

鴻霖 (Morrison Express) 全球運輸創造競爭優勢的 全球運籌管理之研究

熊明禮¹、王鍵慰¹、蔣忠慈²、徐美惠³

¹蘭陽技術學院健康休閒管理系、²宜蘭大學、³安樂高中

地址：宜蘭縣頭城鎮復興路 79 號

連絡電話：039771997 轉 571

E-mail：minglee114a@gmail.com

摘要

本研究之主要目的在探討鴻霖全球運輸創造競爭優勢的全球運籌管理，透過個案研究方法，蒐集相關次級文獻等史料，藉以探討鴻霖全球運輸創造競爭優勢的全球運籌管理及未來成長趨勢。本研究結論如下：鴻霖全球運輸的競爭優勢以建置全方位物流 e 化系統、改善供應鏈技術、併購與策略聯盟等方式來奠定全球運籌管理系統；未來成長趨勢仍需積極與擁有最新及最多貨運機隊的企業實施策略聯盟以減少其成本的支出；未來全球化的佈局與挑戰亟待努力與改善。鴻霖全球運輸成功經驗可以作為國內其它貨運企業之參考依據。

關鍵字：策略管理、物流管理、運籌策略、全球運籌管理

The Creation of Competitiveness Competence of Global Logistics Management : A Case Study of Morrison Express Corporation

Hsiung Ming-Lee¹, Wang Chien-Wei¹, Chiang Chung-Tzu², Hsu Mei-Hui³

Lan-Ynag Institute of Technology¹, National Ilan University², Anle Senior High School³

ABSTRACT

The main purpose of the study was to investigate the Morrison Express global logistics management of competitiveness competence and future business strategy. A case study research was for data analysis of secondary literature. The results of the study showed as follow: Morrison Express global logistics management of competitiveness competence and business strategy based on the construct logistics electronic system, improve supply chain management, merger and acquisition strategy. The future business strategy should reduce the expenditure cost and work with the freight transportation aircraft formation company. It should must effort face the challenge.

Keywords : Strategy Management, Logistics Management, Logistics Strategy, Global Logistics Management



壹、緒論

一、研究動機

台灣物流年鑑(2007)提出因應全球化(Globalization)的競爭挑戰,台灣製造產業外移,造成台灣進出口物流量大幅下滑,是近年來台灣物流業最嚴峻的挑戰;但另一方面,國際企業(包括台商)全球佈局,持續將生產委外到低成本國家地區,同時更將產品銷售不斷的擴展到新興國家,這些原物料、半成品、成品、回收退修品散佈在全球各地,比以前更多、更廣、更複雜的生產工廠、倉儲、配銷中心、銷售點之間,大量運送、拆併、加工、配銷、回收和維修等方式,也為國際物流業帶來前所未有的國際物流大商機。顯示台灣除面臨物流產業的下滑外,且也嚴峻的接受國際物流產業擴張的衝擊。

全球運籌管理係指進行全球市場的行銷、產品設計、生產、採購、物流管理、供應商管理等整體管理系統之運作。也就是將全球供應鏈(Global Supply Chain),從備料、生產、出貨、通關到市場配銷的每個環節加以串聯,並整體達到及時(Just-in-Time)管理與運作的目的。其核心精神在於快速回應市場的變化與顧客的需求,同時將經營成本、庫存壓力與風險降至最低,而且縮短供應鏈作業時間,進而創造整體經營的最大綜效(Synergy)。其整個過程是建立在一個商業快速回應系統之上(張福榮,2000)。因此,為因應全球化的競爭挑戰,國際企業的全球佈局,形成比過去涵蓋面更廣、上下游作業面更深、複雜性更高的全球供應鏈(Global Supply Chains)概念便因應而生。使得如今國際競爭已不再僅僅是個別企業對企業的競爭,而已進入供應鏈對供應鏈的競爭時代。供應鏈管理不再只是支援企業完成交易成本的一部分,許多國際企業已將供應鏈管理視為企業整體競爭策略的核心。全球運籌作業若予以妥善的管理與執行,將可為企業在配銷通路上創造可觀的競爭力(Ellram,1990)。中華民國資訊軟體協會(2010)也提出國際企業物流委外系統,係由最初的物流中心運作、第三方物流,再進入第四方物流,以達成企業e化的資源管理策略,達成B2B與B2C的結果來滿足顧客之需求。準此,供應鏈的時代在國際物流業的運用可降低成本,節省庫存壓力與降低風險,更可整合跨功能的全球運籌管理的競爭策略核心價值。因此,全球運籌管理已確認為目前與未來的趨勢。

