

基于服务逻辑的运输管理研究范式探析

樊根耀,李武选,王丽萍

(长安大学 经济与管理学院,陕西 西安 710064)

摘要:运用服务管理理论和方法,从研究对象、研究视角、研究范围和研究重点等4个方面对运输管理范式进行了分析。分析认为,基于服务逻辑的运输管理研究范式以运输服务为研究对象,研究视角从运输供给者转向运输需求者,即从生产导向转为客户导向,研究范围从核心运输业务扩展到相关的增值服务;这一新的运输管理范式关注网络环境下的协同运输,将运输企业及相关企业间的协作过程为研究重点。

关键词:研究范式;运输管理;运输服务;协同运输

中图分类号:U49

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2013)01-0028-05

近年来,中国运输业呈现出明显的从生产向服务转变的趋势。从表面看,从运输服务转向运输生产,似乎只是表述方式的变化;但就实质而言,意味着运输管理方式的根本改变,即从生产逻辑转向服务逻辑。随着以运输服务为主题的研究文献大量出现,运输服务取代运输生产正在成为运输管理研究领域的主流。与此同时,传统的基于生产逻辑的运输管理研究范式也发生了深刻的变化,代之以基于服务的运输管理研究范式。新研究范式的出现,是学术界对于运输业向现代服务业转型的响应,标志着整个运输管理学科的进步。但是,目前学术界对于这一新范式本身的讨论和研究并不多见。诸如新研究范式的内涵是什么,它与传统运输管理研究范式之间存在哪些联系等并未得到深入讨论。本文尝试对此进行分析和探索,以期对运输管理学科发展有所裨益。

一、研究对象:从运输生产到运输服务

对于运输行业的从业者而言,使用运输生产这

一概念似乎是自然而然的事情。的确,运输是运输者使用各种运载工具如车、船、飞机及其他设施等将运输对象(包括货物和旅客)从一地转移到另一地的生产过程。对旅客运输来说,是人的空间位移;对货物运输来说,则是货物的空间位移。在这个意义上,运输当然具有生产的本质属性。另外,从行业分工角度看,运输是一种与工业、农业等生产活动相同的专业生产活动。当然,运输生产有着特定的内涵,它是以改变人和物的空间位置为目的,这与通常所理解的工农业生产并不相同,后者是以改变劳动对象物理、化学、生物属性为主的生产活动。

将运输视为生产活动,是与特定的历史背景相联系的。在21世纪之前,生产观念居于主导地位,将运输视为生产活动之一是自然而然的事情。事实上,如果将运输视为相对封闭的系统,即只考虑运输供给方内部的运营活动,而忽略运输需求方,那么将运输理解为生产过程或许是完全合理的。要实现运输的根本目的,即实现旅客或货物的空间位移,运输商必须有效地组织配置运载工具、驾乘人员、规划线路、调度、运输的生产组织活动。这一过程被称为“基本运输过程”,即运输商利用线路、运输工具等

收稿日期:2013-01-03

基金项目:中央高校基本科研业务费专项资金资助项目(Z1102)

作者简介:樊根耀(1964-),男,陕西周至人,教授,管理学博士。

技术设备,将货物从供应地经装载后运送到需求地并卸货的运行过程。其基本生产过程的生产特征是显而易见的。在这里,这些活动被视为生产是完全合理和正常的。因此,从运输供给者的角度来看,运输生产的观念应当是无可非议的。

但是,运输生产并不等同于纯粹的生产活动,而具有一定的特殊性。譬如,运输生产不改变劳动对象的属性或形态;运输产品的生产过程和消费过程同时进行;运输对象并不为承运人所有等等^[1]。此外,运输产品的无形性以及运输产品的不可储存性等也足以说明,忽视运输活动的服务特性,至少是不准确或不全面的。

如果审视运输生产的全过程,则不难发现,所谓的运输生产确实并非纯粹的生产性活动,还涉及到不少服务环节。如果将狭义的运输过程拓展到广义的运输过程,则不难发现,在从准备货物开始,直到将货物送达目的地、卸货,并完成一切相关手续的运输活动中,诸如货物包装、仓储理货、联货、联运、客货委托代办等环节完全属于服务的环节。这些发生在“运输生产”的产前、产后和生产过程中的服务,是整个运输生产过程中不可缺少的组成部分。这些服务性环节所带来的运输价值的增值是明显的。在这个意义上,将运输视为服务自然是无可非议的。

