NPRU มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
Nakhon Pathom Rajabhat University

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการตลาดดิจิทัล

อ.ดร.ธีรเดช ทิวถนอม

5 ขั้นตอนที่ swot analysis จะสามารถนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพในการทำการตลาดออนไลน์ Digital Marketing

1. การวิเคราะห์หาจุดแข็งของธุรกิจ

- ธุรกิจหรือกิจการของคุณดีกว่าคนอื่นอย่างไร
- อะไรคือข้อได้เปรียบทางธุรกิจ ที่คุณสามารถ นำมาต่อยอดได้
- อะไรคือคุณภาพหรือแหล่ง วัตถุดิบ ราคาถูก ที่คุณมี แต่คนอื่นไม่มี
- ปัจจัยไหนที่เป็นผลให้ เกิดการปิดการขาย
- อะไรที่คู่แข่งของคุณมองว่า นั่นคือจุดแข็งของธุรกิจคุณ
- อะไรคือจุดขายที่แตกต่างของธุรกิจของคุณ

5 ขั้นตอนที่ swot analysis จะสามารถนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพในการทำการตลาดออนไลน์ Digital Marketing

2. การวิเคราะห์หาจุดอ่อนของธุรกิจ

- อะไรคือกระบวนการภายในที่ต้องได้รับการปรับปรุง
- อะไรที่ลูกค้าของคุณ แนะนำว่าคุณควรปรับปรุง
- อะไรคือปัจจัยที่ ส่งผลให้ ยอดขายตก
- อะไรที่คู่แข่งของคุณมองว่านั่นเป็นจุดอ่อนของธุรกิจของคุณ
- อะไรคือกิจกรรมที่ธุรกิจของคุณควรหลีกเลี่ยง

5 ขั้นตอนที่ swot analysis จะสามารถนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพในการทำการตลาดออนไลน์ Digital Marketing

3. หาโอกาสทางธุรกิจ

- มีกระแสที่น่าสนใจที่สามารถเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของคุณ อยู่ในตอนนี้หรือไม่
- มีโอกาสดีๆอะไรบ้างที่กำลังรอคุณอยู่ภายภาคหน้า

5 ขั้นตอนที่ swot analysis จะสามารถนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพในการทำการตลาดออนไลน์ Digital Marketing

4. หาอุปสรรคหรือภัยคุกคามที่อาจส่งผลต่อธุรกิจคุณ

- อะไรที่เป็นกำแพงกั้นขวางธุรกิจของคุณ
- มีกฎหมายหรือเงื่อนไขของทางภาครัฐอะไรบ้างที่อาจส่งผลไม่ดีต่อธุรกิจของคุณ
- การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี อะไรบ้างที่อาจทำให้ สินค้าของคุณล้าสมัย
- คู่แข่งของคุณกำลังทำได้ดีกว่าในเรื่องของตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่
- กระแส เงินสดของคุณ ดีกว่าหรือแย่กว่าเมื่อเปรียบเทียบกับหนี้เสีย

5 ขั้นตอนที่ swot analysis จะสามารถนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพในการทำการตลาดออนไลน์ Digital Marketing

5. พัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์

กรณีศึกษา บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

- ผู้นำทางด้านธุรกิจร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ เปิดให้บริการอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มทั้งในและต่างประเทศมาเป็นเวลากว่า 30 ปี รวมกว่า 230 สาขา ภายใต้ชื่อ เอส แอนด์ พี แบ่งจำแนกประเภทธุรกิจเป็นร้านอาหารและร้านเบเกอรี่
- กลยุทธ์ทางการตลาด เน้นให้ความสำคัญทางด้านผลิตภัณฑ์และด้านการบริการให้เหมาะสมกับลูกค้าหลัก ปัจจุบันธุรกิจ S&P เป็นธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่ที่ให้บริการแก่ครอบครัวในระดับกลาง
- เอสแอนด์พี ยังมีบริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน บริการอาหารปิ่นโต บริการจัดเลี้ยงในนาม “Caterman” มี ร้านอาหารทั้งในและต่างประเทศ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่มีการแข่งขันในตลาด เช่น Bluecup Coffee , ขนมไหว้พระจันทร์มังกรทอง , และผลิตภัณฑ์ Delio ที่แพร่หลายในซุปเปอร์มาเก็ต ทั่วไป

