



AP 1 OMVERDENSANALYSEN GIVER VÆRDIFULDT INPUT TIL DIN STRATEGIPROCES

STØTTET AF

Promilleafgiftsfonden for landbrug

Du kan ikke styre omverdenen. Til gengæld kan omverdenen styre og påvirke de muligheder, din virksomhed har for at flytte sig strategisk. Ved at kvalificere dit strategiarbejde med en omverdensanalyse sikrer du, at du til slut står med en solid strategi.

En analyse af omverdenen er ikke en strategisk beslutning på linje med valg af organisering, kompetenceudvikling eller rapportering. Men den er et stærkt analyseværktøj at inddrage, når du skal tage strategiske beslutninger på vegne af din landbrugsvirksomhed. Dermed er den også en betydningsfuld del af din strategiske beslutningsproces.

Omverdensanalysen stiller skarpt på din virksomheds udviklingsveje og understøtter din strategiprocess ved at pege på de muligheder, der er, og sætte fingeren på de udfordringer og risici, din virksomhed skal kunne håndtere på kortere og længere sigt.

Ved hjælp af omverdensanalysen får du skabt et overblik over, hvordan omverdenen vil påvirke din virksomhed, og samtidig lægger du fundamentet for en solid strategi, som i sidste ende er med til at sikre dig en konkurrencemæssig fordel.

Intern kontra ekstern analyse

Ved at lade en analyse af omverdenen indgå i dit strategiarbejde undgår du også, at din strategi får et ensidigt fokus på interne styrker eller svagheder i forhold til f.eks. tekniske, økonomiske og ledelsesmæssige ressourcer samt produkter og medarbejderressourcer.

Du er nødt til i tide at forholde dig strategisk til omverdenen, ellers er toget kørt, før du når at stige på: Og ændrede rammevilkår rammer endnu hårdere, hvis du kommer for sent i gang med at udnytte mulighederne eller tackle udfordringerne.

Omverdensanalysens byggeklodser

I en analyse af omverdenen vil du typisk undersøge alle de forskellige politiske, økonomiske, sociale og teknologiske megatrends, som kan påvirke din landbrugsvirksomhed i enten positiv eller negativ retning.

Politiske megatrends

De politiske megatrends omfatter alle de love, som regulerer miljø, handelsbarrierer, moms, afgifter og arbejdskraft. De har alle stor indflydelse på en landbrugsvirksomheds forretningsmodel. International politik har også potentialet til at påvirke en virksomheds udviklingsmuligheder, som når storpolitik f.eks. udmønter sig i handelsembargo, eller når nye stormagter melder sig på banen og rykker ved den globale magtbalance.

Økonomiske megatrends

De dækker over generelle økonomiske tendenser på internationalt og nationalt niveau, som har indvirkning på din virksomheds strategiske muligheder og forretningsmodel. Jordpriser og renteniveau har f.eks. stor betydning for, om din landbrugsvirksomhed kan indfri sit økonomiske potentiale. Asien, og især Kina, buldrer frem økonomisk i disse år. Det kan også påvirke din forretningsmodel.

Sociale megatrends

Megatrends på det sociale område omfatter den befolkningsmæssige udvikling, herunder befolkningstilvækst, aldersfordeling, uddannelsesniveau og indkomstfordeling.

De forskellige modetrends, som i de senere år er slået igennem på sundhedsområdet, falder også ind under begrebet sociale megatrends. Og intet tyder på, at der bliver færre af den type trends i fremtiden, snarere tværtimod. De danske forbrugeres ønsker til fødevarer er nemlig under forandring. De efterspørger f.eks. et langt mere varieret udbud af både lokale fødevarer og specialfødevarer end tidligere. Også tillid til fødevareproducenten og den gode fortælling om produkterne ligger nu højt på de danske forbrugeres hitliste.

Teknologiske megatrends

De teknologiske megatrends inkluderer teknologiske landvindinger, som har potentialet til at ændre din forretningsmodel på en gennemgribende måde, uanset om det drejer sig om genomforskning eller udvikling af teknologisk isenkram, som f.eks. robotter og kunstig intelligens.

Omverdensanalysen er en øjenåbner

Er du økologisk planteavler, kan omverdensanalysen f.eks. hjælpe dig med at overveje, hvilken kvælstofforsyning der er det bedste alternativ til konventionel gylle. Ved at arbejde med omverdensanalysen kan du således finde svaret på, om dit langvarige samarbejde med den nærliggende mælkeproducent skal fremmes, eller om du hellere vil stifte en biogasforening i lokalområdet og bruge den afgassede økologiske plantemasse som gødning.

Har du fået en god forretningsidé som den økologiske planteavler i eksemplet ovenfor? Ønsker du en turnaround? Eller stiler du efter at høste de lavthængende frugter ved at optimere yderligere på dit ressourceforbrug? Uanset hvilken strategisk korsvej du står overfor, kan omverdensanalysen sætte dine overvejelser i det rette perspektiv.

Læs mere om strategi i hæftet "[Det betaler sig at arbejde med strategi](#)" med tilhørende strategikort.

Få et overblik over, [hvordan du arbejder med omverdensanalysen](#) i strategikortet.

© 2021 - SEGES Projektsitet