从运输生产到运输服务,不仅是表述方式的一种改变,也是对运输本身认识不断深化的过程。荣朝和关于运输产品完整性的分析,虽然事实上已经触及运输的服务特性,但他似乎没有明确使用运输服务的表述。事实上,他在分析过程中仍然在强调运输生产^[2]。近几年,随着服务科学的兴起,出现了一批从服务管理视角研究运输问题的文献,运输服务成为基本研究对象被反复加以研究,使运输的服务特性受到空前关注。这一转变也可视为运输管理研究的范式逐步向服务转化的开端。

从运输生产到运输服务的转换,与现代服务业越来越受到关注有一定关联。运输企业为乘客和货主提供服务,不仅产生经济效益,而且具有明显的社会效益。旅客运输,尤其是公共交通更是属于基本的公益性服务。正是在这个意义上,运输业被定位为现代服务业的组成部分,其服务特性也因此受到重视。目前,在各级各类国民经济统计中,均将运输业作为现代服务业的一部分。其中,货物运输被视为生产性服务,而旅客运输被视为满足消费者基本出行需求的服务活动。在这一背景下,从服务的角度研究运输管理显然是必要的。这种研究方法的本

质在于,它不是局限于运输过程本身,而是更多地立足于服务客户的立场,从运输企业与运输对象之间互动的角度来展开研究。与传统的研究范式相比,它关注服务,又注意研究服务关系以及服务过程中的问题,是对传统运输管理研究模式的革命性改进。

二、研究视角:从运输职能导向到客户导向

从现有的教科书体系来看,传统的运输管理研究强调运输的生产性,比较注重各生产环节以及各环节之间联系的讨论。这可视为基于供应方的表述,而运输服务则是基于需求方的表述。从表面看,这仅是从供给方到需求方的视角转换,它事实上却与运输管理研究范式的转换有直接关系。

运输职能导向强调以运输企业为主体,遵循所谓生产逻辑。这一逻辑强调,运输管理研究的重点在于运输企业内部各部门、各活动之间的有效协调和优化,即研究运输企业如何通过运输过程来组织其经营活动和价值创造活动。因此,有关运输组织、车辆调度、行车组织以及运输合理化等,以及集中运输、共同配送、多点停留以及越库技术等降低运输成本的技术等是研究的重点。这种逻辑的前提在于,运输企业立足于自身的生产能力开展运输业务,其产品价值由运输企业独立创造,通过市场交易传递给客户。运输企业无须考虑客户或其他企业之间的需求。

运输是通过货物或旅客的位移而为客户创造价值的,运输过程本身能创造地点效用,并不会改变运输对象的形态或属性。运输过程的服务性,决定了运输是为客户创造价值的过程,其运作结果如何,很大程度上取决于运输企业对于客户需求的理解是否正确和透彻,能否与客户建立畅通的沟通渠道;了解客户企业的业务流程和制度、文化、价值观、经营理念、经营目标;建立双方的业务交流、业务培训制度;了解和研究客户、客户的客户的需求。理解客户的需求,保证运输服务能够满足客户的要求。

如前所述,运输既具有生产性,又是一种专门的服务,尤其是当运输企业提供第三方物流服务时,更是如此。以服务客户为出发点,制定经营战略并设计运营流程成为运输管理的主流。运输企业不仅花气力研究客户的当前需求,还积极研究和发现客户的潜在需求和客户的未来需求,不断地修正运输解决方案,争取为客户提供“量身定制”的服务。受计

