

Tomatföretagare och gurkföretagare på en växande marknad

Lena Ekelund, Gunnel Larsson

I projektet med titeln *Pris- och företagsstudie om växthusgrönsaker* har tjugo företagare intervjuats om sin syn på företagandet, branschen och framtiden. Intervjuerna utfördes i maj 2009 av hortonom Lisa Rydenheim. Övergripande mål har varit att skapa underlag för och inleda en kreativ diskussion om växthusgrönsakernas konkurrenskraft och tillväxtpotentialen hos svenska tomat- och gurkföretag. Studien innefattar också en beskrivning av bransch och marknad. En utförligare redovisning ges i LTJ-fakultetens rapportserie.

Marknaden

Grönsakskonsumtionen ökar stadigt. Svensken äter i genomsnitt nästan 55 kg färska grönsaker och rotfrukter per år. Tomaten är med sina 10 kg populärast och den produkt som har ökat mest. Trots det ligger Sverige fortfarande under konsumtionssnittet i EU på 12 kg tomater per person och år (Eurostat, 2008). Diagram 1 visar konsumtionsutvecklingen 1994 till 2007.

Enligt en undersökning genomförd av Gfk (2008) på uppdrag av GRO gällande svenskarnas grönsaksvanor angav 71 procent av landets hushåll att de köpt tomater under 2007 och 57 procent att de någon gång hade köpt gurka. Det framgår även att tomat och gurka är de grönsaker som flest vill ska vara odlade i Sverige; över 70 procent angav att de föredrar svenskproducerade tomater och gurkor.

Hur klarar sig då de svenska odlarna på denna växande marknad? Diagram 2 och 3 visar utvecklingen av utbudet 1995-2008 som summan av inhemsk produktion och import (minus export). Utbudet av tomat har ökat med nästan 40 procent

Kg/person

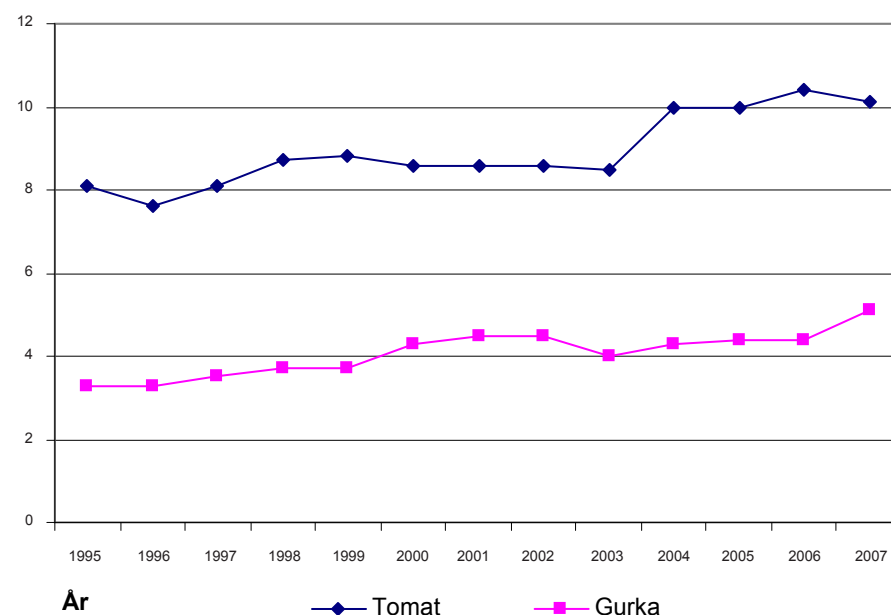


Diagram 1. Konsumtion av tomat och gurka 1995-2007, kg per person

Källa: Jordbruksverket (2009a och b) (2007 prel.)

Inhemsk produktion, import/införsel, export och utbud totalt av tomat 1995-2008

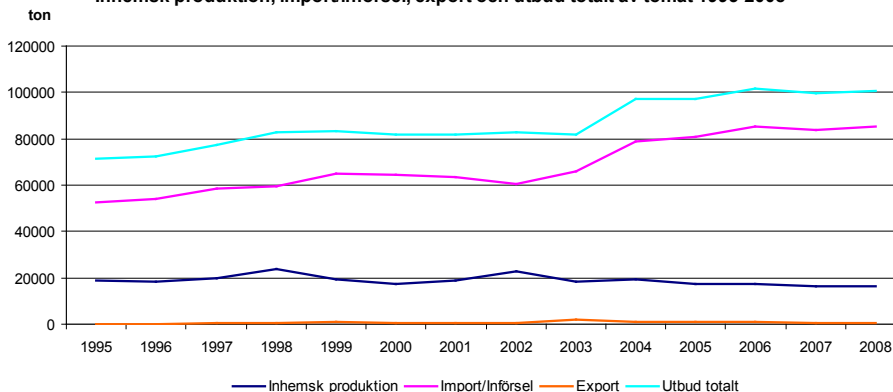


Diagram 2. Inhemsk produktion, import/införsel, export och utbud totalt av tomat 1995-2008. Källa: Egen bearbetning av data från Jordbruksverket och SCB

Inhemsk produktion, import/införsel, export och utbud totalt av gurka 1995-2008

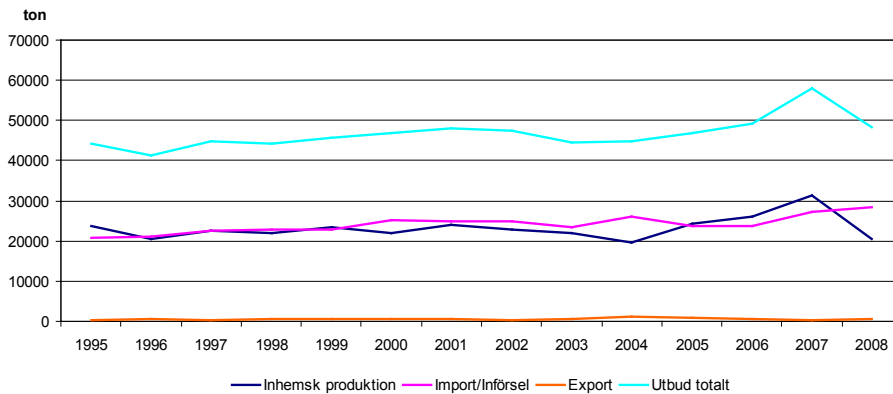


Diagram 3. Produktion, import och utbud av gurka 1995-2008

Källa: Egen bearbetning av data från Jordbruksverket och SCB

Tabell 1a. Odling av **tomat** i växthus i Sverige totalt respektive i Skåne län

År	Yta kvm		Skördad kvantitet (ton)		Avkastning (kg/kvm)		Antal företag	
	Sverige	Skåne	Sverige	Skåne	Sverige	Skåne	Sverige	Skåne
1999	557 254	306 311	19 307	12 727	34,6	41,5	301	76
2002	642 133	421 361	22 771	16 222	35,5	38,5	262	69
2005	455 965	279 868	17 283	11 694	37,9	41,8	204	47
2008	370 083	227 369	16 223	11 272	43,8	49,6	198	39

Källa Jordbruksverket: Trädgårdsproduktion 2008, Trädgårdsproduktion 2005, Trädgårdsinventeringen 2003 samt Trädgårdsräkningen 2000. Avkastning (kg/kvm): egen bearbetning

Tabell 1b. Odling av **gurka** i växthus i Sverige totalt respektive i Skåne län

År	Yta kvm		Skördad kvantitet (ton)		Avkastning (kg/kvm)		Antal företag	
	Sverige	Skåne	Sverige	Skåne	Sverige	Skåne	Sverige	Skåne
1999	621 253	474 460	23 339	18 650	37,6	39,3	258	90
2002	605 935	461 324	22 937	19 068	37,9	41,3	238	83
2005	594 754	525 656	24 294	22 685	40,8	43,2	206	80
2008	545 912	438 464	20 468	17 106	37,5	39,0	179	55

Källa Jordbruksverket: Trädgårdsproduktion 2008, Trädgårdsproduktion 2005, Trädgårdsinventeringen 2003 samt Trädgårdsräkningen 2000. Avkastning (kg/kvm): egen bearbetning

från 1995 till 2008 (Diagram 2). Ökningen beror på ökad import, medan den inhemska produktionen visar en svagt nedåtgående trend. Sveriges självförsörjningsgrad för tomat har således minskat under senare år, och låg 2008 på sin hittills lägsta nivå, 16 procent. Ungefär 70 procent av alla tomater som importeras till Sverige kommer från Holland, som exporterar tomater året runt. Kvantiteten har en topp i april-maj och en svacka i december- februari. Sammanlagt sker över hälften av tomatimporten under den svenska odlingsäsongen april till oktober. Spanien, som står för en femtedel, exporterar främst under vinterhalvåret och är ingen konkurrent till den svenska odlingen.

Sveriges självförsörjningsgrad för gurka

är betydligt högre än för tomat och har under perioden 1995-2008 legat på i genomsnitt runt 50 procent (Diagram 3). Under sommaren är Sverige i stort sett självförsörjande på gurka. Under vinterhalvåret kommer importen främst från Spanien, som svarar för över hälften av den totala importvolymen, medan Holland, som svarar för drygt en tredjedel, levererar gurka under hela året.

Företagen

Branschen genomgår en strukturomvandling där företagen blir färre och större. Produktionen är starkt koncentrerad till Skåne, som svarar för 80 procent av gurkanalen och 61 procent av tomatarealen. Skånska gurföretag är drygt 2,5 gånger så stora och skånska tomatodlare

mer än 3 gånger så stora som i landet i snitt. Här odlar drygt 30 procent av landets gurkanodlare 84 procent av skörden medan 20 procent av tomatodlarna står för nära 70 procent av Sveriges tomatproduktion. Även avkastningen är något högre i Skåne än övriga landet (Tabell 1a och 1b).

De tio tomatodlare och tio gurkanodlare som deltagit i studien representerar nästan en fjärdedel respektive femtedel av den totala arealen i landet. Statistiken tyder på att andelen av produktionen var betydligt större. Hur ska man då beskriva en framgångsrik odlare? Själva svarar odlarna att en sådan:

- tar hög skörd av bra produkter
- har känsla och styrning
- när lönsamhet
- trivs och
- är framåt

Viktigt för en positiv utveckling av branschen är:

- prisutvecklingen
- konsumentintresset och
- klarhet i energifrågan

Marknaden har under senare år varit ett bekymmer och man är medveten om att det är nödvändigt att upprätthålla konsumentintresset för att klara importkonkurrensen. Sjuttio procent av de intervjuade odlarna menar att prisbilden är det största hindret mot tillväxt. När det gäller själva odlingen är energifrågan viktigast. Växthusodlarna har investerat i betydande tekniska förändringar under senare år och i har i stor utsträckning bytt från fossila till förnybara bränsleslag. Diagram 4 visar denna utveckling för hela växthusbranschen.

När företagarna ombads blicka framåt var **energin** ett område där många trodde på förändringar i sitt företag. Det kunde vara allt från att byta till fliseldning, att förbättra sin panna eller att lägga om till någon helt annan energilösning som t ex värmepump, gasturbin eller biogasanläggning. Man arbetar aktivt med energieffektiviteten. När odlarna fick bedöma företagets energistatus på en fyrgradig skala, där fyra innebar att man "ligger rätt" och en etta att "det finns mycket kvar att göra" på området, angav de flesta en trea.

Fyra stycken angav en fyra, en angav en två och ingen en etta.

Av de företag som intervjuats har sju tomat- och sex gurkodlingar också medverkat i en **gruppjämförelse** med översiktlig täckningsbidragskalkyl för år 2007 och 2008. Syftet har främst varit att inspirera företag till att göra kalkyler och till att göra jämförelse.

Medverkande gurkodlare i kalkylgruppen är både företag med en klassisk långkultur och företag som startar hela eller delar av sin odling betydligt senare. Senare start innebär lägre skörd och mindre energibehov. Tomatföretagen odlade både konventionella runda tomater och specialsorter. Specialsorter ökar försäljningspriset men innebär lägre skörd och ökade kostnader för skörd, hantering och konsumentförpackningar.

Avkastningen i kalkylgrupperna var som högst nära 55 kg/m² för tomater och för gurka nära 65 kg/m². Enligt intervjuerna har flera företagare målsättningen att öka skörden, mer eller mindre ständigt. Det finns också odlare som menar att skörden går att öka, men frågan var om det skulle bli ekonomiskt. Skörd per m² är också ett "mått" som ofta används för jämförelser t.ex. företag emellan. Skördenivån är viktig för täckningsbidraget, men inte den enda faktorn som avgör.

Energi- och koldioxidkostnad är betydande och bra energieffektivitet nämns vid intervjuerna som något man ständigt strävar efter. Ofta använder företagen flera olika energikällor. Under 2008 använde sex av företagen i kalkylstudien fliseldning, mot tre året innan, och ytterligare ett planerade för flis 2009.

Fliseldning innebär lägre rörlig kostnad, men också betydande investeringskostnader, mer arbete och att koldioxidtillförsel behöver lösas på annat sätt. Genomsnittlig rörlig kostnad för energi i tomatföretagen, vilka odlar långkultur, var runt 150 kr/m² år 2008 (diagram 5). Gurkkalkylerna omfattar också företag med kortare odlingsäsong och genomsnittlig kostnad var lägre. Det skilde över 100 kr/m² mellan de högsta och lägsta nivåerna på bränslekostnad för långkultur av tomat eller gurka. Skillnaderna beror på kWh-pris men det är också skillnad i användning. Energianvändning i växthus

är komplexa system och en systematisk uppföljning med djupare analys skulle vara värdefullt. Speciellt med tanke på byte av energikällor och andra förändringar som görs för att spara energi.

Kulturarbete är också en stor kostnad som omfattar plantskötsel, skörd och packning samt i förekommande fall egen plantupptragning, egen gurkfilmning eller förpackningar. Kostnad för kulturarbete består av betalda löner och avgifter för personal samt normlön för uppskattad tid för ägarfamiljen. Flera företag uppgav att det var svårt att ta fram korrekta uppgifter om ägarfamiljens arbete. Kulturarbetet kostade i genomsnitt ca 110 kr/m² i gurk- och ca 190 kr/m² i tomatföretagen. Konsumentförpackade småtomater ökar tomatföretagens medelkostnad, medan förekomst av kort säsong minskar arbetskostnad för gurkodling. Även vid jämförelse mellan företag med likartad produktion är skillnaderna betydande. Här skulle en mer planerad och bättre strukturerad datainsamling kunna ge ett underlag för diskussioner om arbeteffektivitet och förbättringar inom detta område. Tidigare har olika arbetsjämförelser gjorts men nuvarande spridning tyder på att det finns mer att förbättra.

Enligt intervjuerna var det flera som ansåg att det egna företaget ligger rätt så bra till vad gäller **arbetseffektivitet**, men det förekom företagare som ansåg att de har mer att utveckla på detta område. Flera ansåg att det är en styrka för företaget att ha erfaren personal. Samtidigt menade andra att det är svårt att få tag i motiverad och kvalitetsmedveten personal.

Beträffande förhållanden som kan hindra tillväxt för branschen, var det åtta av

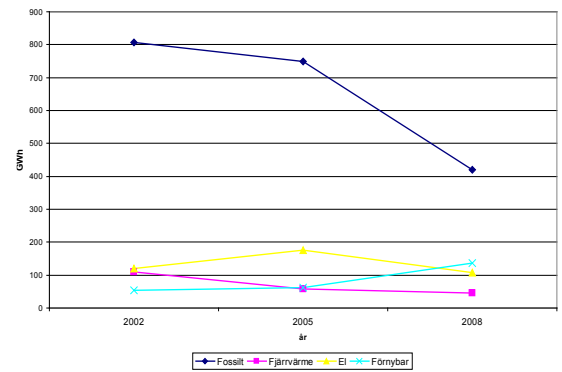


Diagram 4 Energikällor i växthusbranschen 2002-2008
 Källa: Inger Christensen, Grön Kompetens, bearb. av Jordbruksverket (2009)

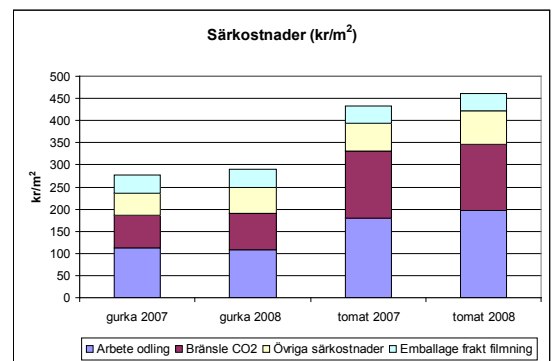


Diagram 5. Särkostnader i företagen, genomsnitt 2007 och 2008

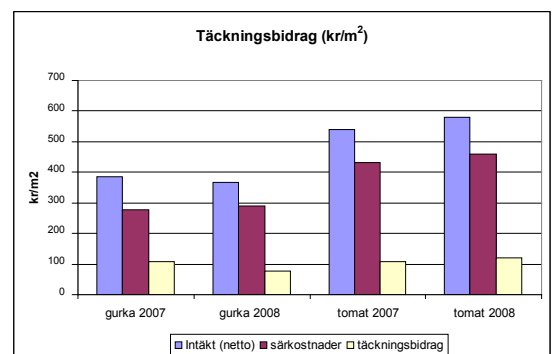


Diagram 6. Täckningsbidrag i företagen, genomsnitt 2007 och 2008

tio tillfrågade tomatodlare som ansåg att svårigheter att få tag på medarbetare i ansvarsposition var ett hinder. Även svårigheter att få tag i övrig personal uppfattades som ett hinder av sex tomatodlare. Bland gurkodlarna var det tre av tio som ansåg att svårigheter att få tag i **medarbetare i ansvarsposition** utgör hinder

för tillväxt och en av tio som uppgav att svårighet att få tag i övrig personal kan hindra.

Skörden i kalkylgrupperna har medverkat både företag med bra nivå på täckningsbidrag och företag med svag nivå. Sammantaget blev genomsnittligt täckningsbidraget både för gurk- och tomatföretagen knappt 110 kr/ m², år 2007 (diagram 6). År 2008 ökade nivån något för tomatföretagen, men sjönk för gurka. Sänkt gurkpris är en av orsakerna till nedgången i täckningsbidrag.

Tidigare erfarenheter och studier visar på betydande **spridning** mellan företag i täckningsbidrag och enskilda kostnadsposter. Denna studie tyder också på detta liksom på att det är flera faktorer som tillsammans förklarar den nivå på täckningsbidrag som uppnås, dvs. det är inte en enstaka faktor som avgör. Spridningen tyder också på att det finns områden som i flera fall bör kunna förbättras i enskilda företag.

Företagsutveckling

En majoritet av företagarna anser att tillgång till ”kollegor” och nätverk utanför det egna företaget är viktigt för att få inspiration till sitt företag. Odlingsrådgivning uppges som en annan inspirationskälla. Många poängterar att det är viktigt och givande att se hur andra arbetar. Alla driver sina företag väldigt olika och det är positivt att få nya idéer. Dock har problem med ökad smittorisk medfört hinder för besök i odlingen. Att företagen blivit färre kan också påverka möjligheterna till utbyte.

