

14	協同管理應用於家庭用品零售供應鏈—以生活工場為例	
指導教授	林則孟 博士	
參與學生	u900849 余如修 u900850 林筱婷	
摘 要		
由於生活工場為自有品牌零售商，一但跟供應商下單後，生產出來的商品就會被印上生活工場的品牌，供應商無法再轉賣給其他零售商，所以，生活工場目前的採購過程皆為買斷模式，也就是說，生活工場下單後就必須承擔庫存過多或缺貨的風險，商品銷售預測的準確性將決定存貨的高低以及顧客滿意度的好壞。 另外，商品從設計、開發、採購、一直到達交需要好幾個月的前置時間，其中，樣品搜尋與打樣溝通，常耗費相當多的開發成本及時間。由於季節性商品產品生命週期僅有 3~6 個月左右，在面臨產品開發前置時間長、採購過程為買斷模式下，其對於預測數量的準確及前置時間的掌控尤其重要。 因此，本專題以生活工場之季節性商品為例，針對其中傢飾類產品進行探討，首先，瞭解並定義現行流程，接著分析現行流程中存在問題點，並找出流程改善的重點，進行協同流程的設計。進而設計出的未來協同流程，主要包含三個模組，分別是：以會員端為協同對象的『協同商品主題設計』、以供應商端為協同對象的『協同商品設計開發與預測』以及『協同下單與補貨』。藉由此三個模組概念下，『協同商品主題設計』可以使生活工場更瞭解消費者需求；『協同商品設計開發與預測』可以使商品開發的過程更有效率，除了節省開發成本外，更可以縮短設計時間，以達到及早進入市場搶先商機之成效；『協同下單與補貨』可以降低生活工場的庫存風險，並可減低新產品架上缺貨所導致的商機損失。最後，本研究將對導入協同管理模式之前後流程進行分析比較，並評估此案例導入協同管理模式的預期效益。		