划经济下物资供应体制的影响,中国本土的运输企业习惯以自我为中心,不能从客户的角度展开营销。近年来,这种状况有很大转变。从目前运输市场来看,越来越多的运输企业引入客户服务,通过主动听取客户意见,建立客户数据库等方式保持与客户的交流和联系,强化与客户的密切关系。客户服务成为各运输企业不可缺少的业务活动,这表明有越来越多运输企业从只强调运输职能转变为对客户需求的尊重。分析和研究客户的需要与需求,已开始成为多数运输企业运营管理的必要环节。以定价为例,在传统的运输服务定价(尤其是货物运输)过程中,大多采用成本加成法,而目前多数运输企业则开始采用支付意愿法,即根据客户愿意支付的成本。另外,运输企业开始考虑如何提高客户的便利性,即从客户的立场出发,考虑为客户提供的运输服务能给客户带来哪些方面以及多少数量的效益,如时间的节约、金占用减少、市场竞争能力增强等。通过提供良好的客户服务,运输企业不断扩大市场份额,形成较大的运输服务规模,取得规模效益,最终实现双赢。

作为生产性服务的货物运输往往与客户企业的供应链运作紧密联系,运输管理客户导向的趋势尤其明显。运输服务本身作为客户供应链的组成部分,对于客户企业的品牌有着直接影响,其运作结果直接关系到被服务企业客户的满意度。因此,运输企业多根据客户的需求量身定制服务种类与服务水平。在实际运作过程中,运输企业与客户之间大多会建立战略合作关系,其客户导向的趋势尤为明显。

三、研究范围:从单一运输业务到各种增值服务

基于服务的运输管理研究范式与传统的运输管理范式的第三个区别,在于前者的研究范围有较大扩展。相对而言,传统的运输管理范式更多地强调运输业务本身,而对于与运输环节直接相关的上下游各环节则不太关注。根据服务管理理论,传统的运输管理范式只关心基本的或核心运输服务,未考虑其他非核心的服务活动。而新的运输管理研究范式认为,基于客户的立场,那些表面看似属于“非运输”的服务环节,对于满足客户的需要恰恰是十分重要的。如果运输服务商能够提供完整的综合性的解决方案,即提供“基本服务+其他服务”,不仅可以更好地为客户创造价值,同时也可以实现运输企

业与客户的“双赢”。如果我们将运输视为基本服务,则其他非核心的相关服务可称为增值服务。因此,在新研究范式中,将运输管理的研究范围从核心的运输服务拓展到了其他增值服务。

增值服务的内容包括运输方式与承运人选择、运输路线与计划安排、货物配载与货运招标、信息服务等。传统运输服务是通过运输、仓储、配送等功能实现物品空间与时间转移,是所有运输企业都能提供的基本服务,难以体现不同运输服务商之间的差异,也不容易提高服务收益。如果能够根据客户需求,在基本运输服务基础上延伸出增值服务,就可以通过提供个性化的服务与其他竞争者形成差异而具备一定的竞争优势。

新的研究范式将运输服务扩展到其他增值服务,是理论研究对于现阶段运输管理实践的必要呼应。事实上,无论是海运、空运还是陆运,几乎所有和运输业有关的公司都在想方设法地提供增值服务。跨国快递公司中的敦豪(DHL)、联邦快递(FedEx)和联合包裹(UPS)都已经开始选择为客户提供一站式服务,他们的服务涵盖了从采购到制造、仓储入库、外包装、配送、回返及再循环的全过程。而由这些巨头们领跑的速递业已不再是简单的门到门、户到户的货件运送,而是集电子商务、物流、金融、保险、代理等于一身的综合性行业。

另据2002年美国年度物流报告,全美第三方物流业基于资产的专用合同运输收入90亿美元,仓储及其增值服务收入169亿美元;物流软件收入30亿美元。由此可见基于非资产的增值服务是第三方物流服务收益的主要来源。而根据中国物流与采购联合会与MERCER公司对中国第三方物流市场1999~2001年的收入分解,运输收入占53%,物流信息与增值服务的收入只占15%,说明中国物流企业提供增值服务的能力严重不足^[3]。显然,中国运输企业在增值服务方面与发达国家相比存在差距,已经严重影响了国内运输企业核心竞争力的提升。

