



University Spin-offs Alliance:

From the idea to the market through mentoring and transnational entrepreneurial teams

Partneri i partnerstva

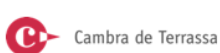
Modul 2

Disclaimer: The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Project partners:



Sadržaj

Uvod	3
Definicija partnerstva	4
Partnerstva za svakodnevno poslovanje	4
Partnerstva za inovacije u poduzetništvu	5
Partnerstva za širenje poslovanja	5
Partnerstva za plasiranje proizvoda ili usluge	6
Partnerstva za dodanu vrijednost	6
Kako partnerstva mogu izgledati?	8
Nacionalno partnerstvo	8
Međunarodna partnerstva	10
Kako koristiti partnerstva?	12
Definiranje partnerstva	12
Razmatranja	13
Moguća partnerstva	14
Primjeri nacionalnih partnerstava	14
Primjeri međunarodnih partnerstava	15
Izazovi u partnerstvima	16
Identificiranje	16
Očuvanje partnerstva	16
Upravljanje dionicima	16
Rizici dionika	17
Troškovi	17
Ograničenja i virtualna partnerstva	17
EU potpora	18
Zaključak	19
Pitanja za vježbu	20
Izvori	21

Uvod

Razvoj partnerstva igra važnu ulogu u poslovanju. Ono može olakšati brojne procese poput povećanja kapitala ili pak pružiti potrebne stručnosti. Osim toga, partnerstvo se može razvijati na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Ono što je važno za upamtiti jest činjenica da postoje brojne organizacije i alati koji mogu olakšati proces razvoja partnerstva: poslovni inkubatori, institucije, EU alati i programi.

Glavni je cilj ovih materijala za učenje pružiti osnovno znanje o partnerstvu i procesima njegova razvoja.

Ovaj dokument pružit će vam priliku za postizanje sljedećih rezultata:

- Priliku za definiranje vrste partnerstva koju traže budući poduzetnici
- Razumijevanje kako partnerstva mogu izgledati
- Mogućnost identificiranja različitih načina korištenja partnerstva
- Razumijevanje izazova koji mogu proizaći iz procesa razvoja partnerstva
- Sposobnost identificiranja mogućih načina na koje vam EU može pomoći.

Dokument je izradila Latvijska trgovačka i industrijska komora:

- Jānis Lielpēteris
- Jekaterina Miņkova



Autori

Simboli koji se upotrebljavaju u ovom dokumentu:



Autori



Glavne točke



Što vi mislite?

Definicija partnerstva



Partnerstvo ima značajno mjesto u procesu razvoja i rasta svakog poslovanja, posebice u njegovoj početnoj fazi. Partnerstvo se može izraziti u različitim oblicima, počevši od tvrtki koje surađuju s ciljem razvoja zajedničkog proizvoda ili usluge do dijeljenja znanja, kompetencija i ideja.

U širem smislu, promatrajući koncept partnerstva u cjelini moguće je ponuditi nekoliko definicija partnerstva u različitim aspektima:

imenica

1.

stanje u kojem ste partner ili partneri.

"trebali bismo nastaviti raditi zajedno u partnerstvu"

2.

zajednica dvoje ili više ljudi kao partnera.

"povećanje partnerstva sa stambenim udrugama"

Sljedeće definicije pokazuju što partnerstvo može biti, stvaraju perspektivu da partnerstvo može započeti od dva igrača i postati puno veće u različitim slučajevima.

Partnerstva za svakodnevno poslovanje

Iz perspektive domaćeg i međunarodnog poslovanja moguće je stvoriti različite vrste partnerstva s ciljem osiguranja vašeg svakodnevnog poslovanja. U većini slučajeva imat ćete potrebu ostvariti partnerstva s lokalnim odvjetnicima, računovođama i različitim proizvodnim partnerima, ovisno o području vašeg poslovanja, da bi i samo poslovanje napredovalo. Ova vrsta partnerstva osnova je u tvrtkama u kojima je potrebno svakodnevno voditi posao i osigurati egzistenciju.



Što vi mislite?

**Što za vas
predstavlja
partnerstvo?**

Glavne točke:

- Poslovni partneri
- Državne institucije i nevladine organizacije
- Odvjetnici
- Računovođe.

Partnerstva za inovacije u poduzetništvu



U većini slučajeva moguće je vidjeti da inovacija postaje stvarnost kad se različiti dionici ili akteri okupljaju i pokušavaju uskladiti svoje ideje s ciljem stvaranja novih proizvoda i inoviranja postojećih.

Partnerstvo u službi inovacija vidljivo je u različitim poslovnim sektorima diljem svijeta, posebice za vrijeme pandemije, kada različite tvrtke pokušavaju spojiti svoje usluge da bi digitalizirale svoje poslovanje. Zbog toga takva vrsta partnerstva ima važno značenje iz perspektive spajanja različitih ideja i stvaranja novih ideja između različitih aktera.

Partnerstva za širenje poslovanja

Ovakva vrsta partnerstva usko je vezana uz partnerstva za inovacije. Međutim, važno je razumjeti razliku. Poduzeća razvijaju ovakvu vrstu partnerstva kad namjeravaju proširiti poslovanje s ciljem šireg djelovanja. U tom slučaju partnerstvo se stvara s određenom poslovnom svrhom, odnosno proširivanjem poslovanja s ciljem ostvarenja veće dobiti. Iz perspektive razvoja partnerstva ova vrsta partnerstva imat će uglavnom financijsku osnovu jer će partnerima glavni cilj biti povećanje poslovnih prihoda. S druge strane, važno je zapamtiti da će u nekim slučajevima partnerstvo za inovaciju dovesti do partnerstva za širenje poslovanja, što će ove dvije vrste partnerstva učiniti međusobno povezanim, no to se ne događa uvijek.



Glavne točke:

Partnerstva za svakodnevno poslovanje

Glavne točke:

- Razvoj poslovanja
- Širenje mreže kontakata i umrežavanje
- Partnerstva za razvoj specifičnih poslovnih projekata (primjer IT + mehanika).



Partnerstva za plasiranje proizvoda ili usluge

U slučaju ovakve vrste partnerstva tvrtke kombiniraju vlastite resurse s ciljem plasiranja nekih novih proizvoda. Može se smatrati i dijelom inovacije, međutim razlika je što u slučaju ovakvog

partnerstva tvrtka ima ideju što želi postići i ne pokušava razviti nešto novo. S obzirom na to da tvrtka ima ideju samog proizvoda, partnerstvo koristi za udruživanje resursa s ciljem pomoći pri plasiranju novih proizvoda ili usluga. Ovakva partnerstva koriste se za međunarodnu suradnju jer je u specifičnim slučajevima lokalizacija različitih proizvoda i usluga nezgodan problem u procesu širenja poslovanja u inozemstvu. Iz tog se razloga ova vrsta partnerstva najčešće koristi pri ulasku na strana tržišta.

Partnerstva za dodanu vrijednost

Ovakvu vrstu partnerstva teško je definirati na bilo koji način. Partnerstva za dodanu vrijednost nisu izravno povezana s lansiranjem novog proizvoda ili pokretanjem novog procesa inovacija u samom poslovanju, već vode do različitih aktivnosti promicanja s ciljem širenja poslovne mreže ili aktivnosti, a u svrhu boljeg shvaćanja poslovnog okruženja. Ovakva vrsta partnerstva može se smatrati „mekim” partnerskim dijelom poslovanja koji može pomoći u postizanju različitih rezultata u različitim pitanjima.



Glavne točke:

Partnerstva za širenje poslovanja

Glavne točke:

- Promicanje
- Poslovni kontakti
- Razumijevanje i dostupnost informacija.



Glavne točke:


***Partnerstva za
dodanu vrijednost***


Kako partnerstva mogu izgledati?


Iz poslovne perspektive moguće je istaknuti dva glavna smjera partnerstava: nacionalna i međunarodna partnerstva.

Nacionalno partnerstvo



 Definicija nacionalnog partnerstva može se shvatiti iz šire perspektive. U većim europskim državama postoji znatno više mogućnosti za stvaranje nacionalnih partnerstava. S obzirom na to, aspekti koje treba uzeti u obzir za razvoj nacionalnog partnerstva mogu se razlikovati ovisno o državi. No postoje specifični elementi koji su zajednički na nacionalnoj razini bez obzira na regiju i broj stanovnika.


