

บทที่ 9 แผนฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉิน กรณีเหตุการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาด (Contingency Plan)

เนื่องจากธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับผู้เล่นรายใหม่ในตลาดนั้นมีความเสี่ยงสูงมาก ทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคที่สามารถคาดการณ์ได้ยาก หรือกรณีเกิดคู่แข่งรายใหม่ในตลาด ดังนั้นอาจจะทำให้แผนต่างๆของทางบริษัทที่ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ดังนั้น ทางบริษัท จึงมีแผนเพื่อรองรับเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

กรณีผลประกอบการต่ำกว่าที่ประมาณการไว้

แนวทางแก้ไข

บริษัท ต้องค้นหาสาเหตุที่แท้จริงของการที่ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย โดยการใช้ลักษณะการสอบถามพูดคุยกับลูกค้าถึงทัศนคติและความพึงพอใจลูกค้า

กรณีลูกค้าไม่สามารถรับรู้ในตราสินค้า ไม่เกิดการทดลองใช้ บริษัท ต้องจัดกิจกรรมทางด้านการตลาดเพื่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น เช่น เพิ่มความถี่และจำนวนในการแจกใบปลิวหรือแผ่นพับ รวมถึงอาจต้องทำการวิจัยตลาดใหม่อีกครั้ง

กรณีลูกค้าไม่เกิดการซื้อซ้ำ บริษัท ต้องทำการหาสาเหตุที่แท้จริงของการไม่ซื้อซ้ำ กรณีที่เกิดจากการไม่เห็นผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ บริษัท จะเพิ่มการสื่อสารการตลาดถึงกรณีการเห็นผลของผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจต้องใช้ระยะเวลาแตกต่างกันไปแต่ละบุคคล นอกจากนี้บริษัทยังอาจเร่งการออกผลิตภัณฑ์ตัวใหม่เร็วขึ้น หรือเพิ่มการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ “Allergi-Care” ในคุณสมบัติอื่นของผลิตภัณฑ์เช่น การป้องกันมะเร็ง

กรณีพนักงานขายไม่สามารถเพิ่มยอดขายได้ บริษัท ต้องมีการทบทวนการคัดเลือกพนักงานใหม่ ในขณะเดียวกันบริษัทจะทำการเรียกพนักงานขายที่มีอยู่มาทำการสัมภาษณ์ถึงสาเหตุของปัญหาในการขาย และให้คำแนะนำแก่พนักงานตามความเหมาะสม

กรณีรายจ่ายบางรายการมีลักษณะสูงผิดปกติ บริษัท ต้องมุ่งการลดต้นทุน โดยเฉพาะในส่วนที่ไม่เกิดรายได้ โดยการหาเหตุผลที่แท้จริงของที่มารายจ่ายนั้น เช่น การวางแผนการผลิตไม่สอดคล้องกับยอดขาย ซึ่งอาจจะต้องมีการวางแผนการผลิตใหม่

กรณีคู่แข่งรายใหญ่เข้ามาทำตลาดผลิตภัณฑ์ในลักษณะเดียวกัน

แนวทางแก้ไข

การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และรักษาส่วนแบ่งตลาดในผลิตภัณฑ์เดิม บริษัทจะพิจารณาถึงการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดใหม่ โดยอาศัยข้อเสียจากผลิตภัณฑ์เดิม ขณะเดียวกันจะเพิ่มงบประมาณด้านกิจกรรมทางการตลาดเพื่อรักษาไว้ซึ่งส่วนแบ่ง โดยเพิ่มการสื่อสารการตลาดในลักษณะผลิตภัณฑ์ของรายอื่นคือสินค้าเลียนแบบ

เน้นการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม (Customer Retention) เพิ่มความเข้มแข็งในการทำ CRM และเน้นการสร้างประสบการณ์กับประสิทธิภาพการรักษา

การผลิตไม่เป็นไปตามข้อตกลง

แนวทางแก้ไข

กรณีผู้ผลิตไม่สามารถส่งสินค้าได้ตามกำหนด ปรับค่าเสียหายตามที่ระบุในสัญญา กรณีที่ความล่าช้ามีไม่มากจะไม่กระทบต่อบริษัท เนื่องจากบริษัท มี safety stock ไว้ส่วนหนึ่ง บริษัทอาจใช้การเพิ่มระดับ safety stock เพิ่มเติมบางช่วงเวลา หากเกิดกรณีที่มีความล่าช้าเป็นเวลานานและเกิดขึ้นบ่อยครั้ง บริษัทจะพิจารณาการว่าจ้างผู้ผลิตรายใหม่

สินค้าไม่ได้มาตรฐานตามกำหนด ปรับค่าเสียหายตามที่ระบุในสัญญา บริษัทจะดำเนินการเข้าพบผู้ผลิตเพื่อรับทราบสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อตกลงรายละเอียดในแต่ละกรณี ในกรณีที่ผู้ผลิตละเลยการควบคุมคุณภาพตามที่ควรจะทำตามที่ตกลงไว้แต่ต้น บริษัทจะพิจารณาการว่าจ้างผู้ผลิตรายใหม่

กรณีปัญหาเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ

แนวทางแก้ไข

การประมาณการยอดขายมีความคลาดเคลื่อนทำให้เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ ซึ่งวงเงินเบิกเกินบัญชีจากธนาคารไม่เพียงพอต่อการใช้งาน บริษัทจำเป็นต้องหาแหล่งเงินกู้ยืมระยะปานกลาง 2-3 ปี จากธนาคาร ซึ่งถ้าไม่ได้รับการอนุมัติ อาจจะต้องระดมเงินทุนเพิ่มเติมจากผู้ถือหุ้น