

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

iDustrial Design



การวิเคราะห์ SWOT Analysis


- **SWOT Analysis** คือการเปรียบเทียบและตัดสินใจทางเลือกโดยคำนึงถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกับการพัฒนางานออกแบบ **SWOT** เป็นคำย่อมาจากคำว่า
 - **S (strengths)** จุดแข็ง
 - **W (weakness)** จุดอ่อน
 - **O (opportunity)** โอกาส
 - **T (threats)** ความเสี่ยง



การวิเคราะห์ SWOT Analysis

(SWOT Analysis)

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ความเสี่ยง



จุดประสงค์ของการเปรียบเทียบและตัดสินใจทางเลือกด้วย

SWOT analysis

- เปรียบเทียบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ ความเสี่ยงของทางเลือก
- เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายและผลตอบแทน
- ตัดสินใจทางเลือกและใช้เหตุผล



การวิเคราะห์สถานการณ์ด้วย เทคนิค SWOT

- การวิเคราะห์สถานการณ์ตามแนว SWOT จึงมี 4 ขั้นตอน คือ
- **วิเคราะห์จุดดี (S-Strength)** จุดดีหรือจุดแข็งเป็นปัจจัยภายในองค์กร หรือจุดแข็งที่องค์กรได้เปรียบในสถานการณ์ต่างๆ เช่น องค์กรมีสินทรัพย์มากสามารถดำเนินงานไปได้ได้อย่างสบายเป็นต้น
- **วิเคราะห์จุดอ่อน (W-Weakness)** จุดอ่อน หมายถึง ปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ เช่น พนักงานนัดหยุดงาน
- **วิเคราะห์โอกาส (O-Opportunity)** เป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยภายนอกที่ช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจตามวัตถุประสงค์มาวางไว้ได้ เช่น บริษัทส่งออกสินค้า ได้รับการสนับสนุนจากรัฐในด้านส่งออก เป็นต้น
- **วิเคราะห์อุปสรรคและความเสี่ยง (T-Threats)** เป็นปัจจัยหรือองค์ประกอบภายนอกที่ส่งผลให้ธุรกิจไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้ เช่น บริษัทก่อสร้างขาดแคลนไม้ ที่ต้องใช้ในการก่อสร้างเนื่องจากนโยบายปิดป่าไม้ของรัฐบาล เป็นต้น

