的發展空間。

## (二)台灣物流業現況

2002 年 WTO 正式起跑，而台灣也跟進國際化。國際化與自由化

的經濟政策，使得商業競爭激烈，也造成物流環境的變革逐漸走向資訊化。物流業是指物品流通過程中提供支援服務的行業，現在不論在企業界或是學術界，都在談論物流這個未來的明星產業；再加上經建會、經濟部也非常積極推動，一股『物流產業』旋風已漸漸籠罩在整個台灣。

中華民國物流協會定義：「物流是一種物的實體流通活動的行為，在流通過程中，透過管理程序有效結合運輸、倉儲、裝卸、包裝、流通加工、資訊等相關物流機能性活動，以創造價值、滿足顧客及社會需求。」而這些作業領域都提供不少的就業機會，想必整個物流管理將會成爲一種既有挑戰性又有價值的職業。國內從事物流業的企業有：台灣宅配通、大榮貨運、宅急便、新竹貨運、東源物流、中保物流、中華僑泰物流股份有限公司、世聯倉運股份有限公司、長榮國際儲運、台達國際快遞、巨人快遞、永勝專業快遞等等，而進軍台灣的國際物流業者有 DHL 洋基通運股份有限公司、UPS、FedEx 國際快遞公司。

爲了加速推動台灣的物流業，工商時報社於民國 82 年 4 月公開發起成立物流業者聯誼會，同年 10 月，中華民國物流業者聯誼會正式誕生。聯誼會經過一年餘之有效運作後，爲提升組織的影響力及社會地位，在全體委員及會員的合力推動下，物流業者聯誼會於 84 年

1 月正式轉型設立登記為中華民國物流協會。集合工業界、商業界及學術界等物流發展之相關單位，共同推動業界的物流系統化及提升物流經營管理之技術水準，以促進經濟之成長，進而提升國民生活品質，回饋國際社會為宗旨。

另外，由於網際網路技術的進步，網際網路已經成為業者與企業客戶或個人客戶的聯繫，進行大量、正確、及時的資訊傳輸，協助客戶管理訂單、掌握商品流通的情況。因此，資訊科技可說是物流業的主要支援系統，但這種種自動化倉儲設備及資料庫管理系統，確實能為業者減少經營成本及風險，提高經營效率，但業者與客戶(企業與個人)間的溝通近年來已成為廣受注意的議題，尤其是電子商務與網際網路的興盛，更為物流業帶來新的經營曙光與方向。為了因應電子商務與網際網路的興盛，經濟部商業司最近也主辦了『92 年度物流業 e 化輔導推動計畫』說明會，主要是為了推動物流服務業建立效率化的企業內或企業間之 e 化應用系統，落實商業 e 化之整體效益，特提供政府輔導款及顧問諮詢服務等輔導措施，協助物流業者提高營運效率，增加競爭力。

中國大陸與香港近年來都把物流業視為重要高度發展的產業之一，而台灣政府也提出建設台灣成為亞太營運中心之計畫，擇取六種專業營運中心作為發展重點，包括製造、海運、空運、金融、電信、

媒體等中心。政府預期引進的產業有高科技高附加價值的電子、航太、生物科技，以及與物流相關之倉儲、運輸、和其他關聯性之產業為主。另外從國際分工的角度而言，是由歐美日輸入關鍵零組件，以及由亞太地區輸入原料、零配件、成品或半成品，並在台灣從事加工、製造、最後再轉運行銷世界各國。

在優越的地理環境配合以及在國際分工體系及海運發展軸心化、大型化之趨勢下，物流正可發揮整合各大營運中心發展計畫的效果，各級政府積極推動的境外轉運中心倉儲轉運專區、高雄經貿園區等工作中，物流之相關業務已成為重要發展項目。同時，再結合海、陸、空聯運，配合物流中心處理作業之的國際綜合物流也成為產業界矚目的明日之星。

## 台灣新政府之國家建設五大新方向

新政府認為，未來的國際競爭是腦力的競爭而不是體力的競爭，是品質、創意與速度的競爭，而不是價格和數量的競爭。因此，在調整經濟結構的同時，新政府也研擬新的建設計畫，在「建設綠色、活力、速度、優質、魅力的台灣」這五大方針下，讓國家的軟硬體建設能大刀闊斧前進，符合知識經濟時代的需求。其中，『速度台灣』指的就是，要讓台灣成為世界地圖上的重要節點，台中及高雄都會區的建設要升級，以促進國土均衡發展。三大都會要建設完整的海空港，

不但如此，還要讓海空港聯合運作，以便國際物流零阻力。因此，政府擬定了以下幾點：

1. 加速規劃建設台北港、桃園航空城、台中國際機場、高雄新港，將海空港聯港運作，並結合周邊地區規劃經貿物流特區。
2. 加速高鐵建設，進行高鐵車站特定區土地徵收計畫以及站區聯外道路系統改善。
3. 改造台鐵成爲中短程的都會快鐵，進行台北市區鐵路地下化東延南港工程及其他城市鐵路立體化工程（南港、高雄、台中、台南、嘉義市區）。
4. 興建快捷鐵路網，進行東部鐵路改善計畫、鐵路行車保安設備改善計畫，興建北高捷運，完成台北都會區大眾捷運系統建設計畫初期路網及後續路網新莊、蘆洲線。
5. 完成快速道路系統建設，進行中山高速公路拓寬工程、台灣西部走廊東西向快速公路建設計畫、東西向快速公路彰濱台中線（彰濱快官段、西部濱海快速公路工程計畫、第二高速公路後續建設計畫及交流道聯絡道路系統改善計畫，推動國道北宜高速公路建設及頭城蘇澳段建設計畫，持續撥充交通建設基金。
6. 強調日常生活所需的都會區幹道系統建設，持續推動生活圈道路系統建設計畫、公路系統改善計畫、進行台北縣特二號道路建設

計畫。

台北是個大都會區，消費能力比其他地區都來得高。再加上網路購物的興起，使物流業對電子商務的需求也越來越高。但是由於台北地區土地有限，有許多的物流或倉儲中心都設置在台中、高雄等地方，使到流通速度受到阻礙。因此，政府計劃建設『台北港』絕對能使國內外的流通速度升級。

「台北港」是北台灣地區最具優勢的良港，擁有發展成為國際級港區的條件和潛力，將建請中央核定為「自由貿易港區」。此外，「台北港」具有的特點和優勢，包括港區條件優越，當二期工程完成後，港區面積為 3 千餘公頃，航道寬 3 百公尺，水深可達 16 公尺，外港的迴船池直徑，均較基隆港及花蓮港等國際港為大，是全台灣唯一可允許一萬 TEU 以上巨型貨櫃輪直接靠泊的商港，也是台灣地區唯一具有未來海運發展競爭力的商港，發展潛力十分雄厚。

其次是台北港所在區位良好，位處台北縣八里鄉，北鄰淡水河、西面台灣海峽，南接桃園縣，發展腹地寬闊，緊鄰大台北都會區及北部工業地帶，發展潛力遠超過現有的基隆港，是北部地區邁向國際的最佳出海口。第三優勢是交通便捷。台北港聯外交通規劃，未來將透過東西向快速道路，由八里直通新店，直接連接北縣核心區，並與土城、中和及新店等高科技產業軸帶接軌。另外，特二號道路還可以連接中

山高和北二高，經西濱公路也可連接鄰近的桃園中正機場，充分發揮「海空聯營」雙重運輸效能。

### (三)全球運籌管理中心

近年來，隨著國際分工以及企業全球化的發展，加上網際網路的發明及應用，以企業為主體的全球運籌管理(Global Logistics)已悄然成型。全球運籌管理計劃的目標是運用台灣的製造優勢，發展高附加價值轉運服務，策略為『健全全球運籌管理相關之電子商務、實體物流及基礎建設環境』。也就是國際化的企業，藉由國際分工關係，在不同的國家依比較利益原則生產不同的零組配件，再匯集在某一國度的轉運中心內從事組裝工作，以利他日再輸往他國或國內銷售。此一活動正是企業全球運籌管理的精義所在，亦是政府推動台灣成為亞太海空轉運中心所具有的前瞻性目標。國際間像歐洲的阿姆斯特丹以及亞洲的新加坡都是成功的案例。

為發展台灣成為全球運籌中心，政府目前正推動設置倉儲轉運專區，並鼓勵跨國企業來台設立物流中心。本部為配合此項政策，於八十九年三月二十一日發布「物流中心貨物通關辦法」，海關並於同年九月十八日公告相關作業規定，業者將可依該作業規定提出申請設立物流中心。物流中心是採業者自主管理，及二十四小時通關等放寬措施，將來落實實施之後無論是產品的供應、下單、重整、運輸、銷售

都能快速、便捷地在此物流中心完成，期能滿足全球運籌業者通關快速、提貨便捷之需求。

此外，為因應當前全球化營運佈局，企業在產品研發、產銷及配送體制上已面臨顛覆性之變革，跨國企業如何於海外據點建構生產線及配銷體系、如何建立全球資訊情報系統、並靈活運用當地資源進行地區性整合與調度，實為當務之急。財團法人資訊工業策進會特開辦專業全球運籌訓練課程，積極培訓運籌電子化規劃推動及導入人才。

