



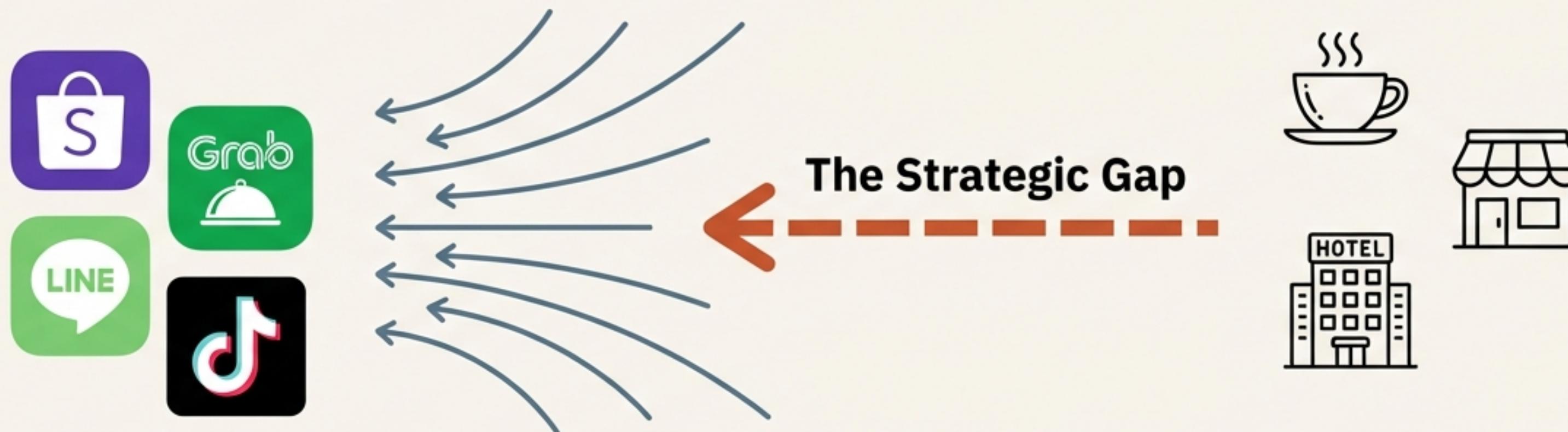
# ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์: KueKan Digital Ecosystem

การปลดล็อกศักยภาพการเติบโตของスマาร์ทโฟนค้าจังหวัดนนทบุรี

เสนอโดย: Digitalmedia Outsource Solution Co., Ltd. (DOS) | มกราคม 2026

# ภาวะการณ์ที่ต้องเผชิญ: The Platform Paradox

“สมาชิกหอการค้าไม่ต้องการแค่ ‘ส่วนลด’ แต่ต้องการ ‘ระบบนิเวศดิจิทัล’ ที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน”



อธิบายภาวะการณ์ที่ผู้บริโภคใช้เวลาและเงินบนแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ (LINE, Shopee, TikTok) แต่สมาชิก SMEs ของหอการค้าฯ กลับขาดเครื่องมือและโครงสร้างพื้นฐานในการแข่งขันบนสนามเดียวกัน ทำให้เกิดช่องว่างทางการตลาดที่สำคัญ

# ตื้นทุนของการบีงเจย เทียบกับ มูลค่าที่รอการปลดล็อก

## ความเสี่ยงของการไม่ทำอะไร (Risk of Inaction)

- ✗ พ่ายแพ้ต่อคู่แข่งรายใหญ่ที่มีระบบดิจิทัล (Big C, Lotus's, Central)
- ✗ สูญเสียความเกี่ยวข้อง (Relevance) กับสมาชิกรุ่นใหม่
- ✗ ผู้บริโภครุ่นใหม่ไหลไปใช้บริการบนแพลตฟอร์มของคู่แข่ง

## มูลค่ารวมที่สร้างได้ (Total Addressable Value)

77,000,000+ บาท/ปี

**Member Acquisition:** ดึงดูดสมาชิกใหม่ 200 ราย สร้างมูลค่า 2 ล้านบาท

**Cross-Promotion:** เพิ่มยอดขายข้ามร้านค้า สมาชิก 500 ร้าน สร้างมูลค่า 75 ล้านบาท

**Data Insights:** สร้างมูลค่าเชิงกลยุทธ์เพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบาย

# วิสัยทัศน์ของเรา: The Korat Commerce Flywheel

## 4. ขยายเครือข่าย (Expand)

ความสำเร็จดึงดูดสมาชิกใหม่เข้าร่วม และข้อมูลเชิงลึก (Consumer Insights) ช่วยพัฒนาระบบให้ดียิ่งขึ้น วนกลับไปที่ข้อ 1



