

# 第二十一章 總結

## 第一節 服務業共同面臨問題

就政治環境面、經濟環境面、法令環境面、社會環境面、市場競爭面、經營管理面提出當前我國服務業共同面臨之問題，概述於下：

### (一) 政治環境面

1. 國內政治穩定度仍不夠，紛擾現象並無減緩，嚴重影響政策之推動與公共工程建設，以及民間投資。
2. 兩岸政策仍不夠明朗(如三通、直航)，影響外商來台意願(包括商務活動與投資)。
3. 中共政治與經濟打壓，台灣無法加入區域內國際組織，被邊緣化後，將漸失國際競爭力，以及參與各種商務之機會。
4. 開放大陸人士來台觀光，資格限制仍多，來台人數與業者之期待落差甚大，為帶動我國餐飲旅遊與百貨業之業務發展，增加大陸來台觀光人數當有正面作用。

### (二) 經濟環境面

1. 國內產業外移，影響許多內需服務的業務與發展。(如會展、倉儲物流、餐飲、批發、零售...等)
2. 國際原物料價格大幅上漲，帶動國內物價上揚，民眾實質所得下降，消費能力減弱，嚴重影響服務需求。
3. 整個市場之購買能量與吸納力有明顯減緩的現象。

### (三) 法令環境面

1. 政府應定期召集各行業業者討論勞基法與勞退基金之適用性與合理性，針對不同業者應提出彈性實施辦法。
2. 土地分區使用之限制規定，問題仍存在，嚴重影響服務業新營業據點的開發。
3. 較落後的國家人士來台，簽證與審核較嚴，手續繁複，應予放寬。
4. 方便外國人士兌換外幣，應開放銀行外之兌換處所。
5. 產品產地之認定，應考量其製造過程和產品完成程度(比例)，而不僅依最終出廠地來判定。
6. 開放服務業雇用外勞(如物流業、餐飲業、貨運業需要較多的基層勞工，但不易聘僱到合適的人員)。
7. 放寬台灣港口包裝加工轉運的限制與降低關稅。

### (四) 社會環境面

1. M型化社會形成，貧富差距拉大，購買力下滑，將壓縮服務品質，或降低廠商利潤率。

2. 少子化和高齡化，加上人口外移，將降低市場消費潛能。
3. 服務業人員流動率大，聘僱太多臨時工或派遣工，影響服務品質。
4. 路標標示拼音，中央與地方不同，困擾外國人士。
5. 黑心產品(含劣質材料、化學殘留等)充斥市場，使消費者產生疑慮，影響業績。
6. 婦女就業率提高，將刺激市場消費需求，也會帶動家事與照顧服務業產業發展。

#### (五) 市場競爭面

1. 產品與服務同質性仍高，很難塑造差異化，也容易模仿複製，各業競爭仍非常激烈。
2. 虛擬通路快速擴充，對實體通路業帶來衝擊。
3. 業者經營成本顯著提高，但市場吸納力不足，無法相對反應成本，壓縮業者利潤空間。
4. 業者為建立特色，越來越重視細膩的客戶服務與賣場環境氣氛，雖然可提高光顧意願及消費率，但也相對提高業者之經營成本。
5. 加入WTO後，業者可提供更多元的商品與服務，可刺激消費需求，有益於業績的擴張。
6. 批發零售業已漸漸形成大型連鎖企業寡占競爭的市場型態，使得中小規模廠商很難生存。

#### (六) 經營管理面

1. 缺乏物流、物管、會展等方面的專業人才，也無專業訓練機構，希望大學開設相關系所培育人才。
2. 服務業普遍經營規模較小，服務功能少，競爭力較弱，淘汰率高。
3. 新世代年輕人工作態度差，素質也不如以前，人才斷層現象非常嚴重。
4. 大型賣場空間大，服務人員少，當消費者在購物過程中有疑惑時，經常找不到服務人員來詢問而失去購買意願，應考量如何經由資訊設備或通知系統的使用提供相關服務。

