



Se 'European Agricultural Fund for Rural Development' (EAFRD)

Værdikædeanalyse: er der penge i mit specialprodukt?

Få økonomi i dine specialprodukter. Et økonomisk overblik giver dig handlekraft i din forretningsudvikling. Med en værdikædeanalyse på hvert af dine tre vigtigste specialprodukter får du sat beløb på udgifter på salg, markedsføring og distribution.

Vælger du at lancere egne specialprodukter, er det nødvendigt at undersøge nærmere, om indtjeningen står mål med de omkostninger, der knytter sig til produktionen. De kendte udgifter på bedriften vil nemlig blive suppleret med mange nye omkostninger som f.eks. forarbejdning, emballage, distribution og markedsføring.

Værdikædeanalysen gør det muligt, at lave en gennemgående økonomisk afdækning af værdikædens udgifter og indtægter på produktniveau. Det kan skabe overblik over optimeringsmuligheder og potentielt et bedre økonomisk resultat. Du bør gennemføre individuelle værdikædeanalyser for de udvalgte produkter, der har den største omsætning. I forbindelse med værdikædeanalysen vurderes ligeledes den bagvedliggende forretningsidé's holdbarhed, og du opnår indsigt i dine handlingsmuligheder. Herved er det også muligt at vurdere, hvilke led i værdikæden der skal have ekstra fokus.

Ved at opstille en kalkule får du overblikket over dine valg indenfor omkostninger på produktet f.eks. inden du bygger lokaler til forarbejdning af dine produkter. Her er det utroligt vigtigt at finde ud af om man skal f.eks. leje lokaler og maskiner de første to år. Herved kan du prøve markedet af for produktet og foretage investeringen der står mål med efterspørgslen.

Bevar udviklingskraften.

Foretages de faste omkostninger for tidligt i opstartsperioden indenfor specialprodukter er der stor risiko for at man mister udviklingskraften både mental og økonomisk. Med værdikædeanalysen kan du regne to scenarier igennem.

- Hvis jeg investerer fra starten
- Hvis jeg samarbejder om lokaler maskiner de første to år

Ved analysen opnår du overblik over dels de faste omkostninger som er uafhængig af mængden du for solgt. Dels får du overblik over antal timer som skal bruges indenfor produktion, salg, distribution, mv.

Dit udbytte

Ved gennemgangen af en værdikædeanalyse får du:

- En test af de økonomiske forventninger, der knytter sig til specialproduktet
- Et stærkt værktøj til kommunikation med uundværlige medspillere som kreditgivere
- Overblik over økonomien i det enkelte produkt, samt hvor i værdikæden der skal sættes ind og optimeres

➤ Indsigt i, hvilke risici produktionen medfører, og hvilke valg der kan minimere disse.

Kalkule: Luksus flødeis solgt til en gros og detail

Lars Landmand
Gårdbutikken
Værdivej 6
8200 Århus N



Tlf. 2942 0000	I alt	Mængde	Mængde
Mængde i kalkulen: Antal liter	9.400	En gros	Detail
		2.400	7.000

1. led i værdikæden: Is produktion

Stykomkostninger	Endhed	Antal	Kr.	Sum i alt	Sum pr. enhed
Økologisk mælk	1 L	0,5	3,25	15.275	1,63
Fløde fra mælk	1 L	1,75	3,25	53.463	5,69
Æg	1 KG	0,13	60	70.500	7,50
Vanilje	1 stk.	0,13	9	10.622	1,13
Sukker	1 KG	0,13	30	35.250	3,75
Afgift	Pr. 1 L	1	6,61	62.134	6,61
Emballage	1 L	1	3,22	30.268	3,22
Løn	Timer	0,13	150	176.250	18,75
				-	-
Stykomkostninger i alt				453.762	48,27
Kapacitetsomkostninger		Endhed	Kr.	Sum i alt	Sum pr. enhed
Pastoriseringsmaskine		Årligt	2.000	2.000	0,21
Elektricitet		10.000 x 0,80 kr.	8.000	8.000	0,85
Opvarmning		4.000 x 1,50 kr.	6.000	6.000	0,64
Løn		176 x 150 kr	26.400	26.400	2,81
				-	-
Kapacitetsomkostninger i alt				42.400	4,51
Kapacitetsomkostninger pr. enhed		100%	42.400	42.400	4,51
Forrentning og afskrivninger mv.				Sum i alt	Sum pr. enhed
Kontorhold				3.000	0,32
Ø90 bogholderi				15.000	1,60
forsikring				10.000	1,06
Afskrivning isbil				7.000	0,74
Afskrivning småinventar				25.000	2,66
Afskrivninger driftsmidler				25.000	2,66
Afskrivninger fast ejendom				80.000	8,51

Med en værdikædeanalyse har du muligheden for at få et økonomisk overblik på dit specialprodukt. Et overblik som også sætter beløb på udgifter på salg, markedsføring og distribution. Herved opnår du handlekraft til at organisere din virksomhed og justerer din forretningsmodel.

Gustaf Bock og William Schaar Andersen, Videncentret for Landbrug

En artikel på en side uden tabeller og med lille foto skal være på 5000 tegn med mellemrum

En artikel på en side med tabel eller stort foto skal være på 3200 anslag med mellemrum

Deadline for artiklerne er onsdag 23. april 2014 kl. 8.00. Det er meget vigtigt at overholde deadline.