

日化香精企业风险管理与内控

目录

序言.....	3
一、战略制订框架.....	3
(一)、战略制订框架.....	3
二、战略风险的含义及分类.....	4
(一)、战略风险的定义.....	4
(二)、日化香精行业企业战略风险的分类.....	5
三、人力资源风险管理过程.....	7
(一)、风险识别.....	7
(二)、风险评估.....	8
(三)、风险应对.....	9
四、人力资源风险管理的主要内容.....	11
(一)、人力资源风险管理的主要内容.....	11
五、技术创新风险的探讨.....	17
(一)、技术创新风险的探讨.....	17
六、流程风险的识别和评估.....	18
(一)、风险清单识别法.....	18
(二)、流程图法.....	20
(三)、风险矩阵评估法.....	21
(四)、内部威胁分析法.....	22
七、SWOT 分析说明.....	23
(一)、优势分析(S).....	23

(二)、劣势分析(W)	24
(三)、机会分析(O)	27
(四)、威胁分析(T)	28
八、产业环境分析.....	30
(一)、产业环境分析.....	32
九、行业壁垒	33
(一)、供应链整合壁垒	33
(二)、网络效应壁垒.....	33
(三)、法规合规壁垒.....	33
(四)、专业人才壁垒.....	34
(五)、品牌忠诚度壁垒	34
十、员工培训与绩效提升	34
(一)、培训需求分析与计划	34
(二)、绩效评价体系与激励机制.....	36
(三)、职业发展规划与晋升通道.....	39
(四)、员工满意度与团队凝聚力.....	40
十一、战略实施的阶段	42
(一)、战略实施的阶段	42
十二、人力资源的特点及管理过程	44
(一)、人力资源本身的特点	44
(二)、人力资源管理过程	45
十三、社会责任管理与可持续发展	46

(一)、社会责任战略与执行	46
(二)、环保与可持续经济发展	47
(三)、员工权益与劳工标准	49
(四)、社会参与与公益事业	50
十四、战略的定量评价决策方法	52
(一)、战略的定量评价决策方法	52
十五、日化香精行业企业内外不同利益主体的影响	53
(一)、日化香精行业企业内外不同利益主体的影响	53
十六、危机管理与应急响应	54
(一)、危机预警与监测机制	54
(二)、灾难恢复与业务连续性计划	54
(三)、公关与媒体管理	56
(四)、社会责任危机管理	56
十七、市场趋势与消费者洞察	58
(一)、市场趋势分析与预测	58
(二)、消费者洞察与行为研究	59
(三)、产品创新与市场适应性	61
(四)、服务体验与客户满意度	63

序言

在当前全球市场环境下，日化香精行业企业战略风险管理显得尤为关键，其目标是为了保障企业的稳定发展和长远竞争优势。有效的风险管理不仅可以帮助企业识别、评估和应对潜在的风险，还可以提升企业对市场变化的适应能力，确保资源的优化配置。鉴于此，本文旨在系统地探讨企业战略风险管理的理论基础、实施路径和效果评价，以促进管理实践的进步。本文内容不可作为商业用途，只用作学习交流。

一、战略制订框架

(一)、战略制订框架

战略制订框架是日化香精行业企业战略决策者在多个可选战略方案中进行确定、评价和选择的有力工具。这一框架分为三个关键阶段，每个阶段都有特定的方法和工具支持，使得整个战略制订过程更为系统和有序。

第一阶段是信息输入阶段，它概括了制订战略所需的输入信息，采用的方法包括 EFE 矩阵、IFE 矩阵和竞争态势矩阵。这一阶段的目标是全面了解日化香精行业企业所处的外部环境和内部条件，为后续的决策提供基础数据。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/597055142065006060>