

ความรู้การตลาดเบื้องต้น สำหรับธุรกิจชุมชน

ตอนที่ 3 : การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

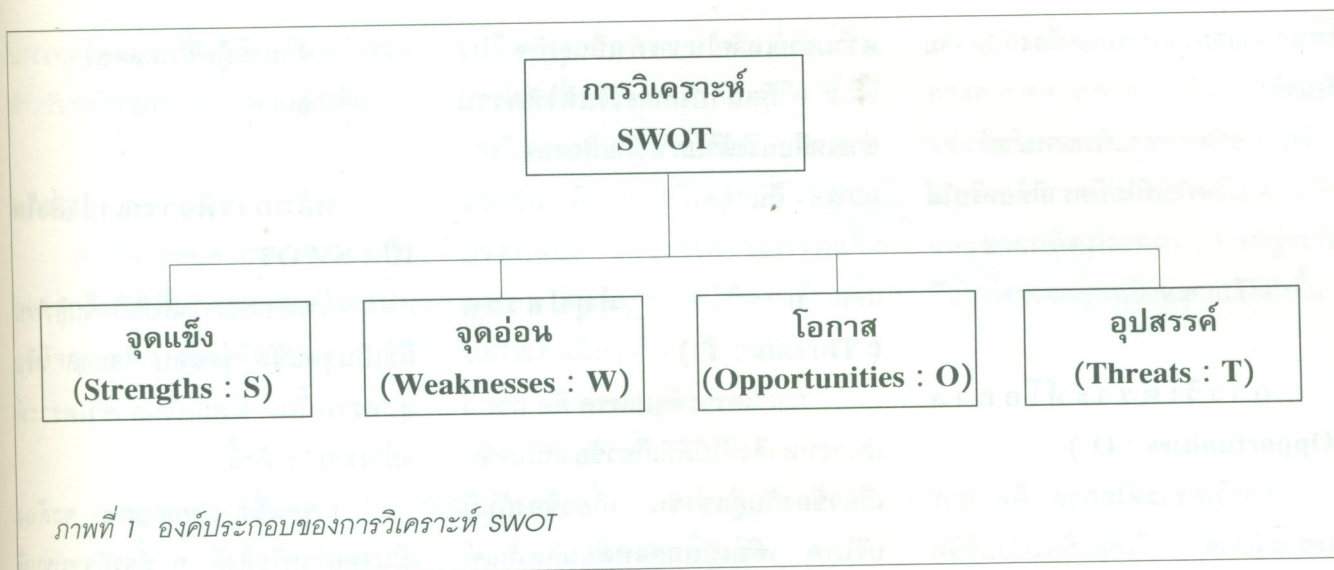
หลังจากที่ธุรกิจชุมชนได้วิเคราะห์ถึงความต้องการของตลาดเป้าหมายเรียบร้อยแล้ว ก็จะทำให้ธุรกิจชุมชนมองเห็นโอกาสทางการตลาดที่จะผลิตและขายผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายนั้นได้ แต่อย่างไรก็ตามโอกาสทางการตลาดของธุรกิจชุมชนจะมีมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับความได้เปรียบที่ธุรกิจชุมชนนั้น ๆ มีอยู่ ซึ่ง ฌรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542 : 100) กล่าวว่า “ตัวบ่งชี้ความได้เปรียบคือ ความรู้ ความชำนาญในการผลิตองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมากกว่าหรือดีกว่าที่อื่น ๆ ” จากตัวบ่งชี้ดังกล่าวจะเห็นได้ว่าธุรกิจชุมชนจะมีโอกาสทางการตลาดมากน้อยแค่ไหน ขึ้นอยู่กับความได้เปรียบที่ธุรกิจชุมชนมีมากกว่าหรือดีกว่าธุรกิจชุมชนที่อื่น ๆ โดยการวิเคราะห์หาความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นธุรกิจชุมชนจะต้องวิเคราะห์ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง รวมทั้งวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นในการทำธุรกิจของชุมชน เพื่อจะได้ทราบว่ามีความได้เปรียบทางการแข่งขันมากกว่าคู่แข่งในตลาดมากน้อยแค่ไหน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

