

Andra faktorer än ekonomi styr lantbrukares affärsutveckling

Många lantbrukare tar sig an nya verksamheter, samtidigt som de fortsätter med sitt gamla lantbrukande. De kan börja med stuguthyrning, utlejning av festlokaler, uppfödning på naturbeten, vildmarkssafari, ostproduktion, gårdsslakteri, gårdsbutik, lantgårdsemester och så vidare. Kanske blir det snart också försäljning av gårdens egenproducerade alkoholhaltiga drycker.

När forskare har undersökt varför lantbrukare diversifierar sin verksamhet, kommer det fram argument såsom att lantbrukarna vill nyttja gårdens lediga resurser, träffa andra människor, ta väl hand om naturen, engagera sig i bygden och mycket annat. Detta är ytliga svar, men det finns mera djupt liggande förklaringar.

PERSONLIGHET OCH VÄRDERINGAR

Besluten om diversifiering kan bero på lantbrukarens personlighet, vilken finns kvar människans hela livslängd. Något liknande är det med människors värderingar – de ändras inte heller särskilt mycket över åren.

Det är just lantbrukarnas värderingar, som är i fokus i en studie där en grupp forskare från SLU:s ekonomiinstitution granskar varför vissa lantbrukare omorienterar sin verksamhet och andra håller fast vid det gamla. Forskarna ville undersöka om det fanns olika uppsättningar med värderingar hos lantbrukare som håller fast vid sin produktion och de som diversifierar.

BORTOM DÄRFÖR

En svårighet är att människor inte kan förklara sina värderingar, eftersom dessa är så självklara för en individ. Det finns dock en etablerad metod för att kartlägga människors värderingar. Forskaren frågar om vad lantbrukaren tycker och tänker om sin vardag, följt en rad av varför-frågor. Till sist kan respondenten inte säga annat än ”så är det bara för mig”. Då går det att dra slutsatser om respondentens värderingar.

Metoden kräver att forskaren och respondenten måste ha gott om tid för varje intervju, därför blir det inte många intervjupersoner. I Uppsalaforskarnas studie ingick tio lantbrukare som hade diversifierat sin verksamhet och tretton som fortsatte med enbart lantbruket. Av bekvämlighetskäl var alla från Uppland. Med ett så litet antal respondenter går det inte att dra några generella slutsatser, men resultaten ger dock vissa fingervisningar.

TRYGGHET OCH STÄNDIG FÖRBÄTTRING

Den uppsaliensiska forskargruppen hade ett smart sätt att leda in samtalen på ett givande spår. De bad intervjupersonerna att välja mellan ett antal bilder som visade lantbruksföretagets

möjliga utveckling. Därefter kom samtalet snabbt igång, men metoden påbjuder att man går fram enligt bestämda steg innan man kommer fram till värderingarna. Svaren bearbetades i ett matematiskt program som ledde fram till studiens resultat.

Resultaten visar att de lantbrukare som fortsätter sin vanliga produktion, styrs av ekonomiska faktorer. Deras värderingar beskrivs i termer av ”trygghet” och indirekt ”goodwill”, ”förbättringar” och ”trivsel”. Dessa faktorer kan tolkas som rationella, men de har också sociala element, såsom ”hjälpa andra”. Till exempel uppfattar respondenter med icke-diversifierade verksamhet att det är viktigt att ”försörja sig på jordbruk”, ”uppnå ständiga förbättringar” och ”förbättra jordbruksprocesser”.

NYFIKENHET OCH OBEROENDE

Anmärkningsvärt är att de lantbrukare som diversifierar inte gör detta för pengarnas skull. Bland dessa finns nyfikenhet, sociala hänsyn och fritt tänkande. De vägleds mest av icke-ekonomiska värderingar. För respondenterna med diversifierad verksamhet gäller ”oberoende” och ”god produktkvalitet”, vilka båda hänger samman med en värdering om ”social hållbarhet”. Vidare nämner författarna värderingarna ”tillfredsställelse” och ”göra rätt saker”.

I denna grupp vill lantbrukarna erbjuda arbetsplatser och gärna ha långsiktiga samarbeten med andra lantbrukare, vilket kan tyda på att de vill bidra till lokalsamhället. Författarna nämner att gruppen som har diversifierat tycker att det viktigt att bidra till ”långsiktiga lösningar” och de vill ”ha bra anställda”.

Inom båda lägren finns värden som ”tillfredsställelse” och ”nöjdhet” vilka innebär att man trivs med sin verksamhet. Och i båda grupperna satsar de på högkvalitativa produkter. Det är viktigt att man gillar lantbruksyrket. Värderingar såsom ”hjälpa andra” och ”göra det rätta” tyder på att de vill undvika åtgärder som bidrar till miljöproblem. Bönderna tar hänsyn till andras välbefinnande.

Vill du läsa mera?

Georgios Miaris, Sara Löfgren & Helena Hansson (2022): Values underlying farmers' business development decisions: evidence from Swedish agriculture using Zaltman metaphor elicitation technique, The Journal of Agricultural Education and Extension, DOI: 10.1080/1389224X.2022.2143828

JERKER NILSSON
INSTITUTIONEN FÖR EKONOMI,
SLU UPPSALA

