

แนวทางอยู่รอดทางธุรกิจหลัง COVID ตอน 1

โดย Min Sen Concept 13 เมษายน 2564

จากตอนที่แล้วเรื่อง Reform vs R.I.P. เมื่อวันที่ 8 เมษายนที่ผ่านมา ทำให้เห็นแนวทางการปฏิรูปทางธุรกิจ และการตั้งคำถาม 3 ข้อ เพื่อให้ทราบว่าเราพร้อมจะ reform กันมากน้อยเพียงใด และมีค่าที่เกี่ยวข้อง ที่มีผู้ติดตามถามมาเกี่ยวกับ BCP จึงขอนำมาอธิบายเพิ่มเติม

เรื่อง BCP: Business Continuity Planning เป็นเรื่องของ การเตรียมตัวรับมือกับภาวะที่ไม่ปกติ ที่เราคาดไม่ถึง เช่น จลาจล น้ำท่วมหนัก ซึ่งทำให้ไฟดับ คนเดินทางมาทำงานไม่ได้ ฯ แต่เราจะต้องดำเนินการธุรกิจต่อไปให้ได้ ซึ่งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์หลายแห่งได้มีการเตรียมแผนการมาบ้างแล้ว โดยขอเล่าพอสังเขปให้ผู้ที่สนใจว่า จะต้องมีส่วนอะไรบ้าง เริ่มจาก

การมองลักษณะของงานที่เราทำอยู่ในปัจจุบัน ว่ามีลักษณะงานอะไรที่สำคัญ และส่วนใดที่มีความสำคัญน้อยลง เพื่อที่จะต้องเตรียมการให้สามารถดำเนินการได้โดยมีผลกระทบน้อยที่สุด

การมองความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นว่ามีอะไรบ้าง เช่น ที่ผ่านมาก็เป็นเรื่องของการระบาดของโรค ปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมือง ปัญหาการถูกโจมตีทาง cyber การถูกกระทบ

ทางธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ภัยจากความแห้งแล้ง พายุถล่ม ไฟไหม้ หรืออากาศเป็นพิษจาก PM 2.5 ฯลฯ รวมถึงมีแต่ละชั้นของการเกิดเรื่องต่าง ๆ นั้น จะมีมาตรการดำเนินการอย่างไร แทนที่จะต้องมีการประชุม เช่น เมื่อมีการติดเชื้อ COVID เกินกว่า 300 ในพื้นที่จะต้องมีมาตรการอะไร และหากมีการติดเชื้อเกินกว่า 1,000 จะต้องมีมาตรการอะไรต่อมา โดยไม่ต้องรอการประชุมเพื่อกำหนดมาตรการเมื่อถึงแต่ละค่า ซึ่งเมื่อทำอย่างนั้นอาจจะช้าเกินไป และส่งผลกระทบต่อแรงได้

การวางแผนเพื่อแก้ผลกระทบจากความเสียหายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งแต่ละธุรกิจมีรูปแบบและกิจกรรมที่ไม่เหมือนกันในการลดความเสี่ยง แต่ที่สำคัญ คือ เรื่องเกี่ยวกับคน โดยจะต้องให้ความรู้ในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้คนเหล่านั้นปลอดภัย และลดความเครียดโดยที่ยังสามารถทำงานได้ รวมถึงการจัดการรูปแบบการทำงานให้เกิดเสถียรภาพ ตั้งแต่การดูแลวัตถุดิบในห่วงโซ่อุปทาน การเตรียมเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้พร้อมสำหรับการเปิดสำนักงานใหม่ หรือการทำงานที่บ้าน รวมถึงการสื่อสารระหว่างกันเพื่อให้ทราบสิ่งต่าง ๆ ที่จะดำเนินต่อไป ฯ

เมื่อมี BCP แล้วก็ยังคงต้องประเมินผล และวัดผลด้วยว่าสถานการณ์นั้นจะยืดยาวแค่ไหน และเราจะพร้อมกลับไปสู่สภาวะปกติได้เมื่อใด และเมื่อกลับไปแล้วเราจะต้อง down size ธุรกิจของตนเองไหม รวมถึงการมองหารายได้อื่นเพื่อประคอง หรือการประสานกับภาครัฐเพื่อรับเงินอุดหนุน

ที่สำคัญ คือ การเตรียมตัวหลังจากวิกฤตสิ้นสุด เช่น หลัง COVID นี้ อาจจะต้องเตรียมเผชิญเศรษฐกิจถดถอยอย่างรุนแรง อัตราการว่างงานสูง คนระดับกลางจะมีรายได้ลดลง

ถ้าคนเหล่านั้นเป็นลูกค้าของเรา เราจะต้องทำอะไรบ้างเพื่อให้เรายังคงสามารถอยู่ได้ การรับมือกับ touchless society รวมถึงการเตรียมรับมือกับ work from home และคนคุ้นชินกับการสั่งซื้อสินค้าทาง e-commerce เราจะอยู่ในส่วนใดของห่วงโซ่อุปทานนี้

แต่ทั้งหมดทั้งมวลที่กล่าวมาในตอนที่แล้ว และเกี่ยวกับ BCP นี้ ก็เป็นเพียงบางส่วนของที่จะทำให้เราอยู่รอด การพยายามสร้างความผูกใจให้ลูกค้าจงรักภักดี ซึ่งในเชิงจิตวิทยา ลูกค้าไม่ชอบถูกผูกมัด จึงทำให้พวกเขายังไม่ภักดี รวมถึงโปรแกรมเหล่านี้ยังมีต้นทุนในการบริหารที่ค่อนข้างแพง และเลียนแบบกันได้ง่าย เดิมลูกค้าที่ผูกพันเพราะไม่มีทางเลือกมากมายให้เขาเลือกเช่นปัจจุบัน การสร้างแบรนด์ที่เกื้อหนุนให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีโดยสมัครใจ จึงเป็นแนวทางที่ Google, iPhone, Hermes ดำเนินการ โดยการใช้การออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ และบริการที่แตกต่างที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าในการใช้สินค้า หรือบริการของเขา ซึ่งโดยมากจะเป็นเรื่องของ 3 D คือ Difference, Design, Delight หรือ ความแตกต่างที่ตอบโจทย์ และมีมูลค่ารวมกับการออกแบบที่น่าสนใจ ทำให้เกิดนวัตกรรม แล้วจึงเกิดความพึงพอใจตามมา ธุรกิจไม่มีพื้นที่ปลอดภัยอีกต่อไป แนวคิดเดิมที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการครอบครองโรงงานผลิต การเข้าถึงแหล่งทุน สิทธิบัตรในเทคโนโลยี กฎหมายกีดกันทางการค้า การผูกขาดช่องทางจัดจำหน่าย กำลังจะสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขัน บริษัทที่ไม่ปรับตัวอย่างต่อเนื่องให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลก จะอยู่ได้ยากลำบากมากขึ้นในยุคนี้ ความคล่องตัวขององค์กรจะอยู่ที่ องค์กรที่มีกรอบ

ความคิดที่ถูกต้อง ทักษะที่เหมาะสม และความสามารถที่จะเพิ่มทักษะเหล่านั้นเป็นเท่าทวีคูณด้วยการร่วมมือกัน การปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กร แห่งการกระหายที่จะแสพแนวคิดที่พร้อมจะรับความเสี่ยง พร้อมสร้างสรรค์ การอัดฉีดความคิดสร้างสรรค์เข้าไปในองค์กร จะแตกต่างโดยสิ้นเชิงในองค์กรบนฐานของการคิดค้นสร้างสรรค์ เพราะเวลาเป็นผู้สร้างสรรค์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุด

การเปลี่ยนแปลงของบริโภคนิยม เป็นการมองส่วนรวมมากกว่าส่วนตน เริ่มที่แต่ละคนรู้หน้าที่ของตน แบบพุทธศาสนา ที่กล่าวว่า เตกาสี ลภเต สุขัง คือ ทานคนเดียวไม่เป็นสุข คือ การที่เราจะรอดคนเดียวในสังคม สุดท้ายเราก็ไม่สามารถอยู่รอด การใช้ทรัพยากรธรรมชาติมากมายที่เป็นต้นเหตุของการใช้ทรัพยากรเหล่านี้ใกล้จะหมด ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำให้เราต้องมาพิจารณาในปัจจุบันเกี่ยวกับ เรื่องสิ่งแวดล้อม สภาวะโลกร้อน ฯ ระบบถูกกระทบอย่างรุนแรงจากการใช้สินค้าอย่างฟุ่มเฟือย ด้วยการมุ่งลดของเสีย และการเข้ามาสู่ยุคของสินค้าออร์แกนิก รวมถึงความต้องการที่จะได้สิ่งต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว โดยอาศัยเทคโนโลยียังคงเป็นสิ่งที่ทำให้ e-commerce เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ใช้อย่างเหมาะสม ไม่ใช่การใช้หัวใจทุกอย่างมีจำกัด และมีการแบ่งปัน รวมถึงการการระบาดของโรค ส่งผลให้สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสุขภาพ ทั้งในด้านการรักษาและการป้องกัน เป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจ ทั้งเรื่องการชะลอความชรา เป็นการเพื่อให้คงความเป็นหนุ่มสาว รวมถึงการฉีดวัคซีนจะเป็นทิศทางของโลก เพื่อให้ครอบคลุม เช่น อิสราเอล จะสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ได้เป็นประเทศแรก รวมถึงอาหารบิเรตส์ ที่จะมี

การผ่อนคลายการควบคุม จนอาจไม่ต้องใส่หน้ากากอนามัย แต่ขีลี้ ซึ่งเป็นประเทศที่ฉีดวัคซีนได้ครอบคลุมมากเช่นกัน แต่ไวรัสกลายพันธุ์ สายพันธุ์บราซิล ที่มีการติดเชื้ออย่างรุนแรง ซึ่งมีมาตรการเข้มข้นมาตลอด จนคนเกิดภาวะล้าจากการควบคุม ทำให้เกิดการระบาด และสูญเสียชีวิตอย่างมาก

แต่เหนือสิ่งอื่นใดการจัดการเพื่อให้เกิดนวัตกรรม หรือการสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากที่จะทำให้ธุรกิจของตนเองอยู่ได้ ซึ่งจะขอก้าวในตอนต่อไป

ติดตามรายละเอียดเรื่องอื่นเพิ่มเติมได้

จาก www.minsenconcept.com