

STRATEGIC FORESIGHT & STRATEGY CASCADING

D R T O Y A K K A R I N



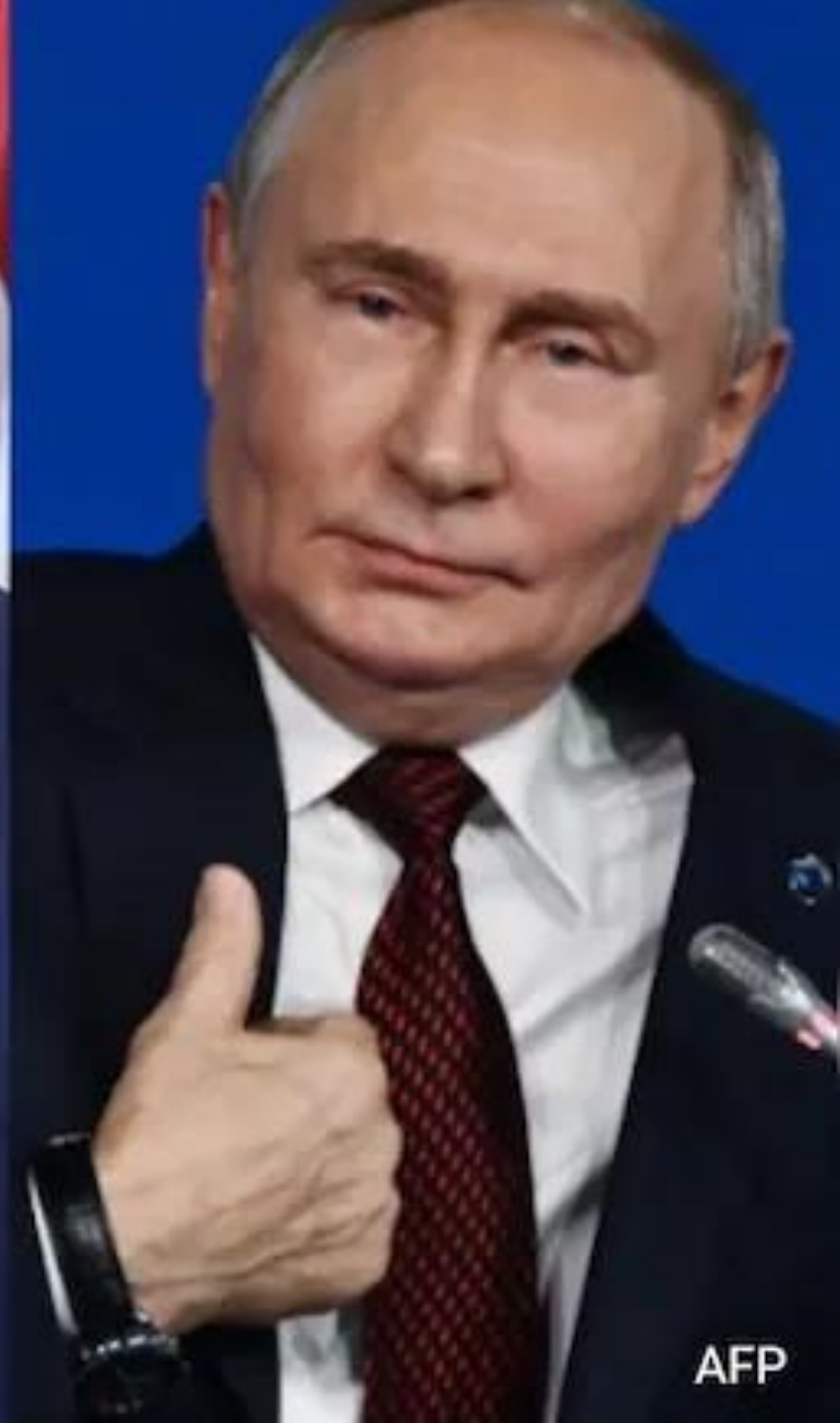
นวัตกรรม ทำให้เข้าตลาดได้

การบริหารจัดการ ทำให้อยู่รอด

วิธีคิด ทำให้เติบโต

ดร.ทอย อัครินทร์

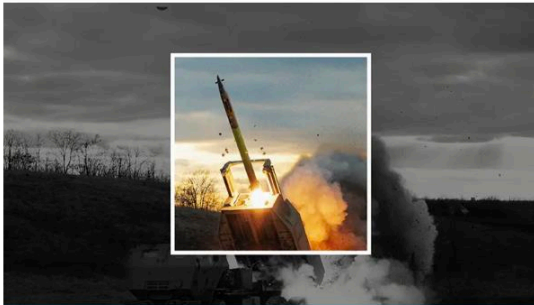
The Global Challenge and Force





Designing a Business Strategy

The Top Risks for Business in 2025



Red Line Geopolitics

Escalation thresholds are increasingly opaque. Companies must know which geopolitical red lines to watch, when they are being crossed and how to respond.

[Learn more](#) >



Rising Political Violence

Political violence is likely to increase in 2025. Companies should prepare for more diverse and less predictable threats.

[Learn more](#) >



Uncertain States of America

Its global role is changing. Its domestic environment is increasingly complex. Uncertainty surrounds the United States in 2025.

[Learn more](#) >



Digital Concentration Risk

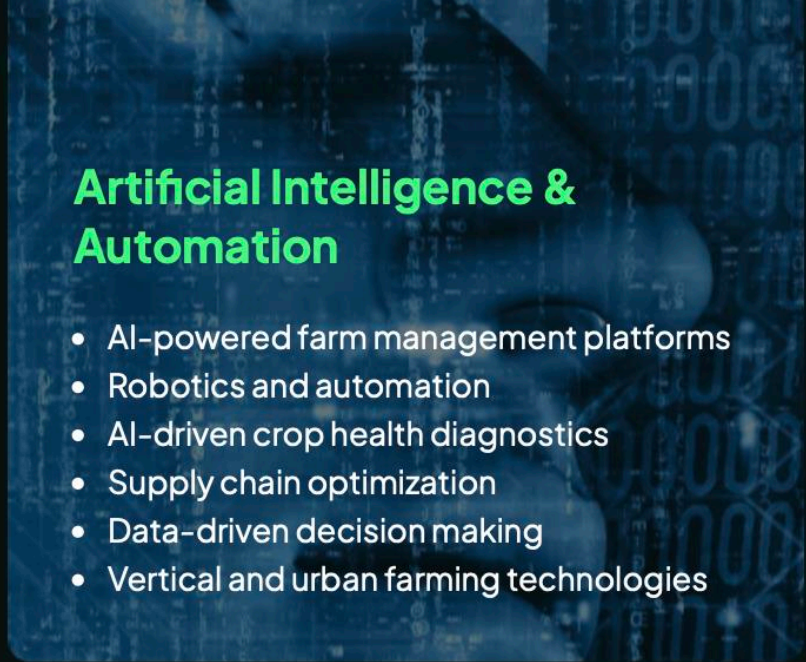
Brace for global system failures in 2025. The resilient will manage the impact. The rest will face repeated operational downtime.

