



## 1. APEC-Asian Pacific Economic Cooperation Forum-亞洲太平洋經濟合作會議

係澳洲總理霍克所主張，在 1989 年 7 月成立的區域性經濟合作組織。其目的在於加強亞太國家間的經濟合作，並在不貶損該地區現有既存之其他相關組織下，致力實現世界貿易自由，反對貿易保護主義。

## 2. Blue Ocean Strategy-藍海策略

不妨想像一個由兩種海洋形成的市場天地：紅色海洋和藍色海洋。紅色海洋代表所有現有企業，這是已知的市場空間；藍色海洋代表所有目前並不存在的企業，這是未知的市場空間。在紅色海洋，企業有公認的明確界線，也有一套共通的競爭法則。在這裡，公司機構試圖表現得比競爭對手更好，以掌握現有需求，控制更大的占有率。隨著市場空間愈來愈擁擠，營利和成長展望愈來愈狹窄，產品淪為商品，割喉戰把紅色海洋染成一片血腥。相形之下，藍色海洋是由尚未開發的市場空間、創造新的需求，以及高營利成長機會所定義。雖然有些藍色海洋擴展到遠超過現有企業疆界，可是它們大部分是像太陽馬戲團一樣，藉著擴展現有企業疆界，從紅色海洋裡面創造出來。

太陽馬戲團(Cirque Soleil)1984  
年由一群街頭演藝家組成，已先

後在全球九十個城市演出，吸引了將近四千萬觀眾，是有史以來最受歡迎的馬戲團(即將來台)。

## 3. NAFTA-North American Free Trade Area-北美自由貿易區

為美國主導，由美國、加拿大及墨西哥 3 國所組成之自由貿易區，於 1994 年 1 月 1 日開始實施。其主要目的在於降低保護主義措施，使 3 國間之貿易往來障礙降低，譬如：經由此一自由貿易區之形成，3 國間之產品關稅(tariffs)大幅度降低。NAFTA 為全球目前唯一可以與歐聯(European Union)抗衡之經濟體。

## 4. Derivatives-衍生性金融商品

係指，依附於某些實體標的資產(underlying assets)的金融商品，也就是由基礎金融市場，包括：貨幣、債券、股票、外匯...等 4 種市場所衍生(derive)出來的商品，稱之為衍生性金融商品。

譬如：台塑公司的認購權證(warrants)乃由台塑股票所衍生出來的金融商品；台股指數期貨(future)乃由台灣股票市場的加權指數所衍生出來。衍生性金融商品主要有 4 種類型：包括遠期契約(Forward Contract)、期貨契約(Futures Contract)、互換契約(Swap Contract)及選擇權契約(Option Contract)。





## 5. FDI-Foreign Direct Investment-海外直接投資

藉由購買海外實體資產，如：廠房或設備之投資，有別於 Foreign Portfolio Investment/ 又稱 Indirect Investment (資產組合投資/間接投資)，其主要投資於國外之股票或債券。

從長期觀點，就地主國(Host Country)而言，FDI 將對經濟成長有較正面之貢獻，有利競爭力提昇。

## 6. Cartel-卡特爾

係一種同業間橫向式的組織，首創於德國。一般指在同一產業中同一產銷階段的多數企業，基於共同目的，而以合約限制彼此的競爭，各將其所經營企業的一部份，在一定期間內採取一致的行動，進而影響生產、市場價格或銷售的一種企業聯合(如：石油輸出國組織，簡稱 OPEC，即為著名的國際卡特爾組織)。卡特爾其最主要目的在於避免同業競爭與增加利潤。由於卡特爾係以人為方法影響市場經濟體系，因此包括美國在內的許多國家都有限制卡特爾的法令。

## 7. Tax Heaven/Tax Shelter-租稅樂園或稱避稅天堂

指一國家或地區無稅或稅率很低，有利於國際企業財務之調度。絕大多數在租稅樂園成立之企業都是虛擬的，亦即在該處企業並未有實質的營運作業，主要著眼於降低企業體之整體稅負。

## 8. Speculation-投機

即，exchange speculation, speculation arbitrage, speculation transaction。指預期未來匯率可能變動方向，從而買進或賣出遠期外匯(forward exchange)，以獲取漲跌所發生利益的一種投機行為。另外，在期貨市場(future market)中，亦有因應商品價格變動而有類似的操作方式以獲取利潤。

## 9. Synergy-綜效

此種效果是公司購併或策略聯盟之主要動機。綜效指的是整體價值會大於個別價值之總和，亦即  $1+1=3$  之效果。例如美國大陸航空(Continental Airlines, CO)擁有美國國內綿密的國內航線，而長榮航空(Eva Air, BR)則飛航亞洲各主要城市，兩家航空公司策略聯盟後，將使往來於美國及亞洲之乘客更為便利，產生所謂之綜效效果。

## 10. Golden Parachute-黃金降落傘

企業反購併策略之一，指企業在最高管理階層(如：CEO)在被聘用或續約時與公司簽下合約，合約中規定：若公司被購併而使其失業，購併者必須支付其龐大金額或遣散費用。此策略使有意購併此企業者知難而退。

## 11. Junk Bonds-垃圾債券

指由某公司所發行具有高風險與高投資報酬之公司債券。投資人為高利率所吸引而購買；發行公司則藉此籌措資金，同時亦著眼於付給投資人之





利息可以抵免賦稅。

## 12. Mutual Funds-共同基金

共同基金係以發行受益憑證方式自儲蓄者處(投資者)吸收資金，再將資金轉投資於股票和公民營機構所發行之長短期債券。

## 13. OEM-Original Equipment Manufacturing-原廠委託製造

廠商雖以自己的商標(trade mark)銷售，如：宏碁的手提電腦，但產品實際上是由另一製造商，如：廣達電腦所幫忙生產出。

## 14. ODM-Original Design Manufacturing-原廠委託設計

相對於 OEM 而言，委託製造商(如：上述之廣達電腦)不再只停留於代工層次，而是在生產能力達到一定水準後，也能自行設計新產品，但，最後還是以 acer 或 hp 的商標販售產品。

## 15. BTO-Build-to-Order-接單後生產

外國廠商不再根據市場之未來預測下單給台灣廠商，而是接到客戶或經銷商的訂單後才下單給台灣的 OEM 廠商生產。此方式外國廠商可以減少存貨之壓力，但是相對地，台灣的 OEM 廠商則必須承受更短之交貨時間及更多之存貨壓力。