 Prva razina nacionalnog partnerstva lokalna su i općinska partnerstva koja su usko povezana s najdaljom razinom upravljanja. Dok određena pitanja mogu biti važna za jednu tvrtku, a za drugu ne, lokalna uprava i procesi jednako utječu na obje tvrtke. Lokalna i općinska partnerstva najvažnija su za mala poslovanja i tvrtke koje djeluju na manjim tržištima (ugostiteljski objekti ili tvrtke usmjerene na lokalne potrošače).

 Nacionalno partnerstvo kao širi koncept u većini je slučajeva relevantno za podršku poduzećima u fazi pokretanja. Kada se razvoj poslovanja temelji na definiranju partnerstva na lokalnoj razini, on će se ponajviše povezivati s nacionalnom razinom na kojoj se osnivaju poduzeća.


Nacionalna partnerstva imaju važnost u slučajevima kada manja poduzeća imaju specifične potrebe industrije, primjerice, kada je

 **Što vi mislite?**


Koju biste vi vrstu partnerstva htjeli razvijati?

 mala tvrtka u poziciji da treba uspostaviti partnerstvo s nekim proizvođačima. U većini slučajeva manja će poduzeća lakše uspostaviti partnersku suradnju na nacionalnoj razini. Uzimajući u obzir proizvodne kapacitete, manjem bi poduzeću bilo teže pronaći partnera na međunarodnoj razini. S druge strane, lokalni se partneri u slučaju manje tvrtke pokazuju relevantniji, posebice u početnoj fazi poslovanja. Kad mala poduzeća posluju s lokalnim potrošačima, nužno je znanje o tome kako lokalni potrošači razumiju to poslovanje i kako mogu upotrebljavati pružene usluge.


Nacionalna partnerstva igraju važnu ulogu za srednja poduzeća koja se nastoje proširiti na veća tržišta. U nekim su europskim državama

 nacionalna tržišta mnogo veća nego u ostalim državama, pa bi širenje na veće nacionalno ili međunarodno tržište bilo poprilično složeno bez partnerstava na nacionalnoj i međunarodnoj razini. U tom slučaju poduzeće koje dolazi iz određene regije i želi proširiti aktivnosti na nacionalno tržište mora ostvariti partnerstvo s različitim agencijama ili drugim tvrtkama u državi.

U većim se državama nacionalne specifičnosti mogu bitno razlikovati između regija. Stoga je potreba za stvaranjem partnerstva

 iznimno važna jer olakšava lance opskrbe u domaćem poslovanju. Jedan je od boljih primjera u ovom slučaju prehrambena industrija. S obzirom na to da su lanci opskrbe na razini EU-a poprilično neučinkoviti, potrebni su bolji rezultati za tu industriju. Ova aktualna tema primjer je toga kako bi nacionalna partnerstva mogla pomoći (kada hrana dolazi s polja i stiže do stola svake osobe). U konačnici, stvaranjem nacionalnih partnerstava i skraćivanjem lanaca opskrbe moguće je ublažiti pritisak na okoliš.

Nacionalna partnerstva od velikog su značaja i u procesu praktičnog umrežavanja i razmjene iskustava. Poduzeća bi trebala

 primati iskustva s različitih tržišta i razmjenjivati ih na nacionalnoj razini, što može pomoći u poticanju drugih poduzeća. Ova iskustva poslovne razmjene pomažu i višim stopama izvoza na razini Europske unije.

Nacionalna partnerstva važna su i za pitanja nacionalnih specifikacija. Iako Europska unija ujednačava različite poslovne propise na europskoj razini, primjerice propise o porezima ili politici zapošljavanja, treba uzeti u obzir i specifične nacionalne tradicije i propise.

Glavne točke:

- Pokretanje poslovanja
- Manja poduzeća sa specifičnim industrijskim pitanjima
- Manja poduzeća usmjerena na lokalna tržišta
- Srednja poduzeća koja se šire na velika lokalna tržišta
- Proizvodnja i olakšavanje lanaca opskrbe
- Praktično umrežavanje i razmjena iskustva
- Nacionalne specifikacije: propisi, tradicije itd.
- Lokalna i općinska partnerstva: pitanja koja se odnose na najvišu razinu upravljanja.

