



# การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกของการตลาด

## การตลาดพื้นฐาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รักบำรุง

[wilailuk.ra@ssru.ac.th](mailto:wilailuk.ra@ssru.ac.th)

---

## Contact Us

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รักบำรุง  
(อาจารย์ วิ)



02-160-1182



[https://elcim.ssru.ac.th/wilailuk\\_ra/](https://elcim.ssru.ac.th/wilailuk_ra/)



wilailuk.ra@ssru.ac.th



ห้องพักอาจารย์ 3726 อาคาร 37



# เนื้อหาวันนี้



1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการตลาด

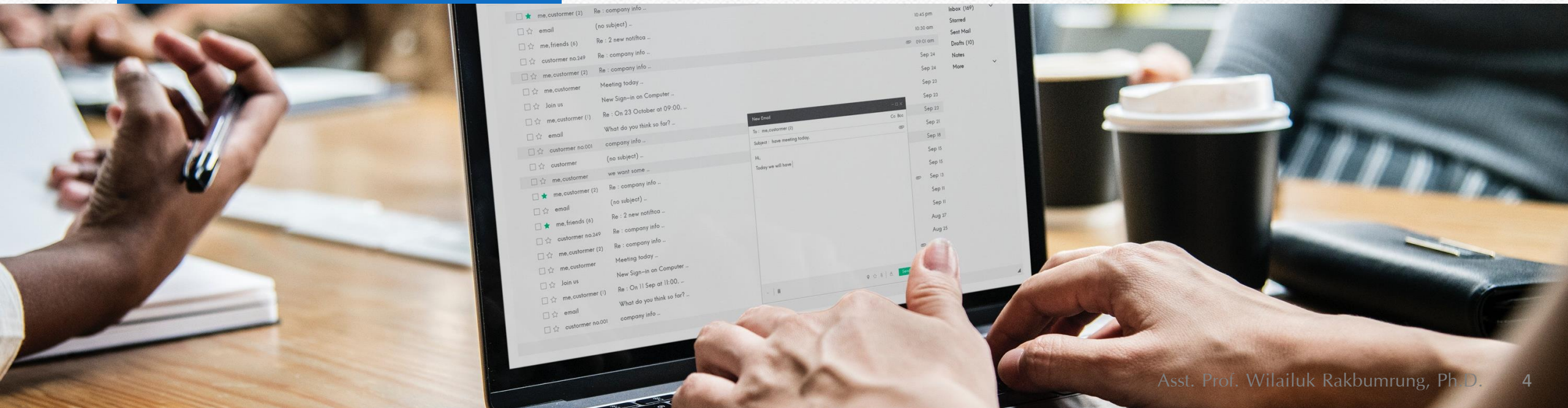
2. ภาพรวมของการจัดการเชิงกลยุทธ์

3. ปัจจัยในการดำเนินการของธุรกิจเป็นอย่างไร

4. Workshop

การวิเคราะห์สภาพ  
แวดล้อมภายในและ  
ภายนอกของการตลาด

- **SWOT Analysis**
- **PEST Analysis**
- **5 Forces Model**
- **Value Chain**





**Internal  
Factors**

**External  
Factors**

# SWOT

**Strengths** คือ **จุดแข็ง** หมายถึง ความสามารถและ  
สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็น**บวก** ซึ่งองค์กร  
นำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุ  
วัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่  
**องค์กรทำได้ดี**

# SWOT

**Weaknesses** คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อยความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี

# SWOT

**Opportunities คือ โอกาส** หมายถึง ปัจจัยและ  
สถานการณ์ภายนอกที่**เอื้ออำนวย**ให้การทำงานของ  
ขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือ  
สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการ  
ดำเนินการขององค์กร

# SWOT

**Threats คือ อุปสรรค** หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็น **ปัญหา**ต่อองค์กร บางครั้งการจำแนกโอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้

## INTERNAL FACTORS

## EXTERNAL FACTORS

Strengths (S)

Weaknesses (W)

Opportunities (O)

Strengths/  
Opportunities (SO)

Weaknesses/  
Opportunities (WO)

Threats (T)

Strengths/  
Threats (ST)

Weaknesses/  
Threats (WT)

# การวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินสถานภาพ การพัฒนาขององค์กรในปัจจุบัน (SWOT Analysis)

ปัจจัยภายใน

## จุดแข็ง (Strength: S)

เป็นการพิจารณาปัจจัยภายใน องค์กร  
เกี่ยวกับส่วนดี ความเข้มแข็ง  
ความสามารถ ศักยภาพ ส่วนที่  
ส่งเสริมความสำเร็จ

## จุดอ่อน (Weakness: W)

เป็นการพิจารณาปัจจัยภายใน องค์กร  
เกี่ยวกับ ส่วนเสีย ความอ่อนแอ ข้อจำกัด  
ความไม่พร้อม รวมทั้งประเด็นปัญหาและ  
ความต้องการพื้นที่ เป็นอย่างไร

ปัจจัยภายนอก

## โอกาส (Opportunity: O)

เป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอก  
(Outside in) ว่ามีสภาพเป็นเช่นไร  
และจะสร้างให้เกิดโอกาสใดให้กับ  
องค์กร อย่างไร

## อุปสรรค (Threat: T)

เป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอก  
(Outside in) ที่เป็นอุปสรรคหรือภาวะ  
คุกคาม ก่อให้เกิดผลเสียหรือเป็น  
ข้อจำกัดต่อ องค์กร

