

Planering av podcast-versionen av slutrapporten

I.V. 15.8.2019

Regeln: "Odlaren måste få själv bestämma vad han odlar."

- Hur kan hen göra det om hen saknar information?
- Signalerar decentraliserat beslutsfattande & dess konsekvenser för kvaliteten
- Nu kamp mellan kvantitet och kvalitet p.g.a. ekonomiska skäl

Utmaningar i växthusriket (-kluster)

Kvalitetsförsämrande faktorer:

- Klusterstruktur
- Kooperativa packerier
- Privata packerier som befinner sig i klustret

Alla bidrar (åtminstone enligt teorin) till snål-skjuts p.g.a. decentraliserat beslutsfattande

- **Låga odlarpriser**

Kvalitetsförsämrande tendenser på kluster och kedjanivån:

- Saknas gemensamma kvalitetskriterier (smak!) som går utöver handelsnormer

Brister i informationsflöde mellan

- Packerier och producenter
- Packerier och marknaden
- Bland producenter (klickar som försämrar informationsutbyte och försämrar dess fördelar på klusternivån)

Kvalitetsförbättrande målet!!!

- Intensiva sociala interaktioner mellan producenter och mellan dem & deras packerier.

Hot eller möjlighet?

- Handeln lägger tuffare krav på kvaliteten (ett steg mot centraliserat beslutsfattande) och övergår eller inte övergår till kvalitetsbaserad prissättning. Första signaler om detta finns redan.



KVALITETSKRITERIER: handelsnormer + sensorisk kvalitet!



Utmaningar i kedjan

Låg nivå av kundfokus jämfört med kund-dominant affärslogik hos:

- Producenter
- Packerier (men tydlig variation mellan dem)
- Handeln

Enligt Raj (2018)

Verktyg:

- För lite information om koncepten av sensorisk kvalitet
- Olika produktionstyper (massproduktion, nicheprodukter, skräddarsydda för olika konsumentsegmenter) används för lite
- Vinterproduktion orsakar smakproblem hos tomat
- Stora energikostnader
- Brist på goda sorter (av tomat) för åretrunt odling;
- Brist på information hur reagerar konsumenter till smakskillnader av sommar- vs vintertomater

Subjekt (producent).

- Producentkåret med utmärkta kvantitativa odlingskunskaper men isolerat från konsumenterna.
- Alla producerar enligt massproduktionsprincipen oberoende av företagets storlek (obalans: alla på samma båt, fasta åror är olika).

Regel, vanor, normer:

- Inga gemensamma kvalitetskriterier gällande kvaliteten som går utöver handelsnormer; prissättning nu enligt "pooling" (samma pris till alla) → snål-skjutsmöjlighet med kvaliteten
- "Odlaren måste få själv bestämma vad hen odlar" fastän hen får inte tillräckligt med marknadsinfo (saknas kundintelligens). Regeln bidrar till decentraliserat beslutsfattande vilket kan leda till snål-skjuts av kvaliteten.
- Andelslagets och privata packeriernas regler: måste sälja allt som medlemmar producerar; medlemmar måste sälja allt/största delen till sitt eget packeri vilket kan uppdämma innovation i växthusföretagen
- Arealstöd: bromsar expansion av växtsortimentet

Verktyg:

- Mätningmetoder av sensorisk kvalitet saknas eller används inte
- Data från växthus för bemästring av plantorna nästan oanvända
- Kunskap om marknaden & växtfysiologin bristfällig angående sensorisk kvalitet
- Växtskydd (virus, vita flygare)
- Krav på miljöaspekter av produktionen blir tuffare - finns det verktyg att svara på dem?

Objekt: Hierarkisk kvantitetsobjekt (att få tillräckligt med pengar) i stället för marknadsobjekt

- **PENGAR(ORON)** styr pga överproduktion och låga priser Medan konsumenterna kräver bättre smak, som är en investering av producenter.

Utkomst: pengaroro

Arbetsfördelning mellan packerier och producenter (försäljning och kommunikation med marknaden):

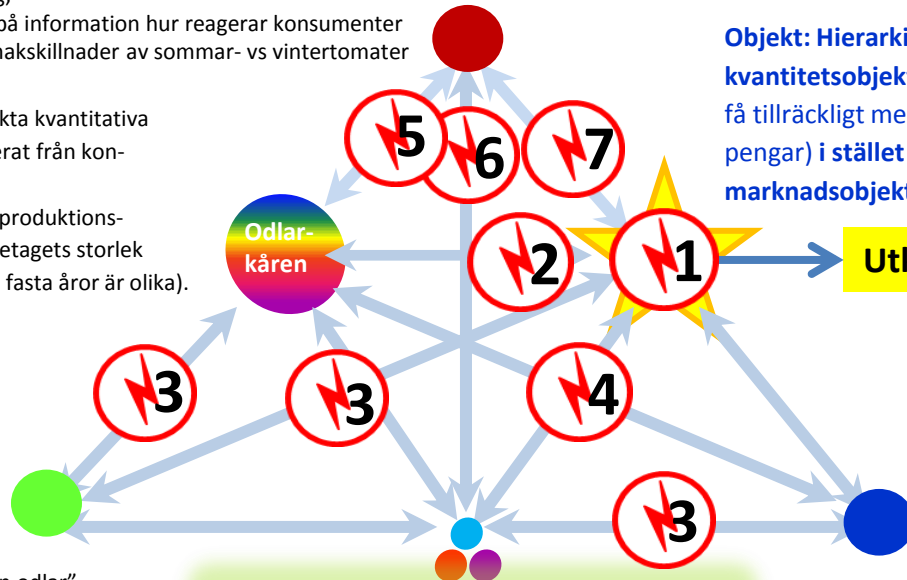
- Möjliggör effektiv kvantitativ produktion och sparningar i produktionskostnader
- men flyttar bördan av försäljning och marknadsförståelsen till packerier och utan rätta kommunikationspraktiker isolerar odlarna från marknaden

Gemenskap: familjemedlemmar, anställda; packerier; andra odlare; rådgivare; forskare; förnödenhetsföretag.



Kommunikationsblockeringar

Värdekedja (bild 13)



Onda cirklar som försvårar lösningen av klustrets problem:

1) Gränser till framgång och upptrappning: överproduktion på en begränsad marknad. Skördemängder per m² (inte euro/kg av produkter) bestämmer eko-nomiskt resultat av företagen, vilket bidrar till behovet att expandera för att bevara lönsamheten vid ökande produktions-kostnader och hoten av minskande producentpriser – **men vem är konsument?**

2) Drivande mål: kvalitetsmål offras till kvantitetsmål därför att i kort sikt får man bättre betald för kvantitet. Men låg kvalitet leder till klagomål från slutkunder och med tiden att produkterna inte köps i så stora mängder som före. Även de gamla källor av mervärde (bättre pris för produkter i vintertiden) förfaller bort.

3) Gränser till framgång och upptrappning: överproduktion **3) Jordbrukens välkända onda cirkel:** Man utvecklar sig genom teknologiska förnyelser för att få bättre pris genom att producera mera. När alla tar upp samma teknologin, resulterar det i överproduktion och minskande producentpriser, vilket igen tippas utvecklingen till samma håll som tidigare = onda cirkeln.

4) Förbannelse av tidigare framgången: man fortsätter göra det som man alltid gjort därför att det bragte framgång före. Men man tar inte till hänsyn den föränderliga verksamhetsmiljön som kräver annorlunda åtgärder.