

# การวิเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนา จังหวัด กลุ่มจังหวัดรูปแบบใหม่

รศ.ดร.พลุ เดชะรินทร์  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประเด็นของการกำหนดกลยุทธ์ โครงการในปัจจุบัน

- กรอบยุทธศาสตร์เป็นภาพกว้าง
- ความท้าทายในการคิดกลยุทธ์และโครงการให้แตกต่าง และ สามารถตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ในภาพรวม
- ทำอย่างไรถึงจะสามารถ “คิดให้แตกต่าง”??

จากยุทธศาสตร์ Food  
Valley และ การท่องเที่ยว  
จะคิดกลยุทธ์หรือ  
โครงการอย่างไร?

วิธี หรือ แนวทางในการคิด  
รูปแบบใหม่ เพื่อให้ได้  
กลยุทธ์ หรือ โครงการ

# Creative

# Innovative

5

**Innovation = creating  
something new and useful**

6

## Innovation Myths

**Innovation = From  
within the Org**

7

**Collaborative Innovation  
or  
Open Innovation**

**Crowd Sourcing**

8

# Innovation Myths

# Innovators are born not made

9

# Innovator's DNA

(from an article in HBR, Dec 09)

Associating

Questioning

Observing

Experimenting

Networking

10

**Demand Management**

**Demand Creation**

11

**Customer Group**

**Non-Customer**

12

**อดีต Wishful Thinking**

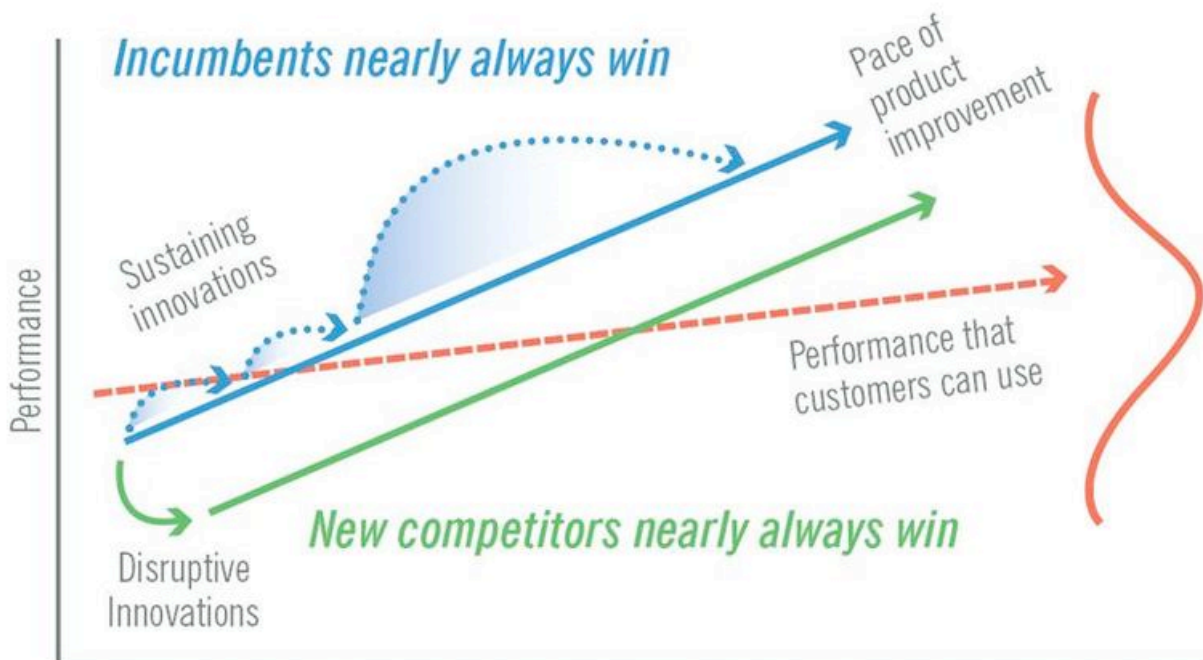
**Disruptive Innovation**

**Blue Ocean Strategy**

**Business Model  
Innovation**

**Disruptive innovation**, a term of art coined by Clayton Christensen, describes a process by which a product or service takes root initially in simple applications at the bottom of a market and then relentlessly moves ‘up market’, eventually displacing established competitors.

15



Source: Clayton Christensen, *The Innovators Solution*

16



# What is Business Model?

A business model describes the rationale of how an organization creates, delivers, and captures value

A business model is the sum of the answers that a firm gives to these interrelated questions: Who, What, How, Profit Flow

17

## Component of Business Model

Who

What

How

Profit Flow

18

# เริ่มจากการหา Insights

- พูดคุย สังเกต พฤติกรรม
- customer, non-customer, lost customer, competitor's customer, user
- Ethnography

19

## วิธีคิดทั้งหกด้าน

1. เปลี่ยนนิยามธุรกิจ (Rethink business definition)
2. เปลี่ยนนิยามลูกค้า (Rethink customer definition)
3. เปลี่ยนคุณค่าที่นำเสนอ (Changing value offered)
4. นำเสนอให้ครบวงจร (Rethink about total solution)
5. การบูรณาการและเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม (Integrate and linkage between industries)
6. การพิจารณาถึงแนวโน้มในอนาคต (Looking at future trends)

20

# I. Questioning current business definition

**What business am I in?**

21

# Finding customer Job- To-Be-Done

Customer job it is trying to fulfill

**To solve an important  
problem for customers**

22

## 2. Rethinking Customer Definition

23

ใครเป็นคนตัดสินใจซื้อสินค้า  
หรือบริการ?

24

# **Buyer**

# **User**

# **Influencer**

25

# **Focusing on Ignored or Non-Customers**

26

**คือใคร และ กลุ่มไหน?**

27

**First-Tier (Soon to be)**

**Second-Tier (Refusing)**

**Third-Tier (Unexplored)**

28

# Key Commonalities

29

## 3. Changing Value Offered

30

# ERRC Model

**Reduce**

**Eliminate**

**Raise**

**Create**

31

## 4. Rethink about Total Solution

1. Customer Pain Point

2. Integration of Function and Emotion

3. Ecosystems

32



# Searching for Customer Pain Point

	ก่อน	ลูกค้าใช้ / ซื้อ
อะไรเกิดขึ้น	ระหว่าง	สินค้าและ
	หลัง	บริการ

33

# Integrating of Function and Emotion

ลูกค้าซื้อสินค้า / บริการเพราะอะไร?

Function

Emotion

34

# 5. Integrate and Linkage between more than 1 industries

35

# Substitute

Different form, but  
same function

36

# Alternatives

Different form, different function, but same purpose

37

**“Creativity is just connecting things”**

Think Different



Apple Computer, Inc.  
**“Able to connect experiences and synthesize new things”**

38

# 6. Looking at Future Trends

ความต้องการหรือพฤติกรรมของ  
ลูกค้า จะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร?

39

Economics

Customer Behavior

Political

Demographic

New Competition

Technology

40



41

# คำถามครับ???



## ขอขอบคุณครับ

รศ.ดร.พสุ เดชะรินทร์

[pasu@cbs.chula.ac.th](mailto:pasu@cbs.chula.ac.th)

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

42