

การ்தเนอร์เผยไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อสำคัญต่อสุขภาพยุคโลกาภิวัตน์



การ்தเนอร์เผยไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อสำคัญต่อสุขภาพยุคโลกาภิวัตน์ พร้อมแนะธุรกิจเร่งทำแผนรับมือครบทั้ง 3 ระยะ

จากการที่โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาระบาด และแพร่กระจายอย่างรวดเร็วยิ่งกว่าการระบาดของโรคซาร์สในปี 2546 ผู้จัดการด้านสุขภาพยุคจะต้องชะลอการปรับตัว และวางแผนรับมือกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2019 องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้รับรายงานเกี่ยวกับการเกิดโรคปอดอักเสบรุนแรงหลายรายในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ซึ่งโรคปอดอักเสบที่กำลังระบาดอยู่ที่นี่เป็นสายพันธุ์ของไวรัสโคโรนาที่ต่อมา WHO ได้ตั้งชื่อว่า COVID-19 ได้แพร่กระจายไปทั่วประเทศจีนและประเทศอื่น ๆ

จากการที่ผู้นำระดับโลกและเจ้าหน้าที่สาธารณสุขผู้เกี่ยวข้องต้องมีการติดตามสถานการณ์และตัดสินใจให้มีการควบคุมเพื่อยับยั้งการระบาดของโรค ผู้จัดการด้านสุขภาพยุคจึงจำเป็นต้องมีการประเมินและวางแผนเพื่อรับมือกับผลกระทบจากไวรัสที่จะมีต่อวงการสุขภาพยุคทั่วโลก

ซึ่งผลกระทบเต็ม ๆ ที่เกิดจากไวรัสโคโรนาต่อวงการช้อปปิ้งหลายเซกชันนั้นอาจจะยังไม่ชัดเจนในตอนนี้อาจจะถึงเวลาในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้าหรือมากกว่านั้น

นาย Koray Köse ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายวิเคราะห์ข้อมูลของการ์ทเนอร์ กล่าวว่า “ผลที่ตามมาของการระบาดครั้งใหญ่เป็นสิ่งที่ยากจะคาดการณ์ได้ อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงนั้นก็ยังคงมีอยู่ บวกกับโลกาภิวัตน์และการผสมรวมของช้อปปิ้งหลายเซกชัน ความเสี่ยงจะเกิดขึ้นหรือไม่ก็นั้นไม่สำคัญเท่ากับการที่เราจะต้องเน้นที่ความพร้อมในการรับมือเมื่อเกิดความเสี่ยงขึ้น และนั่นคือสิ่งที่จะต้องเปลี่ยนแนวคิดในการบริหารความเสี่ยงและสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจ”

ความท้าทายของโลกาภิวัตน์

ถึงแม้ว่าการแพร่ระบาดของโรคจะถูกนำไปเปรียบเทียบกับการระบาดของโรคซาร์สในปี 2546 แต่ปัจจุบันประเทศจีนได้มีการพัฒนา และบูรณาการกับเศรษฐกิจโลกมากขึ้นและได้ปรับปรุงประสิทธิภาพด้านเครือข่ายการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งหมายถึงความเกี่ยวเนื่องกันของช้อปปิ้งหลายเซกชันจะทำให้เกิดผลกระทบมากกว่าจะเป็นเพียงแค่ปัญหาในระดับภูมิภาค ประกอบกับการจำกัดการเดินทาง การขาดแคลนแรงงานและวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ รวมถึงความท้าทายด้านโลจิสติกส์ที่มีการควบคุมที่เข้มงวดรัดกุม ตลอดจนการปิดยับและบริเวณชายแดนจะทำให้เกิดผลกระทบเป็นวงกว้างส่งต่อกันเป็นทอด ๆ มากขึ้นกว่าเมื่อ 17 ปีที่แล้ว และถ้าหากจะให้พูดกันจริง ๆ ก็คือ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาได้ระบาดมากกว่าโรคซาร์สไปแล้ว

โคโรนาไวรัสส่งผลกระทบต่อช้อปปิ้งหลายเซกชันได้อย่างไร

แม้ว่าการคาดการณ์ถึงผลลัพธ์จริง ๆ ของสถานการณ์โคโรนาไวรัสจะเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก แต่บรรดาองค์กรธุรกิจอาจจะเริ่มเห็นผลกระทบที่เกิดขึ้นที่วงการช้อปปิ้งหลายเซกชันแล้ว ซึ่งประกอบด้วย:

วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ: เกิดการขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์ หรือสินค้าสำเร็จรูปที่มีการขนส่งผ่านศูนย์โลจิสติกส์ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ

แรงงาน: อาจเกิดการขาดแคลนพนักงานออฟฟิศ หรือคนงานในโรงงาน เนื่องจากการถูกกักกันโรค หรือจากอาการเจ็บป่วย

การเข้าถึงแหล่งต้นทางของสินค้าหรือการบริการ: เนื่องจากการเดินทางอาจถูกจำกัดในบางพื้นที่ ทำให้เกิดข้อจำกัดในการเข้าถึง ในการเสาะหาธุรกิจหรือโปรแกรมใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพเหมาะสมเพื่อธุรกรรมทางธุรกิจ

โลจิสติกส์: การจัดตั้งศูนย์ขนส่งและช้อปปิ้งเน็ตเวิร์กต่าง ๆ อาจเกิดข้อจำกัดด้านการจัดเก็บและความพร้อมใช้งาน ดังนั้น ถึงแม้ว่าจะมีวัสดุอุปกรณ์พร้อมอยู่ก็ตาม แต่มันอาจจะติดค้างอยู่ ณ ที่ใดที่หนึ่ง นอกจากนี้ การค้นหาเส้นทางและวิธีการขนส่งแบบอื่นก็จะมีคามยุ่งยากขึ้น

ผู้บริโภค: ผู้บริโภคอาจจะระมัดระวังพฤติกรรมการซื้อของตนเองมากขึ้น เนื่องจากกลัวการอยู่ในที่สาธารณะ และอาจมีโอกาสดูติดเชื้อไวรัสได้ ผู้บริโภคหลายรายอาจจะหันไปซื้อของออนไลน์แทน ซึ่งเรื่องนี้จัดเป็นสิ่งที่ทำลายเครือข่ายการขนส่งเป็นอย่างมาก

การเตรียมพร้อมของซัพพลายเชนเพื่อรับมือต่อการถูกดิสรัปชัน

เมื่อเกิดภาวะชะงักงันจากการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ บรรดาองค์กรชั้นนำในซัพพลายเชนต่างพากันใช้ประโยชน์จากกระบวนการจัดการความเสี่ยง โดยนำขอบข่ายงานเข้ามาเป็นตัวชี้วัดความเสี่ยงหลัก ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเตรียมพร้อมในกรณีที่ต้องรับมือกับความไม่แน่นอนที่สามารถควบคุมและคาดเดาได้ เช่น การปฏิบัติตามกฎระเบียบ, แรงงาน, วัสดุอุปกรณ์, กำลังการผลิต และปัญหาทางการเงิน เป็นต้น

แต่สำหรับโรคระบาดและโรคติดต่อนั้นเป็นอีกเรื่องหนึ่ง ผลกระทบหลักคือ ขาดพนักงาน ศักยภาพการผลิตลดลง และมีการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในเรื่องช้อปปิ้งและการใช้จ่าย Köse กล่าวว่า “ผลกระทบเต็ม ๆ ที่เกิดจากไวรัสโคโรนาต่อวงการซัพพลายเชนนั้น อาจจะยังเห็นไม่ชัดเจนในตอนนี้นั้นจนกว่าจะถึงเวลาในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้าหรือมากกว่านั้น อย่างไรก็ตามผู้จัดการด้านซัพพลายเชนควรเริ่มทำขั้นตอนนี้ก่อนเพื่อเป็นการตรวจสอบและเตรียมความพร้อมในการรับมือกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจของพวกเขา”

แผนระยะสั้น คือ ต้องลงมือทำทันที

จะต้องมีการพัฒนาโปรแกรมสำหรับตรวจสอบและรับมือกับความเสียหายสูงที่จะเกิดจากภาวะชะงักงันของซัพพลายเชนในประเทศอื่นได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ไวรัส เริ่มจากซัพพลายเชนระดับที่ 1 และต่ำกว่า หากความโปร่งใสในซัพพลายเชนในระดับที่ต่ำกว่าขาดหายไปจะต้องเริ่มสร้างโปรแกรมและจัดลำดับความสำคัญของการค้นพบเพื่อให้ได้ภาพเต็มอย่างรวดเร็วที่สุด อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญคือจะต้องประเมินว่าการใช้จ่ายของลูกค้าอาจจะได้รับผลกระทบอย่างไร