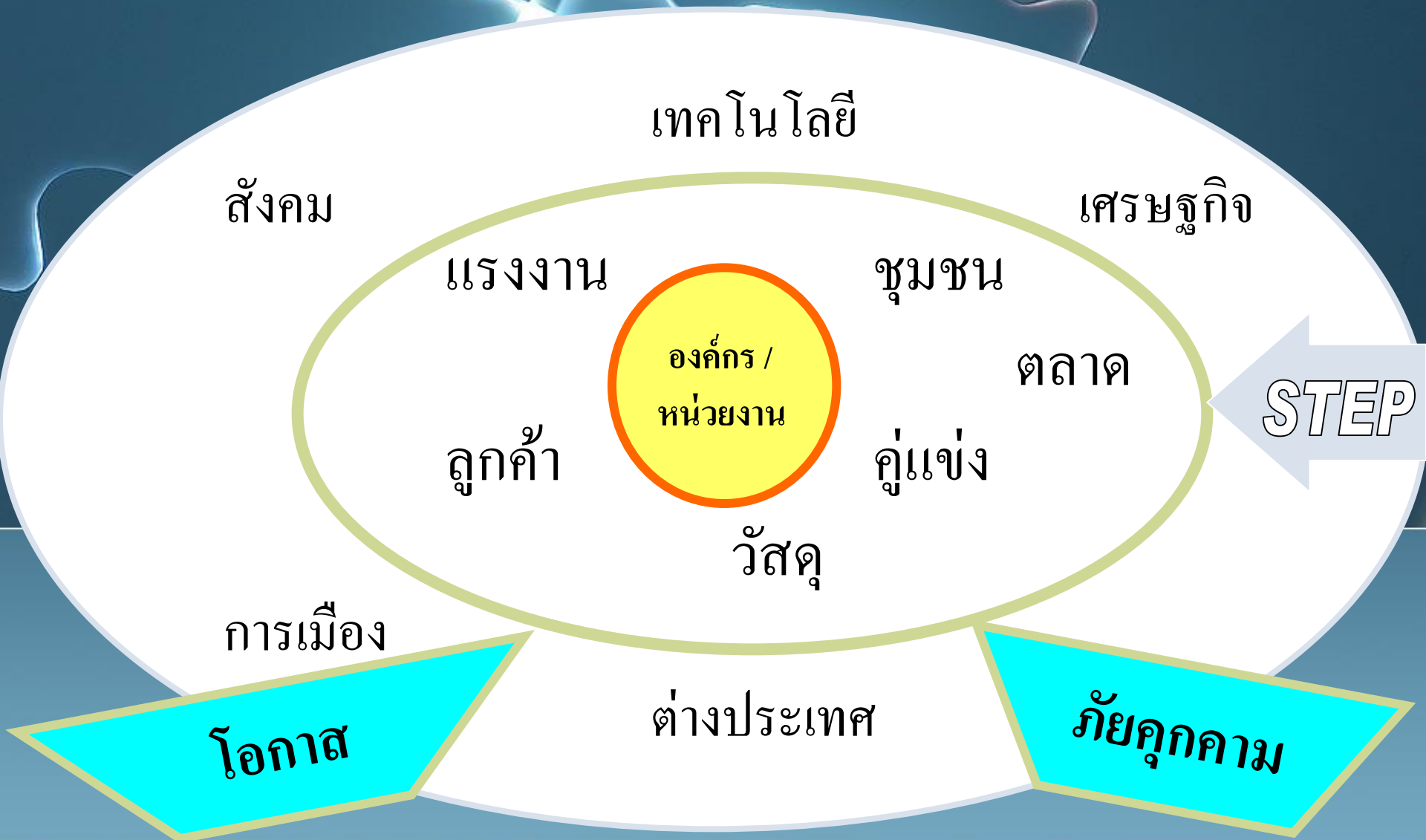


โอกาส หมายถึง

- ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความเปลี่ยนแปลงของตัวแปรสภาพแวดล้อม ที่เป็นปัจจัยทำให้

- มีความต้องการผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ เกิดขึ้น
- จำนวนลูกค้า ผู้รับบริการ ตลาดที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเพิ่มจำนวนมากขึ้น
- มีเครื่องมือ กลไกวิธีการใหม่ๆ จะช่วยให้ปฏิบัติงานตามภารกิจบรรลุเป้าหมาย
- มีแรงเสริมที่ช่วยให้การทำตามภารกิจบรรลุเป้าหมาย
- มีหน่วยงานของรัฐและเอกชนเข้ามาสนับสนุนการผลิต

การวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก



การวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก

สถานการณ์ภายนอก

- เศรษฐกิจตกต่ำรุนแรง
- คนตกงาน กลับถิ่น
- มีเงินกู้จากต่างประเทศ
- การเมืองรุนแรง
- ภาวอนามัยขึ้นราคา

ภัยคุกคาม

- งบประมาณลดลง
- กำลังคนถูกจำกัด

O โอกาส

- มีความต้องการผลิตภัณฑ์มากขึ้น
- มีความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐบาล

และเอกชน

รู้เขา — รู้เรา
ศึกษาข้อมูลตลอดเวลา
- ข้อมูลคู่แข่ง
- ความต้องการของตลาด
...





จุดแข็ง หมายถึง

- คุณลักษณะภายในหน่วยงานในช่วงปัจจุบัน แต่ละประเด็นพิจารณา (ตัวแปร) ที่เป็นปัจจัยทำให้

- การปฏิบัติตามภารกิจบรรลุเป้าหมาย
- การมีศักยภาพ ทรัพยากรมากพอ พร้อมที่จะนำไปผลิตผลิตภัณฑ์
- หน่วยงานเป็นที่ดึงดูดใจ ได้รับการยอมรับจากลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ

การวิเคราะห์สถานการณ์ภายในหน่วยงาน

กลยุทธ์

โครงสร้าง

สไตล์

สถานที่

วิสัยทัศน์ร่วม

สติ

ระบบ

ทักษะ

บุคลากร

การวิเคราะห์สถานการณ์ภายในหน่วยงาน

จุดแข็ง

- กำลังคนมีอยู่มากพอ
- มีบุคลากรที่มีความเข้าใจในงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ และหลักการตลาด
- มี IT ที่ดี ติดต่อกันทั่วถึงกัน
- มีผลิตภัณฑ์หลัก และย่อย



จุดอ่อน

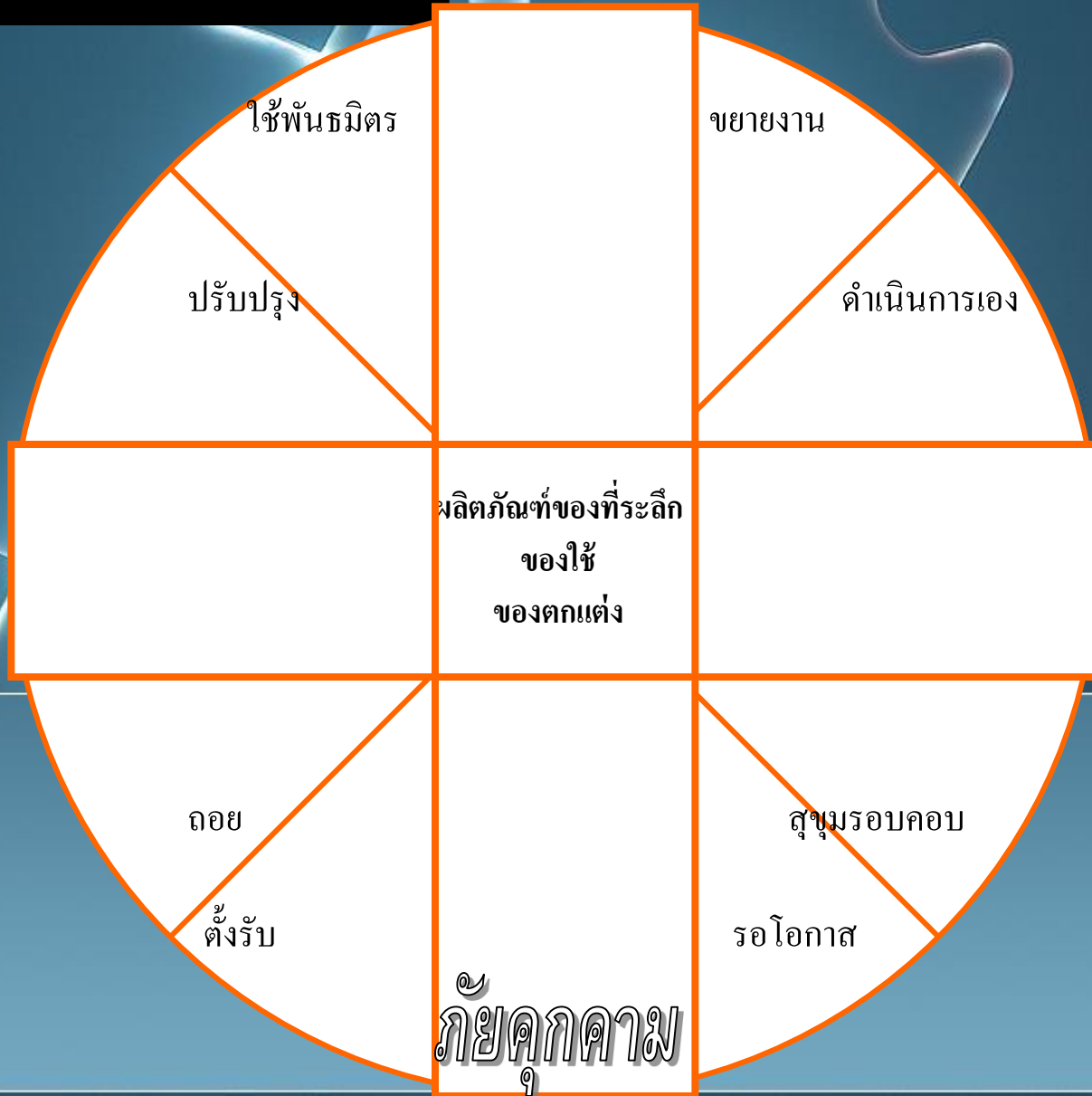
- กำลังคนส่วนใหญ่ขาดทักษะ
- โครงสร้างหน่วยงานไม่เหมาะสม
- ระบบงบประมาณไม่ยืดหยุ่นพอ
- ขวัญกำลังใจไม่ดี
- ความขัดแย้งสูง