### 物流業作業內容之劃分

一般物流業相關的工作可分為保管作業、行車理貨、行政後勤支援以及資訊管理等四類。

保管作業	行車理貨人員	後勤支援人員
進、出貨人員、退貨人員、揀貨作業人員、流通加工人員、卸櫃搬運人員、商品驗收人員等。(保管作業人員花費較多時間在儲運區處理貨品)	大、小貨車、拖車、聯結車駕駛、隨車作業人員。  (此類人員代表公司，反映出公司的物流品質、服務態度)	行政管理、車輛保養、財務會計、帳務處理人員



## 2-1 區域營運主管

### 職業概述

區域營運主管的職位相等於一定企業公司的中階級主管。能够擔任營運主管一職代表著企業對你的重視。營運經理多數具有專業的知識與素質，這也是影響企業績效與競爭力的關鍵要點之一。大多數的物流公司都會有自己的物流事業處，也就是大家所熟知的營業所。而每一個營業處所都有分類及集散貨品的功能，一般會設在主要省道或中心都市外圍的地方。因此，不同的區域就有不同的營業處所。每一個營業處，都會至少設有一位區域營運主管。

營運主管的主要職責是物流系統之規劃、物流中心建置、經營輔導及營運改善，部分的公司還要負責人事方面的管理。當然，身為營業處的管理人員，首要條件就是要對物流作業充份了解，如此一來，才能針對物流事業進行有效的管理與策略的制訂，所以，營運主管必須具備相關的管理知識以及經驗，且不斷地充實自己，來提高物流問題解決的能力，並且能够跟進現代物流事業走向電腦化、資訊化，甚至是電子商務的年代。

目前，台灣有許多的教育訓練單位，都在積極的主辦一系列提供給中階主管以上的人才進修的訓練課程，例如經建會、勞委會、資策

會、中國生產力中心、中小企業聯合輔導中心、中小企業協會、物流軟硬體供應商與開發廠商等等。這些訓練課程主要的宗旨是在強化中階經理人實力，使企業經營更具績效，也爲了企業尋找未來的接班人。

尤其現在網際網路及電子商務的旋風力量，更是物流業者抵擋不住的；但是這種突如其來的打擊，使到部分公司在營運、管理、策略及人才方面都遇到了瓶頸。所以中階主管的進階訓練或充電課程，主要是探討企業如何進 E 化策略、行銷策略並落實執行 IT 計劃，例如：倉庫管理、物流配送、服務流程控管、供應鏈管理、客戶關係管理、企業資源管理(ERP)等，並對企業 E 化過程的成功關鍵因素及困難點加以探討。

## 從業人員資格條件

營運主管是屬於公司的中階主管，因此在學歷上通常都要求大專畢業，不過，由於以往並沒有物流的相關科系，因此，只要資歷足夠，一般專科以上的程度也可以接受。營運主管要非常熟知目前整個產業的狀況，以及整個物流作業的流程，如此才能很好地運用供應鏈管理物流作業。

一般要擔任營運主管一職，至少要有 2 年以上的經營管理經驗，並且要富有責任感，以及積極向上進取的心。此外，隨著物流業不斷地資訊化、國際化，除了國語，英語的語言要求也越來越高。營運主

管要不斷進修，才能有效地替公司提升營運政策與管理方式。由於要常常與工作伙伴及客戶做溝通協調，因此極佳的溝通能力與技巧也是很重要的。

對上，營運主管背負著公司施給的壓力，對下又要對客戶負責，所以有足夠的抗壓力以及奮鬥精神的人，才能勝任主管的工作。不斷地學習，可以提升自我的能力，也能培養出自我的自信心；因此，有許多的公司會派營運主管參加一系列的研習活動，而課程的主要內容包括了做決策的基本邏輯的創造性思考法、規畫的技巧、計畫書的撰寫技巧、行動計畫的擬訂方法、工作進度的控制技巧、重點管理法的應用、目標的檢討與修正程序、傾聽技巧、面談技巧、簡報技巧、會議技巧、撰稿技巧、口才魅力、談判的準備、談判的戰略、談判的戰術、談判能力的培養方法等等。

## 工作特性

營運主管是代表一個營業處的主管，而管理層的人員，當然最主要的工作是針對區域性的物流事業處進行物流的管理、人事的管理及策略的實施與規劃。此外，還要帶領基層主管對下層主管進行督導。舉凡人力資源管理、營業處之車輛、設備統籌運用及控管、到宅配的管理都是營運經理的業務範圍。

物流事業的共同特徵是速度、品質與服務的講究，而營運主管為

了達到速度、品質與服務的績效，對上他得對高層主管負責，對下又要對客戶負責，所以壓力非常的大。除了要維護舊有的客戶，更要努力地去爭取新客戶新客源，讓公司從國內走向國際化。這也就是職位越高，責任越大所付出的代價。因此營運主管的工作雖然不是付出勞力，但是他必須付出他的智慧、才幹，也可以說經理一職動腦多於動手。營運主管只要肯不斷的努力，對公司有所付出及貢獻，未來的升遷大道也非常的光明，可以再往總經理的方向發展。

## 工作環境

營運經理主要的工作地點是以辦公室為主，有時爲了配合督導搬運、配送作業以及廠區的環境維護、車輛的清潔之督導也必須到現場，以確保各項作業流程安全順利地進行。除此之外，有時也要配合國內或國外業務進行出差。所以，營運經理每一天所接觸的人，包括營業處所的第一線生產人員、作業人員、管理人員、客戶、總經理等等。也因此，善於溝通協調是這個職業的必備條件。

## 工作時間與待遇

營運主管的工作時間通常都比其他人員來得長，一天工作十幾個小時是常有的事，主要是監促各項作業安全無誤地進行，並對於問題出找解決的方案或提出新的政策。可以說一般都是早到晚下班。待遇

方面，大約是 60,000~70,000 左右。

## 職涯經驗談

身為區域營運主管，也就是一個營業處的主要管理人。任何大大小小的事其實都要管，對上有公司的壓力，對下又要面對客戶。再加上，現在各家企業都在走向 E 化政策，公司對營運主管的要求也就越來越高，除了要不斷地學習新知識外，還要常常關心同業的新聞消息，才能有效的抓住要點，將公司的營運管理往上提升。如果想要往營運主管或經理發展的人，首先要記得付出是很重要的，唯有認同你的經營團隊，才能抓住自己的心，努力向上。相對地，有付出必有失去，由於大部分時間可能都得花在工作上，因此給予家人的陪伴會相對減少。但是只要事先溝通好，再充分利用時間，還是可以享受天倫之樂的。

## 2-2 倉儲管理人員

### 職業概述

物流中心在物流活動裡扮演非常重要的角色，其所扮演的是整個物流活動的輪軸，每一個企業對於物流中心的設計都不敢吊以輕心，因為設計不良的物流中心將會影響到整個物流系統的運作，最後也會影響到產銷中心的系統整體運作。物流中心在功能上，除了傳統的採購、儲存、流通加工、配送外，具有現代化設計的物流中心，還包括收帳、商情蒐集、顧客服務等工作。而物流中心的兩大重心就是『倉儲管理』及『配送服務』。

在一般傳統的物流概念裡，有效的倉儲管理就只是進貨出貨以及儲存的觀念；但是現在各企業環境中，由於配合網際網路所帶來的行銷與電子商務模式、供應鏈整合、全球化、及時生產概念的盛行，企業越來越重視倉儲管理。今日的倉儲被要求要能夠執行更多小量交易、處理及儲存更多的品項、提供更多附加價值的服務、處理更多退貨、處理更多跨國訂單。因此，為了配合現代化的倉儲管理系統，倉儲管理人員的條件也跟著提高了。

倉儲管理的主要管理內容包括有進貨驗收管理、儲位管理、流通加工管理、揀貨管理、出貨管理、退貨管理、機具設備管理及保管安全管理。其中，揀貨、理貨人員及流通加工作業人員在倉管裡，是扮

演特別重要的角色，因此在後面的章節，我們還會特別介紹流通加工作業人員(含揀貨及理貨人員)。隨著資訊科技的演進，企業們都希望將公司多年的營運資料化，為公司開源節流並創造更多的商機與附加價值，並且能夠迅速從每一筆客戶互動紀錄分析中，透過適當管道提供適當產品或服務給顧客，建立並強化客戶關係。

為確保顧客所需之產品能快速的到達，企業建立一套完整、嚴密的管理制度外、更引進電腦化管理作業系統，從進貨、出貨、銷售及庫存均由電腦化管理，並且設定安全庫存系統，標準庫存系統。使每項產品均有充足、穩定的貨源，隨時因應大量或急需之情況。如此一來，不僅在進貨、出貨上均能快速的歸位及拿取，更可以減少整理或調動的時間，並且使美一位倉管人員都能迅速處理每份訂單，再最短的時間內交予客戶。

倉儲管理人員的作業大致上包括了以下幾項基本作業，進貨、入庫、理貨、揀貨、包裝及訂價、分類及集中、流通加工及出貨。

以下簡單介紹這 6 項作業：

### 1.進貨

- A. 接收各項進入倉儲的物料
- B. 確認物料的品質與數量均正確
- C. 將各物料分派至其他作業地點或倉儲內儲存

## 2.入庫

係指將各品項依照一定的規則放置到倉儲之內，包括了物料處理、儲位確認以及產品的放置。

## 3.儲存

物品在被揀選前處於倉儲的狀態。儲存的方法會因品項的大小、數量或處理特殊要求而有不同。

## 4.揀貨

將品項由上述的「儲存」狀態移動出來，滿足某一項訂單需求，這樣的過程便是揀貨。這是倉儲的基本服務，也是大部分倉儲功能設計所要滿足的目的。

## 5.包裝及定價

包裝及定價可以在揀貨後選擇性進行，讓各品項各便於使用。在揀貨之後進行這項作業的好處在於可以增加現有庫存在使用上的彈性，並且在需要時馬上提供完整的包裝以利出貨。另外，定價工作則是讓供應商在真正出貨之前，可以就當時的市場狀況來更新價格。揀貨單以及價格標籤有時候會整合在單一的文件之中。