[Learn more](#) >



Regenerative Agriculture

- Soil Health
- Biodiversity and Ecosystem Restoration
- Climate Resilience and Adaptation
- Sustainable farming practices
- Novel fertilizers & application
- Nutrient use efficiency tracking



Artificial Intelligence & Automation

- AI-powered farm management platforms
- Robotics and automation
- AI-driven crop health diagnostics
- Supply chain optimization
- Data-driven decision making
- Vertical and urban farming technologies



Animal Health & Nutrition

- Precision Nutrition
- Disease Prevention and Management
- Sustainability in Livestock Systems
- Animal Welfare and Behavior Monitoring
- Genetic and Breeding Innovations



Clean Energy & Climate Tech

- Renewable Energy in Agriculture
- Energy Storage and Grid Solutions for Farms
- Electrification of Agricultural Equipment



Water & Waste Management

- Water Conservation and Efficient Irrigation
- Waste Reduction and Recycling in Agriculture
- Nutrient Runoff and Water Pollution Control

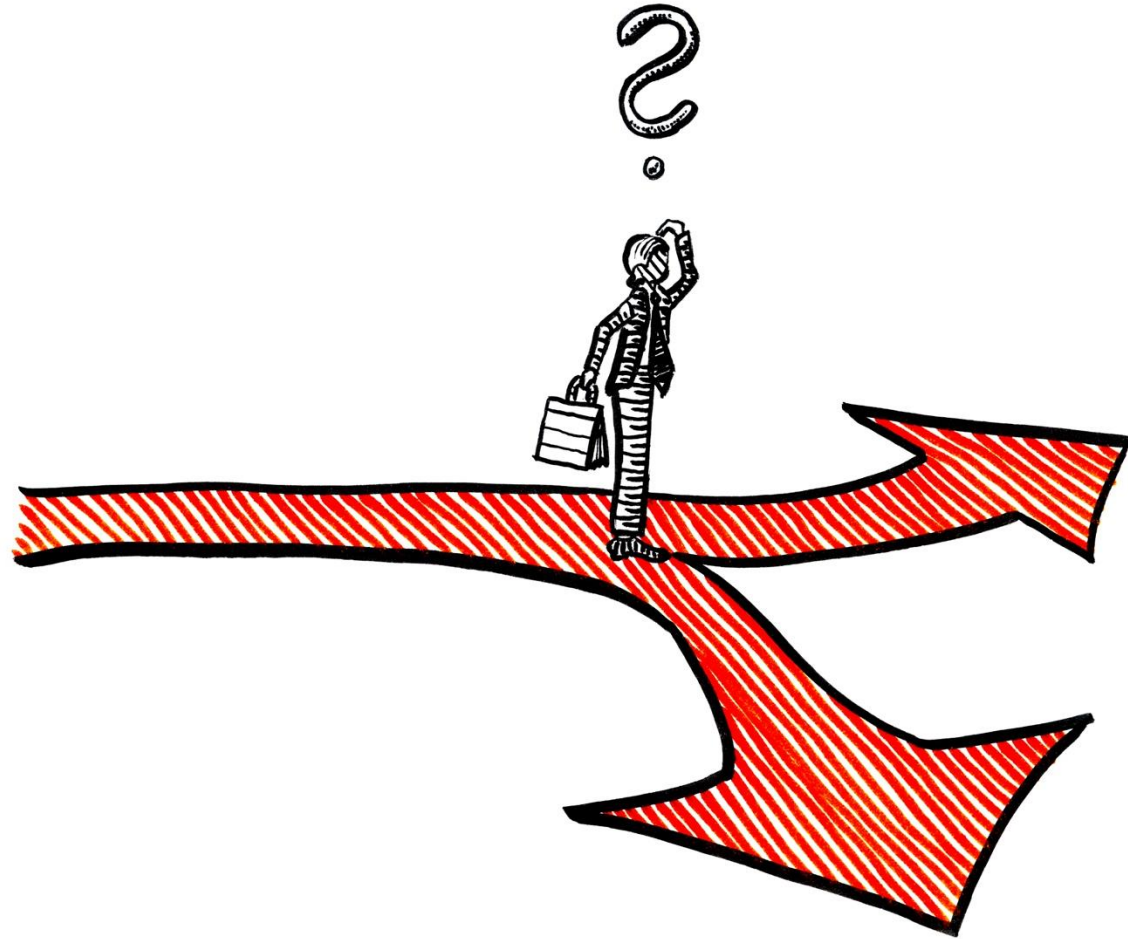


Post Harvest & FoodTech

- Future crops and novel ingredients
- Lab-grown and plant-based meats
- Sustainable packaging and food preservation

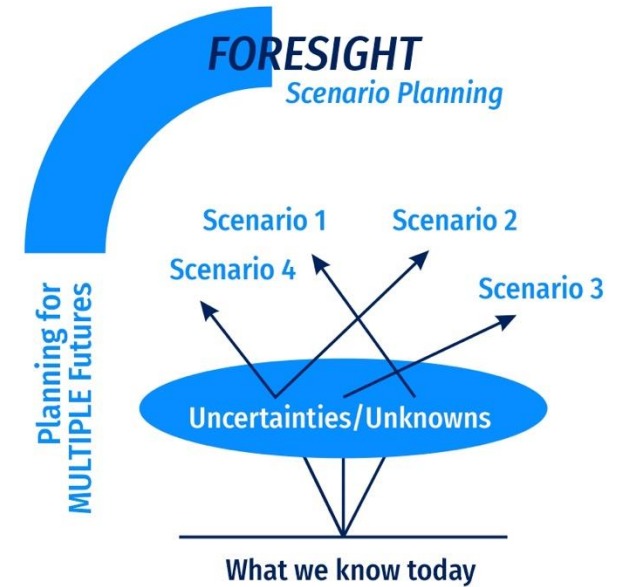
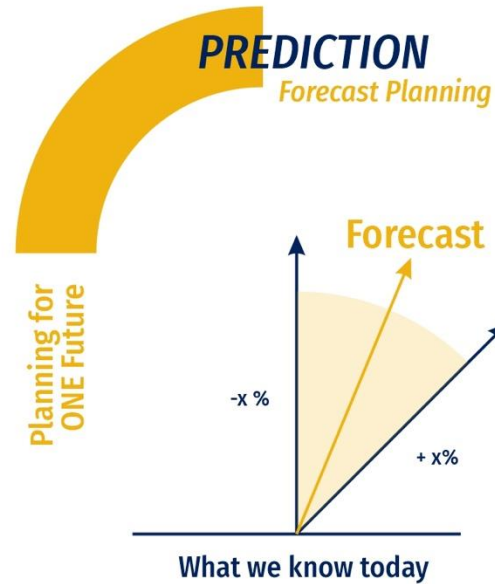
Designing a Business Strategy