二、研究目的

本研究依據研究動機,據以提出研究目的如下:

- (一)了解鴻霖全球運輸全球運籌管理的創造競爭優勢。
- (二)了解鴻霖全球運輸全球運籌管理的未來成長趨勢。

三、研究問題

本研究依據研究目的,提出研究問題如下:

- (一)探討鴻霖全球運輸全球運籌管理的創造競爭優勢。
- (二)探討鴻霖全球運輸全球運籌管理的未來成長趨勢。



四、研究範圍與限制

本研究只以鴻霖全球運輸作為本研究範圍，故無法推論至其它相關產業是為本研究限制。

貳、文獻探討

在全球營運的模式下，跨國界、跨組織、跨功能產銷供需資訊的整合與儲運流通作業的協調，即構成全球運籌管理（Global Logistics Management）的實質內涵（陳銘璋，2005）。顯示全球運籌管理系統是現今與未來物流的主流。而全球運籌管理涵蓋策略管理、物流管理、運籌策略與全球運籌管理等層面思維。

一、策略管理（Strategy Management）

司徒達賢（2001）認為策略是指企業經營的形貌，以及在不同時間點這些形貌改變的軌跡。形貌包括了企業所界定的經營範圍與追求的競爭優勢等重要而足以描述經營特色與組織定位的項目。顯示策略是追求企業經營的競爭優勢而為達成目標或計畫的一種方式。

麥肯錫企管顧問公司研究調查近幾年歐、美等國成功企業的經驗，其結論是：「卓越的運籌管理將成為大幅超前競爭者的新利器」。哈佛企管評論也斷言：「運籌管理很可能成為新的策略核心，它可以創造新的顧客價值，立竿見影地節省成本，不僅是行銷的重要考量，也是彈性生產不可或缺之延伸」（王立志，1999）。全球運籌市場乃是企業為降低成本與壓縮時間，透過資訊系統與供應鏈，以達成最大化之利益。

陳銘璋（2005）彙整文獻時提出所謂的速度競爭，或者稱為「時基競爭」（Time-based Competition），是指在維持具競爭力的品質和成本下，致力於新產品的快速引入市場與快速的回應顧客需求。時基競爭的本質為藉時間壓縮以領先對手，獲取競爭優勢（Hum and Sim, 1996）。時間的壓縮包括生產製造的時間與物流配送的時間兩方面，致力於生產製造及研發時間壓縮的作業模式稱為「時基製造」（Time-based Manufacturing）；致力於物流配送時間壓縮的作業模式稱為「時基物流」（Time-based Logistics）（Apte and Viswanathan, 2002）。時基物流的具體實現即藉由貫穿供應鏈的流程再造（Process Reengineering）以追求快速回應的能力，而供應鏈流程再造必會涵蓋產銷資訊的整合與物流作業的協調（林忠運、羅偉碩，1998）。物流的功能在實現滿足客戶的需求及增進與提升商品的流通，物流效率的提昇則須仰賴資訊系統的配合，以使供應鏈能順的力將貨物由寄件人手中，於最短與最適當之時間送達收件人手中，期間物流的整合策略是非常重要的。

