

论物流的思维 与制度创新

龙 江

摘 要: 物流是创新的产物,同时又面临着进一步创新的必要。如何通过物流创新,加快物流业的结构优化,全面提高物流业的产业素质和市场竞争力显得尤为重要。因此,及时更新现代物流理念,向先进的物流模式看齐,围绕增强物流产业整体功能和核心竞争力,充分发挥现代物流的功能和作用具有深远的战略意义。

关键词: 物流;思维创新;制度创新

中图分类号:F 252 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-1894(2004)02-0013-04

随着高新技术的飞速发展,物流活动从理论到实践都面临着更为严峻的挑战,物流创新研究也随之蓬勃兴起。把熊彼特的创新理论在物流领域进行延伸与应用,可以将物流创新定义为涵盖物流及供应链活动的全过程创新,包括思维创新、制度创新、技术创新、人才创新、市场创新和服务创新,等等。在物流活动中,这些创新相互联系、相互制约、共同作用,会产生强烈的联动效应,形成巨大的整体潜能,为物流创新创造竞争优势和强大动力。

一、物流的思维创新

正如一位学者所指出的:“成长的极限,不是资金,不是技术,也不是人才,而是思维模式的刻板化,打破它,就能腾飞与跃升。”没有思维创新,就不可能有真正意义上的制度创新、技术创新、市场创新和服务创新。思维创新是根本指导性的,是纲,其他创新是目,纲举才能目张。思维创新的直接表现是创造性和开拓性的思维活动,既是思维方式的改变,又是思维角度的转换,还可以是思维定势的突破以及思维定位的重选等。

1. 关注物流市场是物流创新的基础

(1)从静态关注市场到动态关注市场。静态关注是从静止、局部的角度看待市场,关注一时一地表现出来的物流需求状况;而动态关注则是从发展、全局的眼光分析物流的市场需求,特别是潜在需求。

“系统的创新在于有目的、有组织地寻找变化,在于系统地分析这种变化可能为经济或社会方面的创新提供的机会……绝大多数成功的创新是利用变化。”可以说,市场变化是创新的重要来源。物流创新要求物流企业能够对市场进行动态的认识与分析,从市场需求或潜在需求的萌芽中捕捉创新灵感,重视从市场环境、产业结构等方面的变化与发展中寻求创

新机会。因此,物流创新一定要密切关注市场的变化并及时做出创新决策。

(2)从封闭的市场观到开放的市场观。在传统的观念中,市场观是一种封闭的“场所观”,即市场仅指在一定空间范围内企业与消费者的聚集地。市场经济以发挥“比较成本优势”的开放态度,打破市场封闭结构,构建国内统一市场体系和参与全球市场交易。开放的市场观突破了空间和时间维度对市场边界的限制,从市场经济下市场的本质内涵和独特功能来认识市场,强调市场的开放性,强调交换活动、交换关系和交换网络,强调各种伴随新技术和新经济发展出现的新型市场和贸易方式等。

思维创新要求在物流创新中树立开放的市场观,重视交换活动的增加、交换关系的强化和交换网络的延伸,顺应物流市场需求的变化趋势,积极进行物流创新。

2. 从传统物流向现代物流发展是物流创新的着力点

(1)从适应市场需求到引导市场需求。在市场经济条件下,消费者需求集中表现为市场需求。从创新的角度看,仅仅适应市场需求是消极和被动的,是远远不够的。在现代市场,由于市场信息的非均衡性和消费者产品知识的不丰富及非专家化,市场需求具有较强的可引导性。物流创新强调引导市场需求,强调在经济活动中,企业对市场和消费者所能发挥的积极、主动作用。通过行之有效的物流策略,往往能够引导市场需求朝自身的目标发展。因此,立足于引导需求常常能为物流创新造就良好的时机。

(2)从满足市场需求到创造市场需求。在市场经济条件下,需求是可以被创造的,致力于物流创新的现代物流企业,不仅要满足现实需求,还要发掘与满足潜在需求。只有树立创造市场需求的强烈意识才能为物流创新提供强大的动力源泉。物流活动的供给者要结合自己的优势设计有效的物流策略来创造、吸引和满足消费者的需求。