Strategic Foresight



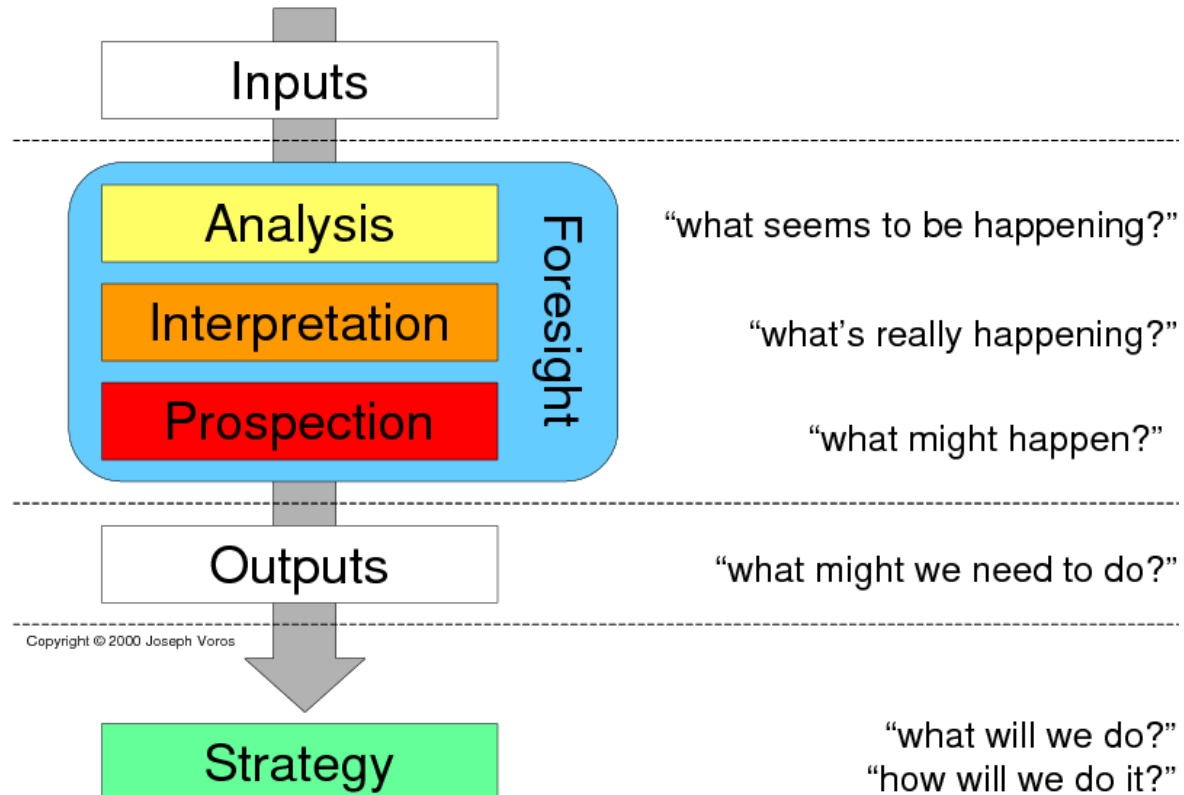
Designing a Business Strategy

Scenario Planning



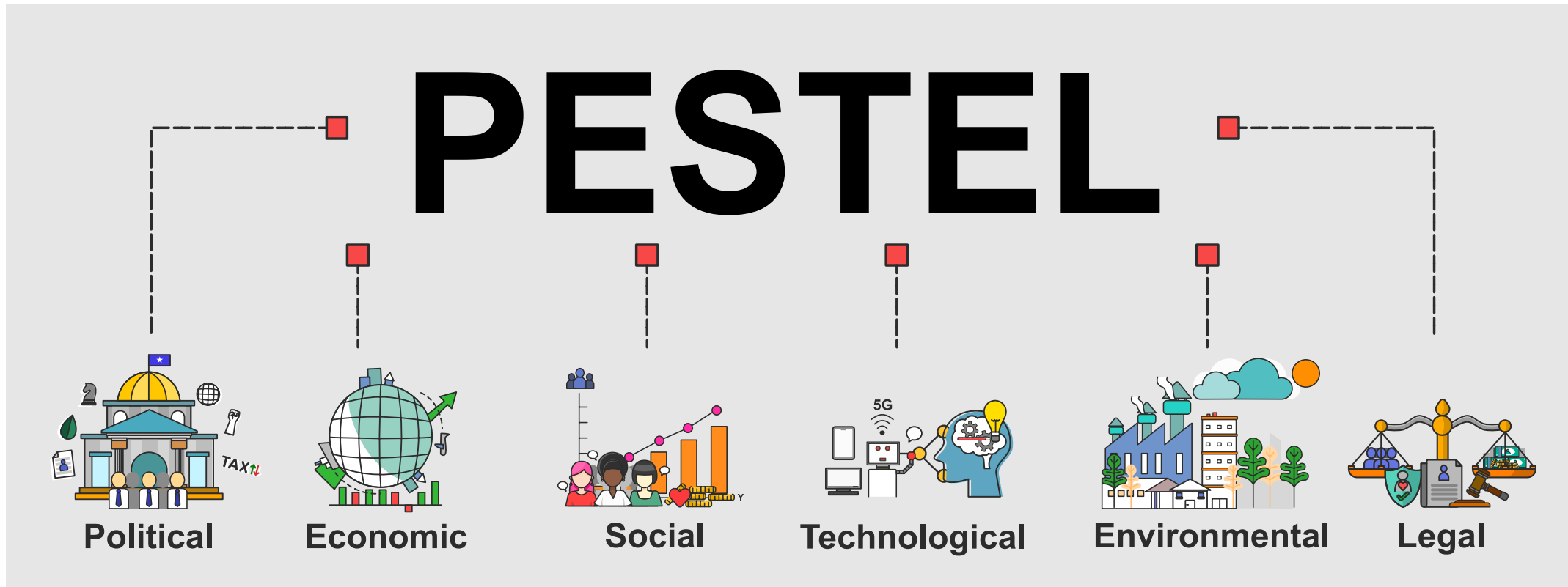
Designing a Business Strategy

Scenario Planning



Designing a Business Strategy

Finding a driving force





The Driving Force



Scenario Planning

The Driving Force

P

Political

E

Economic

The Driving Force

S

Sociocultural

T

Technological

The Driving Force

E

Environment

L

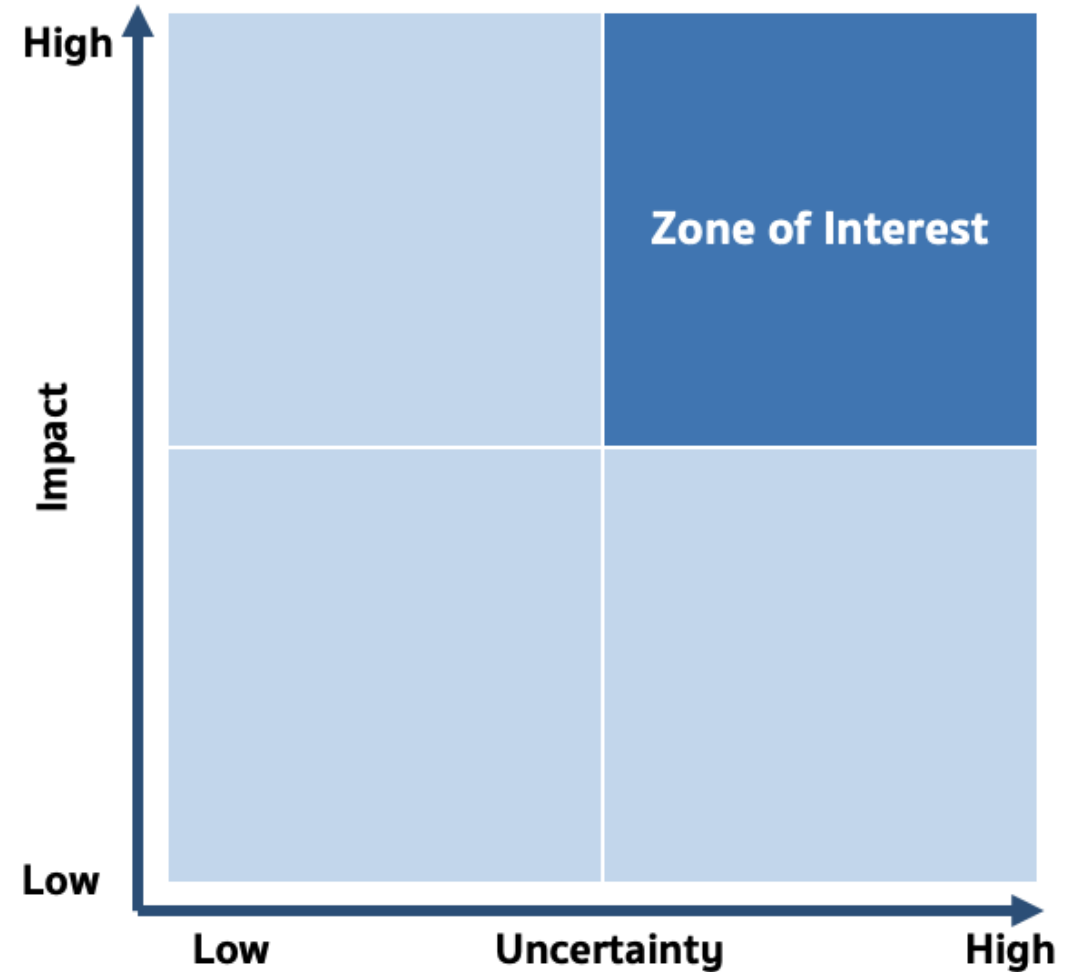
Legal

Designing a Business Strategy

Building Blocks

- เลือกปัจจัยหรือตัวแปรที่มีความเป็น Driving Force สูง ได้แก่
 - เป็นเรื่องที่มีความไม่แน่นอนสูง
 - สร้างผลกระทบ (บวกหรือลบ) สูง

