



Juli 2014

Dybdegående case – besøg hos gårdbutik med egen produktion og direkte distribution til slutkunden

Virksomhedsbesøget var med medblik på at demonstrerer den udarbejdet værktøjskasse til værditilvækster. På mødet blev værditilvæksterens forretningsmodel udfordret med særligt fokus på virksomhedens kunder og produktportefølje.

Virksomhedsbeskrivelse

Konventionelt landbrug der drives af et ægtepar, der har drevet virksomheden siden midten af 90'erne og siden starten af 00'erne begge været beskæftiget på fuldtid i virksomheden. Der produceres kyllinger, mullardænder, gæs, kalkuner og lam under konventionelle vilkår med ekstra tildeling af halm og et øget pladsareal. Deres måde at producere dyrene på har resulteret i flere priser og anerkendelse på baggrund af den dyreetiske velfærd, som dyrene har. Udover ægteparret er der tilknyttet to medarbejdere i virksomheden.

Der er for år tilbage etableret eget slagteri, hvor virksomhedens fjerkræ slagtes. I slagteriet sker hele forarbejdningen på en meget dyreetisk metode, hvor fjerkræene håndteres med håndkraft. For ægteparret er det afgørende, at alle dyrene håndteres på den mest dyreetiske måde, samt der ikke tilsættes nogen form for tilsætningsstoffer i fødevarerne.

Der er i virksomheden en gårdbutik, hvor interesserede kan komme forbi og købe fødevarer fra virksomhedens egen produktion og fra andre lokale producenter. En anden måde virksomheden når slutkunden på, er ved deres direkte distribution ud til slutkunden. Bestillingen sker via virksomhedens indbydende hjemmeside, og varerne distribuerer de selv til slutkunden med korte intervaller.

Udover distribution af egne produkter distribuerer virksomheden varer for andre lokale producenter. Det sikrer ifølge ejeren, at deres varebil stort set altid er fyldt op, når de kører ud med varerne.

Mål for virksomheden

Ægteparret forventer over de kommende 3 år en vækst i omsætningen på 15 %, hvor de forventer at udvide sortimentet af kylling med forskellige smagsvarianter. Indenfor allernærmeste fremtid forventes ægteparret at kunne ansætte en medarbejder mere således, at ægteparret kan få mere tid til det strategiske overblik og træffe de rigtige beslutninger i virksomheden.

Ægteparret ønsker at markedsføre sig overfor en yngre målgruppe. Ifølge dem er det de yngre kunder imellem 25-40 år, som skal sikre virksomhedens vækst.

Virksomhedens udfordringer og potentialer

Virksomheden udfordringer og potentialer er udarbejdet på baggrund af en udvidet SWOT-analyse for bedriften.

Virksomheden har i høj grad fokus på produktudvikling og på, hvordan de bedst muligt skaber øget vækst i virksomheden. Som ægteparret selv definerer det, mangler de inspiration til, hvordan de får en yngre målgruppe til at købe deres produkter. Hovedvægten af deres kundeportefølje er ifølge ægteparret ældre par, som ønsker gode råvarer til madlavningen.

Der er i virksomheden en meget bred produktportefølje med mange forskellige produkter og varianter. Det er derfor vigtigt at kende det enkelte produkts fremstillingspris. Virksomhedens kendskab til produkternes fremstillingspris er begrænset og er derfor et vigtigt område at skabe fokus, hvis virksomheden skal ekspanderes yderligere. For mindre værditilvækstere er det en generel problemstilling, at kendskabet til virksomhedens fremstillingspris er begrænset. For de mindre værditilvækstere er det essentielle at produktudvikle og skabe nye forretningsområder.

Potentialer

- **Markedsanalyse**
Hvem er virksomhedens kunder, og hvad er det, de efterspørger. Det er nogle af de svar, virksomheden skal afdække for at få et større kendskab til kunderne, som køber virksomhedens produkter.
- **Markedsføring**
Hvordan kan virksomheden anvende de sociale medier, som en billig måde at markedsføre virksomhedens gode historie og lækre råvarer.
- **Vækst**
Der er gode muligheder for vækst i virksomheden. Der lægges et stor engagement i at drive virksomheden mod nye mål.

Udfordringer

- **Håndtering af risici**
Risikostyring af virksomheden er et vigtigt redskab til at kunne træffe de rigtige beslutninger med. Ifølge ægteparret er der ikke tilstrækkelig fokus på, hvordan sygdom i besætningen skal håndteres, og hvilke konsekvenser et sygdomsudbrud vil have. Sygdom i besætningen er et af de mange parametre, der kan have stor konsekvens for en fødevarereproducent. Det er vigtigt, at der tages hånd om de parametre, der kan have størst betydning for ens virksomhed. Udarbejdelse af risikostyring er derfor vigtigt for virksomhedens fremtidige drift.
- **Kontrakter**
Der er ingen faste aftaler omkring salg til detail eller engros. Dette bevirker, at virksomheden er meget afhængig af salg til kunden og øger derfor sandsynligheden for manglende omsætning. Kontrakt med en eller flere detailbutikker sikrer en mindre følsomhed overfor prisudsving, minimerer behovet for opsøgende salg og giver en trykthed og sikkerhed.
- **Værdikædeanalyser**
Der er en meget bred produktportefølje med flere forskellige varianter indenfor hver produkttype. En værdikædeanalyse vil kunne give et overblik over, hvad fremstillingsprisen er på det enkelte produkt.

