

摘要

近年來因為網路技術的發達以及上網人口的普及、電子商務迅速發展，電子商務無論在傳統產業或是新興行業中，皆成為重要的交易平台，透過網路完成交易、付款、客戶服務的行業數量以及營業額每年以數十倍成長。然而在所有欣欣向榮的電子商務背後，其實必需要有一個環環相扣、快速精確的物流配送體系，準確無誤的將商品送達消費者手中，這些物流配送體系可以說是電子商務蓬勃發展幕後的重要功臣。

本研究試圖透過實證分析達到以下主要研究目的

- 一、 經由文獻探討歸納學者專家對於人力資源管理策略之相關見解，並作為本研究主要理論基礎。
- 二、 分析我國物流產業發展之現況及競爭優勢，進而了解物流產業人力資源管理政策之相關議題。
- 三、 針對國內物流業中之國際快遞公司之人力資源及組織架構、重要策略分析，以期對國內其他物流產業之人力資源管理策略在知識管理、績效管理方面具啟發引導作用。
- 四、 根據本研究之結論，對於物流產業之人力資源管理策略給予建議。

本研究發現如下：

一、人力資源管理及策略方面：

跨國物流業為純粹提供「服務」的服務業，沒有任何實體產品，而服務業的提升必須仰賴所從業的人員素質及服務觀念提升，人員的提升無法由單一策略或是依賴命令在短時間內完成。運用人力資源管理策略將

人力資源管理活動互相結合，由人力需求規劃到招募、績效考核、生涯發展、勞資關係、組織變革，將這些企業人力資源活動前後建立關連性，可以使這些活動的效應達到最大。

二、知識管理方面：

而服務業的知識管理很重要的一部份在於經驗的累積，特別是物流業有關各項運輸、轉運工具、人員、時間的安排，如何縮短等待時間及成本，可創造高品質的服務。

三、教育訓練方面

教育訓練以某些組織來看視為一種「費用」，但以某些組織卻視為「投資」，其差別在於教育訓練策略與組織經營策略的結合程度，兩者平行程度越高，則所花費於教育訓練之成本總有回收的一日；若教育訓練策略與組織經營策略兩者各行其道，則教育訓練無法帶給組織或是員工本身太多效益。

四、績效管理方面

跨國物流在工作績效方面，對於「時間」、「正確性」比其他產業有更嚴謹的態度，由於兩者透過資訊科技的輔助，在績效評估方面，人的「主觀」因素影響評估結果的因素較不常發現，雖然跨國物流業提供服務，「客戶滿意」當然是各項營運活動追求的目標，跨國物流業透過績效管理將「客戶滿意」變為可衡量之具體標準，所有從業人員不可能脫離「客戶滿意」而達成工作績效。