

實務導向的營銷研究

莊皓鈞*



我的主要研究領域為 B2C 零售通路和 B2B 供應網路的營運優化，先前發表論文在 *Journal of Operations Management*、*Production and Operations Management*、*Decision Sciences* 等一級期刊，上列研究成果榮獲 106 年吳大猷先生紀念獎。得獎與升等副教授後，持續深耕領域，運用考慮企業與時間異質性的隨機效率前緣，檢視零售「存貨精實」與「營運效率」的非線性關係，將實證計量分析搭配質性訪談，建構理論和產業層級洞見，2019 年文章刊載於 *Production and Operations Management*。並針對作業管理實證的內生性 (endogeneity) 問題，對

* 國立政治大學資訊管理學系副教授

運用工具變數來解決內生性問題，提出嚴謹研究架構，2018 年文章刊載於 *Journal of Operations Management*。同時獨立作數學決策模型分析，2018 年於 *European Journal of Operational Research* 發表數據驅動的貨架稽核決策優化的單一作者論文。

上列成果有幸獲得 108 年傑出研究獎，雖是對個人莫大的肯定，但惶恐與感激遠大過欣喜與興奮，在學術研究的道路上跌跌撞撞，一直抱持我懂的不多的態度，持續鞭策自己涉獵不同的方法、應用，貪婪地學習新知、理論。能有些許成果除了運氣好，要衷心言謝的人難以盡數。從海內外的學術圈友人，到長官、同事、學生、業界先進，與他們交流，即便是簡短閒聊，都對我教學相長和研究累積大有助益。此外要感謝我的家人和朋友，長期支持我，特別是我聰穎慧黠的太太周彥君教授，她是最棒的科研與生活夥伴，非常理解我的想法，我也一直很仰賴她的砥礪、提點，才能夠克服許多難關，在服務、教學、研究盡情探索。

而在研究與投稿的過程中，低潮與困難是很常遇的，以我自身來說，在 *Production and Operations Management* 發表過的三篇文章，從初投稿到最終被接受，皆耗時三年左右並經歷數次大幅重寫文章與重做分析的過程。每一輪面對刁鑽的審稿意見，時常有陷入絕境之感，即便是經驗豐富的國外合作學者，也長嘆不知如何回應。但幾回合下來，我體認到誠實面對自己研究的不足，老老實實修正方向，往往會讓最終的研究成果有大幅改進。在修改過程中，幾次我藉由閱讀非自身領域的經濟、統計、策略、行銷、政治等學門的方法論文獻，得到解決問題的靈感，因此我至今仍大量涉獵自身生產與作業管理以外文獻，得到許多新奇有趣的知識和點子。

這種跨領域的閱讀習慣，兼之我任教於強調新興科技的資訊管理系，也引領我接觸到人工智慧浪潮，因此近年開始運用統計機器學習、計量經濟、數學規劃、電腦模擬，在雜亂或有限的數據下，發展企業營運相關的診斷、預測、決策模型和理論。而隨著對問題思考變得較宏觀，也漸從營運本位 (operations management) 的實證研究，轉到營銷 (operations and marketing) 整合的實證處方型分析 (prescriptive analytics)，不斷思索所謂的模型與理論，能否幫助組織與機構更精準從數據中估出各種資源投入營銷所得效益，以及如何做出數據驅動的資源配置優化，以發揮更大的實務影響力。

而這種追求發揮更大實務影響力的想法，根源於我的碩士班指導教授陳銘崑老師，以及博士班的指導教授 Prof. Rogelio Oliva 和合作教授 Prof. Gregory Heim，這些老師都相當強調商管學院的學術研究，應像法學院、醫學院一樣，

不只建構理論，更對實務運作產生影響。學生時期每當學會艱澀的數量方法，很興奮的跟 Rogelio 和 Gregory 展示要如何用這方法做研究時，很常得到的回應都是 so what？他們常叮囑的是經理人和實務人士是否會因為你的研究成果，感到興趣並開啟一個關於改變作法／思維的對話？這個叮囑奠定了我作為一位商學院營運管理學者的信念，也就是實務導向的研究未必就是次等的、不如理論研究的，重點在於 problem relevance 和 methodology rigor，兩者兼顧一樣有可能產出好的研究發表。

最後對於和我一樣持續在學術研究道路上探索、掙扎的同儕們，分享兩個淺薄意見。首先是英文學術寫作是個需要終身優化精進的項目，即便是自博士班入學至今已超過十年，我的寫作仍時常被美國合作學者嫌棄，即便研究問題很有趣，分析很精闢，若無法轉化成犀利流暢的論述，仍難以被頂尖商管學術期刊接納，這點謹和同樣非英文為母語的學術夥伴們共勉，文章重寫到清晰易懂是個必經的過程，堅持下去。另外就是研究方法，我的經驗是商管領域實證研究方法論，不若經濟、心理、社會、政治等學門嚴謹，持續學習新的研究方法標準，在機器學習興起、數據量大後 p-value 失效、線性研究假說不受青睞，以及關聯性不能滿足於追求因果效應的學術社群來說，會是未來很重要的課題。