กรณีศึกษา บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

- การกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ต้นทุนของวัตถุดิบหลักและต้นทุนในการผลิต ราคาขายผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง หรือเกณฑ์ราคาขายโดยทั่วไปในตลาด
- ธุรกิจอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมีแนวโน้มที่จะขยายตัวสูง สอดคล้องกับวิถีชีวิตอันรีบเร่งของกลุ่มผู้บริโภคสมัยใหม่ในเขตเมือง
- บริษัทฯ ยังได้เน้นช่องทางการตลาดใหม่ โดยการขายให้ผู้ใช้โดยตรง

จุดแข็ง บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

- 1. พนักงานมีทักษะและความเชี่ยวชาญในการทำงาน
- 2. มี Empowerment คือ มีการมอบอำนาจการตัดสินใจให้พนักงานในการปฏิบัติงานในระดับหนึ่ง ทำให้พนักงานมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน
- 3. รสชาติและคุณภาพของสินค้าเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป
- 4. ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า(ยี่ห้อ) S & P ทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับ
- 5. การมีบรรจุภัณฑ์สวยงาม สามารถดึงดูดใจลูกค้า
- 6. ตำแหน่งร้านอยู่ในทำเลที่ดี (อยู่ด้านหน้าร้านแรก) ลูกค้ามาใช้บริการได้สะดวก

จุดอ่อน บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

- 1. มีปัญหาในขั้นตอนการทำกาแฟที่ค่อนข้างใช้เวลาพอสมควร ทำให้ลูกค้ารอนาน
- 2. ระบบการชำระเงินเป็นการคีย์ระรหัสสินค้า ไม่มีการนำระบบ Barcode มาใช้ ซึ่งทำให้เสียเวลาในการคีย์ข้อมูล และอาจข้อผิดพลาดได้
- 3. พบปัญหาในด้านพนักงาน ที่ขาดมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า
- 4. ไม่ทราบความพึงพอใจของลูกค้า (customer feedback) หรือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

โอกาส บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

- 1. สภาวะทางเศรษฐกิจกำลังเริ่มฟื้นตัวจากปีที่ผ่านๆ โดยมีอัตราการเติบโตที่ไม่สูงมากนัก แต่ก็จัดได้ว่าประชากรมีการใช้จ่ายมากขึ้น จึงเป็นโอกาสในการในการขายสินค้าได้มากขึ้นด้วย
- 2. จากการที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาและก้าวหน้ามากขึ้น ส่งผลให้กระบวนการผลิตสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้นรวมถึงเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ๆ
- 3. กระแสการรณรงค์ให้บริโภคสินค้าไทย ภายใต้ คำขวัญ “ ไทยทำไทยใช้ไทยเจริญ ” เป็นการช่วยส่งเสริมการบริโภคของประชาชนให้หันมาใช้สินค้าภายในประเทศ ส่งผลดีต่อร้าน S & P ซึ่งเป็นร้านเบเกอรี่ของคนไทย

อุปสรรค บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

- 1. การบริโภคสินค้าของประชาชนในปัจจุบัน จะมีการใส่ใจต่อสุขภาพกันค่อนข้างมาก จะมีการเลือกซื้อสินค้าที่ดีและมีประโยชน์ รวมทั้งการบริโภคของกลุ่มวัยรุ่นจะนิยมบริโภคสินค้าที่มีแครอรี่ต่ำ เพราะไม่ต้องการมีน้ำหนักที่มากเกินไป หรือไม่ต้องการอ้วนนั้นเอง ซึ่งจากสภาวะการดังกล่าวส่งผลต่อสินค้าเบเกอรี่ของร้าน S & P เนื่องจากสินค้าจำพวกเบเกอรี่เหล่านี้มีปริมาณแครอรี่ค่อนข้างสูง และผู้บริโภคจะซื้อในปริมาณไม่มาก เพราะกลัวอ้วน
- 2. คู่แข่งขันมีสินค้าที่หลากหลายและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายทำให้คู่แข่งสามารถแย่งส่วนแบ่งของกลุ่มลูกค้าจากร้านS & P เบเกอรี่ ช็อพ ได้พอส

THE END