

کسب آمادگی، کلید اصلی موفقیت در یک رکود اقتصادی است

شرکت‌ها می‌توانند پیروزی در یک رقابت را حتی در
رکود پیش رو رقم بزنند، اگر هم اکنون حرکت درستی را
انجام دهند



محمد مهدی مظفر
مشاور و دستیار ویژه مدیر عامل

Mmozaffar@pedc.ir
www.pedc.ir



شرکت گسترش
انرژی پارسارگاد

رکود ممکن است در افق پیش روی شما باشد

نشانه‌های یک رکود احتمالی عبارتند از:



نشانه‌هایی از استفاده ابزار
اهرم مالی بسیار بالا در
بخش شرکتی

یک دوره تاریخی طولانی
از توسعه اقتصادی

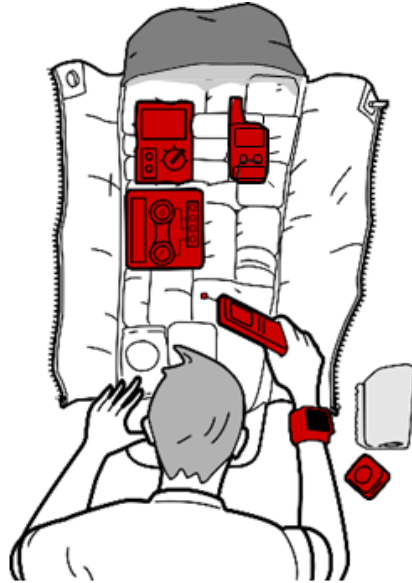
عدم قطعیت ژئوپولیتیکی
در اقصی نقاط جهان



چشم‌انداز کسب و کار در حال تغییر است

در کنار رکود ناگهانی، دو روند ساختاری کلیدی در یک چرخه تجاری جدید ایجاد می‌شود.

شتاب گرفتن استفاده سریع از فناوری‌ها



فناوری‌های به سرعت در حال توسعه، به طور قابل ملاحظه‌ای رفتار و ذائقه مشتری در بسیاری از بخش‌ها را تغییر خواهد داد و به طور همزمان کارایی عملیاتی را افزایش می‌دهد.

پایان نرخ‌های بهره پایین



حتی اگر بانک‌های مرکزی در طول دوره رکود، نرخ‌های بهره را پایین نگه دارند، در نهایت این نرخ افزایش خواهد یافت. علم به این موضوع ساختار سرمایه و تصمیمات سرمایه‌گذاری را برای بسیاری از شرکت‌ها تغییر خواهد داد.

برنامه‌ریزی هم اکنون کلیدی موفقیت است

شرکت‌هایی که به خوبی آماده شده بودند در خلال و پس از رکود اقتصادی برنده شدند.

