

Skomakare blir vid din läst!

En insändare i en konkurrenttidning säger att de fyra största kedjorna inom dagligvaruhandeln bär ansvaret för att den svenska grisnäringen håller på att slaktas (www.lantbruk.com/debatt/fientlig-livsmedelshandel-dodar-svensk-grisnaring). Det säljs ju importerat kött i de butiker som hör till kedjorna, både kött som är producerat i enlighet med andra länders lagstiftning och sådant som har producerats i strid med EU:s regelverk. Debattören tycker att butikskedjorna ska enas om att endast sälja svenskproducerat kött.

STÄLLFÖRETRÄDANDE KONSUMENTER

Då tänker han inte på att sortimentsbesluten ligger hos hundratals butikägare och butikschefer, samt att import sker av många grossister och livsmedelsindustrier. En så stor importbegränsande kartell lär inte kunna organiseras, oavsett om den hade varit laglig. Handeln rymmer många självständiga företag, som butikskedjornas ledningar inte har makt över. Butikerna är i konkurrens med varandra, till och med inom en och samma kedja. Vart och ett av företagen fattar sortimentsbeslut utifrån de produktval som konsumenterna gör i butiker och i serveringar. Det sägs ofta att butikerna är "ställföreträdande konsumenter".

I intervjuundersökningar uppger svenska konsumenter att de är positiva till svenskproducerade livsmedel. Samtidigt vet konsumenterna inte vad som skiljer produktionsmetoderna i olika länder. Vare sig handeln eller någon annan som arbetar med importerade produkter har intresse av informera om uppfödningmetoder, utfodring, skötsel och allt möjligt annat. När konsumenter står vid butikshyllan, är det därför ofta priset som faller avgörandet. Sett ur konsumentens eget perspektiv är det rationellt.

FÖRETAGENS SOCIALA ANSVAR

Insändaren hävdar att dagligvarukedjorna bryter mot något som heter Corporate Social Responsibility, CSR. Idén bygger på att företag tar på sig samhällligt ansvar, till och med utöver vad lagregler kräver. Emellertid är CSR inte ett överordnat mål för något företag. I en konkurrensutsatt ekonomi är företagets samhällsansvar underordnat företagets ansvar gentemot deras ägare och ägarna har krav på lönsamhet. CSR är istället ett redskap som företagen använder i den utsträckning som konsumenter och andra intressenter värdesätter samhällliga insatser.

Konsumenternas agerande påverkas starkt av massmedia, men det tycks inte räcka ens med saftiga skandaler. Konsumenterna har snart glömt igen. Kanske skulle det hjälpa med löpande kommunikation från de svenska branschaktörernas sida – eller från myndigheter, vetenskapvärlden och intresseorganisationerna.

VIKTIGA SIGNALER

Ansvaret för den krisande grisbranschen kan inte läggas på handeln och inte heller på andra företag. Vare sig köttindustrin som köper importerade råvaror, grisuppfödarna, utländska köttproducenter, utländska företag någon annanstans i förädlingskedjan, importörer och grossister. Alla dessa agerar utifrån de signaler de får från sin omvärld, framför allt konsumenterna. Så fungerar en marknadsekonomi.

I sin roll som konsumenter ger medborgare alltså signaler till näringslivet att priserna och därmed kostnadsläget ska vara lägsta möjliga. I sin roll som väljare ger samma medborgare signaler till politikerna om att det svenska lantbruket ska ha högre kostnader än vad konkurrentländerna har. Ansvaret för griskrisen ligger alltså hos medborgarna i deras olika roller. Det finns dock en aktör som har i uppgift att ta samhällsansvar och det är den politiska ledningen. Svenska politiker måste antingen se till att grisföretagarnas kostnader sjunker eller kompensera dem för deras extrahöga produktionskostnader.

LÖNSAMT FUSK

Naturligtvis är det oacceptabelt att det inom EU finns producenter som struntar i unionens regelverk för djurvälstånd. Det är dock föga förvånande så länge varken de nationella myndigheterna eller EU centralt vidtar starka åtgärder. Även om myndigheterna skulle ta i med hårdhandskarna, skulle det finnas kvar fusk så länge sådant är lönsamt. Spårbarhet skulle hjälpa, men inte till hundra procent. För vissa länders regeringar är det också medvetet att man accepterar den obehagliga produktionen, eftersom ländernas ekonomi vinner på det.

Även om den köttproduktion som sker i strid med EU:s regelverk skulle upphöra, kommer det inte att bli helsvenskt i butikernas köttdiskar. Den utländska produktion som sker i överensstämmelse med både unionens och de olika ländernas regler, slipper de svenska reglerna för djuruppfödning. Denna produktion är fullt laglig och dessa produkter kan inte utestängas från svenska butiker.

Ja, tänk så galet det kan bli när skomakaren inte vill hålla sig vid sin läst.

Jerker Nilsson, Institutionen för ekonomi, SLU Uppsala