Međunarodna partnerstva



Međunarodna partnerstva važnija su u slučajevima proširenja poslovanja i stjecanja znatno šireg iskustva u širem opsegu poslovnih aktivnosti. Takva vrsta partnerstva korisna je kada želite proširiti poslovanje na međunarodnoj razini te pronaći nova tržišta i nove prilike za svoje proizvode i usluge. Ona ovise i o državi članici EU-a. Perspektiva međunarodnog partnerstva može snažno utjecati na to kako vidimo poslovno okruženje iz naše matične države.

Primjerice, ako je nacionalno tržište određene države veće od tvrtke iz druge države EU-a koja želi ući na ovo tržište (ima veći nacionalni tržišni kapacitet ili mogućnosti širenja poslovanja).

Glavne točke:



Nacionalna partnerstva

Međunarodna partnerstva važan su dio i kulturne razmjene u poslovnom smislu. Ona pomažu u razumijevanju poslovanja i poslovne kulture u različitim dijelovima Europe, kao i u svijetu općenito.

Uz pomoć međunarodnih partnerstava moguće je razumjeti načine suradnje s europskim institucijama, kao i načine na koje možemo utjecati na razvoj europskih politika. Na koncu, međunarodno partnerstvo pruža nacionalnim poduzećima priliku za širenje i rast.

Ono što je ključno kod međunarodnog iskustva u različitim poslovnim aktivnostima jest mogućnost prepoznavanja izazova za poslovanje koje donose različita tržišta. Osim toga, stvaranje partnerstava i kulturna razmjena, ne samo između europskih država već i različitih kontinenata, predstavlja važan segment poslovanja u smislu razumijevanja potreba potrošača na različitim tržištima.

Glavne točke:

- Prilagodljivi proizvodi i projekti
- Kulturna razmjena u poslovnom smislu;
- Međunarodno promicanje
- Međunarodno iskustvo



Glavne točke:


**Međunarodna
partnerstva**


Kako koristiti partnerstva?

Postoje specifična praktična pitanja oko načina i mogućnosti korištenja partnerstva te toga što je potrebno učiniti kada vlasnik ili predstavnik poduzeća shvati da mu je potrebno partnerstvo.



Definiranje partnerstva

 Jedna je od najvažnijih točaka definiranje partnerstva, odnosno razumijevanje ciljeva vaših budućih partnerstava. Kada je vlasnik ili predstavnik poduzeća u situaciji u kojoj promišlja o potrebi stvaranja novih partnerstava na nacionalnoj ili međunarodnoj razini, od velike je važnosti razumjeti glavnu ideju definiranja partnerstva: postoji li potreba za osiguranjem svakodnevnog poslovanja ili pokušajem proširenja poslovanja ili pak želite stvoriti inovaciju u svojem poslovanju. Zapravo, prva stvar koju je potrebno učiniti jest razumjeti svrhu potencijalnih partnerstava.

 Naravno, i očekivani ishodi partnerstva trebali bi se uzeti u obzir. Kada stvarate partnerstva s ciljem razvoja inovacija, nužno je shvatiti što ćete izumiti. S druge strane, partnerstva koja pružaju dodatnu vrijednost pomažu vam razumjeti što je najkorisnije za vaše poslovanje. U nekim slučajevima može doći do situacija kada definirate novo partnerstvo u svrhu stvaranja inovacija u poslovanju, ali uskoro shvatite kako je to partnerstvo prilično beskorisno s obzirom na to da vas ne pokreće u smjeru cilja kojeg želite ostvariti.

Glavne točke:

- Kakva je stvarna situacija na kojoj želite stvarati partnerstva?
- Koji su očekivani ishodi?




Glavne točke:


**Definiranje
partnerstva**

Razmatranja

Tijekom definiranja, kreiranja i korištenja partnerstva kao alata za širenje poslovanja potrebno je razmotriti nekoliko činjenica.



 Mapiranje dionika predstavlja proces u kojem vlasnici poduzeća identificiraju partnere surađujući s njima na različitim pitanjima. Nužno je definirati tko su glavni dionici koji djeluju u ciljnim sektorima i koji mogu pomoći u razumijevanju određene situacije. Za primjer možemo uzeti ministarstva, predstavnike nevladinog sektora, povezane udruge i sl. Važno je definirati koje informacije mogu pružiti različiti dionici, a kroz proces mapiranja pronaći odgovore na najrelevantnije teme: kako definirati svrhu partnerstva te kako određeni dionici mogu pomoći u razvoju vašeg poslovanja.