## 16. CTO-Configure-to-Order-定規格後生產

廠商針對不同消費者之不同需求，量

身訂製產品。譬如：以電腦業為例，單筆海外訂單可能僅為數十台特殊規格電腦，而非以往以萬台為下訂單之單位。

此觀念在日趨講究個人化服務的觀光行業裡，經營者若未來能有效的發展出 CTO 服務方式，則將具有更強之競爭力。

## 17. Joint Venture-合資企業

指兩公司聯合雙方的才能以成立另一家公司，通常兩家公司擁有互補的才能，且具有共同的目標。

主要的優點在於合資公司的風險只限於出資的部分；進入外國市場的公司可以利用當地公司的專長；彌補自己的短處；如果當地國家的政府限制外國人的公司資本額時，合資就成為唯一可行的辦法。

## 18. BOT-Build, Operate, Transfer-BOT 模式

主要用意在於降低政府財政負擔及發揮民營企業經營效率兩大因素。定義為：由政府將基礎建設之特許權交給民營企業，由民營企業負責融資、興建(build)、營運(operate)與設施之維護，經一定年限之經營後，民營企業最後再將完整營運設施移轉(transfer)予政府。

## 19. Outsourcing-外包

指與組織外公司簽約，以提供本公司資源或服務。一種強調核心優勢行動之延伸，組織可以專心於自己專長之





工作，並向外取得其他非專長的資源或服務(如會計、法律…等)。

## 20. Benchmarking-標竿學習

乃指企業以同性質或不同性質產業中之最好企業為標準，嘗試以有系統、有組織之方式，學習其經驗，以期與之並駕齊驅，甚至超越之。

## 21. Dumping-傾銷

係指一國的產品以低於該產品之正常價格銷往另一國，以致嚴重損害該進口國的某一產業或阻礙某種產業之建立，即構成傾銷。各國政府往往在其本國產業有遭受不公平競爭時，便會採取課徵反傾銷稅(anti-dumping duty)對抗之。

## 22. EDI-Electronic Data Interchange-電子資料交換

生產者、批發商及零售商之間，藉由電腦軟體，彼此之資料系統可以互相聯結與傳送。

## 23. JIT-Just-In-Time Inventory System-及時存貨系統

指在生產或銷售線上需要零件或商品時，才由供應商將零件或商品及時(Just-In-Time)送達。有別於傳統方式將存貨(Inventory)積壓於公司倉庫，可減少存貨資金之壓力。若與上述之EDI結合則可產生更大之效益。

## 24. ERP-Enterprise Resource Plan-

## ning-企業資源規畫

一個會計導向的資訊系統用來接受、製造、運送和結算客戶訂單所需的整個企業資源的確認和規畫。ERP系統的主要功能是整合企業整體作業流程及資源，提供即時而正確的資訊，以縮短反應市場需求時間。

完整的ERP軟體根據企業日常運作的幾項重要作業，而有財會、生管、配送、人力資源等幾項主要模組，各模組可以整合運作，也可以獨立作業，因此ERP業者可以依據客戶的需求，決定ERP的規模與價格。

ERP基本上整合了：「生產、銷售、人事、研發、財務」五大企業功能於一個系統之中，但ERP不僅要整合五大管理功能，也整合位於不同地理位置的企業單位。ERP是MRP(Manufacturing Resource Planning)系統的延伸，MRP著重於生產資源規劃，而ERP則把製造資源擴展到企業資源，並運用IT讓企業整體更加效率化。

## 25. Global Logistic Management-全球運籌管理

主要指組織藉由電腦網路以及JIT觀念之應用，從顧客下訂單至交貨過程中，將組織散居世界各地的相關生產設備或上、下游協力廠商予以有效整合，以最短時間及最符合經濟成本的生產方式將產品送至顧客手中。國內





電腦的龍頭-宏碁電腦，其所提出的速食模式(fast food model)亦是在全球運籌管理觀念下誕生的。

## 26. ESOP-Employee Stock Ownership Plan-員工認股計劃

讓員工購買部份或甚至於公司所有股票計劃謂之 ESOP，此法可以有效地提昇員工之士氣並鼓勵員工參與公司之決策。

## 27. MBO-Management By Objectives

藉由組織每一階層的討論與參與，共同訂定組織以及各單位明確之工作努力目標，並藉由目標來進行管理與工作績效評估。

## 28. Job Sharing-工作分享

乃指兩個或兩個以上之員工從事同一份工作，譬如：一個員工工作從早上 8 點鐘至中午，另一位則從下午 1 點至下班；或者一位員工工作每星期之 1、3、5，另一位工作 2、4、6。此設計之好處，在於管理者針對某一個職位與工作，有更多的資源進行安排(an opportunity to get two or more heads, but only pay for one)；缺點在於員工的能力差異與工作習性不同，可能導致彼此間配合產生困難。

## 29. Job Rotation-工作輪調

主要目的在於增進員工工作內容之多樣性，減少工作上可能產生之單調與沉悶，同時可藉由輪調培養具有潛力之員工，使其未來成為組織內之管

理者。

## 30. Job Enlargement-工作擴大化

乃指工作內容之水平擴充，譬如原本只負責中餐廳之前場管理，工作擴大化後，則西餐廳前場一併負責。主要目的在於提高員工工作內容之多樣性。

## 31. Job Enrichment-工作豐富化

乃指工作內容之垂直擴充，幫助員工能對自己的工作加以規劃並控制質與量，譬如：原本只負責中餐廳之前場管理，工作豐富化後，則中餐廳後場一併負責。

## 32. Organizational Climate-組織氣候

乃指一個人在某一組織內工作之意識感，以及他對於組織之感覺。譬如有些公司之組織氣候被形容為：公開的；有些可能被描述為：非常有壓力的。

## 33. Organizational Commitment-組織承諾

乃指個人對於組織之認同與投入。有學者認為組織承諾就是員工對於公司之忠誠度(loyalty)。組織承諾高的員工通常隱含工作績效(job performance)高、離職(turn-over)傾向低。

## 34. Six Sigma-六標準差

所謂六標準差乃指產品之品質水準是：每一百萬次服務客人接觸中，只允許出現 3.4 次的 defects。當企業達





到六標準差水準時，則表示每一百萬位接受服務的顧客中，有 999,996 位顧客之需求是獲得滿足的。

一般企業的 defect 率大約是三~四個標準差，以三標準差而言，相當於每一百萬次的服務接觸裡，就有 66,800 次的 defects。如果企業能維持服務品質的水平到六標準差程度，則顧客滿意度與服務品質，將可以達到一個相當卓越的水準。

