

Level Up! เทคนิคการพัฒนา ทักษะการวิเคราะห์ SWOT ให้เจียบคม

ก้าวข้ามการวิเคราะห์แบบเดิม
สู่การวางกลยุทธ์ที่ใช้ได้จริง



ผู้สอน
ว่าที่รต.หญิงกฤษณา หอมเชย
(คุณครูเอ๋)

5 หลุมพรางที่ทำให้ SWOT ไม่เกิดประโยชน์



เขียนเป็นรายการยาวเกินไป:
ไม่มีเป้าหมายชัดเจน
ทำให้แยกไม่ออกว่าอะไรสำคัญ



ใช้คำกว้างเกินไป:
เช่น 'พนักงานเก่ง' (ควรระบุชัดๆ
เช่น 'ทีมมีทักษะดิจิทัลสูง')



มองข้ามจุดอ่อน:
ไม่กล้ายอมรับข้อบกพร่อง
ที่แท้จริงในองค์กร



ประเมินจุดแข็งสูงเกินไป:
ขาดการมองในมุมลูกค้า
คิดไปเองว่าดีกว่าคู่แข่ง



ละเลยปัจจัยมหภาค:
ล้มวิเคราะห์สภาพแวดล้อม
ภายนอกที่มีผลกระทบ
(PESTLE)

เทคนิคที่ 1: เจาะลึกปัจจัยภายใน (Internal Factors) จากความจริง

จุดแข็ง (Strengths)



🏆 เริ่มต้นที่ 'ความสำเร็จ' (Accomplishments)

- **แนวคิด:** ผลงานที่ผ่านมามีอะไรบ้าง? ลูกค้ารักเราเพราะอะไร?
- **ตัวอย่างที่จับต้องได้:** อัตราลูกค้าซื้อซ้ำสูงถึง 80% หรือมี NPS สูง

จุดอ่อน (Weaknesses)



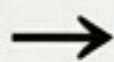
⚙️ เรียนรู้จาก 'ความผิดหวัง' (Disappointments)

- **แนวคิด:** อะไรที่ทำแล้วล้มเหลว? ลูกค้าบ่นเรื่องอะไรมากที่สุด?
- **ตัวอย่างที่จับต้องได้:** สินค้าส่งล่าช้าบ่อยครั้งในช่วงโปรโมชั่น หรือ ขาดพนักงาน QA

เทคนิคที่ 2: ใช้ 'สถิติ' ตัดปัจจัยที่ไม่สำคัญทิ้ง (SWOT Scoring)

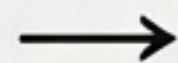
Step 1: ระดมสมอง (Brainstorm)

- ลิสต์ปัจจัยมาให้ได้มากที่สุด



Step 2: ให้คะแนนลับ (Blind Scoring)

- ให้คะแนนความสำคัญ 1 (น้อย) ถึง 5 (มาก)



Step 3: หาค่าเฉลี่ย (Calculate Mean)

- จัดลำดับความสำคัญ



เทคนิคที่ 3: สแกนปัจจัยภายนอกด้วย PESTLE

โอกาสและอุปสรรคไม่ได้ลอยมาจากอากาศ ใช้กรอบ PESTLE เป็นเรดาร์นำทาง



ยกระดับจากแค่ ‘วิเคราะห์’ สู่การ ‘ลงมือทำ’



การทำ SWOT แบบเดิมมักจบแค่การเป็น Static Document (ได้แค่ลิสต์ข้อมูล)

ขาดการเชื่อมโยง ทำให้ไม่รู้ว่าต้องทำอะไรต่อ

นักการตลาดตัวจริงต้องนำข้อมูลมา
‘สร้างกลยุทธ์’
(Strategy Generation)

ใช้เครื่องมือขั้นกว่าที่เรียกว่า
TOWS Matrix!