 Treba uzeti u obzir i željenu razinu uključenosti: aktivno/vođa ili pasivno/sljedbenik. Svako partnerstvo uvelike ovisi o tome hoće li vlasnik tvrtke biti aktivan, odnosno glavni partner u partnerstvu ili je odlučio biti pasivan, odnosno sljedbenik u partnerstvu. Svako partnerstvo stvorit će potrebne prednosti kada se vodi ispravno i aktivno. U nekim slučajevima može biti stvarno irelevantno stvarati partnerstva koja nemaju dugoročne perspektive. Tijekom razvoja partnerstva svaka uključena strana treba biti potpuno sigurna u to koliko želi biti aktivna i uključena kao partner.

Glavne točke:

- Mapiranje dionika
- Odluka o razini uključenosti.



Glavne točke:

Razmatranja

Moguća partnerstva



Primjeri nacionalnih partnerstava

● Iz nacionalne perspektive stvaranja partnerstva jedne su od glavnih subjekata Nacionalne komore. Komore su važni partneri u poslovnim procesima te njihovu širenju diljem Europe: glavni je razlog to što okupljaju poslovna udruženja koja povezuju poduzeća iz različitih vrsta djelatnosti. Dok neka udruženja predstavljaju specifične djelatnosti, komore su ključne kontakt točke za one tvrtke koje žele dobiti veći opseg aktivnosti u specifičnom poslovnom okruženju. Točnije, komore se mogu smatrati najboljim primjerom nacionalnih partnerstava u poslovanju.


● Važno je spomenuti i poduzetničke inkubatore, koji su uobičajena praksa diljem Europe. Poduzetnički inkubatori pružaju priliku za razmjenu različitih iskustava i poslovnih slučajeva između poduzeća. Proces inovacija u pojedinim slučajevima uglavnom je povezan s većim ulaganjima i novim poslovnim razvojem. Na nacionalnoj razini poslovni inkubatori i inovacijska čvorišta strateški su važni kanali koji pružaju mogućnost proširenja poslovanja.


● Sektorska udruženja pružaju dodatnu vrijednost razini stručnosti tvrtki iz specifičnog sektora, stvaraju prilike za izgradnju partnerstva između tvrtki i doprinose pružanjem veza koje mogu biti korisne za stvaranje novih partnerstava te izgradnju i unaprjeđivanje poslovanja. Putem njih tvrtke imaju priliku za umrežavanje i potpuno drugačiji pogled na sektorske regulative. Zaključno, sektorska udruženja imaju veliku ulogu u pružanju potpore stvaranju lokalnih partnerstava.


Glavne točke:

- Komore
- Poduzetnički inkubatori i agencije
- Sektorska udruženja.

Primjeri međunarodnih partnerstava

 Procjenjujući partnerstva s međunarodne razine, treba istaknuti dva važna subjekta: EUROCHAMBRES kao udruženje europskih trgovačkih i industrijskih komora te Međunarodnu trgovinsku komoru (ICC). To su najveća poslovna udruženja na međunarodnoj razini koja pružaju potporu domaćim poduzećima da steknu perspektivu u međunarodnim okvirima.

 Međunarodna perspektiva pruža veće prilike za ostvarivanje konkurentne prednosti nad drugim regijama ili čak drugim dijelovima svijeta. Međunarodna partnerstva pomažu i kod rasta na nacionalnoj razini. Sektorska udruženja na međunarodnoj razini mogu donijeti dodatnu vrijednost poduzećima na EU razini. Međutim, važno je upamtiti da nemaju svi sektori ovakve međunarodne organizacije.

 Međunarodno partnerstvo pruža više mogućnosti za osobnu edukaciju kao partnera u većim procesima. Kada razvoj politike vidite samo iz nacionalne perspektive, u većini slučajeva zaostajali biste tri godine u odnosu na propise ili rasprave koje se vode na razini EU-a. Stoga, međunarodna partnerstva pomažu u razumijevanju budućnosti. Europska potpora u stvaranju međunarodnih partnerstava: Erasmus+ jedan je od zanimljivijih programa za razmjenu iskustva u poslovnom smislu. Prvi smjer: edukacija mladih poduzetnika, proces stvaranja međunarodnog načina razmišljanja o poslovanju. Na taj način moguće je osigurati da potporom programa Europske unije i već postojeća poduzeća koji nisu skalirana na željenu razinu mogu koristiti ove kanale podrške.

