

Arlas strategier

Mjölkkrisen har fått igång en rad tankar. En idé är att man ska genomföra en "fusion", alltså skruva tiden tillbaka till före fusionen mellan Arla och MD Foods. En svårighet är dock att det nu inte finns några parter, som kan förhandla. De svenska bönderna måste därför utträda ur Arla Foods individuellt, men då får de med sig bara en spottstyver, som inte räcker till någon förädlingsindustri.

Nästan olika omöjligt är att Arla Foods betalar ett högre avräkningspris till sina svenska medlemmar än till medlemmar i andra länder. Det är uppenbart att sådan subventionering leder till att företaget som helhet presterar sämre. En prisdifferentiering efter nationsgränser medför att Arla Foods får mindre pengar att betala ut till medlemskåren och att investera i föreningen.

MARKNADSSIGNALERNA

Vidare har sagts att Arla Foods borde betala ett högre pris till medlemmarna i alla sju länderna. Detta argument brister i att de relativa skillnaderna mellan svenska och utländska aktörer skulle bestå. Dessutom är Arla Foods vinst inte i första hand en konsekvens av medlemmarna levererar mjölk i viss mängd och av viss kvalitet. Föreningens vinst beror i hög grad på att det redan har ett stort kapital som är investerat i välfungerande anläggningar runt om i världen, att det finns starka varumärken i många värdekedjor och att företaget har duktiga ledningar och medarbetare.

Arla Foods kan därför knappast besluta om någon märkbar höjning av sitt generella avräkningspris och avsätta mindre pengar till fonder. Det skulle förvanska marknadssignalerna. Företagets olika produktionsfaktorer skulle få ersättning i strid med vad de bidrar med. Exempelvis skulle en prishöjning medföra att fler bönder levererar mer mjölk, men föreningen skulle ha mindre kapital för att ta hand om denna ökande volym.

BÄTTRE ATT LEGOPRODUCERA

Föreningen Glada Bonden är intressant, men någon strategi är ännu inte presenterad. Sett ur en teoretikers perspektiv finns det stora utmaningar i att ändra en värdekedja så att ett led i kedjan får mer pengar utan att pengar tas från andra led.

När det på en marknad utbjuds större volymer än det efterfrågas, sjunker marknadspriset. Sverige skulle kunna betraktas som en marknad. Den svenska mjölkproduktionen är större än vad konsumtionen är. Därför skulle avräkningspriserna kunna vara rejält låga, men det finns en motverkande kraft, nämligen att Arla Foods producerar mjölkpulver för export. Det är troligt att Arla Foods inte vill fortsätta med en så dålig strategi. Det vore ju bättre för företaget att legoproducera åt dagligvarukedjorna.

Med större EMV-produktion och mindre pulverproduktion kan Arla Foods öka sina intäkter. Dessa pengar kommer dock alla medlemmar till godo, inte bara svenska medlemmar. Med en större andel av landets samlade EMV-produktion kan också Arla Foods

slinka undan dålig publicitet, till exempel nya reportage från SVT:s Uppdrag Granskning och Facebook-kampanjer.

ÖKAD EMV-PRODUKTION

Om eller när Arla Foods satsar på ökad EMV-produktion, blir det problem för den svenska mejerinäringen. EMV-konkurrensen mellan Arla Foods och övriga mejerier leder till att handelsföretagen kan köpa till ännu lägre priser. De övriga mejerierna kommer att få ett mjölköverskott, som de måste sälja någonstans, alltså till riktigt låga priser.

Sedan måste nämnas en svenskmärkningsstrategi i mejeribranschen. Med tanke på hur köttbranschen tycks ha lyckats skulle en svenskmärkning omfatta mejeriprodukter av alla de slag. Det blir ett samarbete mellan alla de mejerier, som kan garantera att deras mjölkråvara är helt svenska. För att vinna konsumentens förtroende kan alltså inte Arla Foods ingå i detta konsortium.

”... anmärkningsvärt att Arla Foods accepteras som fullvärdig medlem i diverse svenska organisationer”

ANMÄRKNINGSVÄRT ATT DE ACCEPTERAS

Det faktum att Arla Foods har stor import betyder att föreningen inte representerar svenska intressen. Det är tvärt emot anmärkningsvärt att Arla Foods accepteras som fullvärdig medlem i diverse svenska organisationer, eftersom föreningen arbetar för mjölkbönder i ett flertal länder.

En gemensam svenskmärkning hos de mejeriföretag, som har uteslutande svenskproducerad mjölk, kommer att få mothugg från Arla Foods och från dagligvarukedjorna. Dessa parter vill fortsätta sin import, bland annat av ostar, som lurar konsumenterna med sina svenskklingande namn. Mejeriföretagen har dock stöd av konsumenterna och kan därigenom påverka Arla Foods och butikskedjorna.

*Jerker Nilsson, Institutionen
för ekonomi, SLU Uppsala*