การกำหนดดวงพิชัยสงคราม

โอกาส

จุดอ่อน



จุดแข็ง

ภัยคุกคาม

ตัวอย่าง

การกำหนดดวงพิชัยสงคราม

โอกาส

จุดอ่อน

จุดแข็ง

ภัยคุกคาม



โอกาส

รู้จัก



จุดอ่อน

จุดแข็ง



ใช้พันธมิตร

ขายงาน

ปรับปรุง

ดำเนินการเอง

ถอย

หมุนรอบคอ

คงรับ

รอโอกาส

ภัยคุกคาม

- นำจุดแข็งมาใช้
- ขยาย
- ดำเนินการเอง

ป้องกันตัว

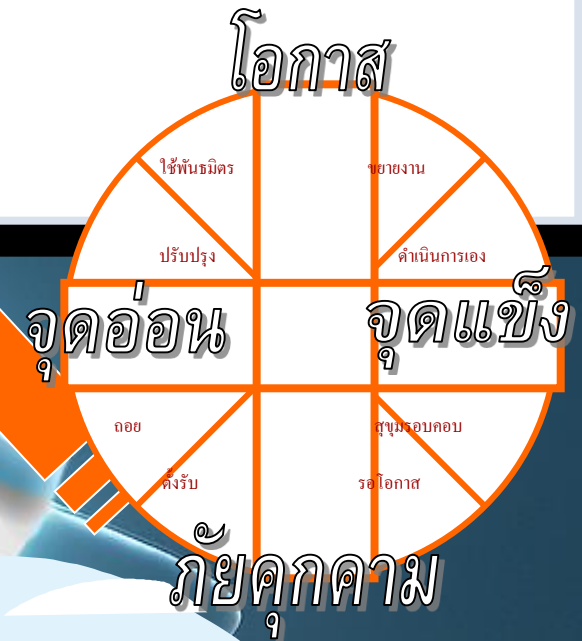


- นำจุดแข็งมาป้องกันตัว
- เจาะตลาด — ตักตวง
- แยกตัวไปพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น
ที่มี โอกาสและ ได้ใช้เป็น
จุดแข็ง

