

ภาคผนวก ง.

ลำดับความเสี่ยง (Risk Level) ตามค่าความถี่ (Frequency) จากสิ่งแวดล้อมภายนอก  
องค์กร

| ลำดับที่ | ปัจจัยที่ | ปัจจัยเสี่ยงจากสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร                          | คะแนน |
|----------|-----------|-----------------------------------------------------------------|-------|
| 1        | 4         | คู่แข่งใช้กลยุทธ์ราคา                                           | 3.40  |
| 2        | 3         | คู่แข่งเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ และบริการส่งสินค้า | 2.98  |
| 3        | 41        | ราคาน้ำมันปรับตัวบอย                                            | 2.83  |
| 4        | 44        | การนำเข้าสินค้าราคาถูกจากประเทศจีน                              | 2.78  |
| 5        | 19        | ผู้ชายมีความสัมพันธ์อันดีกับคู่แข่ง                             | 2.75  |
| 6        | 38        | สภาวะการเมืองไม่แน่นอน                                          | 2.75  |
| 7        | 5         | คู่แข่งเพิ่มเวลารับคืนสินค้า จากความพึงพอใจ                     | 2.69  |
| 8        | 9         | การบริโภคของลูกค้าขึ้นอยู่กับช่วงเวลา หรือฤดูกาล                | 2.68  |
| 9        | 14        | สินค้าถูกทดแทนด้วยสินค้าตัวใหม่                                 | 2.68  |
| 10       | 21        | ผู้ชายเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียว                   | 2.68  |
| 11       | 28        | ผู้ชายไม่สามารถส่งสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด                      | 2.68  |
| 12       | 8         | มีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมในการบริโภค                               | 2.65  |
| 13       | 46        | สังคมตอบรับแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง                                | 2.65  |
| 14       | 1         | คู่แข่งมีสาขาอยู่ในเขตลูกค้าเดียวกับสาขาขององค์กร               | 2.53  |
| 15       | 40        | สภาวะการทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มหดตัว                               | 2.53  |
| 16       | 2         | คู่แข่งเพิ่มช่องทางการใช้พื้นที่ขนาดเล็ก                        | 2.50  |
| 17       | 6         | คู่แข่งทำสินค้า house brands                                    | 2.50  |
| 18       | 25        | ผู้ชายส่งสินค้าต้นทุนที่ต่ำกว่าให้กับคู่แข่ง                    | 2.50  |
| 19       | 26        | ผู้ชายไม่สามารถควบคุมราคาขายปลีกได้                             | 2.50  |

| ลำดับที่ | ปัจจัยที่ | ปัจจัยเสี่ยงจากสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร                    | คะแนน |
|----------|-----------|-----------------------------------------------------------|-------|
| 20       | 15        | ผู้ขายมีช่องทางการจำหน่ายของตนเอง                         | 2.48  |
| 21       | 7         | คู่แข่งดึงดูดบุคลากรขององค์กร                             | 2.45  |
| 22       | 10        | การที่ลูกค้ามีทัศนคติไม่มีต่อองค์กร                       | 2.43  |
| 23       | 33        | แนวโน้มการจำหน่ายของผู้ขายอยู่ในขาขึ้น                    | 2.43  |
| 24       | 29        | ผู้ขายใช้เวลาในการตัดสินใจนาน ในเรื่องที่คุณซื้อเสนอ      | 2.40  |
| 25       | 34        | ผู้ขาย เปลี่ยนผู้แทนการขายบ่อย                            | 2.40  |
| 26       | 31        | ผู้ขายไม่สามารถจัดส่งสินค้าตามจำนวนที่ตกลงไว้             | 2.35  |
| 27       | 39        | รัฐบาลทำข้อตกลง FTA กับต่างประเทศเพิ่มขึ้น                | 2.35  |
| 28       | 43        | ภาวะเงินเฟ้อ                                              | 2.35  |
| 29       | 42        | อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทที่ไม่มีเสถียรภาพ                   | 2.35  |
| 30       | 12        | ลูกค้าแสดงความคาดหวังอย่างสูงในสินค้าที่ซื้อผ่านองค์กร    | 2.33  |
| 31       | 13        | สินค้าถูกทดแทนโดยสินค้าเชิงด้วยนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีใหม่ | 2.33  |
| 32       | 24        | ผู้ขายไม่มีนโยบายรับคืน หรือเปลี่ยนสินค้า                 | 2.33  |
| 33       | 37        | ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมผู้ค้าปลีกรายย่อย                   | 2.30  |
| 34       | 17        | ผู้ขายนำความลับของบริษัทไปบอกคู่แข่ง                      | 2.25  |
| 35       | 35        | ผู้ขายไม่ให้ความร่วมมือในการส่งเสริมแผนการตลาดของผู้ซื้อ  | 2.25  |
| 36       | 22        | ผู้ขายไม่เข้าใจนโยบายของบริษัท                            | 2.23  |
| 37       | 36        | ภาครัฐมีนโยบายในการควบคุมค้าปลีกสมัยใหม่                  | 2.20  |
| 38       | 18        | ผู้ขายมีอำนาจการต่อรองมากกว่าผู้ซื้อ                      | 2.18  |
| 39       | 23        | ผู้ขายไม่ปฏิบัติตามสัญญาการค้า                            | 2.18  |
| 40       | 30        | ผู้ขายจัดส่งสินค้าไม่ตรงตามคุณภาพที่ตกลงไว้               | 2.10  |
| 41       | 16        | ผู้ขายไม่มีแผนการตลาดอย่างเป็นรูปธรรม                     | 2.08  |
| 42       | 27        | ผู้ขายปรับราคาโดยไม่แจ้งล่วงหน้า                          | 2.08  |
| 43       | 45        | การส่งเสริมการใช้สินค้าภายในประเทศ                        | 2.08  |
| 44       | 32        | แนวโน้มการจำหน่ายของผู้ขายอยู่ในขาลง                      | 1.98  |
| 45       | 11        | ลูกค้าร้องเรียนสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค                  | 1.95  |
| 46       | 20        | ผู้ขายปิดกิจการ                                           | 1.88  |