

Hur pass nöjda är Arlas medlemmar?

Det är inte ovanligt att medlemmar är kritiska mot sina lantbrukskooperativa föreningar. Detta gäller särskilt när bönderna är beroende av en förening. När föreningen är viktig för medlemmarna, måste de kräva att den går bra. Annars hotas ju böndernas verksamheter hemma på gården.

Därför finns en tendens till att mejerikooperation hamnar extra mycket i skottgluggen. Mjölkbönder har ju svårt att hitta någon annan köpare av mjölken än just deras existerande mejeriföretag. Mot den bakgrunden är det intressant att Arlas medlemmar är relativt nöjda med sin förening.

INTRESSANT STUDIE

Det framgår av ett examensarbete, som Susanna Olsson skrivit vid ekonomiinstitutionen i Ultuna. (Studien går att läsa på <http://stud.epsilon.slu.se/4483/>). Projektet genomfördes under våren 2012. Sedan dess har det ju hänt en hel del i Arla, men studien är i alla fall intressant. Den är gjord genom att frågeformulär har besvarats av 454 medlemmar i en webbenkät. Författaren undersöker hur pass nöjda olika kategorier av Arla-medlemmar är och vad graden av nöjdhet kan hänga ihop med. På basis av rapporten kan kanske Arla förbättra relationen till sin medlemskår.

Arla har under flera år haft en kraftig tillväxt. Denna kan tänkas påverka medlemmarnas syn på föreningen, men resultaten tyder inte på några negativa konsekvenser. Arla-bönderna är relativt nöjda och har förtroende för Arla. Det är dock endast ett fåtal medlemmar, som säger sig vara väldigt nöjda. Det som i första hand påverkar är avräkningspriset samt medlemsinformationen. Förtroendevalda är den medlemskategori som har skiljande åsikter – naturligtvis mera positiva.

DELAKTIG OCH VÄLINFORMERAD

Tidigare studier av kooperativa föreningar, visar att medlemmar vill känna sig delaktiga och välinformerade. Då får de förtroende till föreningen och blir mer engagerade. Detta stämmer även i Arlas fall. Medlemmar som är nöjda och har förtroende för föreningen, är överlag mer positiva och har större engagemang. De anser sig kunna påverka föreningen och de säger att Arlas medlemsinformation är bra.

Det finns anmärkningsvärt små skillnader vad gäller nöjdhet i olika kretsar. Likaså mellan medlemmar med olika leveransvolymer och i olika åldrar. De som har passerat 60 år är något mindre nöjda och är mindre villiga att satsa kapital i föreningen. Yngre medlemmarna är mer positiva till Arlas tillväxt, men

skillnaden är liten. Avräkningspriset är föga förvånande viktigt, i synnerhet för mjölkbönder med stora volymer. Ekologiska producenter anser att avräkningspriset är mindre viktigt än andra grupper.

LIKHETER OCH SKILLNADER

Trots att Arlas medlemskår är heterogen och förutsättningarna är olika beroende på var i landet medlemmarna bor, är medlemmarna i olika delar av Arlas område varken mer eller mindre nöjda. Även engagemanget är relativt likartat. De mjölkbönder som kom in i Arla efter fusionen med Milko är synnerligen intressanta, men det är svårt att utläsa något speciellt av deras svar. Deras åsikter och engagemang skiljer sig inte från någon annan region.

Det finns vissa skillnader mellan medlemmar som anser sig vara nöjda med Arla och de som inte är det. De nöjda anser att Arla betalar ett högre avräkningspris än andra svenska mejeriföretag. De säger sig ha möjlighet att påverka föreningen. De upplever närhet till styrelse och ledning och de är betydligt mer aktiva, än de mindre nöjda medlemmarna. Detta bland annat genom att de själva söker upp information från föreningen. De allra mest nöjda kontaktar ibland de förtroendevalda.

HÖJA ENGAGEMANGSNIVÅN

Det är dock ingen större skillnad mellan de olika medlemskategorierna, vad gäller hur mycket man läser informationen från Arla. Ägarbladet är den klart mest omtyckta informationskanalen och den kanal som flest använder. Den information som medlemmarna brukar minst är årsredovisningen. Ju mer medlemmen engagerar sig i Arla, desto nöjdare är hon eller han.

För att föreningen ska få nöjda medlemmar bör den framför allt försöka höja engagemangsnivån. Medlemmarna bör förmås att läsa informationen och delta i föreningens aktiviteter. Visserligen är avräkningspriset det mest avgörande för Arlamedlemmarnas nöjdhet, men föreningen kan ju inte betala ett högre pris än vad marknaderna betalar till Arla.

*Jerker Nilsson, Institutionen
för ekonomi, SLU Uppsala*

