

6 结论

6.1 本文的主要结论

企业的战略设计是一项庞大的企业管理系统工程，涉及到企业管理的各个层面、各个要素、各个环节，因此必须用企业战略的高度来进行统筹规划和组织实施。

作为中小型第三方物流企业泰国 Speed 物流公司应在继承和发挥现有成功经验和竞争优势的基础上，全面审视企业在核心技术、应变能力、组织整合和营销传播四个方面的能力状况，必须通过创新发挥这些能力的独特性；与行业中的佼佼者相比、竞争对手相比，了解自身所具有的竞争优势；确定自己的核心竞争力，明确已具备的基础，进一步创造条件；然后制定企业核心竞争力的培育目标及其选择核心竞争力获取的方式。在发展战略制定中应当注意物流企业核心竞争力目标的制定要适应物流需求发展趋势和企业自身的特点，所定的目标要与企业整体发展目标相一致，体现统一性和连续性。同时把物流企业构建和发展成一个创新型的组织，在不断学习、积累经验的过程中，增加企业所特有的有形资源和无形资源，形成竞争对手难以模仿和超越的竞争能力，并不断地改进和发展这种竞争能力。

(1) 在高度竞争的物流市场，中小型第三方物流企业应当明确自己的发展战略，认真做好战略定位，在公司层战略的制定上关注物流联盟合作战略、核心业务开发战略、品牌引导激励战略、和人才引进培养战略；而在竞争战略的设计上需要依据服务对象的规模制定合适的竞争战略。

(2) 在战略的执行上，需要“立足自身、关注客户、优化服务、科技兴企、因时而变”。具体来说应当立足自身，确立核心战略要素的竞争力；关注顾客，建立客户关系管理的科学化；优化服务，推进专业物流服务的差异化；科技兴企，加快科技创新和标准化引用；因势而变，顺应物流行业发展的一体化。

6.2 仍待研究的问题

由于时间及个人能力之限制,本研究仅针对物流产业中的中小型第三方物流企业泰国 Speed 物流公司加以分析,透过次级资料进行质化个案分析,仅以企业实务人士访谈来验证本研究分析推论,对于本研究的信度及效度有所限制。关于后续研究方向本研究建议如下:

(1) 本研究采取行业观察与个案实践研究法,透过过去产业发展,但由于缺乏行业发展的一手数据,所有的信息全部来自次级资料,所进行的分析难免会有偏颇。由于研究对象有限,所进行的访谈可能仅看到部分事实,无法窥视全貌。因此后进研究者可扩大访谈范围或争取与国际成功物流巨头接触机会,以获取更多成功经验。

(2) 本研究的战略设计从同类的角度只是做了思路的分析,企业战略的设计需要依据企业自身发展现状度身定做,尤其特殊性。因此文章中的战略制定与实施,只能作为同行业企业发展的建议性策略,只能作为具体企业进行战略设计时的参考。后续研究可以扩充案例的丰富性,以独立篇章的分量分析具体案例的战略设计过程及成效。