“ความได้เปรียบทางการแข่งขัน” หมายถึง “ข้อได้เปรียบที่ธุรกิจหนึ่งมีมากกว่าอีกธุรกิจหนึ่ง ซึ่งข้อได้เปรียบนั้นมีประโยชน์หรือคุณค่าต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย” (Best, 2000 : 365)

จากความหมายดังกล่าวทำให้ธุรกิจชุมชนต้องพยายามวิเคราะห์หาความได้เปรียบของตนเองที่ความได้เปรียบนั้นก่อให้เกิดประโยชน์หรือสร้างคุณค่าต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดีกว่าธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่ง ซึ่งวิธีการวิเคราะห์หาความได้เปรียบทางการแข่งขันที่สามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วคือ การวิเคราะห์ที่เรียกกันทั่วไปว่า “การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) ประกอบด้วยการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats)” (Peter and Donnelly, 2000 : 243) หรือสรุปได้ดังภาพที่ 1

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths : S)

การวิเคราะห์จุดแข็ง คือ การวิเคราะห์ถึงจุดเด่นหรือสิ่งดี ๆ ที่ธุรกิจชุมชนมีอยู่ โดยจุดเด่นหรือสิ่งดีนั้นอาจจะมาจากตัวผลิตภัณฑ์หรือลักษณะของธุรกิจชุมชนก็ได้ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์และธุรกิจชุมชนสามารถควบคุมได้ ยกตัวอย่างเช่น

- มีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบได้ในราคาที่ถูก
- มีความรู้ความสามารถหรือมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ดีกว่าชุมชนอื่น ๆ
- มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจนั้น ๆ
- มีสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดี
- มีต้นทุนในการผลิตต่ำ
- มีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
- ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย
- ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
- ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่น่าดึงดูดใจ
- ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่า
- มีบรรจุภัณฑ์ที่น่าดึงดูดใจ

- มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ
- มีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอ
- มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้
- ผลิตภัณฑ์มีมานานเป็นที่รู้จักของตลาดเป้าหมาย
- มีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนกลางที่นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย
- มีการวางแผนการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ
- ตราผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักแพร่หลาย
- สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับลูกค้าเป้าหมาย
- มีการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ
- อื่น ๆ

การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses : W)

การวิเคราะห์จุดอ่อน คือ การวิเคราะห์ถึงข้อบกพร่องหรือสิ่งไม่ดีที่ธุรกิจชุมชนมีอยู่ โดยข้อบกพร่องหรือสิ่งไม่ดีนั้นอาจจะมาจากตัวผลิตภัณฑ์หรือลักษณะของธุรกิจชุมชนก็ได้ ซึ่งมีผล

กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของชุมชน เป็นสิ่งที่ธุรกิจชุมชนจะต้องพยายามแก้ไขให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ยกตัวอย่างเช่น

- ขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต
- ขาดประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจนั้น ๆ
- มีสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายแคบ
- ต้นทุนในการผลิตสูง
- ขาดความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
- ผลิตภัณฑ์ไม่มีความหลากหลาย
- ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน
- ผลิตภัณฑ์ไม่น่าดึงดูดใจ
- ผลิตภัณฑ์มีราคาแพง
- บรรจุภัณฑ์ไม่น่าดึงดูดใจ
- ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์
- ขาดเงินทุนหมุนเวียน
- ขาดแคลนเทคโนโลยีและบุคลากร
- ขาดนโยบายในการดำเนินธุรกิจ
- ภาพพจน์ผลิตภัณฑ์ไม่ดี
- ขาดการโฆษณา

- กลยุทธ์ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง

- ขาดการส่งเสริมการขาย
- ผลิตภัณฑ์ไม่มีตราหือหรือไม่

เป็นที่รู้จัก

- อื่น ๆ

การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities : O)

