



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Faculty of Landscape Architecture,
Horticulture and Crop Production Science

September 30, 2019

Department of Work Science, Business
Economics and Environmental Psychology

Till SLU Partnerskap Alnarp

Slutrapport projekt ID: 930/15 (1601-1812) Titel: Vadå skapa mervärde? Kartläggning och analysering av böndernas aktiviteter, tänkande och sätt att skapa mervärde.

Styrgruppen för SLU Partnerskap Alnarp beviljade 2015-11-26 275 000 per år för två år, totalt 550 000 kr, ur LTV:s projektbudget för åren 2016 och 2017.

Bakgrund

I ansökan söktes medel för tre år. I projektkalkylen angavs medfinansiering från KCF-finansiärerna Region Skåne, Landshypotek AB och Sveriges Lantmästarförbund med motsvarande belopp som söktes (275 000 kr per år) samt motsvarande belopp i medfinansiering från AEM. Den totala projektbudgeten uppgick till 2 741 000 kr. Medlen skulle gå till en doktorand samt 25 % lön för projektansvarig Erik Hunter. Lena Ekelund Axelsson övertog projektet 2019-03-13, då också projektets slutdatum sattes till 2019-09-30.

Reviderad projektkalkyl

Projektet bantades till två år och kostnaderna minskades till en totalbudget på 1,1 mkr, varav 550 000 kr från PA. Medfinansieringen blev 265 000 från AEM och 145 000 kr från KCF. 2017 startade projektet "Mervärden som konkurrensmedel", finansierat av Jordbruksverket, under ledning av Fredrik Fernqvist, AEM. Detta hade en naturlig koppling till PA-projektet och kunde därmed medfinansiera projektet med 140 000 kr. Den rapport som där publicerades har därför direkt koppling till PA-projektet. Vera Sadvoska anställdes som doktorand i april 2017 och endast hennes lön har belastat projektet.

Syfte och mål

Svensk livsmedelsproduktion kännetecknas av ett högt kostnadstryck och hårt konkurrenstryck från importprodukter. I stället för att tävla med import till lägre pris måste svenska producenter tänka över sitt värdeerbjudande och skapa mervärdesprodukter som inte bara ger ett högt värde för kunden, utan också genererar ett värde för producenten.

Projektets syfte har varit att definiera värde och ge exempel på hur värdeskapande aktiviteter kan genomföras i praktiken. Mervärden i jordbruket kan komma från produktens utformning, hur den produceras och genom en tydlig identitet, men

också att den har inslag av tjänster och upplevelser. En intervjustudie genomfördes med sex producenter i olika delar av landet, för att undersöka i detalj hur svenska lantbruksföretag kan arbeta med mervärden och hur det i sin tur kan påverka deras lönsamhet och konkurrenskraft i positiv riktning (Fernqvist, Karlsson, Sadovska 2018). En slutsats blev att en framgångsrik mervärdesstrategi kräver uthållighet, strategiskt fokus och starka och nära kundrelationer. Studien identifierade en rad strategiska områden, förutom produktionseffektivitet, där kompetenser behöver stärkas: marknad och marknadsföring, ekonomistyrning, ledarskap och organisation och inte minst, produktutveckling. Kort sagt, det behövs en satsning på förbättrad företagsledning.

Inom projektets ram har sammanfattats en rad studier kring mervärde, som genomförts vid SLU i Alnarp och i Ultuna (Sadovska, Mark-Herbert, Ferguson, Ekelund Axelson 2019) - studier som pekar i samma riktning: Behov av ökat kunnande inom marknadsföringens operativa delar, med val av försäljningskanal och kommunikation i olika typer av kanaler, kopplat till produktens fysiska egenskaper och grad av service. Potentialen för mervärde bestäms också av hur man kan utnyttja och kommunicera produktionsmetod, förädlingsgrad, politiska faktorer, etiska och estetiska värden samt, inte minst, hälsomervärden. Det finns en karta av möjligheter för producenten att överväga i sin marknadsstrategi. Här blir rådgivningsstöd, samarbeten och dialog mellan aktörer i livsmedelssystemet grunder för att öka kunskapen om mervärde i livsmedelsproduktion.