## 1. เข้าร่วม (Join)

สมาชิกหอการค้าฯ  
เข้าร่วมแพลตฟอร์ม KueKan

## 2. ใช้บริการ (Engage)

ลูกค้าคนโคราชใช้งาน KueKan  
เพื่อรับสิทธิพิเศษ

KueKan ไม่ใช่แค่แพลตฟอร์ม แต่เป็น "เครื่องยนต์"  
ที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของสมาชิกหอการค้าฯ ให้เติบโตอย่างยั่งยืนด้วยตัวเอง

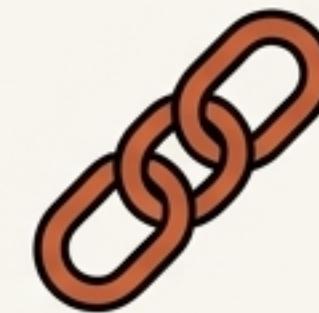
# ขอแนะนำ KueKan: 3 เสาหลักสู่โคราชดิจิทัล

## Unified Customer Experience



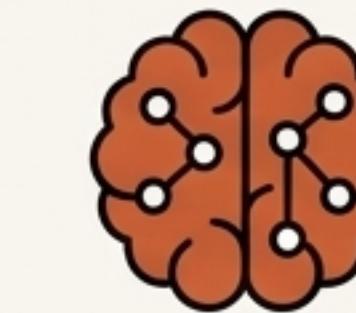
### Gamified Engagement [ดึงดูด]

ระบบการกิจ (Missions), การแข่งขัน (Leaderboard), และรางวัลพิเศษเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ



### Shared Loyalty [รักษา]

ระบบสะสมแต้มร่วมกับร้านค้าสมาชิก และของรางวัลข้ามร้านได้ สร้างเครือข่ายลูกค้าที่ภักดีต่อแบรนด์กัน



### Intelligence Engine [เข้าใจ]

ระบบข่าวกรองธุรกิจที่ช่วยให้ร้านค้าเข้าใจพฤติกรรมลูกค้า เชิงลึก เพื่อกำการตลาดที่แม่นยำและวัดผลได้จริง

