

Informationens betydelse för lantbruksföretagaren vid försäljning av spannmål

Johan Andberg¹, Stefan Bäckman², John.Sumelius³

¹ Ollasvägen 18, 02550 Evitskog, johan.andberg@avena.fi

² Taloustieteen laitos, PL 27, 00014 Helsingin yliopisto, stefan.backman@helsinki.fi

³ Taloustieteen laitos, PL 27, 00014 Helsingin yliopisto, john.sumelius@helsinki.fi

Avsikten med denna undersökning finansierad av Avena Nordic Grain Ab var att klarlägga användandet av information vid spannmålshandel. Undersökningen svarar främst på frågan hur spannmålsodlarna använder information. De viktigaste frågorna var

1. Utnyttjas information vid spannmålsförsäljning?
2. Vilka informationskällor utnyttjas?
3. Finns det något samband mellan informationsanvändningen och företagartyp?
4. Vilka faktorer inverkar på försäljningstidpunkten av spannmål

För genomförandet av undersökningen gjordes en enkät varvid 600 slumpmässigt utvalda gårdar tillsändes frågeformulär. För analysen av svaren användes en faktoranalys tillsammans med en regional och företagartypologi. Undersökningen om informationskällor omfattar facktidningar, internet, television och personlig kontakt.

År 2000 producerades omkring 4 miljoner ton spannmål i Finland varav 52 % gick via handel. Spannmål producerades på 1,2 miljoner ha detta motsvarar 53,1 % av den totala åkerarealen. Av odlingsarealen var 48 % korn, 37 % havre, 12 % vete, 2 % råg och 1 % övrig spannmål. Före år 1995 nyttjades riktpriiser för spannmål efter EU inträdet förändrades prissättningen av spannmål i Finland till att omfatta det i EU. EU systemet medförde en prissänkning av spannmål i genomsnitt med 60 %. En del av inkomstbortfallet ersattes dock med stöd. EUs marknadssystem består av administrativa marknadspriser, gränsskydd, exportstöd och interventionslagerhållning.

Som material för undersökningen skickades det ut 600 frågeformulär till slumpmässigt utvalda gårdar. Av dessa svarade 234 och av dem var 230 användbara vilket motsvarar en svarsprocent på 38. Svarsprocenten var högst i Satakunda 50 % och lägst i Södra Savolax 15 %. Svaren grupperades upp i fem regioner, Södra med Nyland och Sydöstra Finlands TE centraler, Sydvästra med Egentliga Finland och Satakunda, Västra med Södra Österbotten och Österbotten, Mellersta med Birkaland och Tavastland, Norra med Norra Österbotten, Mellersta Finlands, Norra Savolax, Södra Savolax samt Norra Karelens TE centraler. Medelåldern för de svarade var 48 år och 58 % har utbildning inom lantbruket. Av de svarande erhåller 17 % över 75 % av inkomsten från jordbruket och 40 % erhåller mindre än 25 % av inkomsten från jordbruket.

Över hälften av de svarande (Tabell 1) ansåg att producenttidningarna är ganska bra och en tredjedel använder sig inte av dessa tidningar för att få information om priset av spannmål. Internet används av 19 % men 69 % använder inte, 86 % har tillgång till internet. 29 % använder text-TV. Två tredjedelar frågar spannmålshandeln och 30 % rådgivare. Av de svarande följer 43 % med marknadshändelserna några gånger i månaden och 43 % endast vid försäljningstidpunkten. För 40 % inverkar informationen på valet av odlingsväxt medan 42 % påverkas endast ringa och 18 % inte alls. 21 % gör upp egna täckningsbidragskalkyler medan

57 % gör uppskattningar och 22 % gör inga lönsamhetskalkyler eller uppskattningar. Massmedia påverkar försäljningstidpunkten för 1 % väldigt mycket och 32 % ganska mycket, 44% litet för 23 % påverkas inte alls.

Tabell 1. Val av informationskällor

Informationskälla	Bra	Ganska bra	Ganska dålig	Dålig	Använder ej
Maaseudun Tulevaisuus / Landsbygdens Folk	26 %	32 %	6 %	4 %	32 %
Hintapuntari, Tietokappa	3 %	5 %	5 %	3 %	84 %
Käytännön Maamies	8 %	10 %	10 %	3 %	69 %
Lokaltidningar	5 %	10 %	16 %	16 %	53 %
Lantbrukshandelns egna tidningar	4 %	28 %	17 %	6 %	45 %
Internet	7 %	12 %	7 %	5 %	69 %
Text-TV	4 %	10 %	8 %	7 %	71 %
Spannmålshandlarna, lantbrukssköpmännen	32 %	33 %	10 %	1 %	24 %
Lantbruksrådgivare	5 %	12 %	11 %	2 %	70 %
Odlarmöten, kurser mm	6 %	19 %	11 %	5 %	59 %
Andra odlare	16 %	36 %	9 %	6 %	33 %

Tabell 2 visar kommunaliteten hos de enskilda variablerna. Företagarens medvetenhet om spannmålsaffären får den högst kommunaliteten och information från övriga odlare, kurser och möten den näst högsta.

Tabell 2. Kommunaliteten hos variablerna

Variabel	Kommunalitet	Variabel	Kommunalitet
Internet	0,42	Informationskällornas påverkan vid val av odlingsväxt	0,58
Text-TV	0,38	Informationskällornas påverkan vid val av försäljningstidpunkt	0,63
Spannmålshandlare	0,45	Lönsamhetskalkyler före verkställning av produktionen	0,43
Lantbruksrådgivare	0,64	Jämförelse av uppköpare	0,37
Tidningar	0,63	Offerter av uppköpare	0,56
Andra företagare, kurser odlarmöten mm	0,65	Företagarens medvetenhet om spannmålsaffären	0,69
Användningen av informationskällor	0,44		

Faktoranalysen gav tre faktorer som hade ett egenvärde över ett. Dessa tre faktorer samlade 53 % av variansen i samplet. Faktorerna gavs namnen, ”Endast informationsuppskattande företagare”, ”Analyserande företagare” och ”Medvetna företagare”.

Tabell 3. Variablernas faktor laddningar.

Variabel	Endast informations- uppskattande företagare	Analyserande företagare	Medvetna företagare
Internet	0,53	0,33	0,15
Text-TV	0,41	0,44	-0,16
Spannmålshandlare	0,51	0,08	0,42
Lantbruksrådgivare	0,78	-0,10	0,11
Tidningar	0,77	0,19	0,09
Andra företagare, kurser, odlarmöten mm	0,79	0,13	0,01
Användningen av informationskällor	0,04	0,63	0,19
Informationskällornas påverkan vid val av odlingsväxt	0,14	0,74	0,12
Informationskällornas påverkan vid val av försäljningstidpunkt	0,25	0,72	0,22
Lönsamhetskalkyler före verkställning av produktionen	0,02	0,62	0,21
Jämförelse av uppköpare	0,06	0,39	0,46
Offerter av uppköpare	0,11	0,17	0,72
Företagarens medvetenhet om spannmålsaffären	0,07	0,19	0,81

Inom faktorn *endast informationsuppskattande företagare* (Tabell 3) är de starkaste laddningarna i variablerna vilka berör informationskällorna. Faktorn svarar för ca 31 % av variansen i den ursprungliga samplet. Av informationskällorna är tidningar, lantbruksrådgivare och andra företagare, kurser, möten m.m. de variabler som har de starkaste laddningarna. Faktorn *analyserande företagaren* svarar för ca 13 % av variansen och har de starkaste laddningarna i informationskällornas påverkan vid val av odlingsväxt och vid val av försäljningstidpunkt. Användningen av informationskällor och analys av produktionens lönsamhet på förhand har också starka laddningar inom faktorn. Inom faktorn *medvetna företagare* är de starkaste laddningarna i företagarens medvetenhet om spannmålsaffären samt i att jämföra och begära offerter av olika spannmålsuppköpare. Denna faktor svarar för ca 8 % av variansen i den ursprungliga datan. Faktorpoängen för de tre faktorerna som de 216 företagarna får i faktoranalysen används i korrelationsanalysen (Tabell 4).

De tre faktorerna har en positiv korreleration, vilket betyder att sannolikheten är stor att om företagaren är "*endast informationsuppskattande*" så är han även en "*analyserande*" och "*medveten företagare*" och vice versa. Mellan åldern och de två företagartyperna är korrelationen ca - 0,20, vilket betyder att yngre lantbruksföretagare är en aning mer analyserande och medvetna företagare än äldre. Korrelationen mellan analyserande och medvetna företagare samt utbildning är ca 0,22, vilket betyder att företagare som har högre utbildning är en aning mer analyserande och medvetna än företagare med lägre utbildning.

I korrelationsanalysen ser man att det råder ett måttligt samband bland de flesta variabler angående de arbetsuppgifter som hör till verksamheten på gården. Märkbare positiva korrelationer råder mellan företagarens uppskattade yrkesskicklighet angående analysering av resultat och lönsamhetsberäkningar av investeringar samt mellan likviditetsuppföljning och riskhantering. Korrelationen mellan spannmålsarealen och företagarens egen uppskattning av växtodlingsarbetet är 0,39.

Ur korrelationsanalysen framgår det även att de företagare som har fått det pris de förväntat sig vid uppgörandet av odlingsplanen sannolikt är företagare som anser att deras yrkesskicklighet angående lönsamhetsberäkningar av investeringar, likviditetsuppföljning och riskhantering är bättre än företagarna i genomsnitt. Det råder nästan en måttlig negativ korrelationen mellan prisförväntning enligt odlingsplanen och MTK/SLC:s samt spannmålsuppköparens rekommendationer för försäljning av spannmål. Det betyder att de företagare som har fått det pris som de förväntat sig anser att rekommendationer om spannmålsförsäljningen av spannmålsuppköparna och MTK/SLC är av mindre betydelse.

Tabell 4. Faktorernas korrelationer med variablerna

		Endast informations- uppskattande företagare	Analyserande företagare	Medvetna företagare
	Spannmålsareal	0,12	0,39	0,35
Företagarens uppskattning av sin yrkesskicklighet	Offerter av företag	0,19	0,32	0,39
	Förstå stödsystemet	0,15	0,30	0,31
	Uppgöra TB-kalkyler	0,18	0,34	0,30
	Analysering av resultat	0,18	0,31	0,30
Betydelse vid beslut om spannmåls- försäljningen	Spannmålens pris vid försäljningstidpunkten	0,37	0,53	0,57
	MTK/SLC:s rekommendationer	0,46	0,43	0,38
	Spannmålsuppköparnas rekommendationer	0,33	0,31	0,28
	Tidpunkten för utbetalning av stöd	0,32	0,24	0,31
	Skatteplanering	0,31	0,43	0,45
	Informationssökande företagare	1,00	0,65	0,62
	Analyserande företagare		1,00	0,79
	Medvetna företagare			1,00

Lantbruksföretagarna utnyttjar information om spannmålsmarknaden från olika informationskällor, och de källor som uppskattas mest är spannmålsuppköparna samt tidningarna Maaseudun Tulevaisuus och Landsbygdens Folk. Informationens användning och betydelse för företagarna växer i takt med att spannmålsarealen på gården ökar. Geografiskt sett finns de största spannmålsarealerna på gårdarna i landets södra och västra delar.

Enligt undersökningen finns det även ett samband mellan ålder, utbildningsnivå och informationens betydelse för företagaren. Yngre företagare och företagare med högre utbildning utnyttjar mer information i spannmålshandeln än äldre, och sådana med lägre utbildning. Det som inverkar mest på företagarens beslut om tidpunkt för försäljning av spannmål är till stor del spannmålens pris vid försäljningstidpunkten, skatteplanering och spannmålsuppköparens rekommendationer.