二、物流管理（Logistics Management）

“Logistics”這個字是從美國軍事理論中的「後勤」（Military Logistics）概念而來的，軍事後勤強調的是人員與軍備補給的有效率部署（Bloomberg, Murray and Hanna, 1998）。Logistics翻譯成中文有許多用法出現，包括儲運、物流、運籌與運銷等（張福榮，2000）。而中華民國物流協會的定義則是：「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、資訊情報等相關物流機能性活動，以創造價值，滿足顧客及社會的需求（蘇雄義，1998）」。企業對於物流的計畫、執行、管制等管理程序需流暢的實施，同時要滿足顧客的需求，將材料、製程與成品準時的送達顧客手中。



陳銘璋 (2005) 認為 Logistics Operations 宜譯為強調運輸與倉儲等功能性作業層級的「儲運作業」；而 Logistics Management 則譯為強調功能整合的「物流管理」；此外，具有類似概念並強調跨組織整合的 Supply Chain Management 則譯為「供應鏈管理」。由於文獻中對於 Logistics 翻譯成中文仍有些許不同的看法與定義，然可就儲運、物流、運籌在作業層級上有系統的強調整合跨組織與單位的作業程序。

Motwani, Madan and Gunasekaran (2000) 指出全世界經營績效優異的企業多將其成功或部分歸因於其應用資訊技術於全球運籌管理的優異能力。由文獻可知，早期物流的方式為將供應鏈切割，分為不同屬性的階段，獨立作業，但仍無法適應客戶的需求與降低營運成本。是故，將資訊系統的功能應用於物流，使得有效的快速將產品推向市場與降低物流成本，漸漸形成全球運籌管理的體系。

三、運籌策略 (Logistics Strategy)

Bowersox (1974) 最早提出物流組織階段進化的論點，認為越進步的物流組織其所整合在單一專責部門下的物流活動項目越多，立論的基礎在於物流整合是組織進步的方向。由於組織調整是策略執行的具體表徵之一。

陳銘璋 (2005) 認為組織調整是策略執行的方式之一，據此推論以下三種物流組織分別是三種運籌策略目標下組織調整的結果—程序導向物流組織搭配的是追求成本控制能力的運籌策略目標；市場導向物流組織搭配的是追求市場回應能力的運籌策略目標；而資訊導向物流組織搭配的是追求溝通協調能力的運籌策略目標。Rao and Richard (1994) 以企業運籌運作的觀點結合 Porter (1985) 之競爭策略理論，而導出三個運籌策略型態，分述如下 (邱意茹, 2001)：(一) 運籌成本最低策略：成本領先策略是企業在其所處市場區隔的競爭中，藉由最低的運籌成本而擁有的相對競爭優勢。(二) 附加價值最大策略：追求活動附加價值最大，藉由顧客需求之時間、地點、形式與顧客服務水準效用的創造，來達到最大化產出的價值。(三) 彈性 / 控制增加策略：強調通路成員間活動的協調與控制，並促使資訊能於通路間充分流通。Bowersox and Daugherty (1987) 進一步推導三種物流組織型態下的運籌管理重點，即(一) 程序導向 (Process Orientation)、(二) 市場導向 (Market Orientation)、(三) 資訊導向 (Information Orientation)。整體言之，由物流組織思維調整整合企業運籌管理的策略言，乃在於成本的控制、作業的流暢、追求顧客的服務品質、建立通路網際網路與提昇市場回應能力，建構完整的運籌管理系統。

四、全球運籌管理 (Global Logistics Management)