นำปัจจัยหรือตัวแปรไปพล็อตในภาพ

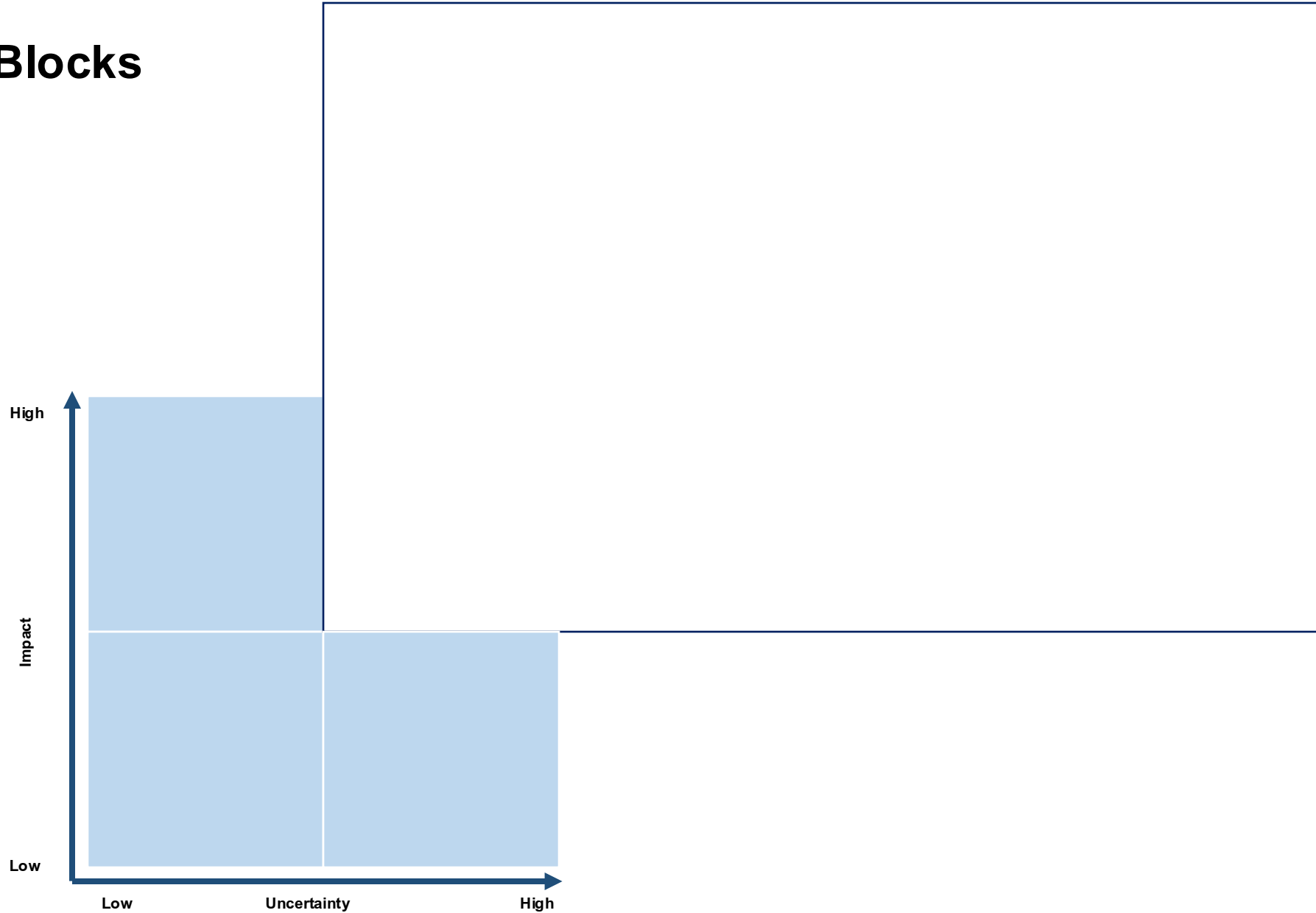


2

The Building Block 1/2

Scenario Planning

Building Blocks



Building Blocks




2


The Building Block 2/2

Scenario Planning

Building Blocks

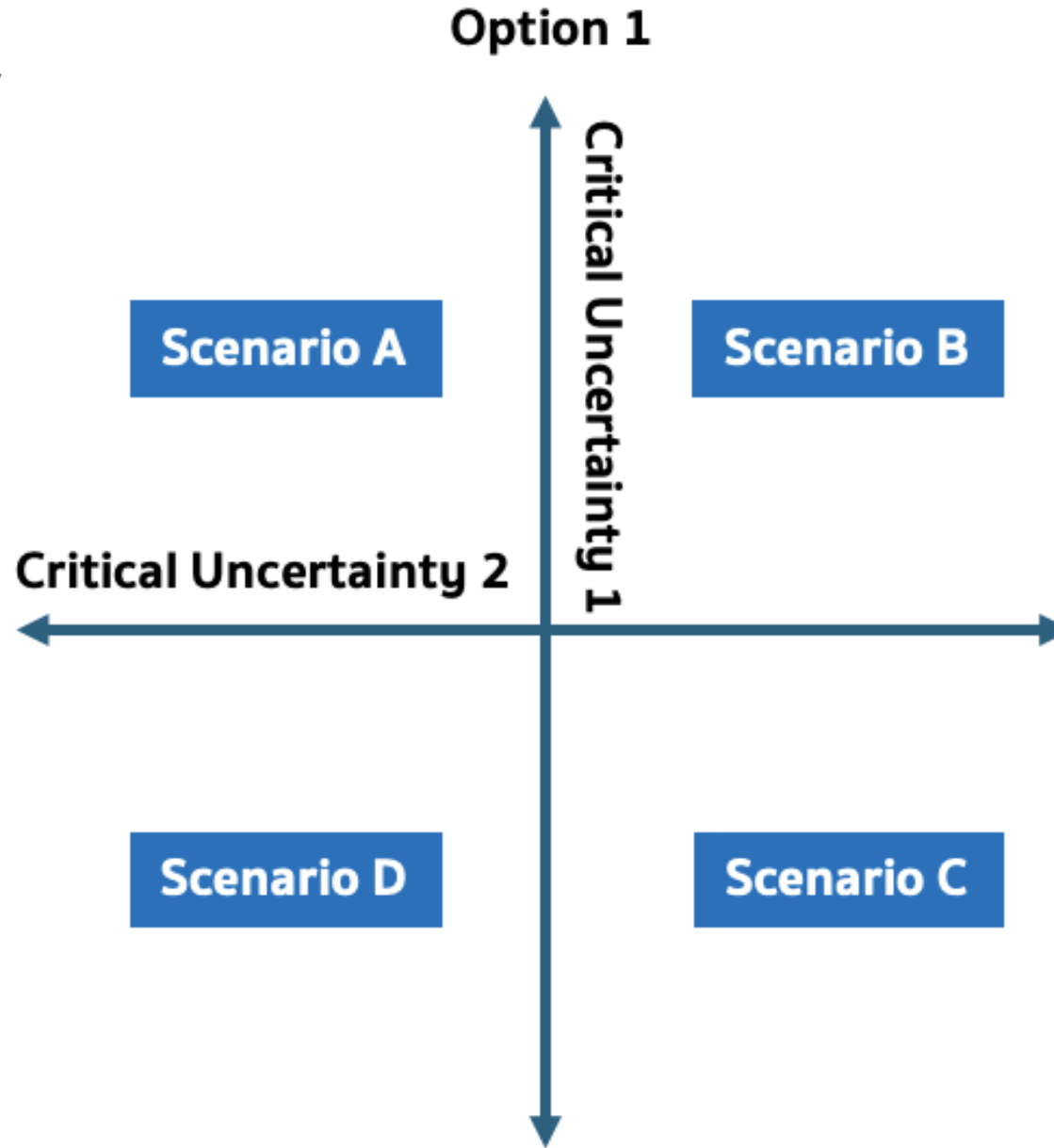
Potential Outcome	1	Potential Outcome
เหตุการณ์ที่น่าจะเกิดขึ้น (ตรงข้ามกับอีกฝั่ง)		เหตุการณ์ที่น่าจะเกิดขึ้น (ตรงข้ามกับอีกฝั่ง)
		

Building Blocks

Potential Outcome	2	Potential Outcome
เหตุการณ์ที่น่าจะเกิดขึ้น (ตรงข้ามกับอีกฝั่ง)		เหตุการณ์ที่น่าจะเกิดขึ้น (ตรงข้ามกับอีกฝั่ง)
		

Designing a Business Strategy

Scenario Framework



3

Scenario

Scenario Planning

Scenario

Critical Uncertainty 2

Scenario A

Scenario B

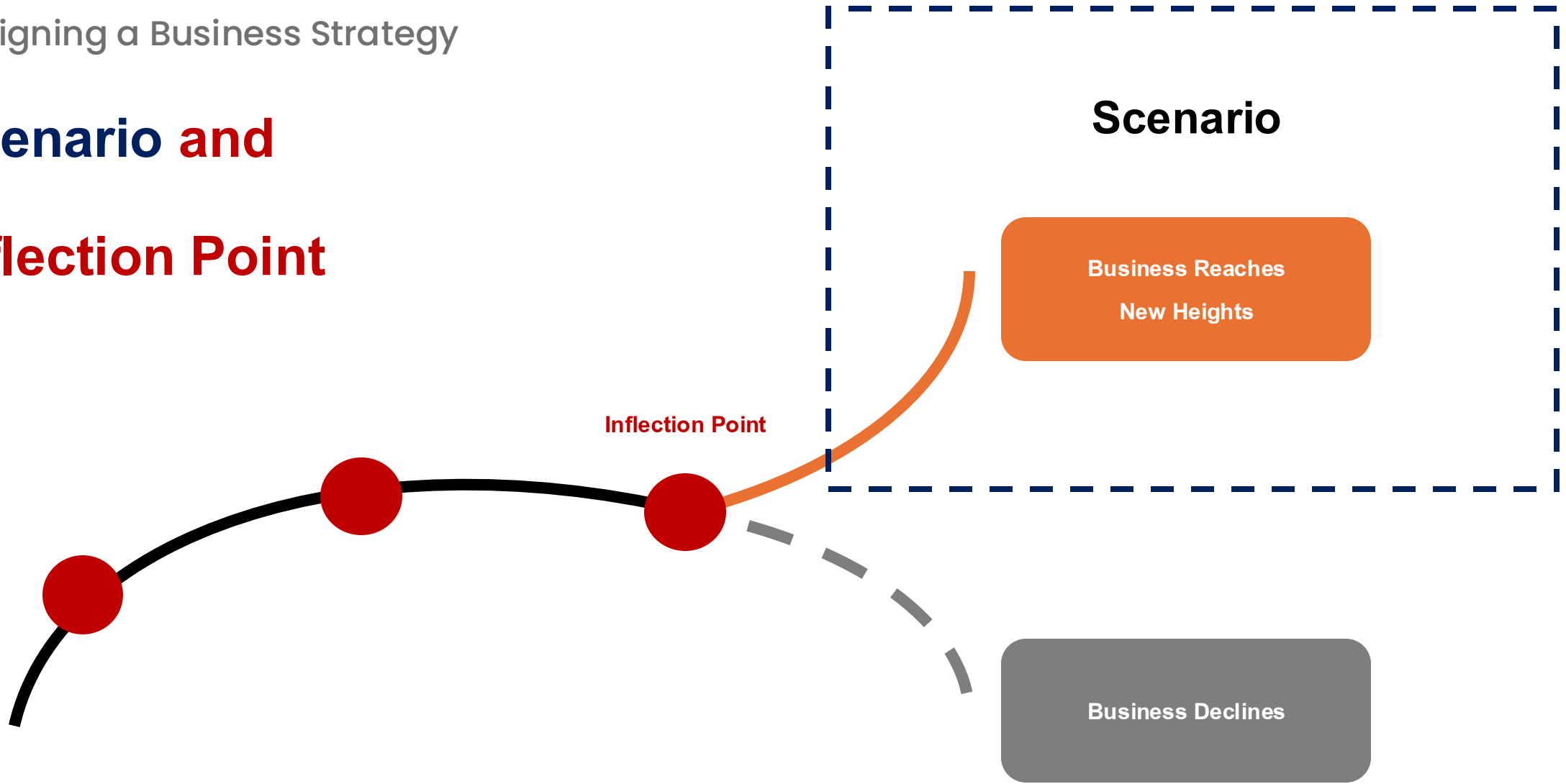
Critical Uncertainty 1

Scenario C

Scenario C

Designing a Business Strategy

Scenario and Inflection Point



andy grove

Trend Assessment

4

Trend Assessment

Challenge or Force

Designing a Business Strategy

Trend Assessment

Force	ผลกระทบเชิงลบ							ผลกระทบเชิงบวก	Challenge
	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3		
ผู้เล่นใหม่กำลังได้รับแรงหนุนด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่ ดีกว่า ดีกว่า หรือทดแทนได้	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	การแข่งขันลดลง สินค้าของเรามีโอกาสเติบโต	
ตลาดที่เราดำเนินธุรกิจ กำลังหดตัวลงในอีกไม่กี่ปี	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	ตลาดของเรา กำลังขยายตัว	
แนวโน้มต่าง ๆ ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเปลี่ยนไปใช้คู่แข่งได้ง่าย ขึ้น และลดความผูกพันกับแบรนด์ของเรา	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	แนวโน้มเหล่านี้เพิ่มความภักดีของลูกค้า ทำให้พวกเขามี โอกาสน้อยที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่ง	
แนวโน้มทางสังคมและวัฒนธรรมกำลังผลักดันให้ลูกค้าออก ห่างจากเรา	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	แนวโน้มเหล่านี้ทำให้ลูกค้าออก จากรายการขึ้น	

