

Reform VS R.I.P.

โดย Min Sen Concept (trends) 8 เมษายน 2564

สำหรับประเทศไทย เราคุ้นเคยกับคำว่าปฏิรูปกันมานานกว่า 10 ปี เนื่องจากมีการพยายามกล่าวถึงการปฏิรูปในการศึกษาของประเทศ การปฏิรูประบบราชการ การปฏิรูปทางการเมือง ฯ แต่สิ่งที่เกิดขึ้นนั้นอาจจะไม่ใช่การปฏิรูป แต่อาจจะเป็นการพัฒนา หรือ การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง หรือที่เรียกว่า continuous improvement ซึ่งจะเร็วพอหรือก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตั้งใจใครต่อใครไหม แต่สำหรับการปฏิรูปการใช้ชีวิตของเรา รวมถึงธุรกิจนั้น ส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยมีการพูดถึง แต่จากการระบาดของ COVID 19 ทำให้เกิดการปฏิรูปการใช้ชีวิต และธุรกิจอย่างรวดเร็ว ซึ่งหลายคนยังคงอยากให้เกิดการกลับไปใช้ชีวิตได้อย่างเดิม เหมือนก่อนการเกิด COVID

แต่ความเป็นจริงนั้น เราจะสามารถกลับไปเป็นอย่างเดิมได้หรือไม่ หรือ เราอาจจะต้องจากลา จากการที่ตามการเปลี่ยนแปลงไม่ทัน แนวคิดในการจัดการกับ Next Normal ของ McKinsey ที่มีมาตั้งแต่เดือนมีนาคม 2020 นั้นยังเป็นสิ่งสำคัญ ที่หลายองค์กรได้ย้ายตนเองมาสู่ระดับ reform หรือระดับที่ 5 แล้ว แต่หลายองค์กรก็ยังไม่ได้นำเนินการอะไร ซึ่งก็คงจะมีผลต่อการตั้งรับการเปลี่ยนแปลงต่อไปในอนาคต โดยทั้ง 5 ระดับนั้นประกอบด้วย

Resolve เป็นเรื่องของการสื่อสารกับพนักงาน ให้เข้าใจการเปลี่ยนแปลงที่จะต้องเกิดขึ้น เช่น การลดการทำงาน การทำงานที่บ้าน เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่พนักงาน และองค์กร รวมถึงมาตรการต่าง ๆ เช่น การวัดอุณหภูมิ การดูแลสุขภาพอนามัยส่วนบุคคล และการให้ความรู้เกี่ยวกับโรคภัย เพื่อให้ดูแลตนเอง

ได้ ตลอดจนรู้ว่าจะต้องทำอะไรเมื่อป่วย และที่สำคัญสำหรับองค์กร คือ การสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้พวกเขาเห็นว่าเรายังดำเนินกิจการอยู่ พร้อมทั้งการสื่อสารข้อมูลที่จำเป็นเป็นระยะ Resilience เป็นการจัดการการเงิน โดยเฉพาะกระแสเงินสด ต้องไม่มีกระแสติดลบ ด้วยการตัดความเสี่ยงต่าง ๆ ออกไปให้มากที่สุด โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านการเงิน ค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น การจัดการสินค้าคงคลังให้เพียงพอกับการทำงาน โดยไม่มากเกินไป เพื่อเตรียมพร้อมกับการกลับมาทำงาน รวมถึงการดู ห่วง ไข่อุปทาน

Return การกลับมาทำงานถึงปกติ เมื่อสถานการณ์ดีขึ้น โดยจะต้องมีการเตรียมการทั้งที่ทำงาน กำลังคน เครื่องมือ network และติดตามห่วงโซ่อุปทานว่า มีสินค้าหรือวัตถุดิบเพียงพอในการดำเนินการหรือไม่ การเตรียมบุคลากรให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในรูปของ new normal, next normal ฯ

