

IZVEDBA OPTIMIZACIJSKIH ANGAŽMAJEV

DODANA VREDNOST **ZA** **MANAGEMENT PODJETJA**

KONČNI CILJ

Zadovoljitev ključnih deležnikov (lastniki, zaposleni, poslovni partnerji, upniki, regulatorji, ...) skladno s poslovnimi pričakovanji, zakonskim okvirjem in krovnimi dokumenti podjetja; vzdržna rast, povečevanje vrednosti podjetja ob uravnoteženju interesov ključnih deležnikov, dolgoročna prosperiteta podjetja.

Optimizacijski angažmaji so eden od vzvodov za doseganje končnega cilja. Po začetnem pregledu in oceni stanja v podjetju se skupaj z managementom določijo tista konkretna področja delovanja, za katera se smatra, da bodo največ pripomogla k optimizaciji podjetja in najbolj povečala njegovo vrednost za deležnike.

PREGLED IN OCENA STANJA V PODJETJU

Pregled in ocena stanja v podjetju na osnovi celovite preučitve:

- stanja zunanjih dejavnikov in njihovega vpliva na podjetje – stanja poslovnega okolja in ekonomskih trendov, stanja na trgih, razvoja splošnih socioekonomskih dogodkov in pričakovanj itd.,
- poslovne in finančne kondicije podjetja na podlagi pregleda analitičnih in agregiranih podatkov ter indikatorjev, ki se nanašajo na ustreznost, učinkovitost, konkurenčnost, gospodarnost, aktivnost, kakovost izrabe virov itd.,
- ekonomske vrednosti podjetja glede na kapaciteto za rast in razvoj, pričakovane bodoče proste denarne tokove, ustaljene mnogokratnike v panogi ter možne poslovne scenarije vključno z evaluacijo verjetnosti in občutljivosti ocen,
- osnovnih gonil rasti vrednosti podjetja, njihove dekompozicije in identifikacije elementov z največjimi potencialnimi učinki:
 1. rast prodaje,
 2. relativna moč pri cenovnem pozicioniranju,
 3. operativna učinkovitost,
 4. kapitalska učinkovitost,
 5. cena kapitala,
 6. mehki elementi (blagovne znamke, ugled, kompetence itd.)

OPTIMIZACIJA DELOVANJA PODJETJA

- optimizacija delovanja podjetja preko vplivanja na elemente osnovnih gonil rasti vrednosti podjetja preko izrabe najučinkovitejših vzvodov, identificiranih med dekompozicijo:
 1. doseganje rasti prodaje preko proaktivnega izkoriščanja stanja na trgih in izboljševanja konkurenčnosti preko inovativnosti, boljšega zadovoljevanja potreb kupcev, boljše diferenciranosti ponudbe ter učinkovitejšim obvladovanjem prodajne funkcije,
 2. povečevanje relativne moči pri cenovnem pozicioniranju preko oblikovanja ustreznih cenovnih pristopov ter strukturiranja in kontrole stroškov,
 3. izboljševanje operativne učinkovitosti preko optimizacij struktur, procesov in ekip v proizvodnji, oskrbovalnih verigah, prodaji, razvoju, *back-office* podpori itd.,

4. povečevanje kapitalske učinkovitosti delovanja podjetja na področjih obratnega kapitala, osnovnih opredmetenih, neopredmetenih in ostalih sredstev preko optimizacije običajnih kontinuiranih poslovnih procesov ter izrednih razvojnih, investicijskih in akvizicijskih procesov,
 5. zniževanje cene kapitala preko zagotavljanja primerne razmerja med dolgom in kapitalom, strukture dolga, kredibilnosti delovanja, napovedljivosti poslovanja ter ustreznega obvladovanja relacij do lastnikov in kreditorjev,
 6. optimizacija mehkih elementov poslovanja, kot so ustrezna strateška naravnost in prodornost, blagovne znamke, ugled, tehnološke kompetence, kakovost managementa, vrhunskost kadrov, učinkovitost korporativnega upravljanja itd.
- optimizacija delovanja podjetja preko sprostitve virov na račun učinkovitejšega zagotavljanja zahtevanega GRC (*governance risk compliance*) nivoja in nivoja transparentnosti
 - optimizacija delovanja podjetja preko uporabe ustreznega nivoja BI (*business intelligence*) in doseganja višjih stopenj analitične konkurenčnosti

MODUS ANGAŽMAJEV OPTIMIZACIJE

- najem storitev pravne osebe,
- projektni pristop (vnaprej določeno področje angažmaja, cilji, trajanje, viri); osnovno vodilo so vodno konkretni in uporabni rezultati angažmaja,
- časovna angažiranost izvajalca je lahko kampanjska ali dlje trajajoča periodična,
- pri kampanjski angažiranosti praviloma ena ali dve krajši etapi z visoko intenzivnostjo (večje število dni angažmaja v krajšem časovnem obdobju), pri periodični angažiranosti pa trajnejša (a vseeno časovno omejena) prisotnost izvajalca ob precej nižji intenzivnosti
- možen začasni eksterni ali krizni management kot oblika kampanjske angažiranosti,
- možen najem storitev po dejanski porabi virov (*time & material* princip) ali na celoten angažma (*flat fee, success fee*)

KONKRETNE PRIDOBITVE ZA MANAGEMENT PODJETJA

- pridobitev dodatne ocene stanja, trendov in vrednosti podjetja v upravljanju,
- pridobitev optimizacijskega know-howa in dobrih praks iz najbolj propulzivnih okolij,
- povečanje učinkovitosti poslovanja podjetja v upravljanju,
- povečanje vrednosti podjetja v upravljanju,
- omejitev tveganj, vzpostavitev dodatne preglednosti in kontrol pri zagotavljanju ekonomike in GRC, minimizacija možnosti pojava nepotrebnih zapletov,
- vzpostavitev stanja za izboljšanje relacij do ključnih deležnikov podjetja
- pridobitev strokovnega, neobremenjenega pogleda ali drugega mnenja,
- olajšanje sprejemanja strateških, taktičnih in procesnih odločitev; opora pri odločanju
- strokovna pomoč managementu
- funkcijska razbremenitev managementa,
- časovna razbremenitev managementa