Bland växthusföretagare finns en utbredd tradition att medverka i Erfa-grupper. I dessa diskuteras normalt frågor som rör odling och inte ledning och utveckling av företag.

Samtidigt är det viktigt att ta sig tid till detta. Tomat- och gurkodlare har mångfacetterade ledarroller som innebär allt ifrån dagligt produktionsarbete till strategisk planering. Ofta är tid för företagsledning och utveckling begränsad. Strukturerade **företagsjämförelser** kan bidra till att utveckla företag vilket tydligt framkommit inom olika rådgivningsverksamheter. En grund för arbetsättet lades redan i T.E.U och B.E.T-verksamhet för trädgårdsföretag (Ottosson 1983). Jämförelser bygger upp kunskap om det egna företaget men ger också en referens om ”hur man ligger till” och vidgad kunskap om olika möjligheter. Detta ger underlag till att ställa upp egna realistiska men utmanande mål. Att jobba aktivt enligt modellen: **mål – plan – genomföra – mäta – analysera**, är ett klassiskt framgångskoncept för företag.

Det finns många gemensamma frågeställningar inom såväl produktion som företagsledning. Även om förutsättningarna varierar mellan företag så kan jämförelse ge värdefull information. Exempel på områden där strukturerad jämförelse kan vara ett stöd är energi och arbete. På arbetsområdet kan det också vara angeläget att diskutera frågor som rör rekrytering, motivation, ledning och liknande. Den vanliga ”enkla” bidragskalkylen är också ett bra redskap för ekonomisk status, både enskilt och i grupp.

Slutsatser

En slutsats man kan dra av den bild företagarna själva målar upp är att frågor som rör produktions- och företagsstyrning är centrala för branschens framtid. Viktigt är att jobba med produktionsstyrning, men studien antyder också att mer fokus bör läggas på marknads-, arbets- och energifrågor. Lönsamma företag och en växande marknad är förutsättningar för tillväxt och även om det behövs nya entreprenörer också på denna marknad är de existerande företagen motorn i en positiv utveckling.

Källförteckning

Eurostat 2010 Food Consumption
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/food/introduction>

Jordbruksverket (2009a) Konsumtion av livsmedel, Statistiskrapport 2009:5 www.sjv.se

Jordbruksverket (2009b) Livsmedelskonsumtionen 1960-2006. Statistiskrapport 2009:2 www.sjv.se Jönköping

Jordbruksverket (2001, 2004, 2006, 2009c) Trädgårdsräkningen 2000, Trädgårdsinventeringen 2003, Trädgårdsproduktion 2005 samt 2008 www.sjv.se

Ottosson, J. (ed.) 1982 TEU 1964-1982 Avd f trädgårdsekonomi, SLU, Alnarp

SCB, Statistiska centralbyrån (2009) Statistiskdatabas www.scb.se

Faktaruta

- Faktabladet är utarbetat inom LTJ-fakultetens Område Arbetsvetenskap, ekonomi och miljöpsykologi www.slu.se
- Projektet är finansierat av Tillväxt Trädgårds tillväxtfond, se vidare nedan <http://tillvaxtprogram.slu.se>
- Projektansvarig Lena Ekelund, SLU Lena.Ekelund@ltj.slu.se
- Medförfattare Gunnel Larsson, Grön Kompetens AB, Gunnel.Larsson@gronkompetens.se
- På webbadressen <http://epsilon.slu.se> kan detta faktablad hämtas elektroniskt

Tillväxt Trädgård

Är ett projekt som syftar till att ge förutsättningar för ökad konkurrenskraft och tillväxt inom trädgårdsnäringsen genom nytänkande och samarbete.

Projektet finansieras av Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling: Europa investerar i landsbygdsområden, SLU, LTJ-fakulteten Alnarp, LRF/GRO, Hushållningssällskapen i Malmöhus, Halland och Kristianstad, Lovang Lantbrukskonsult AB, Mäster Grön samt Prysek.