Reimagination เป็นการให้เห็นภาพว่าบริษัทกำลังเคลื่อนไปข้างหน้า โดยมีการตั้งรับทิศทางใหม่ ๆ หรือ trend รวมถึงอาจจะต้องเตรียมพร้อมกับการทำงานกับระบบ automation, AI ซึ่งถ้าบริษัทพร้อมที่จะลงทุนในสิ่งเหล่านั้น

Reform เป็นการปฏิรูปองค์กร เพื่อรองรับปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น การป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ และการสะดวกในการส่งสินค้า ซึ่งอาจจะต้องย้ายโรงงานไปใกล้แหล่งผลิตและผู้บริโภค การมองการทำงานที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้นของพนักงาน และการเตรียมพร้อมกับการทำงานในรูปแบบใหม่นอกที่ทำงาน ซึ่งเป็นการมองถึง BCP : Business Continuity Program การมองถึงการ restructure องค์กร เพื่อให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และจะต้องเตรียม Vision เพื่อนำพาองค์กรแนวความคิดจาก คุณกระทิง พูลผล มีการกล่าวถึงว่าในช่วง 5 ปี

ต่อจากนี้ไป จะเป็นช่วงที่เป็นการณ์เริ่มต้นของมาราธอน ซึ่งจะเป็นช่วงที่ยากลำบากในการเปลี่ยนผ่านของธุรกิจของโลก ซึ่งทำให้หลายธุรกิจที่ปรับตัวไม่ทันจะต้องหายไป แต่ธุรกิจที่ปรับตัว ก็ยังเป็นปัญหาเช่นกันว่าจะปรับตัวอย่างไร โดยอาจจะเริ่มต้นด้วยคำถาม

ถ้าธุรกิจของตนเองหายไปวันนี้ หรือ 5-10 ปี เรายังมีคุณค่าต่อโลก และลูกค้าเราอยู่ไหม โดยจะดูจาก Megatrends และความต้องการของผู้บริโภคที่เขาเปลี่ยนไปในอนาคต โดยเราจะต้องสร้างภาพที่เหมาะสมให้กับคนในองค์กร และสังคม เพื่อเป็นการสร้าง Branding

เรายังมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ไหม โดยมองหาอะไรเป็นจุดแข็งของเรา และคู่แข่งของเราจะมาทดแทนเราได้ไหม และ Business model จะสร้างรายได้ให้กับเราได้อย่างไร และยังแข่งขันได้ไหม

เรามีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมในองค์กรแล้วหรือไม่ หรือ มี prototype อื่นที่เตรียมไว้แล้วหรือยัง เรามีตัวชี้วัดอะไรที่เราได้เริ่ม 2 ข้อแรกแล้วจริง ๆ และสิ่งที่เราทำนั้นสอดคล้องกับทิศทางของโลก และยังมีแนวทางสร้างรายได้ให้กับเรา รวมถึงการคิดและกระทำ หากไม่กระทำก็ถือว่าไม่มีประโยชน์ การมองอนาคต เป็นการมองตาม Megatrend เป็นสิ่งที่น่าจะมาแน่นอน และการมอง alternative trend ซึ่งเป็นแนวทางที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งมาจาก weak signal นำมาก่อนแล้วอาจจะกลายเป็น trend ใหญ่ต่อไป

Megatrend จะมาจาก customer behavior และจะก่อให้เกิด demanding ซึ่งจะต้องตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า หรือ

customer needs และสังเกตจาก regulator หรือ big player จะขยับตามหรือไม่ ถ้าลูกค้าขยับและมีการปรับกฎระเบียบ หรือ ผู้เล่นรายใหญ่ขยับ แนวทางนี้ก็จะมาอย่างแน่นอน ซึ่งถ้ามองเรื่อง regulation จากภาครัฐ ตัวอย่าง เช่น รถยนต์ไฟฟ้า ถ้ามีการกำหนด green premium ที่เรียกว่า carbon tax ก็จะทำให้บริษัทรถยนต์ใหญ่ก็พร้อมที่จะหนีจากเทคโนโลยีเดิมมาสู่ รถไฟฟ้าทันที

