

Uthållig småskalig livsmedelsproduktion och marknadsföring i Sverige

Svensk sammanfattning av det tvärvetenskapliga forskningsprogrammet *Sustainable small-scale Food Production & Marketing in Sweden*

Introduktion

Det övergripande syftet med forskningsprogrammet är att utveckla förståelsen för småskalig livsmedelsproduktion i Sverige: Vilka är möjligheterna och utmaningarna för producenterna? Hur kan producenterna kommunicera med marknaden och vilka attityder och beteenden har konsumenterna när det gäller småskalig livsmedelsproduktion? Hur kan speciella kvaliteter dokumenteras och användas i marknadsföringen? Vilka starka respektive svaga sidor har den småskaliga produktionen med avseende på livsmedelshygien och säkerhet? Vilka är de tekniska och logistiska möjligheterna och hindren? Avsikten är att både fördjupa och bredda förståelsen för den småskaliga produktionens förutsättningar och utveckling. Avsikten är också att bättre förstå hur produkterna blir framgångsrika på marknaden och vilken betydelse den småskaliga produktionen har i förhållande till ekonomin, miljön och samhället i stort. Kunskaper som är användbara av både producenter och andra aktörer i livsmedelskedjan ska utvecklas.

Enstaka fristående projekt har hittills genomförts med fokus på olika frågeställningar inom småskalig livsmedelsproduktion, men ett väl integrerat tvärvetenskapligt forskningsprogram kommer att nå betydligt längre både i vetenskapligt perspektiv och när det gäller den praktiska tillämpningen av kunskaperna. I programmet behandlas olika frågeställningar utifrån en gemensam referensram vilket underlättar uppbyggnaden av såväl bred som djup kunskap inom hela problemområdet. I programmet deltar forskare som är experter inom olika områden såsom entreprenörskap, marknadsutveckling, livsmedelssäkerhet, livsmedelskvalitet, teknik och logistik. De djuplodande och specifika forskningsprojekten belyser noggrant utvalda delar av de övergripande problemställningarna i programmet och ger en välgrundad förståelse för den småskaliga produktionens roll och utvecklingspotential i såväl producentledet som i livsmedelskedjan och samhället i stort.

Problemställning

En utvecklad industrisektor karaktäriseras av både stora och små företag. De stora företagen utnyttjar skalfördelarna och erbjuder marknaden stora kvantiteter till ett lågt pris. De små företagen utvecklar nya möjligheter och öppnar dörren för nya produkter och marknader. Samtidigt kan den marknad som främjar utvecklingen av storskalig produktion också hindra utvecklingen hos de små företagen. I Sverige dominerar marknaden av produkter som producerats i stor skala till låga kostnader. De storskaliga och standardiserade produkterna med lågt pris utestänger till stor del små företag som inte kan producera till samma låga pris och på samma standardiserade sätt. Även handelsledet bygger på storskalighet och skalfördelar där små producenter har mycket svårt att hävda sig. Tre starka handelskejsor med stor makt dominerar den svenska matmarknaden och några lågpriskedjor hör också till bilden. Det finns ett

visst intresse i handeln för småskalig mat, men mycket arbete återstår innan dessa produkter når konsumenterna i någon högre grad via dessa kanaler.

Det finns dock möjligheter även för små företag att överleva och utvecklas. En möjlighet är att producera nischprodukter med speciella kvaliteter som appellerar vissa grupper av konsumenter. Med ett mervärde i produkterna kan varorna betinga ett högre pris på marknaden. Ibland kan denna produktion utvecklas från en nischproduktion med en begränsad marknad till en mer storskalig produktion med en större avsättning. Nischprodukterna möter konsumenter som utvecklar sin smak och sin kvalitetsmedvetenhet vilket kan ge möjligheter till en uthållig och lönsam produktion med betydelse också för sysselsättningen och landsbygdens fortlevnad i allmänhet.

Hindren för små företag att utvecklas och nå nya marknader utgör startpunkten för detta forskningsprogram. En större förståelse för de bakomliggande faktorerna kan bidra till att de små företagen tar bättre beslut, får ett bättre affärsklimat och blir delaktiga på en mer flexibel marknad. I detta program har vi delat upp hindren i fyra generella problemområden: 1) nödvändiga resurser för affärsutveckling; 2) identifiera och kommunicera nya kvaliteter och värden för konsumenten; 3) livsmedelskvalitet och livsmedelssäkerhet; 4) tekniska problem med avseende på småskalig produktion och distribution.

Företagsutveckling

Inom det första problemområdet behandlas frågor om entreprenörskap med fokus på bl.a. utveckling av nya företag, företagsutveckling och förnyelse, tillväxt och överlevnad hos företagen. Entreprenörerna i detta program kan delas in i två grupper, dels småföretag med specialiserade livsmedelsprodukter, dels lantbruksföretag som förädlar och marknadsför sina produkter. En pilotstudie har redan visat att företagen använder många olika strategier för att nå ut på marknaden. Ett syfte med forskningsprojektet är att förstå de underliggande faktorerna som avgör om strategierna är framgångsrika eller inte.