TOWS Matrix: การสร้างกลยุทธ์ 4 มิติ

**SO Strategy
(Maxi-Maxi):**

เชิงรุก 🚀

(ใช้จุดแข็ง + คว้ำโอกาส)
-> เติบโตและขยายตลาด

**ST Strategy
(Maxi-Mini):**

เชิงป้องกัน 🛡️

(ใช้จุดแข็ง + รับมืออุปสรรค)
-> ป้องกันความเสี่ยง



WO Strategy

(Mini-Maxi): เชิงแก้ไข 🛠️

(ลดจุดอ่อน + เกาะกระแสโอกาส)
-> พัฒนาและปรับตัว


WT Strategy

(Mini-Mini): เชิงรับ 🛑


(ลดจุดอ่อน + หลีกเสี่ยงอุปสรรค)
-> เอาตัวรอด

เจาะลึก TOWS: ฝั่งขยายตลาดและพัฒนา (Opportunities Focus)



 **เป้าหมาย:** เติบโตแบบก้าวกระโดด
สมการ: จุดแข็ง (S) + โอกาส (O)

ตัวอย่าง: แรนด์สินค้ามีชื่อเสียง (S) + เทรนด์ช้อปปิ้งออนไลน์เติบโต (O)
= ลุยสร้างแคมเปญ Viral Marketing และช่องทางสั่งซื้อผ่าน TikTok

 **เป้าหมาย:** พลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส
สมการ: จุดอ่อน (W) + โอกาส (O)

ตัวอย่าง: ร้านเพิ่งเปิดคนไม่ค่อยรู้จัก (W) + แอป Delivery กำลังมาแรง (O)
= ทำโปรโมชั่นส่งฟรีผ่านแอปเพื่อดึงฐานลูกค้าใหม่ให้ทดลองชิม

เจาะลึก TOWS: ฝั่งตั้งรับและเอาตัวรอด (Threats Focus)



🛡️ เป้าหมาย: ใช้จุดแข็งเป็นโล่กำบัง
สมการ: จุดแข็ง (S) + อุปสรรค (T)

ตัวอย่าง: องค์กรมีเงินทุนหนา (S) + คู่แข่งหน้าใหม่เปิดสงครามตัดราคา (T)
= ใช้เงินทุนพัฒนานวัตกรรมหนีคู่แข่ง สร้างมูลค่าเพิ่ม ไม่ลงไปแข่งสงครามราคา



🚫 เป้าหมาย: ลดความเสี่ยงสูงสุดและพายุธุรกิจ
สมการ: จุดอ่อน (W) + อุปสรรค (T)

ตัวอย่าง: ขาดทักษะด้านดิจิทัล (W) + พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปซื้อออนไลน์ (T)
= เน้นรักษากลุ่มลูกค้าเดิมผ่านช่องทางออฟไลน์ (CRM) พร้อมส่งพนักงานไปอบรมด่วน

Case Study: การประยุกต์ใช้ในธุรกิจ SMEs (Absolut Chocolat)

ปัญหาเดิม:

- ยอดขายไม่แน่นอน
- ลูกค้าไม่ซื้อซ้ำ
- ตามกบ่งยสท
- ขาดความภักดีต่อแบรนด์



TOWS Application:

จุดแข็ง (S):
แบรนด์มีชื่อเสียง มีฟรีเชนเตอร์

+

โอกาส (O): ผู้บริโภคชอบทำกิจกรรม
แปลกใหม่ แซร์โซเซียล



The Result (SO Strategy):

สร้างแคมเปญ
“เค้กที่ผู้บริโภคแต่งหน้าเอง
(DIY Cake Kit)”

บทสรุป: จากแค่การรู้จุดแข็ง กลายเป็นการสร้าง
Product ใหม่ที่ตื่นเต้นใจและแก้ปัญหายอดขายได้จริง!