## 6.分類及集中

當一張訂單所需品項超過一項、或在揀貨時無法進行集中時，就必須將批次揀選的貨品依照訂單區分開來、並且將各種不同的品項集中到同一張訂單之中。

## 7.出貨

- A. 確認訂單內品項是否完整
- B. 以適當的容器包裝、出貨
- C. 備齊出貨相關文件，包括包裝清單、地址標籤及貨物提單。
- D. 秤重量以便決定運費
- E. 依照不同的運輸業者進行貨品的集中
- F. 將貨品裝到出卡車上。(這項作業有些是由運輸業者負責)

## 從業人員資格條件

由於管理人員必須對物流作業負責，有管理監督之責，所以管理人員首先要充分地了解從運輸入庫、裝卸、倉儲保管、揀貨、理貨、包裝、流通加工、調派車輛、配送、出貨等等作業流程。

此外，許多的企業已經對倉儲作業採資訊化的方式，所以要擔任倉儲管理人員必須至少是大專以上畢業，要有至少 2 年以上的倉儲作業、庫房建置實務經驗，且熟悉 PC 作業。在語言方面，通常會要求略通英文，主要是因為因應物流業的國際化，有時必須和國外客戶接

洽。此外，管理人員也必須不斷地吸收新的知識與管理方法，目前有許多的職業訓練機構(例如，亞太教育訓練網)，就有舉辦一些倉儲管理的課程，上課內容包括：倉儲管理在企業經營活動中應發揮之主要功能、提升倉儲管理工作績效之基本途徑、如何規劃「儲位管理」的工作、如何做好收料及發料的管制工作、如何做好「效期管理」的工作、存量管制技巧、如何做好盤點工作、如何確保物料及產品的安全性、如何有效處理呆料及滯料等等。

如果對倉儲管理有興趣的學生，想要往這方面發展的話，國內也有部份大學(例如：中華大學交通與物流管理學系、立德管理學院物流管理學系、長榮管理學院航運管理學系、海洋大學航運管理學系、淡江大學運輸管理學系、開南管理學院航運與物流管理學系、開南管理學院空運經營與管理學系、稻江科技暨管理學院運輸管理學)都有開辦相關的科系，以培養更多的物流業人才。

## 工作特性

從客戶貨品的進貨裝卸、歸類、保管、揀貨、理貨、貼標、包裝、流通加工、出貨到退貨的作業程序，都是倉儲管理人員必須掌控的工作內容。因此管理人員必須對物流作業負責，有管理監督之責，所以管理人員首先要充分地了解從運輸入庫、裝卸、倉儲保管、揀貨、理貨、包裝、流通加工、調派車輛、配送、出貨等等作業流程。

由於管理階層人員的工作包括物流管理與物流策略的制定，所以管理人員需具備相關的管理知識及經驗，且不斷地充實自己，以提高不同的物流問題的解決能力、未來策略的規劃能力等工作的進行。

一般來說，當採購單發出後，對倉管人員而言，就確定進入庫存計劃的工作。倉管人員應預先規劃有關預計進貨日當天的種種事項，包括安排收貨碼頭及人員或機具、儲位的配置計劃等；接著在驗收完成後，進行收貨作業。

在收貨作業時，應配合倉儲管理子系統的作業。確定產品的品項及數量正確地進入指定的儲位。此一部分由於各物流中心使用的設備與庫存管理制度不同，所以會有許多細節上的差異，但共同目標則是要確定貨品資訊及實體正確地進入物流中心資訊系統和倉庫之中；也就是在收貨時，就要注意料、帳的相符，如此，後續的庫存管理和盤點作業才能減少不必要的誤會。

## 工作環境

現代的倉庫環境並不像以前的髒亂、空氣不佳、燥音一般。現在的倉庫講究工作的環境品質，確保每一項作業流程都能順利地進行。不過，由於倉儲需要比較大的場地，因此倉儲中心都會設置在比較郊外的縣市。一般倉儲管理人員的工作在監督每一項作業流程，確保客戶的貨能按正常流程進行保存或出貨。較專業的物流或倉儲公司都會

利用電腦倉管系統來協助倉管人員對倉管工作有所掌握。但是由於客戶的貨品有分很多類，有些是低溫產品、電腦 3C 產品或醫藥產品等等，所以依據公司客戶的貨品不同，工作環境也會隨之改變。

## 工作時間與待遇

倉儲管理人員的工作時間大多為正常上班，工作時數每天 8 小時，不過在服務客戶的原則下，接受客戶訂貨的工作人員中午必須輪班，甚至配合客戶在延長的下班時間輪值。在待遇方面，如果是有經驗的，大約為 30,000~40,000 元，其中工作的資歷、能力、或不同公司的福利制度，都會影響人員的待遇。如果是新進人員，一般而言公司會要求倉儲管理人員要有實務的經驗，等到有一定的經驗與資歷後，如果工作表現優異者，就可以由基層人員升為管理人員，也就是從技術員、組長、升到主任。

## 職涯經驗談

多人都以為倉儲管理人員的工作很單純，其實不然。倉儲管理人員除了要負責倉儲各個流程部門的管理及監督工作外，最重要的是能夠讓公司的成本降到最低而效率達到最高。也就是說，身為倉儲管理人員，應該具有作業研究能力的人，不斷地去發掘問題，解決問題，並且設計一套最優良的倉儲管理辦法來使整個倉儲活動能更有效率

地進行。當然，壓力也是有的。尤其是尖峰期(例如中秋節、春節、母親節、父親節、客戶周年慶…)或季節性的階段，工作量就會大增。這個時候除了配合加班外，還得面對時間的壓力，絕對不能延誤到客戶的貨品。

## 2-3 商品配送、運輸調度人員

### 職業概述

配送就是送貨的意思。而這部分的工作人員也泛指車輛駕駛人員及貨物搬人員。不過，這裡所指的貨物搬運人員，只是屬於小量的貨物，因此後面的章節我們還會特別介紹專門的運務人員。

1991 年，日本的《物流手冊》描述：與城市之間和物流據點之間的運輸相對而言，將面向城市內和區域範圍內需要者的運輸稱之為『配送』。配送是一種運輸形式：『生產廠到配送中心之間的物品空間移動叫『運輸』，從配送中心到顧客之間的物品空間移動叫『配送』。

這裡的商品配送人員一般是指司機、駕駛或隨車助手。從物流公司接到客戶的出貨指示後，安排配送車趟，貨品從庫房儲位整理出來，經過確認無誤，裝貨上車，準備送達到客戶（商店）手裡，這時配送人員在整個貨品保管配送的循環周期，擔任相當重要角色來圓滿完成周期的任務。如果在配送過程，有任何損及貨品的完整性與時效性，那前面的服務就都白費了。而且還花費額外的成本來彌補，有時也很難再恢復到原先客戶的滿意度。

倉儲配送人員在大多數人的印象中，可能只停留在司機或庫務這兩類工作，目前有部分公司對於配送有了進步的象徵，因為他們將配送人員與營業員的工作合二為一，也就成為了營業司機(Sales

Driver)。營業司機的主要工作除了送貨外，還得負責新商品之推薦運送、交貨、安裝、收款等之服務工作還必須協助開發客源，在送貨的同時可能也要面帶微笑地和客戶再推薦公司的其他服務，進而達到銷售的工作。近年來，國內最近也興起了『宅配』的事業。例如，台灣宅配通、宅急便等等。他們的服務比較偏向個人對個人的宅配服務，配送人員必須把貨在指定的時間內安全送到家，給予客戶更快速、更便利、更親切的服務品質。

一般的配送人員的主要工作是將工廠出產整批的成品加以整理分類、暫時儲放，然後依訂單內容分批地配送至客戶的倉庫，或是賣場。如果規模較小的客戶，也可能要求直接將或送到各經銷商店。而配送人員的工作是依調度人員的配送指示，送達全省各地的。當配送人員接到出車指示，除清點與裝載已理貨完成的貨品上車外，對於所駕駛的車輛，亦要做行車前，基本要項的例行安全檢查，一切的配送過程，應以調度人員的指派為遵循準則，遇有特別狀況，要及時回報請示，但遇交通特殊狀況時，配送人員對於配送地點的順序，要有所變通，以免延誤交貨時間。配送人員代表公司，其形象也直接地反映出公司的配送服務品質，所以配送人員的服裝儀容、態度修養、專業知識均給予客戶、甚至消費者深刻的印象。

運輸調度人員從客戶（貨主）出貨訊息的確定開始，到配送人員

完成送貨作業，回到公司之間，都是值勤時段。他們工作包括配送路線的規畫、車輛趟次與配送人員的安排分配、擔任機動的調度與諮詢聯絡中心、配送人員的稽查、外包車輛與駕駛的管理等等。因為配送人員是依調度人員的配送指示（出車調派單）為準則，所以調度人員對於交通路況、商店收貨時間、送達地點上下貨的狀況、送達地點車輛的限制，要能夠完全了解掌握，並要秉持公平的精神來制作出車調派單。