Chopra and Meindle (2001) 定義全球運籌管理為供應鏈各鏈節間的流動管理，其目的在追求最大的總利益。全球運籌活動若妥善予以管理，則正確品項之商品將得以正確合理的成本，在正確的時間運送到正確的地點 (Zheng, Yen and Tam, 2000)。蘇雄義 (1998) 留意到產銷儲運作業過程中協調整合機制的重要性，並以「物流整合」(Logistics Integration) 統稱之。物流整合乃指物品流通過程中，有效整合商品移動、儲存等物流作業，或者有效整合流通資訊 (含訂單、貨運單據、發票等)，俾提升流通效率，降低流通成本，進而提高顧客服務水準。由此可知，運籌管理供應鏈間的作業程序與流程需確實做好「整合」與「協調」，唯有以物流整合的策略才能降低流通成本，提高服務品質，提升顧客滿意度。

在一個全球性供應鏈網路中，與供應商及顧客間產銷供需資訊不能獲得妥善的整合、儲運流通作業不能施以有效的協調時，將導致訂單延遲、品質低落、存貨攀高、前置期拉長，產品陳腐化



及跌價損失風險升高 (Cohen and Mallik, 1997; Buxbaum, 2000)。張卓寰 (2002) 提出有關運籌管理之研究顯示，顧客服務、運銷成本、即時快速、降低存貨等是企業進行運籌活動所欲追求的主要目標。由上述可知，全球供應鏈的概念與做法需有系統的連結，以減少風險，降低營運成本，提升顧客滿意，建構優質的競爭優勢。全球物流主要乃在顧客服務、運銷成本、即時快速、降低存貨等，供應鏈的最終目標在於追求回應能力、彈性、速度和成本間的衡平。而此系統需要結合資訊技術，以創造更完善的全球運籌管理系統。

參、研究方法

一、研究步驟

本研究步驟首先透過文獻理論的彙整、確定選擇個案研究對象、相關資料蒐集，然後針對鴻霖全球運輸個案實施研究分析，再撰寫研究結果，以呈現個案的意涵。本研究鴻霖全球運輸個案為一物流公司。因此，先探討文獻的策略管理、物流管理、運籌策略與全球運籌管理等相關理論，藉以建構本研究的理論基礎。

二、研究對象

本研究對象係依據李美華等人 (1998)、陳品玲 (1996) 與葉重新 (2001) 對個案研究定義之內涵選擇有關鴻霖全球運輸作為研究對象，因其是一個現代社會企業的團體，經蒐集彙整相關文獻後，對其組織結構內涵提出發現問題，並深入的分析。由於鴻霖全球運輸是一個以本土企業出發，並逐漸發展為國際空運企業，值得深入研究了解其成功創造競爭優勢的經營策略與未來的成長趨勢。因此，本研究以鴻霖全球運輸企業作為本研究對象。

三、研究工具

田野調查這個詞彙有時被稱為參與觀察、直接觀察 (Direct Observation) 以及個案研究 (Case Study) 的研究方法。而個案研究是針對一個單獨的個人、團體或社會，所進行的表意式檢視。它主要的目的雖然是在於描述，但也可以試著提出解釋。例如對一個現代企業進行組織結構的社會學分析 (李美華、孔祥明、林嘉娟、王婷玉, 1998)。陳品玲 (1996) 也指出個案研究乃是一種有系統的針對特定的個人、家庭、團體或社區之背景、發展、行為、概念想法等。葉重新 (2001) 指出有關個案研究是指對特別的個人或團體，蒐集完整的資料之後，再對其問題的前因後果作深入的剖析。因此，本研究係採取個案研究方式實施，探討相關理論基礎的分析，透過對個案公司深入的資料蒐集與整理分析個案競爭優勢與未來成長趨勢，最後提出結論與建議以期提供參考之用。研究的相關資料蒐集，主要來自次級資料整理：文獻、期刊、年鑑、新聞文章、報告文件與相關網站等。

肆、個案分析—鴻霖全球運輸 (Morrison Express)

一、鴻霖全球運輸企業背景

鴻霖全球運輸 (Morrison Express) 是一個家族企業，創立於 1972 年，今日是由一個私人高專業經驗管理團隊所運作。公司剛經營之際聚焦於台灣與美國的路線，現今擁有 60 多個分公司在美



