

บริษัท แบมวอเตอร์ จำกัด

แบบฟอร์มการวิเคราะห์และบริหารความเสี่ยงและโอกาส

กระบวนการ ราย.....

Input ของกระบวนการนี้เป้าหมายของข้าพเจ้าที่ได้รับมอบหมายต่อเดือน, ท้าย, การตลาด, ความต้องการลูกค้า, กฎระเบียบข้อบังคับ.....

Output ของกระบวนการนี้ใบเสนอราคา, ใบสั่งซื้อจากลูกค้าหรือใบสั่งขายหรือส่งงานของผลิตจ้างให้ผลิตงานตามข้อตกลง.....

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความเสี่ยงในเรื่องนี้ลูกค้า, บริษัท, หน่วยงานราชการ....

ผู้จัดทำ ... จารุสิริ พิงคณัง ... วันที่ 3/8/55
 ผู้อนุมัติ ... 3/8/55
 วันที่ 3/8/55

ลำดับที่	ความเสี่ยง (A)	การพิจารณา		การพิจารณา		ก่อนเริ่มดำเนินการ		แนวทางหรือแผนการบริหารความเสี่ยง (C)	หลังบริหารความเสี่ยง		เหตุผลที่ว่า ไม่ปรากฏ	ความเสี่ยง ที่ยังคง เหลืออยู่ (F)	การดำเนินการในขั้นตอนต่อไป		
		ภายใน	ภายนอก	R	O	โอกาส	ความรุนแรง		คะแนนที่ได้	เป้าหมายแล้วเสร็จ (D) (คิดตามกรอบ OMRC)			เป้าหมาย (E)	ตามแนวทาง บริหารความเสี่ยง แล้วเสร็จ	ตาม QMRC ที่กำหนด
1	พนักงานอาจจะไม่เข้าพบลูกค้า ตามเงื่อนไขที่กำหนด	X		X		3	4	12	กำหนดการเสร็จหรือเข้าพบลูกค้าแล้วหรือไม่ หรือถ้ายังไม่เข้าพบ สถานที่ที่เข้าพบ หรือตอบรับหรือการเข้าพบลูกค้าพร้อมให้รายละเอียดการ เข้าพบอย่างต่อเนื่องและใช้ช่องทางสื่อสารออนไลน์มากขึ้น						
2	พนักงานอาจจะขาดความรู้ ด้านสินค้าและบริการเชิงลึก	X		X		5	2	10	ส่งเสริมให้ฝ่ายขายศึกษาสินค้าผ่านช่องทางอื่นนอกเหนือจากตัวบุคคล ความรู้เกี่ยวกับลักษณะงานให้ครบทุกครั้งที่ประชุมร่วมกับฝ่ายผลิต						
3	พนักงานอาจจะขาดความถี่ในการ ประชุมกับนาย	X		X		3	4	12	กำหนดการเสร็จหรือเข้าพบลูกค้าแล้วหรือไม่ หรือถ้ายังไม่เข้าพบ ความรู้เรื่องการบริหารงานและปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขาดแคลนนาย						
4	ผู้จ้างอาจจะไม่ตรงตามและ กำหนดการทางใน ในเวลาที่ต่ำกว่า		X	X		3	3	9	ฝ่ายขายควรอธิบายถึงผลประโยชน์ให้ผู้จ้างได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับ งบประมาณที่ขอเสนอและชี้แจงเรื่องมาตรฐานการบริหารงานและคุณภาพ งานที่เหนือผู้จ้าง						
5	ลูกค้าจะไม่เข้าพบหรือมากกว่า ผู้จ้าง	X		X					มอบหมายให้ฝ่ายขายเข้าพบลูกค้าเพื่อสอบถามความพึงพอใจอย่าง ต่อเนื่อง						
6	การใช้สื่อสังคมออนไลน์ใน ประเทศที่ขึ้นอย่างต่อเนื่อง	X			X				มอบหมายให้ฝ่ายขายนำเสนอผลงานการติดตามงานของฝ่ายผลิตให้ สอดคล้องกับความต้องการลูกค้า						
7	สภาพเศรษฐกิจที่อาจจะขึ้นลง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และวิธีการ		X	X		3	3	9	มอบหมายให้ฝ่ายขายเข้าเยี่ยมลูกค้า ศึกษาแนวโน้มเศรษฐกิจอย่าง สม่ำเสมอ แนะนำสินค้าและบริการที่มีประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ งบประมาณที่เหมาะสมและเสนอไปการชำระเงินที่มีความยืดหยุ่น						
8	ลูกค้าอาจจะไม่ตรงประมาณ	X		X		3	3	9	มอบหมายให้ฝ่ายขายเข้าเยี่ยมลูกค้า นำเสนอโซลูชันการลดราคาโดยไม่ ใหม่ ๆ ให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ พร้อมกับแหล่งที่มาที่เชื่อถือได้ และดึง ความต้องการของลูกค้า						