## 第二節 服務業發展趨勢

服務業佔我國經濟結構的比重越來越高，服務業的發展深切影響整個國家之經濟景氣動向，謹就我國服務業近期內之發展趨勢略述於下：

1. 醫療保健、觀光休閒導覽、文化創意、物業管理、照顧服務及會展服務等，是未來社會大眾迫切需要的服務項目，深具發展潛力，也是政府未來重點輔導發展行業。
2. 服務業未來仍是朝大型化、連鎖化、國際化及管理資訊化發展，才能立足台灣，永續經營，爾後佈局全球。
3. 提供之商品與服務，除了與競爭者建立差異化之外，亦應針對區域需求建立特色，以為區隔。
4. 多元通路之運用，接觸不同客層擴大商機。
5. 綜合零售業之發展趨勢：朝向二線都市及複合式經營發展、建立物流中心、繼續開發自有品牌產品、走中高級產品路線。
6. 物流業之發展趨勢：提供多元化服務(整合陸海空運輸服務與代理銷售等)、異業合作策略聯盟、RFID(無線射頻辨識)系統之使用。
7. 會展業之發展趨勢：深化專業領域辦理特定主題展覽、採國際間或同業間合作等策略聯盟、提供多元服務(如產品發表、交通、住宿及旅遊安排)。
8. 休閒業之發展趨勢：複合式休閒遊樂設施、結合異業開發套裝行程、結合地方藝文活動。
9. 餐飲業之發展趨勢：跨業經營提供各式料理菜餚與加工食品、開發國外據點與台灣美食輸出。

### 第三節 促進服務業經營發展之建議

#### 一、重視經營管理人才的培育與訓練

服務業的範圍領域非常寬廣，所涉及的專業技能亦非常繁雜，但是過去教育學術與技職訓練機構，並不太重視服務業相關人才之培育與訓練，因而大多由業者自己去摸索學習，雖然實務經驗非常重要，但是還需經由正規學校教育與技職訓練機構來培訓人才，才能被業界廣泛使用。

#### 二、建立品牌經營與提高企業形象

過去服務業並不太重視品牌之建立，近年來因為加盟連鎖系統的廣泛使用與推廣，必須透過強而有力的品牌知名度與形象塑造，才能有效地作市場區隔與塑造差異。因而，服務業的經營也越來越重視品牌的建立，藉此提高企業形象，以利市場的發展與業務的拓展。

#### 三、準確定位與區隔

服務業提供之商品組合與服務內容較難建立獨特性，且易於被複製模仿，因而如何建立或塑造與競爭者的差異，是業者必須努力去經營的重要課題。此外，也應針對區域性消費需求之異質性，明確定位，建立服務特色，提供不同的商品組合與服務內容，以為市場區隔。

#### 四、建立周全之 POS 與物流系統，降低庫存與營運成本

零售業賣場之租金成本越來越高，若能減少庫存空間移做商品陳列空間，或是利用提高補貨頻率，以減少單項商品之庫存空間，當能增加銷售商品的品項及提高其週轉率與販售業績，這一切均需仰賴建立周全的 POS 與物流系統，精密的計算出各項商品的流動率，以及適時補貨，以降低庫存與營運成本。

#### 五、提供創新經營與服務，塑造競爭特色

藉由服務的創新才能創造企業的新價值，塑造獨特的形象，使競爭者難以模仿與跟隨，即可稱之為服務業創新的藍海策略。服務業創新可經由以下模式達成：(1)經營管理創新、(2)行銷手法創新、(3)新商品或新品牌創新、(4)服務內容創新、(5)市場區隔與定位創新、(6)多元通路與配送服務創新、(7)資源組合創新、(8)服務流程創新等。

#### 六、採複合式經營，提供多元服務

服務業提供之服務內容趨向多元化，除了擴大同性質之產品線與服務品項外，亦納入其他業種之服務項目，如書店除了販售各種出版品外，亦販售咖啡、餐飲、百貨等；休閒業開發各種旅遊項目與推出套裝行程；會展業提供產品發表、交通、旅遊、食宿等服務，除了可擴大營業業績外，亦可服務客戶，方便消費。

### **七、善用科技資訊，掌握市場需求，提高經營效率**

服務業運用 IT、電腦、資訊、網際網路等技術或設備，以確實掌握市場需求，並可提高經營效率，如 POS、RFID、Data Warehousing、Data Mining、ATM、CPFR...等資訊系統的使用。

### **八、掌握消費趨勢變化，調整商品組合與服務項目**

消費市場多變，企業必須透過市場調查隨時掌握消費需求的變化趨勢，以調整經營方向，包含商品的組合與服務內容項目。