國、西太平洋邊際、中國、歐洲及南美洲等區域，且在 5 個國家擁有超過 100 個代理商。在 60 多個分公司中計有超過 1200 名員工，且成功地將台灣的總公司轉換成全球性的股份有限公司，並持續的迅速再擴展其事業的版圖。

鴻霖全球運輸（2009）團隊期望尋找超越傳統的方式，以穩固的精神去發掘與提昇企業機會，如下所述：

（一）鴻霖全球運輸的核心價值

其核心價值建立在正直、顧客的焦點、主動的精神、團隊、鴻霖全球運輸家族。

（二）鴻霖全球運輸的事業

在全球世界營運的鴻霖全球運輸具有許多可以選擇事業的途徑，諸如，銷售員、操作員、財務人員、資訊系統管理人員、人力資源管理人員等等。

（三）鴻霖全球運輸的福利與報酬

鴻霖全球運輸的報酬薪資每個國家均不同，薪資高低係依員工所能發揮的功能與年資而定。

（四）鴻霖全球運輸的經營理念

鴻霖全球運輸規劃獨特服務品質組織的願景，主要是建立一個穩固和沒有結束服務的焦點於客戶上，同時很高興能提供一個超過客戶期待標準的服務。

（五）鴻霖全球運輸的主要商品及服務

鴻霖貨運公司提供一個「量身訂做 聯合航運的效益 倉庫 分配和運送的系統解決服務方式」，建立客戶所需及所要的服務。

二、鴻霖全球運輸創造競爭優勢的經營策略

鴻霖全球運輸所擁有的資源是與其他航運及卡車配送公司之間的良好合作關係，以及完備的專業和知識。對於客戶所提的需求能安排最佳的貨運時程，並運用專業知識解決進出口貨作業上所面臨的問題，亦可為客戶找到最適合的航運公司及航班。其創造競爭優勢的經營策略，如下所示：

（一）延伸服務項目

張福榮（2000）指全球運籌管理係指進行全球市場的行銷、產品設計、生產、採購、物流管理、供應商管理等整體管理系統之運作。也就是將全球供應鏈（Global Supply Chain），從備料、生產、出貨、通關到市場配銷的每個環節加以串聯，並整體達到及時（Just-in-Time）管理與運作的目的。其核心精神在於快速回應市場的變化與顧客的需求，同時將經營成本、庫存壓力與風險降至最低，而且縮短供應鏈作業時間，進而創造整體經營的最大綜效（Synergy）。其整個過程是建立在一個商業快速回應系統之上。鴻霖全球運輸於2001年的優勢為台灣空運承攬業出口前20大排名中名列第2位的優勢。鴻霖全球運輸在客戶的爭取策略上，除延伸了本身的服務項目，對一般的空運、海運業務，也為客戶處理前置的準備工作，尤其是繁複的海關文書處理；向後則延伸到貨物抵達的後續動作，如倉儲、安裝、訓練甚至到包裝材的回收等業務的服務，以此延伸服務項目建構創造競爭優勢的經營策略。

（二）資訊科技平台運用

供應鏈延滯對製造業或流通業而言是個很大的隱憂，如何縮短出貨的前置作業時間，在貨物或材料的運輸上，提供更有效率的服務，以縮短運輸時間，是製造業或流通業最需要的服務。「Trade 貿易、Transportation 運輸、Technology 科技及 Telecommunication 通訊」的 4T，正是集團型企業



在面對未來的競爭中所必須具備的系統（集團運籌，2007）。全球運籌管理是個善用供應鍊理論，並輔以科技資訊將客戶的服務項目串聯，並縮短時間流程，降低成本，提高服務效率。因此，資訊科技平台的建立與運用為鴻霖全球運輸創造競爭優勢經營策略的核心作法。

