



AGROBRIDGES - RYŠIO TARP TARP GAMINTOJŲ IR VARTOTOJŲ UŽMEZGIMAS.

Trumposios maisto tiekimo grandinės (SFSC) verslo modeliai - mažmeninė prekyba

2023 m. birželio 19 d.



PROJEKTAS FINANSUOJAMAS PAGAL ES MOKSLINIŲ TYRIMŲ IR INOVACIJŲ PROGRAMĄ „HORIZONTAS 2020“, DOTACIJOS SUTARTIES NR. 101000788.

agr
BRIDGES

TURINYS

Įvadas

Verslo modelio apibrėžimas

Verslo modelio įvaizdis

Vertės pasiūlymo įvaizdis

Organizacijų ir paslaugų, kuriose taikomas šis modelis, pavyzdžiai



PROJEKTAS FINANSUOJAMAS PAGAL ES MOKSLINIŲ TYRIMŲ IR INOVACIJŲ PROGRAMĄ „HORIZONTAS 2020“, DOTACIJOS SUTARTIES NR. 101000788.

agr
BRIDGES

Įvadas

Projektu agroBRIDGES (<https://www.agrobridges.eu/>) siekiama užmegzti ryšius tarp gamintojų ir vartotojų, pakeisti ūkininkų padėtį rinkoje, suteikiant jiems praktinių žinių apie naujus verslo ir rinkos modelius, pagrįstus trumpomis maisto tiekimo grandinėmis (SFSC).

Sprendimų paramos priemonėje (DST) (<https://agrobridges-toolbox.eu/decisionsupporttool/>) galima nustatyti penkis trumpųjų maisto tiekimo grandinių verslo modelius. Tai - bendruomenės remiamas žemės ūkis, tiesioginė prekyba, mažmeninė prekyba, prekyba internetu ir patobulinta logistika.

Šiame dokumente apibrėžiama:

- Mažmeninė prekyba - verslo modelis
- Verslo modelio vaizdas, siekiant nustatyti pagrindinius naujo verslo plėtros veiksnius
- Vertės pasiūlymo drobė, iliustruojanti ryšį tarp paslaugos savybių ar pasiūlymų ir klientų bei rinkų poreikių.
- Organizacijų ir (arba) paslaugų, kuriose taikomas šis modelis, pavyzdžiai

Daugiau informacijos apie metodiką pateikiama dokumente D2.1: SFSC verslo ir rinkodaros modelių kategorizavimas: https://www.agrobridges.eu/wp-content/uploads/2022/03/agroBRIDGES_D2.1_SFSCs-BM-categorisation_v1.0.pdf.



Verslo modelio apibrėžimas

Mažmeninės prekybos modelio atveju produktai gaminami ir parduodami tam tikrame gamybos regione, o vartotojai informuojami apie vietinį produkto pobūdį pardavimo vietoje. Analizėje nagrinėjamas pardavimo kanalas: mažmeninė parduotuvė - nurodoma produkto kilmė.



Verslo modelio įvaizdis

Verslo modelio paveikslas - tai vaizdinė schema, kurioje pateikiami elementai, apibūdinantys vertės pasiūlymą, infrastruktūrą, klientus ir finansus, susijusius su konkrečiu verslo modeliu, ir padeda įmonėms pritaikyti veiklą, parodydama galimus kompromisus.



Mažmeninė prekyba - verslo modelio vaizdas



Pagrindiniai

partneriai

- Vietos ūkininkai
- Ūkininkų asociacijos
- Vietos mažmenininkai
- Išskirtiniai tarpininkai (tiekimas, sandėliavimas ir verslo plėtra)

Pagrindiniai veiksmai

- Tiesioginės derybos ir bendravimas su tarpininkais.
- Bendrų prekybos vietų valdymas.
- Saugojimas ir priežiūra.
- Ilgalaikiai santykiai su mažmenininkais.

Pagrindiniai ištekliai

- Informacijos ir telekomunikacijų specialistai organizuoja pardavimus, renka užsakymus ir planuoja maršrutus.
- Rinkodara ir pardavimai.
- Tiekimo grandinės valdymas.
- Klientų aptarnavimo programinė įranga.

Vertės pasiūlymas

- Vietiniai, sveiki ir ekologiški produktai, kuriuos klientai gali įsigyti jiems patogiu metu.
- Aukšta kokybė ir informacija apie produktus bei galimybė įsigyti vietinės produkcijos.

Ryšiai su klientais

- Pasitikėjimu pagrįsti santykiai (sąžiningumas, principingumas ir išsami informacija).
- Nustatyti, kur gaminys pagamintas (informacijos srautas).
- Puikus klientų aptarnavimas.

Kanalai

- Rinkos, kuriose registruojami tarpininkai.
- Bendrieji vietos ūkininkų pardavimo taškai.
- Mažos specializuotos vietos parduotuvės.
- Specialios vietos prekybos centruose.
- Neformalus bendravimas žodžiu.

Klientų segmentai

- Mažmeninės prekybos tinklai, mažos parduotuvės, didmeninės prekybos grupės ir galutiniai vartotojai (miestų gyventojai, 30-40 metų amžiaus, turintys nišinių pageidavimų).
- Žmonės, kurie kreipia dėmesį į produktų kokybę, jų šaltinius ir aplinkos sąlygas.
- Noras mokėti didesnę kainą už tvarius gamybos metodus.

Išlaidų struktūra

- Vietos ūkininko gamybos sąnaudos ir marža
- Logistikos ir sandėliavimo išlaidos
- Veiklos sąnaudos
- Rinkodaros ir platinimo išlaidos

Išlaidų mažinimo galimybės

- Dalijimasis ištekliais logistikoje ir sandėliavime
- Pristatymo išlaidų sumažinimas sujungus bendrus prekybos taškus
- Integruota maisto perdirbimo veikla

Pajamų srautai

Pirminiai srautai

- Pajamos iš bendrų prekybos vietų.
- Pardavimai stacionariose vietose
 - Mažos vietinės parduotuvės
 - Specialios vietos.

Antriniai srautai

- Pardavimai internetu
- Pristatymas į namus

Verslo modelio vaizdo blokų aprašymai

- **Pagrindiniai partneriai** - verslo aljansai sėkmei užtikrinti
- **Pagrindiniai veiksmai** - veiksmai, reikalingi verslo modeliui įgyvendinti
- **Pagrindinis turtas** - turtas, kuris leidžia įmonei kurti vertę klientui.
- **Vertės pasiūlymas** - įmonės siūlomi produktai ir paslaugos. Osterwalderis: „Bendras produktų ir paslaugų, kurios kartu sukuria vertę konkrečiam klientų segmentui, vaizdas. Apibūdina, kaip įmonė išsiskiria iš konkurentų, ir yra priežastis, dėl kurios klientai perka iš konkrečios įmonės, o ne iš kitos“.
- **Ryšiai su klientais** - įmonės ryšiai su klientais.
- **Klientų segmentai** - tiksliniai klientai, kuriems skirti įmonės produktai ir paslaugos.
- **Kanalai** - produktų ir paslaugų teikimo priemonės. Ši sąvoka taip pat apima rinkodaros ir platinimo strategiją
- **Išlaidų struktūra** - išlaidos ir skola, susidaranti dėl lėšų naudojimo pagal verslo modelį
- **Pajamų srautai** - įmonės pajamos. Įvairūs pajamų srautai, kuriuos įmonė gauna iš savo veiklos



Vertės pasiūlymo įvaizdis

Vertės pasiūlymo įvaizdis - tai struktūra, kuri gali padėti užtikrinti, kad produktas ar paslauga būtų pozicionuojami pagal tai, ką klientas vertina ir ko jam reikia.



Mažmeninė prekyba - vertės pasiūlymo vaizdas

Vertės pasiūlymas

Produktai ir paslaugos

- Mažmeninės prekybos įmonė parduoda vietoje pagamintą maistą vartotojams, kurių pasirinkimai **skiriasi nuo įprastinių**.
- Vietinio maisto propagavimas parduotuvėse ir turguose.
- Bendros pardavimo vietos, kad būtų galima dalytis tiekimu, saugojimu ir plėtra (sąnaudų kontrolė ir tiekimo kelio optimizavimas).



Pelno siekiantys asmenys

- **Turgavietės arba prekybos vietos, kuriose** prekiaujama vietiniais maisto produktais, kad vartotojams būtų patogū.
- Asmeniniai santykiai su klientu, grindžiami pasitikėjimu.
- Glaudesnis bendradarbiavimas su mažmeninės prekybos tinklais ir kitais gamintojais.
 - Mažesnis CO2 išmetimas ir vandens suvartojimas



Skausmą malšinantys vaistai

- Rinkodaros kampanijos, skirtos suaktyvinti vartotojus **vaistais** ir linkę užsisakyti maisto.
- Greitojo užsakymo metodikos priemonių tobulinimas.
- Didinti pristatymo vietų skaičių, kad būtų patogiau.

Kliento profilis



Pelnas

- Noras pirkti visus vietinius produktus "vieno langelio" principu.
- **Sąžiningos prekybos** principas tarp vietos gamintojų ir tarpininkų.
- **Žinios apie** maisto gamybos šaltinius ir ryšius su tiekimo grandinės dalyviais.



Klientų veiksmai

- **Galimybė įsigyti aukštos kokybės produktų** sąžiningomis ir priimtinomis kainomis.
 - Noras **pasiūlyti sąžiningas sąlygas ir plėtoti pasitikėjimu pagrįstus santykius**. Miestuose gyvenantys jauni žmonės, turintys netradicinių maisto pasirinkimų ir norintys išklausti pasiūlymus.
- ### Negalavimai
- Kooperatyvo nariai **reguliariai neužsakinėja maisto produktų**.
 - **Užsakymų valdymo įrankiai** nėra nei patogūs, nei patrauklūs.
 - **Užsakyti produktai** pristatomi ne laiku ir ne vietoje.

Vertės pasiūlymo vaizdinių blokų aprašymai

Vertės pasiūlymas

- **Produktai ir paslaugos** - konkrečios paslaugos, kurios skatina pelno kūrimą ir palengvina negalavimus ir kurios sudaro vertės kūrimo pagrindą.
- **Naudos kūrėjai** - kaip paslauga teikia naudą klientui ir kaip ji sukuria pridėtinę vertę klientui.
- **Skausmo malšinimas** - aprašymas, kaip paslauga malšina klientų nusiskundimus.

Kliento profilis

- **Nauda** - nauda, kurios klientas tikisi ir kurios jam reikia, kuri pradžiugintų klientą, ir išteklių ar veikla, galintys padidinti vertės pasiūlymo priėmimo tikimybę.
- **Negalavimai** - kliento patirti neigiami išgyvenimai, emocijos ar rizika.
- **Klientų veiksmai** - funkciniai, socialiniai ir emociniai veiksmai, kuriuos atlieka klientai, problemos, kurias jie bando išspręsti, ir poreikiai, kuriuos jie nori patenkinti.



Organizacijų ir (arba) paslaugų, kuriose taikomas šis modelis, pavyzdžiai

Paslauga / organizacija	Nuoroda	Regionas / šalis	Pardavimo kanalas	Verslo modelis