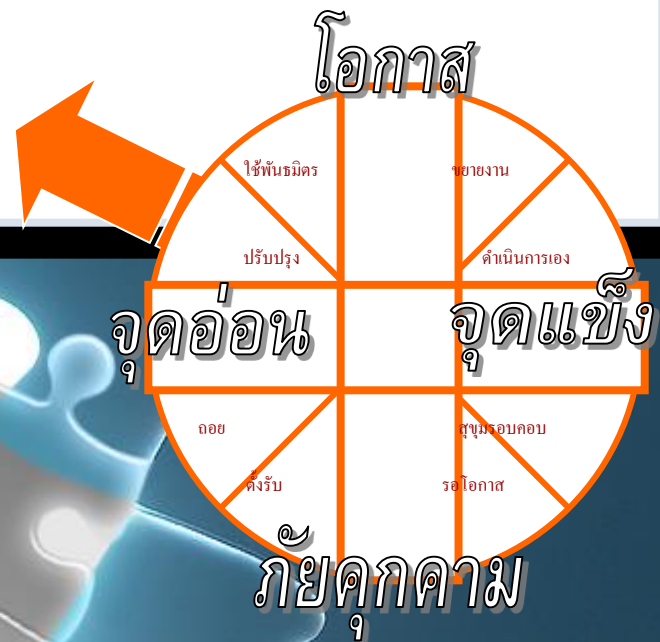
ถอย



- ประคองตัว
- ลดขนาด จำนวนการผลิต
- เลิกกิจการ



พลิกฟื้นสถานการณ์



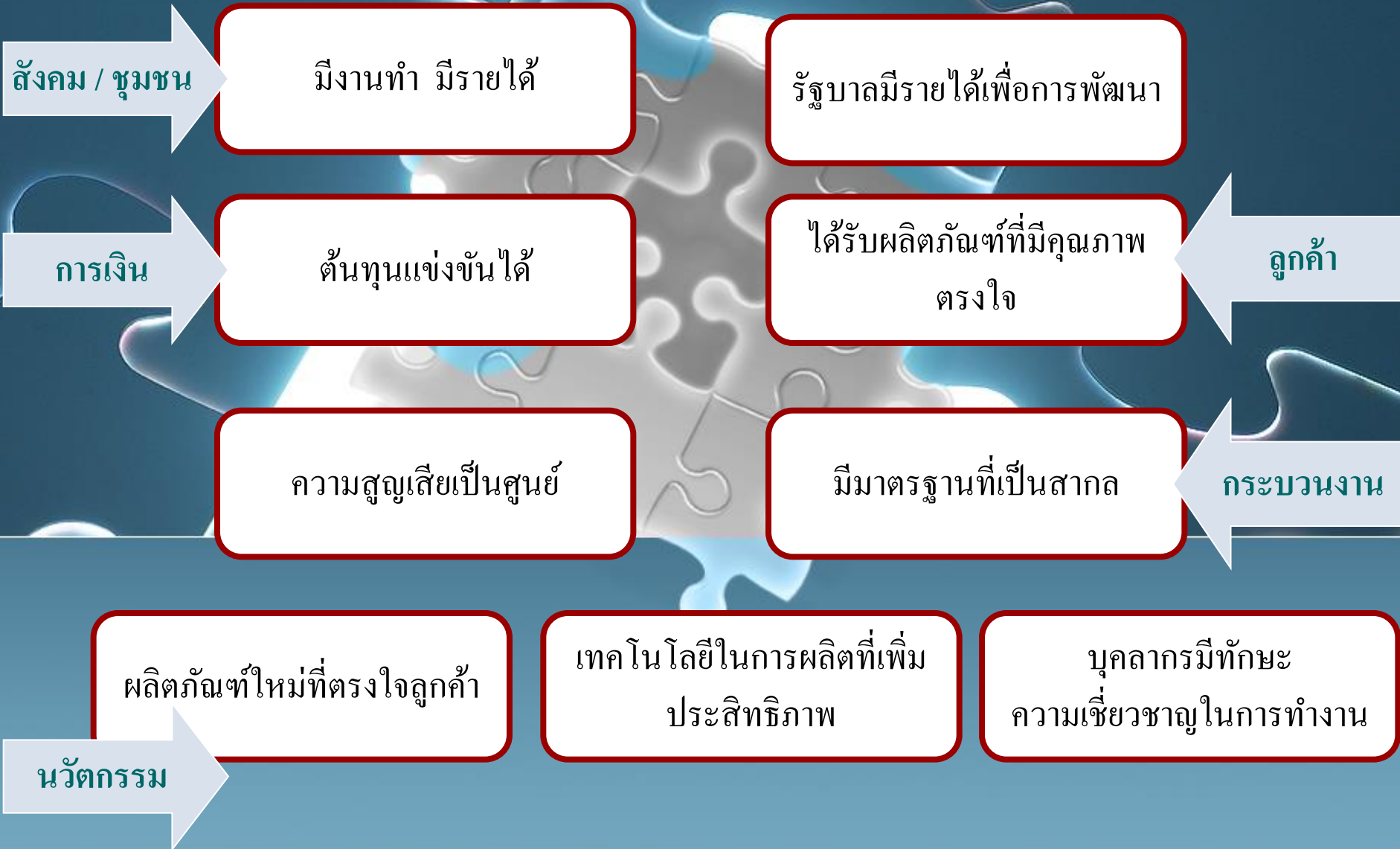
- แก้ไขจุดอ่อน แล้วค่อยคว้าโอกาส
- พัฒนาหน่วยงาน
- จุดจุดอ่อน
 - การจ้างเหมา
 - ร่วมลงทุน
- ฝึกอบรมทักษะ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จทางผลิตภัณฑ์

