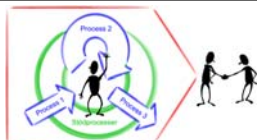




Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Forskning inom företagsledning

Lena Ekelund, Peter Lundqvist, Mattias Nordqvist, Erik Hunter



Företagsledning

koordinera och omvandla resurser,
skapa värde för kunden och nå lönsamhet

Operativt och strategiskt perspektiv

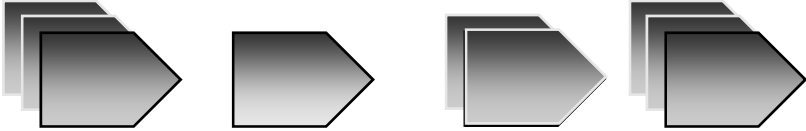
- Personalledning och arbetsmiljö
- Entreprenörskap och ägarskiften
- Mervärde och varumärkesstrategi
- Innovation och lärande
- Effektivare processer
- Finansiellt flöde



Presentation

- Trädgårdsföretagen & marknaden Lena E
- Arbetsvetenskaplig forskning Peter L
- Entreprenörskap, strategisk ledning och ägarskiften Mattias N
- Mervärde och innovation Erik H
- Strategi för framtiden...

Värdekedjan frukt och grönt Överensstämmelse?



Producent Grossist Butik Konsument

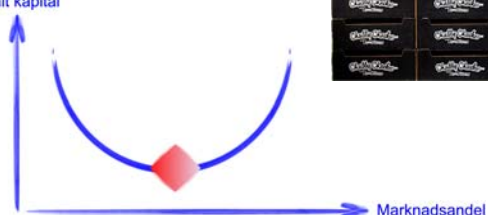
Differentiering eller kostnadsledarskap



"Fast i mitten"



Avkastning på totalt kapital



11



Lärdomar från trädgårdsmarknaden

- Dagligvaruhandeln har övertaget och kan "spela ut olika leverantörer mot varandra"
- De företag som möter konsumentens krav har större chans på marknaden.
- Tillväxt Trädgård:
 - brist på produktutveckling och innovation
- Varumärken – inte bara ICA?



Mat är inte bara födoämnen

- Ekologisk mat som en livsstil och strategi för psykisk hälsa hos unga
- Värdekedjan för potatis: Konsumenten söker bekvämare måltidslösningar
- Tillit och färskhet allt viktigare kvalitetskriterier

Forskning i butik

- Klimatmärkt livsmedelsbutik:
 - komplicerade budskap
 - mer grönsaker och bättre kött
 - ekologiskt säger allt?
- Ny tomatstudie:
 - nu har konsumentkraven nått handlarna





Forskning om trädgårdsföretagen

- Osäkerhet om priser tvingade fram metoder för företagsledning
Företagsledarens betydelse för resultatet i företaget (Carlsson, 1972)
- Enkla metoder - som används, vidareutvecklat i en Kalkyllåda
- Datainsamling, tidsregistrering
- Miljöstyrning, koll på läget LEAN
- Arbetstiden, lärandet

Personalledning och arbetsmiljö



Problem

- Bristande kompetens om personalledning & arbetsmiljöfrågor
- Attraktiviteten, företagandet & jobben
- Arbetskraftsförsörjningen
- Personskador, stress & hälsoproblem
- Företagande, familj & livskvalité

Olycksfallen – en lednings- & attitydfråga!



Varje vecka dör någon på jobbet i Sverige!

15/6 2011: 8 av 23 (35%) dödsfall...drabbade lantbruket!

2013 = 0 dödsfall ☺ ...men vad händer framöver?.....

I en färsk intervju i Sydsvenskan (21/2) fick VD:n för SKANSKA Sverige Pierre Olofsson frågan:

”Vilken är den viktigaste frågan för Skanska Sverige i år?”

