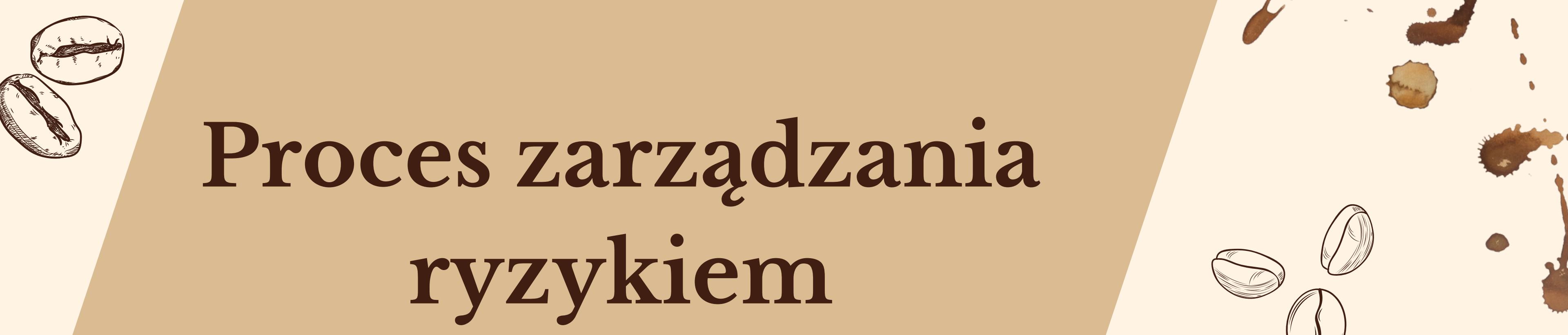


Proces zarządzania ryzykiem

Adrianna Ziobroniewicz
Patryk Statkiewicz
Anna Zadka
Kinga Teklak



Źródła ryzyka

burza mózgów

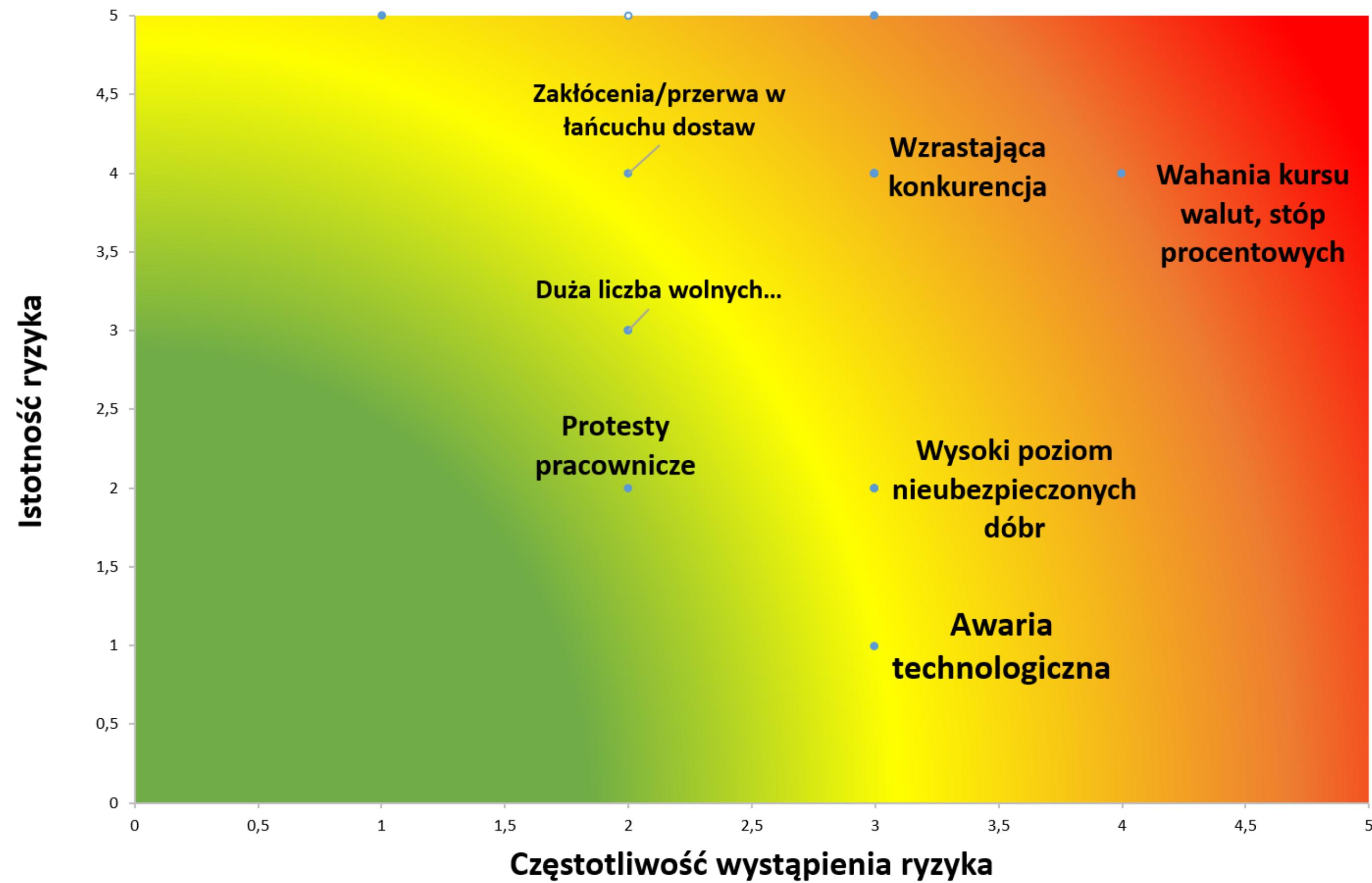


- pandemia
- sytuacja geopolityczna
- katastrofy naturalne
- wahania cen surowców
- zmiany przepisów
- wycofanie produktu
- brak płynności dostaw
- utrata reputacji
- wzrastająca konkurencja