นำวิชาการตลาดมาอัปสกิลตัวเอง! (Personal SWOT)



[S] **จุดแข็ง:** ทักษะอะไรที่เราโดดเด่นกว่าเพื่อน?
(เช่น ตัดต่อคลิปวิดีโอเก่ง, ทำกราฟิกสวย)



[W] **จุดอ่อน:** วิชาไหน หรือทักษะอะไรที่ยังตามไม่ทัน?
(เช่น อ่อนภาษาอังกฤษ, ไม่ถนัดวิเคราะห์ตัวเลข)



[O] **โอกาส:** เทรนด์ตลาดแรงงานกำลังต้องการอะไร?
(สายงาน Digital Marketing เติบโตสูงมาก)



[T] **อุปสรรค:** คู่แข่งแย่งงานเยอะ
หรือมี AI มาทำงานพื้นฐานแทน?




SO Strategy: นำทักษะกราฟิก (S) + เทรนด์โซเชียลมีเดีย (O)
= เริ่มสร้างพอร์ตโฟลิโอรับงานฟรีแลนซ์ตั้งแต่วัยเรียน ปวส.!


สุดยอดเครื่องมือ (Tools) ช่วยวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ปี 2025



🧠 ClickUp / MyMap.AI:
ใช้พลัง AI ช่วยดึงข้อมูล
ถึง Insights จากเอกสาร
และช่วยระดมความคิดหา
S-W-O-T ได้อย่างรวดเร็ว



🎨 Canva / Visme:
มีเทมเพลต 3D และกราฟิก
สำเร็จรูป ช่วยแปลงข้อมูล
SWOT ที่น่าเบื่อให้เป็น
พรีเซนเทชันระดับมืออาชีพ



🤝 Creately / Lucidchart:
เหมาะสำหรับการทำงานกลุ่ม (Real-time Collaboration)
วางแผนกลยุทธ์ร่วมกับเพื่อนร่วมทีมได้ทุกที่

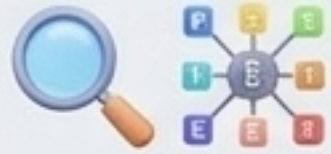


ข้อควรระวัง: AI เป็นเพียงผู้ช่วยวิเคราะห์ ฐานข้อมูลที่ดีที่สุดมาจากความเข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริงของนักการตลาด!

วัฏจักรของการวางกลยุทธ์ (Continuous Strategy Cycle)

1. วิเคราะห์ (Analyze)

ใช้ความจริงประเมิณ S/W
และใช้กรอบ PESTLE
สแกน O/T



3. สร้างกลยุทธ์ (Strategize)

จับคู่ปัจจัยผ่าน TOWS Matrix เพื่อหา
Action Plan (SO, WO, ST, WT)



4. ประเมินซ้ำ (Monitor)

ติดตามด้วย KPIs ตลาดเปลี่ยน
คู่แข่งเปลี่ยน ต้องกลับไปอัปเดต
SWOT เสมอ



2. คัดกรอง (Score)

ใช้หลักสถิติ (คะแนนเฉลี่ย)
ตัดปัจจัยรบกวนที่ไม่สำคัญทิ้ง



ก้าวสู่การเป็นนักการตลาดมือโปร 📈 (The Strategist's Playbook)



SWOT ไม่ใช่แค่การจดลิสต์: ต้องสะท้อนความจริง
พิสูจน์ได้ และมีสิทธิรองรับการตัดสินใจ



คิดข้ามขีดจำกัดด้วย TOWS Matrix: เปลี่ยนจากข้อมูลต่างๆ
ให้กลายเป็นแผนการลงมือทำจริง (Action Plan)



กลยุทธ์ที่ดีต้องยืดหยุ่น: ปรับตัวตามเครื่องมือใหม่ๆ
และเทรนด์ของโลกอยู่เสมอ



เริ่มที่ตัวเองตั้งแต่ววันนี้: ฝึกใช้ Personal SWOT
พัฒนาศักยภาพก่อนก้าวสู่โลกการทำงานจริง!

ขอให้สนุกกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ!