

KHỦNG HOẢNG 2008-2009 VÀ DOANH NGHIỆP VN

Workshop ngày 14/11/2009

Phạm Ngọc Tuấn, MBA

Ảnh hưởng KHKT đối với KT VN

- Khủng hoảng tài chính Châu Á 1997
VN chưa gia nhập WTO
- Khủng hoảng tài chính 2008 – 2009
VN gia nhập WTO tháng 11/2006
- Các khủng hoảng kế tiếp trong khu vực và toàn cầu
VN sẽ bị tác động như thế nào?



Lĩnh vực khủng hoảng thường thấy

- Đối với thế giới
 - Tài chính ngân hàng
 - Địa ốc
 - Công nghiệp chế tạo.
- Đối với Việt Nam
 - Bổ sung thêm chi tiêu công... quản lý vốn tại các Tập đoàn NN, các dự án,..



VẤN ĐỀ

Nhận dạng các dấu hiệu tổn thương xảy ra đối với DNVN

Xử lý và hồi phục.

Chuẩn bị để đối mặt với các tác động tiêu cực của nền KT- kể cả khủng hoảng sắp tới.

Tác động của KHTC đối với DNVN

1. Doanh thu giảm sút
2. Công nợ phải thu và phải trả gia tăng
3. Thiếu vốn hoạt động
4. Thu hẹp qui mô
5. Giảm đầu tư (ĐT là cơ hội đối với DN mạnh).
6. Phá sản.

Chẩn đoán thương tích



Các Dấu hiệu tổn thương

1. Không phát triển được thị trường, thị phần giảm sút.
2. Doanh thu liên tục giảm sút trong nhiều tháng liền.
3. Nợ phải trả ngày càng tăng...khả năng trả kém. Nợ phải thu tăng...nợ xấu vượt giới hạn an toàn. Dư nợ lớn hơn tài sản.

Sau KHKT là khủng hoảng nợ

Các Dấu hiệu tổn thương

4. Lỗ liên tục ...dòng tiền hoạt động thiếu nghiêm trọng.
5. Lòng tin của thành phần liên quan giảm sút đặc biệt là cổ đông, ngân hàng, CBCNV.
6. Dừng các dự án đầu tư đã lên kế hoạch.
7. Cắt giảm các chi phí đã phê duyệt ngân sách.
Đặc biệt là giảm chi phí lương, marketing, an sinh phúc lợi,..

Các Dấu hiệu tổn thương

8. Đóng cửa một phần cơ sở kinh doanh hoặc bán một phần vốn.
9. Giải thể doanh nghiệp

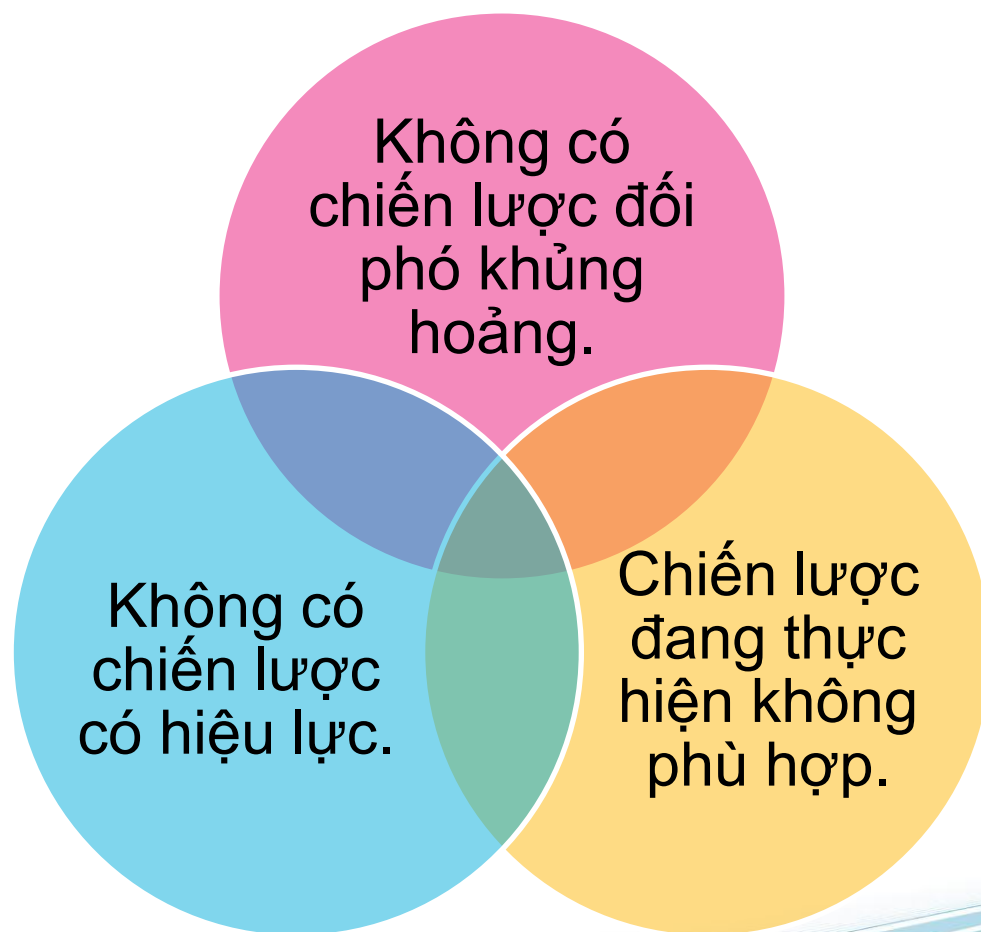


ĐỐI PHÓ KHỦNG HOẢNG



- Hệ quả của các DN là mất phương hướng và rất lúng túng trong việc giải quyết những tổn thương từ KH

Hệ quả



Một vài điển cứu cần quan tâm

- Tập đoàn General Motor



General Motor

- Nộp đơn phá sản 1/6/2009.
- Tinh gọn bộ máy

Giảm 27 ngàn nhân viên, bỏ 13 chi nhánh tại Mỹ, tập trung cho 4/10 thương hiệu mạnh Chevrolet, Cadillac, Buick, GMC.

Nhỏ hơn nhưng mạnh mẽ hơn, tập trung hơn.

General Motor

- Tạo lòng tin

Tăng ngân sách quảng cáo, marketing rộng và sâu hơn (mạng xã hội twitter và facebook); ngân sách Marketing ngang với Toyota.

- Xây dựng một đội ngũ quản trị tâm huyết, biết hy sinh...

Nếu GM thoát ra khỏi khủng hoảng vấn đề của GM là tái cấu trúc lại GM trong đó chiến lược hậu khủng hoảng giữ vai trò quan trọng.

**Làm gì để vượt qua
khủng hoảng?**

Các hành động được khuyến khích áp dụng trong giai đoạn còn khủng hoảng

- Chú ý vào giá trị hơn lợi nhuận
- Tập trung nhiều hơn vào khách hàng.
- Tinh gọn và mạnh mẽ.
- Cắt giảm chi phí hợp lý.
- Hòa và cân đối được sự phát triển nhanh và sự bền vững
- Xây dựng chiến lược thoát hiểm và điều chỉnh chiến lược cũ. Chuẩn bị cho chiến lược hậu khủng hoảng.
- Tung ra dịch vụ hoặc sản phẩm độc đáo sớm hơn dự kiến.
- Tăng cường công tác quảng cáo với chi phí kinh tế.
- Tăng cường công tác truyền thông đối với các thành phần có liên quan

Khủng hoảng tạo ra cơ hội

- Mua bán sáp nhập, mua thiết bị vật tư nguyên liệu giá rẻ, ...nhưng chú ý đến khả năng trả lãi vay.
- Thu hút nhân lực giỏi.
- Tinh gọn Bộ máy
- Cắt giảm chi phí không cần thiết mà trong lúc bình thường khó cắt.

KẾT LUẬN

- 1/ Khủng hoảng là một hiện thực không thể tránh.
- 2/ Doanh nghiệp nên xây dựng cho mình một chiến lược có hiệu lực
- 3/ Trong giai đoạn còn khủng hoảng cần quyết liệt và thực thi các hành động đã khuyến nghị.
- 4/ Giữ vững đoàn kết nội bộ
- 5/ Nắm bắt các cơ hội trong giai đoạn khủng hoảng.

- “Sẽ không có sự nghiệp lớn nếu không có thử thách lớn”
 - Voltaire

CÁM ƠN