Under projektets gång har en omfattande litteraturgenomgång gjorts, med sammanfattningar av 106 artiklar publicerade 1995-2018, för att undersöka hur värde, mervärde och värdeskapande inom lantbrukssektorn behandlas i forskningslitteraturen. Mot bakgrund av att de globala hållbarhetsmålen och det tredelade hållbarhetsbegreppet blivit allt viktigare i diskussioner om lantbruk och livsmedelsförsörjning, har mervärde och värde kopplats till hållbarhet i den review-artikel som litteraturgenomgången resulterat i (Sadovska, Mark-Herbert, Ekelund Axelson 2019, utkast). Artikelns titel antyder att mervärdesbegreppet behöver omprövas och omformuleras i det hållbarhetsperspektiv som blir alltmer nödvändigt och som ägnats väldigt lite företagsinriktad lantbruksforskning. En viktig slutsats är att resultaten kan komma till nytta i tillämpad forskning och rådgivning för att bidra till att skapa mervärden som är hållbara ur såväl ekologiskt som ekonomiskt och socialt perspektiv. Kortsiktiga marknadsföringsinsatser behöver ersättas av strategiskt värdeskapande på lång sikt.

Resultatspridning

I den ursprungliga och mer omfattande PA-ansökan planerades publikationer i form av två faktablad, en rapport och en till två vetenskapliga artiklar. Vidare, en LTV-rapport med en mer utförlig beskrivning av mervärdesaktiviteter kopplade till lönsamhet och tillväxt, samt en vetenskaplig artikel med kvantifiering av mervärdesaktiviteter och eventuellt ytterligare en artikel inriktad mot branschanalys. Vidare planerades ett seminarium i samband med möte i Marknad och management-gruppen.

Projektet har levererat ett faktablad, BILAGA 1. Den planerade LTV-rapporten ersattes av Jordbruksverksrapporten, som också publicerats genom SLU Future Foods plattform, se länkar nedan. En vetenskaplig artikel har färdigställts och sänds in för publicering i tidskriften Sustainability, Se sammanfattning i BILAGA 2.

Resultatet föreslås bli presenterat vid ett sammanträde med Marknad och management-gruppen.

Ekonomisk redovisning

Som angavs ovan har beviljade 550 000 kr använts till lön för Vera Sadovska. En detaljerad redovisning av medelsanvändningen lämnas separat.



Lena Ekelund Axelson
Huvudhandledare för Vera Sadovska

PUBLIKATIONER

Sadovska, Vera; Mark-Herbert, Cecilia; Ferguson Richard; Ekelund Axelson, Lena (2019) *Marknadsföra MER(-)värden*, LTV-fakultetens faktablad 2019:9, Fakta från SLU Partnerskap Alnarp (BILAGA 1)

Fernqvist, Fredrik; Karlsson, Ove; Sadovska, Vera (2018) *Mervärde som konkurrensmedel - affärsmodeller och kompetenser för framgångsrika mervärdesstrategier*. Future Food Reports 2 samt Jordbruksverket

LÄNKAR:

https://pub.epsilon.slu.se/16019/1/fernqvist_f_et_al_190304.pdf

https://www2.jordbruksverket.se/download/18.1f0e7ed2163b4252432dcb85/1528122354844/ra18_23.pdf

Sadovska, Vera; Mark-Herbert, Cecilia; Ekelund Axelson, Lena (2019?)
Rethinking value creation in the agricultural sector. A conceptual analysis.
Submitted to Sustainability (Sammanfattning/Abstract BILAGA 2, hela artikeln på 24 sid. kan inte spridas före publicering)