# ປະສົບກາຣນີ່ຮາບຮັບສຳເຫຼັບທຸກຄົນ

## ສຳເຫຼັບລູກຄ້າ (Customer Journey)



ຄົ້ນຫາໂປຣໂມຊັ້ນ



ສັກັນ QR ຮັບແຕ່ມ



ແລກຂອງຮາງວັລທີ່ຮ້ານຄ້າ

## ສຳເຫຼັບຮ້ານຄ້າ (Merchant Journey)



ສ້າງໂປຣໄຟຮ້ານ



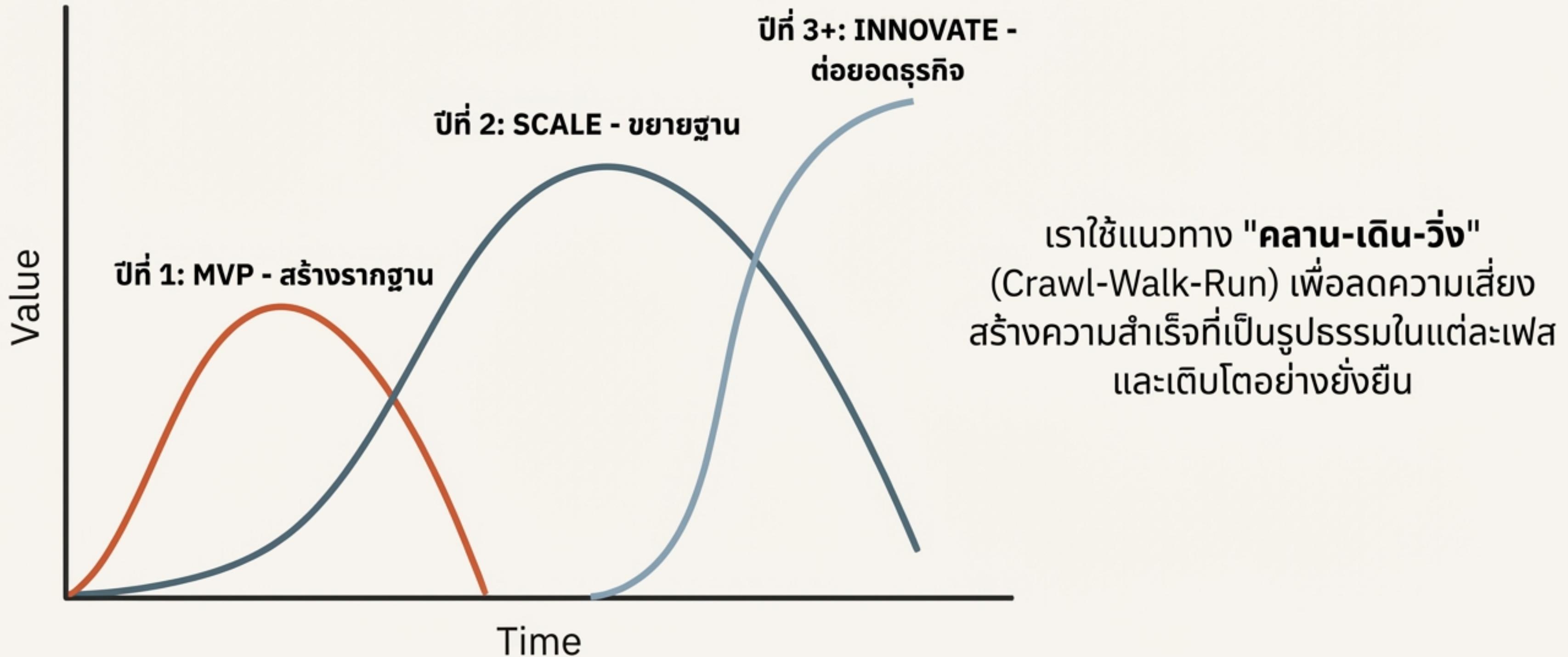
ລູກຄ້າສັກັນໃຫ້ແຕ່ມ



ດູຮາຍງານຍອດຂາຍ Real-time

ອອກແບບໂດຍຍືດໜັກຄວາມງ່າຍ: ຄ້າພັນກົງຈານສັກັນ QR ໄດ້ ກິໃຫ້ງານຮະບບໄດ້ກັນທີ່ ໄປຕ້ອງອົບຮມຊັບຊ້ອນ

# แผนการเติบโตเชิงกลยุทธ์: Three Horizons Growth Framework



# Horizon 1: ชัยชนะแรกของเรา (The MVP)



**Main Objective:** เปิดตัวให้กันงาน Korat Mega Sale 2025

## Key Metrics for Success (ผลลัพธ์ที่วัดได้):

- 100 ร้านค้าสมาชิกเข้าร่วม
- 3,000 ผู้ใช้งานลงทะเบียน
- คะแนนความพึงพอใจ (NPS Score) > 50

## Core Features (ฟีเจอร์หลักในเฟสแรก):

- ลือกอินผ่าน LINE
- สแกนใบเสร็จ/QR Code เพื่อรับแต้ม
- ระบบแลกของรางวัล
- Dashboard พื้นฐานสำหรับร้านค้า

3,500,000 บาท

Timeline: 6-8 เดือน

# การลงทุนและผลตอบแทนเชิงกลยุทธ์

## Financial ROI (ผลตอบแทนทางการเงิน)

Total Investment (3 years): 10,500,000 บาท

Total Revenue (3 years): 9,328,000 บาท

**Net Financial ROI: -42% (ขาดทุนใน 3 ปีแรก)**



## Strategic ROI (ผลตอบแทนเชิงกลยุทธ์)

Total Value Created for Members: 60,328,000 บาท

- (มูลค่าสมาชิกใหม่ + ยอดขาย SME ที่เพิ่มขึ้น)

**Net Strategic ROI: +274%**

“นี่คือ **Infrastructure Investment** เมื่อการสร้างถนน ตัวถนนไม่ได้สร้างรายได้โดยตรง แต่ทำให้ร้านค้าและเศรษฐกิจสองข้างทางเติบโตมหาศาล”