从客户的立场看,“一站式”或“门对门”的服务方式或更受欢迎。对于运输企业而言,要赢得客户,将“非核心”的业务纳入运输管理之中是十分必要的。从某种意义上说,增值服务的重要性甚至不低于“核心”的运输服务本身。将研究范围扩展到增值服务,这是新研究范式区别于传统运输管理研究范式的重要特点。由于这一转变,运输管理的研究内容变得更为丰富了。虽然多数增值服务的提法直接来自于物流或供应链研究,但与运输有着密切的

关系也是不争的事实,因为运输活动本身就是物流和供应链的核心部分^[4]。

四、研究重点:网络环境下的协同运输

近年来,诸如服务“点对点”、“门对门”的运输形式逐渐取代传统的运输形态而成为运输行业的常态和主流。传统运输运营以单一运输方式或单一运输企业为主,不仅效率低下,而且大多无法满足用户的特殊要求,越来越暴露出弊端。为了更好地满足运输需求,运输服务商之间以及运输服务商与供应链上下游合作伙伴之间开始建立协作关系,实行协同运输,有效地解决了传统模式下企业之间相互分割、重复作业和效率低下等问题。

在实践中,协同运输最早出现于运输企业之间的合作,这可视为运输服务商之间的横向协同。为了降低成本和经营风险、弥补自身资源的不足、满足用户需求以及提高服务水平等,同类运输企业之间多采用货运合并的方法来提高货车实载率。具体做法是,多家运输之间建立合作网络,建立统一的信息平台,通过多站式的装卸货,保持着货车的最低空载率。在北美地区,这种横向协同网络的合作伙伴已超过 1 600 个。对于最终消费者而言,协同运输不仅使服务时间大大缩短,成本还降低了 15% ~ 25%。

除了不同运输服务商之间建立横向协作关系之外,纵向的协同运输也在 20 世纪末和 21 世纪初出现。运输服务商与制造商、零售商之间建立纵向的合作关系,通过信息共享和供应链协作,制定计划、预测、运输、库存等商品服务全过程。以沃尔玛为例,从 2000 年开始采用协同运输管理模式。作为零售商的沃尔玛与制造商宝洁公司、运输商亨特公司三方建立了合作关系,并建成了共同的信息交换平台。通过运输商、制造商和零售商之间的彼此协作,沃尔玛大大减少了货物处理过程的步骤,而运输商亨特公司减小了 16% 的装货等待时间,空载率下降了 3%,制造商宝洁公司也实现了库存的下降。通过纵向协同运输,运输商减少了装货卸货的等待时间,使得运输资源配置和利用率达到最优化,供应商、零售商和客户也分别通过协同运输中受益。纵向协同运输的另一种形式,是运输方式之间联动协作,如汽车运输与航空、铁路、航运、管道运输之间的协同。近年来为中国政府和学界所推崇的综合运输,实质上就属于纵向协同运输。

美国产业共同商务标准协会(Voluntary Inter-

industry Commerce Standards Association, VICS)对协同运输管理进行了定义:协同运输管理就是将供应链的合作伙伴和运输服务供应商聚集到一起,达成协议,使运输规划和作业流程避免出现无效率的运作,其目的是通过促进供应链中包括发货人、承运人、收货人等在内的运输作业参与者的相互协作,消除无效率的作业。协同运输的参与者通过共享需求和供应信息、理念和运作能力来提高运输规划和运输作业整体流程的绩效,从而提高资产的利用效率。值得注意的是,VICS 提到的发货人、收货人以及承运人三者之间建立协作关系,与供应链理念下制造商、零售商和运输商之间的相互协作是一致的。就其本质而言,应当是指纵向的协同运输管理。

鉴于运输服务运营离不开由制造商、零售商、物流商、消费者以及其他运输服务商等构成的网络,新的运输管理研究范式也必然不能脱开特定的网络环境。这里所说的网络,可以指实体网络,包括地理或空间网络以及由不同市场主体之间组成的运输网络,也可以是基于电子商务和互联网的虚拟网络,还可以指组织网络^[5]。20 世纪 90 年代之前,运输管理主要以研究运输实体网络为主,其中一个热点就是如何设计与构建运输服务网络。一些学者围绕货运和快递业等对交通服务网络设计问题的研究,涉及合并运输问题、以及如何确定服务运营商、服务方式的选择和调度、站内作业、运输线路规划等。另有学者专门研究了不同运输方式的协作问题(如汽车运输与航空运输的衔接问题),以及多企业协同、虚拟运输企业整合等问题。