- ปัจจัยด้านการผลิต
- ปัจจัยด้านบริการ
- ปัจจัยด้านการตลาด



ปัจจัยด้านการผลิต



ปัจจัยด้านการบริการ

สังคม / ชุมชน

มีส่วนร่วมพัฒนาสังคม /
ชุมชน

เชื่อมั่น ไว้วางใจ
ในผลงาน

การเงิน

โปร่งใส

ความเสี่ยงน้อย

ได้รับบริการ / การตอบแทน
ที่มีคุณภาพตรงใจ

ถูกค่า

โครงสร้างหน่วยงานที่
เหมาะสม

การจัดการบุคคล
ที่มุ่งผลงาน

ระบบงานที่มี
ประสิทธิภาพ

กระบวนการ

นวัตกรรม

การจัดการหน่วยงานแนวใหม่

การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (function analysis)

- การวิเคราะห์กาต้มน้ำกาแฟ KRAPP



การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (function analysis)

- แสดงลักษณะของการทำงานผลิตภัณฑ์ลักษณะต่างๆ

การใช้งาน ยี่ห้อ (brands)	การใส่ผง กาแฟ	การเติมน้ำ	การปิดฝา หม้อ	ไฟแสดงการ ใช้งาน
MELITTA 				
PRINCESS 				

การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (function analysis)

- แสดงลักษณะของการทำงานผลิตภัณฑ์ลักษณะต่างๆ

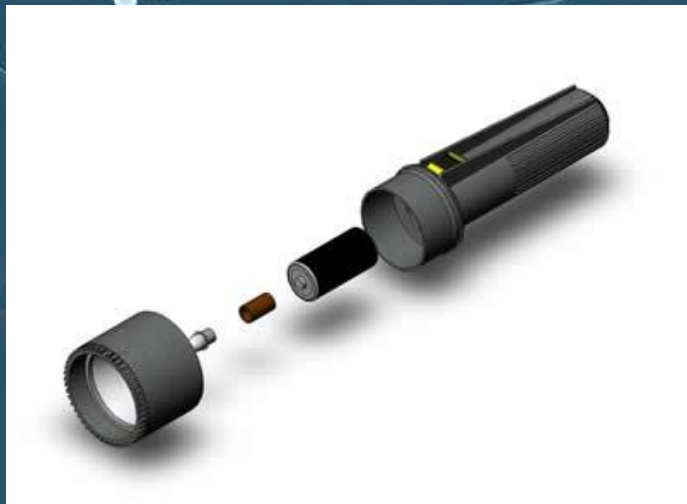
การใช้งาน ยี่ห้อ (brands)	การใส่ผง กาแฟ	การเติมน้ำ	การปิดฝา หม้อ	ไฟแสดงการ ใช้งาน
BRAUN 				
KRAPP 				

การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (function analysis)

- ผลิตภัณฑ์กาต้มน้ำกาแฟ KRAPP



การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (function analysis)



การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (function analysis)



การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (function analysis)





การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (function analysis)

- ผลสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบกล่องอาหาร มีดังนี้
- **ขนาดสัดส่วน**
พัฒนาให้กล่องมีสัดส่วนที่ดีน่าสัมผัสและไม่เหมือนใครในท้องตลาด พัฒนาสัดส่วน ด้านกว้างคุณยาว ให้เหมาะสมประหยัดเนื้อที่ในตู้เย็น พัฒนาสัดส่วน ด้านสูง ให้เหมาะสมต่อการหยิบกล่องที่เรียงอยู่ด้านในสุดมาใช้
- **การวางข้อเก็บผลิตภัณฑ์**
รูปร่างที่เอื้อต่อการวางข้อ ทรงไม่เหมือนใครในตลาดและทำความสะอาดง่าย
- **การเปิดฝาที่สะดวก**
ขอบฝาที่ออกแบบใหม่ เปิดปิดสะดวก ฝาที่ปิดได้สนิทแน่น ลักษณะภาชนะที่สะดวกในการใช้อุ่นอาหารด้วยเตาไมโครเวฟ มีขอบกล่องที่ช่วยในการจับถือกล่องอุ่นอาหารร้อนๆ ที่ออกมาจากเตาไมโครเวฟ มีฝากล่องที่เอื้ออำนวยในการเปิดปิด ระบายอากาศร้อน เมื่ออุ่นอาหารในเตาไมโครเวฟ