（三）「全球運輸業管理系統—Phoenix」、串聯供應鏈

從事空運運輸服務的鴻霖全球運輸（Morrison Express），正是目前許多台灣高科技廠商密切配合的重要空運夥伴。面對「全球設計、全球工廠、全球市場」的時代來臨，鴻霖全球運輸瞭解客戶在全球運籌及供應鍊管理的需求，以最專業的服務品質，結合先進的博連資訊空海運整合系統，提供包括空運、海運、倉儲、報關、包機、戶到戶運送等整合型物流服務（博連資訊科技，2009）。張福榮（2000）也指出物流功能的發揮、運籌效益的實現則有賴利用科學的方式來加以分析與整合各種產銷資訊，設計與協調各種儲運作業，以使得全球運籌的總體運作效率提高，進而滿足客戶的需求及促進商品流通的效能。此即藉由建構全球運籌作業系統來實現物流效益的意涵。2003年鴻霖大幅更新資訊硬軟體系統，並導入博連公司所研發的「運輸業管理平台」，使前、後端業務完全串連起來，以符合供應鏈串連的目的，並真正達到全面 e 化的程度，此即整合全球運輸管理系統平台。

（四）併購、策略聯盟

星島日報（2010）於 2010-09-29 刊出『全球航空業競爭激烈，料可遏止票價升幅』，國際航空運輸業協會（簡稱 IATA）行政總裁畢斯南尼（Giovanni Bisignani）表示，雖然最近有航空公司合併，令航空公司數目減少，但是航空業在全球競爭激烈，應該可以遏止票價升幅。逾 50 年前定下的規矩，規定航空路線須獲政府批准，又限制外國擁有權，令航空業大受桎梏。顯示航空業唯有在合併下才能在競爭激烈的洪流中生存。行業分析報告（2010）指出華力環球運輸有限公司是經貿部正式批准成立的一級貨運代理，由台灣鴻霖全球運輸有限公司（M-MORRISON）、中國國際航空公司（A-AIR CHINA）、中國對外貿易運輸總公司（S-SINOTRANS）共同投資，於 1991 年創立。發展至今，華力在大陸地區有十二家分公司、辦事處，在世界上 55 個國家地區擁有一套高效的代理網路；獲得美國通用電氣、海爾等知名企業的信賴與支持；是國際航空運輸協會（IATA）和中國國際貨運代理協會（CIFA）會員。顯示鴻霖全球運輸與相關產業實施共同投資與合作，積極建立策略聯盟的合作夥伴。賴宣名（2002）也指出「全球運籌管理是一套由全球資源管理角度切入策略規劃之應用技術，著重於運用產品、材料及服務內容的特性，來規劃企業在全球的佈局，以降低整個供應鍊的庫存存量、營運成本、耗費時間、潛在成本、風險和危機，並且透過接近客戶與快速反應客戶需求的方式，來建立企業的競爭優勢」。是故，鴻霖全球運輸所創造的競爭優勢乃在積極建置全方位物流 e 化系統，改善供應鏈技術，積極串聯供應鏈，啟用全球運輸業管理系統—Phoenix」，善用資訊科技平台，對同業採用併購與競合及策略聯盟作為最佳的服務系統理念，以此建立全球運籌管理的平台。

三、未來成長趨勢

台灣物流年鑑（2007）提出近幾年來，航空貨運市場持續成長，根據美國波音公司所做的全球航空貨運成長預測顯示，於 2003—2023 年間，全球航空貨運平均每年成長率為 6.2%，但與亞洲地區有關的航線則每年成長率皆超過全球平均成長率；亞洲各國之間成長率最高，其年成長率高達 10.6%、亞洲各國-北美之間的年成長率為 8.5%、亞洲各國-歐洲各國之間的年成長率為 7.2%、歐洲