20 世纪 90 年代中期至今,运输管理研究多以物流系统或供应链为背景,将运输企业置于物流及供应链系统中进行研究,从而进一步明晰了网络环境的特定涵义。如有学者分别以供应链和物流为背景,研究交叉配送的车辆线路规划问题。有学者研究协同运输对于供应链的影响^[6],另有人对协同运输管理的机制进行分析^[7]。研究认为,运输服务商加入生产商和零售商既有的协作网络,可突出运输企业在整个供应链中的作用和地位,进而改变供应链内部的合作方式。

由此可见,新的运输管理研究范式所关注的重点,是在物流系统或供应链的网络环境下如何实现协同运输,以改进运输服务商的运营能力,提升服务水平^[8]。在新的研究范式下,运输管理的重点可以是运输实体网络或虚拟网络的优化问题^[9];也可以是针对组织网络,研究在特定网络环境下运输企业之间如何建立有效的协同机制,如整合机制、激励与

约束机制、信任机制以及反馈机制等。简而言之,强调网络环境以及运输参与者之间的相互作用,正是新运输管理研究范式与传统研究范式之间的最大区别。

五、结 语

本文从研究对象、研究视角、研究范围和研究重点4个方面对新的运输管理研究范式进行了梳理和分析,主要结论包括:(1)新的研究范式将运输活动视为服务而非单纯的生产过程,将服务管理的理念和方法引入运输管理研究之中;(2)新范式更加关注客户在价值创造中的作用,采用客户导向而不是局限于运输企业自身;(3)除了关注核心的运输环节外,新范式还将运输方式与承运人选择、运输路线与计划安排、货物配载以及信息服务等增值服务也纳入研究范围,从而丰富了运输管理学科的研究内容;(4)新范式以网络环境下的协同运输为重点,意在研究参与运输过程的不同组织之间的协调问题。我们有理由相信,这种基于服务的研究范式将会对运输管理学科的发展产生深远影响。

参考文献:

[1] 刘小卉. 运输管理学[M]. 上海:复旦大学出版社,

2009.

[2] 荣朝和. 论运输企业提供完整运输产品的重要性[J]. 铁道财会,2001(8):1-8.

[3] 田学军. 物流企业亟待服务创新[J]. 中国物流与采购,2003(19):22-24.

[4] 周永明. 论物流增值服务的含义及实施途径[J]. 改革与战略,2007(11):106-108.

[5] 鞠颂东. 物流网络:物流资源的整合与共享[M]. 北京:社会科学文献出版社,2008.

[6] Feng C M, Lin Y C, Yuan C Y. The system framework for evaluating the effect of collaborative transportation management on supply chain[J]. Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies,2005(6):2837-2851.

[7] Stefansson G. Collaborative logistics management and the role of third-party service providers[J]. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management,2006,36:76-92.

[8] 石小法,喻军皓. 快速城市化地区中等城市交通特征[J]. 交通运输工程学报,2010,10(2):88-94.

[9] 董 治,李林波,王艳丽. 城市交通管理公众参与机制的要素[J]. 长安大学学报:社会科学版,2009,11(1):38-49.

Analysis on the paradigm of transportation management based on the service view

FAN Gen-yao, LI Wu-xuan, WANG Li-ping

(School of Economics and Management, Chang'an University, Xi'an 710064, Shaanxi, China)

Abstract: Based on the theory and method of service management, this paper analysed the research paradigm in transportation about its research subject, perspective, scope and emphasis. The analysis shows that the new paradigm of transportation management based on the service view focuses on the service aspect of transportation. The research perspective of the new paradigm turns to the transportation demander rather than supplier, in other words, from production oriented to customer oriented. Besides the core transportation business, other different value-adding services have been brought to the research scope. Furthermore, the new paradigm emphasizes the collaborative transportation in the network environment, and takes the coordination between different organizations in the transportation process as its research emphasis.

Key words: research paradigm; transportation management; transportation service; collaborative transportation