- **Säkerheten för de anställda!**
- **Nästan varje dag skadar sig någon på våra arbetsplatser.**
- **Det är fullständigt oacceptabelt!**

Har ni hört någon företagare eller företrädare för svenskt lantbruk uttala sig på motsvarande sätt ?

Personalfrågor & Arbetsmiljöledning – naturlig del av företagsledningen

**Svenskt Sigill ska certifiera
arbetskraften**

Uppdraget kommer från frukt- & gröntbranschen som är helt beroende av utländska säsongarbetare.

**Med dåliga arbetsförhållanden
faller en oöskad skugga över
produkterna.**

(ATL, 20/3-15)

**En viktig del av företagsledningens
uppgift är att leda arbetsmiljö-
arbetet och genomföra åtgärder för
att utveckla arbetsmiljön och
förebygga skador och ohälsa**

Enligt arbetsmiljölagen ska det på varje arbetsplats bedrivas systematiskt arbetsmiljöarbete och detta arbete ska vara en naturlig del av verksamheten.

**Ansaret omfattar alla verksamma
inklusive företagaren.**

**KCF har en unik möjlighet att påverka synen på företagsledning och
attityden till personalledning och arbetsmiljöfrågor inom sektorn**

Professionellt företagande, familj & livskvalité - en utmaning för unga företagare



Forskning om personal- & arbetsmiljöfrågor

Exempel:

- Utländsk arbetskraft i svenskt lantbruk
- Faktorer som påverkar lantbrukares arbete med skadeprevention
- Lantbrukarperspektiv på "Säkert Bondförnuft"
- Kvinna och arbetsledare inom den gröna sektorn
- Lantbrukares psykosociala arbetsmiljö, mentala hälsa och stress
- Hållbar arbetskraft på friland - ergonomiska rekommendationer
- Risker och olyckstillbud med barn och ungdomar i lantbruket
- Åldrandets betydelse för risker, skador och ohälsa i lantbruket



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences


Mervärde eller merkostnad: Some reflections on the challenges and opportunities in Swedish agriculture

Erik Hunter, Universitetslektor
Department of AEM




Challenges for the Swedish agricultural sector

- Low bargaining power (circa 90% of food sold by 4 largest actors)
- Rising costs absorbed by the farmers
- Increasing competition from imports (e.g., Uruguay, Ireland, Germany and even USA in beef sector)
- Relatively poor at exporting
- Ageing population- over 60% of farms owned and operated by 60+
- Productivity decreasing relative to other countries
- Low and slow innovation cycles
- Tradition of strong capital infrastructure investment, but low investments on market side
- Anonymity



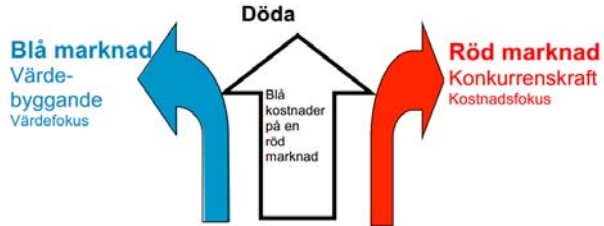
Consequences

- Many Swedish producers are "stuck in the middle"
 - Cost structures that make competing at the low priced segment difficult
 - Inability to produce products that realize attempts to add-value, hence difficulty to compete in the high end market



Value added Blue Ocean style

- Mostly focuses on the "Blue Ocean"
- Build value through communicating better and new sales channels
 - Origin, production methods, taste
 - Farm stores, direct to consumer



Döda

Blå kostnader på en röd marknad

Blå marknad
Värdebyggande
Värdetfokus

Röd marknad
Konkurrenskraft
Kostnadsfokus

<http://lrfse.preview.lrf.se/PageFiles/62490/Slutrapport-underlag-till-livsmedelsstrategin.pdf>

Implementation of a Blue Ocean strategy and challenges

- High end Swedish producers are doubling down on emphasizing local, method of production, using KRAV and Swedish labels and emphasizing taste through words like "mörad"
 - Competition is heating up at the *brand preference level* for Swedish producers even in the high end
 - The future will trend towards competition at brand relevance level e.g., standard, organic, and local milk

