

Osnovne alati za **kreiranje, jačanje ili ulazak u lance vrednosti** je:

- **KOORDINACIJA**
- **SARADNJA**
- **PARTNERSTVO**



BIZNIS-BIZNIS + DRUGI

Zašto partnerstva u vrednosnom lancu?

- Da se izgrade novi vrednosni lanci, odnosno tržište za nove ili stare proizvode
- Da se ojačaju postojeći lanci, “začepe rupe”, poboljša snabdevanje, poveća efektivnost korišćenja resursa, iskoriste zajednički resursi za nadogradnju proizvodnih ili preradnih resursa, podeli cena sertifikacije kvaliteta i sl.

- Da se poboljša kontrola, upravljanje vrednosnog lanca,
- Da se poboljša komunikacija i razmena informacija, podele dobre prakse
- Da se promoviše kreativnost i inovativnost kroz saradnju ...

Razvoj biznisa uz pomoc partnerstava kao alata

- Nulti korak je identifikacija biznisa kojim bi da se bavimo, sami ili grupno.
- Prvi korak je identifikacija potencijalnih partnera koji će nositi vrednosni lanac (vertikalno partnerstvo)
- Drugi korak je identifikacija problema I alata za njihovo resavanje (horizontalno partnerstvo, placena pomoc sa strane).
- Treci korak je prodaja ideje novim clanovima partnerstva koji mogu pomoci da se rupe zakrpe, a lanac unapredi

Vertikalna partnerstva



Farmeri



Restorani



Proizvodnja

Prerada

Distribucija

Konzumacija



A group of people, including men and women, are standing in a grassy field. Some are wearing jackets and boots, suggesting an outdoor or agricultural setting. A large blue double-headed arrow is superimposed over the image, pointing left and right. In the center of the arrow is a dark blue rectangular box containing the text "Horizontalna partnerstva".

Horizontalna partnerstva

Npr. proizvođača



Brendiranje
zahteva
pravnu zaštitu

FORMALNI dogovor

Pisani
+ potpisani

Ambiciozniji
+ efektivniji?

Umrežavanje
često
funkcioniše bez
formalizovanja

NEFORMALNI dogovor

Verbalni
ili nepotpisani

Manje ozbiljan
+ rizičniji?

1. Ugovor o saradnji sa jasnim pravilima ponašanja
2. Strategija partnerstva – npr. pravac razvoja regiona
3. Akcioni plan – npr. uvođenje regionalnog brenda
4. Akcija
5. Presipitivanje rezultata. Promena plana.
6. Nova akcija. Novo preispitivanje. Nova strategija

Kako padaju partnerstva?

