

การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (SWOT Analysis)

ความหมายอย่างสั้น

การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน คืออะไร

การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (SWOT Analysis) คือ การพิจารณาทุกส่วนภายในองค์กรว่ามีประสิทธิภาพในการทำงานมากน้อยเพียงใด โดยการนำเอาวิธีวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนมาใช้

SWOT มาจากคำศัพท์ทั้งหมด 4 คำ คือ

- S - Strength หมายถึง จุดแข็งของเราเมื่อเทียบกับคู่แข่ง จุดแข็งของเรา คือ สิ่งที่เรามี แต่คู่แข่งไม่มี และสิ่งนั้นเป็นที่ต้องการของลูกค้าด้วย
- W – Weakness หมายถึง จุดอ่อนของเราเมื่อเทียบกับคู่แข่ง โดยพิจารณาว่าอะไรที่คู่แข่งมีแต่เราไม่มี และสิ่งที่เราไม่มีนั้นเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
- O – Opportunity หมายถึง โอกาส คือ ปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ เป็นสิ่งที่ทำให้สินค้าเราขายได้มากขึ้น
- T- Threat หมายถึง อุปสรรค คือ ปัจจัยภายนอกควบคุมไม่ได้ เป็นสิ่งที่ทำให้สินค้าเราขายได้น้อยลง

ความสำคัญของเรื่อง

ประโยชน์จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis

โดยทั่วไปวัตถุประสงค์หลักขององค์กร ก็คือ การแสวงหากำไร การวิเคราะห์ SWOT นั้นจะเป็นหนทางสู่ความสำเร็จอีกวิธีหนึ่ง และเป็นอีกวิธีหนึ่งในการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กรด้วย

ในการทำ SWOT Analysis นั้นเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กร กล่าวคือ จะทำให้ทราบว่า องค์กรของเรามีศักยภาพมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) ทั้ง 2 ตัวนี้จะแสดงให้เห็นว่าองค์กรมีอะไรบ้างที่เป็นจุดแข็งที่ควรคงไว้ และอะไรบ้างที่เป็นจุดอ่อนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น ส่วนภายนอกองค์กร เราจะทราบได้จากการวิเคราะห์โอกาส (Opportunity) และ อุปสรรค (Threat) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ แต่ได้วิเคราะห์เพื่อนำไปปรับปรุงองค์กร เพื่อให้เข้ากับปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก

ความหมายอย่างละเอียด

ในการวิเคราะห์ จุดแข็งและจุดอ่อน ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ภายในองค์กร และสามารถแก้ไขได้ โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ 4 M คือ Money, Man, Material และ Management และสามารถพิจารณาได้จากการวิเคราะห์ 4 P คือ Product, Price, Place และ Promotion ยกตัวอย่าง เช่น

- ในขณะนี้บริษัทมีเงินทุนสำรองน้อย และยังเป็นหนี้ธนาคารอีกมากกว่า 100 ล้านบาท อย่างนี้ถือว่าเป็นจุดอ่อนของบริษัท

- เครื่องจักรที่ใช้ภายในโรงงานเป็นเครื่องจักรที่ทันสมัย สามารถรองรับกำลังการผลิตได้มากกว่าเครื่องจักรรุ่นเก่าทำให้ผลิตสินค้าได้มากทันต่อความต้องการในตลาด และพนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงานที่ดี อีกทั้งวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้านั้นเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี ต้นทุนต่ำ อย่างนี้ถือว่าเป็นจุดแข็งของบริษัท

ส่วนการวิเคราะห์ โอกาสและอุปสรรค องค์กรควรจะพิจารณา 2 ปัจจัยภายนอกที่เราไม่สามารถควบคุมได้ คือ

1. สิ่งแวดล้อมมหภาค ซึ่งได้แก่ สภาพการเมือง กฎหมาย แนวโน้มสภาวะเศรษฐกิจ สภาวะทางสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี
2. สิ่งแวดล้อมจุลภาค ซึ่งได้แก่ การเจริญเติบโตของตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด ขนาดของตลาด และคู่แข่ง

ตัวอย่างการวิเคราะห์ โอกาสและอุปสรรค เช่น

- สินค้าของบริษัทเป็นที่ต้องการของลูกค้า ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดในสินค้าชนิดเดียวกันมีมากถึง 45 % อย่างนี้ถือว่าเป็นโอกาสของบริษัท

- คู่แข่งขึ้นมีการผลิตสินค้าตัวใหม่ออกสู่ตลาด โดยมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการผลิตสินค้า ทำให้ลูกค้าหันไปสนใจในสินค้าตัวใหม่นี้มากขึ้น อย่างนี้ถือว่าเป็นอุปสรรคของบริษัท

ข้อพิจารณาในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้

ในการทำการวิเคราะห์ SWOT จะต้องทำการวิเคราะห์ให้ละเอียดถี่ถ้วน โดยต้องพิจารณาทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ถ้าขาดอันใดอันหนึ่งไปจะทำให้ไม่ทราบข้อมูลที่แท้จริง ซึ่งจะทำให้การปรับปรุงองค์กรไม่เป็นผลสำเร็จ การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ถ้าสามารถแก้ไขปรับปรุงได้ก็ควรที่จะรีบแก้ไขโดยเร็ว

ส่วนการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค เป็นสิ่งที่เราไม่สามารถควบคุมได้ แต่ก็ควรปรับปรุงองค์กรให้เข้ากับสภาวะสิ่งแวดล้อมนั้นๆ ถ้าทำการวิเคราะห์ให้ละเอียดถี่ถ้วนและทำการแก้ไขอย่างแท้จริงในทุกปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว จะทำให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุผลสำเร็จโดยง่าย

คำใบ้ (Keywords) : จุดแข็ง / จุดอ่อน / โอกาส / อุปสรรค / SWOT / SWOT Analysis / การตลาด / ความรู้
อ้างอิง / นิยามธุรกิจ

แหล่งข้อมูล :

สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2.

เกี่ยวกับผู้จัดทำ :

ชื่อ-นามสกุล	นายกิติราช เตชะมโนกุล
การศึกษา	ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประสบการณ์	ทำงาน 10 ปี งานควบคุมการติดตั้งเครื่องจักร และออกแบบ เครื่องจักรกล