

ภาคผนวก ข.

ลำดับความเสี่ยง (Risk Level) จากค่าความเสียหาย (Damage) จากสิ่งแวดล้อมภายนอก
องค์กร

ลำดับที่	ปัจจัยที่	ปัจจัยเสี่ยงจากสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร	คะแนน
1	4	คู่แข่งใช้กลยุทธ์ราคา	10.46
2	28	ผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด	8.23
3	44	การนำเข้าสินค้าราคาถูกจากประเทศจีน	7.63
4	26	ผู้ขายไม่สามารถควบคุมราคาขายปลีกได้	7.50
5	38	สภาพการเมืองไม่แน่นอน	7.39
6	1	คู่แข่งมีสาขาอยู่ในเขตลูกค้าเดียวกับสาขาขององค์กร	7.39
7	25	ผู้ขายส่งสินค้าต้นทุนที่ต่ำกว่าให้กับคู่แข่ง	7.13
8	24	ผู้ขายไม่มีนโยบายรับประกัน หรือเปลี่ยนสินค้า	7.09
9	3	คู่แข่งเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ และบริการ ส่งสินค้า	6.77
10	21	ผู้ขายเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียว	6.75
11	17	ผู้ขายนำความลับของบริษัทไปบอกคู่แข่ง	6.64
12	41	ราคาน้ำมันปรับตัวน้อย	6.57
13	40	สภาพการทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มหดตัว	6.57
14	30	ผู้ขายจัดส่งสินค้าไม่ตรงตามคุณภาพที่ตกลงไว้	6.51
15	2	คู่แข่งเพิ่มช่องทางการใช้พื้นที่ขนาดเล็ก	6.44
16	23	ผู้ขายไม่ปฏิบัติตามสัญญาการค้า	6.36
17	46	สังคมตอบรับแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง	6.36
18	9	การบริโภคของลูกค้าขึ้นอยู่กับช่วงเวลา หรือฤดูกาล	6.35
19	31	ผู้ขายไม่สามารถจัดส่งสินค้าตามจำนวนที่ตกลงไว้	6.32
20	19	ผู้ขายมีความสัมพันธ์อันดีกับคู่แข่ง	6.19

ลำดับที่	ปัจจัยที่	ปัจจัยเสี่ยงจากสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร	คะแนน
21	13	สินค้าถูกทดแทนโดยสินค้าเชิงด้วยนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีใหม่	6.16
22	14	สินค้าถูกทดแทนด้วยสินค้าตัวใหม่	6.15
23	8	มีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมในการบริโภค	6.03
24	10	การที่ลูกค้ามีทัศนคติไม่มีต่อองค์กร	5.94
25	33	แนวโน้มการจำหน่ายของผู้ขายอยู่ในขาขึ้น	5.94
26	15	ผู้ขายมีช่องทางการจำหน่ายของตนเอง	5.94
27	29	ผู้ขายใช้เวลาตัดสินใจนานในเรื่องที่ผู้ซื้อเสนอ	5.82
28	18	ผู้ขายมีอำนาจการต่อรองมากกว่าผู้ซื้อ	5.82
29	35	ผู้ขายไม่ให้ความร่วมมือในการส่งเสริมแผนการตลาดของผู้ซื้อ	5.74
30	22	ผู้ขายไม่เข้าใจนโยบายของบริษัท	5.73
31	7	คู่แข่งดึงตัวบุคลากรขององค์กร	5.69
32	27	ผู้ขายปรับราคาโดยไม่แจ้งล่วงหน้า	5.65
33	43	ภาวะเงินเฟ้อ	5.52
34	5	คู่แข่งเพิ่มเวลารับคืนสินค้า จากความพึงพอใจ	5.46
35	12	ลูกค้าแสดงความคาดหวังอย่างสูงในสินค้าที่ซื้อผ่านองค์กร	5.46
36	39	รัฐบาลทำข้อตกลง FTA กับต่างประเทศเพิ่มขึ้น	5.41
37	42	อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทที่ไม่มีเสถียรภาพ	5.39
38	37	ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมผู้ค้าปลีกรายย่อย	5.23
39	34	ผู้ขาย เปลี่ยนผู้แทนการขายบ่อย	5.22
40	36	ภาครัฐมีนโยบายในการควบคุมค้าปลีกสมัยใหม่	5.12
41	16	ผู้ขายไม่มีแผนการตลาดอย่างเป็นรูปธรรม	4.93
42	20	ผู้ขายปิดกิจการ	4.92
43	6	คู่แข่งทำสินค้า house brands	4.56
44	32	แนวโน้มการจำหน่ายของผู้ขายอยู่ในขาลง	4.49
45	45	การส่งเสริมการใช้สินค้าภายในประเทศ	4.25
46	11	ลูกค้าร้องเรียนสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค	4.19