Marknadsutveckling

Vilka kvaliteter värdesätter konsumenten som t.ex. smak, näringsinnehåll, färskhet, säkerhet, ursprung och pris? Och hur kommunicerar man dessa värden? Olika konsumentgrupper värdesätter produkterna på olika sätt, vilket också gäller krögare och uppköpare av livsmedel till offentliga institutioner. Att identifiera olika konsumenters preferenser är också ett syfte med forskningen inom detta problemområde samt att bättre förstå kopplingen mellan konsumenternas attityder och beteende.

Livsmedelskvalitet och säkerhet

Inom det tredje problemområdet står frågor om de småskaliga livsmedlens speciella kvalitetsegenskaper i fokus. Småskaliga livsmedel förknippas ofta med färskhet och fräschhet. Finns det också specifika nutritionella och sensoriska värden som kan knytas till just den småskaliga produktionen? Det är mycket viktigt att även de småskaliga produkterna är säkra och har stabila kvalitetsegenskaper. Hur påverkas livsmedelssäkerheten och hygien av förhållandena i små anläggningar? Och hur kan det småskaliga systemet hantera och vidmakthålla unika kvaliteter hos råvarorna?

Teknik och logistik

Det fjärde området fokuserar på teknik som underlättar för en hållbar och flexibel småskalig livsmedelsproduktion. Det behövs utveckling av småskalig teknik både när det gäller processer och förpackning. Likaså behöver såväl tekniken som logistiken i distributionen utvecklas för att passa den småskaliga produktionen. En viktig frågeställning är hur de småskaliga systemen kan länkas samman med de storskaliga distributionssystemen. Inom programmet kommer olika scenarier för den småskaliga livsmedelskedjan att växa fram och analyseras ur en rad olika perspektiv bl.a. när det gäller teknik och miljö.

Programmets utformning

För att nå både de vetenskapliga och tillämpade målen med programmet är det uppbyggt av de fyra delområdena presenterade ovan. Dessutom finns ett femte delområde som benämns ”synteser och kommunikation”.

Programmet kommer att ledas av programgruppen som består av ledaren för programmet, kommunikationsansvarig samt de fyra delområdesansvariga. Programgruppen ansvarar för att programmets mål uppnås, att interaktiviteten inom och utom programmet är hög och att balansen mellan de olika områdena upprätthålls.

De fyra programområdena kommer att samla empiriska data för analyser, producera nya vetenskapliga rön och bidra med praktiskt tillämpbar information. De nya vetenskapliga rönen kommer att analyseras tillsammans med andra vetenskapliga rön och syntetiseras i rapporter inom det femte delområdet för synteser och kommunikation.

Strategin i programmet är att successivt bygga upp och finansiera programmet upp till ca tio forskningsprojekt. Tidsplanen sträcker sig över fem år. Syntesprojekten kommer till största delen att äga rum under programmets senare del medan övriga kommunikationsaktiviteter startar så fort finansiering finns. Det handlar bl.a. om en hemsida för programmet, en årsrapport och en årlig konferens samt workshops.

Av nedanstående tabell framgår hur programmet är uppbyggt och dess huvudsakliga innehåll.

Tabell 1. *Struktur för forskningsprogrammet "Uthållig småskalig livsmedelsproduktion och marknadsföring i Sverige"*

Delområde	Centrala forskningsfrågor
Företagsutveckling	<ul style="list-style-type: none"> • Hinder och möjligheter för kommersiell framgång för småskaliga produkter • Småskaliga producenters användning av olika marknadskanaler och dess betydelse för affärsutvecklingen • Småskaliga producenters strategier för att säkra de resurser som behövs för affärsutveckling
Marknadsutveckling	<ul style="list-style-type: none"> • Butikernas drivkrafter och utvecklingsstrategier, och hur de påverkar producenter och konsumenter • Samspel mellan livsmedel, restaurangbransch och turism då syftet är att erbjuda konsumenter produkter med mervärden. • Möjligheter och utmaningar när det gäller användningen av Internet vid marknadsföring, försäljning och distribution • Marknadsföring och märkning av mat med specifika kvaliteter och som bärare av unika upplevelser • Tradition och ursprung i samspel för att förstärka upplevelsen av småskaliga livsmedelsprodukter
Livsmedelskvalitet och säkerhet	<ul style="list-style-type: none"> • Identifiering av teknologisk, sensorisk och nutritionell livsmedelskvalitet • Identifiering av säkerhetsaspekter avseende livsmedel producerade och processade i småskaliga system
Teknik och logistik	<ul style="list-style-type: none"> • Principiell design av förädlings- och förpackningsutrustning för små- och medelstora livsmedelsföretag • Design av effektiva och flexibla logistiksystem för olika typer av småskaliga livsmedelsprodukter • Utveckling av verktyg för mätning och kontroll av uthålligheten i småskaliga produktionssystem
Kommunikation	
Tvårvetenskapliga synteser, workshops	<ol style="list-style-type: none"> 1. Institutionella och juridiska hinder 2. Betydelse för sysselsättningen 3. Den småskaliga livsmedelsproduktionens roll i landsbygdsutvecklingen 4. Livsmedelskvalitet och livsmedelssäkerhet 5. Småskalig teknik 6. Komparativ analys av de småskaliga livsmedelssystemens energiförbrukning 7. Vilka för- och nackdelar inrymmer de småskaliga livsmedelssystemen i ett kretsloppsperspektiv? 8. Kan specifika effekter förväntas på landskap och biodiversitet?
Associerade projekt	<ol style="list-style-type: none"> 1. Provins – småskalig livsmedelsproduktion i dagligvaruhandeln, Håkan Björklund, Livsmedelsföretagen, Li 2. Entreprenörskap på landsbygden, Johan Wiklund, Högskolan i Jönköping
Konferens	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nationellt symposium 2007

Kommunikation

Syntes- och kommunikationsdelen i programmet tjänar till att stimulera integrationen i projektet mellan forskarna men också med forskare som inte ingår i programmet. En hemsida för programmet och ett årligt symposium är verktyg för att stärka den interna och externa integrationen mellan forskare. Dessutom stödjer kommunikationsaktiviteterna programmets utbyte med olika intressenter och aktörer i hela livsmedelssystemet. Forskningsresultaten kommer att diskuteras kontinuerligt under programmets genomförande med olika aktörer och på så sätt kommer aktörernas erfarenheter och problembilder att integreras i den pågående forskningen. Utbytet mellan forskare och praktiker kommer till stor del att ske inom de olika forskningsprojekten men också inledningsvis bl.a. genom workshops där ett utbyte mellan forskarnas och praktikernas erfarenheter och kunskaper fokuseras. I slutet av programmet kommer dessa aktiviteter mer att ha karaktären av kompetensutveckling för de olika målgrupperna.

De målgrupper som identifierats som centrala för programmet är de småskaliga landsbygdsbaserade producenterna, den småskaliga livsmedelsindustrin, handel, restauranger och storhushåll samt politiker.

Till stöd för att utveckla en effektiv extern kommunikation kommer en referensgrupp att bildas bestående av representanter från hela värdekedjan, från jord till bord. Gruppen kommer att mötas flera gånger per år och bl.a. diskutera sina forskningsbehov, forskningsprojektens innehåll samt innehållet i de olika kommunikationsaktiviteterna, bl.a. workshops.

Programgruppen och budget

Programmet leds av professor Rune Andersson vid institutionen för livsmedelsvetenskap, SLU i Uppsala. Professor Christer Olofsson, institutionen för ekonomi, SLU leder området affärsutveckling, professor Magnus Lagnevik, institutionen för företagsekonomi, Lunds universitet leder området marknadsutveckling, docent Afaf Kamal-Eldin, institutionen för livsmedelsvetenskap, SLU leder livsmedelskvalitet och säkerhet och vice vd Thomas Ohlsson, SIK i Göteborg leder området teknik och logistik. Statskonsulent Ingela Hallberg, LivsmedelsSverige vid institutionen för livsmedelsvetenskap, SLU leder området för synteser och kommunikation. Univ.lektor Lena Ekelund, institutionen för växtvetenskap, SLU Alnarp och forskare Richard Ferguson, institutionen för ekonomi, SLU Uppsala är biträdande ledare för områdena marknadsutveckling respektive affärsutveckling.

Table 2 *Anticipated financing needs, 2007-2011, kkr.*

	Coefficient	2007	2008 -2011	Total
Research projects				
- Doctoral projects	Each project 500/year over four years	2 000 (four projects in total)	6 000	8 000
- Senior projects	Each project 800/year over three years	1 600 (two projects started)	12 800 (six projects in total)	14 400
Synthesis projects	Each 200/year over two years	400 (two projects started)	1 600 (six projects in total)	2 000
Program management	General manager 20%	220	880	1 100
	Assistant manager 40%	350	1 400	1 750
	Economy admin. 20%	70	280	350
	Sub-program managers 10%	330	1 320	1 650
	Web-site	100	120	220
	Conferences, workshops, seminars, & reports	150	1 600	1 750
TOTAL		5 220	26 000	31 220
Mean per year			6 500	

Sammanfattningsvis kan man säga att programmet har en progressiv design som stödjer ett optimalt utnyttjande av forskningen, finansiering från olika källor och en stor interaktivitet med aktörer i hela samhället.

Kontakt information:

Professor Rune Andersson, programchef

SLU, Inst. för livsmedelsvetenskap

018 673101

<rune.andersson@lmv.slu.se>