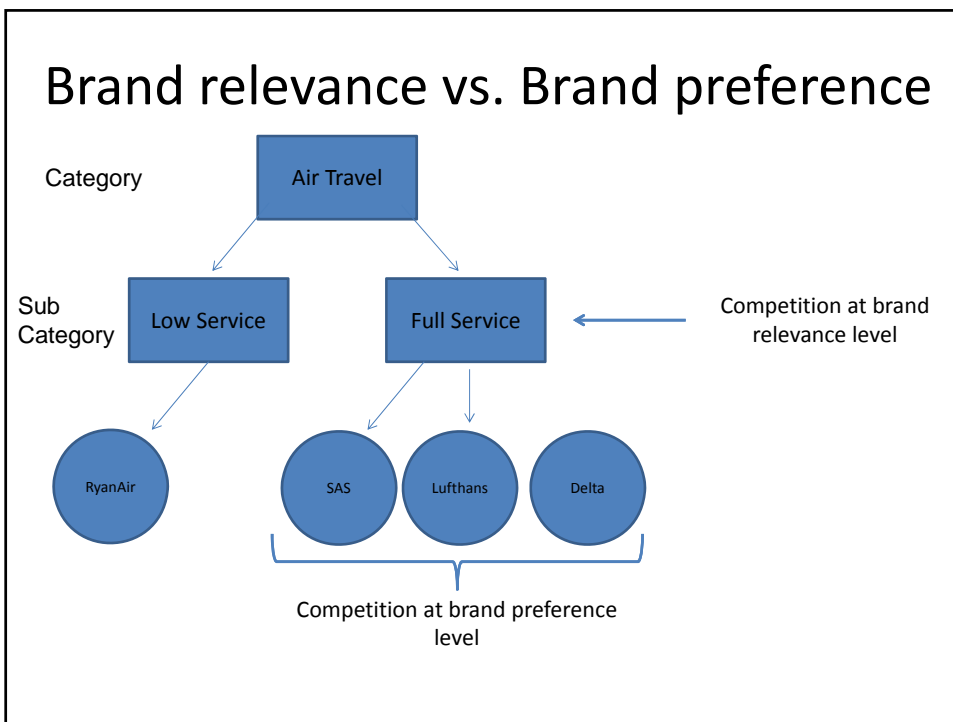


Competition on the brand preference level IS A PROBLEM!

- In many categories, Swedish producers incur even higher costs competing with each other rather than imports
 - E.g., Most Swedish, most local, most animal friendly, most tasty
 - There are many forces that work against this, including the concentration of supermarkets and consumers that demand cheap
- People that prioritize swedish will not buy import anyway
- Animal welfare is already mandated by law
- Gains made by one Swedish producer is balanced by the losses experienced by another—i.e., a zero sum game
- What is needed is competition on the brand relevance level, something that Americans do well...

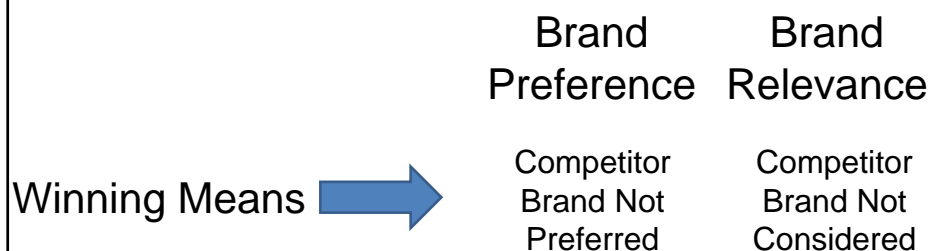


Brand relevance vs. Brand preference





Winning with Brand Relevance



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Strategi för framtiden Viktiga forskningsfrågor

Vårt uppdrag förutsätter forskning om
företagande och om
kunskapsöverföring

Tillämpning

Doktorander