# SWOT กับ กลยุทธ์

<p>ปัจจัยภายใน</p> <p>ปัจจัยภายนอก</p>	<p><b>S</b></p> <p>จุดแข็งภายในองค์กร</p>	<p><b>W</b></p> <p>จุดอ่อนภายในองค์กร</p>
<p><b>O</b></p> <p>โอกาสภายนอก</p>	<p><b>SO</b></p> <p>การนำข้อได้เปรียบของจุดแข็งภายในและโอกาสภายนอกมาใช้</p>	<p><b>WO</b></p> <p>การแก้ไขจุดอ่อนภายในโดยพิจารณาจากโอกาสภายนอกที่เป็นผลดีต่อองค์กร</p>
<p><b>T</b></p> <p>อุปสรรคภายนอก</p>	<p><b>ST</b></p> <p>การแก้ไขหรือลดอุปสรรคภายนอกโดยนำจุดแข็งภายในมาใช้</p>	<p><b>WT</b></p> <p>การแก้ไขหรือลดความเสียหายของธุรกิจอันเกิดจากจุดอ่อนภายในองค์กรและอุปสรรคภายนอก</p>

# SWOT กับ กลยุทธ์

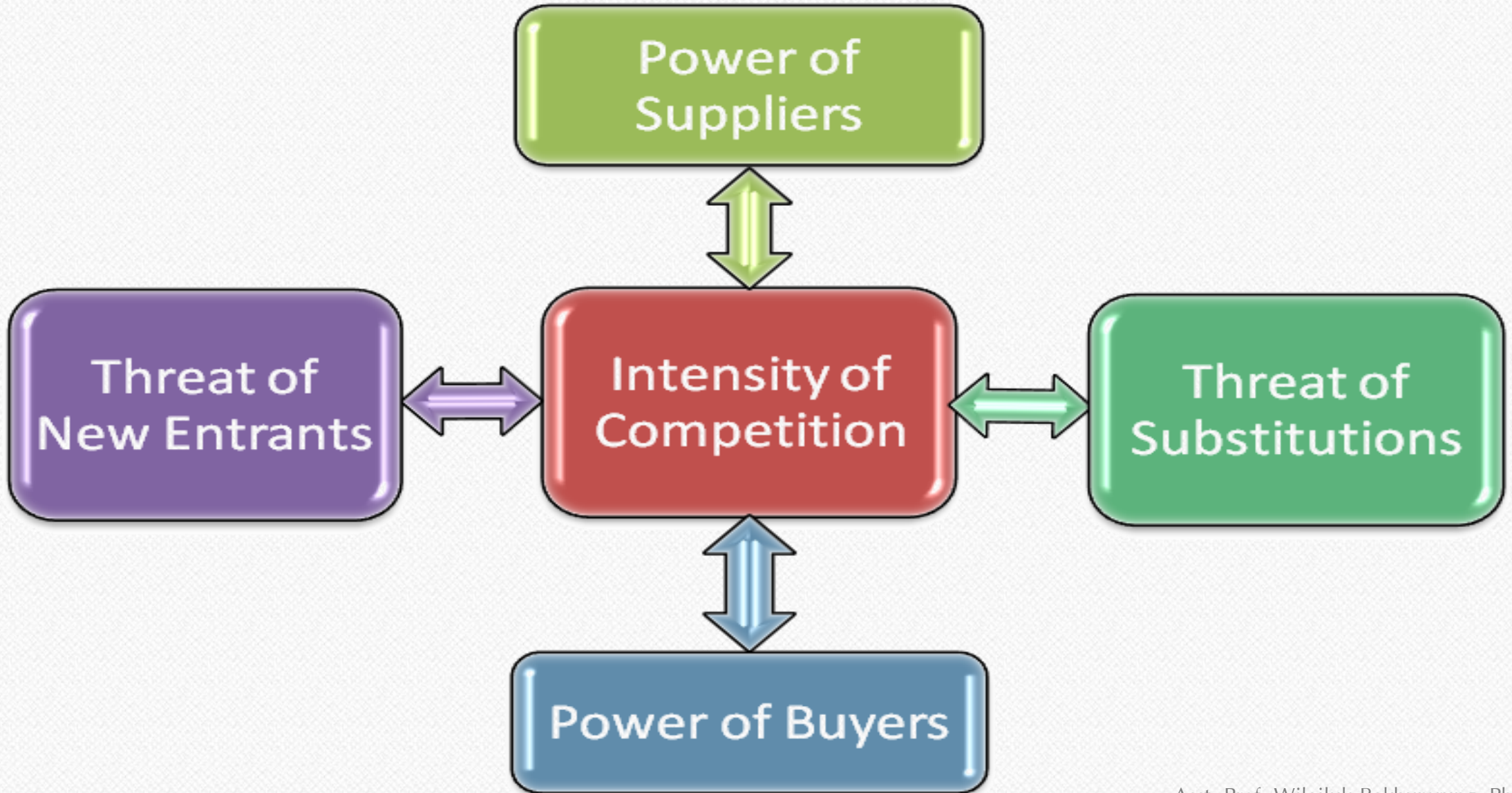
<b>SO</b> มีจุดแข็งและมีโอกาส	<b>WO</b> มีจุดอ่อนและมีโอกาส
<b>ST</b> มีจุดแข็งและมีอุปสรรค	<b>WT</b> มีจุดอ่อนและมีอุปสรรค