### 35. Virtual Organization-虛擬組織

指組織只專注於其較具優勢的核心(core)企業功能執行，譬如：只專注於行銷功能或者生產功能，而將其較不具競爭優勢的功能外包出去。這樣的組織又可稱為：網路式組織結構(Network Organization)。

### 36. Reengineering-組織再造

指組織之結構或活動流程之改變，其目的在於減少浪費與無效率之工作程序。

### 37. Downsizing-組織扁平化(精簡化)

指組織藉由大量裁員(layoff)，使組織規模縮減，以提昇競爭力。

### 38. MIS-Marketing Information System-行銷資訊系統

整合組織內、外(internal and external)之相關資訊，並經由電腦之處理、分析後，提供相關人員(通常為行銷經理)在行銷決策時參考所用。

### 39. TQM-Total Quality Management-全面品質管理

指企業在經營上為了真正滿足消費者對於品質之要求，除了傳統之生產製造部門須做品質管制外，其他的行銷、人力資源、財務…等部門均需參加，因而稱之為全面品質管理。

### 40. SBU-Strategic Business Unit-策略事業單位

因組織不同而異，它可能是一個部門、子公司或某一產品線(product line)。策略事業單位自有一套合理之管理方法與目標任務，與組織中其他事業或部門是相互獨立的(independently of other units)。

### 41. Hawthorne Studies-霍桑研究

1927 年美國西方電器公司在芝加哥霍桑廠進行之實驗，謂之霍桑研究，其結果推翻了許多先前管理理論之假定。此研究發現：員工之工作績效不僅受到薪酬與工作環境之影響，同時也受到管理者及員工個人信念之影響。此實驗在人類行為研究上有重大貢獻，也為今日之行為科學(Behavioral Science)奠定基礎。

### 42. Theory X-X 理論

Douglas McGregor 提出，經由對人性之基本假定，提出兩種極端之看法，亦即 X 理論與 Y 理論。X 理論認為大部份的員工不喜歡工作與責任，喜歡被指揮；員工並不是因為想把工作做





好而工作，而是爲了財務上之激勵而爲之。因此，對於大多數員工必須用監督、控制與威脅…等方式，達成組織目標。

#### 43. Theory Y-Y 理論

Y 理論則認爲：員工能從工作中獲得樂趣，外來之控制與處罰之威脅並不是激勵員工完成組織目標之唯一方法。整體言之，Y 理論隱含一種對人的信念，亦即員工因爲受到別人之期望他能將工作做好，以及有機會與同事合作之激勵，而達成組織目標。

#### 44. Marketing Mix-4P-行銷組合

所謂之行銷組合：乃指銷售一個產品所應包含之基本技術(tools)與技巧(techniques)，一般即指所謂之 4P，包括有 Product(產品)、Pricing(定價)、Place(通路)、Promotion(推廣)。

#### 45. Market Segmentation-市場區隔化

所謂之市場，係由購買者所構成，而購買者在某些方面則彼此各有不同之處。購買者與購買者間，有年齡之不同、住的地理區域不同、購買行爲不同、購買態度不同。譬如買 March 與買 Benz 車的購買者可能有某些原因，導致他們購買不同品牌車款；去墾丁旅遊時，住宿非凱撒飯店不可者，與 enjoy 採露營方式或者選擇住民宿者，可能有某些因素使前者非選擇凱撒飯店不可。

這些許許多多不同之因素(或稱之爲變數)可以將市場予以區隔，如高所得

之市場、花/東地區市場、單身年輕女子市場…等。一般區隔之因素有：地理、人口統計變數(如：職業、性別、所得…等)、心理及行爲因素四種。

#### 46. PLC-Product Life Cycle-產品生命週期

乃指一產品於市場中其銷售史的一項概念。通常包含四個階段：產品導入(Introduction)、成長(Growth)、成熟(Maturity)及衰退期(Decline)。譬如：目前手提電腦(notebook)位於成長期、美西之團體旅遊位於成熟期、HDTV (高畫質電視)位於導入期、大同電鍋則位於衰退期。

#### 47. Key Success Factor-KSF-關鍵成功因素

指產業中藉以戰勝競爭者，並獲得成功所不可或缺之因素。譬如：許多旅行業產品之相似性太高(互相抄襲模仿)，顧客在區分產品之實際差異有其困難，則該產業之關鍵成功因素即在於產品之業務行銷能力或者是管理者降低經營成本能力，而不在於新產品之開發設計能力。而對於想進入觀光餐旅產業的人，不同產業之關鍵成功因素可能略有不同，飯店業可能爲：英、日語能力；旅遊業則可能爲：英語及專案規劃及設計能力。

#### 48. Data Mining-資料挖掘

從資料庫中發現知識，將隱含的、先前並不知道的、潛在有用的資訊從資





料庫中粹取出來的主要過程。可以在大量資料中，發掘潛藏有用的資訊，以提供決策人員參考。譬如：某旅行社的企劃部人員透過 data mining 發現，曾參加過公司「巴厘島四天三夜 SPA 行程」的人，下次選擇參加日本線旅遊的比例頗高。這樣的資料挖掘結果，即可提供相當有用的資訊，進一步為決策人員所參考採用。

#### 49. Knowledge Management-知識管理

一般簡稱 KM，乃指企業內存在許多有用的知識(譬如：台菜中的領導品牌欣葉餐廳，有許多在餐廳已服務二十以上的資深員工，這些員工對於欣葉、對於台菜以及對於老客人之瞭解是寶貴且有價值的知識)及有用的潛在資訊(如：已去過東南亞旅遊的顧客，下一個選擇很可能是東北亞或美西行程)。

企業如能將這些知識與潛在資訊充分的調查、整理與儲存，並在企業中進一步擴散分享予所有員工，將對於企業之策略達成與提昇經營績效，有相當之助益。

#### 50. Time-based Competition-時基競賽

由波士頓顧問公司(BCG)在 1990 年所提出，意指企業除了在追求成本及品質的優勢外，也開始注重反應力(responsiveness)，給予顧客他們想要的在他們想要時。簡言之，時基競賽就是企業在內、外部相關的活動中，利用時間的壓縮而取得競爭優勢的競爭方式。

#### 51. IPO-Initial Public Offering-股票首次公開發行

指公司股票掛牌上市之意，這通常代表一家公司的價值開始被市場認同與接受。而公司股票上市後，亦意味著公司、老闆與員工們的知名度與財富將顯著增加。此外，股票上市亦可以讓公司在資金之募集將會更容易些，有助於公司的進一步發展與投資。

