

ภาคผนวก ค.

ลำดับความเสี่ยง (Risk Level) ตามค่าความเสียหาย (Damage) จากสิ่งแวดล้อมภายใน
องค์กร

ลำดับที่	ปัจจัยที่	ปัจจัยเสี่ยงจากสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร	คะแนน
1	23	มีมูลค่าสินค้าคงคลังสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (Over Stock)	7.96
2	24	มีระยะเวลาที่สินค้าไม่สามารถจำหน่ายได้ (Aging) สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด	7.70
3	25	มีมูลค่าสินค้าตกรุ่นล้าสมัยสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด	6.97
4	22	รอบการหมุนเวียนสินค้า (Turnover) สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด	6.56
5	1	ผู้ซื้อขาดประสบการณ์ในการทำงาน	6.45
6	2	ผู้ซื้อขาดความสามารถในการเจรจาต่อรอง	6.44
7	38	ไม่ทำการตรวจสอบราคาของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง	6.37
8	30	การกำหนดนโยบายการจัดซื้อการขายไม่เหมาะสมกับสภาพตลาด	6.30
9	11	ผู้ซื้อไม่ได้รับข้อมูลลูกค้าจากสาขา	6.21
10	5	ผู้ซื้อไม่ทำแผนการตลาดการบริหารกลุ่มสินค้าและวิเคราะห์ตลาด	6.15
11	40	ขาดการติดตามการรับคืนสินค้าจากผู้ขาย	6.09
12	3	ผู้ซื้อได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องจากผู้ขาย	6.00
13	17	ผู้ซื้อต้องตัดสินใจภายใต้เวลาที่จำกัด	5.94
14	18	ผู้ซื้อที่มีจำนวนสินค้าในกลุ่มมากเกินไป	5.92
15	39	ขาดการติดตามการเก็บงบการตลาด	5.92
16	26	สินค้ามีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) สั้น	5.81
17	10	ผู้ซื้อทุจริตต่อหน้าที่	5.77
18	27	สินค้ามีวันหมดอายุ	5.63
19	41	ขาดการติดตามในการทำลดหนี้จากผู้ขาย	5.62

ลำดับที่	ปัจจัยที่	ปัจจัยเสี่ยงจากสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร	คะแนน
20	37	ออกไปสั่งซื้อผิดจำนวนและราคา	5.60
21	42	องค์กรไม่มีระบบส่งเสริมข้อมูลทางด้านลูกค้าและการตลาดให้กับผู้ซื้อ	5.58
22	6	ผู้ซื้อไม่สามารถทำสัญญาการค้ากับผู้ขายได้	5.40
23	12	ผู้ซื้อไม่สามารถจัดทำ Promotion, Event ที่เหมาะสมให้กับสาขาได้	5.38
24	13	ผู้ซื้อไม่จัดทำแผนการจำหน่ายสินค้าใหม่ให้กับสาขา	5.23
25	15	ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อทางด้านจำนวนผิดพลาด	5.21
26	29	การปฏิบัติงานของผู้ซื้อไม่ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร	5.17
27	4	ผู้ซื้อไม่เข้าใจนโยบายของบริษัท	5.00
28	14	ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อทางด้านต้นทุนผิดพลาด	4.96
29	21	ผู้ซื้อขาดเกณฑ์ในการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาจำหน่าย	4.83
30	28	ผู้บริหารแทรกแซงการทำงานของผู้ซื้อ	4.73
31	7	ผู้ซื้อไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายได้	4.70
32	9	ผู้ซื้อมีความสัมพันธ์กับผู้ขายเป็นพิเศษ	4.67
33	16	ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อผิดช่วงเวลา	4.52
34	20	ผู้ซื้อขาดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ขายที่จะนำสินค้าเข้ามาจำหน่าย	4.51
35	35	ผู้ซื้อลืมจัดเก็บข้อมูลผู้ขายในการส่งเสริมการตลาด	4.48
36	34	ผู้ซื้อลืมเก็บข้อมูลการปรับต้นทุนซื้อและราคาขาย	4.21
37	8	ผู้ซื้อไม่ปฏิบัติตามหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพอันดีกับผู้ขาย	4.20
38	19	ผู้ซื้อมีปัญหาการคัดผลิตภัณฑ์ออกกับผู้ขาย	3.98
39	31	ผู้ซื้อลืมเก็บใบเสนอราคา	3.73
40	33	ผู้ซื้อลืมเก็บข้อมูลผลิตภัณฑ์ของผู้ขาย	3.73
41	32	ผู้ซื้อลืมเก็บข้อมูลแผนการตลาดของผู้ขาย	3.67
42	36	ผู้ซื้อลืมเพิ่มรายชื่อผู้ขายรายใหม่ในรายชื่อผู้ขาย	2.80