# FIVE FORCES MODEL

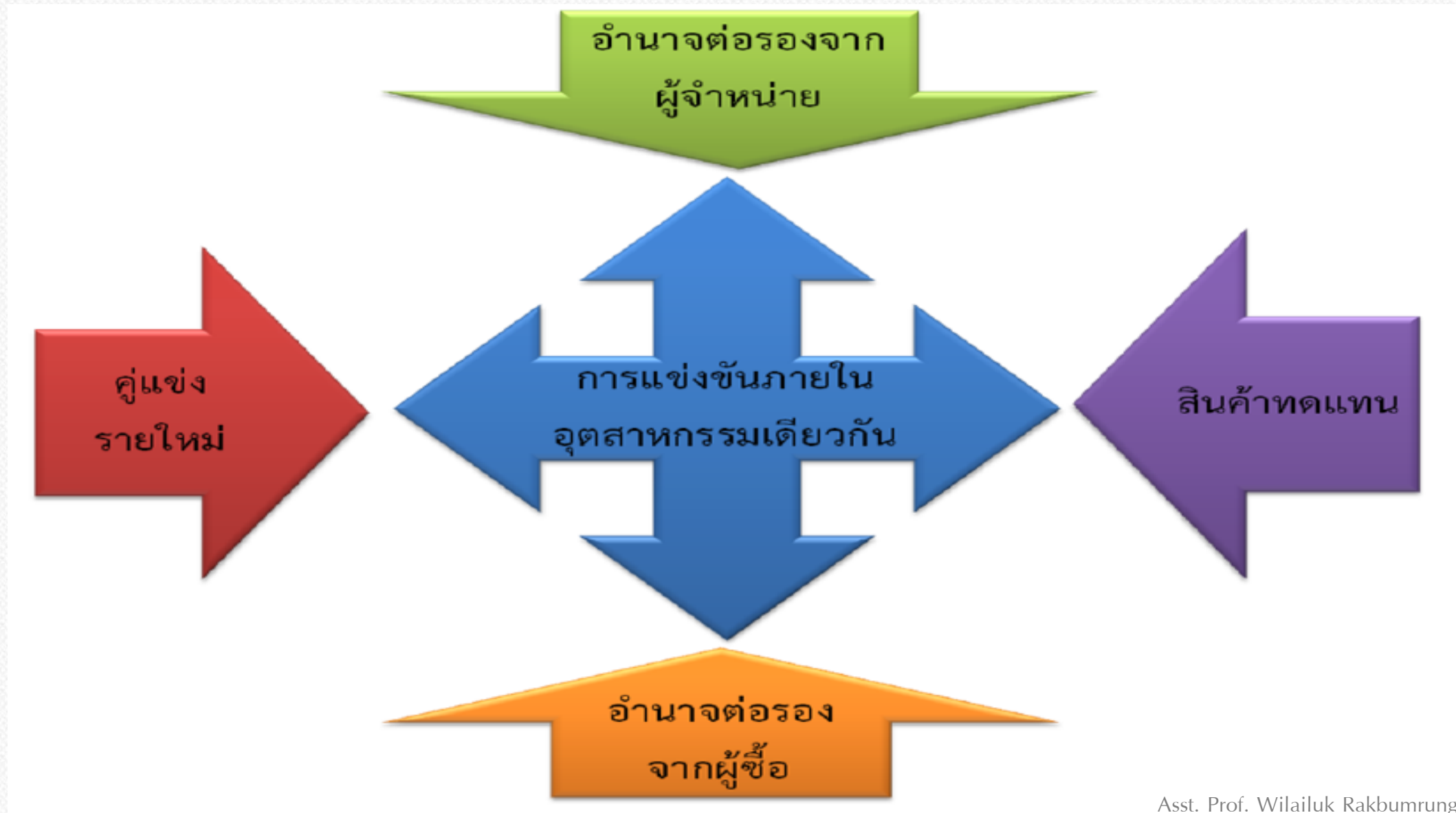


Michael E. Porter

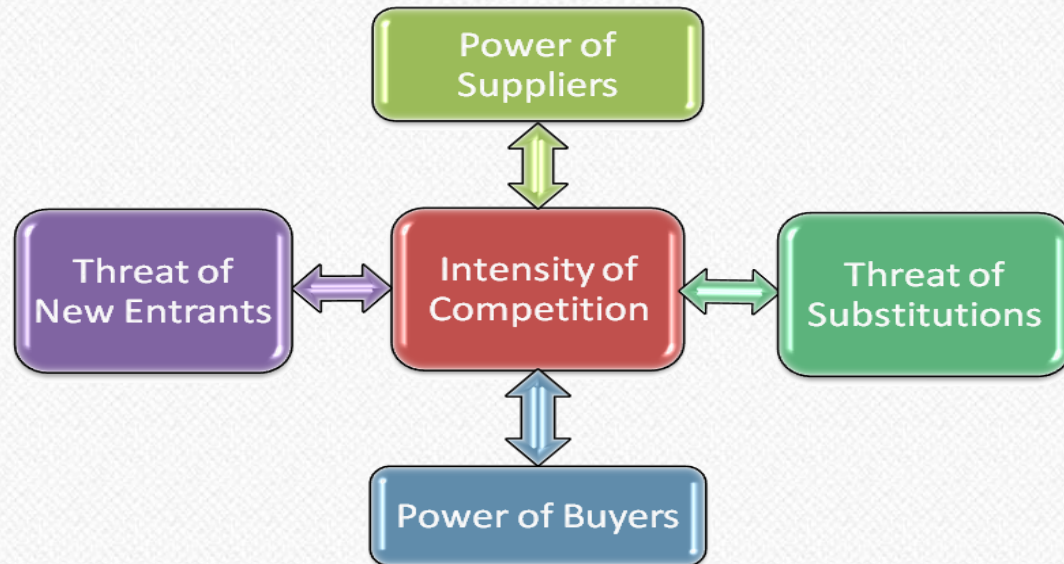
# FIVE FORCES MODEL



# FIVE FORCES MODEL



# FIVE FORCES MODEL



## FIVE FORCES MODEL

เพื่อนำมาใช้ในประเมิน  
สภาพแวดล้อมภายนอก  
ของธุรกิจ

# FIVE FORCES MODEL

## 1. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน



การวิเคราะห์เกี่ยวกับคู่แข่งทั้งหมดที่มีอยู่ในธุรกิจเดียวกัน

ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การวิเคราะห์ขนาดของคู่แข่ง - กำลังการผลิต เงินทุน  
ส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์ของคู่แข่ง รวมถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน

**ทั้งนี้เพราะกลไกการค้าเสรีในยุคโลกาภิวัตน์ที่มี**

**การเคลื่อนไหวทุนได้อย่างรวดเร็วอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันที่เป็นอยู่**

## การแข่งขันในอุตสาหกรรมที่เป็นอยู่ (Rivalry among existing firms)

ปัจจัย	อุปสรรค ----- โอกาส				
	1	2	3	4	5
1. การเติบโตของอุตสาหกรรม ต่ำ (1) ----- สูง (5)					
2. จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรม มาก (1) ----- น้อย (5)					
3. การแข่งขันในอุตสาหกรรม รุนแรง (1) ----- ไม่รุนแรง (5)					
4. ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในอุตสาหกรรม ไม่โดดเด่นและเฉพาะ (1) ----- โดดเด่นและเฉพาะ (5)					
5. ระดับการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนวัตถุดิบ เปลี่ยนแปลงมาก (1) ----- ไม่เปลี่ยนแปลง (5)					
คะแนนเฉลี่ย					

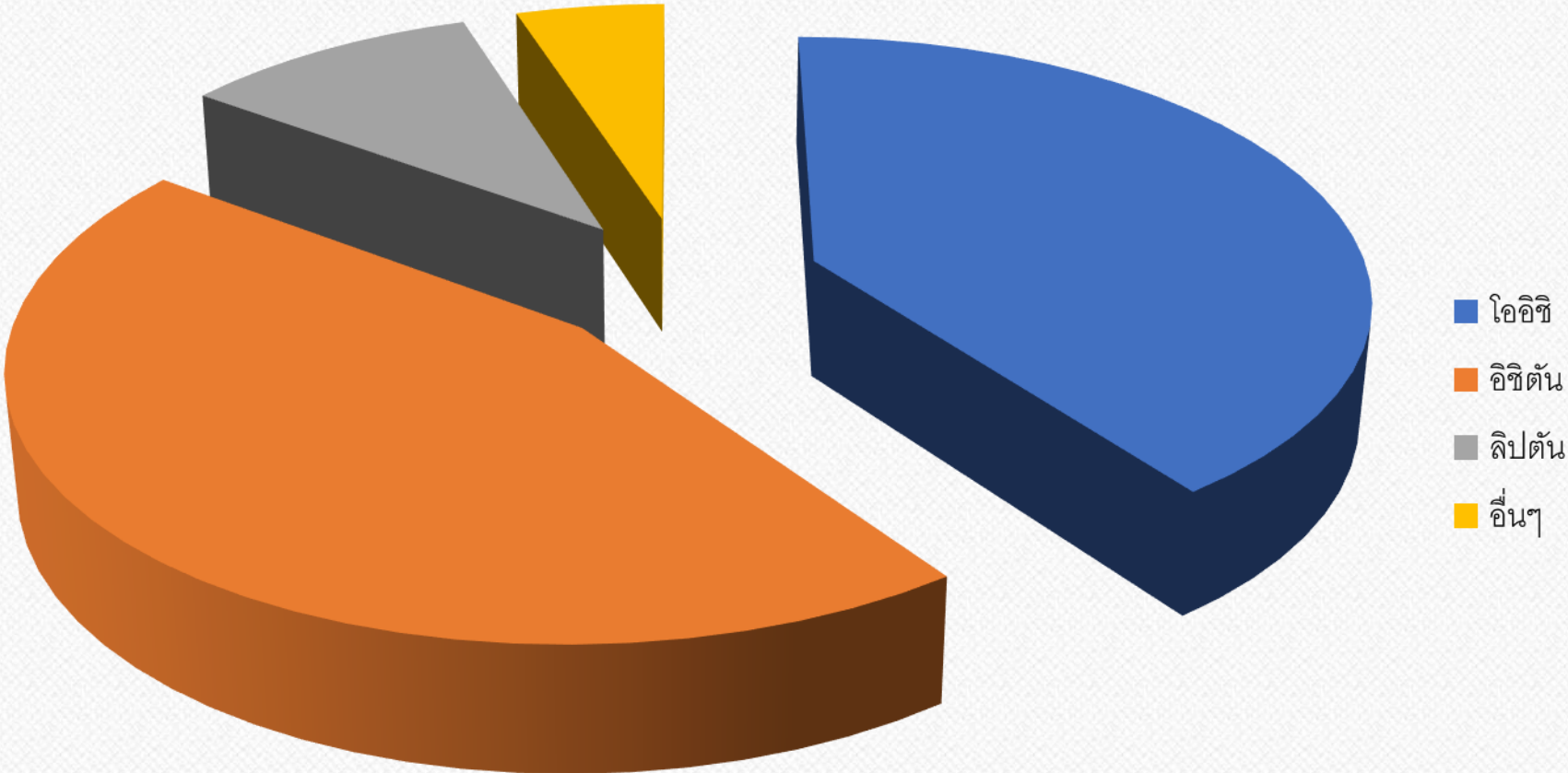
# FIVE FORCES MODEL

## 2. การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่



โดยการวิเคราะห์หาว่ามีความยากง่ายในการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่  
มากน้อยเพียงใด ถ้าการเข้ามาของ  
ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถทำได้ง่าย และสะดวกก็จะต้องทำให้บริษัทอาจ  
ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจได้ง่าย

# Sales



## ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threats of new entrants)

ปัจจัย	อุปสรรค ----- โอกาส				
	1	2	3	4	5
1. เงินลงทุนในการทำธุรกิจของคู่แข่งรายใหม่ ต่ำ (1) ----- สูง (5)					
2. มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการทำธุรกิจ น้อย (1) ----- มาก (5)					
3. คู่แข่งรายใหม่มีช่องทางการจัดจำหน่าย มาก (1) ----- น้อย (5)					
4. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในการผลิต/บริการในอุตสาหกรรม ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง (1) --- เปลี่ยนแปลงเร็ว (5)					
5. การผลิตผลิตภัณฑ์/บริการในอุตสาหกรรม ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาดการผลิต: Economy of Scale น้อย (1) ----- มาก (5)					
<b>คะแนนเฉลี่ย</b>					

# FIVE FORCES MODEL

## 3. การคุกคามของสินค้าหรือบริการที่ทดแทนกันได้



โดยการวิเคราะห์ว่าสินค้าและบริการที่บริษัทมีอยู่นั้น มีโอกาสหรือไม่ที่จะมีสินค้าและบริการอื่นเข้ามาทดแทนสินค้าและบริการเดิมของบริษัท ซึ่งอาจทำให้รายได้จากการขายสินค้าและบริการลดลง รวมถึงส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงในอนาคต

## ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threats of substitute products)

ปัจจัย	อุปสรรค ----- โอกาส				
	1	2	3	4	5
1. สินค้าทดแทนสามารถทดแทนผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ มาก (1) ----- น้อย (5)					
2. จำนวนสินค้าที่สามารถทดแทนสินค้า/บริการมี มาก (1) ----- น้อย (5)					
3. ผู้บริโภคให้การยอมรับสินค้าทดแทน ง่าย (1) ----- ยาก (5)					
4. สินค้า/บริการทดแทนมีความโดดเด่นด้านคุณภาพและ/หรือ ราคา มาก (1) ----- น้อย (5)					
5. ความซับซ้อนและการลอกเลียนแบบสินค้า/บริการ ทำได้ง่าย (1) ----- ทำได้ยาก (5)					
คะแนนเฉลี่ย					

# FIVE FORCES MODEL

## 4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ



โดยการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบอำนาจการต่อรองของผู้บริโภคว่ามีมากน้อยเพียงใด ถ้ามีการแข่งขันในทางธุรกิจสูงและผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทโดยเฉพาะในแง่ของรายได้ และส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง

## อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Buyers)

ปัจจัย	อุปสรรค ----- โอกาส				
	1	2	3	4	5
1. จำนวนลูกค้า น้อยราย (1) ----- มากราย (5)					
2. ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าต่อครั้ง สูง (1) ----- ต่ำ (5)					
3. ลูกค้าเป็นลูกค้า รายใหญ่ (1) ----- รายเล็ก (5)					
4. ลูกค้าให้ความสำคัญกับราคา มาก (1) ----- น้อย (5)					
5. ต้นทุนในการเปลี่ยนไปใช้สินค้าอื่นของลูกค้า ต่ำ (1) ----- สูง (5)					
คะแนนเฉลี่ย					

# FIVE FORCES MODEL

## 5. อำนาจต่อรองของผู้จำหน่าย



เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้ผลิตที่ขายวัตถุดิบต่าง ๆ ให้แก่บริษัทฯ โดยการวิเคราะห์การพึ่งพาจากผู้ผลิต ถ้าธุรกิจเราต้องมีการพึ่งพาผู้ผลิตรายหนึ่ง ๆ สูงก็就会有ความเสี่ยงของการประกอบธุรกิจมากขึ้น เพราะถ้าผู้ผลิตรายนั้นไม่สามารถส่งวัตถุดิบได้ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใด ก็จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของเราทันที

## อำนาจการต่อรองของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ (Suppliers)

ปัจจัย	อุปสรรค ----- โอกาส				
	1	2	3	4	5
1. มีผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจำนวน น้อย (1) ----- มาก (5)					
2. วัตถุดิบของผู้จัดจำหน่ายแต่ละรายมีความ แตกต่างกันสูง (1) ----- แตกต่างต่ำ (5)					
3. ผู้จัดจำหน่ายมี ขนาดใหญ่ (1) ----- ขนาดเล็ก (5)					
4. ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้จัดจำหน่าย/วัตถุดิบ สูง (1) ----- ต่ำ (5)					
5. ราคาวัตถุดิบมีความผันผวน สูง (1) ----- ต่ำ (5)					
คะแนนเฉลี่ย					

# Porter's five forces





# PEST analysis

# PEST

โอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจ เกิดจากสถานะ  
แวดล้อม กฎหมาย การเมือง ด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี  
(PEST) ซึ่งต้องคาดการณ์อนาคตว่าอะไรจะเกิด และถ้าเกิดจะมี  
ผลกระทบต่อกิจการอย่างไร และการวิเคราะห์การแข่งขันที่จะ  
ครอบคลุมถึงสถานะ การแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต





# ด้านกฎหมายและการเมืองการปกครอง

ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมืองการปกครอง ก่อให้เกิดโอกาสและอุปสรรคในการทำธุรกิจ ตัวแปรด้านนี้ ได้แก่

- 1.กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น กฎหมายแรงงาน  
กฎหมายสิ่งแวดล้อม กฎหมายลิขสิทธิ์
- 2.เสถียรภาพของรัฐบาล
- 3.ข้อกำหนดด้านมาตรฐานสากล
- 4.นโยบายการค้าเสรี



# ด้านเศรษฐกิจ

ตัวแปรด้านเศรษฐกิจที่มีผลก่อให้เกิดโอกาส และอุปสรรค  
การดำเนินงานของกิจการ ได้แก่

1. อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และโครงสร้างทางเศรษฐกิจ
2. อัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย
3. อัตราเงินเฟ้อ
4. รายได้ประชากร
5. อัตราค่าแรง
6. ระบบประมาณของรัฐด้านการลงทุน ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

# ด้านสังคม

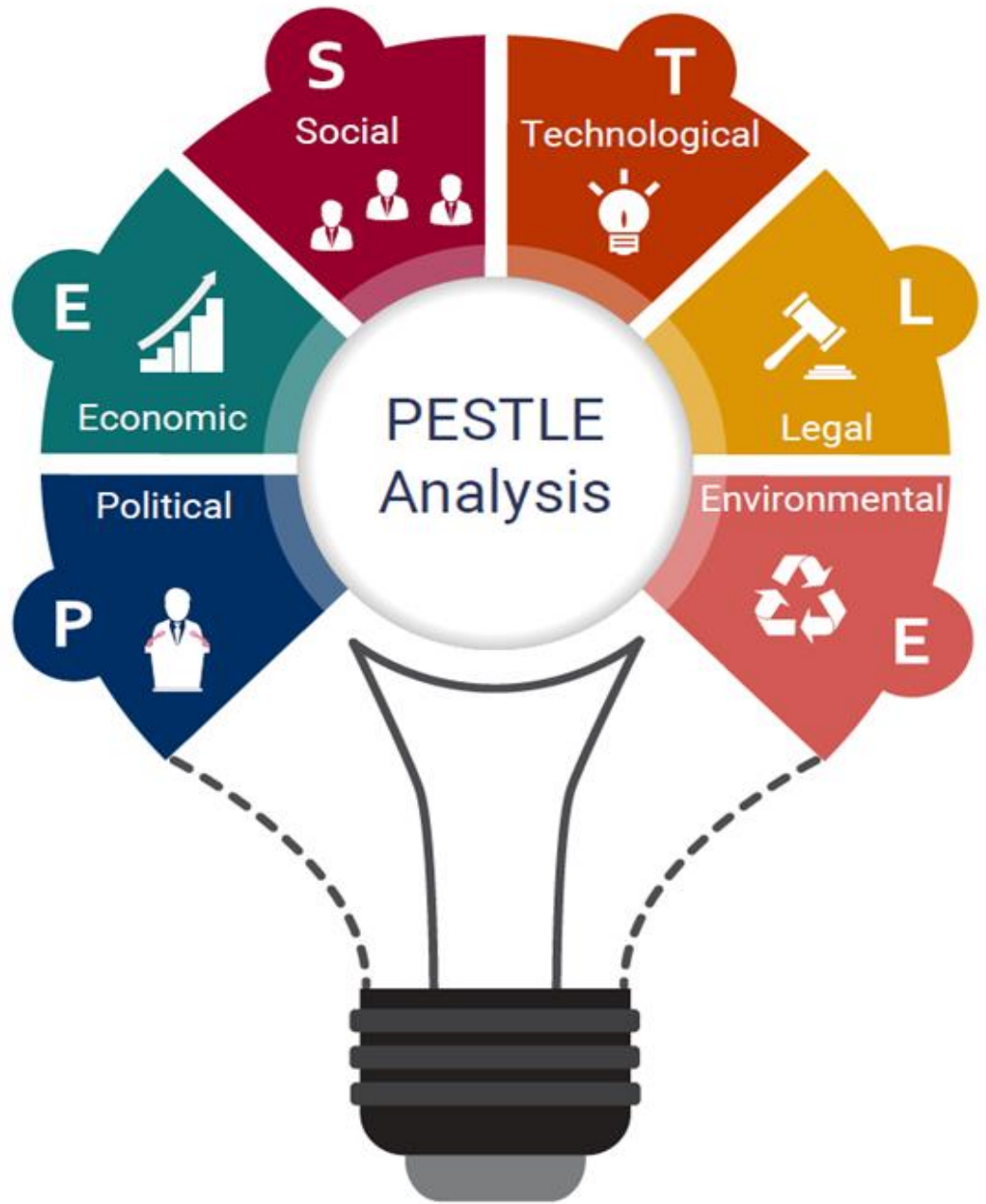
ตัวแปรด้านสังคมที่ก่อให้เกิดโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจได้แก่