### 從業人員資格條件

在學歷方面配送人員至少要在高中職畢業以上程度，而運輸調度人員則需專科以上，並且要了解公司的物流工作流程，對物流業有一定的概念。除此之外，配送人員必需取得合格駕駛執照，如果駕駛大型的貨櫃車，則必須要有聯結車駕照，如果有兩年以上駕駛大或小貨車或聯結車經驗更佳。如果是宅配的配送人員，一般只要求要有機車駕照，主要是針對小量文件的宅配服務。配送人員對於配送工作要有服務熱忱且細心負責。品性及態度方面良好，因為以目前的趨勢看來，有部分的配送與調度人員都要懂得和客戶打交道，讓客戶對公司的服務感到滿意。由於必須長時間在外送貨，有時路程會比較遠，因此身心健康，有充沛的精神也是很重要的。

## 工作特性

商品配送人員的工作性質類似服務業。因為他們是在為客戶服務，在客戶指定的時間準時送達，有時還必須處理一些客戶的申訴問題。商品配送人員必須完成公司所交待的配送流程以及配合尖峰時刻的配送，這也是配送人員會面對的挑戰之一。因為他們必須按時且無差錯下把貨物送達各公司行號、大賣場或是便利商店等地方，萬一時間上有所延誤，不只之前的工作都白費了，嚴重的話，還會導致客戶的損失，也許還因此而少了一位客戶。運輸調度人員與配送人員可說是工作上的最佳拍檔。因為配送人員在進行配送工作前及配送完畢後都必須依照運輸調度人員的指示來工作。配送人員對於配送地點的順序，要有所變通，以免延誤交貨時間；而在配送過程中，如果有任何狀況，調度人員也必須做即刻的處理。

## 工作環境

運輸調度人員主要是在辦公室調派聯絡各項配送之事宜，必要時也要機動地在倉儲現場調度車輛與配送人員。而配送人員大部份工作時間都在路途上送貨，主要會接觸的對象除了調度人員就是客戶了。雖然配送人員的工作看似單純，但是在送貨的路途中還是有時間上的壓力，並遵照公司所指派的流程，準時地把貨送達給客戶，才算把一

天的工作完成。

## 工作時間與待遇

一般而言，配送人員與運輸調度人員的上班時間會因出貨量之多寡而有所異動。尤其是配送人員，他們的下班時間，是以整個趟次的貨品完成配送，回到公司為時點；有時為了配合客戶，工作時間甚至會到晚上 11~12 點左右，當然送達的目的地也是下班時間的主要影響因素之一。待遇方面，調度人員起薪為 25,000~30,000 元，按年資、經驗及不同的公司而有所差異。

司機過去只要具備一特定車種的駕駛執照就可擔任本行業的駕駛工作，而現在基於經營成本的考量，一般多逐漸走向一人一車的配送制度，基本薪費加上工作、配送等獎金，則待遇約有 25,000~40,000 元左右。

## 職涯經驗談

現在的配送人員不同往日如此單純了。以前只要有駕照，就可以勝任配送的工作。但是現在有許多公司的配送人員，除了要負責配送外，還必須擔任營業員一角，在送貨的過程中為公司開發客源。所以，現在的配送人員，會常常與人接觸，而且配送人員一出去就代表公司，在工作的表現上很重要，如果服務作得很好，還會替公司塑造良

好的形象。但是，最辛苦的還是在開車的時候，因為我們不能像平常開車一樣，慢慢來或是抱著把貨送到就好的態度，在這一行，事事都講求速度、講求快，所以工作時要勤快，在配送過程時，要專心，並提起精神，依照流程，把客戶的貨在指定的時間內送到。再來，如果是遇到一些節日或季節性的活動時，客戶的出貨量就比較快，這也是我們最具挑戰的時刻。

## 2-4 都會快遞外務員

### 職業概述

對於現今的工商業社會而言，每一分每一秒都是金錢。尤其是大企業或公司行號與客戶之間常常需要有一些文件的往來或是物件的運送往來，如果樣樣都得自己來或聘請外勤專員，效率也就相對的降低。間接就會影響工作上的流程及作業。而且大都會地區常常都會出現塞車、找不到停車位等麻煩的事，而且這樣趕來趕去，除了勞累體力，更無法集中精神地去處理其他的業務。因此，在文明的都市化社會中，就出現了大家在近幾年所熟知的快遞公司，幾乎各家公司都在比速度比服務比品質，希望爭取到更多的客源。

快遞公司主要的服務是提供客戶專人專送的快遞服務，講究安全、迅速、效率，有效地為客戶爭取時間。其服務型態就是只要撥一通電話，無須自己跑一趟，事情就可以迎刃而解，在 30 分鐘內有外務人員到府收送件，承擔一切交通風險，有效為客戶爭取時間。所以快遞公司是以服務為目的，適時的對於有需求的客戶提供協助，就好像幫助需要協助的人，給予都市的人們無比的便利。目前台灣也有很多的快遞公司，提供了台北、高雄等全省各都會區完善的快遞服務，而外務員的外務交通工具包括了機車及小貨車。一般的快遞公司的業務範圍包括了：

## 一般文件、貨品收送服務

各式文件、包裹、商品、樣品、印刷品、電腦用品、船務提單、鑑定報告書、汽機車材料、支票、機票、簽證、圖表、各類材料、便當、帳單、花束、禮物、紅包、邀請函、婚慶喜宴請柬、彌月油飯以及其他各行各業及個人物品傳遞工作。甚至有部快遞公司也有提供大型會計師事務所需大量文件之收送之公、民營事業可洽公司派專人全天駐守、連鎖事業每日固定地點之文件往還收送等等。

## 代客

寄貨、領貨、送款、收款、送修物品、送洗衣物、購火車票、買東西、簽樂透彩、換健保卡、及其他可代辦之事宜。

## 代客繳費

包涵（水電、電話、信用卡、手機、健保費、瓦斯費、罰單、稅金）及其他可代繳之事宜。快遞公司要從事如此服務第一的工作，當然必須要有一批先峰隊為公司服務，他們也是整個公司的精神支柱，因為有了他們公司才能有所口碑、有所品質保證，他們就是快遞外務員。可以說，快遞公司非常重視每一位外務人員的素質，因為他們的一舉手一投足都是代表著公司的形象。所以要擔任一位快遞外務員，最重要的是對於公司有認同感，願意付出服務的熱忱，如此一來，才能享

受這份工作的樂趣。

## 從業人員資格條件

快遞外務員在學歷方面比較沒有太嚴格的要求，有無經驗均可。最重要的是必須具備機車駕照，如果公司要求是要以貨車收送，外務人員也必須具備汽車駕照。此外，依據不同的區域，公司會有不同的要求。例如，如果服務範圍在台北市，則外務員必須熟絡台北的路線，如此才能在第一時間趕達收送地點。有部分公司也會要求快遞人員要自備機車。爲了保持美好的形象，外務人員絕對不能穿著拖鞋，不嚼檳榔，且大部份都得穿上公司的制服，以協助公司推廣業務及形象。此外，擔任外務人員一定要勤奮，畢竟他是一對多的服務，如果沒有耐心及勤奮的個性，以及健康的體魄，就很難在這一行生存了。

## 工作特性

外務快遞人員，在工作最講究速度及服務。在接到電話的那一刻開始，服務就開始了。由於是都會區外務人員，因此主要的服務範圍多數是以都會區爲主。在出去之間，對於每一位客戶的要求要非常清楚，否則即使速度再快，卻沒有完成客戶的需求，這一趟也就算白費了。例如，有些公司是請快遞向對方購買物品及請對方開發票，如果快遞人員只買了東西而忘記索取發票，這約會照成客戶的困擾。所

以每一個案件在出發前一定得記清楚每一位客戶的要求，把出錯率降到最低。

外務人員去為客戶收件時，一定要有禮貌，並衣著整齊、小心地處理貨件)，而開著公司車輛在路上時，也要隨時注意形象，除了車輛保持乾淨更要遵守交通規則。服務是一種經驗，而經驗是無法退換或回收的。對客戶而言，與客戶打招呼、微笑，都是一種服務。

除此之外，快遞外務員必須對時間掌控得非常好，當然每一家快遞公司都會有不一樣的要求，一般快遞公司的規定是市區普通件收送最慢二小時完成，郊區普通件收送最慢三小時完成；市區專件五分鐘至六十分鐘之內完成；郊區專件九十分鐘之內完成。為了達到最高的效率，快遞外務員一天的工作幾乎都在趕場，非常地辛苦。所以一定要對快遞外務的工作有所認知及認同的人，並具備一顆服務熱忱的心，才能勝任這個工作。

## 工作環境

都市快遞外務人員的工作環境主要是在外面。大部分是要在都會區跑來跑去，完成一件後，又要到下一家服務；在收送的過程中，也可以認識到許多產業許多的人。因此，常常都得忍受日晒雨淋，非常的辛苦。再加上，都會區的車輛多，空氣非常差，快遞外務人員除了要忍受交通的擁塞狀況，空氣差，健康也備受威脅。另外，馬路如虎

