

許多聯邦快遞員工，動員46輛貨車自動協助運送緊急物資的工作，聯邦快遞並結合國際的力量，與香港紅十字會、B&Q特力屋運送救援物資到臺灣，緊急的輸運醫療器材及醫療人員至臺灣，以迅速投入災區醫療工作。

伍、國際物流管理之策略

全球化促使「全球運籌管理」盛行，政府目前也積極規劃使臺灣成為「全球運籌管理中心」，全球運籌管理是跨越國境的界限，以是全球性的採買作為採購部門尋覓最佳品質及物美價廉的貨源，而空間的限制則由日新月異的高效率倉儲物流管理系統，輔以無遠弗屆的空運予以克服。所以企業間為了解決國際物流方面的問題，使能趕上越來越迅速的資訊交換趨勢，勢必對會來越依賴快遞公司所提供的服務。

有效的執行全球運籌決策，必須有一套功能完整及強大的資訊系統。全球運籌未來發展趨勢，將使企業與上、下游的伙伴演變成更密切的關係。

因此，聯邦快遞以朝向成為顧客「全球運籌專家」的目標邁進，因為聯邦快遞認為快遞業者應該增加自己對顧客的附加價值。特別是對企業用戶來說，可以提供企業加值的服務，同時這樣的加值功能不僅對大企業有所助益，對小企業而言，也同樣提供了相當的附加價值。且隨著高科技產業發達，其產品週期短暫，跌價損失風險極大，如何即時的在接獲顧客需求後，能快速取得物料、組裝及配送，以降低庫存風險及掌握市場先機，就成為非常重要的課題，希望藉由聯邦快遞的及時的配送服務，提升整體的運籌效率，就可以規避經營風險與提升收益。

透過聯邦快遞的全球運籌服務，廠商將可不必在各地設置發貨倉庫，而藉由聯邦快遞的貨物處理中心取而代之。這項設計的重點在降低顧客資本投資的支出，而且顧客如有使用分貨中心才需付費，顧客的固定成本也因此可

轉成變動成本。聯邦快遞協助顧客協調數個地點之間的產品組件運送過程，在過去這些作業都必須由顧客自己設法將零組件的製造商處送到終端客戶手上，而現在的快遞服務則可全程代勞。

聯邦快遞全球運籌業務的最強訴求在於利用其快遞分貨中心，協助顧客節省倉儲系統的固定成本投資，同時顧客還能享有變動成本的便利，更重要的是，顧客並不會因為將貨品交由聯邦快遞運送，而無法確實掌握貨品的行蹤，仍然可以透過聯邦快遞提供的多種顧客關係管理機制，掌握所有貨件的狀況。顧客的訂單可以透過聯邦快遞的系統管理加以處理，如此一來，聯邦快遞還能幫顧客規劃最佳的全球運籌路線與方案，進一步協助業者縮短貨品分銷全球的流程。

陸、未來發展

6.1 走在e化前端的聯邦快遞

網際網路的出現，為企業帶來目前的正方與未艾的電子革命，這股力量改變了企業經營的舊有模式，任何消費者所能想像的商品，都可以在不離開電腦桌面的情況下買到，這樣的商務模式，大大地改變了人類的生活。很多人認為，快遞業不過是替客戶運送貨品的公司，而電子商務的盛行，不過是為快遞業者增加一些業務量。

事實卻不然，網際網路擁有無限潛力，沒有人願意置身度外，隨著電子商務風潮在全球日益普遍，聯邦快遞看準這是快遞業者的一大利基所在，因為在電子商務體系中，雖然大幅提升了「資訊流」的傳播速度與地域，使得業者之間可以透過電子網路的串連，快速傳遞必要資訊，但是卻沒有辦法搬運實體的東西，換句話說，電子商務風潮的崛起，非但沒有減少業者對實體配送的需求，反而更擴大了這樣的需求。

聯邦快遞很早就掌握網際網路的發展趨勢，陸續開發

全球完善的運輸、通訊及資訊基礎建設，希望能快速地將貨物運送到全球各地，利用各種電子通訊設備，提供客戶及時準確的全球服務。

因此，聯邦快遞致力於遞送途中的貨物追蹤，無論是COSMOS或其他相關的技術與設備，一直都是走在業界的前面。舉例而言，早在80代初期，聯邦快遞就已體認到網際網路將扮演行銷新世紀的決定性角色，當時聯邦快遞為撐起美國社會結構的主要因素，乃是服務業、電子、光學以及醫學方面的高科技研究，於是決定開始建構自己的「虛擬訂單系統」。

聯邦快遞為了這個計畫，先後找了許多電腦軟硬體業者合作，但結果並不理想，主要是因為當時的軟體技術仍無法支援聯邦快遞所需要高度彈性的服務理念。因為無法順利解決此問題，聯邦快遞於是自己發展系統，因為只有聯邦快遞最了解自己提供給客戶的未來性服務是什麼。

