

Populärvetenskaplig resultatsammanfattning för projekt finansierat av Ekhagastiftelsen

Populärvetenskaplig resultatsammanfattning ska lämnas inom 3 månader efter projektslut.

Diarienummer:	2006-54
Projekttitel:	Framgångsfaktorer för produktion och förädling av ekologiska livsmedel i lokalt anpassad skala
Anslagsmottagare:	Agroax ek för
Projektledare/Kontaktperson:	Hans Naess
Projektstart:	2006-09-26
Projektslut:	2008-12-04
Totalt av Ekhagastiftelsen beviljade medel: 500.000 Kr	

Resultatsammanfattning: (max 900 ord)

Bakgrund

Konsekvenser av livsmedelssektorns industrialisering visar sig allt tydligare. Maten blir allt billigare och i det avseendet kan utvecklingen ses som en framgång. Andra konsekvenser är försämrad folkhälsa, avfolkning av landsbygden, negativa miljöeffekter och ökad sårbarhet. Utvecklingen går snabbt mot större och större enheter på samtliga plan.

En motreaktion mot den rådande utvecklingen har börjat växa sig allt starkare och kan idag betecknas som en ny trend där smak, hälsa, ursprung och ekologiskt är några ledord.

I vårt samhälle finns dock grundläggande svårigheter att bedriva småskalig, lokalanpassad produktion och förädling av livsmedel. Regler, infrastruktur, transporter etc. anpassas till industrins villkor. Denna anpassning har varit dominerande och ytterst få andra utvecklingsvägar har utvecklats parallellt. Den kollektiva erfarenheten i Sverige präglas därför av ett storskaligt industriellt tänkande. Den gängse rådgivningen utgår helt från att småskalighet är ett svaghetstillstånd som man måste växa från. Det saknas unika strategier eller en "egen" logik för utveckling av småskalig hantverksmässig verksamhet.

Vid en internationell utblick är Sverige avvikande i den meningen att antalet småskaliga verksamheter inom livsmedelssektorn är få. I många av Europas övriga länder har produktion i liten skala kunnat utvecklas parallellt med en industriell livsmedelsektor. Österrike har 150 gånger fler småskaliga slakterier och Frankrike mer än tio gånger fler ysterier än Sverige, i båda fallen räknat per capita.

Det finns i Sverige människor som bedriver verksamhet i en mer lokalt anpassad skala. De har av övertygelse valt sin egen väg trots påtagliga svårigheter. Dessa människor har samlat på sig viktiga kunskaper och erfarenheter som behövs för att stärka den lokala och naturliga matens position.

Syfte

Syftet med projektet är att identifiera strategier och strukturer som är gemensamma för framgångsrika lokalt anpassade företag inom råvaruproduktion och förädling. Det övergripande målet är att öka den lokala, ekologiska och långsiktigt uthålliga livsmedelsförsörjningen.

Teori

Då projektet inleddes var hypotesen att flertalet småskaliga företag gör strategiska val inom fyra strategiområden kallade: sociala strategier, marknadsstrategier, produktstrategier och strategier för uthållighet. Hypotesen var att man bland dessa strategier kan finna ett mönster som särskiljer och utmärker framgångsrika småskaliga företag inom ekologisk livsmedelsproduktion och förädling.

Metod

Under vintern 2006/2007 genomfördes en intervjuundersökning med fjorton företagare som driver småskalig verksamhet inom ekologisk livsmedelsproduktion och förädling. Största praktiskt möjliga spridning gällande verksamhetsinriktning, geografisk placering, företagsstorlek och verksamhetstid eftersträvades i urvalet.

Med utgångspunkt från en intervjuplan genomfördes samtalsliknande intervjuer inom givna frågeområden som motsvarade hypotesens strategiområden. Intervjuerna dokumenterades med ljudupptagning och/eller anteckningar. Efter intervjun presenterades en enkät om 15 frågor med svarsalternativ i form av en självskattningsskala. Frågorna var allmänt hållna påståenden inom de områden som intervjun täckte.

Det insamlade intervjumaterialet avlyssnades och samtliga utsagor som beskrev ett val eller en strategi identifierades och sorterades in i en databas. Med utgångspunkt från hypotesen sorterades utsagorna upp i fyra strategiområden samt i en femte grupp med utsagor som inte gick att placera i något av de fyra strategiområdena.

I februari 2007 bjöds samtliga respondenter in till ett utvärderingsmöte under två dagar. De preliminära resultaten från undersökningen presenterades och diskuterades.

En fördjupad analys av utsagorna i databasen och erfarenheterna från utvärderingsmötet gav en mer högupplöst bild av respondenternas utsagor. Varje strategiområde delades upp i ytterligare två nivåer - strategier och inriktningar. Den slutgiltiga fördelningen i databasen sammanfattades och de framkomna strategierna inom respektive strategiområde samt inriktningarna exemplifierades med citat.

Huvudresultat

Analysarbete av utsagorna och enkäten samt den gemensamma utvärderingen tillsammans med respondenterna bekräftade i stora drag den ursprungliga hypotesens fyra strategiområden. Två nya strategiområden diskuterades: ekonomiska strategier och strategier för regelanpassning. Ett resultat av analysarbetet var att strategiområdet ekonomiska strategier infördes.

Konklusion

Projektets hypotes har till stor del blivit bekräftad men inom det ekonomiska har hypotesen kompletterats. I detta sammanhang avses den monetära ekonomin och inte hushållning i största allmänhet. Det är tydligt att ekonomiska frågor inte har den vikt som så ofta framförs när företagande avhandlas, och då i synnerhet inte som en grundläggande drivkraft. Av analysen framgår att ekonomin av dessa företagare ses som medel för att nå viktigare mål som t.ex. skicklighet, rimlig arbetsbörda eller frihet.

De sociala frågorna ser ut att vara av avgörande betydelse för framgång. Det gäller t.ex. kunskap om samverkans metodik, konflikthantering eller att behärska dynamiken i mänskliga

relationer. En aspekt på det sociala är att delta och utveckla nätverk. Alla medverkar i en rad nätverk, men flera saknar kollegor som är aktiva i samma "skrå".

Hantverket skiljer dessa företag från de industriella. Det är en skillnad som på ett påtagligt sätt stakar ut gränser för företagets utvecklingsdynamik. Det finns en vilja från flera företag att expandera, men inte på bekostnad av försämrade produktkvalitet och minskad kontroll. Man bejakar småskaligheten som en konsekvens av kvalitetsmålen men inte som ett mål i sig.

I det företagande vi undersöker är människan, företagaren, en oersättlig del av verksamheten och därmed blir de upplevda behoven och egna värderingarna viktiga och styrande. Det gör att ekologisk uthållighet ofta ligger till grund för de beslut som fattas i verksamheten, även när det kortsiktigt kan ses som en uppoffring.

Rådgivningen till lokala småskaliga företagare ser ut att behöva förnyas. Till stora delar verkar den inte vara relevant för de företagare som varit med i denna studie. Det behövs mer fokus på sociala frågor, mer fördjupningskurser i hantverk, utvecklad syn på marknadsföring och inte minst flexibla finansieringsmöjligheter. Det måste vara en viktig uppgift för nationella aktörer, då det fortfarande är relativt glest med mathantverkare i landet.