3. 把握市场机会是物流创新的推动力 市场机会指市场上客观存在能带来良好机遇与赢利的可能性,它来源于市场变化,往往稍纵即逝。市场机会的突现往往能给创新创造良好的契机,成为创新的重要来源。因此,只有善于发现和把握市场机会,才能在物流创新中因势利导地制定物流战略和措施。

(1)边缘市场机会是物流创新的来源之一。相对于行业市场机会而言,边缘市场机会指出现于不同行业之间的交叉与结合部位的市场机会。行业市场机会虽然易于识别,使企业发挥自身经验和优势,但容易导致同业间的激烈竞争。随着经济发展和市场变化的多样化,产生了许多更新、更复杂的消费需求,而这些需求的满足依赖于行业之间的结合。同时,由于企业大多比较注重本行业的主要领域,而忽略了一些非主要领域,不同行业间的交叉处形成一些空白。物流业的进步,就是在综合运输、仓储、采购、生产与分销等处于供应链各环节的行业之间进行一体化整合后而成长起来的一个全新行业。因此,边缘市场机会对物流创新具有十分重要的意义。

(2)未来市场机会是物流创新的目标。未来市场机会具有较强的可预见性和不确定性,当市场环境适宜时,可以转化为现实的市场机会。从发展的眼光看,物流市场存在着巨大的未来市场机会。因此,就物流创新而言,未来市场机会更具有战略意义。对未来市场机会的准确预测,可以帮助人们获得物流创新的灵感,占领和开拓新的市场领域,赢得领先和竞争优势,当未来市场机会转化为现实市场机会的机遇来临时,才能够被迅速捕捉,为物流创新实现新一轮的跨越奠定坚实的基础。

二、物流制度创新

在某种程度上,新制度的建立比打破旧制度困难得多,而且要经历更长的时间和更复杂的过程,是一个不断创新和不断完善的过程。为交换而生产,是市场经济最基本的特征;等价交换,是市场经济交换的基本原则;以竞争为前提,是市场经济的内在要求。因此,物流制度创新应以产品最终价值的实现为目标,构建流通渠道结构;以市场信号为指挥,构建物流信息传递渠道;以经济利益为制度创新的内部驱动力,构建激励机制;以市场竞争为制度创新的外部驱动力,构建市场推动机制。

1. 物流制度创新是企业制度创新的组成部分之一 物流活动日益成为企业活动中的一个重要环节,企业的制度创新必然包括对其物流制度的创新,同时,物流制度创新又是企业制度创新的一个重要突破口。

(1)市场经济的本质决定了物流制度创新的必要性。交换联系决定或影响着其他一切联系,是形成其他一切经济联系的基础。之所以将物流制度创新作为企业制度创新的突破口之一,就是从交换的规则入手,在各种经济联系中,选择交换联系,作为规范其他经济联系,形成整个经济制度的基础。正如朱镕基同志所指出:“流通问题是市场经济中最重要最主要的问题,只要从理论和实践上解决了流通问题,社会主义市场经济就基本建成。”

(2)物流制度创新在企业制度创新过程中处于先导地位。改革开放以来,随着买方市场的逐渐形成,消费者的主权地位逐步确立,商业成为启动市场经济运行的起点,并将转化为周而复始的经济增长的起点,流通业也将转变为市场经济下的先导性行业。这种先导性地位,决定了物流制度创新在企业制度创新过程中处于先导地位,从而促进市场经济条件下流通产业地位的提升。

(3)物流制度创新是宏观经济运行形势的客观要求。中国加入WTO以后,从总体上看,市场推动下的企业结构调整加快,特别是竞争性领域的产品和企业分化突出,国民经济的对外依存度已达到较高水平,国际经济环境对我国经济运行和发展开始产生较大的直接影响。但是,我国经济运行过程中现实流通力的严重不足,难以适应这些新的形势变化,满足不了当前市场经济条件下对产品交换的深度、广度和速度的要求,因而要求流通业通过物流制度创新,在加大生产性努力的同时,进一步加大交换性努力,扩大市场的时空界限,提高流通业的流通能力。为此,企业的物流制度创新刻不容缓。