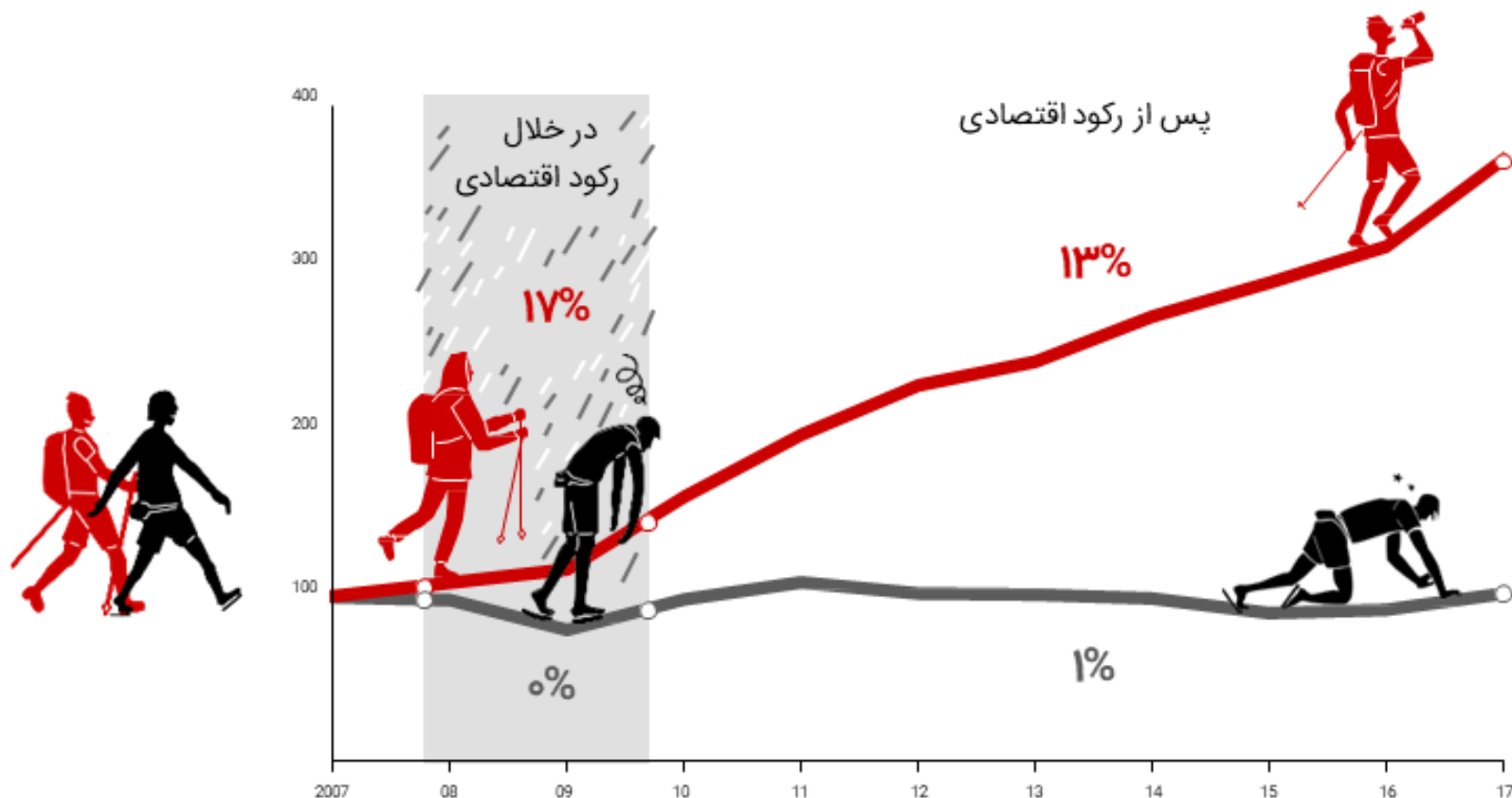


رشد بر حسب سود پیش از کسر بهره و مالیات (شاخص سال ۲۰۰۷ = ۱۰۰)