Glavne točke:

- EUROCHAMBRES i ICC
- Sektorska udruženja na europskoj razini
- EU projekti i razmjena iskustava (primjer Erasmus+).



Glavne točke:

*Primjeri
nacionalnih
partnerstva*



Glavne točke:

*Primjeri
međunarodnih
partnerstva*

Izazovi u partnerstvima



Bez obzira na to kakvu vrstu partnerstva namjeravate stvoriti, strateški je važno definirati mogući izazov s kojim se u tom procesu možete suočiti i na nacionalnoj i na međunarodnoj razini jer to može smanjiti rizik od neuspjeha partnerstva.

Identificiranje



U situacijama u kojima niste sposobni identificirati vrstu partnerstva za vaše poslovanje, ciljeve za stvaranje partnerstva ili željeni ishod, velika je mogućnost da nećete ostvariti željene rezultate partnerstva. Za svakog vlasnika ili predstavnika poduzeća važno je razumjeti koja je glavna svrha kreiranja partnerstva. Uspješno se partnerstvo stvara kroz identificiranje dionika i vlastitih interesa.

Očuvanje partnerstva



Kada je partnerstvo već oformljeno, nužno ga je i očuvati. U specifičnim situacijama lakše bi bilo pronaći organizacije ili tvrtke koji bi željele biti partneri u različitim aktivnostima. Svaki partner preuzima određenu ulogu u partnerstvu jer njegova kvaliteta uvelike ovisi o međusobnim odnosima između partnera. Nužno je biti jasan u vezi moguće razine uključenosti u partnerstvo te u vezi toga kako će vaša uloga biti ključna za održivost stvorenog partnerstva. Ako vlasnik poduzeća nije spreman angažirati svoje resurse u mjeri koja je neophodna za uspješno i održivo partnerstvo, treba promisliti o važnosti takvog partnerstva za vaše poslovanje.


Upravljanje dionicima




Upravljanje dionicima nužno je u kontekstu očuvanja partnerstva. Ono također može biti važno u ostvarivanju ciljnih rezultata partnerstva. Ono najvažnije jest uloga svakog od partnera. Gledajući sa svojeg stajališta kao partnera, trebali biste stalno raditi na pitanjima upravljanja dionicima. Ako ste glavni ili vodeći partner, uvijek biste trebali razumjeti koje su potrebe i ideje svih uključenih strana. Ako ste jedan od partnera, trebali biste imati

sposobnost slušanja, praćenja i razumijevanja koraka koje je napravio glavni partner.


Rizici dionika

 Rizik dionika jedan je od onih izazova koji mogu dovesti do kolapsa vašeg partnerstva. Ako se upravljanje dionicima i svi povezani procesi ne provode promišljeno, postoji veliki rizik da neki od ciljnih dionika ne podržavaju vaše aktivnosti, što bi pak moglo dovesti do toga da se ciljevi razvijenih partnerstava ne postignu.

Troškovi

 Iako u nekim slučajevima izgradnja partnerstva ne košta ništa, trošak bi mogao biti vaš značajan angažman. Vlasnici poduzeća bi za vrijeme identificiranja partnerstva trebali uvijek imati na umu moguće troškove. Iz poslovne perspektive trebali biste uvijek gledati i na financijsku stranu poslovanja. Kada vlasnik poduzeća želi stvoriti novo partnerstvo i povećati prihod svoje tvrtke, treba imati na umu da će morati uključiti svoje radno vrijeme, radno vrijeme zaposlenika te svoje resurse u razvoj partnerstva. U nekim slučajevima postoje i troškovi članarina u organizacijama. Bez obzira na to, treba upamtiti da su troškovi trenutačni dok je investicija u partnerstvo dugoročna.