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

รวม

หมายเหตุ:

โอกาสที่จะเกิดขึ้นน้อยมาก = 1
 โอกาสเกิดขึ้นน้อย = 2
 โอกาสเกิดขึ้นปานกลาง = 3
 มีโอกาสเกิดขึ้นมาก = 4
 โอกาสเกิดขึ้นมากที่สุด = 5
 FM-QMR-08/01 rev 00 วันที่ 1-11-2021

ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบน้อยมาก = 1
 ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบน้อย = 2
 ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบปานกลาง = 3
 ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบมาก = 4
 ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบมากที่สุด = 5

บริษัท แบรมด์เบ็คซ์ โครเร็ททอรี่ จำกัด

แบบฟอร์มการวิเคราะห์และบริหารความเสี่ยงและโอกาส

กระบวนการการขายและการตลาด.....

Input ของกระบวนการนี้สภาพปัจจัยทางการตลาด ณ ปัจจุบัน, เป้าหมายของฝ่ายบริหาร, งบประมาณ, ทีมการตลาด.....

Output ของกระบวนการนี้การเพิ่มขึ้นของยอดขายและองค์การเป็นผู้ถือหุ้น, โครงการด้านการตลาดต่างๆ.....

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความเสี่ยงในเรื่องนี้ลูกค้า, บริษัท.....

ผู้จัดทำจรัสริ ผิมเกลี้ยง..... วันที่ 3/8/55

ผู้อนุมัติ.....  วันที่ 3/8/55

ลำดับที่	ความเสี่ยง (A)	การพิจารณาประเด็นภายใน/ภายนอก		การพิจารณาประเภทความเสี่ยง		ก่อนเริ่มดำเนินการบริหารความเสี่ยง (B)			แนวทางหรือแผนการบริหารความเสี่ยง (C)	หลังบริหารความเสี่ยง			แหล่งที่มา	ความถี่	การดำเนินการเพื่อลดความเสี่ยง	การดำเนินการเพื่อติดตาม	วันที่
		ภายใน	ภายนอก	R	O	โอกาส	ความรุนแรง	คะแนนที่ได้		เป้าหมายแล้วเสร็จ (D)	(ติดตามผลก่อน QMRC)	คะแนนที่ได้					
1	บริษัทเปิดดำเนินการด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ตามเป็นระยะเวลานาน	X			X				เป็นโอกาสที่ดีกับบริษัท								
2	อาจไม่ได้รับการยอมรับจากผู้ซื้ออย่างกว้างขวางในภาคธุรกิจเป้าหมาย	X		X		4	3	12	ประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและหาแนวทางแก้ไข								
3	เทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็วไม่เพียงพอ		X		X				ตั้งทีมวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการลดต้นทุนเพื่อใช้ในการนำเทคโนโลยีไปใช้จริง								
4	ระดับความพึงพอใจของลูกค้าอาจจะลดลง	X	X	X		1	5	5	เข้าพบลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ, พัฒนางานให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าด้วยงบประมาณที่เหมาะสม								

หมายเหตุ:

โอกาสที่จะเกิดขึ้นน้อยมาก = 1

โอกาสเกิดขึ้นน้อย = 2

โอกาสเกิดขึ้นปานกลาง = 3

มีโอกาสเกิดขึ้นมาก = 4

โอกาสเกิดขึ้นมากที่สุด = 5

FM-QMRC-08/01 rev 00 วันที่ 1-1-2021

ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบน้อยมาก = 1

ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบน้อย = 2

ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบปานกลาง = 3

ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบมาก = 4

ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบมากที่สุด = 5