- 1.จำนวนและอัตราการเจริญเติบโตของประชากร
- 2.ขนาดของครอบครัว
- 3.จำนวนกลุ่มอาชีพต่าง ๆ
- 4.การกระจายของอายุ
- 5.การศึกษาและฝึกอบรม
- 6.คุณภาพชีวิต

# ด้านเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี มีผลต่อธุรกิจทั้งทางด้านโอกาสและข้อจำกัด เช่น

1. ความก้าวหน้าด้านการสื่อสาร การขนส่ง
2. ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
3. การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
4. การถ่ายทอดเทคโนโลยี
5. E-Government



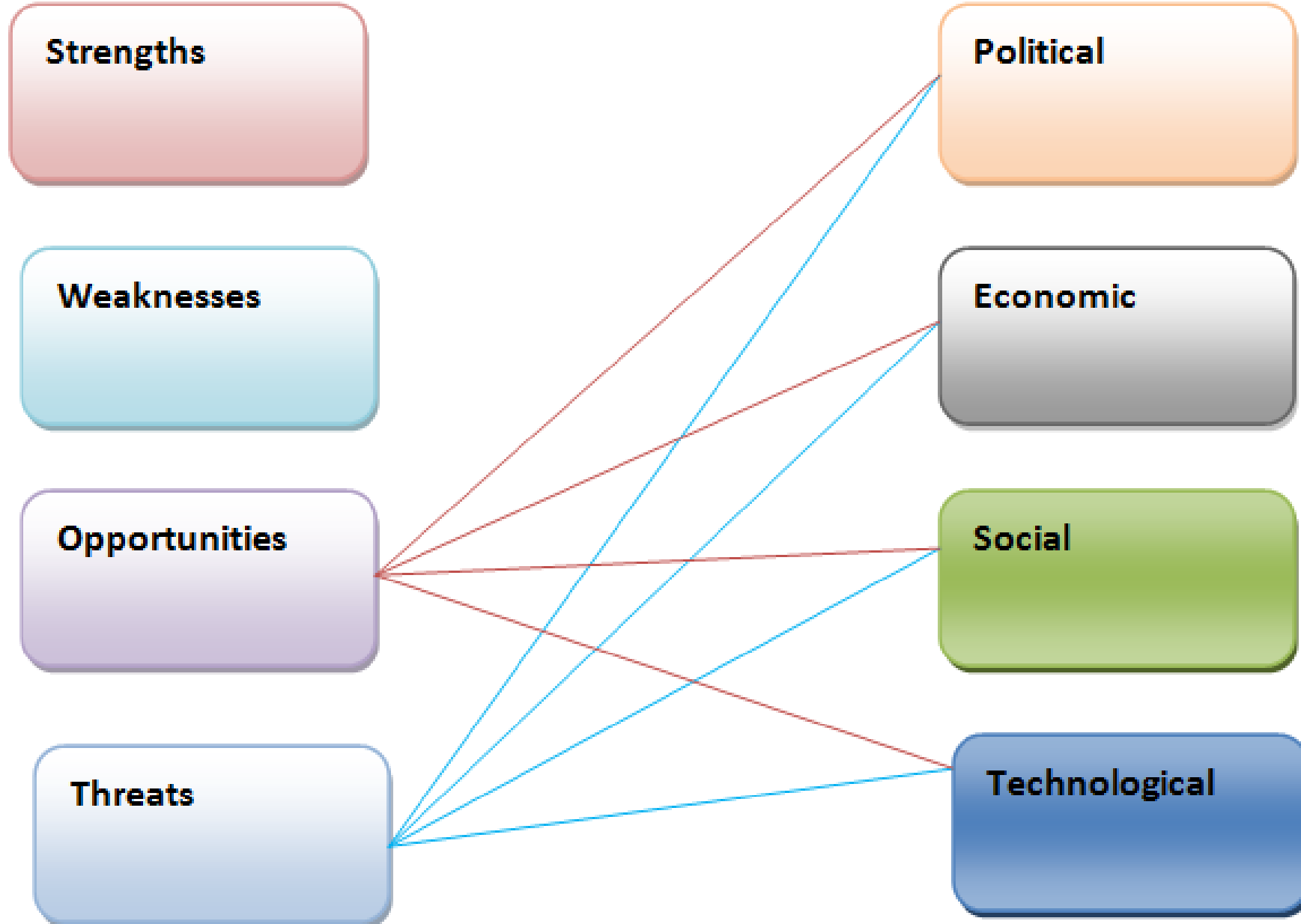
## What is a PESTLE analysis?

A PESTLE analysis is used to conduct a broad assessment of the key features of the external environment facing a business. It delves into six key factors affecting a company's operations: Political, Economic, Social, Technological, Legal, and Environmental.

# SWOT Analysis

vs.

