

風險管理之組織架構

本公司並無從事高槓桿財務操作或高風險事業，各項作業之風險管理，依據業務性質分由相關管理單位負責，並由稽核室針對各作業之風險性，據以擬訂年度之稽核計畫，各項風險之管理單位權責如下：

單位	權責
執行長室	負責所有產品事業單位之經營績效，評估長期投資效益，以降低策略性風險。
財務處	負責財務調度及運用，並建立避險機制，以降低財務風險。
業務及行銷單位	負責行銷策略、產品推廣、掌握市場趨勢，以降低業務營運風險。
品質系統單位	負責外包生產品質、有效管理外包廠生產品質以降低危害品牌風險
研發單位	負責控管研發資源，提升研發成果、增進技術以降低產品開發風險。
資訊單位	負責網路規劃、建置及維護，持續測量網路品質，以降低網路營運風險。 負責網路資訊安全控管及客戶隱私權防護措施，以降低資訊安全風險。
稽核室	負責內控制度之修訂及推動等工作，以強化內部控制功能，確保其持續有效性，達成財務報導之可靠性、營運之效果及效率與相關法令之遵循之目的。
法務單位	負責法律風險管理、遵循政府監理政策並處理契約、訴訟爭議、智慧財產權及專利等，以降低法律風險。

風險議題與因應方式

性質	風險議題	因應方式
財務 風險	利率變動	本公司2019年並無長短期融資情形，故對利息支出並無重大影響
	匯率變動	本公司以外銷為主，美金交易為主，外幣匯率風險不可避免。因應方式主要以提高原物料亦採美金計價。歐洲、日本及中國等子公司降低收取單一貨幣，同時以專人隨時掌握匯率變動資訊，適時調整因應。
	通貨膨脹及 緊縮	研發創新產品的同時須持續降低產品成本，並隨時注意市場物價變化，行配合物價水準調整採購數量或以政策性備料來因應可能之通貨膨脹。
營運 風險	科技與產業 變化	掌握產業核心技術及客戶需求，迅速推出高附加價值的產品，以區隔低價市場之競爭。以自有品牌與具有價值的ODM並重的經營策略，可以有效的降低管銷成本，分散經營風險；並協助ODM客戶在市場上率先推出最能符合使用者需求的產品，贏得市場先機。
	銷貨	本公司以AVerMedia品牌行銷全球，為避免營收過於集中單一區域及增加在地行銷強度積極在海外重要區域市場成立子公司，以降低營運銷貨之風險。
	進貨	為維持供貨之穩定性、品質、及價格與交期，本公司對於關鍵零組件都會維持兩家以上之合格供應商，以降低進貨之風險。
	國內外政策 及法令變動	本公司總部設於台灣，遵行國內之政策及法令。此外以AVerMedia自有品牌行銷全球，於海外重要區域市場均以設立子公司，藉由貼近市場及及時掌握當地政府法令，來因應國內外政策及法令之即時變動。於總部設置專職法務單位，含括法務及智財管理人員，隨時注意當地之政府政策及法令之變動，以利及時提出因應措施，以維護本公司之權益與長久以來已建立之信譽。
氣候 變遷 風險	氣候變遷	圓剛長期關注全球氣候變遷所引發的環境危機，遵守國內外環保法規與顧客的要求，雖目前已無實體工廠，仍要求外包代工廠商必須通過環安衛相關之國際標準如ISO14001、OHSAS18000及IECQ QC080000等管理系統認證，並針對特定產品進行碳足跡計算及依ISO14064-1(組織溫室氣體盤查)之規範自我審查的方式，善盡企業公民的責任。