Designing a Business Strategy

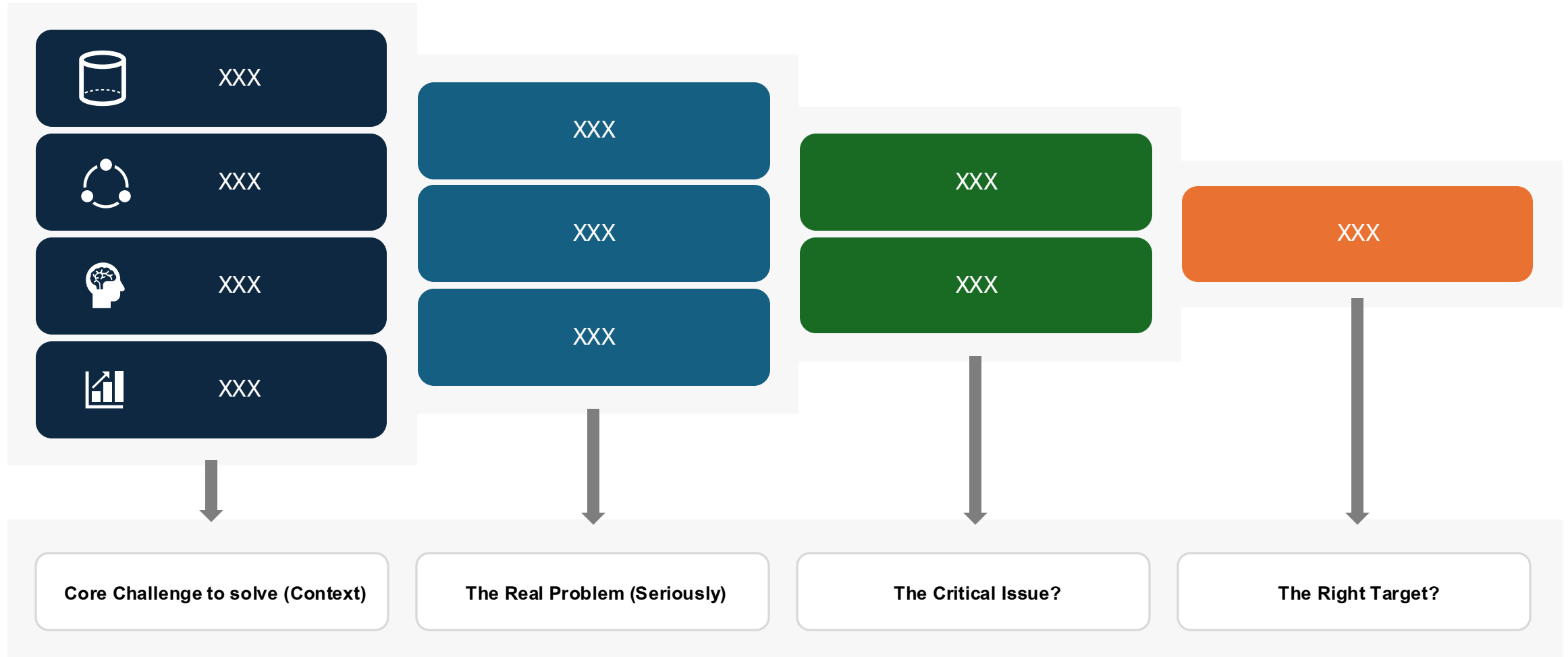
Trend Assessment

Force	ผลกระทบเชิงลบ							ผลกระทบเชิงบวก	Challenge
	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3		
เทคโนโลยีใหม่กำลังลดคุณค่าของธุรกิจของเรา อาจทำให้ไม่สามารถแข่งขันได้	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	เทคโนโลยีใหม่ช่วยให้เราปรับตัวและแข็งแกร่งขึ้น	
กฎระเบียบใหม่ เพิ่มต้นทุนและข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจ ทำให้เรารู้สึกแข่งขันได้ยากขึ้น	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	กฎระเบียบใหม่ช่วยให้ธุรกิจของเรามีข้อได้เปรียบมากขึ้น	
การเปลี่ยนแปลงในห่วงโซ่อุปทานสร้างความเสี่ยงต่อธุรกิจของเรา	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	ซัพพลายเชนปรับตัวได้ดีขึ้น ทำให้ต้นทุนลดลงและธุรกิจของเราแข็งแกร่งขึ้น	

The Cornerstone

Designing a Business Strategy

The Cornerstone



5

The Cornerstone

Finding The Right Target

The Cornerstone

1. Core Challenge to solve (Context)

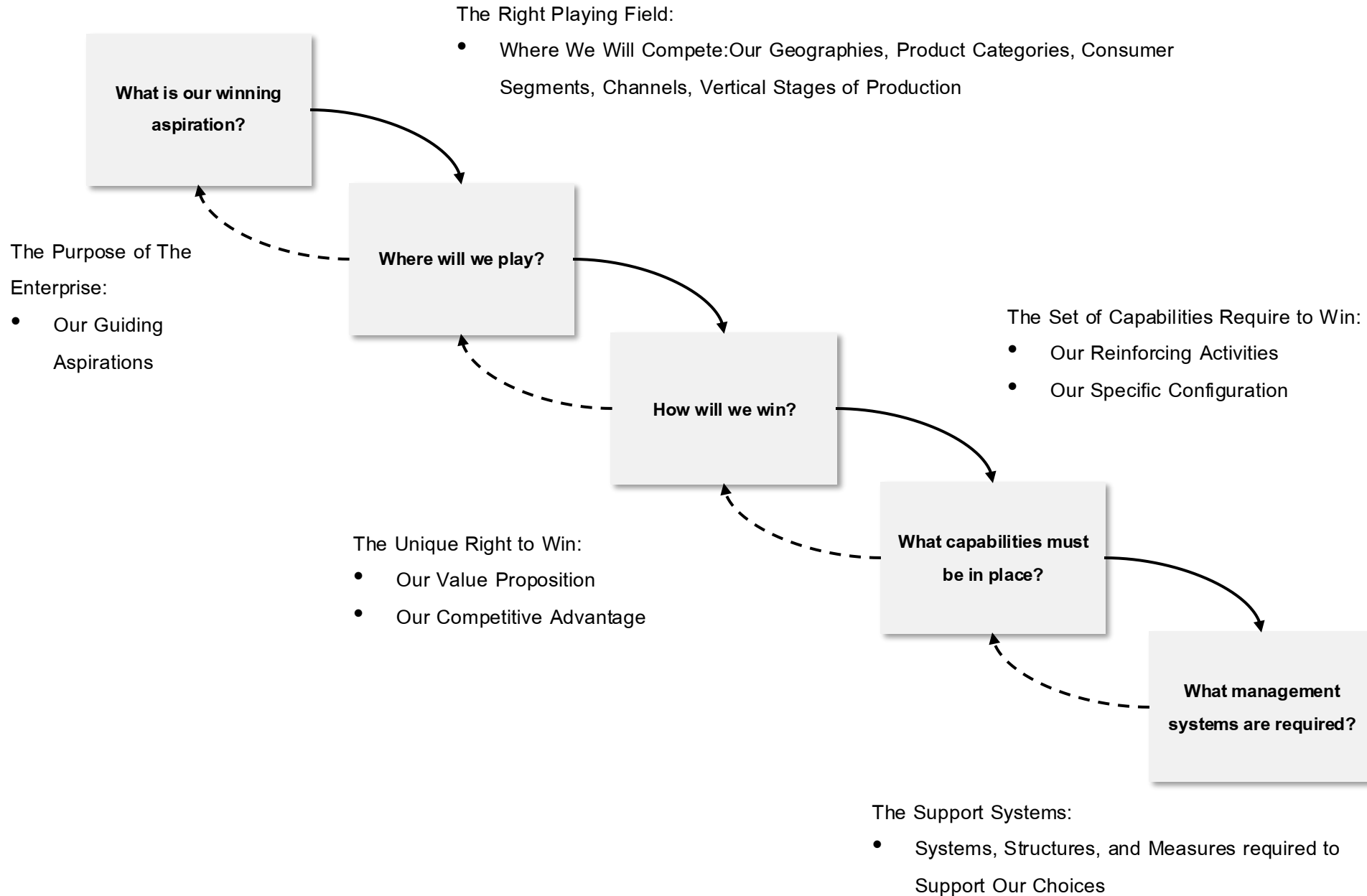
2. The Real Problem (Seriously) ?

The Cornerstone

3. The Critical Issue?

4. The Right Target?

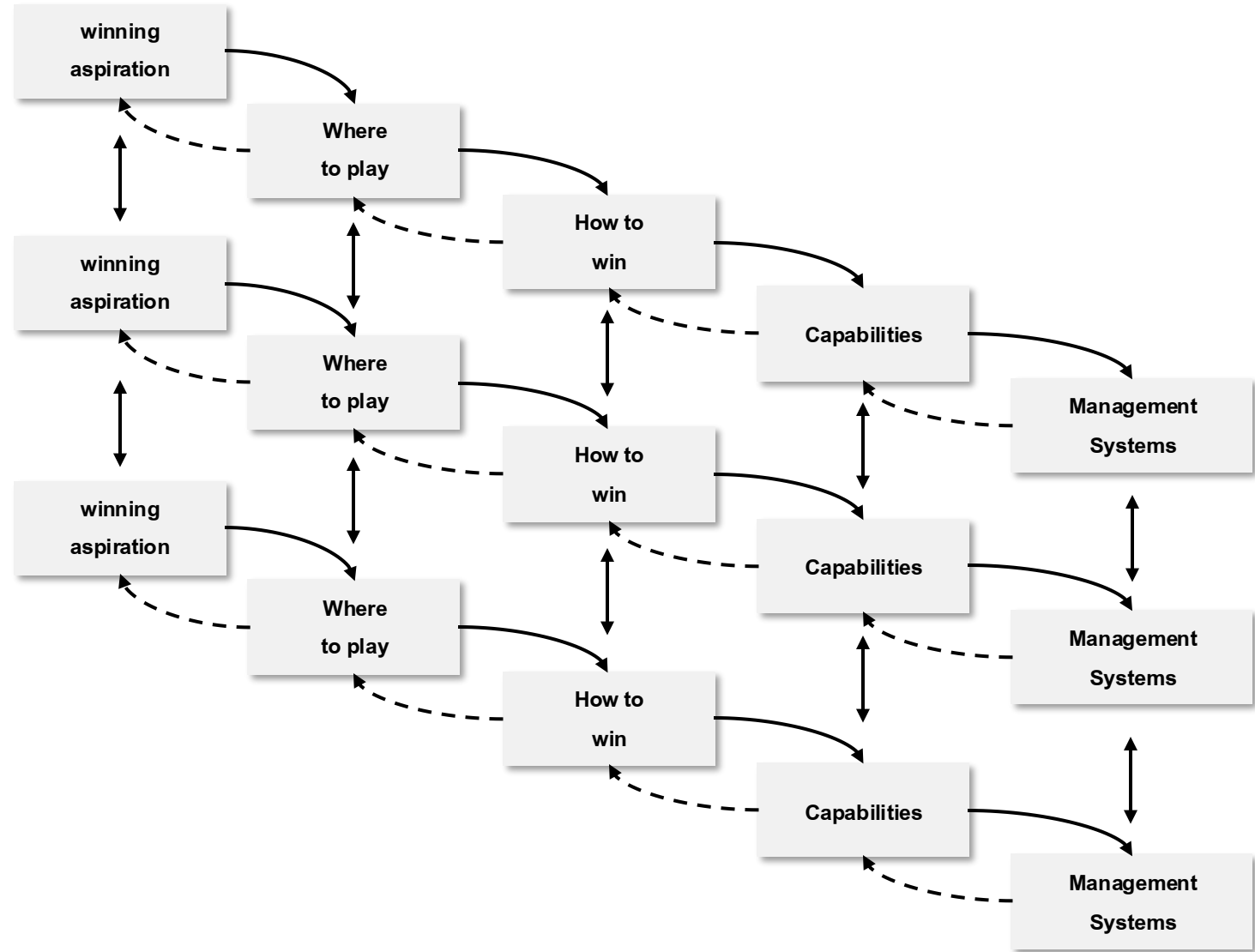
Strategy Cascading

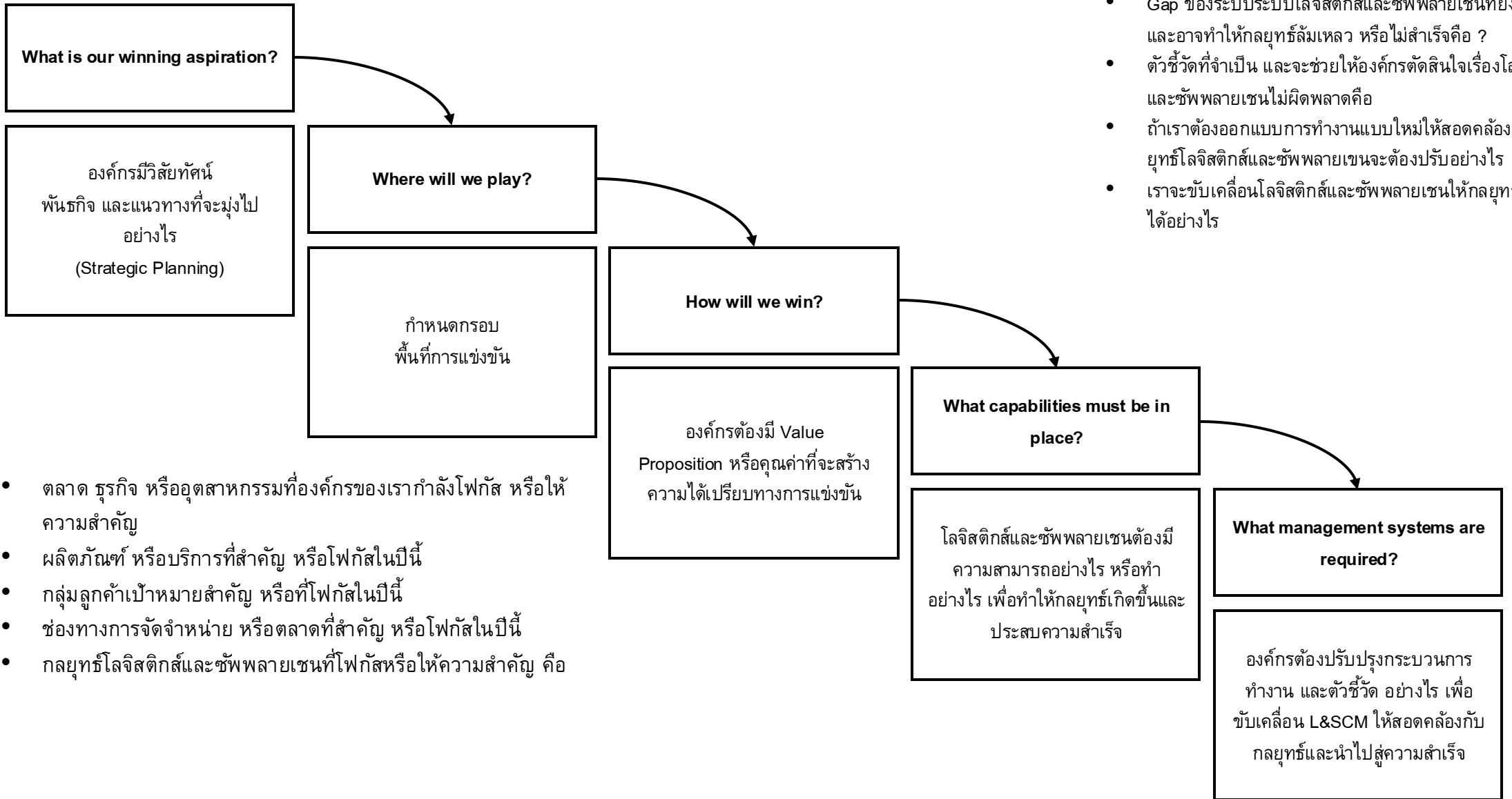


Corporate-Level Cascade

Strategic Group Cascade

Individual Business Cascade





- ตลาด ธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมที่องค์กรของเรากำลังโฟกัส หรือให้ความสำคัญ
- ผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สำคัญ หรือโฟกัสในปีนี้
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำคัญ หรือที่โฟกัสในปีนี้
- ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือตลาดที่สำคัญ หรือโฟกัสในปีนี้
- กลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนที่โฟกัสหรือให้ความสำคัญ คือ

- Gap ของระบบระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนที่ยังขาดและอาจทำให้กลยุทธ์ล้มเหลว หรือไม่สำเร็จคือ ?
- ตัวชี้วัดที่จำเป็น และจะช่วยให้องค์กรตัดสินใจเรื่องโลจิสติกส์และซัพพลายเชนไม่ผิดพลาดคือ
- ถ้าเราต้องออกแบบการทำงานแบบใหม่ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนจะต้องปรับอย่างไร
- เราจะขับเคลื่อนโลจิสติกส์และซัพพลายเชนให้กลยุทธ์สำเร็จได้อย่างไร

6

Strategy Cascading

Connect the Strategy

Strategy Cascading

What is our winning aspiration?

องค์กร รมวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแนวทางที่จะมุ่งไปอย่างไร (Strategic Planning)

Strategy Cascading

