

รายงานผลการดำเนินงานตามแผนการบริหารความเสี่ยง ระดับมหาวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ 2565
ไตรมาสที่ 1
(1 ตุลาคม 2564 - 31 ธันวาคม 2564)

หน่วยงานเจ้าของความเสี่ยง : ศูนย์นวัตกรรมอาหารและบรรจุภัณฑ์

ประเภทความเสี่ยง (1)	ประเด็นความเสี่ยง (2)	การจัดการความเสี่ยง/ กิจกรรมการควบคุม (3)	ผลการดำเนินงานตามกิจกรรม ควบคุม (3.1)			ระดับความ เสี่ยงที่เหลืออยู่ (4)			ระดับ ความเสี่ยง ที่ยอมรับได้ (5)	ผลต่าง (6) = R- (5)	ร้อยละความ สำเร็จ (7)	ผลการติดตาม ข้อสังเกต ข้อเสนอแนะ (8)
			ทำแล้ว	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ	ยังไม่ได้ ทำ	L	I	R=LxI				
ความเสี่ยงด้านการ เงิน (F)	1. ศูนย์มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานขององค์กร	1. การสร้าง Product Champion และการ สร้าง FIN Start-up เน้น ต้องเป็นงานวิจัย เชิงพาณิชย์ (Research for commercialization)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	3	3	4	(-1)		
		2. การพัฒนาโครงการให้ตอบโจทย์ นโยบายของประเทศ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
		3. พัฒนารูปแบบของการสร้างกลไกในการ ดึงดูดนักลงทุน เช่น FFL Biopolis เป็นต้น	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							

คำอธิบายตัวย่อ L = ค่าโอกาสความเสี่ยง I = ค่าผลกระทบตามประเภทความเสี่ยง R = ระดับความเสี่ยงที่เหลืออยู่

รายงานผลการดำเนินงานตามแผนการบริหารความเสี่ยง ระดับมหาวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ 2565
ไตรมาสที่ 1
(1 ตุลาคม 2564 - 31 ธันวาคม 2564)

หน่วยงานเจ้าของความเสี่ยง : ศูนย์นวัตกรรมอาหารและบรรจุภัณฑ์

ประเภทความเสี่ยง (1)	ประเด็นความเสี่ยง (2)	การจัดการความเสี่ยง/ กิจกรรมการควบคุม (3)	ผลการดำเนินงานตามกิจกรรม ควบคุม (3.1)			ระดับความ เสี่ยงที่เหลืออยู่ (4)			ระดับ ความเสี่ยง ที่ยอมรับได้ (5)	ผลต่าง (6) = R- (5)	ร้อยละความ สำเร็จ (7)	ผลการติดตาม ข้อสังเกต ข้อเสนอแนะ (8)
			ทำแล้ว	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ	ยังไม่ได้ ทำ	L	I	R=LxI				
ความเสี่ยงด้าน ยุทธศาสตร์ (S)	1.การไม่เป็นผู้ให้บริการการตรวจวิเคราะห์ เฉพาะทาง ในด้านการเป็นผู้กำหนด กระบวนการฆ่าเชื้อด้วยความร้อน (Process Authority)	1. เชื่อมโยงแหล่งทุนเพื่อสนับสนุนค่าใช้จ่ายให้ผู้ประกอบการ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5	5	25 สูงมาก	4	21		
		2. ทำประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ และสื่อสารให้ตรงกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ศูนย์วิจัยของ รัฐ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							

คำอธิบายตัวย่อ L = ค่าโอกาสความเสี่ยง I = ค่าผลกระทบตามประเภทความเสี่ยง R = ระดับความเสี่ยงที่เหลืออยู่