各國-東南亞之間的年成長率為 6.7%。因此未來 15 年，亞洲空運貨物市場仍將領導全球空運貨物市場的發展，鴻霖全球運輸正處於此一區域，因此較其他區域的航空貨運產業佔有較優勢的條件。葉青青（2008）認為未來在航空貨運方面需求，波音公司預估 20 年後航空貨運市場將由目前的每年 1,800 億的運輸總周轉量（RTK）成長至 5,800 億的運輸總周轉量（RTK），致使貨機機隊數量至 2025 年將達到目前的 2 倍（3,570 架）。考量機隊的成長加上舊機汰換，未來 20 年間貨機的新機需求將達到 2,990 架左右，其中廣體貨機的市場佔有率將由目前的 50%增加至 64%。因此，未來全球貨機的平均酬載能力將大幅提升。職是之故，鴻霖全球運輸需與具有最新與最多貨機機隊的航空公司實施策略聯盟，以彌補在貨機機隊龐大費用的支出。鴻霖全球運輸於未來全球航空貨運仍具有無限的發展空間，除建置全方位物流 e 化系統，改善供應鏈技術、實施併購與策略聯盟的策略。

四、面臨的挑戰

鴻霖全球運輸 e 化資訊科技平台的建置，對今昔的合作對象或競爭者而言，需對作業系統作一整合，並學習適應操作該系統，無論是水平或垂直的合作夥伴，系統的適應雖有博連 GFS 資訊科技的協助，但仍需一段時間適應。鴻霖全球運輸鑑於考量承攬貨運的風險與成本，因此採取併購與策略聯盟方式，與其它同業合作。未來亞洲的貨運市場看好，而物流又在「流程、流量與速度」的精準運輸與服務中達成顧客的要求。所以信任同業的表現是需要時間驗證，也是一挑戰。

伍、結論

鴻霖全球運輸（Morrison Express）是一個家族企業，創立於 1972 年，由私人高專業經驗管理團隊所運作，是一個國際性的企業，其創造競爭優勢的全球運籌管理分析後獲致結論：

- 一、鴻霖全球運輸與其他相關航運等公司的合作關係良好，對於客戶所提的需求能安排最佳的貨運時程，運用專業知識解決面臨的問題，為客戶找到最適合的航運公司及航班，提供一個「量身訂做、聯合航運的效益、倉庫、分配和運送的系統解決服務方式」。
- 二、鴻霖全球運輸的競爭優勢與營運策略以建置全方位物流 e 化系統、改善供應鏈技術、併購與策略聯盟等方式來奠定全球運籌管理系統。
- 三、未來成長趨勢仍需積極與擁有最新及最多貨運機隊的企業實施策略聯盟以減少其成本的支出。
- 四、未來全球化的佈局與挑戰亟待努力與改善，鴻霖全球運輸成功經驗可以作為國內其它貨運企業之參考依據。

參考文獻

1. 中華民國資訊軟體協會（2010）。因應全球化「供應鏈對供應鏈競爭」的挑戰。
<http://eblog.cisanet.org.tw/other/Preview.aspx?ArticleID=214>
2. 王立志（1999）。系統化運籌與供應鏈管理，台中：滄海書局。
3. 司徒達賢（2001）。策略管理新論—觀念架構與分析方法，台北：智勝文化。
4. 台灣物流年鑑（2007）。台灣物流業的挑戰與機會。<http://www.docin.com/p-49384537.html>
5. 交通部民用航空局會計室（2009）。民航統計年報。交通部民用航空局出版。