#### 52. BSC-Balanced Scorecard-平衡計分卡

傳統的績效評估往往只著重於短期的財務指標，如：投資報酬率(return-on-investment)、每股盈餘(earnings-per-share)等，這種看短不看長的現象對於策略、創新以及組織持續改善(continuous improvement)的達成帶來負面的效果。

BSC 的緣起於 1990 年，由 KPMG(安侯建業會計事務所)的研究機構所進行的研究計畫「未來的組織績效衡量方法」所發展出。BSC 是透過四個構面：財務(financial)、顧客(customer)、企業內部流程(internal business process)及學習與成長(learning and growth)來考核一個組織的績效。BSC 不僅透過財務構面保留對於短期績效的關心，也強調藉由其他構面的引入，可以將企業的願景與策略轉換成實際的行動，兩者若能緊密結合，將使組織的競爭力大為提昇。而根據 2000 年的一項統計指出，百分之 50







的美國企業，都在學習平衡計分卡的觀念與做法。

### 53. Venture Capital Company-創業投資公司

創投公司自投資者取得資金，再將資金投資其他公司(一般為新創設、具前景、風險高、但資金不足的企業)。除了資金的提供外，有些創投公司還提供專業知識予投資對象參考。創投公司的投資一般而言隱含風險不低，若其投資之公司經營不順，如：產品無法上市、研發失敗、無法順利上市/上櫃...等，則可能遭致重大損失；反之，若如預期，則可獲得豐厚之利潤報酬。

### 54. ASP-Application Service Provider-應用服務供應商

簡單的說，ASP 就是「委外服務(outsourcing)」概念的延伸。在網際網路時代，ASP 業者利用便宜快速的 Internet 平台，以「租賃」取代「購買」，提供企業或個人客戶所需的資訊應用服務。企業不必自力開發，也不必花大錢購買專屬軟體，只要付「租金」，就可以委託全世界最好的軟體公司，幫你「管理」公司大小事務，而且無遠弗屆，即時同步。有人形容 ASP 就像是自來水廠，透過 Internet 架構出水管網路，企業或個人要用水，只要在家裡安裝水龍頭，打開就成了。不必花大錢在自家設置自來水廠，只要每月按使用量付費，就可以得到同等級的享受

和服務。

### 55. BARSs-Behaviorally Anchored Rating Scales-加註行為評等尺度

是一種績效考核的工具，首先由了解工作內容的人列出代表績效好的敘述性具體事例，而後再把這些事例分成若干個績效評估構面，並且與每一個評估構面的量化衡量尺度相對應。

其特色即在於量化的績效量尺度上，加註敘述性的績效評估標準，因而兼有描述性事蹟與量化評等之優點。

### 56. Boundaryless Organization-無邊界組織

在動盪的環境下，過去以組織疆界來區分管理重點已無法因應今日創新、彈性、速度與整合之需求。管理者必須打破組織疆界限制，擴大對垂直、水平、外部與地理疆界之知覺，並學習新的領導技能，平衡組織內、外部關係。

### 57. Expatriate-派外人員

接受所屬企業指派，離開母國前往海外其他地區從事特定工作或任務，並且在任務結束或特定工作告一段落後，返回母國服務，或是再調往第三國工作的企業母國籍公民，就稱為派外人員。

依過去學者研究，派外人員成功率不高，最主要乃因其跨文化適應不良，家庭支持不足及專業能





力欠缺所致。因此需要重視派前訓練、在職諮詢及返任 (repatriation) 安排等事宜。

## 58. Gain Sharing-成果分享

透過資訊公開和員工集體參與，以求引導員工行為改變，進而提高生產力或改善組織運作績效的一種財務性激勵方式，而這些經由生產力或運作效率提升所帶來的獲利增額或成本節省，則由公司定期提撥固定比例，以紅利的方式分給全體員工共享，比較著名的成果分享方式有 Scanlon plan, Rucker plan, Improshare plan 等。

## 59. Halo Effect-月暈效應

在組織理論上，指在對他人進行判斷時，會以其具有之顯著屬性，來推論其餘之屬性。本效應常會造成評估上的失真，高估或是低估。像一般人認為：「書讀得好的人，人品也會好」或者「唸休閒管理的人，一定很會玩..」，就是典型的月暈效應。

在人力資源管理上，是指考評者根據受評員工的單一特質或能力，推論其整體表現的主觀偏失。此種偏失可能來自於考評者對該受評人的「第一印象」很好，或因「最近表現」優秀，而推論他的全部表現也很傑出；更可能因受評人的「表達能力」特強，而對其賞識；亦可能

因考評者本身有某種缺陷之「盲點」，而無法發現受評人之類似缺點。這種心態很容易使考評人對受評人之能力有高估現象。考評指標多元化及增加考評人員，是解決此項偏誤之途徑。

## 60. Graphic Rating Scales-評等尺度圖

是一般企業績效考評時最廣為採用的方法之一，該方法首先針對個別工作的性質，列出取自工作說明書中的數個量指標和項目(如品質、數量、對顧客服務態度)以及績效程度(從表現不佳到表現優異)，考評者可在表格上適當的位置逐項評估打勾並給予評分，在將這些項目的得分加總起來，即可得到受評者的績效考評結果。(參閱 評等尺度圖)

請依員工實際表現，逐項評估勾選適當一欄 (如有必要評述意見，則附述說明)	
工作知識： 具備工作所需之相關知識	需再輔導訓練   具備基本知識   具備豐富知識 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> (附註)
進取創新： 具備執行工作之創意構想及進取性	缺乏想像創意   具備基本需求   創見構想泉湧 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> (附註)
工作應用： 具備工作專注及轉化應用	需要嚴予監督   平實苦幹實幹   積極努力進取 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> (附註)
工作品質： 具備工作標準及周延	尚需改善精進   已能符合標準   維持高度品質 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> (附註)





工作數量：	仍需力求改善	已能符合標準	維持高度績效
具備完成交付之工作數量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	(附註)		

評等尺度圖

## 61. Lockout-關廠/鎖廠

是勞資爭議發生時，資方所可能採行的一種抵制手段，其做法是資方採取暫時性停工措施，拒絕受領所有勞務，造成勞工的經濟壓力，以迫使勞方讓步。

## 62. Merit Pay Systems-績效薪資

指在特定的時點以調整底薪的方式增加薪資，而加薪幅度則完全根據員工個人績效，是一種為獎勵員工個別績效而採取的加薪制度。績效薪資的做法頗受爭議，贊成者認為加薪與個人績效連結可激發員工工作動機，可補足全體加薪所欠缺的激勵效果；反對者則認為績效薪資的成效會受到績效評估制度有效性的影響，若績效評估制度有欠公平性，則績效薪資制度也會被認為是不公平的。

## 63. Organizational Citizenship Behavior-組織公民行爲

組織的正式酬賞制度並未直接承認，但整體而言有益於組織運作成效的各種行爲。此類行爲通常未涵蓋於員工的角色要求或工作說明書中，員工可自行取捨。例如：主動協助同事、幫同仁上課...