نرخ رشد مرکب سالانه
۲۰۰۷ تا ۲۰۱۷

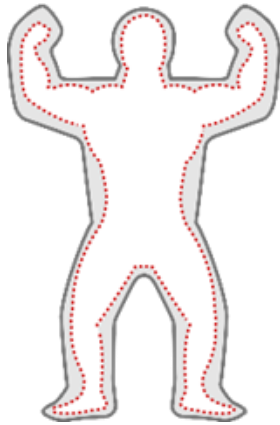
برندگان
۱۴%

بازندگان
۰%



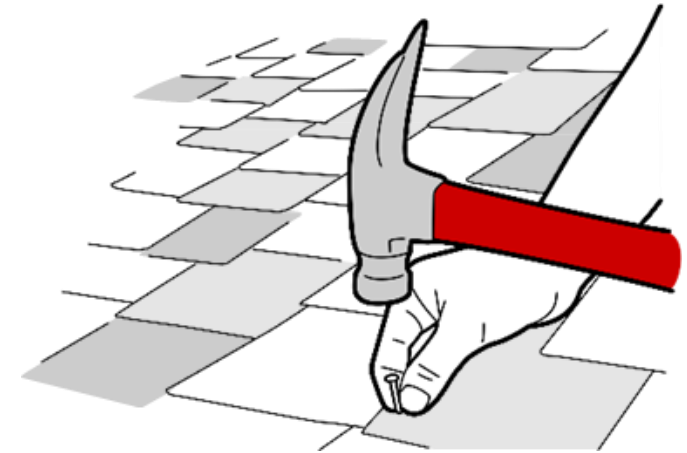
شرکت‌های برنده چگونه خود را آماده می‌کنند (۱/۲)

شرکت‌هایی که این رقابت را می‌برند، به نحوی برنامه‌ریزی می‌کنند تا به صورت آگاهانه بتوانند از فرصت‌های پیش از رکود بهره‌برداری کنند.



باز طراحی ساختار هزینه‌ای شرکت بدون حذف عضله‌های اصلی

این اقدامات صرفه‌جویانه در هزینه‌ها، با هدف کاهش کارهای زائد و ساده‌سازی فرایندها به عنوان راهی برای سوخت‌گیری برای مرحله بعدی در چرخه کسب و کار است.

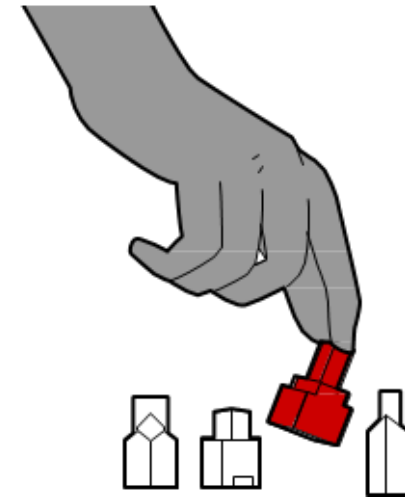


واحد مالی را در اولویت قرار دهید

داشتن یک دید کلی نسبت به سرمایه و نقدینگی برای کاهش خطر ابتلا به کمبود نقدینگی، و پس از آن بودجه‌ریزی مبتنی بر نیازهای ضروری برای انطباق حداکثری با استراتژی پس از رکود.

شرکت‌های برنده چگونه خود را آماده می‌کنند (۲/۲)

شرکت‌هایی که این رقابت را می‌برند، به نحوی برنامه‌ریزی می‌کنند تا به صورت آگاهانه بتوانند از فرصت‌های پیش از رکود بهره‌برداری کنند.



از طریق سرمایه‌گذاری مجدد برای رشد، تهاجمی بازی کنید

قوی‌ترین شرکت‌هایی که از رکود جان سالم به در می‌برند، زودتر به بازی تهاجمی روی می‌آورند، در حالی که دیگران فقط درباره بقا فکر می‌کنند.

نسبت به اهداف ادغام و تملک شرکت فعالانه وارد میدان شوید

شرکت‌ها در حال حاضر می‌توانند برای جلوگیری از افزایش هزینه‌های سرمایه در هنگام افزایش نرخ بهره، خطوط تولید جدید بخرند، بخش‌های مشتری دیگری پیدا کنند یا قابلیت‌های خود را ارتقا دهند.



ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید:



آدرس :

بلوار میرداماد، پلاک ۱۳۹- مجتمع پاسارگاد
کدپستی: ۱۹۱۱۶۱۸۸۵۱
تلفن: ۲۶۴۰۱۸۲۱

www.pedc.ir



برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانید به آدرس زیر مراجعه فرمایید:

Beyond the Downturn: Recession Strategies to Take the Lead

www.bain.com/recession-strategy

BAIN & COMPANY