ขั้นตอนต่อไปคือการตรวจสอบให้แน่ใจว่าสินค้าคงคลังทั้งหมดอยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงได้ และอยู่นอกพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ นอกจากนี้ผู้จัดการด้านซัพพลายเชนควรทำงานร่วมกับฝ่ายกฎหมายและทรัพยากรบุคคลเพื่อทำความเข้าใจกับผลกระทบทางการเงินอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่ไม่สามารถส่งมอบของให้กับลูกค้า และจะต้องให้คำแนะนำแก่พนักงานที่อยู่ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ

แผนระยะกลาง คือ ต้องลงมือทำในไตรมาสนี้

สำหรับแผนระยะกลาง ควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน รวมถึงต้องมีสินค้าคงคลังสำรองไว้ด้วย เพื่อจะได้มีโอกาสเข้าถึงซัพพลายเออร์ที่หลากหลายมากขึ้นและมีการทบทวนหรือสร้างแนวทางการบริหารความเสี่ยงโดยรวมขององค์กร นอกจากนี้จะต้องมีการทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรและซัพพลายเออร์สำคัญในเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างแนวทางในการจัดการความเสี่ยงที่สอดคล้องกันในการตรวจสอบและเตรียมความพร้อมสำหรับความขาดแคลนด้านวัสดุอุปกรณ์ และกำลังการผลิตที่มีศักยภาพ

แผนระยะยาว คือ จะต้องลงมือทำภายในปีนี้

เมื่อผลกระทบแรกของวิกฤตบรรเทาเบาบางลงแล้ว สิ่งต่อไปที่จะต้องคาดการณ์ต่อไปคือ จะเกิดผลกระทบขึ้นอีก “เมื่อใด” ผู้จัดการด้านซัพพลายเชนและทีมอาจจะมีการฝึกวางแผนและพัฒนาแผนปฏิบัติการไว้รองรับสถานการณ์ที่

อาจเกิดขึ้น ซึ่งนี่คือเวลาที่จะค้นพบหรือพัฒนาแหล่งต้นทางของสินค้า หรือการบริการอื่น ๆ และได้เซนใหม่ ๆ เข้ามาเพิ่ม

การจัดการกับซัพพลายเชนกลยุทธ์ที่มีมูลค่าความเสี่ยงสูงที่การรับมือภายในองค์กรอาจไม่เพียงพอที่จะบรรเทาภาวะชะงักงันสำคัญ ๆ ที่เกิดขึ้นได้ เช่น แหล่งสินค้า/บริการทางเลือก เส้นทางขนส่ง สินค้าคงคลังและเงินสดสำรอง ถึงกระนั้นก็ดีกว่าเตรียมพร้อมในการรับมืออย่างดีกว่าการแข่งขัน เพราะอาจเปิดโอกาสใหม่ ๆ ให้กับองค์กรได้ เมื่อมีการภาวะชะงักงันในครั้งหน้า

เกี่ยวกับการ์ทเนอร์

บริษัท การ์ทเนอร์ (Gartner, Inc.) (NYSE: IT) คือบริษัทวิจัยและให้คำปรึกษาชั้นนำของโลก และมีรายชื่ออยู่ในดัชนี S&P 500 บริษัทฯ ให้ข้อมูลเชิงลึก คำแนะนำ และเครื่องมือต่าง ๆ แก่ผู้บริหารองค์กรธุรกิจ เพื่อรองรับการดำเนินการกิจสำคัญที่มีอยู่ในปัจจุบันและสร้างองค์กรให้ประสบความสำเร็จในอนาคต

การ์ทเนอร์นำเสนองานวิจัยที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญ และใช้แหล่งข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานจริง เพื่อชี้นำลูกค้าสำหรับการตัดสินใจที่ถูกต้องเหมาะสมในเรื่องที่สำคัญที่สุด การ์ทเนอร์ทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นกลางและเป็นที่ยอมรับที่ได้รับความไว้วางใจจากองค์กรต่าง ๆ กว่า 15,000 แห่งในกว่า 100 ประเทศทั่วโลก ครอบคลุมทุกส่วนงานสำคัญ ๆ ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมและองค์กรทุกขนาด

ดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางของการ์ทเนอร์ในการช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจอย่างถูกต้องเพื่อขับเคลื่อนอนาคตของธุรกิจได้ที่ [gartner.com](https://www.gartner.com)