等皆屬之。

## 64. Panel Interview-陪審團式面談

是人力遴選過程中面談法的一種，其做法是安排多位主試人員同時與應徵者訪談，主試人員之間可相互補充問題，因此這種方式比一對一之面談更能引發深入而有意義的談話；另外，這種面談方式也可適度對應徵者產生壓力情境的特殊效果，以利測試應徵者的臨場反應。

## 65. Personnel Replacement Chart-人力置換圖

組織內進行人力資源規劃時的一種工具，其主要用途為記錄公司內重要職位在升遷和替換方面的可能員工人選。圖中記載各個可能人選的現職績效、未來升遷潛力，以及是否需要施予額外訓練等資訊，有助於組織持續掌握人力資源狀況，並養成持續累積人力資本的長期眼光。

## 66. Profit Sharing-利潤分享

一種所有員工者可參與的全面性獎勵制度，其做法是公司將特定期間(例如一年)內某一比例的公司利潤，以紅利的方式平均發放給所有員工，或是按照員工的績效評等、提案建議效果等做為發放紅利的依據。這種做法的益處不僅可提高員工績效與士氣，更





可能提高員工對企業的承諾及參與感，同時也可降低人員流動率。

## 67. Promotion from Within-內昇制

指各級職缺概由公司內部自行培養的人員遞補。當職缺所需知識為專屬性，且經常需要此類人才時，企業應採系統性的內昇或內訓方式，將外部招募和培訓成本內部化，而後就工作所需知識予以強化。

內昇制較適用於重視「和諧」、「集體」的J型組織，其優點是人員較熟悉內部制度，可減少社會化成本，並激發員工生產力；缺點則是較易產生近親繁殖，人員較缺乏創新動力。

## 68. Radical Innovation-躍進式創新

又稱為突破式(break-through innovation)、革命式創新(revolutionary innovation)，係以重大發明為基礎，創造一個新的典範架構，或是創造一個新的產業。例如：新的武器系統、新的通訊網路、新的旅館經營方式…，由於躍進式創新的進步是跨越性的，也稱為不連續的創新(discontinuous innovation)。例如：從電晶體進步為真空管，再從真空管進步為積體電路；從天然橡膠進步為人造橡膠；從螺旋槳飛機進步為噴射機。



## 69. RJP-Realistic Job Preview-職務預告

指在人力甄選面談時告知應徵者，一旦錄取而開始工作後所可能面對的實際工作情境，以及公司現階段營運上的實際狀況，以便應徵者建立正確的期望，以求有效減低現實情境所可能帶來的衝擊，並降低新進員工的離職率。

## 70. Reality Shock-現實衝擊

指新進員工對工作的期許與實際工作之間的差距；當帶著高度期望與熱忱投入工作的新進員工，在遭遇承擔任務、與同事相處的適應障礙，或是面對沈悶、無挑戰性的工作現實時，內心所產生的挫折感就是所謂的現實衝擊。現實衝擊將容易打擊新進員工在工作上的自信心，影響工作士氣和效率，也可能導致新進員工離職率上升。

## 71. Repatriation-返任/歸建

指由原先任職的組織單位或國家地區，外派(expatriate)至另一個組單位或國家地區從事特定工作的人員，在完成某一段期間的工作任務後，重行返回原任職單位。返任人員最可能遭遇的難題包括文化衝擊、現實衝擊、職位安排、薪資調整或其他身心調適問題。一般而言由於外派期間長





短不一，返任或調遷原因不同，所以這些問題的影響程度也不盡相同。

## 72. Sabotage-怠工

是勞資雙方發生爭議時，勞方用來向資方施壓以提高談判力量的方式之一，指的是勞工全體利用較遲緩之工作方式而降低產量、效率或服務內容。但工會法第二十九條規定工會職員或會員不得命令會員怠工，因此怠工是否合法尚有爭議。

## 73. Sale-and-Leaseback-售後租回

租賃的一種方式，指企業將本身所擁有的土地、廠房、或設備等財產售予金融機構，以獲得資金周轉，同時簽訂一租賃合約，將這些財產租回，並在某一特定期間使用。

售後租回可使出售資產的公司，不但能從購買資產的金融機構處得到資金，而且還保有資產的使用權，這種方式就像公司貸款買進資產，並以該資產作為貸款的抵押品一樣。因此，售後租回與抵押貸款非常類似。

## 74. Scanlon Plan-史堪隆計畫

一種以公司全體員工為實施對象的全面性獎勵制度，其具有兩個基本特色：

1. 以成本節省的成效做為獎金

發放與否以及獎金發放多寡的根據。

2. 公司當局設立一委員會，用以審查員工或管理當局所提出的成本節省建議。

## 75. Self-directed Team-自我工作團隊

是一個被授予對日常管理工作有自行決定權的小團體。此團體的自行決定權包括就工作進度安排、任務分配、工作技能訓練、績效評估、新團隊成員挑選、及控制工作品質等。同時自我管理工作團隊的所有成員要共同對該團隊之整體績效的表現負責。

## 76. Serialized Interview-系列式面談

指應徵者接受多位主試人員之訪談(但非同時)，如此可為相互比較訪談結果之異同，且可減少單一位主試者之主觀，可增加面談之效度。

## 77. Severance Pay-遣散費/資遣費

指公司給予終止雇用契約人員的財務性支付，其支付依據包括：服務年資、離職時位階，以及雇用契約終止的原因等。依現行勞基法規定，通常依每滿一年，發給相當於一個月平均工資之遣散費；工作未滿一年者，以比例計給之。





## 78. Situational Interview-情境式面談

係先以工作分析獲得標的職位工作內容上的重要事件(如：工廠員工發生怠工事件...)，而後根據這些事件編成結構式面談問卷，面談時即以這些問題詢問應徵者。由於這些問題的「標準答案」(或是被認為較好的答案)已事先由相關主管擬妥，並賦予不同的評分，因此主試者即能依據這些標準，給予應徵者客觀的評分。一般認為此種面談方式的信度、效度皆頗高。