# เส้นทางสู่ความยั่งยืน: โมเดรายได้ที่เราแนะนำ

เราจะใช้โมเดลผสมผสาน "Freemium + Ecosystem Fee" เพื่อสร้างการยอมรับในวงกว้างก่อนแล้วจึงสร้างรายได้จากผู้ใช้ที่จริงจังและพันธมิตรรายใหญ่

## Year 1: Build User Base



- **Model:** ฟรีสำหรับสมาชิกทุกคน
- **Revenue:** จาก Sponsored Campaigns (เป้าหมาย: **300K บาท**)

## Year 2: Introduce Premium Tier



- **Model:** Freemium (Basic ฟรี, Plus **500 บาท/เดือน**)
- **Revenue:** **2 ล้านบาท** (จาก Subscription + Sponsors)

## Year 3: Launch Marketplace



- **Model:** Freemium + Marketplace + Data Sales
- **Revenue:** **4.4 ล้านบาท**

## Year 4+: Self-Sustainable

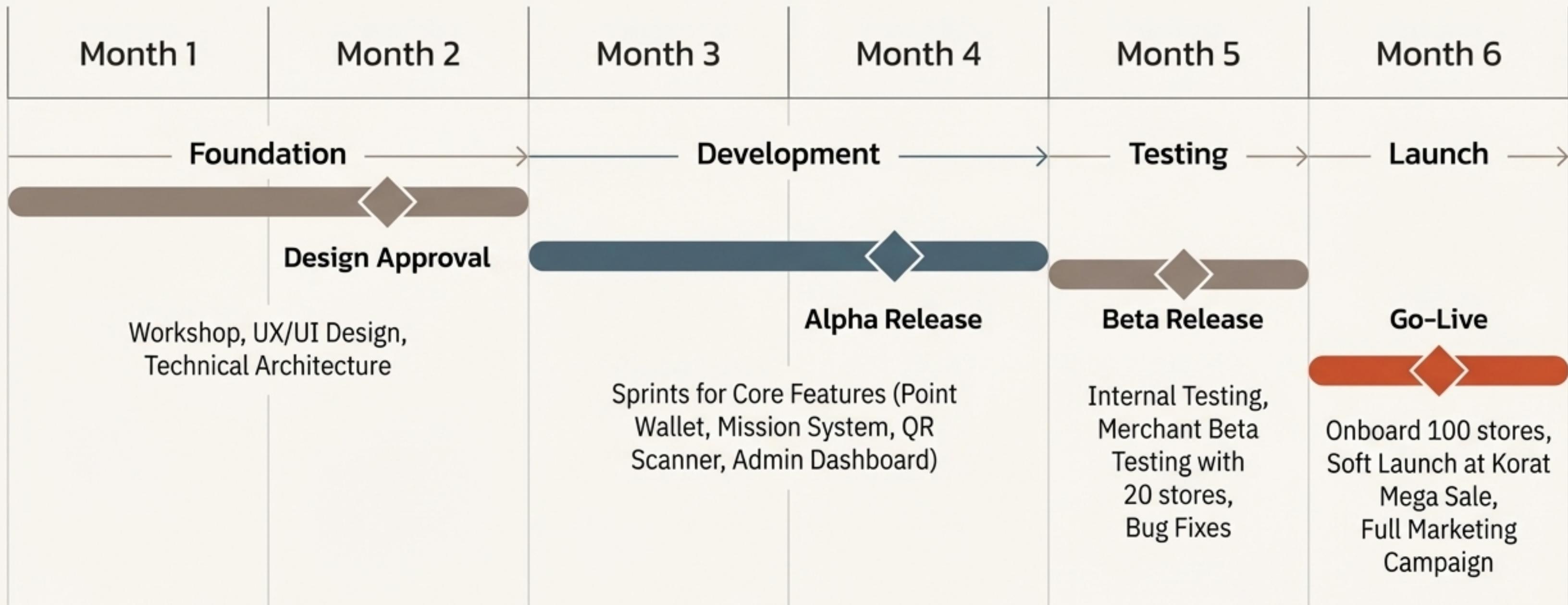


- **Result:** ระบบสามารถเลี้ยงตัวเองได้ด้วยรายได้ **6 ล้านบาท+/ปี**

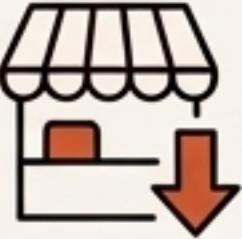
# การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์: ทำไมเราจึงเลือกเส้นทางนี้

