

VUCA: VOLARITY/ UNCERTAINTY/ COMPLEXITY/ AMBIGUITY (ΜΕΤΑΒΛΗΤΟΤΗΤΑ / ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ / ΠΟΛΥΠΛΟΚΟΤΗΤΑ / ΑΣΑΦΕΙΑ)



ΠΟΣΟ ΚΑΛΑ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΠΡΟΒΛΕΨΕΤΕ ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΩΝ ΠΡΑΞΕΩΝ/ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΑΣ;

ΠΟΛΥΠΛΟΚΟΤΗΤΑ (COMPLEXITY)

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ:

Η κατάσταση έχει πολλές μεταβλητές και πολλά σημεία της είναι συνδεδεμένα το ένα με το άλλο. Κάποιες πληροφορίες είναι διαθέσιμες ή μπορούν να προβλεφθούν, αλλά η φύση της κατάστασης ή ο κύριος όγκος της μπορεί να είναι τέτοια που να μην μπορεί να γίνει σωστή επεξεργασία τους.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:

Έχετε δράσεις ή δραστηριότητα σε πολλές χώρες, η κάθε χώρα έχει διαφορετική προσέγγιση, κουλτούρα ή τιμολογιακή πολιτική στην θεματική για την οποία εργάζεστε.

ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ:

Συμβουλευτική από ειδικούς επί του θεματός σας σε κάθε περιβάλλον. Αναδιάρθρωση και ανάπτυξη διαφορετικής (ειδικής) προσέγγισης και εύρεση επαρκών πόρων για την αντιμετώπιση της πολυπλοκότητας.

ΜΕΤΑΒΛΗΤΟΤΗΤΑ (VOLARITY)

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ:

Η πρόκληση που αντιμετωπίζετε δεν είναι δύσκολο να γίνει αντιληπτή αλλά έχει απροσδόκητα ή ασταθή χαρακτηριστικά και –ίσως- άγνωστη διάρκεια. Υπάρχει γνώση γύρω από το συγκεκριμένο θέμα.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:

Οι τιμές για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας παρουσιάζουν μεγάλες διακυμάνσεις ύστερα από μια φυσική καταστροφή λόγω του ότι ένας προμηθευτής/συνεργάτης σας βγήκε εκτός δικτύου.

ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ:

Αναπτύξτε τον οργανισμό σας σταθερά και διαχειριστείτε τους πόρους σας με τρόπο τέτοιο που να σας εξασφαλίζουν ετοιμότητα. Για παράδειγμα, φροντίστε να έχετε αποθέματα ή αγοράστε περισσότερα προϊόντα από όσα χρειάζεστε σε περιόδους αστάθειας ή ρίσκου. Η προσέγγιση αυτή έχει οικονομικό κόστος. Βεβαιωθείτε ότι η επένδυσή σας αξίζει τον κόπο.

ΑΣΑΦΕΙΑ (AMBIGUITY)

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ:

Οι περιστασιακές δράσεις ή σχέσεις είναι εντελώς ασαφείς. Δεν έχουν ξεκάθαρη δομή και δεν μπορείτε να κάνετε προβλέψεις για την εξέλιξή τους, καθώς δεν υπάρχει προηγούμενο. Είστε στην ζώνη “άγνωστοι μεταξύ αγνώστων”.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:

Αποφασίζετε να δραστηριοποιηθείτε σε “ανώριμα” ή νέα αναδυόμενα πεδία/αγορές ή να ξεκινήσετε την παραγωγή προϊόντων ή/και υπηρεσιών εκτός του πυρήνα των δυνατοτήτων/δραστηριοτήτων σας.

ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ:

Πείραμα. Ξεκινήστε μαθαίνοντας για τη νέα σχέση, το πεδίο ή την αγορά, ξεκινήστε με υποθέσεις και κάντε δοκιμές ώστε να κατανοήσετε την δομή τους. Σχεδιάστε την πειραματική σας προσέγγιση με τρόπο τέτοιο ώστε να μάθετε τα βασικά χαρακτηριστικά πριν τα εφαρμόσετε ευρέως.

ΑΜΦΙΒΟΛΙΑ (UNCERTAINTY)

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ:

Παρά την έλλειψη βασικών πληροφοριών, η βασική αιτία του προβλήματος και τα αποτελέσματά του είναι γνωστά και φανερά. Η αλλαγή είναι δυνατή αλλά δεν είναι δεδομένη.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:

Το προϊόν ή η υπηρεσία ενός ανταγωνιστή πρόκειται να βγει στην αγορά. Το τοπίο της συγκεκριμένης αγοράς είναι πλέον θολό και αβέβαιο.

ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ:

Επενδύστε σε πληροφορίες - συλλέξτε, ερμηνεύστε και διαδώστε. Η κίνηση αυτή λειτουργεί καλύτερα όταν συνδυάζεται με δομικές αλλαγές, όπως για παράδειγμα μια δομή ανάλυσης πληροφοριών που μπορεί να προετοιμάσει και να μειώσει σε βάθος χρόνου την αβεβαιότητα.

ΠΟΣΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ;



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Κάρτα Μεθοδολογίας 22 ■ ■ ■

ΠΗΓΗ: <http://vucabook.com/stories-and-strategies-from-the-vuca-world/>