



Rådgivning skal flytte fokus fra produkt til marked

Produktionsoptimering har længe været landmandens vigtigste behov. Det gælder også de landmænd, som har skiftet den traditionelle produktion ud med specialproduktion. Idefasen nedprioriteres til fordel for driftsfasen, og især mange af de mindre specialproducenter får ikke lavet en business case og forretningsplan, før de står ansigt til ansigt med problemerne. Men det kan der laves om på.

De største udfordringer

En undersøgelse foretaget af Videncentret for Landbrug blandt 7.000 landmænd giver et klart billede af, i hvilken fase af opstarten af en ny produktionsform landmændene oplever de største udfordringer. Uanset størrelsen på omsætningen af specialprodukterne føler de fleste landmænd nemlig, at deres største udfordring ligger i driftsfasen med fokus på effektiviseringen af produktionen stærkt efterfulgt af udfordringerne i afsætningsfasen, hvor fokus er på mersalg og eksport af varerne.

- Lang de fleste specialproducenter udnytter ikke muligheden for sparring på bl.a. idekvalificering, udarbejdelse af businesscase og forretningsplan. De er fanget i trædemøllen med produktfokus. Skal de forbedre deres beslutningsgrundlag, bliver de nødt til at være langt mere markedsorienteret, udtaler Torben Ulf Larsen, specialkonsulent, Videncentret for Landbrug.

Og undersøgelsen bakker op om denne bekymring. Kun fem procent af de adspurgte landmænd vil søge rådgivning om forretningsplanlægning, mens hele 37 procent vil søge rådgivning om optimering af deres produktion.

Behov for rådgivning

Produktfokus eller ej, så giver størstedelen af landmændene i undersøgelsen udtryk for, at de i forbindelse med deres udfordringer i opstarten af en ny produktionsform har haft behov for at søge rådgivningshjælp.

- Tallene i undersøgelsen bekræfter vores arbejde med udviklingen af et rådgivningskoncept til de landmænd, der satser på specialproduktion. Vi vil på Videncentret gerne samarbejde med endnu flere DLBR-virksomheder, som ønsker at arbejde med rådgivningen af denne voksende gruppe af landmænd, siger Torben Ulf Larsen.

LMO er en af de virksomheder i DLBR-netværket, som har indset det voksende behov for rådgivning hos specialproducenterne.

- Vi bliver nødt til at tænke ud af boksen og møde kunderne, hvor de er, siger Annette Pihl Pedersen, konsulent, LMO, om investeringen i det nye kundesegment.

Et skræddersyet koncept

Men selvom der er et stort udækket behov for rådgivning blandt specialproducenterne, så er der en række barrierer, som skal håndteres for at kunne hjælpe de innovative landmænd videre. Og især rådgivningen til de mange små specialproducenter skal nytænkes.

Med en omsætning under 600.000 kr. på specialprodukterne opfattes rådgivertimer nemlig oftest som en dyr løsning. Derfor skal der udvikles et alternativt rådgivningskoncept til de mindre producenter, som for eksempel kunne faciliteters via erfagrupper eller specialistnetværk.

Arbejdet med tilrettelæggelsen af rådgivningen til de specialiserede landmænd fortsætter derfor i projektet Værditilvækst. Er du selv blevet nysgerrig på konceptet, kontakt Torben Ulf Larsen for yderligere information.

FAKTA

Hvor kan DLBR byde ind:

- Bestyrelser med fornødne kompetencer
- Specialistviden
- Business case
- Forretningsplan
- Økonomistyring
- Salg og markedsføring
- Produktudvikling



Torben Ulf Larsen
Specialkonsulent,
Økonomi & Virksomhedsledelse
Tlf: 87405170/51946456
E-mail: tul@vfl.dk

Undersøgelsen fra Videncentret for Landbrug er en del af projekt Værditilvækst, der ser på landmandens muligheder for at forretningsudvikle sin virksomhed via nye afsætningskanaler, differentierede produkter, arbejde med værdikæden og nye finansieringsmuligheder.