## 79. Skill-based Pay Plans-技能本位計酬方案

一種根據員工的知識範圍，及精通與業務相關技能的數量作為衡量薪資的計酬方案，因此這種制度較適用於工廠操作員、技術員、或是工作或職務能夠被明確定義的員工。

## 80. Social Loafing-社會性懈怠

指人們在團體中工作的賣力程度，會比個人獨自工作時來得低，其原因為：個人在團體中的貢獻較不顯著；另外就是寧可別人來承擔工作負擔。這是一種團體互動中所產生「混水摸魚」的現象。

## 81. Succession Plans-接班計畫

組織內進行「管理發展」的一種

方法，其目標是培養和蓄積某特定職位的候選人。接班計畫通常會就現有資深管理階層中挑選適當的選人，並進行個人的生涯規劃與預測，以及管理需求分析和發展的工作。

## 82. Taguchi Method-田口方法

係日本品管大師田口博士(Dr. Genichi Taguchi)所倡的一種品質管制的理念，其基本精神是：品質的改善從形成產品的源頭著手，也就是從設計時就要做好，這有別於一般品質管理著重在生產線上的製程管制、或進料及成品檢驗，所以稱之為線外品管(off-line quality control)。

## 83. Task Force-任務小組

指非永久性的工作團隊，這一工作團隊的創造是為了完成特定的任務，一旦任務完成團隊將解散。

## 84. Third-country Nationals-第三國籍員工

指該員工具有某國國籍，然在第二個國家的企業中工作，而該企業的總部設於第三國。一般國際化之企業，一者為考量人力成本及跨文化適應問題，運用第三國籍員工常是折衷之方法，但須了解地主國使用外籍勞工之限制。





## 85. Tit-for-Tat Strategy-因應策略

價格信號的策略之一，指某企業可能會宣布積極回應競爭者的降價來威脅競爭者。

## 86. Turnkey Operation-整廠輸出

產業設備製造的國內廠商與國外買主簽約，按合約將一項設施在當地建造，在建造完成要開始運轉時移轉所有權給國外買主，費用在專案中分階段收取。

## 87. Type A Organization-A 型組織

學者威廉·大內(William Ouchi)於 1970 年代分析美國企業後，發現在美國文化下產生的特有管理系統，稱為 Type A 組織。

此種組織依賴明示、正式規定與法則來進行控制；員工的任用契約是短期的；尊重個人決策與個人的權責相當，工作劃分乃基於專業化分工；升遷速度基於績效評估結果。屬於層級式組織而採垂直溝通模式，對事情的價值之重視程度甚於對人的重視，整體而言屬於一種機械化組織。

## 88. Type J Organization-J 型組織

學者威廉·大內(William Ouchi)於 1970 年代分析日本企業後，發現在日本文化下產生的特有管理系統，稱為 Type J 組織。

此種組織依賴隱性、非正式、團

體導向的規定與法則來進行控制；員工的任用契約是長期的；強調團體一致的決策與權責的共同擔當；工作本質乃為整體性，並未特別強調專業分工；績效評估與升遷的速度緩慢；屬於扁平組織結構、鼓勵水平的溝通模式；對人員的價值重視程度優於對事情的重視。整體而言屬於一種有機式組織。

## 89. Type Z Organization-Z 型組織

學者威廉·大內(William Ouchi)於 1970 年代發現部分在美國投資經營的日商企業，其高階主管相當費心於保持既有的 J 型管理系統，但是隨著經營時程日久，受當地文化的影響，免不了會融入或學習 A 型管理系統的部分特質，形成兼用 J 型與 A 型管理系統的 Z 型組織。

其核心仍為長期雇傭關係，因此可使員工有比 A 型組織更多輪調和接受教育訓練的機會，而有適當的專業化職涯，但是升遷速度較慢；公司關心員工個人的整體生活情境；採群體決策，但由個人負責，不像 J 型組織強調的群體責任；但是其績效評估活動較不頻繁、非正式且不明顯，就如同 J 型組織內的情況。

## 90. Value-chain Analysis-價值鏈分析

指廠商將投入到產出的整個生產





過程展開成多個互相連結的價值活動單元，再分析價值單元如何組合、劃分、強化以取得差異化或低成本的競爭優勢。

## 91. Variable-pay Systems-變動薪給制

指任何與生產或公司利潤相連結的薪資給付制度，例如：按件計酬制、佣金制、獎金制、以及各種利潤分享計畫等。變動薪給制的優點是能給予員工較大的工作激勵，同時防止員工怠惰；缺點則是加大員工薪資所得的起伏落差。

## 92. White Knight-白馬騎士/白衣騎士

對一家可能被強行接收的公司而言，另一家較能被它接受的公司，稱為白馬騎士。當公司面對不友善的合併出價時，可尋找另一家較友善的公司(白馬騎士)來收購公司。

## 93. Inverted Pyramid Organization - 倒金字塔組織

一種以任務編組為主之新組織模式，如果執行得宜將可卻除威權，以避開曠日費時的行政結構並支援策略的快速執行。這種組織型式迫使組織重新思考高階主管、中階主管以及基層員工三者間的關係。

## 94. BISP-Broadband Internet service

## provider-寬頻網路服務業者

不同於一般 ISP 業者所提出撥接連線上網方式，BISP 主要是提供以 Cable Modem 透過有線電視網路連上 Internet。

## 95. RFID-Radio Frequency Identification-射頻識別

又稱電子標籤、無線射頻識別，是一種通信技術，可通過無線電訊號識別特定目標並讀寫相關數據，而無需識別系統與特定目標之間建立機械或光學接觸。

## 96. Cloud Computing-雲端運算

它不是一項全新技術，而是一項概念，簡言之，就是把所有的資料全部丟到網路上處理。所謂的「雲」，其實是由許多部具有高運算能力的超級電腦所組成的資料中心。「進入雲端」，指的就是透過網路，連接上這些超級電腦，由它們來幫你處理資料。雲端改變的不只是個人生活，對於中小企業的影響更為巨大。如果將機房設備維護、網路管理與軟體升級通通交給雲端處理，根據麥肯錫的研究報告，一家規模兩百人的公司，光是軟體的部分，至少可以比現在省下三〇%的成本。