Alternative trend จะต้องมองดูว่ามี disruptor มีกิจกรรมอะไรเกิดขึ้น เช่น Social media ที่เริ่มขึ้น และมี weak signal มีอะไรที่อาจจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมของเรา บางส่วนที่มาแล้วแต่ไม่สามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ ก็กลับไปสู่ Megatrend แนวทางของ Megatrend มีประมาณ 6 ประการ ได้แก่

1. Digital Transformation ซึ่งจะเป็นแนวทางสำคัญ อย่างน้อยก็ต้องเข้าใจเรื่อง Digital mindset โดยเข้าใจ IoT, Blockchain, Cloud computing, Big Data, AI, e-commerce ฯ เพื่อช่วยให้อุตสาหกรรมตนเองอยู่รอด หรือทำให้ดีขึ้น รวมถึงหากจะนำมาใช้ก็ทำเป็นบางส่วนขององค์กร หรือทำทั้งหมด
2. Fin tech หรือ Blockchain เป็นเรื่องของ infrastructure ใหม่ ซึ่งเป็น next generation ของ internet เป็นการสื่อสารเงินตรา แต่เข้ารหัสในรูปแบบ crypto และควรรู้ว่าเราสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้อย่างไร แค่นั้น โดยทำให้เกิดความโปร่งใส เช่น app. เป่าตั้ง ซึ่งคนไทยมีการเข้าสู่ cashless society เราจะต้องหาทางเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างไร
3. Sustainability เป็นเรื่องของ Green ที่เข้ามาแทนสิ่งเดิม ๆ เป็นการมองถึงสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ การลดความสิ้นเปลือง การดูแลโลก ตั้งแต่ food waste มีทั้งการทำ CSR, CSV

4. Health and Wellness การมองถึงสุขภาพ โดยเน้นถึงการป้องกันมากขึ้น โดยเน้นถึงการทานอาหารที่ดี ออกกำลังกายที่ดี ๙ การดูแลทางด้านความงาม และการชะลอความชรา เพราะคนไม่อยากจะแก่ หรือต้องการมีคุณภาพมากขึ้น และการขยับทางการแพทย์ไปในแนวทาง genomic เป็นการมองไปใน DNA ที่เป็นต้นเหตุของโรค ทำให้บางคนเป็นไม่รุนแรง
5. Emerging market และการมองโลกใหม่ ได้แก่ จีน ซึ่งเปลี่ยนจาก factory of the world มาเป็น consumer of the world และอินเดีย ที่เป็นตลาดใหญ่ของโลก รวมถึงตลาดใหม่ที่น่าสนใจ คือ เวียดนาม อินโดนีเซีย ๙ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่พร้อมจะรับสิ่งใหม่ ๆ และวัยเจริญพันธุ์
6. ชนเผ่าใหม่ ๆ ของผู้บริโภครวมถึงทางจิตวิทยา หรือความสนใจ เช่น การยอมจ่ายเงินเพื่อประสบการณ์ รูปแบบใหม่ ๆ ของการใช้ชีวิต และกลับไปสู่เรื่องของ Green เป็นความรับผิดชอบต่อสังคม และมีความเป็นคนดีทั้งทาง Good governance และการมีความจริงใจ โปร่งใสต่อผู้บริโภครวมถึงการกวดขัน และใช้แรงงานทาส ความเหลื่อมล้ำ ที่ขัดต่อความเชื่อของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะให้ความสนใจกับการพัฒนาตนเอง ให้ความรู้กับเขาทั้งทางด้านอาหาร การลงทุน ข้อมูลนี้ส่วนหนึ่งได้มาจาก The Secret Sauce ตอนประวัติศาสตร์เศรษฐกิจยุคใหม่เริ่มแล้ว ถ้าไม่เร่ง reform คุณอาจตายได้ ซึ่งดำเนินการโดย คุณเคน นครินทร์

ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมได้จาก www.minsenconcept.com