

Matnavet på Mære



Mæresvegen 163
7710 Sparbu
Tlf 74 17 54 00

Entreprenørskap og forretningsutvikling i markedshagen

Lars Erik Jørgenvåg,

Kompetansenettverket for lokalmat i region Midt

29/3 2022

Agenda

- Litt om kompetansenettverket
- Hvorfor fokus på forretningsmodell, prissetting og markedsføring/salg?
- Hvordan har vi gjort det?

Matnavet på Mære



HVA ER MATNAVET PÅ MÆRE?

- Matnavet på Mære har ansvar for å utvikle, koordinere og tilby matfaglige kompetansetiltak
- Målet er økt verdiskaping hos små og mellomstore matprodusenter
- Årlig finansiering fra Jordbruksforhandlingene
- Målgruppe: Bønder som foredler egne råvarer
- Besøksordning, kurs og andre kompetansetiltak
- 5 kompetansenettverk i Norge:
 - Midt: Mære Landbruksskole
 - Nord: NIBIO i Tromsø
 - Vest: Sogn Jord- og hagebruksskole
 - Sør: Nofima i Stavanger
 - Øst: Nofima på Ås



Hvorfor fokus på
forretningsmodell,
kunde og salg?

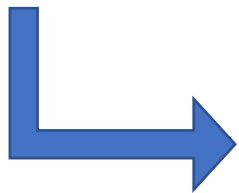


Dagligvaremarkedet

Produsent



A|S|K|O
– vi forsyner Norge med mat



coop

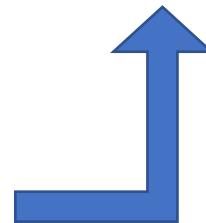


NorgesGruppen



Kunde

**REMA
1000**



Dagligvaremarkedet

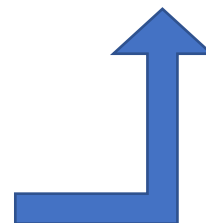
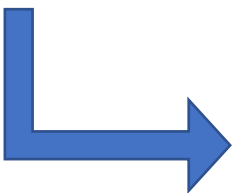
The logo for COOP, consisting of the word "COOP" in a bold, blue, sans-serif font.

Produsent

De tradisjonelle
salgskanalene/vareveiene fungerer
ikke for (store deler av) lokalmaten!

Kunde

- vi jorsyner Norge med mat



REMA
1000

Direktesalg

Bondens marked[®]

////////// NORGE



Produsent



Kunde



Direktesalg

Bondens marked[®]

////////// NORGE



Produsent

Vanlige direktesalgskanaler gir lite forutsigbarhet!

Kunde



Hvorfor fokus på forretningsutvikling?

- Skal det være varig så må det gi verdi
- Ikke åpenbart hvordan man kan skape tilstrekkelig verdi av markedshagen – behov for prosess, strategi og uttesting!

Hvordan har vi gjort det?

- Kunder og kundebehov
- Forretningsmodellering i praksis – hvordan skal du tjene penger?
- Salgsmetoder, kalkulering og prissetting
 - Teamsmøte – bør være en praktisk prosess



Kunder og kundebehov:
Hva er det du egentlig
selger?
– eller hvilket behov dekker
du?

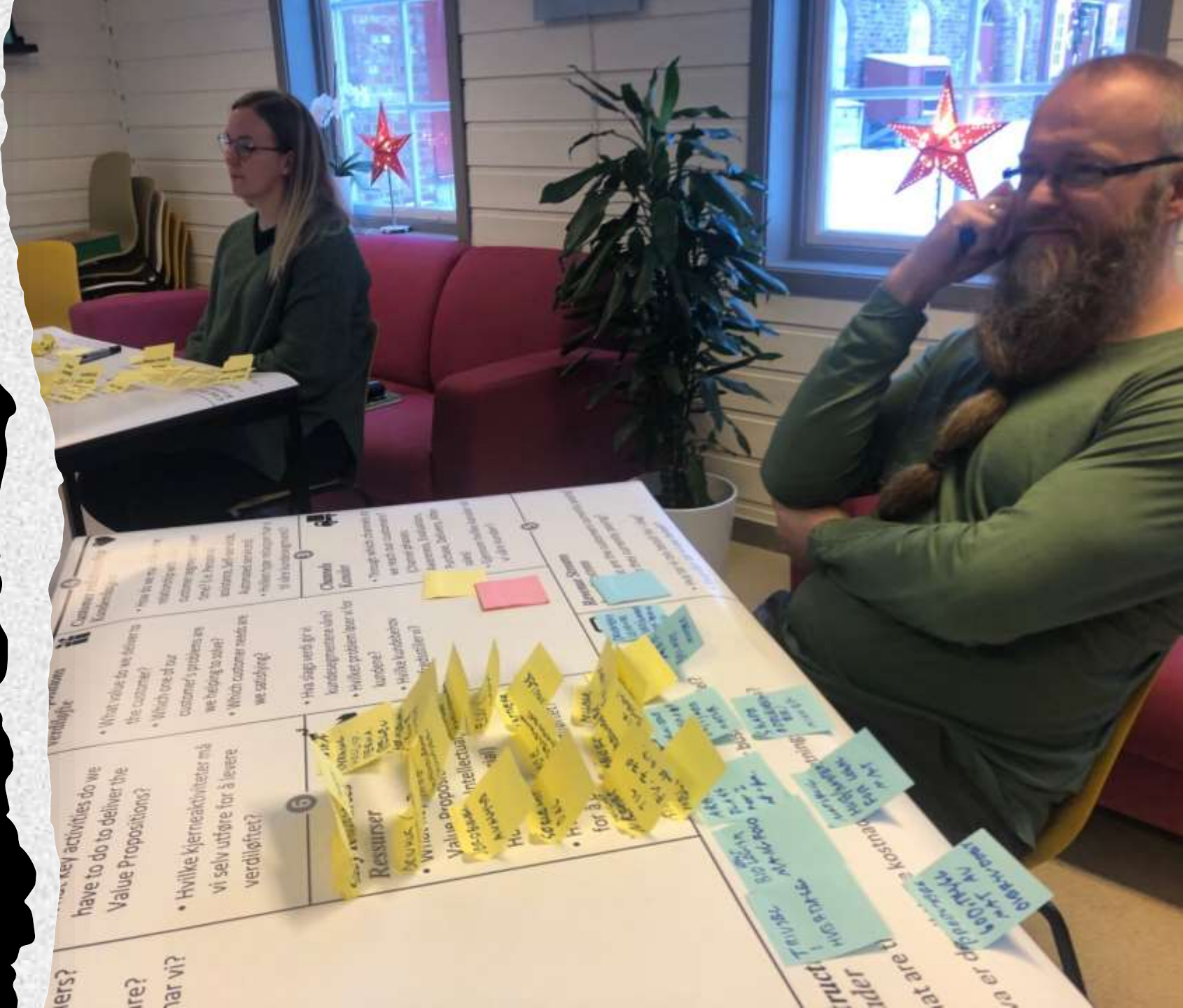


Introduksjon til
forretningsmodellering

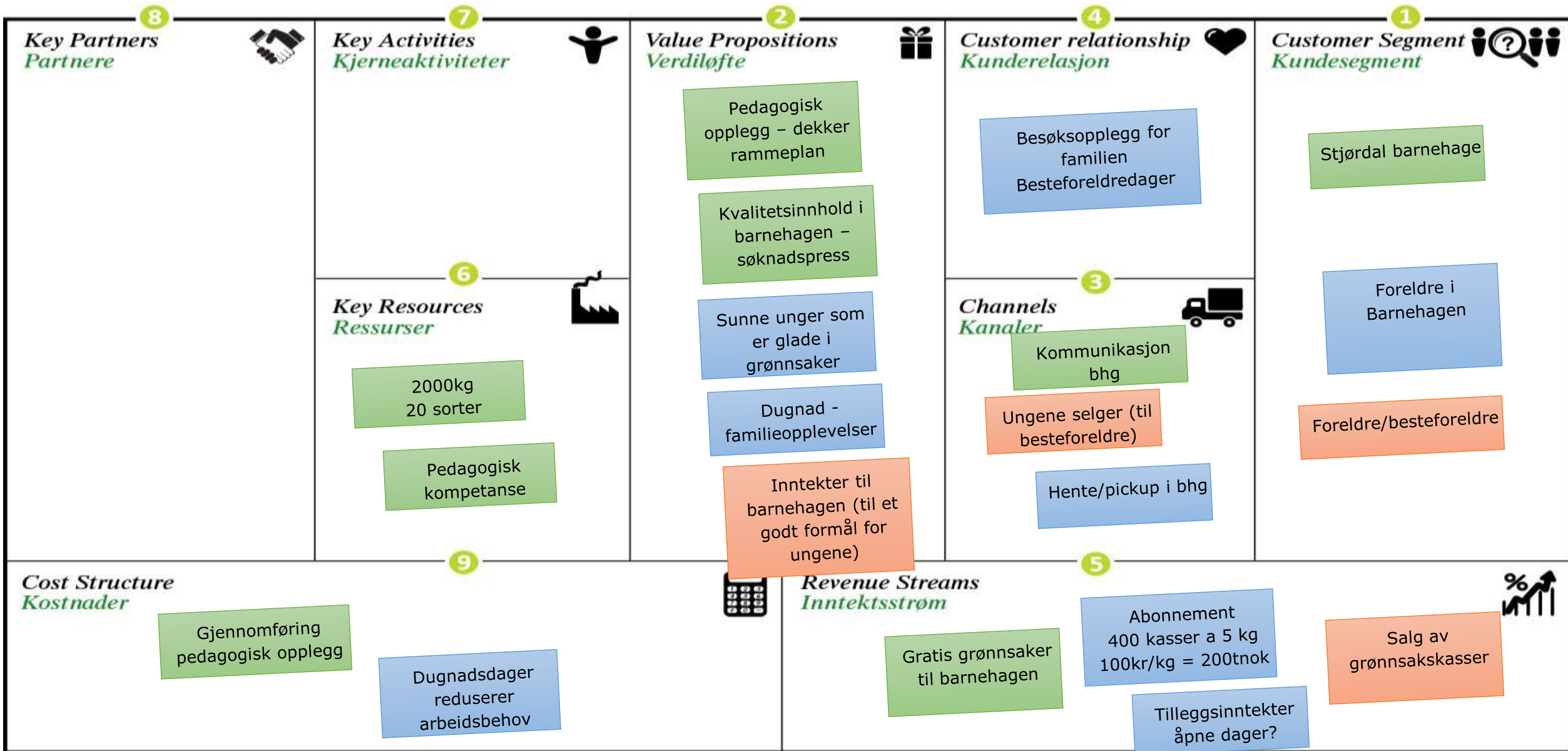
Forretnings- modellering i praksis



- Gruppeprosess med fiktivt eksempel
- Individuell prosess med egen modell



Siljes gård – forretningsmodell «barnehage»



Salgsmetoder, kalkulering og prissetting

- Valg av salgsmetode (kunde/kanal)
- Hvilken pris skal du selge for?
- Produktkalkulering i praksis



- Teamspresentasjon
- Bør være en praktisk prosess på dette temaet

BEREGNING AV DEKNINGSBIDRAG OG DEKNINGSGRAD

	Pr kg	Pr stk
Råvare og emballasjekostnader	kr 68,37	kr 32,82
Arbeidskostnader	kr 11,08	kr 5,32
Øvrige variable kostnader	kr 0,50	kr 0,24
Sum variable kostnader	kr 79,94	kr 38,37

Beregning av dekningsbidrag		Pr kg	Pr stk
Dekningsbidrag		kr 38,81	kr 18,63
Pris inkl. for (ex. Mva)		kr 118,75	kr 57,00
Pris ink. for (inkl Mva)	15 %	kr 136,56	kr 65,55
Dekningsgrad	DG=	32,7 %	

SIMULERINGER

Simulering med dagens priser og dagens årsvolum	
Omsetning pr dagsproduksjon	40 302
Dekningsbidrag dagsproduksjon	13 170
Dekningsbidrag pr kg produksjonskjøtt av larr	88
Årsvolum [kg]	1 000
Dekningsbidrag årsvolum	38 805
Antall produksjonsdager årsvolum	2,9

Simulering av bidrag i ulike salgsegmenter

	Pris	DB [kr/kg]	DB [kr/år]
Engros (ekskl mva)	57,00 kr	18,63	18 626
Direktesalg (ekskl mva)	89,34 kr	50,97	50 965
Anslag volumfordeling		Omsetning [kr/å DB [kr/år]	
Engros	20 %	11 400 kr	3 725





Forretningsmodellering er artig 😊