

管理知识：管理学最新知识大全三 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/202/2021_2022__E7_AE_A1_E7_90_86_E7_9F_A5_E8_c37_202073.htm 11.企业资源规

划Enterprise Resource Planning 在快速变动的网络新时代，随着信息化的脚步日益普及，有效和妥善的运用ERP企业资源规划（Enterprise Resource Planning）系统，有助于企业顺利电子化，并导入电子商务，创造企业新价值。何谓ERP？这是一种企业全方位信息系统的核心结构，基于电子商务时代趋向整合与共利的原则，企业和上游的原物料供货商以及下游的经销商、零售商等商业伙伴，相互之间的商业关系，诸如订货、进货、销货、存货、生产制造、交期排程、下单、询价、报价、比价、付款、采购等，以往企业必须透过许多的制式表格，用传真或快递等传送给顾客，再等待顾客响应，造成时间与流程的浪费，如今运用ERP，这些信息能够运用网际网络有效实时的分享信息。在互动的过程中，企业不只是共享信息或商情而已，而是能够事前协议建立线上互动接口，共同执行涵盖企业内外资源整合的自动管理模式。

12.顾客关系管理Customer Relationship Management 顾客关系管理（CRM，Customer Relationship Management）是企业电子化工作中，很重要的一环，其宗旨是企业以满足顾客满意为目标，始能在市场上维持竞争力。CRM的定义，就是导入信息系统，以规范企业与顾客来往的一切互动行为与信息，为有效管理企业的顾客关系，应针对所有的顾客进行分层化区隔与差异化服务，并建立信息架构，企业等级的CRM软件，通常包括「行销管理」、「销售管理」、「顾客管理」等三大

功能。CRM能够有效的解决企业面对顾客的复杂繁琐事务，为企业提供迅速反应顾客需求、弹性响应市场变化、缩短顾客服务时间与流程、增加顾客服务满意度等效益。CRM的三大功能为：行销管理的功能，在分析市场价格变化、预测市场趋势以及妥善规划市场活动管理。销售管理的功能，在整合企业的行销资源，统合一切的行销信息。顾客管理的功能，在提升顾客满意度，抓住核心顾客的需求，开发潜在顾客市场，同时提供线上平台查询接口与透过线上记录，随时响应顾客的问题和抱怨，且实时检讨服务流程和进度。

13. 电子商务 Electronic Commerce 在网络新经济时代，电子商务（Electronic Commerce）成为企业新兴的营运模式，透过网际网络的网网相连，企业建构电子平台，进行交易与服务。所谓电子商务的定义，由通讯的角度解释，在利用电话线、网际网络等方式，传递信息、产品、服务或付款服务；由企业流程的角度来看，就是线上商业交易与工作流程自动化的计算机技术的应用。一般而言，电子商务的内容包括：信息流、金流、商流与物流。俗称企业 e 化的企业电子化，应包括五大块核心项目：电子商务（Electronic Commerce）、企业资源规划（ERP，Enterprise Resource Planning）、顾客关系管理（CRM，Customer Relationship Management）、供应链管理（SCM，Supply Chain Management）、知识管理（KM，Knowledge Management）。藉由网际网络无远弗届的特性，企业运用此五项信息化工具，即能达到电子化、全面自动化的流程。企业导入电子商务，目的在于符合顾客需求，降低营运成本，增加商机，创造企业新价值链的极大化。

14. 标竿管理 Benchmarking 标竿管理（Benchmarking），这是一种管理

上的有效工具，以衡量组织相对于其它组织的绩效。基本上，标杆管理认为大多数的企业流程都有相通之处，因此，可以借着寻找与确定在某些活动、功能、流程等绩效上，有「最佳表现」（Best Practice）或「足为楷模」（Exemplary Practices），或「出类拔萃」（Business Excellence）的顶尖公司，仔细地研究其所以能有如此绩效的原因，并将自己公司的绩效表现，与这些公司的表现相比较，并进而拟定要提升到哪些公司绩效水准的计划，执行该计划并监测其执行结果，以使组织能够更客观地评估其绩效，更能浮现缺失，更能了解其它组织的表现，改进缺点，迎头赶上。标杆管理通常包括标准标杆管理（Standards Benchmarking）、流程标杆管理（Process Benchmarking）、结果标杆管理（Results Benchmarking），值得注意的是，标杆管理往往会以同行、同业、竞争者作为比较的对象，但忽略了真正该见贤思齐的对象，以致于不能发挥标杆管理的真正效果。

15. 风险管理

Risk Management 风险管理（Risk Management）的定义为，当企业面临市场开放、法规解禁、产品创新，均使变化波动程度提高，连带增加经营的风险性。良好的风险管理有助于降低决策错误之机率、避免损失之可能、相对提高企业本身之附加价值。风险的种类包括：一、市场风险：市价波动对于企业营运或投资可能产生亏损之风险，如利率、汇率、股价等变动对相关部位损益的影响。二、信用风险：交易对手无力偿付货款、或恶意倒闭致求偿无门的风险。三、流动性风险：影响企业资金调度能力之风险，如负债管理、资产变现性、紧急流动应变能力。四、作业风险：作业制度不良与操作疏失对企业造成之风险，如流程设计不良或矛盾、作

业执行发生疏漏、内部控制未落实。五、法律风险：契约之完备与有效与否对企业可能产生之风险，如承作业务之适法性、外文契约及外国法令之认知。六、会计风险：会计处理与税务对企业盈亏可能产生之风险，如帐务处理之妥适性、合法性、税务咨询及处理是否完备。七、信息风险：信息系统之安控、运作、备援失当导致企业之风险，如系统障碍、当机、资料消灭，安全防护或计算机病毒预防与处理等。八、策略风险：于竞争环境中，企业选择市场利基或核心产品失当的风险。风险管理原则：一、强调事前管理。二、数量化左证以衡量风险程度。三、预设最坏的情境。四、仿真评估。五、弹性化调整。对于风险管理政策，应明文订定营业策略或方针、业务计划、内控与稽核制度，建立风险部位限额呈报董事会核定，评估执行绩效并适时检讨修正。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com