6.2 電子商務解決方案

聯邦快遞擁有全世界最大的電腦及電訊系網路，每天約處理6,000萬個電子訊息，目前有將近六成的客戶可享用聯邦快遞公司提供的網上功能，來處理付運貨件、追蹤貨件等作業。由於聯邦快遞具有全球運輸和物流管理服務的實體通路，對於進入電子商務市場信心十足，無論未來電子商務如何發展，「付款」及「配送」這兩個機制是一定要存在的，否則電子商務無法進行，而這正是聯邦快遞公司電子商務解決方案的競爭優勢。近年來，聯邦快遞則針對臺灣中小企業推出「電子商務解決方案」，包括：

- (1) 退貨管理系統 (FedEx EC-Rerurn Management)：這是一套能讓廠商為顧客提供整合式退貨、修理及更換服務的自動化系統，且透過自動化退貨管理的程序，可提供快速往返服務，及多重支援體系，以用應多樣服務項目的業務需求。

- (2) 網站託運服務 (FedEx EC-Ship)：這套電子商務解決方案可結合聯邦快遞公司託運服務及廠商既有的電子訂單處理系統。
- (3) 庫存管理系統 (FedEx EC-Inventory Visibility)：透過這套電子庫存管理系統，顧客可以進入庫存及倉庫資訊系統，從網路上得知世界各地最新的存貨資料。在網上訂貨後，貨物就會直接從倉庫運送到顧客手上。
- (4) 虛擬商店 (FedEx EC-Shop)：協助商家建構網路虛擬商店，再輔以庫存管理系統、網站託運服務及退貨管理系統，商家可利用預先設計的畫面，展示商品、進行特惠活動和推廣宣傳。顧客在網站上透過線上產品目錄選購貨物，利用保密功能的信用卡付款機制，在網上選購貨物並安排運送方式。顧客購貨訂單一經審核通過，便會收到電子通知單，商家可以在網上編製簡易的空運及商業發票，透過空運提單或訂單上的號碼在網上追蹤貨品的位置，同時廠商的存貨資料庫也會立即更新，並發出電子訊息來處理購貨指示。

在庫存管理系統方面，廠商可由網站進入庫存系統，隨時查閱存放在世界各地的最新存貨資料，方便存貨的控管，包括地區性或指定地區內的存貨資料，以及已運送、正在運送途中與尚未運送存貨的最新資訊，顧客資料維護系統會不斷增列、更新及刪除顧客資料。訂單由庫存管理系統送出同時，即進入網站託運服務系統，商家毋須離開網址即可直接進行託運及追蹤貨品，並有聯邦快遞運費服務資訊可供查詢，買主及商家都可憑訂單號碼或空運提單廠商網址追蹤快遞貨件狀況。

在整套解決方案中，最特別的是為保障顧客權益及減少商家因顧客退貨所造成的損失及困擾，聯邦快遞特別設計退貨管理系統，並在聯邦快遞貨物集散中心設置維修，自動化系統讓廠商得以為其顧客提供整合式退貨、修理

及更換的服務，降低或減少昂貴的修理零件「後備」存貨，這項增值服務提供貨物快速往返，縮短由下單至回收故障零件的時間，確保訂單處理的精確性，如此將可改善顧客後勤程序及資訊流程的品質，同時大幅地降低後勤的總成本。

聯邦快遞針對電子商務發展，結合其全球快遞的行銷網路，取得全球市場以及報關文件準備方面的協助。特快存送中心可以改善品管、降低保險成本、並增加貨物的安全性，將過去的固定成本轉變為可變動成本。廠商不必負擔建設中央倉儲的資金開銷，不必受到租用場地的長期合約限制，不必雇用倉儲管理人員或是支付相關的倉儲費用。因此從接收訂單到遞送貨物，一切的過程有效迅速，廠商可以大量減少整套業務的循環時間，不但可滿足顧客的需求，並且大幅減低倉儲和存貨的成本，可以同時享受到降低存貨投資並提高運用靈活度等財務上的好處。

柒、結語

聯邦快遞從一開始進入市場，就不斷的創新走在市場的前端，無論「隔夜送達」及「貨物追蹤」，都已成為快遞業的市場標準。在未來網際網路電子商務發展之際，聯邦快遞並不把自己侷限於物流業，藉著網際網路的功能，能夠不限時間與國界，為全球的顧客服務，顧客隨時追蹤他們的包裹所在。它不但為進行電子商務的公司提供國際快遞服務，也自己研發了整套的電子商務解決方案。聯邦快遞公司提供虛擬與實體結合的整合性服務，以滿足客戶的需求，現在的聯邦快遞公司不僅是一家運送物件的國際物流公司，更是一家網路公司，提供顧客人際網路、卡車網路、飛機網路、及倉儲網路等全方位的服務。更重要的是，聯邦快遞公司以資訊技術來管理線上的資訊流動，標榜自己是一家「一次購足」的商店，這種為顧客量身訂做整合服務，巧妙地結合快遞網路、倉儲能力、以及相關的