Ograničenja i virtualna partnerstva

 Tema ograničenja i virtualnih partnerstava vrlo je važna danas tijekom razdoblja svjetske pandemije. Sljedeći će izazovi biti važni nadolazećih godina. Partnerstva koja se stvaraju „na licu mjesta” u situacijama kada je moguće imati fizički sastanak imaju više prednosti i veću dodanu vrijednost od partnerstva koje se stvara i razvija uglavnom virtualnim putem. Virtualna partnerstva imaju rizik od problema u komunikaciji s obzirom na to da je izazovno stvoriti snažne veze između partnera. Ovakvi izazovi mogu imati utjecaj na održivost partnerstva, kao i na samo upravljanje. No važno je uzeti u obzir da se radi o specifičnim okolnostima na koje jedna strana ne može utjecati niti ih mijenjati.

Što vi mislite?



Smatrate li spomenute izazove značajnim u procesu razvoja partnerstva??

EU potpora



Dvije važne stvari treba uzeti u obzir u pogledu ostvarivanja potpora Europske unije za proces stvaranja partnerstva.

1. Program ERASMUS+ vama kao vlasniku poduzeća ili predstavniku tvrtke omogućuje bolje povezivanje s različitim poduzećima diljem Europe. Program može pomoći ne samo u stvaranju nacionalnih već i međunarodnih partnerstava, što vam zauzvrat pruža više mogućnosti i koristi.
2. Europska unija aktivno podržava organizacije koje djeluju na nacionalnoj razini, i to ne samo one koje rade na međunarodnim projektima već i organizacije koje rade na različitim vrstama projekata razvoja poslovnog okruženja na nacionalnoj razini.

Na temelju potpora koje se mogu dobiti od Europske unije moguće je podići razinu svijesti o različitim temama koje se koriste u većim europskim politikama, ali u nekom trenutku nisu toliko relevantne u nacionalnim politikama. Različiti programi koje podržava Europska unija usmjereni su na inicijative poput lokalne razmjene informacija među poduzećima. Europska unija može pomoći u stvaranju međunarodnih partnerstava, ali i kvalitetnijih partnerstava na nacionalnoj razini.

Zaključak

Jedna od najvažnijih stvari koje treba uzeti u obzir pri stvaranju partnerstva bit će *prepoznavanje vaših potreba*. Strateški je važno definirati odgovaraju li vaše potrebe partnerstvima na nacionalnoj ili samo međunarodnoj razini. Trebali biste identificirati svoje potencijalne partnere i dionike, moguće rizike i kakva će biti vaša uloga u razvijenom partnerstvu.

Ako nastojite održati partnerstvo ne uzimajući u obzir relevantne aspekte, postoji rizik od neuspjeha u partnerstvu i ono neće biti korisno i produktivno kako je prvobitno planirano.

Važno je razumjeti upravljanje dionicima i rizike upravljanja istima te načine korištenja dionika u svrhu postizanja naših ciljeva bez suočavanja s teškim problemima s kojima se možda ne bismo mogli nositi. Uvijek treba uzeti u obzir koji potencijalni troškovi mogu nastati ne samo s fiskalnog gledišta već i sa stajališta uključenosti.

Strateški je važno razmotriti i procijeniti ograničenja koja se događaju u cijelom svijetu.



Pitanja za vježbu

1. Što partnerstvo znači za vas?

2. Kakvu biste vrstu partnerstva htjeli razviti?

3. Smatrate li izazove u partnerstvu značajnim u procesu razvoja partnerstva?



Izvori

1. <https://www.profit.co/blog/the-alphabet-p/partnership/the-importance-of-partnership-in-business/>
2. <https://www.investopedia.com/terms/p/partnership.asp>
3. <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/>
4. <https://www.eurochambres.eu/>
5. <https://www.iie.org/Learn/Blog/2016/07/2016-July-International-Partnerships-What-Does-It-Mean-To-Be-Strategic>
6. <https://www.darzin.com/stakeholder-management-ultimate-guide/>
7. <https://www.pmi.org/learning/library/stakeholder-management-task-project-success-7736>
8. <https://www.thebalancesmb.com/types-of-partners-in-a-business-partnership-398281>

Fotografije i simboli preuzeti slijedećih izvora:

1. <https://www.dreamstime.com/>
2. <https://www.istockphoto.com/>
3. <https://clipart-library.com/>
4. <https://icons8.ru/>

Pripremlili: **Latvian Chamber of Commerce and Industry**

PROJEKTNĪ PARTNERĪ:

