

Værditilvækst

Formålet med projekt Værditilvækst

At undersøge landmandens muligheder for at forretningsudvikle sin virksomhed via nye afsætningskanaler, differentierede produkter, arbejde med værdikæden og nye finansieringsmuligheder.

I projektet sættes fokus på landbrug, der benytter arbejdskraft og kapital til at opnå en højere pris for primærhervets produkter og ydelser (**se definition**) med henblik på at bryde ud af **Landbrugets trædemølle**.

(Klik på det enkelte billede for at få det vist i et større format)



Landbrugets trædemølle

Værditilvækst
- For at bryde ud af trædemøllen?

Landbruget har det problem, at fødevarer efterspørgslen indkomstelasticitet er lav. Det betyder, at stigende velstand kun i beskedent omfang fører til et øget fødevarerforbrug. Derfor falder fødevarernes andel af de samlede forbrugsudgifter i de rige lande. Når produktiviteten i landbruget samtidig stiger stærkt, vil der være en tendens til, at udbuddet af landbrugsvarer vokser hurtigere end efterspørgslen. Det vil på længere sigt give faldende priser på landbrugsprodukter (i forhold til det generelle prisniveau) og en tendens til lavere aflønning af arbejdskraft og lavere kapitalafkast end i resten af økonomien.

Forløbet er blevet kaldt **landbrugets trædemølle**: Ny teknologi øger produktiviteten i landbruget, dette får priserne til at falde til et lavere niveau end i udgangssituationen, indtjeningen i landbruget forringes, forringet rentabilitet øger bestræbelserne på at skabe nye produktivetsforøgelse, og trædemøllen kører endnu en omgang. Den enkelte producent kan ikke bremse processen, men er tvunget til at effektivisere som konkurrenterne for at klare sig økonomisk. For samfundet som helhed har effektiviseringen af landbruget ydet et væsentligt bidrag til den økonomiske vækst og stigningen i levestandarden.



Værditilvækst – definition version 1.0

Værditilvækst – helt generelt for primærproducenten:

- **At opnå en højere værdi ved primærproduktion**
 - i forhold til de ressourcer der er i virksomheden
 - i forhold til den værdi der ellers opnås i markedet for en tilsvarende virksomhed

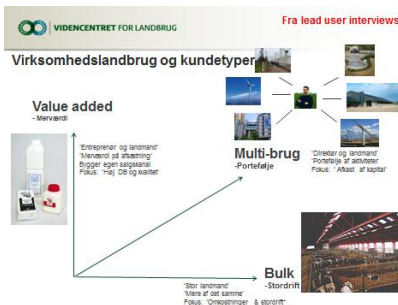
- **At opnå en højere værdi for virksomhedens produkter**
 - i forhold til den værdi virksomheden opnår i markedet i dag
 - i forhold til at levere mere værdi end i den uforarbejdede råvare

En udvikling af landmandes virksomhed, tager udgangspunkt i **virksomheds type**, hvilken **generisk strategi** der arbejdes efter eller om udviklingen skal ske ved at arbejde med **værdikæden**.

Bulk producenten der vil udvikle sig, har som udgangspunkt fokus på at opnå stordriftsfordele. Denne strategiske udviklingsvej behandles ikke i projekt Værditilvækst.

Multibrug har som udgangspunkt fokus på at opnå samdriftsfordele, men kan også arbejde med etablering af en portefølje af forretningsområder, der i princippet intet har med hinanden at gøre. Samdriftsfordele som strategisk udviklingsvej behandles i projekt Værditilvækst.

Value added virksomheden har ofte fokus på både **differentiering**, værdikæden, **produkt og markedsudvikling**. Alle fire områder behandles i projekt Værditilvækst.

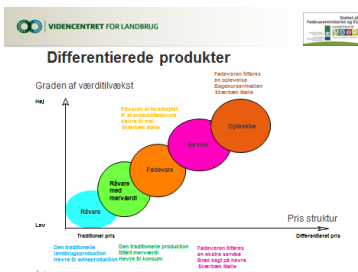


Værditilvækst – At opnå højere værdi ved primærproduktion

Generiske strategier

Hele markedet contra kundesegmenter

- **Omkostningsleder**
 - **Stordriftsfordele** – Fokus på gennemsnitskostning pr. enhed. Den afgørende faktor er at fokusere på omkostninger og 'mere af det samme'.
 - **Samdriftsfordele** – Udnyttelse af virksomhedens ressourcer på flere områder. Den afgørende faktor er at fokusere på at udnytte mulighederne ved diversifikation, dvs. at udbyde nye produkter til nye markeder med samme eller beslægtede virksomheder.
- **Differentieringsstrategi** – Udnytte mulighederne i at være unik i forhold til andre producenter. Den afgørende faktor er at fokusere på hvor virksomheden har mulighed for at betragte nye produkter, som konkurrence af sig selv.

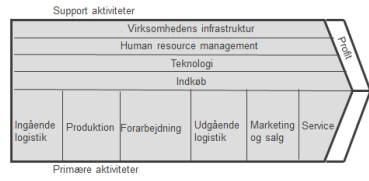


Værditilvækst – At opnå højere værdi ved primærproduktion

Værdikæden

- **Horisontal integration** – Fokus på at opnå stordriftsfordele ved at tilkøbe lignende virksomheder med tilsvarende virksomheder.
- **Vertikal integration** – Fokus på at opnå værdi ved at styrke værdikæden fra leverandør til virksomhedens næste skede i produktion og frem mod slutkunden.

Værdi kæden



Markeds muligheder



		Markedsudvikling			
		Eksisterende kunder	Nye kunder i eksisterende brancher	Nye kunder i beslegtede brancher	Nye kunder i helt nye brancher
Markedsudvikling	Nuværende produkter	Mersalg af nuværende produkter til eksisterende kunder	Find nye kunder i branchen til nuværende produkter	Find nye kunder i beslegtede brancher til eksisterende produktprogram	Salg af nuværende produkter til helt andre markeder/brancher
	Beslegtede produkter	Salg af modificerede produkter/ ydelser til eksisterende kunder	Salg af tilpassede produkter til nye kunder inden for eksisterende branche	Salg modificerede produkter til beslegtede brancher	Modificerede produkter til nye kunder i helt andre brancher
	Nye produkter	Salg af nyudviklede produkter til eksisterende kunder	Nyt produkt til ny kunde i eksisterende branche	Nyt produkt til kunder inden for beslegtede brancher	Nyt produkt til helt nye markeder

Projekt Værditilvækst har defineret forskellige **indsatsområder**, der skal skabe struktur og overblik i arbejdet med at udvikle og implementere rådgivning om værditilvækst i den enkelte DLBR virksomhed.

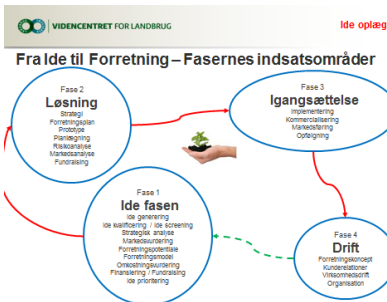


Projekt Værditilvækst har et indsatsområde omkring produkter/ydelser målrettet den landmand, der ønsker rådgivning om hvordan værditilvækst kan udvikles og implementeres i virksomheden.

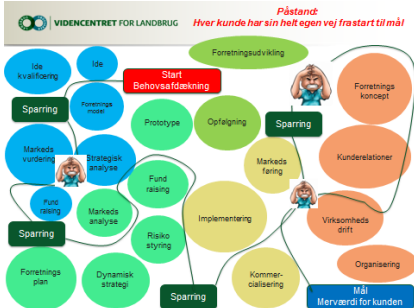
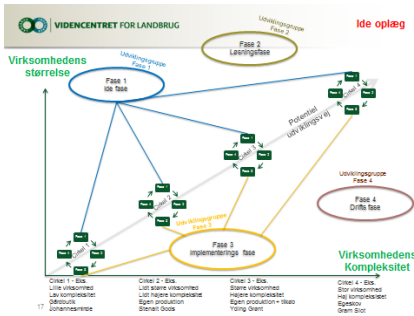
Virksomhedsrådgiveren vil ofte være den der rådgiver om værditilvækst, og projekt værditilvækst har som mål at udvikle en række af produkter og ydelser, der skal understøtte og kvalificere den ide landmanden har til værditilvækst, så **ideen bliver til forretning.**

Processen fra ide til forretning, har vi opdelt i **4 faser**, som hver især repræsenterer forskellige værktøjer og underliggende processer. Projektet har som mål at etablere udviklingsgrupper i hver af de 4 faser, bestående af virksomheder der er i samme fase, men som i størrelse og kompleksitet gerne må være meget forskellige – på figuren vist ved cirkel 1-2-3-4 ud af en potentiel udviklingsvej.

Udviklingsvejen for landmanden der gennemgår faserne 1-4 kræver **sparring** fra virksomhedsrådgiveren.



-
- VIDENCENTRET FOR LANDBRUG** Ide oplæg
- Fra Ide til Forretning - Fase opdeling**
- Faser der skal bearbejdes for at få forretningsideen gjort til forretning:
- Fase 1 – Ide fase
 - Fase 2 – Løsning
 - Fase 3 – Igangsættelse
 - Fase 4 – Drift
- Fasebeskrivelsen bliver også den gennemgående opbygning af viden i projektet.



Den enkelte virksomhed kan have forskellige grader af værditilvækst, startende med en standard råvare, der tilføres en merværdi enten ved at forbedre standard råvaren, at forædle råvaren til en fødevarer, at tilføje råvaren en ekstra service, f.eks. direkte levering til slutkunden og frem til at råvaren tilføres en oplevelse. Graden af værditilvækst kan sættes i relation til hvilken fase virksomheden befinder sig i, [se eksempler på dette](#).

VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Graden af værditilvækst – eksempler til inspiration

	Fase	Råvare	Forbedret råvare	Fødevarer	Service	Oplevelse
Johannesminde	Udvikling	XX	XXX	XXX	XXX	X
Næregård Hestehave	Udvikling	XX	XXX	XXX		
Værebøvin	Udvikling	X	X	XXX		

17 | Antal krydser = graden af fokus

VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Graden af værditilvækst – eksempler til inspiration

	Fase	Råvare	Forbedret råvare	Fødevarer	Service	Oplevelse
Naturbruget Våsen	Drift	XX	XXX			
Gothenborg	Drift		XXX	XXX	XXX	XXX
Sænderhaven Gårdmøjeri	Drift	XX	XXX	XXX	XX	X
Grambogård Slagteri	Drift			XXX	XXX	X
Stenalt Gods	Drift	XX	XXX	XXX	X	X
Elmegården	Drift	XX	XXX	XXX	XXX	XXX

18 | Antal krydser = graden af fokus

VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Graden af værditilvækst – eksempler til inspiration

	Fase	Råvare	Forbedret råvare	Fødevarer	Service	Oplevelse
Traditionelt landbrug	Drift/vækst	XXX				
Økologisk landbrug	Drift/vækst		XXX			
Tange Frilandsgartneri	Drift/vækst	X	X	XXX	XXX	X
Fru Møller	Drift/vækst	X	XXX	XXX	XXX	XXX
Yding Grant	Drift/vækst	X	X	XXX		
De fem gårde	Drift/vækst		XX	XXX	XXX	X
Årstedeme	Drift/vækst	X	XXX	X	XXX	X
Egeskov	Drift/vækst	X	X	X	XX	XXX
Rokkedal Kylling	Drift/vækst	XX	XXX	XXX	XXX	X
Vildmosekartofler	Drift/vækst	X	XXX	XXX		
Skærtormølle	Drift/vækst	X	XXX	XXX	XXX	XXX
Gyldensteen Gods	Drift/vækst	X	XXX	XXX		

19 | Antal krydser = graden af fokus