การวิเคราะห์โอกาส คือ การวิเคราะห์สิ่งดี ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง เกี่ยวข้องกับบริโภค หรือที่เป็นผลดีต่อผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยโอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสถือเป็นปัจจัยภายนอกที่ธุรกิจชุมชนไม่สามารถควบคุมได้ แต่จุดแข็งถือเป็นปัจจัยภายในที่ธุรกิจชุมชนสามารถควบคุมได้ โอกาสดีที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ยกตัวอย่างเช่น

- ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์

- ธุรกิจชุมชนอื่นที่เป็นคู่แข่งขนาดเล็กกิจการ

- มาตรการการส่งเสริมจากรัฐบาล เช่น นโยบายพักชำระหนี้ นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นโยบายกองทุนหมู่บ้านละ 1 ล้านบาท เป็นต้น

- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลดลง

- ผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์มากขึ้น

- ตลาดเป้าหมายมีรายได้เพิ่มขึ้น

- ธุรกิจชุมชนอื่นที่เป็นคู่แข่งประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ

- มีเทคโนโลยีหรือความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ

- จำนวนผู้บริโภคมีเพิ่มมากขึ้น

- มีหน่วยงานหรือสถาบันที่ให้

ความช่วยเหลือในการดำเนินธุรกิจ

- มีสถาบันการเงินที่ให้ความ

ช่วยเหลือทางการเงินเพียงพอ

- อื่น ๆ

การวิเคราะห์อุปสรรค (Threats : T)

การวิเคราะห์อุปสรรค คือ การวิเคราะห์หาสิ่งที่ไม่ดีที่เกี่ยวข้องกับบริษัท เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค หรือเป็นผลลบต่อผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยอุปสรรคแตกต่างจากจุดอ่อนตรงที่อุปสรรคถือเป็นปัจจัยภายนอกที่ธุรกิจชุมชนไม่สามารถควบคุมได้ ส่วนจุดอ่อนถือเป็นปัจจัยภายในที่ธุรกิจชุมชนสามารถควบคุมได้ แต่ทั้งสองอย่างนี้ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของชุมชน ดังนั้นธุรกิจชุมชนจะต้องหาหนทางที่จะขจัดหรือหลีกเลี่ยงอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นเพื่อให้เกิดผลกระทบกับการดำเนินธุรกิจน้อยที่สุด ซึ่งอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ยกตัวอย่างเช่น

- มีการแข่งขันภายในตลาดสูง

- มีคู่แข่งรายใหม่ ๆ เข้ามาในตลาด

- มีผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดแทนผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชนได้

- มีของปลอมหรือของลอกเลียนแบบขายในตลาด

- ขาดแคลนแรงงานในการทำธุรกิจประเภทนั้น ๆ

- ระบบการขนส่งไม่ดีพอ

- มีกฎหมายหรือระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ

- พฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเปลี่ยนไป

- ภาวะเศรษฐกิจถดถอย

- จำนวนผู้บริโภคลดลง

- อื่น ๆ

หลักการพิจารณาว่าสิ่งใดเป็น SWOT

การพิจารณาว่าสิ่งที่เกิดขึ้นสิ่งไหนถือเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส หรืออุปสรรคนั้น มีหลักในการวิเคราะห์อย่างง่าย ๆ ดังนี้

1. จุดแข็ง (Strengths) จะต้องเป็นจุดเด่นหรือสิ่งดี ๆ ที่ธุรกิจชุมชนมีอยู่ โดยจุดเด่นหรือ สิ่งดีนั้นอาจจะมาจากตัวผลิตภัณฑ์หรือลักษณะของธุรกิจชุมชนก็ได้ เช่น คุณภาพดี ตราหือเป็นที่รู้จัก มีให้เลือกหลากหลาย ราคาถูก เป็นต้น