2. 供应链系统化是物流制度创新的突破口

(1)供应链管理“拉动”物流制度创新。供应链由多个企业的完整价值链所构成,每个企业既是链中某个企业的用户,又是另一个企业的供应商。供应链的基本理论揭示,如果把供应链看作一个完整的过程进行优化管理,就可能避免或减少各环节之间的许多延误和浪费,在更短的时间内,用更少的总成本实现增值。传统的物流观念属于“推动式”策略,而供应链管理将传统物流向上游拓展到原材料或零部件采购的活动中,向下游拓展到配送、分销及售后服务的延伸活动中,提倡供应链物流,即以市场为起点,利用物流保障网络及时满足需求,属于一种“拉动式”的策略。供应链物流是对传统物流更高层次的丰富,当传统的物流服务已不能适应市场竞争的要求时,供应链管理创新就成为物流制度创新的主要方向之一。

(2)物流制度创新强调供应链管理的合作。供应链理论的一个基本思想是:将供应链上

的企业视为合作伙伴关系,而非竞争关系,其本质是通过相互间的责任分担来共同获得收益,而合作的基础,是相互间的共同目标、信任、信息的交流和知识成果的共享。企业与生产厂商之间的密切合作,可以在时间上重新规划企业的供应流程,以充分满足客户的需求。因此,物流制度创新强调整个供应链的计划和运作活动的协调,意味着跨越各个企业的业务边界,在供应链上应用系统观念进行系统化管理。如果没有这种系统化管理,供应链上的每个企业就会各自为战,以防范的方式来防备由于其他企业的独立行动而给本企业带来的不确定性风险。

(3)供应链系统化的优势在于有效降低成本。在供应链系统化管理中,供应链中的全部库存管理既可通过供应链所有成员之间的信息沟通、责任分配和相互合作来协调,这样就可以减少供应链上每个成员的不确定性,减少每个成员的安全库存量,又可通过在地理上重新规划企业的供销厂家分布,以充分满足客户需要,并降低经营成本。此外,供应链系统化管理还可以减少生产过剩情况的发生,并提高运输、包装、标识和文书处理等活动的效率。通过对供应链上每个成员信息处理行为和产品处理行为的检查,可以鉴别出整条供应链中的冗余行为和非增值行为,从而提高供应链及链上每个企业的效率和竞争力。

3. 第三方物流:物流制度变迁的一种表现形式

(1) 第三方物流市场潜力巨大。迫于竞争压力和追求利润的客观必然,越来越多的企业认识到需要通过物流外包来降低流通成本,第三方物流市场的未来发展潜力极其巨大。从市场需求看,45%的大中型企业预计将在一两年内选择新的物流商,其中60%的企业将把所有的综合物流业务外包给新型的物流企业。从宏观上看,占有整个物流市场规模60%~70%左右的企业自营物流会逐渐从企业中分离出来,发展成为具有较大发展潜力的物流产业。由此可见,第三方物流的市场需求相当可观。

(2) 第三方物流创新的切入点。企业要培植在物流业创新的核心竞争力,这是寻找赢利模式的关键。如果企业不具备物流业的竞争优势和有效整合物流业的经验与实力,就很难有降低客户流通成本的比较优势,也谈不上从流通领域分享利润。第三方物流的优势主要表现在节点优势、货源优势、平台优势和管理优势等方面。第三方物流在物流创新上可首先考虑“智能化配送”创新。智能化,突出了对信息技术运用于实际的掌握,“智能化配送”则突出对传统仓储的改造和提升。它不再是简单的配送,而是具有一定商业智能,同时可以提供相当能力决策支持的智能组件。物流系统可以通过“智能化配送”提高仓库利用率,而物流系统的客户可以提高获得与其商业活动息息相关的商业数据的速度。

(作者单位:华东师范大学)

参考文献:

- [1] 黄福华. 试论我国大中型零售商店内部物流运作管理的全面创新[J]. 北京商学院学报, 2001, (5).
- [2] 倪梅, 鞠颂东. 供应链条件下的采购管理[J]. 铁道物资科学管理, 2002, (1).
- [3] 蔡文浩. 商业制度创新论[M]. 北京: 中国审计出版社, 2001.
- [4] 朱道立, 龚国华, 罗齐. 物流和供应链管理[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2001.
- [5] 何明珂. 物流系统论[M]. 北京: 中国审计出版社, 2001.