口，快遞外務人員在送收件的过程中，也要時時注意本身的人車安全。

## 工作時間與待遇

快遞外務人員的工作時間非常固定，一般是八個小時。但是下班時間，還是得配合客戶的需求，必須在當天把工作完成後，才能下班。不過，由於部分公司爲了達到服務品質，例假日也照常服務，所以部分的外務人員的休假日是採排班制的。待遇一般是 25,000~35,000 左右。

## 職涯經驗談

快遞外務人員的工作其實是非常具有挑戰性的，因爲每一天會有不同案件，要服務的客戶及地點每一天都在變，今天永遠不會預知明天的工作狀況是如何的。所以，如果不喜歡辦公室工作的人，也許會喜歡外務工作，畢竟這是一個相當活潑且互動性強的工作。當然，這樣的工作看起來好像很不錯，工作時間幾乎都在外面，不必面對老闆。但是，相對地，所付出的代價也是很高的。在一天的工作流程裡，常常都是送完這一家再到下一家，而且在大都市地區車輛多，騎起車來也格外的累，必須消耗許多的體力。所以一定要有健康的體魄才能有效地去完成每一項案件，否則送到一半，可能就會體力不支而昏倒了。但是，外務的工作算是很穩定，對於希望有穩定工作時間及收入

的人來說是將適合的。

## 2-6 營業銷售人員

### 職業概述

物流業的興起是有賴於批發零售業從以前到現在所打下的基礎，特別是這幾年，便利商店林立，例如 7-11、全家便利商店、萊爾富，百貨公司、超級市場也一家接一家的開業，可見現代人的生活非常依賴批發零售業的業者或經銷商。因此，也使得物流業所擔任的任務越來越重要。一般而言，商品的採購被視為事業的開端，而營業銷售則是事業的開拓。對物流批發業者而言，商品銷售業績的好壞，有賴於營業銷售人員的『功夫』是否能創造好的業績。

現代的消費者對於消費活動越來越重視，無論從商品品質的好壞到商品的包裝，都是影響消費者購買動機的主要因素。這樣的消費型態也促進了零售業態度的演變，產生了許多新的業態以因應市場的需求。因此，營業銷售人員的銷售對象也越來越多元化了。如便利商店、超級市場、量販店、大賣場、專賣店或零售商場，無論是獨立性或連鎖性，區域性或是全國性的，全都是營業銷售人員的銷售對象。而傳統的雜貨店，在商業現代化潮流引導下，也陸續走上加盟店的經營方式而成為連鎖業的一份子。但是，無論為加盟或獨立經營，都是營業銷售人員要努力開發的對象。除了開發客源，營業銷售人員還必須對

市場的狀況及消費者購買習慣有所調查及了解，進而在商品的銷售過程設計相關的促銷活動，以抓住客戶的心。

## 從業人員資格條件

營業銷售人員對於學歷的要求一般沒有特別的要求，通常是專科以上程度即可。營業銷售人員的銷售業績主要是取決其個人的學習能力及技巧。由於營業銷售人員所面對的都是以客戶為主，常常都要靠嘴來說服客戶。但是一位優質的營業銷售人員絕對不是天花亂墜、花言巧語地說話方式來進行銷售的動作。現代的銷售技巧講求的是對客戶溝通與訴求、對客戶的心理進行分析；同時在對客戶介紹商品時也要有所技巧。

現在有很多的相關的銷售人員訓練課程，都會教導這方面的技巧，並且還會教導當與客戶的認知有所差異時，應該如何做協調。同時要怎麼樣才能有效地刺激購買慾。以上這些都是營業銷售人員應該學習的技巧。此外，具備高尚的品德、反應快，也是重要的條件。由於需要常常到外面開發客源，因此具備汽機車駕照也是營業銷售人員的必備條件之一。營業銷售人員出外開發客源，與客戶接洽，都是代表公司在做銷售，因此良好的儀態，態度禮貌等都是關係著企業形象的好壞，進而會影響生意的成敗。這些條件是企業在征選營業銷售人員時考慮的重點。

## 工作特性

營業銷售人員主要的職責就是為公司開發客源，對舊有客戶也要維持良好的關係，並適時地設計促銷活動。以下是營業銷售人員主要的工作內容：

1. 開發新客源，維繫舊客戶：開發新客戶是營業銷售人員例常的工作，當然能夠為公司創下越多業績，也顯示了個人的能力。而舊客戶是公司事業的“本”，維持舊有的本，再加入新客戶，能使公司業務更茁壯。
2. 訂單處理：營業銷售員在處理客戶的訂單時，一般有
  - (一) 電話接單—客戶透過電話向營業人員叫貨。
  - (二) 傳真接單—客戶透過傳真機依商品標示碼向營業人員叫貨。
  - (三) 營業人員拜訪客戶時，客戶直接向營業人員下單。
  - (四) 網路接單—網路接單的系統主要是方便客戶與銷售員之間的作業更省力更快速。
3. 客戶信用度徵信及掌握營運動態—營業銷售人員必須對客戶的實際狀況有一定的了解，如此一來便可以確保公司債權。
4. 收款處理—與客戶確立貨款支付方式及期限，並適時回報公司。
5. 售後服務—為了提升公司形象，也為了提供客戶更完善的服務，一旦貨品有任何狀況就可即刻通知營業人員來處理。

營業銷售人員本身屬外勤工作人員，在外接觸的人際面廣闊，除本職外，也可適任公司採購人員、配送人員及現場倉管人員。雖然現在的市場行銷體制是「以企業總體力來銷售的時代，營業銷售人員仍是戰場的主力，市場的多寡，仍靠營業人員的耕耘。商品銷售並非僅僅是推銷商品而已，後勤支援的服務系統也是重心的所在。未來如何塑造營業銷售人員成爲售前行銷；售後服務的人才，才是企業長存之道。

## 工作環境

營業銷售人員除在辦公室聯絡各項事宜外，大部份時間都是在公司外開發客源、從事客戶拜訪、推展及服務的工作。由於必須駕駛車子到處拜訪客戶，會非常的費心費力，有時遇到天候不佳，也還是得在外面繼續工作。

## 工作時間與待遇

營業銷售人員的工作時間通常是依照正常上下班的時間。但是有時還是得依當天的實際工作量來決定是否需要加班，休假也多爲輪休的方式。待遇方面，新進入員起薪約 28,000~35,000 左右。公司一般都會設有業績獎金，且每年也會按年資經驗來調整薪資。

## 職涯經驗談

營業銷售人員，給於一般人的印象可能就和推銷員一樣。但是其實現在的營業銷售人員，如果表現好，創下良好的業績的話，無形中公司的運作也會因為營業銷售人員努力所得來的業績而越上軌道。所以營業銷售人員所扮演的角色是極為重要的。這個職業最累的地方就是必須時常在外奔波，而且有時還要看客戶的臉色。最辛苦的是，無論客戶情緒如何的糟，為了公司的形象，營業銷售人員的態度永遠要是最良好的。不過，一旦為公司開發到了客源後，業績就會越趨穩定，做起來也會很有成就感。而且最大的好處是可以因此而認識很多人，從而擴展自己的人脈。

## 2-6 表單作業管理人員

### 職業概述

物流的一般作業程序，從供應商開始的進貨到最後銷售流程的出貨配送作業，任何與客戶之間所產生的交易或公司內部的作業，都是以簽署過的表單作為正式且具有權效的溝通媒介與憑據。所以物流公司一切的作業流程，是以單據為憑證標準，即所謂的見單作業。雖然表單有電腦輔助存檔，但在一定的年限內，表單的保存有其必要性。不過，跨入 e 世代的今日，傳統的表單作業做法已經不能跟上變化萬千的競爭環境了，目前全國甚至全世界的企業都朝著企業電子化、資訊化在發展，而全球運籌管理計劃中也在推行表單作業全面電子化。在科技進步的今日，藉由科技的協助，表單可由紙張作業提升為電子化作業，

除了減少紙張用量以盡環保之力外，傳遞速率的增進，將可大幅提升資訊流通，瞬間判定時勢變化，有效支援重要決策。每一個企業都設計各自的表單，因此各式各樣的表單流通著，格式沒有一定的標準；不過各單位已配合電子化作業，逐漸將表單格式標準化了。物流公司一切的工作流程，是以單據為評證標準，即所謂的見單作業，以下的作業流程都是和表單作業息息相關的：

#### 1. 採購、進貨、入庫、進貨驗收單之客戶服務組

從與製造商、進口商採購商開始，公司與客戶間就立即建造了客戶的關係，從那一刻起任何的交易活動都必須藉由表單作業來見證雙方的交易過程及結果。到了商品進貨入庫時，倉儲作業人員也都是根據進貨驗收表單來作業的。

## **2. 客戶出貨指示出貨單之倉儲進貨組**

商品入庫後，並不是囤積在那裡。而是隨時接到客戶的指示，就必須進行出貨的作業。

## **3. 揀貨理貨單客戶服務組及運輸調度組**

接收到出貨指示後，揀貨人員就必須依照客戶的指示將貨理出來。在揀貨過程中也必須以揀貨理貨單為準備。

## **4. 配送完成確認客戶(商店、送達地點)簽收回單檢核表之運輸調度組**

當揀貨完成，運輸調度組便會安排配送流程，而配送人員必須將配送的商品送到後，請客戶簽收回單檢核表，以作為紙上憑證。

## **5. 退貨處理、退貨驗收單之倉儲退貨組**

當然客戶的貨送達後，工作其實還不算完成，因為有時商品會有問題，這時客戶就會要求退貨。而倉儲退貨人員就必須依退貨驗收單來做退貨的處理。

## **6. 壞貨處理、壞貨報銷單之倉儲退貨組**

部分商品也許在配送過程中意外受損或商品本身有問題，這時客戶就會要求做壞貨處理。這時表單作業人員就必須要有壞貨報銷單來做壞貨的處理。

#### **7. 流通加工(產品貼標、重新包裝)流通加工單之倉儲加工組**

流通加工作業是對商品重新包裝或貼上標籤，所以流通加工人員要依據流通加工單上的需求做流通加工的處理。

#### **8. 存貨（庫存）控制存貨檢核表、庫存盤點表之客戶服務組及倉儲 庫存管理組**

倉儲的商品都有固定要盤點的時候，這時必須要有所謂的存貨檢核表及庫存盤點表來進行作業。

#### **9. 商品保管倉租、配送費用計算收取各種收費發票、物流費用統計 表之會計出納組及客戶服務組**

任何的配送過程或物流作業都會有些花費，而會計出納人員就要依照各種支出單據來做物流費用統計表的處理。

### **從業人員資格條件**

表單作業人員在資格條件方面，需高中畢業，有物流業概念；由於要做輸入資料的動作，因此一定要懂得電腦基礎操作，且會電腦中、英文輸入；經驗方面若有一年以上行政文書、管理檔案經驗則更

佳。表單作業幾乎都是一些數字或統計資料，因此在處理時一定要格外細心。工作態度認真負責也是表單作業人員的必備條件之一。隨著企業的國際化，有許多的表單作業也需具備英文能力。

而表單管理人員，除了要具備以上條件外，還必須熟悉對表單作業，且對資料進行維護及管理。隨著表單電子化的趨勢，電腦的應用也是管理人員必備條件之一。

## 工作特性

表單作業人員主要的工作職責就是協助物流的每一項作業製作表單以利作業流程的進行。表單作業人員在處理單據時，有關資料、數字的輸入與計算，務必特別小心，一定要有專人重複檢查輸入資料的正確性，因為有正確數據的輸入，才會得到正確的輸出結果；否則對於事後的資料分析或盤點作業在進行時都會造成很大的困擾。那表單作業管理人員，在做資料分析與管理的時候才能讓管理作業順暢。目前，有許多企業已經開始將表單電子化了，而表單人員必須操作電腦，來操作電子表單的程序。電子表單系統可以讓使用者自行選擇所需表單種類填寫之，表單將依不同性質，設定不同表單申報作業。一般的電子表單含有以下幾種功能：

### 1. 表單登錄

使用者可自行選擇所需表單種類填寫之，表單將依不同性質，設

定不同表單申報作業。再者，系統提供結合相關系統介面，方便使用者瀏覽表單其他狀況。

## 2. 表單管理

系統針對表單類別、申請日期等條件，查詢個人表單作業流程及目前申辦狀況，而針對臨時變動需求之表單，亦可在未經完整流程批核前進行註銷作業。

## 3. 表單綜合查詢

使用者可依表單種類、申請日期等條件查詢表單管理作業中的表單，亦可針對不同單位及人員查詢其所屬表單之辦理狀況。另外，在本作業中亦可以表單辦理狀況條件（如呈閱中、已退件、已核准、已歸檔）查詢表單資料，以及表單作業詳細流程。

## 工作環境

表單作業管理人員大部分的工作時間都是在制作、檢查、追蹤、歸檔表單。工作環境相單簡單、單純。但是由於表單上的資料都是以數字為主，所以表單作業管理人員的集中力要特別好，否則一有差錯，將會使後續的作業癱瘓。表單人員在制作表單或做歸檔維護作業時都必須與電腦為伍。

## 工作時間與待遇

表單作業人員大部份工作時間花費在表單的制作、檢查、追蹤、

歸檔。一般來說，他們的工作時間通常有分早班及午班，而每一班的工作時間還是以八個小時為單位。待遇方面，新進人員的起薪大約為20,000~25,000，不過一般公司會按年資及經驗再做調整。

## 職涯經驗談

表單作業管理人員的工作其實需要花費很大的心力。因為表單作業主要的目的就是要給各個流程的作業方便，而且對後續的盤點及統計資料分析也很重要。所以雖然表單作業管理人員不是物流業的第一線生產人員，但是在整個物流工作流程中卻有著舉足輕重的地位。但是表單作業常常都是在做一些資料的輸入及表單的製作與維護，有時會覺得很單調。但是現在表單作業都逐漸走向電子化了，相信在作業上會有新的突破，而作業人員對於電腦的應用操作要求也會越來越高了。

## 2-7 商品採購人員

### 職業概述

商品採購作業即是處理商品之採購交貨、催貨以及檢核倉庫驗收的資料同時建立應付帳款相關資料，並產生商品採購單及採購單進度追蹤及驗收等相關表單。

商品可說是公司的經濟命脈，商品的特質與賣點是根據整個消費市場口味的變化而定的。商品的種類有上千萬種，如何從成千上萬的商品中引進符合的項目，使商品能暢銷，並減少庫存的壓力及提升商品的迴轉率，這都是商品採購人員對於經營成敗的要點。商品採購人員在採購的過程中，都努力的找尋於高利潤、優良暢銷的商品。而追求高迴轉率及高毛利率往往是採購人員的座右銘，如何達成目標則有賴於商品採購人員對於市場的敏感度及其工作經驗的累積。

商品採購人員主要的工作職掌與內容包括了：

1. 掌握商品銷售及毛利潤目標之達成。
2. 開發滿足顧客需要之商品。
3. 規劃賣場商品陳列表。
4. 擬定商品引進及淘汰之作業程序及標準。
5. 其他與商品採購有關之事項。

至於其他工作細項則又可分爲：

1. 商品市場調查、同業重點商品及售價調查。
2. 新商品開發、評估、議價、定價、引進、試銷及推銷。
3. 滯銷品淘汰及更換。
4. 發掘既有商品有關品質、配送、缺貨、訂價、促銷等問題點，並提出改善方案。
5. 商品銷售資訊之收集、統計及分析，以作為新商品開發及滯銷品淘汰的依據。
6. 協調供貨廠商配合相關促銷活動及公司採購規定。

以便利商店為例，商品採購有以下幾個原則：

1. 符合經營業態的特性：以「便利」做為主要訴求，在引進商品時須以消費者購買的習慣去著手，才可塑造與其他業態商品結構的差異。
2. 符合高迴轉、高利潤的原則
3. 商品初評，採購人員應對任何欲新進的商品進行價格、利潤、進退貨條件…等評估。再由具商品專業知識的採購委員會，針對商品口味、包裝、售價及市場性作複評。
4. 試賣，對連鎖便利商店而言，貿然將新品引進銷售風險較大，所以可採取試賣的方式，再以銷售結果評估是否要進貨。

5. 決定引進新品後製作新的商品陳列配置表
6. 通知門市，執行新品引進及滯銷品退換貨的作業。畢竟商品採購的良莠與公司利益間的影響有很大的關連。

所以採購人員平時對於商品的趨勢、大小、型態及生命週期等皆須具備高度的敏銳度；此外對於消費者的喜好、習慣、所得水準、教育程度、心理反應等也必須格外注意，這樣對採購品的選擇才不至於有偏差。

當商品引進之後，採購人員仍須對商品的銷售情形、市場反應、存貨數量有所了解，才能在再訂購時，有效控制訂貨時機及最適訂購量，商品的需求量往往會隨著季節、假日、節日、公司的促銷活動及競爭者的削價策略而變動，採購人員在此時機更應調整商品的訂購量，以適應市場的需求改變。商品採購人員除了要求專科以上學歷之外，企業內外部的教育訓練將使採購人員對本身的工作認知更明確，透過不斷的自我學習及市場調查資訊更能掌握商品採購的竅門。

## 從業人員資格條件

通常商品採購人員的學歷在高中職以上，且應具備專業的商品採購知識、掌握市場商品情報、勤奮的工作態度、清白的品德操守、高明的談判技巧、良好的廠商關係。商品採購人員是一個非常專業的職務，除了要不不斷吸收市場的最新資訊外，也須對公司政策有通盤的瞭

解。商品採購一職在一般人的印象裡，就是只要當上了採購人員，在購買商品時就可能享有額外的利益。所以對採購人員而言，如何抗拒外來利益的誘惑，便是最大的考驗。有些廠商爲了能使自己的產品順利打入市場，也會對商品採購員進行不誠實的行爲，使採購人員無法做正確的判斷，而影響了公司的經營。所以道德品質對於一位商品採購員來說是很重要的。

此外，隨著時代的進步，商品採購電子化也是未來的趨勢之一，因此，商品採購人員也要懂得電腦應用與操作。最重要的是，要對數字及成本有概念，且對市場資訊敏感，並且具有協調溝通的能力，且人際關係良好。商品採購人員除了需要常常與人接觸並做溝通協調，其本身的學習能力也很重要，因爲市場環境不斷地在改變，隨時都有新的東西要學習。除此之外，商品採購人員一定要有進修專業知識的精神，主要是爲了掌握價格與市場脈動，除了多閱讀書報，平時也要多上網搜尋、做消費者調查。

商品採購人員每一次的採購量絕對不是像我們一般買東西一樣，他的每一筆採購單的數量及金額都很龐大，所以個性細心負責也很重要，否則不小心就會造成公司的損失。每一個廠商都是公司的經濟支柱，因此，商品採購員平時在工作時就必須和客戶維持良好關係，以獲得廠商較佳的服務，創造雙贏局面。商品採購人員平日的工

作不只是一要動口還要常常動腦。尤其在做任何採購動作之前，都必須要有良好的工作計劃，如此才能在工作上有效的變通採購方式，不讓商品變為滯銷品。

目前國內也有一些有關商品採購的課程可供商品採購人員做為參考學習，而上課的內容多為教導商品組合策略、商品開發、淘汰的評估方法、及商品訂價策略等等。

## 工作特性

追求高迴轉率及高毛利率往往是採購人員的座右銘，如何達成目標則有賴工作經驗的累積。商品採購人員應具備商品採購的專業知識、對於市場的資訊靈通、有良好的道德品質、工作態度勤奮、有較高的談判技巧及良好的溝通能力。一個對於商品敏感度較強的商品採購人員，其專業知識可以後天再培養。當然，他們必須了解顧客的需求並時常針對消費者習慣做分析。

一般而言，商品採購人員主要的工作有：

### 1. 開發引進新產品及置換滯銷品

這是商品銷售的主要成敗關鍵，懂得找到新的商品並判斷其銷售週期有多長，若發現商品的生命週期已逐漸在退步，必須立即做置換的動作以避免過多的損失。

### 2. 商品市場調查

每一種商品的特質都不一樣，因此不同商品就有不同的訴求對象，商品採購人員一定要掌握這方面的資料，才能成為經銷的大贏家。

### **3. 同業重點商品及售價調查**

在面臨國際化的時代，商品採購員不能只是生存在自我的圈子裡，一定要放眼出去，看看其他國內及國外業者的策略，以做為商場攻防戰的不二法門。

### **4. 銷售資料評估**

對商品仔細分析，並在商品銷售資料中找尋易銷，高利潤的產品。

商品採購人員每引進一種商品時，一定要思考此項商品的賣點，重點是要評估其是否能賺錢，並從差別化著手去滿足消費者的好奇心。未來商品採購人員會以兩種類型存在，一種是專門開發新商品的採購人員，他需要注入更多的心力在關注市場動態，並與供應商維持良好的來往關係。另外一種是專門負責補貨的人員，他必須對商品進行分析，分析其銷售、庫存及季節的變動。

## **工作環境**

商品採購人員的工作環境多在外面與供應商聯繫及洽談。此外，有時也必須在商場內做調查，調查消費者最新的消費習慣。有時也要在公司處理一些研究統計資料，並仔細分析消費者的需求變化，預測商品的銷售量等等，以決定未來是否進行採購及選定最適時的採購時

機。由於要常常在外奔波，體力也會消耗得比較快，偶爾也要惡劣的環境下工作。

## 工作時間與待遇

商品採購人員的工作時間大多為正常的八個小時，當然有時也得配合加班。一般新進人員是約 25,000~28,000 之間，採購經驗是日積月累的，如此不但提升了個人的專業能力，也成為個人重要資產之採購，所以若是有經驗者，公司會依其資歷來評估薪資。

## 職涯經驗談

商品採購的工作其實並不簡單，通常較適合抗壓性、EQ 高者來擔任。當然後天的努力以及對工作的細心負責亦是獲得主管青睞的原因。要成為一個成熟的商品採購人員，通常公司都會安排先到倉儲中心去見習，並要熟知商品從進貨到出貨、退貨的流程，並分析比較商品的銷售狀態。之後，就要靠自己的努力了。通常可以向前輩學習，學習如何接洽商品供應廠商。商品採購除了採購作業外，還要隨時處理全省各家門市商品問題，因此加班或將工作帶回家處理也是常有的事。不過，大約幾個月後，就可以適應了。工作上會越來越順利，這時也是充電的最好時機，商品採購人員一定要主動的去分析商品市場價格、銷售狀況，這樣在開會時才能有效地提出資料或數據，並對工

作進行改善。這樣的工作壓力雖然很大，但是一旦上了軌道，幫助公司引進暢銷的產品，並創下好的利潤，也會產生無可取代的成就感。

## 參、未來發展趨勢

台灣加入了 WTO 的同時象徵著國內正迎向經濟全球化的時代。而『經貿國際化』、『競爭全球化』等名詞也不斷地出現在經貿媒體的報導中。與此同時，政府積極地推動亞太營運中心，而國內物流業者因應的就是如何配合國際物流與全球運籌策略，來對抗國外物流業的強勁競爭壓力。也就是說國際市場物流業已是未來的發展趨勢了。

在廿一世紀的今天，物流的功能是企業創造更多附加價的主要來源；所以企業要先打好物流基礎，建立健全的物流系統，再擴大各產業經營領域由有限的區域性邁向無限的全球市場。但是，目前具有物流經營與規劃能力的人才最為缺乏，其次是物流管理資訊人員、中階管理者，以及國際運籌人才。因此，如何輔導中小物流業者進行組織化、共同化，來構築具有經濟規模的共同配送設施及體制乃是未來發展的關鍵之一；同時也要加強物流教育、培育具有專業知識的物流人才才能使物流產業充分發揮其最大的效益。

國內的中華民國物流協會(中華民國物流業者聯誼會前身)自成立以來一直都扮演推動台灣產業物流的發展，常會主辦系列活動或一些培訓物流經營及管理專門人才的課程(網址：<http://www.talm.org.tw>)；有興趣者不妨上網瀏覽一番。另外，近年來電子商務與網際網路的興盛也為物流業帶來新的刺激，因此未來物流

業也將因電子商務及網際網路的發展趨勢，和新興的宅配業整合，創造另一種不同的產業契機。但是我國在這方面可說是仍在邁入的階段，所以台灣的物流業者必須採取策略聯盟，再結合資訊功能，才能抵抗強大的競爭。

目前國內物流業的未來發展趨勢正朝向以下幾點努力：

### (一) 國際物流中心之發展

國際物流中心發展之著眼點在於國內產業漸趨國際化，勢必需要融入全球產業供應鍊體系中，高效率的國際物流是產業國際化努力的目標之一。貨品的運送、報關、經由海、空運到達目的地國，再由內陸運輸至目的地，這一連串的服務要符合效率化，除了業者及相關設備與設施之外，政府相關管理法令亦必須配合，政府已發佈『物流中心貨物通關辦法』並積極推廣。國際物流中心具有以下幾項特色：

1. 24 小時通關，並與海關電腦連線報關。
2. 自主管理，倉管作業均以資訊傳輸方式辦理，海關不派員進駐，但是採不定期侍候稽核。
3. 海關不派員押運，貨物運輸由物流中心或與其訂定契約之運輸業辦理。
4. 進儲貨物無存儲時間之限制。
5. 海關以風險管理理念降低查驗比率，簡化作業流程，

加速通關。可進儲並從事物流市場蓬勃發展。

## (二) 電子商務與宅配物流市場蓬勃發展

因電腦網際網路及通訊技術快速進步，導致電子商務蓬勃發展，給全球物流帶來新的發展，使物流具備資訊化、自動化、網路化、智慧型、彈性等特色。電子商務透過網路無國籍的特色進行銷售買賣，使得銷售通路擴大，也帶來更多商機。目前比較成熟的即是企業對企業間(B2B)以及企業對消費者間 B2C 的型態，近年來個人對個人(C2C)的型態也漸趨成熟，這都是網路上拍賣所造成的風氣。無論是 B2C 或 C2C，其交易金額都是逐漸創新高。因此宅配市場在此天時、地利、人和的環境下，備受各方矚目。有很多企業都積極準備進軍這塊號稱每年有 200 億營收的市場。

電子商務時代來臨，必需要有效率高的物流後勤系統配合才能有完美的演出。宅配的基本原則講求的是『正確且快速的送達』。國內包括原有的快遞、專業物流業者、郵局及國內幾個著名的連鎖通路體系(如統一、全家、萊爾富、OK 便利商店…等等)都已加入宅配市場的競爭。國內業者之合縱連橫、相互結盟外，更積極引進國外技術。日本三大宅配業者(大和運輸、日本通運…)均已被引進台灣。以台灣宅配通來說，其運用 21 世紀高科技配送技術，整合資訊流、金流、物流系統，制定了一套多點收件、全年無休而且附有高額保險的配送

制度，將個人或公司委託的貨物，在指定時間內安全送達。

### (三) 重視 IT 及自動化設備之應用

現代化的物流系統與電子商務的結合乃是物流業之時勢所趨。國內物流業者在資訊系統之應用除了自行建立管理資訊系統外，也逐漸接受引進國際知名的 ERP(企業資源規劃)系統。另外近年來國內物流業者在投資建置物流中心時，均考慮到自動化設備之引進。自動輸送機、無線式傳輸、電腦輔助揀貨系統等已成物流中心常見之設備，而轉運型的物流中心更考慮引進自動分類輸送積極自動化倉儲系統。隨著 IT 科技的進步，業者除了要對硬體設施加強之外，在軟體、系統面更要十分具有彈性，才能使物流作業做到彈性化，真正提供為客戶量身訂作的物流服務。

### (四) 第三方物流與物流服務的多樣化

在傳統通路上，不少大型業往往會進行通路的垂直整合，期望對通路掌有更大的力量。然而這種模式的發展反而稀釋了企業的資源到企業不熟悉的領域，影響營運績效。

今日企業的經營趨向高度專業化分工，並將非核心業務或功能委外，形成一個虛擬整合之企業體系，例如一家主體企業(如製造業)結合專業公司(如：專業物流公司、專業資訊公司)，進行所謂的虛擬整合。在虛擬整合趨勢下，供應鍊體系得以成功發展，物流產業得以配

合主體企業商流所需，不斷開發創新的增值服務項目，形成專業的物流服務業，為市場顧客提供更多、更好及更有價值的服務。

再加上 WTO 入會的影響，第三方物流(3PL，由供方與需方以外的物流企業提供服務的業務模式)的服務需求也隨之擴增。除了國內廠商國際性業務的發展外，國外廠商進入國內佈局也更加明顯。以國外廠商而言，考慮投資成本及相關風險因素，在台灣自行設置物流中心的機會不大，幾乎均將物流業務委外，也促使國內業者積極投入物流市場領域，專業型物流中心的業務發展也因此提升。同時物流中心之管理技術、能力與相關軟硬也因應市場商機必需進行相對的升級，也因此帶給物流系統業者莫大的發展機會。

物流服務類型方面，目前多呈現多溫層化、多地點及多艙化等趨勢。尤其許多業者看好未來進出口醫藥品、食品、農產品等空調、冷藏及冷凍之作業環境要求，專業物流中心大多朝向全溫層(常溫、空調、冷藏及冷凍)物流服務發展。

#### (五) 智慧型運輸系統之推動

隨著社會及經濟發展，交通擁擠與延誤已成為世界各國所共同面臨的主要問題之一。如何利用先進科技與技術協助，改善現有運輸系統服務的能力，以滿足現代人運行的要求以及提升物流運籌之效率，已成為當前世界各國改善交通問題努力的方向之一，近年來台灣亦已

積極投入智慧型運輸系統各項技術之研發、測試與應用。所謂智慧型運輸系統是指利用先進的資訊、通信、控管、車輛及機械等技術於各種運輸系統之操作與管理，以改善交通運輸現況，尤其是近年來隨著資訊與通訊技術的快速發展，已經使得許多先進科技落實運用於傳統運輸系統的構想可以實現。運輸可以是為國家的動脈，而智慧化的運輸系統則可為國家整體運輸系統與經濟發展注入一股新的動力。

## 附錄

相關企業/單位	網址	電話
中華民國物流協會	<a href="http://www.talm.org.tw/">http://www.talm.org.tw/</a>	02-27610506
台北市勞工局就業服務中心	<a href="http://www.esctcg.gov.tw/">http://www.esctcg.gov.tw/</a>	02-25942277
台北市勞工局職訓中心	<a href="http://www.tvtc.gov.tw/">http://www.tvtc.gov.tw/</a>	02-28721940
經濟部國際貿易局	<a href="http://www.trade.gov.tw/">http://www.trade.gov.tw/</a>	02-23510271
台灣經貿網	<a href="http://www.taiwantrade.com.tw">http://www.taiwantrade.com.tw</a>	02-27255200
中華民國經濟部	<a href="http://www.moea.gov.tw/">http://www.moea.gov.tw/</a>	02-23212200
中華民國購物中心協會	<a href="http://www.scdc.org.tw/">http://www.scdc.org.tw/</a>	02-27719671
財政部台北關稅局	<a href="http://www.tpcb.gov.tw">http://www.tpcb.gov.tw</a>	
行政院經濟建設委員會	<a href="http://www.cepd.gov.tw/">http://www.cepd.gov.tw/</a>	02-23165300
財團法人資訊工業策進會教育訓練中心	<a href="http://www.taiwantrade.com.tw">http://www.taiwantrade.com.tw</a>	02-27089215
商業條碼策進會	<a href="http://www.eantaiwan.org.tw/">http://www.eantaiwan.org.tw/</a>	02-23939145
國貨運物流聯網	<a href="http://www.tolacu.com.tw/">http://www.tolacu.com.tw/</a>	02-27081147
中華民國全國商業總會	<a href="http://www.rocchamber.org.tw/">http://www.rocchamber.org.tw/</a>	02-27012671
中華民國冷凍食品發展協會	<a href="http://www.cffi.org.tw/">http://www.cffi.org.tw/</a>	02-23567417
中華民國汽車貨運商業同業公會全國聯合會	<a href="http://www.tc-cargo.com.tw/">http://www.tc-cargo.com.tw/</a>	02-27556482
中國生產力中心	<a href="http://www.cpc.org.tw/">http://www.cpc.org.tw/</a>	02-26982989
工研院機械所現代商業流通物流	<a href="http://www.materialflow.org.tw/">http://www.materialflow.org.tw/</a>	03-5918655
物流與戰略雜誌社	<a href="http://www.logisticnet.com.tw/">http://www.logisticnet.com.tw/</a>	02-26597676
絡捷物流網	<a href="http://www.logimatrix.com/">http://www.logimatrix.com/</a>	02-25063088
物流補給站	<a href="http://www.dcmall.com.tw/">http://www.dcmall.com.tw/</a>	03-3527071
台糖高雄物流園區	<a href="http://www.tlp.com.tw/">http://www.tlp.com.tw/</a>	07-8316000
台灣車輛衛星服務網	<a href="http://www.elocation.com.tw/">http://www.elocation.com.tw/</a>	02-82280600
台灣空運運輸事業	<a href="http://www.taiwan-express.com.tw">http://www.taiwan-express.com.tw</a>	02-27152345
台灣宅配通	<a href="http://www.e-can.com.tw/">http://www.e-can.com.tw/</a>	02-25810202

大榮貨運	<a href="http://www.tajung.com.tw/">http://www.tajung.com.tw/</a>	04-23501888
宅急便	<a href="http://www.t-cat.com.tw/">http://www.t-cat.com.tw/</a>	02-27889889
新竹貨運	<a href="http://www.hct.com.tw/">http://www.hct.com.tw/</a>	03-5596111#114
東源物流	<a href="http://www.amigo-moving.com.tw/">http://www.amigo-moving.com.tw/</a>	03-3285093#104
中保物流	<a href="http://www.gse.com.tw">http://www.gse.com.tw</a>	03-3247600
中華僑泰物流股份有限公司	<a href="http://www.ctdc.com.tw/">http://www.ctdc.com.tw/</a>	03-4641599
世聯倉運股份有限公司	<a href="http://www.ctwl.com.tw/">http://www.ctwl.com.tw/</a>	03-4964666
業昇物流股份有限公司	<a href="http://www.ascent-log.com.tw/">http://www.ascent-log.com.tw/</a>	03-3249310
欣運倉儲股份有限公司	<a href="http://www.shinyunn.com/">http://www.shinyunn.com/</a>	02-26022475
百及物流股份有限公司	<a href="http://www.logistics.com.tw/">http://www.logistics.com.tw/</a>	02-27471616
亞太儲運股份有限公司	<a href="http://104.hinet.net/07/8111121.html">http://104.hinet.net/07/8111121.html</a>	07-8111121
長榮國際儲運	<a href="http://211.20.80.50/">http://211.20.80.50/</a>	03-3252020
DHL 洋基通運股份有限公司	<a href="http://www.tw.dhl.com/">http://www.tw.dhl.com/</a>	02-25002190
UPS 台灣	<a href="http://www.ups.com/asia/tw/chtindex.html">http://www.ups.com/asia/tw/chtindex.html</a>	02-28833868
FedEx 台灣	<a href="http://www.fedex.com/tw/">http://www.fedex.com/tw/</a>	02-81811912
美商安邦航空貨運股份有限公司	<a href="http://www.airborne.com.tw/">http://www.airborne.com.tw/</a>	02-27576663
誠泰航空貨運承攬股份有限公司	<a href="http://www.eveair.com.tw/">http://www.eveair.com.tw/</a>	02-27475877
迪比翼國際股份有限公司	<a href="http://211.22.5.36/dpe/">http://211.22.5.36/dpe/</a>	02-25860606
台達國際快遞	<a href="http://www.jihtung.com.tw/">http://www.jihtung.com.tw/</a>	02-25058168
巨人快遞	<a href="http://www.expressit.com.tw/">http://www.expressit.com.tw/</a>	02-25221119
永勝專業快遞	<a href="http://www.e-victor.com.tw/">http://www.e-victor.com.tw/</a>	02-27887388
亞太網物流批發店	<a href="http://www.999888.com.tw/">http://www.999888.com.tw/</a>	02-66389966
颯達國際快遞	<a href="http://www.e8858.com/fardar/">http://www.e8858.com/fardar/</a>	02-25094271
長豐報關有限公司	<a href="http://www.yfcgroup.com.tw/">http://www.yfcgroup.com.tw/</a>	02-25624123
台灣恩慈禧國際物流顧問股份有限公司	<a href="http://www.necl.com.tw/index.asp">http://www.necl.com.tw/index.asp</a>	02-27122465

七巧通運股份有限公司		02-25152080
九倉有限公司		02-27781799
三大國際空運股份有限公司		02-23316780
台灣空運運輸事業	<a href="http://www.taiwan-express.com.tw">http://www.taiwan-express.com.tw</a>	
空運資訊專業網站	<a href="http://www.tfbs.com.tw/">http://www.tfbs.com.tw/</a>	