- 6.行業分析報告(2010)。華力環球運輸有限公司上海分公司。
<http://big5.made-in-china.com/showroom/letachen/companyinfo/%E5%8D%8E%E5%8A%9B%E7%8E%AF%E7%90%83%E8%BF%90%E8%BE%93%E6%9C%89%E9%99%90%E5%85%AC%E5%8F%B8%E4%B8%8A%E6%B5%B7%E5%88%86%E5%85%AC%E5%8F%B8.html>
- 7.李美華、孔祥明、林嘉娟、王婷玉(1998)。社會科學研究方法(下冊)。台北市:時英出版社。
- 8.林忠運、羅偉碩(1998)。「工具機提升競爭力有藥方—導入流程管理方法可有效降低成本」。經濟日報自動化專刊,第七版。
- 9.邱意茹(2001)。「台灣PC產業導入全球運籌管理模式之探討」。東海大學企業管理研究所碩士論文。
- 10.星島日報,綜合報導(2010)。全球航空業競爭激烈,料可遏止票價升幅。
<http://news.singtao.ca/toronto/2010-09-29/finance1285740662d2759905.html>
- 11.張卓寰(2002)。「加工出口區發展全球運籌應有策略作為之研究」。高雄第一科技大學運輸與倉儲營運系碩士論文。
- 12.張福榮(2000)。物流管理。台北:五南圖書。
- 13.陳品玲(1996)。護理研究導論。台北:華杏書局。
- 14.陳銘璋(2005)。企業全球運籌策略之研究。國立臺灣海洋大學航運管理學系博士論文。
- 15.博連資訊科技(2009)。創新,成就您對客戶更多的承諾。
http://www.pllink.com/Case_Content.jsp?ID=2
- 16.集團運籌(2007)。鼎新前瞻經營典範講座。
<http://www.dsc.com.tw/event/WB001000/WB001003/WB00100304.htm>
- 17.葉青青(2008)。全球航空運輸市場發展趨勢。經濟部工業局航空工業發展推動專案委辦。
- 18.葉重新(2001)。教育研究法。台北:心理出版社。
- 19.賴宣名(2002)。全球供應鏈管理。台北:ARC遠擎管理顧問股份有限公司。
- 20.鴻霖全球運輸(2009)。Morrison Express Corporation。
http://www.morrisonexpress.com/profile_1.php
- 21.蘇雄義(1998)。企業物流導論。台北:華泰文化事業。
- 22.Apte, U.M. and S. Viswanathan (2002), "Strategic and technological innovations in supply chain management," *International Journal of Manufacturing Technology and Management*, Vol. 4, Iss. 3/4, 264-282.
- 23.Bloomberg, D.J., A. Murray and J.B. Hanna (1998), *The Management of Integrated Logistics*, 2nd ed., Prentice Hall.
- 24.Bowersox, D.J. (1974), *Logistics Management*. Macmillian.
- 25.Bowersox, D.J. and P.J. Daugherty (1987), "Emerging patterns of logistical organization", *Journal of Business Logistics*, Vol. 8, Winter, 46-60.
- 26.Buxbaum, P.A. (2000), "Web of collaboration," *Executive Edge*, Vol. 2, No. 3, 1-5.
- 27.Chopra, S. and P. Meindl (2001), *Supply Chain Management: Strategy Planning and Operation*. Prentice Hall.



28. Cohen, M.A. and S. Mallik (1997), "Global supply chains: Research and applications," *Production and Operations Management*, Vol. 6, No. 3, 193-210.
29. Ellram, L. (1990), "Supply chain management: the industrial organization perspective," *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 21, No. 1, 13-22.
30. Hum, S-H. and H-H. Sim (1996), "Time-based competition: literature review and implications for modeling," *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 16, No. 1, 75-90.
31. Motwani, J., M. Madan and A. Gunasekaran (2000), "Information technology in managing global supply chains," *Logistics Information Management*, Vol. 13, Iss. 5, 320-328.
32. Porter, M. (1985), *Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
33. Rao, K.Y. and R. Richard (1994), "Global supply chains: Factors influencing outsourcing of logistics functions," *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. Vol. 24, Iss. 6, 11-19.
34. Zheng, S., D.C. Yen and M.J. Tam (2000), "The new spectrum of the cross-enterprise solution: The integration of supply chain management and enterprise resource planning systems," *Journal of Computer Information Systems*, Fall, 84-93.