# PEST Analysis

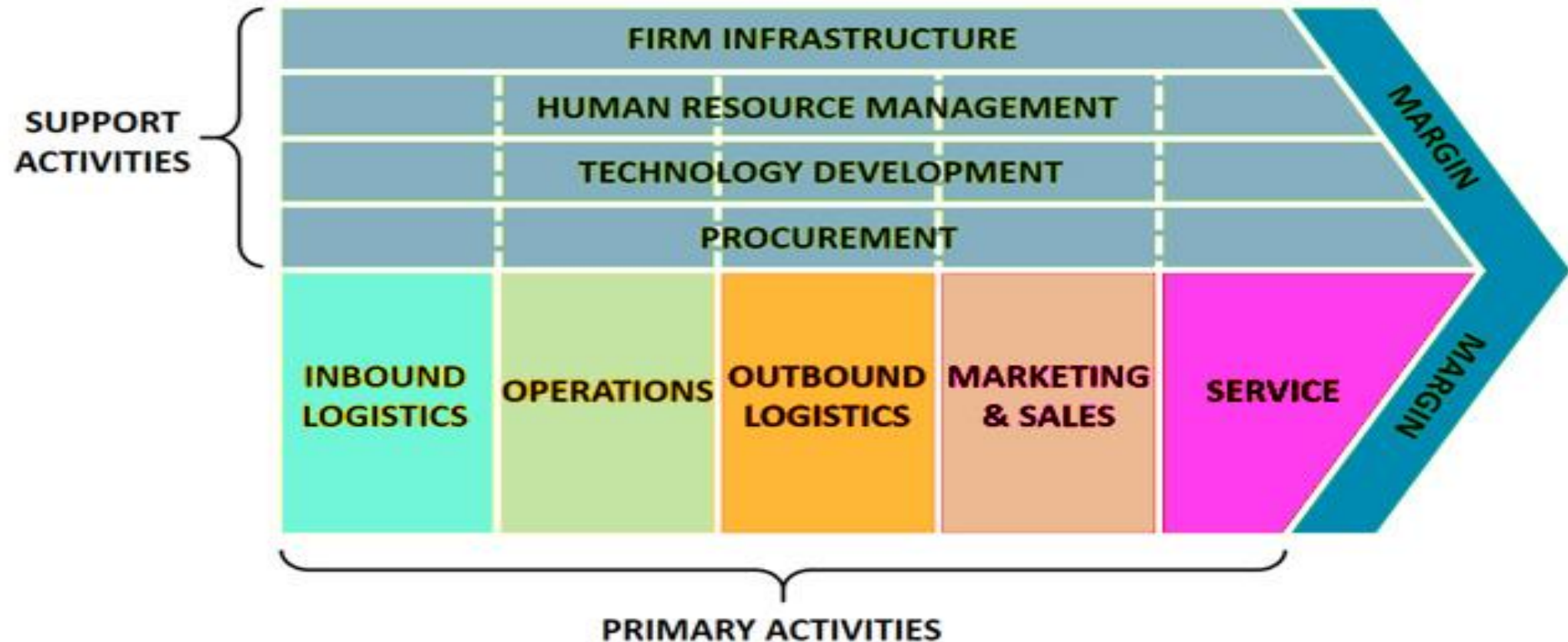




# Value Chain

การวิเคราะห์กระบวนการภายในองค์กร

## PORTER'S VALUE CHAIN MODEL





# Primary Activities

## กิจกรรมหลัก



### Inbound Logistic

ระบบการนำเข้า ได้แก่ ระบบการรับ การเก็บรักษา การตรวจสอบ การจัดส่ง ระบบคลังสินค้า การควบคุมสินค้า การคืนสินค้า



### Outbound Logistic

การกระจายสินค้า การรับคำสั่งซื้อ การวางแผนการจัดส่งและการขนส่ง



### Operations

การผลิต กระบวนการผลิต การบรรจุหีบห่อ การประกอบ การบำรุงรักษา การทดสอบ การควบคุมคุณภาพ การจัดการสิ่งแวดล้อม



### Marketing and Sales

การตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การวิจัยตลาด ผู้แทนจำหน่ายและการขาย



### Service

การบริการต่างๆ เช่น การติดตั้ง การซ่อมแซม การอบรม การรับคำร้องเรียน Call Center



# Supporting Activities

## กิจกรรมสนับสนุน



### procurement

การจัดซื้อวัตถุดิบ วัสดุ และสินทรัพย์



### Human Resource management

การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การสรรหา และคัดเลือก การประเมินผล การพัฒนา ระบบเงินเดือน ค่าจ้าง และพนักงานสัมพันธ์



### Technology Development

พัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ในกิจกรรมต่าง ๆ ใน Value Chain การทำวิจัยและการพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูล



### Firm Infrastructure

โครงสร้างต่าง ๆ ในองค์กร เช่น การจัดการด้านต่าง ๆ การวางแผนระบบต่าง ๆ ในองค์กร การจัดการด้านคุณภาพ ระบบการเงินและบัญชี เป็นต้น

# Workshop!



# SWOT Analysis

**S**

Strength



**W**

Weakness



**O**

Opportunity



**T**

Threat



<b>จุดแข็ง</b>	
<b>จุดอ่อน</b>	
<b>โอกาส</b>	
<b>อุปสรรค</b>	

	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
โอกาส (O)	SO	WO
อุปสรรค (T)	ST	WT



# การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและ ภายนอกของการตลาด

การตลาดพื้นฐาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รักบำรุง

[wilailuk.ra@ssru.ac.th](mailto:wilailuk.ra@ssru.ac.th)

---