ตลาด ธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมที่องค์กรของเรากำลังโฟกัส หรือให้ความสำคัญ

Where will we play? กำหนดกรอบพื้นที่การแข่งขัน

Strategy Cascading

ผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สำคัญ หรือโฟกัสในปีนี้

Where will we play? กำหนดกรอบพื้นที่การแข่งขัน

Strategy Cascading

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำคัญ หรือที่โฟกัสในปีนี้

Where will we play? กำหนดกรอบพื้นที่การแข่งขัน

Strategy Cascading

ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือตลาดที่สำคัญ หรือโฟกัสในปีนี้

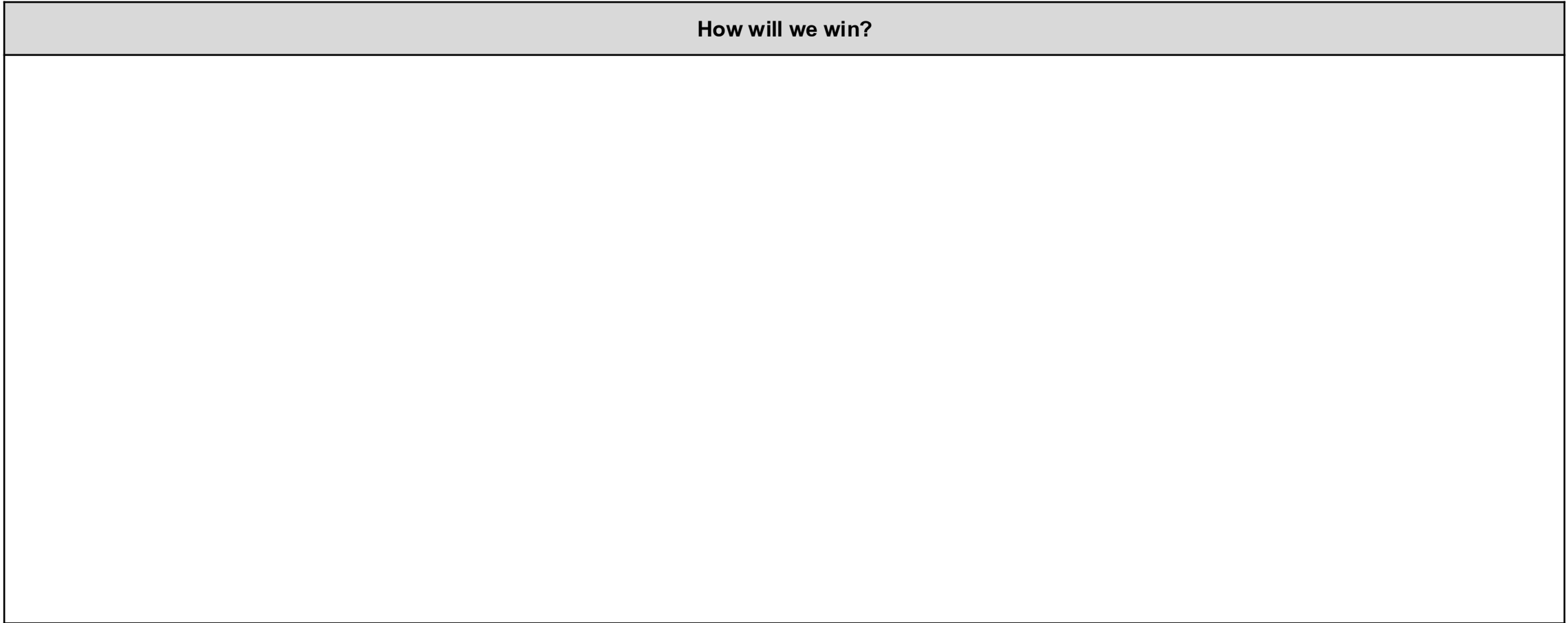
Where will we play? กำหนดกรอบพื้นที่การแข่งขัน

Strategy Cascading

กลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชน ที่โฟกัสหรือให้ความสำคัญ คืออะไร

Where will we play? กำหนดกรอบพื้นที่การแข่งขัน

Strategy Cascading



องค์กรต้องมี Value Proposition หรือคุณค่าที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Strategy Cascading

What capabilities must be in place?

โลจิสติกส์และซัพพลายเชนต้องมีความสามารถอย่างไร หรือทำอย่างไร
เพื่อทำให้กลยุทธ์เกิดขึ้นและประสบความสำเร็จ

Strategy Cascading

What management systems are required?

องค์กรต้องปรับปรุงกระบวนการทำงาน และตัวชี้วัด อย่างไร เพื่อขับเคลื่อน L&SCM
ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และนำไปสู่ความสำเร็จ