Czynniki zewnętrzne	Istotność	Częstotliwość		Konsekwencje	Wartość ryzyka	
	Duża	4	Średnia	3	Finansowe, organizacyjne	Duża
	Bardzo duża	5	Bardzo mała	1	Finansowe, organizacyjne	Średnia
Zmiany przepisów w zakresie bezpieczeństwa, ochrony środowiska	Duża	4	Średnia	3	Finansowe, organizacyjne	Duża
Katastrofy naturalne, ekstremalne warunki pogodowe	Bardzo duża	5	Bardzo mała	1	Finansowe, organizacyjne	Średnia
Pandemia, wojna	Bardzo duża	5	Mała	2	Finansowe, organizacyjne	Średnia
Wahania cen surowców	Duża	4	Średnia	3	Finansowe	Duża
Wzrostająca konkurencja	Duża	4	Średnia	3	Finansowe, marketingowe	Duża
Czynniki finansowe						
Wahania kursu walut, stóp procentowych	Duża	4	Duża	4	Finansowe	Duża
Wysoki poziom nieubezpieczonych dóbr	Mała	2	Średnia	3	Finansowe	Średnia
Zasoby ludzkie						
Protesty pracownicze	Mała	2	Mała	2	Finansowe, organizacyjne	Mała
Duża liczba wolnych etatów(nieobsadzone główne stanowiska), absencja pracownicza	Średnia	3	Mała	2	Finansowe, organizacyjne	Średnia
Czynniki operacyjne						
Zakłócenia/przerwa w łańcuchu dostaw	Duża	4	Mała	2	Finansowe, organizacyjne	Średnia
Wycofanie produktu z rynku	Mała	2	Średnia	3	Finansowe	Mała
Brak/niedostosowane planowanie	Średnia	3	Mała	2	Finansowe, organizacyjne	Średnia
Ryzyka IT						
Utrata danych	Bardzo duża	5	Bardzo mała	1	Finansowe, organizacyjne	Średnia
Awaria technologiczna	Bardzo mała	1	Średnia	3	Organizacyjne, finansowe	Mała

Istotność, częstotliwość	oznaczenie	skala
bardzo małe		1
małe		2
średnie		3
duże		4
bardzo duże		5

MAPA RYZYKA



Wzrastająca konkurencja

Kategoria, źródło

rynkowe, czynnik zewnętrzny

Konsekwencje

utrata klientów oraz kontrahentów,
potrzeba rozwinięcia marketingu

**Działanie
zapobiegawcze**

Rozwój działu marketingu
analytyków, specjalistów i zapewnienie
im realnego wpływu na działanie
firmy

Sytuacja geopolityczna

Kategoria, źródło

operacyjne, prawne,
czynnik zewnętrzny

- utrata rynku zbytu i kontrahentów
- utrata niektórych surowców
- wstrzymanie produkcji

Konsekwencje

**Działanie
zapobiegawcze**

- inwestycja w analityków i specjalistów
- nieuzależnianie się od jednego dostawcy

Pandemia

Kategoria, źródło

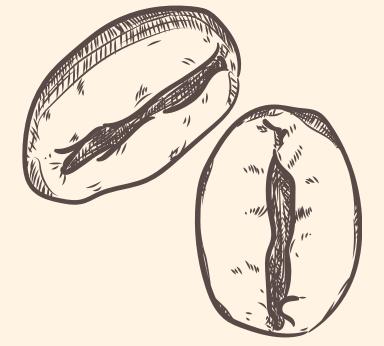
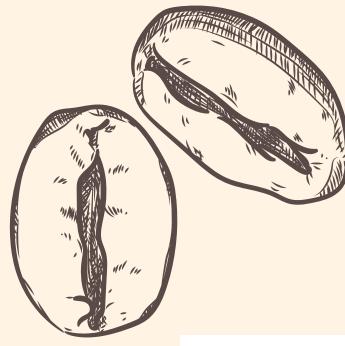
operacyjne, czynnik zewnętrzny

Konsekwencje

- zamknięcie palarni, fabryk
- zmiana przepisów sanitarnych
- dostosowanie produktów do nowych oczekiwania

**Działanie
zapobiegawcze**

- zapewnienie sprawnie działającego i elastycznego zarządu
- inwestycja w analytyków



Kwestionariusz

<https://forms.office.com/e/rRWQ4U3Xmq>

Kwestionariusz ryzyka ☕

Celem kwestionariusza jest przeprowadzenie badania mającego na celu zidentyfikowanie ryzyk w poszczególnych jednostkach.

* Wymagane

Pandemia

1. W jakiej formie pracujesz **podczas pandemii?** *

- Tylko wirtualnie
- Tradycyjnie, osobiście

4. Jak oceniasz poziom zadowolenia z wynagrodzenia?

Bardzo źle ⭐ ⭐ ⭐ ⭐ ⭐ Bardzo dobrze

5. Jak oceniasz wprowadzone rozwiązania?

	Bardzo nieistotne	Dość nieistotne	Neutralnie	Dość istotne	Bardzo istotne
Regularne spotkania online	<input type="radio"/>				
Szkolenia organizowane przez firmę	<input type="radio"/>				
Wsparcie psychologiczne	<input type="radio"/>				
Spotkania z klientami online	<input type="radio"/>				

Dziękujemy