2. จุดอ่อน (Weaknesses) จะต้องเป็นข้อบกพร่องหรือสิ่งไม่ดีที่ธุรกิจชุมชนมีอยู่ โดยข้อบกพร่องหรือสิ่งไม่ดีนั้นอาจจะมาจากตัวผลิตภัณฑ์หรือลักษณะของธุรกิจชุมชนก็ได้ เช่น รูปแบบไม่สวย น้ำหนักมาก ราคาแพง มีให้เลือกน้อย เป็นต้น

3. โอกาส (Opportunities) จะต้องเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับบริษัท เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคในทางที่ดี เป็นผลบวกต่อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน เช่น ถ้าบอกว่า "ถนนเส้นนี้ผู้บริโภคสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก" ถือว่าเป็นโอกาส แต่ถ้าบอกว่า "ธุรกิจชุมชนของเราตั้งอยู่ใกล้กับลูกค้าเป้าหมาย" แบบนี้ถือว่าเป็นจุดแข็ง เป็นต้น

4. อุปสรรค (Threats) จะต้องเป็นสิ่งที่เป็ผลลบหรือสิ่งที่ไม่ดีต่อบริษัท ต่อคู่แข่ง และต่อผู้บริโภค เช่น การเปิดเสรีทางการค้า ทำให้มีธุรกิจจากต่างประเทศนำผลิตภัณฑ์เข้ามาขายใน

ประเทศไทยมากขึ้น ถือเป็นอุปสรรค
สำหรับธุรกิจชุมชนของไทย เป็นต้น

บทสรุป

การที่จะตอบสนองความต้องการ
ของลูกค้าได้ดีมากน้อยแค่ไหนนั้น
ธุรกิจชุมชนจะต้องค้นหาความได้

เปรียบทางการแข่งขันที่จะเป็น
ประโยชน์สำหรับการดำเนินธุรกิจ ซึ่งวิธี
การวิเคราะห์หาความได้เปรียบทางการ
แข่งขัน คือ การวิเคราะห์ SWOT
ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดแข็ง
จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่เกิดขึ้น
ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อจะได้ใช้ความ

ได้เปรียบนั้นมากำหนดเป็นกลยุทธ์
ทางการตลาดสำหรับใช้แข่งขันกับคู่แข่ง
แข่งขันในตลาด รวมทั้งช่วยสร้าง
โอกาสทางการตลาดให้ธุรกิจชุมชนผลิต
และขายผลิตภัณฑ์ตอบสนองความ
ต้องการของตลาดเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

* * * * *

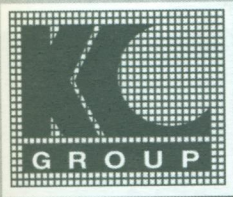
เอกสารอ้างอิง

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. 2542. ธุรกิจชุมชน เส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

Best, Roger J.. 2000. Market-Based Management. 2nd Edition. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, Inc..

Peter, J. Paul and James H. Donnelly, Jr..2000. A Preface to Marketing Management. 8th Edition.

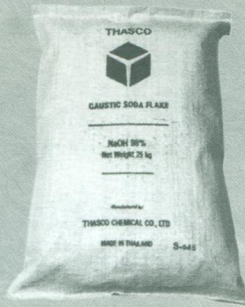
NewYork : McGraw - Hill, Inc..



บริษัท คูสวัสดี เคมีเคิลกรุป จำกัด

(ตรงข้ามคณะเภสัชฯ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) 195 ถ.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

- ผู้จัดจำหน่าย เคมีภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรม
- เคมีภัณฑ์สำหรับการบำบัดน้ำ
- เคมีภัณฑ์สำหรับการผลิตน้ำประปา, น้ำดื่ม
- SOLVENT ต่างๆ
- ให้บริการสำรวจเคมีภัณฑ์ต่างๆ
ตามความต้องการของท่าน



- โซดาไฟเกล็ด 98%
- เกลืออุตสาหกรรม 97.5%
- คลอรีนน้ำ 10%
- คลอรีนผง
- กรดเกลือ 35%
- กรดกำมะถัน 98%
- เกลือบริสุทธิ 99.9%
- โซดาไฟน้ำ 50%

โทร. 053-277627, 278626