## 97. Le Cordon Bleu-法國藍帶餐飲學校

法國藍帶餐飲學校 (Le Cordon







Bleu): 1895年在法國巴黎創立，主要從事烹飪技術和烘焙糕點的商業教育，超過百年歷史，號稱全球最大的餐旅學校。目前在英國、加拿大、澳洲、日本、韓國、秘魯、墨西哥等地皆設有分校。

### 98. Mystery Shopper-神秘客

所謂「神秘客」又稱「神秘購物客」，起源於1940年代，最早用於調查員工之忠誠(Employee Integrity)，目前則被廣泛運用於各行業別的市場調查。該方法由提供「神秘客」之機構(如：台灣檢驗科技公司/SGS，Societe Generale de Surveillance，1878年成立於瑞士，台灣分公司最早成立於1952年，連續多年由遠見雜誌委託進行神秘客服務品質大調查)，甄選並訓練一批人員，以匿名方式喬裝為顧客，調查與評估特定之企業(如：亞都飯店)。以美國為例，目前提供神秘客之調查服務的市場調查公司多達數百家，分別針對各種不同業及組織提供服務品質、顧客滿意度等相關市調資訊之蒐集與評估調查。

### 99. Low Cost Carrier-低成本航空

低成本航空(Low Cost Carrier，一般簡稱LCC)-所謂「低成本航空」又稱「廉價航空」最早起源於美國，後來在歐洲及亞洲也漸

為普及，低成本航空其最外顯之特性即為票價低廉。通常低成本航空為增加飛航班次降低成本，採點對點的飛行(point-to-point/兩城市間對飛，不提供轉機)、採同一機型(最常見的為波音737)、儘量起降於城市的次級機場(通常離市中心近)而非主要機場(離市區遠)，如在上海，會儘量選擇虹橋機場(SHA)，不選浦東機場(PVG)、機上提供非常有限的服務(no-frills service)，如：沒有指定座位，機上的飲料及餐食必須自費購買…等。低成本航空經營成功的典範是美國的西南航空(Southwest Airlines, WN)成立於1971年迄今，歐洲主要的低成本航空則有Ryanair (FR)、easyJet (U2)，亞洲則有Air Asia (AK)、Tiger Airways (TR)…等。(SHA及PVG是機場代號，FR及U2等則為航空公司代號)

### 100. Budget Hotel-經濟型酒店

經濟型酒店(Budget Hotel或稱之為Economic Hotel)-該酒店之服務對象主要以大眾旅行者和中小商務者為主，通常位於交通便利之捷運及車站附近，價格較低廉。客房為其主要之核心產品，提供標準及有限之服務(如：僅提供早餐且需另外付費)。其經營管理較一般星級酒店有較大之區別，特徵為管理層級少，扁平化，以降低管理和人力成本，此外經





濟型酒店還有一個顯著之特徵就是，以連鎖經營和發展加盟模式取得短期快速發展。以中國大陸為例，經濟型酒店起源於 1996 年成立之錦江之星，而截至 2011 年第一季止，全中國共有 5,513 間經濟型酒店，提供 582,022 個房間，目前中國大陸市場前五大經濟型酒店分別為：如家、7 天連鎖酒店、錦江之星、漢庭快捷、莫泰 168。其中如家及 7 天連鎖酒店分別於 2006 年及搭 2008 年於美國 NASDAQ 上市，而如家於 2011 年以 4.7 億美元購併排名第五大的莫泰 168 經濟型酒店後，如家酒店數量將超 1,120 家，覆蓋約 170 個城市。

### 101. Le Cordon Bleu-法國藍帶餐飲學校

1895 年在法國巴黎創立，主要從事烹飪技術和烘焙糕點的商業教育，超過百年歷史，號稱全球最大的餐旅學校。目前在英國、加拿大、澳洲、日本、韓國、秘魯、墨西哥等地皆設有分校。

### 102. Working Poor Industry-窮忙產業

窮忙族 (Working Poor)，為 1990 年代於歐美出現的新詞，歐盟對 Working Poor 的定義是，有在工作卻入不敷出，甚至淪落到貧窮線以下的受雇者，主要的標準為每周工時低於平均工時的 2/3 以

下、收入低於全體平均 60% 以下者。依據台灣的 1111 人力銀行調查，扣除兼差等部分工時工作，台灣有五大窮忙產業，分別為：餐飲旅遊娛樂業、百貨零售門市業、文教出版業、傳統製造業及媒體廣告業。

### 103. China Spring Tour-上海春秋國際旅行社

成立於 1981 年，董事長為王正華先生，目前已擁有四千餘名員工和導遊，年營業收入六十億元人民幣，業務涉及旅遊、航空、酒店預訂、機票、會議、展覽、商務、因私出入境、體育賽事等行業，是國際會議協會 (International Congress and Convention Association, ICCA) 在中國旅行社中最早的會員，也是中國第一家全資創辦航空公司—春秋航空 (Spring Airlines, 9C)。春秋航空是中國首批民營航空公司之一，也是中國第一家低成本航空公司。(9C 是航空公司代號)

### 104. Management Associate Program-儲備幹部計畫

一般簡稱 MA，係透過較優的待遇與發展機會，吸引並挑選出缺乏實務經驗但具備高潛力的人才，希望透過系統性的訓練、專案指派、結合師徒制等發展活動，期以快速符合中高階管理職





或關鍵職位上所需要的才能。

## 105. Visual Team-虛擬團隊

網際網路以及傳播科技促成團隊可以跨越時空進行合作，跳脫傳統的團隊通常必須面對面進行溝通討論。這種團隊合作型式有諸多優點，如：能有效節省人力資源浪費及快速結合非同一地區的專業人才，但無可避免的亦有些缺點產生，如：因為缺乏人際間的接觸，造成虛擬團隊的互動往往缺乏足夠互信基礎，導致團隊凝聚力形成不易。

因此，在促成虛擬團隊時，需要先形成彼此共識、加強團體文化產生，其中，最關鍵的則是要率先建立彼此互信的關係。整體而言，隨著全球化的競爭以及網際網路的發展，虛擬團隊是現在及未來各產業公司必然採行之趨勢。

## 106. Devil is in the Details-魔鬼藏在細節裡

此格言從更早的一句格言演變而來，為 Gustave Flaubert (1821 - 1880) 所說的 *Le bon Dieu est dans le detail* (God is in the Detail)，意思為「神在細節中」，亦即細節是非常重要的，往往扮演關鍵角色，而 *Devil is in the Details* 則意指「暗藏的不利因素往往藏在細節裡。」表示事情往往不像表面

上看起來那麼容易或直截了當，要實際去實行了，才會發現很多困難或問題會漸漸浮現出來；兩句格言皆在強調「細節」重要性。

## 107. Standard Operating Procedure-操作手冊

一般簡稱 SOP，對於經常性或重複性工作，為使程序一致化，將其執行過程予以統一明確並詳細描寫之一種書面文件；目的在於減少人為錯誤、建立高品質保證的管理制度。

## 108. Strategic Group-策略群組

乃指同一產業內追求類似策略的一群公司，他們在產業的價值鏈上擁有相似的環節，並擁有相似的能力與資源。譬如：中華航空公司(CI)與長榮航空(BR)採取相似的競爭策略，一般會歸類於同一策略群組，而華航與長榮這兩家航空即有別於本書第 1 課所提及的低成本航空公司(如：Ryanair (FR), easyJet (U2), Air Asia (AK)…等)，分屬不同的策略群組。

## 109. Business Model-商業模式

乃指一個事業為創造營收與利潤所使用之系統性手段或方式，其所提供產品與服務給顧客的整個價值創造過程包含：由產品與服務、主要消費顧客與市場、生產





與配送方式、收入來源四個部分所組成。

以美國知名的 NetJets 公司為例 (<http://www.netjets.com/default.asp>)，該公司自 1986 年成立起，即採用客機持分方式 (Fractional Aircraft Ownership) 為其主要的商業模式，客戶只需要付一般私人飛機十六分之一的費用，即可擁有該飛機每年五十小時的飛行使用權，不需要自行雇用飛行員、負擔維修及後勤，最棒的是，只要提早四小時通知，NetJets 飛機隨時待命。

NetJets 開啓價值數十億美元的商業模式，讓客戶以低廉的固定費用，獲得私人飛機的便利及速度。目前 NetJets 每年飛行超過 300,000 個航次，遍及全球 170 個國家，管理機隊總數超過 650 架飛機。

### 110. Team Norms-團隊公約

又稱團隊規範，是由團隊成員所共同遵行的行為標準或準則。譬如：國內知名的餐飲集團王品，其內部有所謂之「龜毛家族」(KM Family) 條例，如：第 1 條：遲到者，每分鐘罰 100 元；第 14 條：上司不得接受下屬為其所辦的慶生活動，但上司可以接受的慶生禮是一張卡片、一通電話或當面道賀；第 20 條：購車總價不超出 150 萬元…等，其精神即是團隊公約的一種形式。

### 111. Corporate Identity System-企業識別系統

一般簡稱 CIS，乃指企業將其經營的理念與精神文化，運用整體傳播系統，傳達給周遭的關係者或團體，並使其對該企業產生一致性的認同感與價值觀。

譬如：在休閒產業想到「兩個女生」我們會聯想到「薰衣草森林」；在航空業我們看到「紅梅揚姿」我們會想到中華航空公司 (CI)。在生活中不必刻意去記憶即能在不知不覺中接受這些訊息，並產生直接聯想與聯結。

這些 CIS 對這些企業都已然成為一如影隨形的宣示，此識別成為該機構最佳的公共關係營造。而國內學者李慈怡 (2007) 年的研究 (以中華航空公司為實證對象) 也發現，「企業識別系統」與「企業形象」(Corporate Image) 均是影響「消費者行為意向」(Consumers' Behavior Intention) 的主要原因之一；該研究也測試企業形象的中介角色，證實企業識別系統會經由企業形象之中介效果，進而間接地影響消費者的行為意向。

### 112. Cold Call-冰冷呼叫

又稱之為冷點名，指老師在教室以非預警的方式隨機點同學針對預習之作業發表看法，此一名詞經王文華 (2005) 在其《史丹佛





的銀色子彈—求學、職場、愛情，與人生的秘密武器》一書中提及後，廣為流傳。在行銷上，Cold Call 則翻譯成電話促銷或電話銷售，乃指透過電話進行陌生人的銷售方式。

### 113. Design Illiteracy-設計文盲

乃指經理人普遍不了解設計的商業價值與方法，其原因在於商學院不同於設計學院的訓練，過度強調分析與數字管理的理性，無法了解設計的感性，過度量化的訓練，少了設計觀察所需的質性研究方法。以上說明引述自吳翰中、吳琍璇（2010），美學 CEO：用設計思考，用美學管理，新北市新店區：繆思出版有限公司。

### 114. Experience Economy-體驗經濟

最早由 Pine 與 Gilmore 在 1999 年提出，他們把人類經濟發展分成四個階段來解釋，第一階段是農業為主的「農業經濟」，第二階段是商品為主的「工業經濟」，第三階段是重視服務品質的「服務經濟」，第四階段則是強調使用者體驗的「體驗經濟」。

體驗是一種充滿情感、創造自購買者心中的一種令人難忘的價值，即使引發這種感覺的服務或商品不再存在時，創造的價值還是會一直留在參與者的腦海中。正因為如此，Pine 與 Gilmore 認

為「體驗」的經濟價值遠高於任何商品、服務。

能創造出消費者「體驗」的企業，即有可能在激烈的競爭中勝出。在觀光餐旅產業中，星巴克（Starbucks）是創造體驗價值的高手，從咖啡豆之嚴選、精心之烘焙、優質的人員服務、加上極佳之情境氛圍塑造，所以在星巴克喝杯咖啡有別於他處，當然它的一杯咖啡肯定也會多收您不少錢。

### 115. Core Competency-核心能力

指公司具有一些能帶給顧客價值的獨特技能、資源、服務及科技。其來源乃是經由員工及組織在技能、資源、服務及科技之整合之效，以及藉由工作中之群體學習的方式逐漸累積，使得競爭者難以模仿，係創造與維持公司競爭優勢之泉源。以晶華麗晶酒店集團為例，它的 Core Competency 即為：能即時即刻貼近市場脈動的創意思維。

### 116. Exit Interview-離職面談

指員工主動提出離職或員工告知被解雇時，主管與雇員進行之離職前面談。其目的在於：從中發現與企業工作有關之訊息，以便企業進行管理改善。

### 117. Carnegie-卡內基訓練





## 管理/餐旅專業術語

---

1912年由美國著名的人際關係學大師，西方現代人際關係教育的奠基人戴爾·卡內基（Dale Carnegie）所創立。卡內基訓練以教導人們人際溝通及處理壓力的技巧為主。該訓練機構目前已成爲世界性企管訓練領導品牌，在超過 86 個國家設有分支機構，並以三十種不同語言提供專案服務。臺灣於 1987 年由黑幼龍先生引進。