Decision (การตัดสินใจ)	Recommendation (ริบบันเด้น)	Justification (เหตุผลสนับสนุน)
Build vs. Buy (สร้างเอง vs. ซื้อสำเร็จรูป)	<b>Build (สร้างเอง)</b>	เพื่อเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา 100%, ปรับแต่งได้ตามโจทย์เฉพาะของโครงการ และ สามารถต่อยอดขายให้จังหวัดอื่นในอนาคต
Pilot vs. Full Launch (นำร่อง vs. เปิดตัวเต็มรูปแบบ)	<b>Pilot (นำร่อง)</b>	เพื่อกดสอบตลาดกับกลุ่มเล็ก (Korat Mega Sale) ก่อนลงทุนเต็มจำนวน, ลดความเสี่ยง และเก็บ Feedback เพื่อปรับปรุง
Closed vs. Open Ecosystem (ระบบปิด vs. ระบบเปิด)	<b>เริ่มต้นแบบปิด แล้วค่อยๆ เปิด (Year 1: Closed -&gt; Year 2: Semi-Open)</b>	เพื่อควบคุมคุณภาพและสร้างความพิเศษให้ สมาชิกหอการค้าฯ ในปีแรก ก่อนจะขยายสู่ พันธมิตรที่ผ่านการคัดเลือกเพื่อการเติบโต

# แผนปฏิบัติการ 6 เดือนสู่การเปิดตัว (MVP Roadmap)



# เตรียมพร้อมสู่ความสำเร็จ: การบริหารจัดการความเสี่ยง

Risk (ความเสี่ยง)	Impact (ผลกระทบ)	Mitigation Strategy (แผนรับมือ)
 1. ร้านค้าเข้าร่วมน้อย (Low Merchant Adoption)	สูง 	<ul style="list-style-type: none"><li>- ให้ใช้งานฟรีในปีแรก</li><li>- มีทีม Onboarding โดยเฉพาะ</li><li>- รับประกันความสำเร็จ</li></ul>
 2. โครงการล่าช้าทางเทคนิค (Technical Delays)	ปานกลาง 	<ul style="list-style-type: none"><li>- พัฒนาแบบ Agile ส่งมอบงานเป็นรอบ</li><li>- งบประมาณสำรอง 10%</li></ul>
 3. การทุจริต (Fraud e.g., GPS Spoofing)	ปานกลาง 	<ul style="list-style-type: none"><li>- ระบบตรวจจับหลายชั้น</li><li>- ตรวจสอบด้วยคนสำหรับรางวัลใหญ่</li><li>- Blacklist System</li></ul>

# การตัดสินใจที่อยู่ตรงหน้าเรา

- 
- **ทางเลือกที่ 1:** คงอยู่ในเศรษฐกิจรูปแบบเดิม  
ที่ประจำบางและถูกทึ้งไว้ข้างหลัง
  - **ทางเลือกที่ 2 :** เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง  
พาร์สันส์ SMEs โคราชสู่เศรษฐกิจดิจิทัล

> “ปี 2025 คือปีที่ SMEs โคราชจะเริ่มเกียบให้หลับตาให้ใหญ่ได้  
หรือการค้าจะเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงนี้หรือไม่?”

# ขั้นตอนต่อไปและการเป็นพันธมิตร

## Next Steps (30 วันข้างหน้า)



1. สัปดาห์ที่ 1-2: ประชุมคณะกรรมการบริหาร (Steering Committee) และขออนุเมตtingบประมาณ



2. สัปดาห์ที่ 3: จัด Focus Group ร่วมกับ YEC เพื่อทดสอบแนวคิด



3. สัปดาห์ที่ 4: เจรจาข้อตกลงและเซ็นสัญญา



4. เดือนที่ 2: จัด Kickoff Workshop เพื่อเริ่มต้นโครงการ

## Primary Contact

จักรพงษ์ ล้อมวงศ์ (Jakapong Lomvong)

Chief Operating Officer, DOS

✉ jakapong@digitalmedia.co.th

📞 088-622-2488

#DigitalKorat #TransformTogether