

## När praktiken möter strategin

- En beskrivning av grönsaksodlares handlingsutrymme i relation till Sveriges livsmedelsstrategi

### When reality meets strategy

- A description of vegetable growers' scope of action in relation to the Swedish National Food Strategy

*Kerstin Magnusson*



## När praktiken möter strategin

- En beskrivning av grönsaksodlares handlingsutrymme i relation till Sveriges livsmedelsstrategi

When reality meets strategy

- A description of vegetable growers' scope of action in relation to the Swedish National Food Strategy

*Kerstin Magnusson*

**Handledare:** Malin Beckman, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land

**Examinator:** Yvonne Gunnarsdotter, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land

**Omfattning:** 30 hp

**Nivå:** Avancerad nivå, A1E

**Kurstitel:** Självständigt arbete i landsbygdsutveckling

**Kurskod:** EX0797

**Kursansvarig institution:** Institutionen för stad och land

**Program/Utbildning:** Agronomprogrammet - landsbygdsutveckling

**Utgivningsort:** Uppsala

**Publiceringsår:** 2019

**Omslagsbild:** Potatis i långa rader. Fotograf: Filip Jonsson

**Upphovsrätt:** Samtliga bilder i arbetet publiceras med tillstånd från upphovsrättsinnehavaren

**Elektronisk publicering:** <https://stud.epsilon.slu.se>

**Nyckelord:** grönsaksodling, grönsaksodlare, strukturella faktorer, handlingsutrymme, livsmedelsstrategi

**Sveriges lantbruksuniversitet**  
**Swedish University of Agricultural Sciences**

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap  
Institutionen för stad och land

## Sammanfattning

I detta arbete möter grönsaksodlares praktiska erfarenheter den svenska livsmedelsstrategins mål om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion. Livsmedelsstrategin anger regeringens vision om den svenska livsmedelsproduktionens utveckling. Odlare har inte enbart den politiska visionen att förhålla sig till – som en del av ett större sammanhang påverkas odlare av sin omvärld. Arbetet tar utgångspunkt i grönsaksodlares utsagor och syftar till att undersöka förutsättningarna att driva ett grönsaksföretag med fokus på hur strukturella faktorer i omvärlden uppfattas av odlarna och hur de förhåller sig till dessa. Odlarnas utsagor sätts i relation till livsmedelsstrategins mål om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion: hur ser utsikterna ut att nå målet med avseende på grönsaksproduktionen?

Empirin består främst av material från intervjuer med grönsaksodlare i Uppsalatrakten. Genom en tematisk analys har tre övergripande teman identifierats som beskriver hur odlarna ser på sina möjligheter och begränsningar. Med stöd i Giddens teori om hur strukturella faktorer påverkar odlarnas handlingsutrymme, möjligheter och begränsningar, beskrivs förutsättningarna för att driva ett grönsaksföretag. För att undersöka hur ansvarsfördelningen för att nå målet om en ökad inhemsklivsmedelsproduktion framställs, och för att kunna besvara frågan rörande utsikterna att nå målet, har jag närmast mig livsmedelsstrategin med inspiration från idé- och argumentationsanalysen.

Studien visar att grönsaksodlarna driver sin verksamhet i en komplex verklighet och påverkas av strukturella faktorer såsom politik och regler, marknadens och dess aktörer, samt konsumtionstrender. Vilka strukturella faktorer som påverkar odlarna skiljer sig dem emellan beroende på odlingsinriktning, storlek på företag och hur viktigt det är att företaget genererar en bärande inkomst. Handlingsutrymmet kan begränsas av brist på resurser såsom ekonomiska medel, liksom regelverk kan sätta praktiska begränsningar i verksamheten. Flexibilitet inför de givna förutsättningarna är viktigt för att kunna bibehålla handlingsutrymmet.

I livsmedelsstrategin tilldelas marknadens aktörer stort ansvar att nå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion. Det antyds att produktionsökningen gärna får ske genom växande företag. Studien visar dock att odlarna inte alltid har incitament eller möjlighet att växa som företag vilket talar för att livsmedelsstrategins måluppfyllelse kan påverkas negativt. Den rådande efterfrågan på grönsaker i kombination med livsmedelsstrategins övertygelse

att en ökad konsumtion av vegetabilier är ett viktigt steg mot en hållbar livsmedelskonsumtion talar för en ökad produktion av grönsaker.

*Nyckelord: grönsaksodling, grönsaksodlare, strukturella faktorer, handlingsutrymme, livsmedelstrategi*

## Abstract

The purpose of this thesis is to explore the prerequisites for running a vegetable company, focusing on how structural factors are perceived by the vegetable growers. The grower's statements are put in relation to the Swedish National Food Strategy's goal of increasing domestic food production: what are the prospects for achieving the goal?

The empirical data was collected through interviews with vegetable growers nearby Uppsala. Through a thematic analysis, three overall themes have been identified describing how growers perceive their possibilities and limitations for running a company. Guided by Giddens' theories regarding how structural factors affect grower's scope of action, opportunities and limitations, the prerequisites for operating a vegetable growing company are described. In order to identify how the division of responsibility for achieving the goal is presented and to answer the question of the prospect for achieving the goal, I have approached the National Food Strategy with inspiration from an analysis of idea and argumentation.

The study shows that vegetable growers operate in a complex reality and are influenced by structural factors such as policies and regulations, the market and its actors as well as consumption trends. Which structural factors affecting the growers differs between them, depending on cultivation targeting, size of business and how important it is for the owner to receive an income from the company. Grower's scope of action can be limited by lack of resources such as time and financing. Regulations can imply practical constraints in the business. Flexibility is an important resource in order to maintain ones' scope of action.

In the National Food Strategy, great responsibility to achieve the goal of an increased domestic food production is assigned the market's different actors. It is suggested that the goal should be reached by expanding companies. However, the study has shown that growers do not always have the incentives or ability to expand their companies, which indicates that the achievement of goals can be adversely affected. The current demand for vegetables in combination with the National Food Strategy's conviction that increased consumption of vegetables is an important step towards a sustainable food consumption, however, indicates an increased production of vegetables is possible.

*Keywords: vegetable cultivation, vegetable growers, structural factors, scope of action, food strategy*

# Innehållsförteckning

<b>1 Inledning .....</b>	<b>1</b>
Syfte och frågeställning .....	3
Avgränsning .....	3
Uppsatsens disposition .....	4
<b>2 Bakgrund .....</b>	<b>6</b>
Grönsaksodling i Sverige .....	6
Grönsaksodling i Uppsala län.....	7
<b>3 Tidigare forskning.....</b>	<b>9</b>
Grönsaksodlingens förutsättningar.....	9
Lantbrukaren och omvärlden.....	11
<b>4 Teoretiska utgångspunkter och vägledande begrepp.....</b>	<b>13</b>
<b>5 Metod.....</b>	<b>15</b>
Intervjuer .....	15
Livsmedelsstrategin.....	18
Litteratur .....	18
Tillförlitlighet .....	19
<b>6 Presentation av grönsaksodlare.....</b>	<b>21</b>
Upplands trädgårdsprodukter.....	21
Alsike trädgård .....	22
Ramsjö gård .....	22
Lindsbro trädgård .....	23
Upplands Potatis .....	24
<b>7 Livsmedelsstrategin – en överblick .....</b>	<b>25</b>
<b>8 Diskussion .....</b>	<b>28</b>
Odlarna och marknadsförutsättningar .....	29
Den politiska viljan och praktikernas syn.....	29
Konkurrens och regelverk .....	33
Odlarna och marknadsförutsättningar i relation till det övergripande målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion .....	39
Odlarna och samtiden .....	40
Vem är odlaren?.....	41
Kunskap och intresse .....	45
Odlarna och samtiden i relation till det övergripande målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion .....	47
Verksamheten och det offentliga.....	49

Lagen och likställdhet.....	49
Verksamheten och det offentliga i relation till målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion.....	52
<b>9 Sammanfattande reflektion .....</b>	<b>54</b>
<b>Referenser.....</b>	<b>59</b>
Litteratur .....	59
Webbplatser .....	62
Intervjuer .....	63



# 1 Inledning

Nu har vi äntligen fått den här livsmedelsstrategin. Det är första gången vi har en sådan som säger att produktionen ska öka. Men det är inte så enkelt att sätta den på plats. (Eric Winding, konventionell potatis- och morotsodlare)

I denna uppsats möter grönsaksodlares praktiska erfarenheter, kring möjligheter och begränsningar de upplever i driften av sina företag, livsmedelsstrategins mål om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion. Som vi kan förstå från det inledande citatet av Eric Winding, en av de grönsaksodlare som intervjuats i denna studie, har livsmedelsstrategin varit efterlängtd. Den presenterades i början av 2017 och antogs av regeringen ett halvår senare med stor majoritet (Regeringskansliet, 2018a; Regeringskansliet, 2018b). Fram till 2030 ska livsmedelsstrategin verka vägledande för den svenska livsmedelspolitiken med det framträdande målet att skapa en konkurrenskraftig livsmedelskedja med en ökad inhemsk livsmedelsproduktion (Proposition 2016/17, s 1).

Den politiska visionen kan tyckas inspirerande, men är det praktiskt möjligt att nå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion? Vem bär ansvar för att målet ska nås? Grönsaksodlare har inte enbart livsmedelsstrategins politiska visioner att förhålla sig till – odlaren som påverkas av sin omvärld driver sitt företag i en komplex verklighet. Driften av företaget påverkas t.ex. av EU, nationellt stiftade lagar och regler, marknaden och politiska beslut (Nordström Källström, 2008, s 41;50), som anger de strukturella gränserna för odlarens möjlighet till handling (Duram, 2000, s 36). Därtill sätter de naturgeografiska förutsättningarna sina begränsningar och hotet om ett förändrat klimat le-

der till ovisshet kring framtiden. Dessutom har odlarna sina egna visioner och mål att uppfylla. I denna mångfald av förväntningar, utmaningar, viljor och förutsättningar, och de möjligheter och begränsningar det innebär, driver grönsaksodlaren sin verksamhet. Det är i detta som studien tar sin utgångspunkt. Hur betraktar grönsaksodlare själva sina möjligheter, begränsningar och förutsättningar att driva ett grönsaksodlingsföretag?

Med anledning av livsmedelsstrategins mål att den inhemska produktionen av livsmedel ska öka är den svenska grönsaksproduktionen ett intressant område för studier. Det senaste decenniets ökade intresse för en vegetabiliebaserad kost öppnar dörrarna för nya affärsmöjligheter. Grönsaksförsäljningen ökar, både i mängd och sett till värde, och det är en utveckling som förväntas fortskrida (Fernqvist & Göransson, 2017, s 56). Den svenska grönsaksodlingen möter också utmaningar. Grönsaker tillhör en av de kategorier av livsmedel som det importerar mest av i Sverige (SOU 2014:38, s 29). Det talar visserligen för att det finns utrymme för en ökad svensk produktion av grönsaker, men indikerar också att konkurrenskraften hos svenska grönsaksföretag är för låg (ibid.). Grönsaksbranschen är dessutom konjunkturkänslig och i tider med sämre ekonomi väljs inhemskt producerade grönsaker bort i förmån för billigare importerade (Ahrland & Olausson, 2011, s 162). Baserat på det ovan förda resonemanget ligger det nära att konstatera att grönsaksodlingen i Sverige möter utmaningar likväl som att det finns faktorer som talar för en fortsatt ökning av grönsaksproduktionen.

Livsmedelsstrategin kan betraktas som ett policydokument som anger den önskvärda riktningen för den svenska livsmedelsproduktionen. Det innebär att det i dokumentet finns en rad politiskt satta målsättningar och visioner. Det behöver inte nödvändigtvis betyda att förutsättningarna för att öka den inhemska livsmedelsproduktionen, såsom de beskrivs i livsmedelsstrategin överensstämmer med den praktiska verklighet som grönsaksodlarna känner igen. Det är därför intressant att sätta odlarnas utsagor i relation till livsmedelsstrategins argumentation eftersom det är i mötet mellan odlarnas verklighet och livsmedelsstrategins beskrivning av densamma som produktionsökningen förväntas uppstå.

Studier som undersöker grönsaksodlares villkor i en svensk kontext är begränsade. Jag återkommer till de studier jag funnit, i kapitel 2 och

3. I denna studie vill jag problematisera och nyansera förståelsen för förutsättningarna att driva ett grönsaksodlingsföretag genom intervjuer med grönsaksodlare i Uppsalatrakten. Jag vill med denna studie även undersöka hur livsmedelsstrategin framställer ansvarsfördelningen för att nå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion, med förhoppningen att i jämförelsen med odlarnas utsagor få en bild över utsikterna att nå målet.

### Syfte och frågeställning

Detta arbete tar utgångspunkt i grönsaksodlares utsagor och syftar till att undersöka förutsättningar för att driva ett grönsaksodlingsföretag, med fokus på hur strukturella faktorer (ekonomiska, politiska och administrativa förutsättningar), i omvärlden uppfattas av odlarna och hur de förhåller sig till dessa. Odlarnas utsagor sätts sedan i relation till livsmedelsstrategins mål om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion.

Med syftet som utgångspunkt har jag formulerat följande forskningsfrågor:

- Hur förhåller sig odlarna till sina förutsättningar och de möjligheter och begränsningar de möter i driften av sina verksamheter?
- Hur framställs ansvarsfördelningen i livsmedelsstrategin för att nå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion?
- Hur ser utsikterna ut att nå livsmedelsstrategins mål om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion med avseende på grönsaksproduktionen?

### Avgränsning

Vid avgränsningen av arbetet har jag tagit utgångspunkt i uppsatsens syfte och forskningsfrågor samt tagit hänsyn till tidigare forskning på området och examensarbetets omfattning. Geografiskt sett fokuserar jag i uppsatsen på Uppsala län. Tidigare forskning om grönsaksodlingens förutsättningar i en svensk kontext har fokuserat på Skåne och

Gotland, vilka är två landskap med omfattande grönsaksodling (se Persson, 2013; Lund & Lundgren, 2007). Jag har därför valt att koncentrera mig till ett mer nordligt område i Sverige där grönsaksodlingen inte är lika omfattande. Jag har i uppsatsen valt att intervjua grönsaksodlare som främst odlar i syfte att sälja sina grönsaker. Grönsaksodlare som odlar i självförsörjningssyfte är således inte inkluderade i denna studie. Detta beror på att uppsatsen fokuserar på undersöka förutsättningarna för att driva ett grönsaksodlingsföretag i relation till livsmedelsstrategin vilken fokuserar på marknadsförd produktion. Vidare har jag valt att belysa ett (1) av målen som presenteras i livsmedelsstrategin: att öka den inhemska produktionen av livsmedel. Argumenten som ligger bakom det valet är dels att målet om en ökad inhemska livsmedelsproduktion är central i livsmedelsstrategin och dels att målet är kvantifierbart. Det bäddar för en mer konkret diskussion.

### Uppsatsens disposition

I kapitlet som följer presenterar jag bakgrundsfakta som avser grönsaksodlingen i Sverige och grönsaksodlingen i Uppsala län. I kapitel 3 presenterar jag resultat från tidigare forskning, som utifrån uppsatsens syfte och frågeställning ses som relevant. I kapitlet redogör jag även för var jag ställer mig i relation till tidigare forskning. I kapitel 4 presenteras det teoretiska ramverket och de begrepp som väglett mig vid analysen av, och diskussionen av, det empiriska materialet. I nästa kapitel, metodkapitlet, beskriver jag hur jag gått tillväga för att besvara mina forskningsfrågor beträffande insamling och analys av empirin samt analys av livsmedelsstrategin. I samma kapitel för jag en diskussion om hur jag stärkt uppsatsens tillförlitlighet. I kapitlet 6 presenteras de grönsaksodlare som intervjuats i denna studie. Presentationen görs i syfte att ge läsaren en uppfattning om företagaren och företagen för att på så vis bättre kunna förstå den argumentation som jag för i diskussionskapitlet. Även en överblick av livsmedelsstrategin presenteras i samma syfte i kapitlet 7. I diskussionskapitlet, kapitel 8, diskuteras studiens empiriska material och livsmedelsstrategin i relation till varandra, med hjälp av uppsatsens teoretiska ramverk och begrepp. Diskussionen sätts även i relation till tidigare forskning för att utveckla mina resonemang. Uppsatsen avslutas med en sammanfat-

tande reflektion där uppsatsens forskningsfrågor besvaras och jag ger även förslag till vidare forskning.

## 2 Bakgrund

Kapitlet inleds med en presentation av den generella situationen för grönsaksodling i Sverige med avseende på naturgivna och strukturella förutsättningar. Därefter diskuteras förutsättningarna för odling i Uppsala län i relation till de nationella.

### Grönsaksodling i Sverige

Sedan mitten av 1990-talet har det skett en klar ökning i produktionen av grönsaker i Sverige, både på friland och i växthus (SOU 2014:38, s 26f). Trenden har fortsatt in på 2010-talet (ibid.) och än idag ökar försäljningen av grönsaker (Fernqvist & Göransson, 2017, s 56). De två viktigaste parametrarna för att försäljningen av grönsaker ökar idag är dels den rådande hälsotrenden och dels en förändrad livsstil (ibid.). Sveriges befolkning lägger allt mindre tid på matlagning varför produkter som är lätta att hantera och går snabbt att tillaga efterfrågas. Inom den kategorin har grönsakerna en plats att fylla. Precis som att intresset för grönsaker har stigit har även försäljningsvärdet, dvs det pris som odlarna får för sina grönsaker vid försäljning, ökat (Jordbruksverket, 2017, s 3). Som ett exempel uppgick det totala värdet av de ätbara trädgårdsväxterna som producerades i Sverige år 2016 till drygt 2,3 miljarder kronor. Morot, isbergssallad och tomater utgjorde, sett till värde, de största grönsaksgrupperna (Jordbruksverket, 2017, 3ff).

Förutsättningarna för att odla grönsaker skiljer sig över Sverige och påverkas av faktorer såsom klimat, demografi och infrastrukturella förutsättningar. Vegetationsperioden, dvs ”den period under året då det är tillräckligt varmt och fuktigt för att växter ska kunna växa” (SMHI, 2018), skiftar över landet. Vegetationsperioden är som längst i

södra Sverige, vilket också ger gynnsamma förutsättningar för odling. I Skåne län, som är det län med mest omfattande grönsaksodling (Jordbruksverkets statistikdatabas, 2018) beräknas vegetationsperioden ligga på mellan 210–220 dygn per år (SMHI, 2018). Det kan jämföras med Västerbottens län, som är det norrländska län där grönsaksodlingen är mest omfattande (Jordbruksverkets statistikdatabas, 2018). Där är vegetationsperioden som längst vid kusten och uppgår till 150 dygn (SMHI, 2018). Även de demografiska förutsättningarna, med avseende på befolkningstäthet skiljer sig inom Sveriges gränser. Den allra största delen av Sveriges befolkning bor i den södra delen av landet och då i, eller i närheten av, tätorter (Svanström, 2017). Den skiftande befolkningstätheten ger skillnader i t.ex. tillgången på arbetskraft och kunderunderlag. Det finns även infrastrukturella skillnader mellan regioner i Sverige. Långa avstånd som främst återfinns i den norra delen av landet innebär bland annat att transporter mellan producent och köpare blir jämförelsevis dyrare (SOU 2014:38, s 21).

Grönsaksodlingen i Sverige har utvecklats i två riktningar: antingen mot större företag eller mot mindre, nischade företag (Ahrland & Olsson, 2011, s 164f; Marmolin, 2010, s 6). Precis som andra jordbruksanknutna branscher har grönsaksbranschen under de senaste åren genomgått en strukturomvandling, där allt färre företag odlar allt större arealer (Jordbruksverket, 2018). Som ett exempel har antalet företag som odlar ätbara köksväxter på friland minskat från drygt 1000 stycken år 2002 till att tolv år senare ligga på knappt 800 stycken (Jordbruksverkets statistikdatabas, 2018). Under samma tidsperiod har den odlade frilandsarealen av grönsaker ökat från knappt 6800 hektar till att omfatta knappt 8500 hektar (ibid.). Samtidigt ser vi en motsatt trend, med en framväxt av mindre företag med nischad produktion och direktförsäljning till konsument (Marmolin, 2010, s 6).

### Grönsaksodling i Uppsala län

I södra Sverige, på östra sidan finner vi Uppsala län. Sett till befolkningens mängd bor en knapp femtedel av länets drygt 361 000 invånare (2016) på landsbygden (Nationalencyklopedin, 2017). De resterande ca 80 % bor alltså i tätorter där länets residensstad Uppsala har flest invånare. Med den jämförelsevis stora befolkningens mängden samt med

närhet till Stockholm finns ett stort kundunderlag som ger goda förutsättningar för odlare att sälja sina produkter.

Odlingsförutsättningarna inom länet beskrivs som goda (Länsstyrelsen Uppsala län, 2013, s 12;20). De små höjdskillnader medför att nederbörden, likväl som temperaturen, är jämt fördelad inom länet. Jordbruket är generellt är en viktig bransch men relativt få är sysselsatta inom näringen (Nationalencyklopedin, 2017). Av de två procenten som är sysselsatta inom jordbruket utgör grönsaksodlarna endast en liten del. År 2014 uppgick antalet företag som odlar grönsaker, antingen på friland eller i växthus, till 28 stycken (Jordbruksverkets statistikdatabas, 2018). På frilandsodlingarna är morot och rödbetor de grödor som odlas av flest företagare och inom växthusodling är kvist-tomaten den mest populära att odla (LRF, 2015, s 12). Statistiken omfattar dock enbart odling om minst 2 500 kvadratmeter på friland och växthusodling om minst 200 kvadratmeter, vilket innebär ett statistiskt bortfalla av mindre företag (ibid.).



### 3 Tidigare forskning

I följande kapitel presenteras en översikt av tidigare forskning. Då jag med uppsatsen ämnar undersöka förutsättningarna att driva ett grönsaksodlingsföretag med fokus på hur strukturella faktorer uppfattas av odlarna, har jag fokuserat på tidigare forskning kring grönsaksodlingen i en svensk kontext och primärproducenters relation till omvärlden. Respektive avsnitt avslutas med en kommentar om hur jag, med mitt arbete, kan komplettera de tidigare studier som presenteras.

#### Grönsaksodlingens förutsättningar

Forskning som rör grönsaksodlingens villkor i en svensk kontext fokuserar främst på naturgeografiska förutsättningar. Däremot är forskning som rör förutsättningarna ur ett socialt och ekonomiskt perspektiv begränsade. Inom området för den svenska grönsaksodlingens konkurrenskraft har det genomförts ett antal studentarbeten.

Lund och Lundgren (2007) har i sin studie huvudsakligen riktat in sig på den skånska grönsaksodlingens konkurrenssituation. De har även intresserat sig för att utröna vilka hinder odlarna möter i driften av sina verksamheter. Resultatet visar att det främst är import av grönsaker som försämrar konkurrenskraften, men att samverkan mellan odlarna kan vara ett sätt att förbättra de skånska odlarnas position på marknaden (Lund & Lundgren, 2007, s 45f). Ytterligare ett hinder som identifierats i studien är dagligvaruhandelns och grossisters relativa förhandlingsstyrka gentemot odlarna (Lund & Lundgren, 2007, s 42). Det påverkar främst större företag som i regel säljer sina grönsaker via dessa kanaler. Studien pekar även på att mindre företag har valt att nischa sin verksamhet med korta försäljningsvägar som en strategi för att kunna kontrollera sin försäljning och få mer betalt för

sina produkter(Lund & Lundgren, 2007, s 45). Gemensamt för de intervjuade odlarna är tron att intresset för närproducerade grönsaker kommer att öka, vilket talar för en framtida förbättrad konkurrenskraft (Lund & Lundgren, 2007, s 46;48).

En liknande studie genomfördes på Gotland av Persson (2013) på uppdrag av Hushållningssällskapet. Genom enkätundersökningar riktade till odlare, och genom intervjuer med odlare och återförsäljare, undersökte Persson vilka möjligheter som finns för utveckling och tillväxt inom grönsaksbranschen på Gotland. Studien visar, i likhet med Lund och Lundgrens (2007) slutsats, att det finns en förväntan om att efterfrågan på lokalproducerade grönsaker kommer att öka (Persson, 2013, s 39). Kopplat till Gotlands geografiska position visar studien att ett hinder för den framtida utvecklingen av den gotländska grönsaksodlingen är de höga transportkostnaderna till fastlandet (Persson, 2013, s 40). Studien visar också att kommunikationen odlare sinsemellan likväl som mellan odlare och återförsäljare är bristfällig vilket gör det svårt för odlarna att producera de grönsaker som efterfrågas. Därtill pekar studien på att kunskapen generellt hos odlarna är god, men att kunskapsutbytet odlarna emellan är litet (Persson, 2007, s 41). Vidare konstaterar Persson (ibid.) att större möjlighet till rådgivning skulle kunna bidra till ännu bättre kunskaper kring odling med den följande möjligheten att stärka gotländska odlares konkurrenskraft gentemot odlare i andra delar av Sverige och även gentemot internationella konkurrenter (ibid.).

I denna uppsats fokuserar jag inte på grönsaksodlares konkurrenssituation, men mitt arbete tangerar tidigare studier med avseende på de möjligheter och begränsningar företagare möter i driften av sin verksamhet. Jag hoppas kunna komplettera dessa tidigare studier genom mitt val av teoretisk utgångspunkt, med stöd i Anthony Giddens struktureringsteori, där jag diskuterar odlarnas uttalanden efter de mönster som uppkommer i intervjumaterialet. Denna uppsats teoretiska utgångspunkt skiljer sig därmed från de tidigare studierna som båda är uppbyggda kring ekonomiska teoretiska modeller, som enligt min mening kan begränsa möjligheterna till en kvalitativ analys av materialet.

## Lantbrukaren och omvärlden

Med anledning av att jag i uppsatsen intresserar mig för hur grönsaksodlare förhåller sig till strukturella faktorer, blir det aktuellt att presentera tidigare forskning som diskuterar primärproducenter och deras relation till omvärlden.

I en artikel utgår Duram (2000) från antagandet att ekologiska lantbrukare i Illinois påverkas av politiska, ekonomiska, och sociala strukturella faktorer i sin verksamhet. Durams huvudsakliga intresse i undersökningen ligger på att identifiera vilka dessa specifika strukturella faktorer är, hur lantbrukarna förhåller sig till dessa och hur de inverkar på de företagsrelaterade beslut som lantbrukarna tar. Ett betydande strukturellt problem som lantbrukarna lyfter är att kunskapen om ekologisk odling är låg, både hos beslutsfattande organ och även hos konsumenter (Duram, 2000, s 44f). Duram (2000, s 47) drar också slutsatsen att det ekologiska odlarna upplever att politikens utformning gynnar storskaliga, konventionella odlingar. Det medför bland annat att ekologiska lantbrukare och konventionella lantbrukare inte konkurrerar på samma villkor. Vidare uppmärksammar författaren hur betydelsefulla de naturgivna förutsättningarna är för de intervjuade. Det handlar dels om hur de ekologiska förutsättningarna påverkar den praktiska driften av företagen och dels hur jordbrukarnas emotionella inställning till mark och miljö inverkar på hur lantbrukarna driver sina företag (ibid.).

Hur omvärlden kring lantbrukaren påverkar dennes vardag har även undersökts i en svensk kontext. I sin avhandling har Nordström Källström (2008) bland annat intresserat sig för hur jordbrukarens möte med samhället kring jordbrukaren, här kallat "storsamhället", påverkar jordbrukares sociala villkor (Nordström Källström, 2008, s 41f;122). Storsamhället, menar Nordström Källström (2008, s 41;50), visar sig bland annat för jordbrukaren som EU, marknaden, institutioner, myndigheter och lagar. Relationen till storsamhället är betydande för om jordbrukaren ska uppleva sin sociala situation som tillfredsställande eller ej. Vid mötet med storsamhället upplever dock jordbrukaren ofta en utsatthet. Det beror på att det finns en ojämna maktfördelning i relationen mellan storsamhällets representanter och jordbrukaren (Nordström Källström, 2008, s 142).

Nordström Källströms (2008) avhandling likväl som Durams (2000) artikel har båda hjälpt mig att placera in min uppsats i ett teoretiskt sammanhang – att förstå grönsaksodlarens förhållande till omvärlden (se teorikapitlet). Precis som Duram väljer jag att i denna uppsats undersöka hur odlarna förhåller sig till strukturella faktorer, men med skillnaden att betrakta strukturella faktorer som inte enbart hindrande utan också som möjliggörande för att kunna driva sitt företag. Nordström Källström har i sin text fokuserat på hur lantbrukares sociala villkor påverkas av mötet med storsamhället. Mitt intresse ligger istället i det praktiska: hur förhåller sig och påverkas odlare av faktorer i omvärlden i driften av sin verksamhet.

## 4 Teoretiska utgångspunkter och vägledande begrepp

I följande kapitel presenteras det teoretiska ramverk som jag utgått från i uppsatsen samt de teoretiska begrepp jag använt för att närma mig empirin.

En odlare befinner sig alltid i en lokal kontext – den verkligheten är nära odlaren och hen upplever den i form av t.ex. sociala relationer eller de naturgivna förutsättningarna runt gården (Gunnarsson, 2014, s 11ff; Nordström Källström, 2008, s 40). Utöver den lokala förankringen är odlaren även en del av ett större sammanhang: en del av ett ”storsamhälle” (Nordström Källström, 2008, s 41). Likväl som odlaren interagerar med den lokala kontexten sker även en interaktion mellan odlaren och storsamhället. Storsamhället kan ta sig till uttryck på flera sätt i odlarens verklighet och verksamhet, såsom internationellt och nationellt stiftade lagar och regler, rådande politik, myndigheter och administration samt marknadskrafter (Nordström Källström, 2008, s 41;50). Dessa kan betrakas som strukturella faktorer och visar sig för odlarna i form av möjligheter och begränsningar att driva sitt företag (Duram, 2000, s 35ff). De strukturella faktorerna som hör samhället till ligger ofta bortom odlarens kontroll att påverka, men det betyder inte att odlaren är passiv och att dennes handlingar styrs av de strukturella faktorerna (jfr Duram, 2000, s 36f;46f; Darnhofer et al., 2005, s 3). Enligt Anthony Giddens struktureringsteori framkommer att aktören (odlaren) själv kan välja vilka handlingar som ska utföras och på vilket sätt (Johansson, 2013,s 422f).

De strukturella faktorerna uppträder och upplevs inte på samma sätt hos alla odlare. De blir en del av odlarens verklighet endast då de på-

verkar dennes handlingsutrymme, dvs odlarens förutsättningar att handla som odlaren vill (Duram, 2000, s 36f; Darnhofer et al., 2005, s 3). Med hänvisning till Anthony Giddens resonemang påverkas handlingsutrymmet av regler och resurser (jfr Johansson, 2007, s 425f; Neu, 2006, s 17ff). Regler innefattar dels formella regler såsom av (stor)samhället stiftade lagar likväl som informella regler (Johansson, 2007, s 425f). Informella regler kan betraktas som förväntningar på hur någon bör agera i en given situation. Förväntningarna kan vara både uttalade och outtalade. Förutom regler är även en aktörs tillgång till resurser avgörande för aktörens handlingsutrymme (ibid.). För en aktör som driver ett grönsaksodlingsföretag kan resurser bland annat innefatta ekonomiska resurser såsom tillgång till kapital och sociala resurser som arbetskraft. Det kan även innefatta materiella resurser såsom byggnader, såväl som icke-materiella resurser i form av tid och kunskap.

I mötet mellan odlarnas möjligheter och begränsningar, givna av personliga och strukturella faktorer, bestämda av regler och resurser, formas således odlarnas handlingsutrymme – men om autonoma individer är det ett handlingsutrymme som odlarna kan påverka genom aktivt agerande (jmf Giddens). Genom begreppen handlingsutrymme, resurser och regler, samt strukturella faktorer söker jag således att fånga odlarnas praktiska verklighet, såsom de själva beskriver den, och hur de förhåller sig till de möjligheter och begränsningar de möter i driften av sina företag.

Precis som odlarna beskriver de möjligheter och begränsningar de möter i driften av sina verksamheter berörs primärproducenternas handlingsutrymme i livsmedelsstrategin. Synen på primärproducenters handlingsutrymme framträder dels genom antaganden om vilka resurser primärproducenterna har att tillgå och dels genom beskrivningar av hur regler inverkar på primärproducenters möjlighet att driva företag. I den diskussionen framkommer en bestämd bild av primärproducenternas verklighet. Den bilden behöver dock inte nödvändigtvis överensstämma med den bild som odlarna beskriver av sin praktiska verklighet.

## 5 Metod

I detta kapitel följer en redogörelse för hur det empiriska materialet samlats in samt på vilket sätt jag närmat mig mitt material. Kapitlet avslutas med en reflektion över hur jag säkrat studiens tillförlitlighet.

I uppsatsen har jag valt att arbeta med en kvalitativ metod. Valet av metod grundar sig i mitt intresse att undersöka hur grönsaksodlare upplever sina möjligheter, begränsningar och förutsättningar att driva företag (Teorell & Svensson, 2013, s 10f).

### Intervjuer

Min utgångspunkt i uppsatsen är att fånga grönsaksodlares erfarenheter och personliga tankar om odlandet, att förstå deras förutsättningar och i vilken sammanhang de driver sitt företag. Jag valde därför att genomföra intervjuer med grönsaksodlarna (Fägerborg, 2011, s 96). Det inledande steget var att ta kontakt med ett antal grönsaksodlare att intervjua. För att lokalisera odlare använde jag mig av hemsidorna hos KRAV, Bondens Egen Marknad och Bondens mat i Uppland. Jag sökte även efter företag via nummerupplysningstjänster och tog också kontakt med Lantbrukarnas Riksförbund i Uppsala. Urvalet av odlare baserades på de i uppsatsen angivna geografiska avgränsningarna, dvs Uppsala län. Det var även väsentligt att grönsaksodlingen är en av företagets mest centrala produktionsgren och att odlingens huvudsakliga syfte är kommersiell. Det visade sig dock vara svårt att få tag på odlare för intervju. Baserat på urvalskriterierna matchade ett tiotal företag som jag tog kontakt med. Eftersom jag kontaktade odlarna mitt i skördesäsongen var det fem odlare som var tillgängliga för samtal.

Trots att antalet grönsaksodlare som intervjuats i denna studie kan betraktas som relativt begränsat kan informanterna ändå ses som representativa för odlare i Uppsala län med avseende på produktionsform och försäljningskanaler. Utifrån vad jag kunnat läsa mig till på presentationerna av grönsaksodlingsföretag i länet, antingen på företagets egna hemsida eller på någon av de hemsidor som jag använt för att lokalisera odlare, diversifierar de som driver jämförelsevis mindre företag sin produktion. De företagare som driver jämförelsevis större odlingar specialiserar istället sig på ett fåtal grödor. Även val av försäljningsväg skiljer sig mellan producenterna. De odlare som brukar jämförelsevis mindre arealer säljer sina grönsaker direkt till kund medan de större företagen säljer sina produkter till dagligvaruhandel eller offentlig verksamhet. Det stämmer även överens med de odlare som jag har intervjuat och urvalet kan utifrån det betraktas som representativt. Därtill odlar majoriteten av de odlare jag intervjuat någon av de grönsaker som odlas av flest företag (se bakgrundskapitlet) inom länet, vilket också talar för ett representativt urval.

Intervjuerna med grönsaksodlarna genomfördes på respektive informants gård. Valet av intervjuplats grundar sig på två anledningar. Dels fick jag en uppfattning om hur gården ser ut och det möjliggjorde att jag visuellt kunde relatera till respektive informants beskrivningar (Duram, 2000, s 37). Dels ville jag att respektive informant skulle känna sig bekväm i intervjusituationen (Fägerborg, 2011, s 103) och därigenom känna sig trygg att dela med sig av sina tankar. Innan intervjun inleddes informerade jag om det generella syftet med intervjun och att intervjumaterialet enbart skulle användas för forskningsändamål (ibid.). Eftersom jag ville att informanterna skulle tala öppet om förutsättningarna att driva sina företag valde jag att genomföra semi-strukturerade intervjuer där jag utgick från ett, i förväg formulerat, frågeschema med öppna frågor (se bilaga 2). Denna intervjumetod gav möjlighet för informanterna att tala fritt om ämnet samtidigt som det dels gav mig möjlighet att anpassa frågorna utifrån respektive intervjusituation och dels gav mig utrymme att ställa följdfrågor (Fägerborg, 2011, s 99f). Samtliga intervjuer spelades in och transkriberades, där detaljer såsom pauser och skratt noterades.

Samtliga informanter som jag har intervjuat är män. Vid två av intervjutillfällena anslöt respektive mans sambo/fru, men i stort sett har det intervjumaterial som producerats en manlig bias. I urvalet av intervjupersoner var inte kön ett förutbestämt urvalskriterium. Att inter-



vjuerna ändock främst genomfördes med män kan härledas till de strukturer som idag ofta gör att företag inom de gröna näringarna representeras av män.

För att analysera materialet från intervjuerna med de fem grönsaksodlarna använde jag mig av tematisk analys. Med utgångspunkt i studiens syfte och forskningsfrågor sökte jag i informanternas uttalanden efter mönster, dvs teman (jfr Braun & Clarke, 2006, s 12). I analysen framkom tre övergripande teman, som innefattar de möjligheter och begränsningar som odlarna möter i sin verksamhet.

Den information om odlarnas förutsättningar som intervjuerna gav, föranledde fler intervjuer, med aktörer som på något sätt relaterar till informanternas uttalanden (se presentation av informanterna i bilaga 1). Dessa intervjuer genomförde jag i syfte att få en mer nyanserad bild av odlarnas förutsättningar för att således kunna underbygga resonemangen som förs i diskussionskapitlet. Sammanlagt genomfördes tre intervjuer med aktörer kopplade till informanternas uttalanden. Jag intervjuade dels två personer som jobbar med upphandling: en kvinna på Uppsala kommun och en kvinna på Tierps kommun. Intervjuerna genomfördes på respektive persons arbetsplats och formen för intervjun var även denna gång, och av samma skäl, semistrukturerade intervjuer med öppna frågor (se bilaga 3). Intervjuerna transkriberades och analyserades därefter i relation till grönsaksodlarnas uttalanden. Syftet med de intervjuerna var att få kunskap kring de regler som reglerar upphandling av livsmedel. Via mail tog jag kontakt med affärsområdeschefen för Färsk Fukt & Grönt på Martin & Servera Restauranghandel AB. Särskiljande för intervjun med honom var att frågorna var specifikt formulerade utifrån odlarna utsagor och rörde hur stora grossister tänker vid inköp av grönsaker (se bilaga 4).

Samtliga informanter tillfrågades om de ville bli anonymiserade i uppsatsen, vilket ingen av dem ville. Att kalla de intervjuade vid sina namn stärker studiens tillförlitlighet då den information som presenteras i uppsatsen går att verifiera. En ytterligare fördel med att inte anonymisera informanterna är att det stärker känslan av ett sammanhang.

## Livsmedelsstrategin

Det studerade materialet i denna studie innefattar även livsmedelsstrategin. Den kan främst betraktas som ett policydokument som anger vad regeringen vill uppnå med den inhemska livsmedelsproduktionen fram till 2030. Det innebär att texten är formulerad med ett specifikt syfte vilket påverkar livsmedelsstrategins problemformulering, målformulering och argumentation (Beckman, 2005, s 56). För att kunna besvara uppsatsens forskningsfrågor måste därmed textens betydelse undersökas och jag har funnit inspiration i idéanalysen (Beckman, 2005, s 14f). I livsmedelsstrategin anges inte enbart vad regeringen vill uppnå, utan man argumenterar även för varför en livsmedelsstrategi är viktig. Genom att identifiera argumenten, med stöd i argumentationsanalysen, som förekommer i livsmedelsstrategin är det också möjligt att urskilja värderingar och föreställningar (Beckman, 2005, s 38;56f). Metoden att närma mig livsmedelsstrategin ska varken betraktas som en renodlad idéanalys eller en renodlad argumentationsanalys. Istället har jag låtit mig inspireras av de båda analyserna och det har banat väg till formuleringen av två frågor att ställa vid läsningen av livsmedelsstrategin:

- Vilka antaganden och förväntningar ligger till grund för argumentationen?
- Vem, och på vilka grunder, tillskrivs ansvar att nå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion?

I analysen av livsmedelsstrategin har jag, förutom de ovan givna frågorna, även låtit mig guidas av de intervjuade odlarnas utsagor. Det innebär att enbart de delar av livsmedelsstrategin som utifrån informanternas utsagor ses som relevanta belyses i denna uppsats.

## Litteratur

Under alla stadier av uppsatsskrivandet har jag läst litteratur. I det inledande skedet av studien ville jag skaffa mig en bild över de generella förutsättningarna - både naturgivna och infrastrukturella - för grönsaksodling i Sverige. Den kunskapen tillägnade jag mig genom att läsa akademiska artiklar och uppsatser, texter utgivna av olika organisationer kopplade till de gröna näringarna samt politiska dokument. Jag kunde även utifrån de första studierna av litteraturen få en uppfattning om vilka tidigare arbeten som gjorts kring grönsaksodling och

på vilket sätt jag skulle kunna bidra med ny forskning. Med den bakgrunden kunde jag formulera uppsatsens syfte. För att kunna uppnå uppsatsens syfte och svara på forskningsfrågorna blev det aktuellt att läsa ytterligare litteratur som tydligare anknyter till uppsatsens tema. Jag läste akademiska artiklar och uppsatser och studentarbeten som berör grönsaksodling i en svensk kontext samt texter som behandlar hur verksamma inom de gröna näringarnas interaktion med omvärlden påverkar förutsättningarna att kunna driva en verksamhet. Med stöd i tidigare forskning kunde jag i analysen av mitt empiriska material fördjupa och utveckla mina resonemang.

### Tillförlitlighet

Mina tidigare erfarenheter av företagande inom primärproduktionen har gett mig en förförståelse som kan ha påverkat insamlandet och analysen av materialet (jfr Teorell & Svensson, 2013, s 54; Nordström Källström, 2008, s 18f). Förförståelse kan beskrivas som de ”omedvetna förväntningar som stör tolkningsakten genom att diskriminera möjliga tolkningar med förmån för andra” (Teorell & Svensson, 2013, s 101). Jag har växt upp på en gård med primärproduktion och vidareförädling. Genom uppväxten har jag fått uppleva de möjligheter och begränsningar som hör verksamheten till. Dessa erfarenheter kan därför ha påverkat hur jag uppfattat grönsaksodlarnas svar (ibid.). För att försäkra mig om att jag uppfattat informanternas uttalanden korrekt, och på så sätt validera studiens tillförlitlighet, skickade jag tillbaka det transkriberade intervjumaterialet till mina informanter för godkännande. Informanterna fick också möjlighet att lämna kommentarer. En risk med denna typ av validering är att informanten kan komma att vilja förändra eller censurera vissa av delar av intervjun (Bryman & Bell, 2013). Mitt val att trots detta skicka materialet till informanterna grundar sig i att jag byggt min analys på resultaten från relativt få genomförda intervjuer – varför det var viktigt att kontrollera informationen. Även materialet från de tre ytterligare intervjuerna skickades tillbaka till respektive informant för validering.

Vid analysen av intervjuerna med grönsaksodlarna har jag följt Braun och Clarkes (2006, s 15ff) rekommendationer för en tillförlitlig tematisk analys. Vid en tematisk analys måste forskaren vara *väl insatt* i sitt material och jag *läste materialet noggrant många gånger med utgångspunkt i mina forskningsfrågor*. Under läsningen *notera-*

*des intressant information* som sedan *arrangerades*, och vid behov *rearrangerades*, i teman utifrån *sammanhängande mönster i uttalandena*. Med en övergripande bild över de teman som jag arrangerat materialet i, blev nästa steg i processen att påbörja analysen av materialet och *fånga de olika temanas innebörd* och utifrån detta namnge dem. Det slutliga steget innebar att göra en *djupare analys* av materialet samt att *välja ut citat* från intervjuerna för att kunna styrka mitt resonemang i diskussionen.

## 6 Presentation av grönsaksodlare

I följande kapitel presenteras de grönsaksodlare som jag intervjuat i examensarbetet. I presentationen ges en övergripande bild av varje företag, men jag har även inkluderat egna observationer i syfte att försöka fånga vad som motiverar dem att vara odlare. På så sätt ges läsaren möjlighet att bättre förstå argumentationen som förs i diskussionskapitlet. I arbetet har jag intervjuat ytterligare tre personer och en presentation av dem finns i bilaga 1.

### Upplands trädgårdsprodukter

”Postboda gård” står det på skylten som sitter på grindstolpen som utgör entrén till gården. Eric, som jag ska intervjua, kommer snart ut från en byggnad på gården och hälsar mig välkommen. Vi sätter oss i fikarummet med varsin kopp kaffe och samtalet börjar. Eric berättar att det var ett intresse för odling som fick honom och hans fru Eva att starta företaget 1983, som nybakade lantmästare. Eva har idag ett heltidsjobb som affärsutvecklare på LRF och Eric har den operativa rollen i företaget. Intresse och även optimism tycks vara viktiga drivkrafter hos Eric ännu idag, vilket också visar sig i hans engagemang inom flertalet branschorganisationer: Svensk Potatis, Potatisodlarna och LRF. Från början odlade de sina grönsaker ekologiskt, men övergick sedan till konventionell odling för lönsamhetens skull: ett företag ska kunna stå på egna ben utan att vara beroende av bidrag, förklarar Eric. På gården har paret idag specialiserat sig på odling av potatis och morot. Totalt odlas runt 40 hektar, av vilka potatisen odlas på 35 av dessa. Förutom själva odlingen utvecklade paret sitt företag 1986 med att även driva en frukt- och grönsaksgrossistfirma, vilket grundar sig i att det var svårt att få lönsamhet i att endast odla och sälja sina egna produkter. Gården ligger logistiskt gynnsamt, i närheten av E4:an mel-

lan Uppsala och Gävle, och det geografiska läget är en central faktor för att kunna driva företaget framgångsrikt, säger Eric. Grossistfirman har med åren vuxit, och av de nio personer som arbetar på Upplands trädgårdsprodukter arbetar merparten med uppgifter kopplade till grossistfirman. Varje vecka skickas runt 500 leveranser med frukt och grönsaker. Bland kunderna finns bland annat fem kommuner, några landsting och Uppsala universitet.

### Alsike trädgård

Det frostbitna gräset glimmar vackert och jag får kisa i motljuset av novembersolen när Pär Eklund, som driver Alsike trädgård, pekar mot den plats där han odlar sina grönsaker. Odlingen ligger inte på gården utan en bit bort, förklarar Pär, och pekar i riktning mot en sjö. Närheten till sjön ger bra förutsättningar för bevattning av odlingen. Pär pekar också mot en nybyggnation, lite närmare gården. Där håller han, tillsammans med två kollegor, på att bygga ett nytt växthus, berättar han medan vi går mot hans hus – mötet är inplanerat lagom till förmiddagskaffet. Pär kommer ursprungligen från Sandviken och har en bakgrund som gymnasielärare inom samhällskunskap och historia, men med en önskan om ett friare liv, tog han för tio år sedan steget att flytta till Alsike utanför Knivsta och starta sin verksamhet. Den frihet och glädje det innebär att odla grönsaker återkommer han ofta till under intervjun och det tycks vara det som driver honom. Undervisningsbiten har Pär inte helt lämnat bakom sig utan han är anställd av Färnebo folkhögskola att undervisa i småskalig, ekologisk odling av grönsaker.

Den affärsmodell som Pär använder är grönsakskassar, som han under ca tio intensiva veckor levererar till sina kunder. Hela företagsplaneringen beror på dessa veckor då det ska skördas. Det ska under dessa veckor finnas tillgång till en spännande blandning grönsaker, som kunderna uppskattar. Därför har Pär valt att på sin halva hektar frilandsodling och på 400 kvadratmeter växthus odla runt 40 olika sorter grönsaker.

### Ramsjö gård

Anders Berlin är i full fart att sortera och packa grönsaker när jag kommer till gården för intervjun. Det är mycket som ska hinnas under

dagen: imorgon ska grönsakskorgar levereras till alla kunder. Vi tar grovingången in till huset och jag sätter mig vid köksbordet medan Anders lagar till sin frukost. Gården ligger strax utanför Björklinge, norr om Uppsala. Här har Anders tillsammans med sin fru Karin, som efterhand också ansluter till samtalet, sedan 1982 odlat grönsaker. Med åren har företaget övergått från odling av isbergssallad, till en mer diversifierad odling, som följde av parets övergång från mer traditionella försäljningsvägar till att nu driva grönsaksodlingen i andelsform<sup>1</sup>. Andelsjordbruket har de drivit i 17 år och odlingsarealen har under den tiden växt från runt en hektar till att nu omfatta mellan fem och sex hektar odling av grönsaker. Utöver grönsakerna odlas det även runt 30 hektar kulturspannmål som Anders, när tid finns, bakar bröd på till försäljning. Jag får uppfattningen att hållbarhet och hälsa är ledorden på Ramsjö gård: både Anders och Karin poängterar ofta hur viktigt det är att kunderna ska få hälsosamma och hållbart lokalt producerade grönsaker. De grönsaker som odlas på gården bestäms till stor del utifrån markens förutsättningar. Paret tar även hänsyn till sina medlemmars önskemål om vad som ska odlas - i enlighet med det partnerskap som är utmärkande för andelsjordbruk.

### Lindsbro trädgård

Det är en söndag i oktober och min färd går i nordöstlig riktning från Uppsala. Jag passerar Lindsbro herrgård och kort därefter svänger jag av på en liten grusväg. På en liten kulle ligger det vita huset där Satu Nenonen och Jyrki Vargraves, som driver Lindsbro Trädgård, bor. Vid stenvuren, som löper utefter trädgårdens gräsmatta lyser ännu blommande ringblommor i gula och orangea toner. På verandan står Jyrki och vinkar mig välkommen in i huset. Jyrki berättar att han och hans fru startade odlingen för 20 år sedan, i samband med att de köpte gården. Ett tag var produktionen KRAV-godkänd, men på grund av de höga certifieringskostnaderna, sett i relation till deras omfattning av odling, är de inte längre anslutna. Odlingen är ändå fortfarande ekologisk. Variationen av grönsaker som odlats är stor men det är tomater och vitlök som varit, och fortfarande är, de viktigaste grödorna. De har

---

<sup>1</sup> Ett andelsjordbruk bygger på ett partnerskap mellan producenten och konsumenten/andelsägaren (Andelsjordbruk Sverige, 2018). Utmärkande för andelsjordbruket är att ett avtal upprättas parterna emellan och konsumenten förbinder sig till producenten genom att betala en bestämd förskottsumma. Vid skörd eller slakt etc. tilldelas konsumenten sin andel.

gått några odlingskurser, men till största del har de provat sig fram och lärt sig under tiden de varit verksamma. Att hålla igång odlingsmarken och att få producera ”bra” mat, både till sig själva och till andra är centrala drivkrafter, får jag intrycket av. Satu serverar kaffe och äppelpaj som dottern har bakat inför mitt besök, och ansluter sig till samtalet. Vi kommer att prata om försäljningen av gårdens produkter. Till en början hade Jyrki en tanke på att han skulle kunna livnära sig enbart på grönsaksodlingen och de provade sig fram att sälja till restauranger och grossister. Det innebar mycket arbete och Jyrki kände att det skulle vara behagligare att, liksom sin fru, ta ett jobb vid sidan av och de drog ner på odlingsareal. De ca 500 kg grönsaker som produceras säljer paret till kunder på Bondens Egen Marknad i Stockholm varje lördag under hösten.

### Upplands Potatis

Jag slår numret till Micke och ser mig omkring på gårdsplanen. Micke svarar och säger ursäktande att han sitter i traktorn och inte är på gården. En solig dag som denna måste man ta tillvara. Mickes pappa Anders, som grundade Upplands Potatis, sitter på kontoret och svarar gärna på mina frågor. Anders berättar att han är på väg att gå i pension och har lämnat över verksamheten till Micke, men jag får en känsla av att han fortfarande har en viktig roll i driften av verksamheten. Gården har funnits inom släkten sedan 1700-talet, och det har alltid odlats potatis till viss del på gården. På 1960-talet bestämde sig Anders för att börja odla i mer omfattande skala. I dagsläget odlar de 30 hektar konventionell potatis av olika sorter. Ungefär samtidigt som Anders påbörjade odlingen av potatis startade han också en grossistverksamhet med försäljning av både konventionell och KRAV-odlad potatis. Att diversifiera sin verksamhet innebär också en säkerhet, menar Anders. Företaget har specialiserat sig på att sälja till dagligvaruhandeln, och profilerar sig genom att sälja potatis som är svensk och närproducerad – för Anders är det det som är ”ekologisk produktion”. Varje vecka levereras potatis till 25–30 matbutiker i Uppsalaområdet, vilka tar emot leveranser två eller tre gånger i veckan. Det är stora mängder potatis som finns på lagring i lokalen. Innan det är dags för avfärd ger Anders mig en rundvandring och jag förundras över de högteknologiska maskinerna som sorter, tvättar och packar potatisen.



## 7 Livsmedelsstrategin – en överblick

I följande kapitel ges en kort överblick av livsmedelsstrategin. Störst fokus läggs på att återge hur problematiken med dagens livsmedelsproduktion presenteras. Detta beror på att den problemformuleringen ligger till grund för den argumentation som regeringen för i livsmedelsstrategin.

I början av 2017 överlämnade regeringen propositionen ”En livsmedelsstrategi för Sverige – fler jobb och hållbar tillväxt i hela landet” till riksdagen (Regeringskansliet, 2018a). Propositionen antogs ett halvår senare, i juni 2017. Fram till 2030 ska livsmedelsstrategin verka vägledande för den svenska livsmedelspolitiken, och det övergripande målet är formulerat som följer:

I denna proposition föreslås det övergripande målet för strategin vara en konkurrenskraftig livsmedelskedja där den totala livsmedelsproduktionen ökar, samtidigt som relevanta nationella miljömål nås, i syfte att skapa tillväxt och sysselsättning och bidra till hållbar utveckling i hela landet. Produktionsökningen, både konventionell och ekologisk, bör svara mot konsumenternas efterfrågan. En produktionsökning skulle kunna bidra till en ökad självförsörjningsgrad av livsmedel. Sårbarheten i livsmedelskedjan ska minska. (Proposition 2016/17:104, s 1).

Livsmedelsstrategin bygger till stor del på den konkurrensutredning som regeringen tillsatte 2013 (Proposition 2016/17:104, s 6). Konkurrensutredningen hade två uppdrag. I uppdraget ingick dels att beskriva konkurrenskraften inom jordbruks- och trädgårdsproduktionen och dels att arbeta fram ett förslag på en strategi för en livskraftig och konkurrenskraftig jordbruks- och trädgårdsnäring (SOU 2014:38, s

15). Även aktörer från hela livsmedelskedjan har lämnat åsikter om livsmedelstrategins innehåll (Proposition 2016/17:104, s 7).

Enligt Beckman (2005, s 56) syftar politiskt formulerade texter många gånger till att föreslå en förändring. Det överensstämmer med livsmedelsstrategin som argumenterar för att livsmedelsproduktionen bör utvecklas i en bestämd riktning. För att kunna argumentera för denna önskvärda utveckling, måste också en beskrivning av dagens situation kring livsmedelsproduktionen formuleras (jfr Campbell, 2002, s 26f; Eriksson, 2017, s 14f). Genom att argumentera för varför en livskraftig livsmedelsproduktion är viktig kan regeringen legitimera livsmedelsstrategin (ibid.). Vad som i synnerhet lyfts fram som ett problem med dagens livsmedelsproduktion är att produktionen sjunker och att svenska lantbruk har tappat marknadsandelar, både på den inhemska marknaden, men också på den internationella marknaden (Proposition 2016/17:104, s 15ff). Det visar sig bland annat genom en allt högre andel av importerade varor på den svenska marknaden. Varför den sjunkande livsmedelsproduktionen i Sverige betraktas som en icke önskvärd utveckling beskrivs både ur ett nationellt perspektiv, likväl som ett globalt. En livskraftig inhemsk livsmedelsproduktion är av betydelse för att upprätthålla graden av självförsörjning och medför arbetstillfällen (Proposition 2016/17:104, s 10). Därtill produceras ”mjuka värden” såsom en levande landsbygd, natur- och kulturvårdande tjänster och ett vackert landskap (ibid.). Fördelen med en konkurrenskraftig svensk livsmedelsproduktion diskuteras även i relation till de klimat- och miljörelaterade utmaningar som världen står inför. I livsmedelsstrategin skriver man att det i Sverige ”finns goda förutsättningar för hållbar produktion med begränsad miljöpåverkan” (Proposition 2016/17:104, s 11). Sett ur ett hållbarhetsperspektiv är det därför relevant att Sverige ökar sin livsmedelsproduktion (Proposition 2016/17:104, s 11;17). En konkurrenskraftig livsmedelskedja med stor produktion är följaktligen av betydelse för att de ”positiva värden” som livsmedelsproduktionen i Sverige för med sig ska fortsätta produceras (Proposition 2016/17:104, s 17f).

För att nå det övergripande målet har regeringen i propositionen lämnat förslag på att insatserna ska fokuseras till vad de kallar tre ”strategiska områden” (Proposition 2016/17:104, s 22). Dessa tre strategiska områden är: 1) Regler och villkor, 2) Konsument och marknad, 3) Kunskap och innovation. Inom respektive område har specifika mål formulerats. De gemensamma nämnarna för hos målen inom

respektive område är: konkurrenskraft, ökad livsmedelsproduktion och hållbarhet. I propositionen redgörs man inte för hur man ska uppnå målen som presenteras. Detta anger man istället i den handlingsplan som regeringen tagit fram (Proposition 2016/17:104, s 18). Handlingsplanen är uppbyggd kring de tre strategiska områdena där regeringen listat vilka åtgärder som behöver göras samt presenterar uppdrag som tilldelats statliga myndigheter (Regeringens handlingsplan, 2017, s 3ff). Handlingsplanen kommer att uppdateras löpande och den nuvarande handlingsplanen är gällande fram till 2019.

## 8 Diskussion

I detta kapitel presenteras det empiriska materialet och min analys av detsamma. Kapitlet är organiserat under tre avsnitt vilka representerar de övergripande teman jag, genom min tematiska analys av odlarintervjuerna, har identifierat. Temana har identifierats med uppsatsens syfte och frågeställning som utgångspunkt. I diskussionen söker jag, utifrån utsagorna från de intervjuade, fånga den verklighet inom vilken respektive odlare driver sin verksamhet. Detta gör jag genom att identifiera möjligheter, begränsningar och förutsättningar, vilka är givna av strukturella faktorer i omvärlden men också givna av odlarnas personliga drivkrafter, mål och handlingskompetens. Parallellt förs en diskussion kring den ansvarsfördelning som livsmedelsstrategin presenterar för att nå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion. I denna argumentation framträder även en bild av primärproducentens (odlarens) handlingsutrymme. Respektive avsnitt avslutas med en konkluderande diskussion kring informanternas utsagor och livsmedelsstrategins skildring som sätts i relation till livsmedelsstrategins mål om en ökad inhemsk produktion av livsmedel.

I det första avsnittet i detta kapitel: ”Odlaren och marknadsförutsättningar” är det den ekonomiska kontexten inom vilken företagen driver sina verksamheter, och hur odlarna förhåller sig till och påverkas av marknaden, som ligger i fokus. I avsnittet som följer: ”Odlaren och samtiden” diskuterar jag hur odlarnas drivkrafter och mål inverkar på hur strukturella faktorer påverkar verksamheterna. I avsnittet diskuterar jag även hur förväntningar på primärproducenten från omvärlden kan tänkas påverka målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion. Under avsnittet som följer – ”Verksamheten och det offentliga” – är det lagen om offentlig upphandling och på vilket sätt den kan verka

begränsande och möjliggörande för odlarna som ligger i fokus. De olika avsnitten bygger på informanternas utsagor, men det resonemang som förs, och de slutsatser som presenteras är mina egna.

### Odlarna och marknadsförutsättningar

De möjligheter och begränsningar som odlarna möter i driften av sin verksamhet beror på den kontext respektive odlare är verksam inom. I detta avsnitt är det den ekonomiska sammanhanget inom vilken odlarna driver sina verksamheter, och hur de förhåller sig till marknaden, som ligger i fokus. Hur livsmedelsstrategin talar om marknaden och primärproducenternas relation till densamma diskuteras också.

### Den politiska viljan och praktikernas syn

En central förutsättning för att kunna driva ett företag, så som samtliga odlare beskriver det, är att det går att få lönsamhet i verksamheten. Sammantaget kan man utifrån informanternas utsagor förstå att grönsaksbranschen precis som övriga branscher inom de gröna näringarna möter utmaningar. Ekonomin är generellt pressad och branschen är kapitalintensiv tillika arbetsintensiv. Inkomsterna från själva odlingen är centrerade till en viss del av året och emellanåt är det brist på finansiella resurser. Vad som är utmärkande för odlarna är att de har funnit sätt att hantera förutsättningarna. De har olika ”strategier” för att sprida risker och bredda sina inkomstmöjligheter och därigenom säkra tillgången till finansiella resurser. På så sätt kan de upprätthålla sitt handlingsutrymme (Andersson cederholm & Sjöholm, 2014, s 141; jfr Säfström, 2017, s 12). Eric som driver Upplands trädgårdsprodukter liksom Anders som driver Upplands Potatis har förutom odlingen valt att diversifiera sina verksamheter genom att även driva grossistfirmor för att förbättra lönsamheten. De odlare som inte är beroende av inkomsten från odlingsverksamheten, utan har andra arbeten utanför odlingen, beskriver situationen något annorlunda. Jyrki på Lindsbro trädgård, likväl som Pär på Alsike trädgård ser inkomsten vid sidan av odlingen som en säkerhet att kunna bedriva odlingen i den skala de gör i dagsläget. Värt att nämna i sammanhanget är att även om lönsamheten är viktig för att kunna driva en grönsaksodling, har den inte alltid en överordnad betydelse. Anders på Ramsjö gård beskriver att man på en liten gård måste hitta olika vägar ”om man vill fortsätta”,

och han och Karin drev tidigare ett bageri i Uppsala där de bakade bröd på gårdens spannmål. Nu fokuserar de främst på sin grönsaksodling, men Anders beskrivning, likväl som de andra odlarnas utsagor pekar på att det är nödvändigt att kunna anpassa sig till de rådande ekonomiska förutsättningarna för att bibehålla sitt handlingsutrymme. Är det samma bild som framträder i livsmedelsstrategin?

För att kunna besvara frågan är det aktuellt att först förtydliga odlarna respektive strategins olika utgångspunkter. Det finns en övergripande politisk struktur med avseende på jordbrukets utveckling i Sverige som har konkretiserats genom livsmedelsstrategin. Livsmedelsstrategin ska främst betraktas som ett policydokument som framförallt anger vad regeringen vill uppnå med den inhemska livsmedelsproduktionen fram till 2030. Den visionen speglas i det övergripande målet. Medan odlarna talar om sina förutsättningar utifrån sina praktiska erfarenheter, utgår livsmedelsstrategin istället från en politisk vision. Den är således formulerad med ett specifikt syfte och det kommer att påverka den argumentation som regeringen för i strategin (jfr Beckman, 2005, s 56). Som tidigare nämnt är ett sätt att legitimera livsmedelsstrategin att beskriva varför den behövs. Den problembild som beskrivs i livsmedelsstrategin utgår från den vision regeringen har och berättar i huvudsak hur produktionen av livsmedel har minskat i Sverige och att svenskt lantbruk tappar marknadsandelar (Proposition 2016/16:140, s 15;17). För att möta dessa problem måste därför konkurrenskraften inom svensk livsmedelsproduktion förbättras. Det är i den bakgrundsbeskrivningen som skildringen av den ekonomiska situationen inom svensk primärproduktion framträder. Det huvudsakliga målet tycks inte vara att förbättra den finansiella situationen för primärproducenten. Utgångspunkten är istället på vilket sätt livsmedelskedjans konkurrenskraft bör förbättras.

För att nå målet om en konkurrenskraftig livsmedelkedja med en ökad inhemsk livsmedelsproduktion lyfts en ökad produktivitet som en av de viktigaste förutsättningarna:

För en resurseffektiv, hållbar och konkurrenskraftig livsmedelskedja är kontinuerlig produktivitetens utveckling avgörande för branschens överlevnad och för att den samtidigt ska kunna bidra till att möta de olika samhällsutmaningarna. Det är därför oroande, av konkurrenskraftsmässiga skäl, att produktivitetens utvecklingen i det svenska jordbruket har mattats av. (Proposition 2016/16:140, s 38).

I konkurrensutredningen som till stor del ligger till grund för livsmedelsstrategin konstateras att det inom de inriktningar inom primärproduktionen som redan idag uppvisar god konkurrenskraft, såsom spannmålsodlingen, har företagen genomgått en strukturomvandling och blivit större och mer effektiva (SOU 2014:38, s 72). Med anledning av att regeringen vill förbättra konkurrenskraften i hela livsmedelskedjan är det därför inte helt oväntat att livsmedelsstrategin ger uttryck för ett samband mellan produktivet, målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion och storlek på företag (jfr Eriksson, 2017, s 30). Även om livsmedelsstrategin nämner vikten av att effektivisera alla företag oavsett storlek (Proposition 2016/16:140, s 30), så antyds att det är större företag som har potential att öka den nationella produktionsvolymen.

En långsiktig inriktning av livsmedelspolitiken med ett uttalat mål om att livsmedelsproduktionen ska öka är av avgörande betydelse för framtida politiska beslut. Det skapar också en stabilitet och förutsägbarhet som kan gynna de företag inom livsmedelskedjan som vill öka sin produktion, växa och investera för en långsiktig hållbar produktion. Förutsättningar för att öka produktionen ska skapas genom ökat fokus på produktivitet och konkurrenskraft, inte genom att öka mängden stöd i livsmedelssektorn. (Proposition 2016/16:140, s 20).

Som citatet visar kommer ett uttalat mål om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion vara gynnsamt för de företag som vill växa och öka sin produktion. Implicit betyder det att en ökad produktion av inhemska livsmedel inte främst ska ske genom *fler* småföretag (jfr Eriksson, 2017, s 24).

Odlarna som tar sin utgångspunkt i den praktiska verkligheten diskuterar dock inte i termer av produktivitet och att växa. För dem är det lönsamheten som är avgörande. Visserligen ligger en ökad produktivitet och en förbättrad lönsamhet nära, men det finns andra sätt att skapa värden. Alsike trädgård, som drivs av Pär, är ett exempel. Han har,

precis som de övriga odlarna, valt en företagsform som stämmer överens med sin målbild, sina drivkrafter och handlingskapacitet. Pär säljer sina grönsaker genom grönsakskassar, där idén bygger på att under hela säsongen kunna leverera en ”spännande blandning” av grönsaker som konsumenterna uppskattar. Det behöver nödvändigtvis inte betyda att det som odlas är bäst lämpat för jordmånen, och är därför inte det som ur ett produktivitetssperspektiv är den mest effektiva användningen av marken. Anders på Upplands Potatis känner igen den politiska retoriken som förespråkar storleksrationalisering, men han ser inget självändamål i att växa.

Ja, man ska bara öka och öka och bli stor och stor. Så tappar man greppet och så tappar man kvaliteten och då är man snart borta. Mh, så är det. (Anders Johnsson, konventionell potatisodlare)

”Man ska ha en lagom kostym”, menar Anders och pekar på två typer trösklar som motverkar strategin att växa i sin verksamhet. Som citatet visar ändrar företaget karaktär vid en expansion. Det blir mer splittrat, med fler moment, såsom ökad planering och arbetsledning och företagaren tappar fokus från själva odlingen. Anders förklarar vidare att en expansion av företaget skulle innebära att mer potatis måste köpas in, men med brist på närliggande potatisodlare skulle upptagningsområdet bli större. Då faller deras affärsidé; på det sättet det profilerar sig, eftersom potatisen inte längre är närodlad.

Inte heller tycks de praktiska möjligheterna till att utöka eller växa alltid finnas. Det kan dels bero på att odlaren själv inte vill att företaget ska växa och kan dels bero på en svag lönsamhet bland annat till följd av en marknadsorienterad politik. Pär på Alsike trädgård säger själv att han inte är någon kandidat för ett ”storskaligt system”, men pekar på vad som generellt råder vid en företagsexpansion för ett jämförelsevis mindre företag. Det är inte ovanligt att man vid en övergång till en större produktion också specialiserar sin odling med ett högre beroende av maskiner som följd. Det kräver investeringar, både i maskiner men också i lokaler för att ha möjlighet att lagra grönsakerna. Med det följer även en större osäkerhet. För att kunna nå en bättre lönsamhet, då genom expansion som uppmuntras av livsmedelsstrategin, måste företagets lönsamhet initialt vara god för att ha kapitalet som krävs vid en investering. För jämförelsevis större företag där arbetet främst sker maskinellt och där nödvändiga investeringar i t.ex.



lagerlokaler gjorts är däremot tröskeln att expandera (ytterligare) inte lika hög.

### Konkurrens och regelverk

Storsamhället kan ta sig till uttryck för lantbrukare i form av marknaden (Nordström Källström, 2008, s 41; jfr Duram, 2000, s 40), så och för odlarna i denna studie. Förutsättningarna att som grönsaksodlare kunna hävda sig på marknaden beror delvis på vilka resurser odlarna själv innehar såsom kapital och tillgång till försäljningskanaler, men även vilka resurser som övriga aktörer på marknaderna förfogar över. Därtill påverkas odlarnas handlingsutrymme av nationell politik som genom lagstiftning och bestämmelser anger riktlinjerna.

Sverige är sedan EU-inträdet en del av EU:s inre marknad som kännetecknas av fri rörlighet av varor, tjänster, kapital och personer. Som ett led i att marknaden öppnas för samtliga EU-länder ökar konkurrensen (Kommerskollegium, 2018). Eric, konventionell potatis- och morotsodlare, menar att det hindrar de svenska odlarna eftersom konkurrensen inte sker på lika villkor.

Problemet för trädgårdsnäringen, och det gäller säkert helt lantbrukssektorn, är att vi inte arbetar på samma villkor på EU-marknaden. Det är tufft med alla pålagor med skatter. Vi kan inte konkurrera om vi inte har samma förutsättningar från början. Vi har dessutom klimatet emot oss. (Eric Winding, konventionell potatis- och morotsodlare)

Eric understryker att ha regler och kontrollorgan i sig inte är fel, men att de jämförelsevis högre kostnaderna svenska lantbrukare måste hantera ger en konkurrensnackdel på den liberaliserade marknaden. I sammanhanget lyfter Eric främst fram energiskatten som fördyrande. Denna ”orättvisa” ställer också högre krav på den enskilda odlaren att bevaka sina intressen och Eric, som sitter med som förtroendevald i många branschorganisationer, beskriver det som en stor utmaning att ständigt vara tvungen att lobba och argumentera för att statsmakten ska jämställa svenska odlare med sina internationella konkurrenter. En studie genomförd av LRF (2013, s 5) pekar, precis som Eric nämnt, på att svenska producenter i jämförelse med andra EU-länder betalar en högre energiskatt på drivmedel och bränsle. Även arbetsgivaravgifterna och inkomstskatten ligger jämförelsevis högre, vilket påverkar

konkurrenskraften negativt. Å andra sidan ligger elskatten i Sverige på en jämförelsevis lägre nivå, och Sverige saknar helt jordskatt, som istället ger konkurrensfördelar på EU-marknaden (ibid.). Samtidigt kan exempelvis de mer långtgående regelverken i Sverige kring besprutning också ge svenska livsmedel en konkurrensfördel, eftersom många konsumenter köper svenska produkter just på grund av den jämförelsevis mer miljövänliga livsmedelsproduktionen.

Certifieringsorgan lyfts i flertalet av intervjuerna fram som en aktör med stort inflytande att påverka konsumenters livsmedelsinköp. Till följd av konsumenters ökade medvetenhet kring hur livsmedelskonsumtionen påverkar miljön, finns livsmedelsmärkningarna för att vägleda konsumenterna att göra hållbara och etiska val (Gruntert, et al., 2013, s 177). Ur ett producentperspektiv finns det marknadsfördelar för företag att vinna vid anslutning till olika livsmedelscertifieringar (Björkholm & Olsson, 2011, s 10). En märkt produkt ökar trovärdigheten hos kunden och genom att märka sina varor kan producenten vinna marknadsfördelar då certifieringar ofta är ett krav hos marknaden. En av de mest kända märkningarna av livsmedel i Sverige är KRAV, som certifierar ekologisk produktion. Den ekologiska livsmedelsproduktionen framställs i regel som en mer miljövänlig produktionsform än den konventionella. Med hänvisning till den ovan förda diskussionen, kan det därför vara en konkurrensfördel för de företag som har möjligheten att KRAV-certifiera sina produkter. Med ”möjlighet” avses dels att uppnå de krav som ställs av certifieringsorganet och dels att företaget har de finansiella resurserna som krävs för att kunna certifiera sig. Av de ekologiska odlare som intervjuats i denna studie har samtliga varit, eller är idag, anslutna till KRAV. De certifierar inte enbart produkter från Sverige utan även produkter över hela världen, något som Eric, konventionell potatis- och grönsaksodlare är kritisk till.

...jag är väldigt inblandad och sitter med i certifieringsorgan. KRAV är ju ett varumärke idag. En svensk standard. Jag har tyvärr problem med att man tar in KRAV-odlade grönsaker från andra länder. För då följer man helt plötsligt [de andra ländernas] nationella regler. Vissa insatser är förbjudna i Sverige men tillåtna i övriga Europa. (Eric Winding, konventionell potatis- och morotsodlare)

Det ska understrykas att Eric inte är kritisk mot märkningen KRAV – han tycker tvärtom att det är bra att den finns. Däremot ifrågasätter han att olika länder följer skilda föreskrifter anpassade efter nationella regelverk. Det finns då en risk att konsumenter vilseleds, till nackdel för svenska produkter.

En ytterligare maktspelare på marknaden som lyfts fram under intervjuerna är dagligvaruhandeln. Dagligvaruhandeln utgörs av ett fåtal större aktörer. Om man som odlare vill leverera till dagligvaruhandeln, finns det därför ett begränsat antal butikskedjor att sälja sina produkter till. Av de intervjuade odlarna berättar alla, förutom Anders och Karin på Ramsjö gård, att det har någon typ av relation till dagligvaruhandeln – antingen som nuvarande leverantör eller som föredetta leverantör. Främst talar odlarna om dagligvaruhandelns prissättning och på vilket sätt den inverkar på företagsdriften.

Om en odlare får 2,50 kronor kilot för sorterad vara [när hen säljer till dagligvaruhandeln] så kostar den nästan 10 kronor i butiken. Du har momsens också, men den ligger bara på 12 % [på livsmedel]. Priset sätts i butik, sen räknas det ner. Det som är kvar får odlaren. Tyvärr är det så. (Anders Johnsson, konventionell potatisodlare)

Citatet ger uttryck för maktlöshet: som specialiserad på att sälja sina produkter till dagligvaruhandeln är Anders beroende av inkomsterna från försäljning till butik, men han saknar inflytande över prissättningen. Liknande utsagor känns igen från en tidigare studie över konkurrenssituationen för grönsaksodlingen i Skåne, där dagligvaruhandeln beskrivs som en aktör med stort inflytande över prissättningen på marknaden (Lund & Lundgren, 2008, s 41ff). Det är en bild som också Pär på Alsike trädgård kan styrka. Dagligvaruhandelns konkurrensfördel gentemot odlarna har delvis förstärkts av öppna handelssystem där billiga produkter kan importeras, menar han. För att kunna konkurrera med de jämförelsevis lägre priserna i mataffären får man, som relativt liten grönsaksproducent, hitta lösningar för att ska kunna driva sin verksamhet:

Du måste nischa dig på något sätt /.../ ICA kör sina kampanjer: ”Plocka en hink rotsaker för 3:90 kronor kilot.” Vem konkurrerar med det? Det gör man ju inte. Det blir ju fånigt. Nu gör ju ICA det som en kampanj. De får inte ut något av det mer än att det drar till sig folk till butiken. (Pär Eklund, ekologisk grönsaksodlare)

Med ”att nischa sig” avser Pär att övergå från att sälja sina produkter via de mer traditionella försäljningskanalerna till att sälja direkt till kund. Jyrki och Satu på Lindsbro trädgård beskriver en liknande bild, och de har övergått från att sälja till dagligvaruhandeln till att istället enbart sälja sina grönsaker på Bondens Egen Marknad. Den insats det innebär i tid att märka produkterna utifrån branschens krav vägdes inte upp av betalningen för grönsakerna.

I citatet från intervjun med Pär framkommer ytterligare en problematik med de jämförelsevis låga försäljningspriserna som dagligvaruhandeln, med sina kapitalresurser, ”har råd” att sätta i butikerna. Det finns en risk att den låga prissättningen, i synnerhet under skördesäsongen, osynliggör den faktiska kostnaden att odla grönsaker. Det i sin tur kan påverka i vilken utsträckning konsumenter är villiga att betala för svenska grönsaker. Å andra sidan, om man nischer sig, och väljer försäljningskanaler utan mellanhänder får man också ett klientel, menar Pär, som är beredda att betala ett högre pris för produkterna (se även Lund & Lundgren, 2007, s 45). Att nischa sig kan således ses som ett sätt att hantera strukturella faktorer i form av marknadskrafter. Genom att inrikta sin försäljning till en konsumentgrupp som är mindre priskänslig följer en större tillgång på finansiella resurser och ett bibehållet handlingsutrymme.

Dagligvaruhandeln lyfts också i livsmedelsstrategin som en maktspelare, med avseende på hur dagligvaruhandeln påverkar konkurrensen på marknaden:

Konkurrenskraftsutredningen konstaterar att både dagligvaruhandeln och förädlingsledet har en betydande köpar- och säljarmakt gentemot tidigare och senare led i livsmedelskedjan. Primärproducenten har enligt utredningen ofta svårt att påverka avräkningspriser. (Proposition 2016/17:104, s 69)

Varför maktobalansen mellan livsmedelskedjans aktörer framställs som ett problem går att koppla till livsmedelsstrategins syn på konkurrens. Då odlarna talar i termer av konkurrensutsatthet som drivits på av det öppna handelssystem som odlarna är en del av, talar livsmedelsstrategin istället om konkurrensens fördelar, i enlighet med den nyliberala tankegång som genomströmmar livsmedelsstrategin (jfr

Eriksson, 2017, s 27). Konkurrens lyfts i strategin därmed fram som något positivt som ska bidra till tillväxt inom livsmedelssektorn och ge lönsamma företag. Det förutsätter dock att konkurrensen är ”väl fungerande” (Proposition 2016/17:104, s 68), varför dagligvaruhandelns makt anses problematisk.

Den politiska inställningen till konkurrens visar sig även i ansvarsfördelningen som framkommer i livsmedelsstrategin, dvs vem regeringen tilldelar ansvaret att nå det övergripande målet:

Livsmedelsstrategin anger förutsättningarna för det fortsatta långsiktiga arbetet för en konkurrenskraftig livsmedelskedja mot slutåret 2030 och riktar sig till hela livsmedelskedjan. I genomförandet av strategin är därmed engagemang hos, och samverkan mellan, berörda aktörer på lokal, regional och nationell nivå av central betydelse. Livsmedelskedjans företag och organisationer har ett stort ansvar att själva bidra till strategins måluppfyllelse och deras egna insatser och åtgärder är av avgörande betydelse för strategins framgång. (Proposition 2016/17:104, s 26)

I citatet blir det tydligt att staten tar ett steg tillbaka och ansvaret att arbeta för att nå (det politiskt formulerade) målet flyttas, i nyliberal anda från staten till marknaden (Nyberg, 2015, s 508), som inkluderar odlarna. Odlarna, och resten av marknadens aktörer, tilldelas här av staten en viktig resurs: förtroende. Genom förtroendet får de också inflytande (ofrivilligt eller frivilligt) att påverka utvecklingen. Det ska dock nämnas att det är skillnad på retoriskt tilldelat inflytande och hur utfallet ser ut i praktiken: som diskuterats ovan är marknadens aktörer inte jämbördiga. Dessutom förutsätter staten, som citatet visar, att livsmedelskedjans aktörer skriver under på livsmedelsstrategins mål och *vill* arbeta för att öka den inhemska livsmedelsproduktionen. Det är också på de premisserna som marknadens aktörer blir tilldelade förtroendet.

Även om ansvaret läggs på marknaden har staten en viktig roll att spela. Enligt Nyberg (2015, s 509) så återfinns man ofta i nyliberala resonemang att statens ansvar är att upprätthålla ett ”stabilt regelverk för en fungerande konkurrens på marknaden”. Den rollbeskrivningen återfinns vi också i livsmedelsstrategin. Regeringen argumenterar där för att förbättra konkurrenskraften och för att möjliggöra en ökad produktion måste skatter och avgifter –dvs *formella regler* – fungera ändamålsenligt (Proposition 2016/17:104, s 28). Här lyfts bland annat beskattning av produktionsmedel och bekämpningsmedel ha negativ

påverkan på konkurrenskraften (Proposition 2016/17:104, s 28). I argumentationen framkommer således att det genom *ändamålsenliga* ekonomiska styrmedel och regler skapas bättre förutsättningar för primärproducenten att driva sitt företag. Är systemet uppbyggt kring ändamålsenliga skatter och regler leder det till ett utökat handlingsutrymme för producenterna.

Hur väl de rådande lagarna, och skatter och avgifter, kan betraktas som begränsande för de odlare som intervjuats i denna studie, tycks korrelera med företagets storlek. Under intervjuerna med mindre odlarna kommer inte lagstiftningen och skatter på tal. Eric och Anders, som driver de två jämförelsevis större företagen i denna studie: Upplands trädgårdsprodukter respektive Upplands Potatis, uttrycker å andra sidan att lagar, regler och skatter generellt sett är hindrande i driften av verksamheten. Det är främst de förhöjda kostnaderna som påtalas. Eric påpekar, precis som livsmedelsstrategin nämner, att beskattningen av produktionsmedel, försämrar möjligheterna att konkurrera på marknaden. Som större företag med många typer av verksamheter ökar också de regler odlaren måste förhålla sig till och de kontroller som följer. Det är inte kontrollerna i sig de har synpunkter på, men Anders beskriver det som fördyrande eftersom odlaren själv betalar kontrollerna. Dessutom avsätter odlaren produktionstid för att ta emot kontrollanterna. Det blir i sin helhet ett effektivitetsproblem. Dessutom pekar Anders på ett ineffektivt system: de olika kontrollanterna kontrollerar i stort sett samma saker, menar han. Detta pekar på att *formella regler* faktiskt begränsar handlingsutrymmet hos de jämförelsevis större odlarna som intervjuats i denna studie.

Regeringen ska inte enbart skapa förutsättningar genom uppdaterade regelverk. För att nå målet är det av vikt att livsmedelskedjans aktörer har möjlighet att samlas och kunna föra dialog och utbyta erfarenheter (Proposition 2016/17:104, s 26). För att understödja denna samverkan ska regeringen tillsätta ett nationellt råd där aktörer från livsmedelskedjan är representerade (Regeringens handlingsplan, 2017, s 5). Det går i linje med den ansvarsförskjutning från staten till marknaden som strategin öppnar upp för. Det kan rimligen härledas till den nyliberala kritiska synen på politiken som karaktäriseras av "egenintresse" och därmed saknar förmågan att ta beslut som gynnar samhället i stort (Nyberg, 2015, s 509).

## Odlarna och marknadsförutsättningar i relation till det övergripande målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion

Utsagorna från informanterna har visat att det är många aktörer som drar upp riktlinjerna för den marknad som odlarna är aktiva på. Odlarna har inte enbart de politiska visionerna, uttryckta i livsmedelsstrategin, att förhålla sig till. Även andra strukturella faktorer som hör storsamhället till gör sig påmind. Här nämns en liberaliserad marknad till följd av EU-medlemskapet, nationella regelverk och starka marknadsaktörer som påverkar prissättningen. Certifieringar påverkar konsumenternas och butikernas val. Det är följaktligen många intressen som möts på marknaden. Utsagorna påvisar även att odlarna själva saknar resurser att påverka asymmetrin på marknaden. Däremot kan odlarna förbättra sina förutsättningar, genom att finna vägar att utöka sitt handlingsutrymme, exempelvis genom att nischa sig.

Den politiska retoriken i livsmedelsstrategin är influerad av nyliberala tankegångar (Eriksson, 2017, s 27), och betydande ansvar att nå målet om en ökad inhemsk produktion läggs på marknaden som odlarna är en del av. Följaktligen är en framgångsrik livsmedelsstrategi beroende av att kedjans aktörer arbetar för samma vision. Att uppfylla livsmedelsstrategins mål är dock inte nödvändigtvis det primära intresset för marknadens aktörer. Visionen är dessutom formulerad med ett politiskt tolkingsförträde och påverkar hur man ser på det ”rätta sättet” att nå målet: en ökad produktion ska nås genom ökad produktivitet och gärna växande livsmedelsproducerande företag – inte främst genom fler mindre producenter. Generellt sett är större livsmedelsproducerande företag mer lönsamma än mindre, något som konkurrensutredningen påvisar (SOU 2014:38, s 33). På så vis känns livsmedelsstrategins tankegång inte helt främmande. Det har dock visat sig att odlarna inte helt delar regeringens visioner om att växa. Många gånger tycks motivation och incitament saknas, och till viss del, även ekonomiska resurser, vilket kan begränsa handlingsutrymmet. Det är troligt att livsmedelsstrategins åtgärder särskilt kommer att gynna de företag som delar regeringens vision och anammar det ”rätta” tillvägagångssättet för att nå målet. Dessa företag kommer troligen få en starkare konkurrenskraft gentemot andra primärproducerande företag. En fråga som uppkommer i sammanhanget är: hur kommer de företag som varken kan eller vill växa och/eller öka sin produktion påverkas av livsmedelsstrategin?

Staten lämnar inte helt och hållet ansvaret till marknaden att nå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion utan beskriver sin roll som att ”skapa förutsättningar” och utöka handlingsutrymmet hos primärproducenter. Detta ska bland annat ske genom åtgärder för regelförenklingar och genom ändamålsenliga skatter och regler. Det är en balansakt att öka konkurrenskraften och produktionen genom förenklingar utan att samtidigt göra avkall på de starka mervärden som förknippas med svenskt jordbruk. Ett mer långtgående regelverk ger också svenska produkter en konkurrensfördel. Ännu ett sätt genom vilken regeringen ämnar skapa förutsättningar är att förbättra livsmedelskedjans aktörers möjlighet till dialog och samarbete. Enligt Nordström Källström (2008, s 144) saknas det inom svensk politik ”verktyg för att hantera lantbrukets heterogenitet”. Däremot kan ett arbetsätt, menar Nordström Källström (ibid.), som riktar in sig på *kommunikation* och *samverkan* fungera som ett bra komplement till ”traditionella styrmedel” för att skapa förutsättning för förändring. Möjligen kan regeringens vision att skapa möjlighet för livsmedelskedjans aktörer att föra dialog och samarbeta därmed vara ett steg mot att uppnå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion. Odlarna i denna intervju har själva inte efterfrågat en arena för att kunna kommunicera med andra aktörer i livsmedelskedjan, men i ett nationellt perspektiv och i diskussionen kring hur målet ska nås, kan förutsättningar för kommunikation mellan livsmedelskedjans aktörer bli värdefull. Det förutsätter dock att livsmedelskedjans aktörer får förutsättningarna att *förstå* och *lära* av varandra – inte att arenan blir en plats för regeringen att försöka implementera beslut de redan tagit (Hallgren & Ljung, 2005, s 98). Därtill, baserat på ovan förda diskussionen med avseende på maktasymmetrin mellan livsmedelskedjans aktörer, kan det även vara relevant att reflektera över om *samtliga* aktörer faktiskt gynnas av en arena för kommunikation.

### Odlarna och samtiden

Hur odlarna har utformat och driver sin verksamhet beror till stor del på odlarnas målbilder och värdegrund. Samtidigt möter odlarna förväntningar från storsamhället om hur verksamheten bör bedrivas och varför. Det mötet är ämnet för detta avsnitt.



## Vem är odlaren?

Genom beskrivningar av sina målbilder och värdegrunder, framträder hur informanterna ser på sin uppgift och roll som grönsaksodlare. Den personliga värdegrunden påverkar hur odlarna väljer att driva sina företag och det inverkar i sin tur på hur odlarna påverkas av strukturella faktorer i driften av sin verksamhet (jfr Duram, 2000, s 40;41).

Det finns tre begrepp som förenar odlarna, även om hur de talar om respektive begrepp kan skilja sig dem emellan: *engagemang*, *stolthet* och *ansvar*. Samtliga av de intervjuade berättar att det var ett intresse för odling som fick dem att starta sina respektive företag. Optimism och en tro på att det man gör är värdefullt är båda drivkrafter som framträder i informanternas utsagor. Odlarna förenas också under ”stolthet” – stolthet att få producera ”bra livsmedel”. Med bra livsmedel hänvisar odlarna dels till hälsosamma och dels näringsriktiga produkter. Både Eric på Upplands trädgårdsprodukter och Anders på Upplands Potatis understryker t.ex. hur nyttig potatisen är. De resterande, tillika ekologiska odlarna, inkluderar tydligare ett hållbart produktionssätt under begreppet ”bra”. Att bruka jorden på ett hållbart sätt kan även syfta till begreppet ”ansvar” som även det sammanbinder odlarna, om än med skilda innebörder. Ansvar kan handla om att bruka jorden överhuvudtaget som Jyrki på Lindsbro trädgård talar om:

Visst ger det [odlingen] lite tillskott. Men att ibland tänker jag: ”Vad ska jag annars göra om inte det här”. Eftersom vi bor såhär skulle det nästan vara skamligt att inte nyttja marken. (Jyrki Vargraves, ekologisk grönsaksodlare)

För Anders, som startade Upplands Potatis, tycks ansvar koppla till att driva familjens arv vidare. Gården har funnits i familjens ägor sedan 1700-talet, och där har alltid bedrivits någon form av odling eller annan jordbruksverksamhet. Eric som driver Upplands trädgårdsprodukter beskriver även sin roll som odlare med en nostalgisk underton, men utgår tydligare från samhällsnyttan i skapandet av de imateriella värden som lantbruket för med sig, såsom öppna, vackra landskap.

Ett sätt att beskriva synen på sig själv som odlare är att berätta vem man inte är. Anders på Ramsjö gård har drivit sitt företag med utgångspunkten ”varför ska man inte kunna leva kvar som bonde och producera mat”. Han utvecklar det vidare och menar att som han ser

det har jordbruket två vägar att gå: att antingen industrialiseras eller att lokaliseras. Anders och Karin har valt att lokalisera sig och funnit sätt att driva sin verksamhet utifrån missionen att odla ”bra mat” i enlighet med vad kunderna efterfrågar. Att driva ett ekologiskt andelsjordbruk är ett sätt som fungerar utifrån vad de tycker är viktigt – hållbarhet och konsumentens närhet till livsmedelsproduktionen, vilket inte helt rymmer med det storskaliga systemet. Begreppen hållbarhet och närhet används alltså som argument för att driva en jämförelsevis mindre livsmedelsproduktion. I sammanhanget kan nämnas att även livsmedelsstrategin argumenterar för betydelsen av en hållbar och nära produktion (Proposition 2016/17:104, s 37f) men då i syfte att legitimera visionen om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion.

Även Pär på Alsike trädgård beskriver sin syn på sig själv som odlare i jämförelse med det storskaliga systemet: det har aldrig varit ett alternativ för honom. Han uppskattar friheten och glädjen i odlingen, och understryker tydligt att ekonomin har underordnad betydelse:

Jag har alltid drivits av att man ska göra något som man tycker är kul och hitta former för det. Jag har inte varit jätteintresserad av att tjäna jättemycket pengar, eller att man ska ha pensionsfonder eller något likande. Det har aldrig varit drivkraften. (Pär Eklund, ekologisk grönsaksodlare)

Till skillnad från Pär lägger Anders som driver Upplands Potatis och Eric på Upplands trädgårdsprodukter större vikt vid det ekonomiska utfallet. Båda är måna om att företagen ”kan stå på egna ben” och generera en bärande inkomst. Det är en av anledningarna till att de valt att odla konventionellt. De menar båda att ekologiska producenter i högre grad är beroende av ersättningar och därmed är mer känsliga för svängningar i politiken. Samtidigt ger Anders och Eric, i jämförelse med de mindre odlarna, uttryck för en tydligare sårbarhet inför marknadskrafter och för föränderliga politiska beslut. För att företagen ska ha kunnat blivit bärkraftiga har en expansion varit nödvändig och med den större investeringar. Detta har möjliggjort en större produktion och effektivare försäljning, men med en större exponering ökar också risken för att odlaren själv inte kan kontrollera sin marknad.

Poängen med att beskriva odlarnas drivkrafter och värdegrunder är att jag vill visa på att grönsaksodlarna, precis som andra yrkesverksamma inom jordbruket (Nordström Källström, 2008, s 23f), är en yrkesgrupp med olika intressen och mål. De har valt att utveckla sina

företag olika med avseende på storlek och produktionsinriktning samt att arbeta med skilda försäljningskanaler. Det som likväl förenar företagen är den centrala drivkraften: upplevelsen av ett personligt värdeskapande (jfr Andersson Cederholm & Sjöholm, 2014, s 141;143). Man vill vara en positiv kraft i ”det gröna samhället”.

Livsmedelsstrategin tar, av förklarliga skäl, utgångspunkt i ett samhällsligt perspektiv i diskussionen om värdeskapande: vad kan lantbruket bidra med som kommer samhället i stort till gagn? Genom beskrivningar av vad lantbruket kan bidra med skapas indirekt förväntningar på hur den enskilde primärproducenten bör agera och bedriva sin verksamhet. Primärproducenten tilldelas en roll. En roll kan beskrivas som ”de förväntningar och normer som är förknippade med en social position eller uppgift” (Nationalencyklopedin, 2018). Knutet till en roll står ett förväntat beteende och de människor som då tillskrivs en viss roll, tillräknas således förväntningar om ett visst agerande (Abercrombie, 1994, s 360ff; jfr Nordström Källström, 2008, s 133). Det rör sig alltså om *informella regler*, dvs uttalade eller outtalade förväntningar på en person i en given situation. Den ”givna situationen” kan i sin tur härledas till livsmedelsstrategins formulerade problembild över dagens produktion av livsmedel.

I livsmedelsstrategin framkommer tre olika roller som lantbrukaren har: primärproducenten som ekonomiskt rationell, primärproducenten som natur- och kulturvårdare och primärproducenten som entreprenör. Samtliga roller kan härledas till en samtida syn om vad jordbruket ”är”. Som argumenterat för i tidigare kapitel antyder livsmedelsstrategin att den ökade produktionen främsta ska ske genom växande företag. Jordbrukets produktivitet bör förbättras för att på så vis förbättra konkurrenskraften (Proposition 2016/17:104, s 16;18;20) i enlighet med den nyliberala tankegång som återfinns i livsmedelsstrategin (jfr Nyberg, 2015, s 509; Eriksson, 2017, 27f). Det innebär i sin tur att primärproducenterna bör agera ekonomiskt rationellt i driften av sina verksamheter. Det faktum att produktionen av livsmedel under en tid minskat medför att risken att de immateriella värden som en brukad jordbruksmark bär med sig också de minskar (Proposition 2016/17:104, s 17f). Denna argumentation går att härleda till den multifunktionella diskurs som också den definierar livsmedelsstrategin (Eriksson, 2017, s 27). Genom formuleringar såsom: ”Ett aktivt jordbruk bidrar med ett varierat landskap som inkluderar öppna fält, landskapselement, betesmarker och en mångfald av kulturmiljöer” (Propo-

sition 2016/17:104, s 10) tillskrivs primärproducenten rollen som en ”natur- och kulturvårdare”. Den moderna och effektiviserade livsmedelsproduktionen, som livsmedelsstrategin och tycks efterfråga, brukar däremot sällan producera värden som är förknippade med natur- och kulturvård (Flygare & Isacson, 2003, s 320). Inte heller skapas den landskapsbild som besökare värdesätter (ibid.). Lantbrukaren som natur- och kulturvårdare kan vi kanske därför förstå i ljuset av det samtida, urbana samhällets romantiska syn på lantbruket (jfr Flygare & Isacson, 2003, s 319ff; Nordström Källström, 2008, s 32; Eriksson 2017, s 25f). En tredje roll uppmärksammas i texten: primärproducenten som entreprenör som utvecklar nya affärsidéer och utökar företaget med andra verksamheter (Proposition 2016/17:104, s 10). I livsmedelsstrategin beskrivs de diversifierade företagen som en del av den ”dynamiska utveckling” som både bidrar till arbetstillfällena och ökar konkurrenskraften (Proposition 2016/17:104, s 32). Att lantbrukaren ska övergå från en mer traditionell roll som enbart livsmedelsproducent till en innovativ entreprenör, som diversifierar sin verksamhet, har manats på av både politiken och av branschorganisationer, skriver Nordström Källström (2008, s 83f). En förklaring till det kan härledas till att landsbygden har blivit en plats för rekreation och vad Andersson Cederholm och Sjöholm (2014, s 139) kallar en ”konsumtionsfär” där ”landsbygdens livsstil” blir något för besökare att uppleva och konsumera.

Samma karaktärsdrag, såsom de beskrivs i livsmedelsstrategin, känns igen hos de intervjuade odlarna, men *hur* odlarna talar om sig själva och den bild som framkommer i strategin skiljer sig åt. Skillnaden hur odlarna respektive livsmedelsstrategin talar om ”verkligheten” framträder tydligast i diskussionen kring odlaren (primärproducenten) som landsbygdsentreprenören som diversifierar sin verksamhet. I livsmedelsstrategin tilldelas landsbygdsentreprenören vissa personlighetsdrag och egenskaper såsom innovativ och kreativ. Det är drag som går att härleda till en samtida diskursiv bild av landsbygdsentreprenören (jfr Andersson Cederholm & Sjöholm, 2014, s 139f). Dessa specifika personlighetsdrag betraktas således som en resurs som skapar handlingsutrymme och därmed förväntningar om vad primärproducenten *kan* göra (ibid.). Att så många landsbygdsföretag diversifierar sin verksamhet kan dock, enligt författarna (ibid.), oftast inte förklaras genom lantbrukares entreprenörsanda utan snarare genom att det varit nödvändigt för dem att utöka sina inkomstkällor. Det känner vi även igen hos några av de odlare som intervjuats i denna studie. Hos Eric

på Upplands trädgårdsprodukter, Anders på Upplands Potatis samt hos Karin och Anders på Ramsjö gård, finns de, av storsamhället skapade, drag som associeras med landsbygdsentreprenören. De har alla på något sätt, i dagsläget eller tidigare, diversifierat sin verksamhet. Diversifieringen kan dock, utifrån vad odlarna berättar, inte främst härledas till några ”entreprenöriella personlighetsdrag”, utan kan snarare förklaras som en reaktion på att det som grönsaksproducent kan vara svårt att få lönsamhet i företaget genom enbart odlingen. Diversifieringen kan därför ses som ett sätt att öka tillgången till finansiella resurser och därmed utöka sitt handlingsutrymme.

### Kunskap och intresse

I storsamhället kring odlaren finns konsumenter och deras efterfrågan (Nordström Källström, 2008, s 50). Samtliga informanter, förutom Anders på Upplands Potatis, beskriver att under de år de drivit sina verksamheter har intresset för (närproducerade) grönsaker ökat. Det är en utveckling i konsumenters efterfrågan som även tidigare studier har identifierat (se Lund & Lundgren, 2007, s 46; Persson, 2013, s 39). Med det ökade intresset följer även en ökad efterfråga och därmed utökade möjligheter för grönsaksodlare att sälja sina produkter. Förklaringarna till det ökade intresset kopplar informanterna själva i regel till strömningar i samtiden. Som pådrivande krafter bakom det ökade intresset för grönsaker menar odlarna, står klimatdebatten och en medvetenhet hos konsumenterna vad kosten har för inverkan på hälsan och miljön. Kunderna har ett intresse av att äta ”rätt”. Ordet ”rätt” har i sammanhanget ytterligare en innebörd. Utmärkande för dagens samhälle är att människor väljer sin livsstil (Johansson, 2007, s 440), vilket också visar sig i livsmedelskonsumtionen (Falguera, et al. 2012, s 275). Det ökande intresset för grönsaker kan därmed förstås som ett sätt för kunden att tillägna sig en hälsosam livsstil. Eric på Upplands trädgårdsprodukter märker även av att konsumenterna i större utsträckning vill veta var de livsmedel de köper är producerade. Därför har Eric valt att märka sina produkter med gårdens namn. Den rådande efterfrågan på svenska grönsaker är följaktligen just nu gynnsam. Det är en utveckling som livsmedelsstrategin välkomnar eftersom en ökad produktion och konsumtion av vegetabilier är ett viktigt steg mot en hållbar livsmedelskonsumtion (Proposition 2016/17:104, s 44).

I odlarnas utsagor framträder dock även en sårbarhet gentemot konsumenttrender. Anders på Upplands Potatis, likväl som Eric på Upplands trädgårdsprodukter, som båda odlar potatis, berättar om hur GI-debatten påverkat försäljningen negativt eftersom potatisen under en tid betraktats som onyttig. Anders nämner även LCHF (Low Carb High Fat) - dieten som bidragande till att efterfrågan på potatis under en tid har sjunkit för att nu vara på uppgång igen. Som odlare blir svängningar i trender en tydlig strukturell aspekt som har inverkan på företagsdriften, men som samtidigt är svårt som odlare att påverka.

Även om intresset för att konsumera grönsaker är stort, betyder det inte nödvändigtvis att kunskapen hos konsumenterna om själva odlingen har ökat, om vi får tro odlarna.

Folk tänker... ibland finns det en bild av att det inte är så svårt att hålla på med grönsaksodling. Det är väl bara att odla och skörda. Men om du tänker dig att du har, som jag, 40 sorters grönsaker - varje sort ska behandlas på sitt sätt, packas på sitt sätt, knippas på sitt sätt och skördas på sitt sätt. (Pär Eklund, ekologisk grönsaksodlare)

Odlarnas upplevelse av konsumenters avsaknad av kunskap om grönsaksodling, eller livsmedelsproduktion överhuvudtaget, beskrivs ofta i relation till en industrialiserad och urbaniserad samtid som lett till ett ökat avstånd mellan producenter och konsumenterna – situationen tycks vara strukturell. Eric på Upplands trädgårdsprodukter, som säljer till dagligvaruhandeln uppfattar att det finns ett kunskapsglapp som leder till kommunikationssvårigheter. Det ökade avståndet mellan människor i allmänhet och lantbruket har vidare visat sig för Eric i form av brist på arbetskraft och i synnerhet arbetskraft med lämplig utbildningsbakgrund. Även tidigare forskning om grönsaksodlingens förutsättningar i en svensk kontext (Lund & Lundgren, 2007, s 37; Persson, 2013, s 27) har konstaterat att det inom grönsaksbranschen är svårt att få tag på arbetskraft, vilket styrker tolkningen att problemet är strukturellt. I dessa studier diskuteras dock inte bristen på arbetskraft i relation till bakomliggande faktorer.

## Odlarna och samtiden i relation till det övergripande målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion

Betydelsen av svensk livsmedelsproduktion beskrivs i livsmedelsstrategin i termer av de värden som livsmedelsproduktionen kan bidra med. Eftersom dessa värden efterfrågas av samhället, skapas i den formuleringen också en förväntning på att de ska produceras. Indirekt skapas därmed förväntningar på primärproducenterna om hur de ska agera och driva sina företag. Liksom tidigare studier påpekat (se t.ex. Andersson Cederholm & Sjöholm, 2014, s 151;153; Eriksson, 2013, s 264f) visar även denna studie att hur odlarna ser på sin roll och sitt värdeskapande inte nödvändigtvis behöver stämma överens med omvärldens förväntningar och politiska ideal (här uttryckta i livsmedelsstrategin). Det uppkommer en fråga om incitament. Vilka incitament har odlarna att uppfylla strategins mål? Det är rimligt att tro att ju tydligare det blir hur livsmedelsstrategin kan komma odlare till gagn, desto troligare är det också att målet om en ökad inhemsk produktion kommer att nås.

I samtalen med informanterna har det inte framkommit att odlarna idag påverkas direkt av rolltilldelning från omvärlden. Eftersom att livsmedelsstrategin i fortsättningen ska verka vägledande för de livsmedelspolitiska beslut som tas är det dock troligt att odlarna i högre grad kommer att påverkas av en samtida syn, uttryckt i livsmedelsstrategin, på primärproducentens olika roller. Kan det medföra konsekvenser för måluppfyllelsen om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion? Det går att diskutera om livsmedelsstrategin, som med sitt övergripande mål ska bidra till ”stabilitet och förutsägbarhet” (Proposition 2016/17:104, s 20) samtidigt skapar osäkerhet. Hur ska odlarna göra när förväntningarna blir många och kanske även står i konflikt med varandra? Värt att tillägga är att den rolldiskussion som förs här är förenklad och fokuserar på odlarna som primärproducenter. Som företagare intar man också andra roller (Duram, 2000, s 44), som t.ex. försäljare, chef, branschrepresentant osv.

Den ökade medvetenheten kring livsmedelskonsumtionens inverkan på hälsan och miljön tycks nu vara extra gynnsam för grönsaksodlingen. Konsumentefterfrågan talar för att en produktionsökning på grönsakssidan är möjlig. Därigenom kan man komma ett steg närmare att nå det övergripande målet om att öka den inhemska livsmedelsproduktionen – förutsatt att inte andra svenska produktionsinriktningar

missgynnas av grönsaksodlingens eventuella tillväxt. Dessutom framkommer det i livsmedelsstrategin att en förändrad kost som till större del består av vegetabilier är en målsättning som även det styrker antagandet att marknaden för grönsaker kommer att öka. Däremot kan trenderna svänga fort och i en bransch där långsiktighet och planering är A och O finns också en enorm sårbarhet. Om konsumentefterfrågan fortsatt står kvar som en strukturell möjlighet som kan hjälpa målet att nå en ökad inhemsk livsmedelsproduktion återstår att se.



## Verksamheten och det offentliga

De offentliga inköpen av livsmedel regleras i Sverige av ”Lag om offentlig upphandling” (LOU). Syftet med LOU är bland annat att säkerställa att samtliga EU-medlemsländer konkurrerar på lika villkor vid köp av varor och tjänster som finansieras av offentliga medel (Nyberg, 2015, s 505). Odlarnas inställning till LOU och livsmedelsstrategins syn på offentlig upphandling diskuteras i detta avsnitt.

### Lagen och likställdhet

I samtliga intervjuer med grönsaksodlarna kommer LOU på tal och i majoriteten av intervjuerna får LOU relativt stort utrymme. I samtalen framkommer att odlarnas inställning till lagen är tudelad: LOU är ett tydligt exempel på en strukturell begränsning, likväl som en strukturell möjlighet. Samtidigt som möjligheten att få leverera till ett fast pris ses som positivt nämns också två trösklar som hindrar odlarna från att sälja sina produkter via upphandling: lagens utformning och mängden livsmedel som ska levereras. Eric Winding på Upplands trädgårdsprodukter beskriver problemet med lagens utformning:

Ska jag lägga ett anbud som ska börja gälla om ett år, så kan ju inte jag bygga en ladugård eller ett kylrum för att jag **kanske** får ett anbud. Har jag produktion, då säljer jag. /.../ ”Och varför får vi inga lokala producenter”, säger de. Hur ska de [producenterna] göra? /.../ De har inte tänkt fullt ut när de gjorde lagen. (Eric Winding, konventionell potatis- och morotsodlare)

Lagens utformning betraktas, som citatet förtäljer, av Eric som ett strukturellt problem, som ligger bortom företagarens kontroll att påverka. Eric menar att det i utformandet av lagen saknas förståelse för att odlaren måste ha tid att planera. Han exemplifierar det ytterligare genom att beskriva sin upplevelse av problematiken kring ramavtalen, dvs under den tid som anbuden gäller. Ramavtalet sträcker sig i dagsläget över fyra år. Fyra år är en allt för begränsad tidsperiod och för att

det ska bli aktuellt för fler primärproducerande företag att lämna anbud måste ramavtalen förlängas, menar Eric. För att livsmedelsproducerande företag ska ha möjlighet att lämna anbud krävs i regel investeringar i nödvändig infrastruktur, såsom lagerlokaler. Med investeringarna följer osäkerhet. Om ramavtalet förlängs tryggas också intäkterna under en längre period och därmed blir tröskeln att investera inte lika hög.

Medan Eric talar om de fyra åren som en begränsning, framträder en annan argumentation i intervjuerna med representanterna från Uppsala och Tierps kommun. Både Linnéa Brinkälv på Uppsala kommun och Erika Strandgren på Tierps kommun, känner igen den problematik som Eric påpekar, men poängterar att det finns fördelar med att tidsramen är satt till fyra år. Fördelarna beskrivs i termer av dynamik och effektiv användning av skattemedlen. Att ramen är satt till fyra år håller marknaden dynamisk eftersom en längre tidsperiod riskerar att stänga vägen för andra leverantörer. Samtidigt bör kommunen emellanåt konkurrensutsätta och pröva priserna: ”Man ska ha respekt för att det är offentliga medel man använder”, understryker Erika Strandgren. I Erics uttalanden i relation till representanterna från kommunen framträder en anmärkningsvärd skillnad: fyra år kan tyckas vara en lång period då man ska fatta administrativa beslut inom det offentliga, medan en fyraårsperiod inom den praktiska primärproduktionen är en extremt kort tid. Samtidigt framkommer också skillnader i hur de intervjuade betraktar hur regelutformningen påverkar handlingsutrymmet för anbudsgivaren. Eric talar i termer om att lagen begränsar handlingsutrymmet, medan representanterna från kommunerna snarare talar om att regelverket skapar handlingsutrymme för *fler* aktörer eftersom möjligheterna att lämna anbud återkommer oftare.

LOU är inte enbart en konkurrenslag som ska säkerställa att företag som lämnar anbud konkurrerar på samma villkor. Enligt Nyberg (2015, s 517f), kan LOU användas för att uppmuntra produktionen av en viss vara, genom att den upphandlande enheten i anbuderna kravspecificerar vilka livsmedel det är man efterfrågar. Ett tydligt exempel är Knivsta kommun som har som vision att mer närproducerad mat ska konsumeras i kommunen. Pär på Alsike trädgård, som driver ekologisk grönsaksodling utanför Knivsta, berättar att kommunen hört sig för om hans intresse att lämna anbud. För Pär har det inte varit aktuellt eftersom han har en stabil kundkrets och inte heller vill producera de

mängder som kommunen efterfrågar. Han pekar dock på problematiken om man som mindre livsmedelsproducent önskar lämna anbud:

Men vem ska leverera det? De ställer sig inte ens frågan, för de ser det inte som ett problem. De tänker sig att den fria marknaden ska lösa det. Det är den regleringen som blir. /.../ Det är ju stora mängder som behövs om man ska sälja via upphandling. Och jag förstår dem [kommunen] - ”Vi har Pär på Alsike trädgård. Han kan ju odla lite mangold”. Det jag odlar räcker i tre dagar. Det är ju en liten clash på de politiska idealen kontra verkligheten. (Pär Eklund, ekologisk grönsaksodlare)

Problematiken kring mindre företags möjligheter att lämna anbud är känd och politiska insatser har gjorts. Sedan januari 2017 finns krav på kommuner att dela upp upphandlingen så långt som det är möjligt (pers. med Brinkälv, 2018). Syftet är att ge mindre och lokala leverantörer bättre förutsättningar att kunna delta som anbudsgivare. Upphandlingarna kan dock inte delas upp i allt för små delar eftersom det varken skulle bli tidsmässigt eller byråkratiskt hanterbart för kommunens organisation och medarbetare. Dessutom ska uppdelningen göras efter ”typisk leverantör” vilket blir en tolkningsfråga menar Linnéa: ”Vad är den typiska leverantören? Är det grossisten eller är det den lilla biodlaren som bara har honung?”.

I livsmedelsstrategin under kapitlet ”offentlig konsumtion” står LOU omnämnd som ett viktigt verktyg för att nå målet. Precis som de intervjuade odlarna och kommunanställda poängterat, redogör även livsmedelsstrategin för att det i regel är ett fåtal större leverantörer som vinner upphandlingarna (Proposition 2016/17:104, s 67). Detta beskrivs i livsmedelsstrategin som ett problem och hänvisar till de miljövinster som finns att hämta vid en ökad konkurrens:

Om konkurrensen ökar, med fler leverantörer som lämnar anbud, ökar också sannolikheten för att få in fler anbud som uppfyller de i upphandlingen ställda kvalitetskraven. Då kan det skapas förutsättningar för fler hållbara företag att etablera sig på marknaden. (Proposition 2016/17:104, s 67)

Hur man betraktar de bakomliggande faktorerna till problematiken kring att mindre företag har jämförelsevis svårare att lämna anbud skiljer sig mellan de intervjuade odlarna och livsmedelsstrategin. Till skillnad från odlarna som anser att lagens utformning begränsar hand-

lingsutrymmet framstår det i livsmedelsstrategin istället som att problematiken till stor del ligger hos anbudsgivarna. I livsmedelsstrategin står det att det många gånger kan ”vara svårt och tidskrävande för små och medelstora leverantörer att delta som anbudsgivare vid offentlig upphandling av livsmedel och måltidstjänster” (Proposition 2016/17:104, s 67). I stycket omnämns inga andra hindrande faktorer vilket antyder att det är i anbudsgivarnas avsaknad av tid och adekvat kunskap, dvs resurser, som begränsningarna ligger. Synen på att det är kunskap som saknas speglas också i de (enda) insatser som beskrivs i avsnittet om offentlig upphandling där regeringen gett Upphandlingsmyndigheten i uppdrag att höja kompetensen på området. Både hos upphandlande enheter och hos leverantörer (Proposition 2016/17:104, s 67).

#### Verksamheten och det offentliga i relation till målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion

Intervjuerna med odlarna har gett en bild av hur de upplever de generella förutsättningarna för att sälja egenproducerade produkter via upphandling. Samtidigt som möjligheten att kunna sälja sina varor via upphandling innebär en ekonomisk säkerhet påpekar odlarna att regelverket, såsom det är utformat idag, kan begränsa möjligheterna för de odlare som vill lämna anbud. Det gäller i synnerhet odlare som bedriver odling av mindre skala. Intervjuerna pekar mot att trots de politiska insatser som gjorts för att underlätta för mindre företag att lämna anbud så kvarstår (än så länge) skillnaderna. Denna skillnad i likställdhet mellan större och mindre företag behöver dock inte innebära att livsmedelsstrategins måluppfyllelse om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion påverkas negativt. Ett alternativ, som Linnéa på Uppsala kommun beskriver, är att de företagare som odlar för små mängder för att kunna delta som anbudsgivare istället säljer sina produkter till de grossister som i regel vinner livsmedelsupphandlingarna. Det är i sammanhanget dock viktigt att notera att grossisterna är en del av en större marknad vilket inverkar på hur de resonerar vid inköpen av livsmedel. I regel är prisbilden för de svenska produkterna jämförelsevis högre, och i en prispressad bransch är det inte självklart att nästa led i kedjan vill betala den merkostnad som inköp av svenska produkter innebär (pers. med Schöön, 2018).

Ett uttalat mål i livsmedelsstrategin om att underlätta för fler företag att lämna anbud inger förhoppningar om att nya möjligheter öppnar sig, även för mindre företag. Utifrån intervjuerna med odlarna tycks dock de kompetenshöjande insatser som staten planerar, inte vara de insatser som odlarna främst efterfrågar. Hur de planerade insatserna i livsmedelsstrategin kommer att påverka praktiken återstår att se.

## 9 Sammanfattande reflektion

Detta arbete har tagit sin utgångspunkt i grönsaksodlares utsagor med syftet att undersöka förutsättningarna att driva ett grönsaksföretag, med fokus på hur strukturella faktorer (ekonomiska, politiska, och administrativa förutsättningar) i omvärlden uppfattas av odlarna och hur de förhåller sig till dessa. Odlarnas utsagor och livsmedelsstrategins argumentation har satts i relation för att diskutera utsikterna för måluppfyllelsen – vilka möjligheter och trösklar finns för att nå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion med avseende på grönsaker? Nedan presenteras en sammanfattande reflektion av studiens resultat i relation till respektive forskningsfråga. Även förslag till vidare forskning presenteras

### **Hur förhåller sig odlarna till sina förutsättningar, möjligheter och begränsningar som de möter i driften av sin verksamhet?**

I den dagliga driften av verksamheten sker en interaktion mellan grönsaksodlaren och omvärlden (jfr Nordström Källström, 2008, s 41;50). De odlare som intervjuats i denna studie påverkas av nationella regelverk och politik, marknadskrafter och konsumentefterfrågan. Dessa kan betraktas som strukturella faktorer och visar sig för odlaren i form av möjligheter och begränsningar att driva sitt företag (jfr Duram, 2000, s 36ff). I studien har det framkommit att det både finns likheter och skillnader i vilka strukturella faktorer som påverkar de odlare som intervjuats i denna studie. Skillnaderna går att härleda till storleken på företagen, vilken odlingsinriktning odlarna bedriver och i vilken grad odlarna är beroende av att sitt företag genererar en bärande inkomst. Även personliga drivkrafter spelar in.

Odlarnas samlade utsagor pekar mot att ekonomin inom grönsaksbranschen generellt sett är pressad, vilket odlarna själv härleder till en

marknadsorienterad politik och ett internationellt handelssystem. På den marknad som odlarna är en del av det många intressen som möts och som jämförelsevis liten producent kan det vara svårt att hävda sig gentemot kapitalstarka aktörer såsom storskaliga producenter och dagligvaruhandeln. Därtill är grönsaksbranschen både kapital- och arbetsintensiv. Det ger emellanåt upphov till brist på resurser i form av tid och finansiella medel som kan sätta begränsningar i handlingsutrymmet. För alla företagare som intervjuats i denna studie har maximeringen av vinst inte en överordnad betydelse. Att ekonomin inom branschen generellt sett är pressad påverkar därmed främst de företagare som är beroende av inkomsten från sitt företag. I studien återfinns även en korrelation mellan företagets storlek och odlarens beroende av inkomst från företaget och en upplevd sårbarhet inför marknadskrafter och föränderliga politiska beslut. De odlare som driver de jämförelsevis större företagen ger uttryck för en större osäkerhet som tycks härrör till investeringar som varit nödvändiga för att kunna växa.

Odlarna driver sin verksamhet i en urbaniserad samtid. Denna samhällsstruktur har medfört både begränsningar och möjligheter i odlarnas verksamhetsdrift. Odlarna pekar på att avståndet mellan producenter och konsumenter har ökat och det visar sig främst i form av avsaknad av kunskap hos konsumenter om grönsaksodling. Vissa odlare uppger att man har svårt att kommunicera med handeln på "samma frekvens" vilket kan vara begränsande i driften. Det ökade avståndet mellan odlare och samhället i stort har även visat sig i form av brist på arbetskraft hos en av odlarna som intervjuats i denna studie. Samtidigt pekar odlarna på ett ökat intresse för grönsaker hos konsumenter och hänvisar till en ökad medvetenhet i samhället kring livsmedelskonsumtionens påverkan på miljön och hälsan.

I intervjuerna omnämns Lagen om offentlig upphandling (LOU), och då med tudelad inställning. Möjligheten att kunna sälja sina produkter via upphandling ses som positivt, men regelverket såsom det är utformat idag sätter trösklar för odlarnas möjlighet att lämna anbud och begränsar därmed handlingsutrymmet. Det gäller i synnerhet för de odlare som driver de jämförelsevis mindre företagen där möjligheten, eller viljan, att odla de mängder grönsaker som efterfrågas i upphandlingarna inte finns.

Även om de strukturella faktorerna ligger bortom odlarens kontroll att påverka innebär det inte att odlarna står passiva (Darnhofer et al.,

2005, s 3; Duram, 2000, s 36f:46f). Odlarna kan genom aktivt agerande finna vägar för att överbrygga begränsningar de möter i driften av sin verksamhet och på så vis kan de upprätthålla sitt handlingsutrymme. För odlarna i denna studie har det dels rört sig om att diversifiera sin verksamhet för att bredda inkomstmöjligheterna, dels att ta arbete vid sidan av odlingen och även att välja försäljningskanal för att få bättre betalt för sina varor. Flexibilitet är en viktig resurs som odlarna besitter.

### **Hur framställs ansvarsfördelningen i livsmedelsstrategin för att nå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion?**

Livsmedelsstrategin ska främst betraktas som ett policydokument som uttrycker vad regeringen vill uppnå med den inhemska livsmedelsproduktionen. Det innebär att argumentationen i livsmedelsstrategin kring vem som bär ansvaret att nå målet om en ökad inhemsk produktion är färgat av en politiskt formulerad vision.

Stort ansvar läggs på livsmedelkedjans aktörer i arbetet att nå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion. Genom formuleringar i strategin såsom att måluppfyllelsen är beroende av att alla aktörer i livsmedelkedjan är med och bidrar, flyttas ansvaret från staten till marknaden, som inkluderar odlarna. Detta är ett uttryck för en nyliberal diskurs (jfr Nyberg, 2015, s 508), som genomströmmar livsmedelsstrategin (Eriksson, 2017, s 27). I diskussioner som denna tilldelas retoriskt marknadens aktörer en viktig resurs i form av förtroende och med det inflytande att påverka utvecklingen, frivilligt eller ofrivilligt. Förtroendet ges dock inte utan villkor utan förutsätter att livsmedelkedjans aktörer delar regeringens mål och vill arbeta för att nå det.

Synen på odlares handlingsutrymme och tillskrivna ansvar framkommer i livsmedelsstrategin genom informella regler, dvs förväntningar om ett visst beteende i en given situation. Den givna situationen grundar sig i livsmedelsstrategins problembild över dagens livsmedelsproduktion, och genom beskrivningar hur primärproduktionen kan bidra med olika värden tilldelas primärproducenterna indirekt förväntningar på hur de bör agera och driva sina verksamheter. Genom rolltilldelning tillskrivs primärproducenterna vissa personlighetsdrag förknippade med den specifika rollen. Primärproducenten som entreprenör är det tydligaste exemplet där en samtida diskursiv bild av landsbygdsentreprenören kan bidra till uppfattningen om att primärprodu-



centen har ett stort handlingsutrymme (Jfr Andersson Cerderholm & Sjöholm, 2014, s 139ff).

Även om stort ansvar läggs på marknadens aktörer att nå målet om en ökad inhemsk produktion så anser sig staten ha ett ansvar som även det kan förstås i ljuset av en nyliberal inställning att konkurrens skapar effektiva företag och ökad produktion och bidrar till tillväxt i livsmedelssektorn (jfr Nyberg, 2015, s 508; Eriksson, 2017, s 27). Regeringen tillskriver staten ansvaret att se över så att lagar och regler fungerar ändamålsenligt i syfte att svenska producenter ska kunna konkurrera på lika villkor på marknaden. Här uppstår även ett antagande om primärproducenternas handlingsutrymme som enligt livsmedelsstrategin i dagsläget begränsas av att regler och skatter inte fungerar ändamålsenligt.

### **Hur ser utsikten ut för att nå livsmedelsstrategins mål om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion, med avseende på grönsaksproduktionen?**

Hur utsikterna ser ut för att nå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion med avseende på grönsaker är både en komplex och omfattande fråga och ett definitivt svar är utifrån denna studie svår att ge. De resultat som presenteras här bygger på utsagor från jämförelsevis få respondenter och det lämnar utrymme att göra kompletterande studier. Denna uppsats kan dock lämna ett bidrag till förståelsen för vilka möjligheter och flaskhalsar det finns för att öka produktionen av grönsaker i Sverige.

Det som tydligast talar för att målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion, med avseende på grönsaker, kommer att nås är den rådande konsumenttrenden. Med ett ökat intresse för vegetabilier generellt, men också en ökad medvetenhet kring hur livsmedelskonsumtionen påverkar miljön och hälsan talar för att efterfrågan på vegetabilier kommer att öka. Odlarna som intervjuats i denna studie pekar också på att konsumenter blir allt mer intresserade av att handla grönsaker de känner till ursprunget på, vilket också pekar mot en gynnsam utveckling för svensk grönsaksproduktion. Detta i kombination med livsmedelsstrategins övertygelse att en ökad konsumtion av vegetabilier är ett viktigt steg mot en hållbar livsmedelskonsumtion talar för en framgångsrik måluppfyllelse med avseende på grönsaker. Vidare är det viktigt att understryka betydelsen av odlarnas inställning. Infor-

manterna som intervjuats i denna studie är alla optimistiska och tycker att det arbete de gör är värdefullt, samt har en positiv framtidssyn. Dessa drivkrafter är betydelsefulla för en fortsatt produktion av grönsaker.

En potentiell flaskhals för att nå målet om en ökad inhemsk livsmedelsproduktion med avseende på grönsaker är på vilket sätt regeringen argumenterar för att produktionen ska öka. Stort ansvar läggs, som tidigare nämnts, på marknaden att arbeta för att nå målet. Det blir dock tydligt i studien att marknaden präglas av många intressen och det är inte nödvändigtvis så att öka den inhemska livsmedelsproduktionen prioriteras hos marknadens aktörer. I argumentationen i livsmedelsstrategin framkommer antydningar om att den ökade produktionen främst ska ske genom växande företag och inte fler småföretag. För odlarna är det dock lönsamheten som är central. Det finns andra sätt än höjd produktivitet och växande företag att skapa värden som kan bygga ett livskraftigt företag.

Utsagorna från de intervjuade odlarna i denna studie visar på att odlarna driver sin verksamhet i en mångdimensionell verklighet. Att driva ett grönsaksföretag innebär så mycket mer än att ”bara” odla och sälja. Marknadsföring och varumärkesbyggande, lobbying och långsiktigt relationsskapande med sina kunder är andra delar som ingår. Vidare måste man som odlare förhålla sig till regelverk, marknaden och marknadsaktörer samt konsumenter, samtidigt som odlarna har sina egna mål att förhålla sig till. Det är således inte enbart den politiska visionen, uttryckt i livsmedelsstrategin, som påverkar odlarnas förutsättningar och handlingsutrymme. Vilken framgång som livsmedelsstrategin kommer att vinna blir intressant att följa.

Som ett led i att realisera livsmedelsstrategins mål arbetas det runt om i Sverige, på regeringens uppdrag, med att ta fram regionala livsmedelsstrategier. Det skulle vara intressant att som vidare forskning undersöka processen när en regional livsmedelsstrategi tas fram ser ut: finns det utrymme att anpassa sig efter regionala förutsättningar?

## Referenser

### Litteratur

- Abercrombie, Nicholas., Hill, Stephen., & Turner, Bryan S. (1994). *THE PENGUIN DICTIONARY OF SOCIOLOGY*. Penguin Group. Upplaga: 3
- Ahrland, Åsa. & Olausson, Inger. (2011). "Trädgårdsnäringen: det urbana, moderna och globala samhällets gröna hantverk". I: *Jordbruk och skogsbruk i Sverige sedan år 1900 – studier av de areella näringarnas geografi och historia*. Antonson, Hans. & Jansson, Ulf. (red.) Stockholm: Kungliga skogs- och lantbruksakademien. s. 151-168
- Andersson Cederholm, Erika. & Sjöholm, Carina. (2014). "Att leva och sälja sin dröm. Livsstilsföretagaren mellan familjeliv, marknad och politisk retorik". I: *Sociologisk forskning*, volym 51, s. 137-156
- Beckman, Ludvig. (2005). *Grundbok i idéanalys. Det kritiska studiet av politiska texter och idéer*. Stockholm: Santérus förlag. Upplaga: 1
- Björkholm, Anna-Mia. & Olsson, Marie. (2011). *Livsmedelssäkerhet, ledningssystem, kvalitetssäkring och certifiering*. Sveriges lantbruksuniversitet. Fakulteten för landskapsplanering, trädgårds- och jordbruksvetenskap. Rapport 2011:34
- Braun, Virginia. & Clarke, Victoria. (2006). "Using thematic analysis in psychology." I: *Qualitative Research in Psychology*, volym 3, s. 77–101.
- Bryman, Alan. & Bell, Emma. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Stockholm: Liber.
- Campbell, John L. (2002). "Ideas, Politics and Public Policy". I: *Annual Review of Sociology*, volym 28, s. 21-38

- Darnhofer, Ika., Schneeberger, Walter., & Freyer, Bernhard. (2005). "Converting or not converting to organic farming in Austria: Farmer types and their rationale." I: *Agriculture and Human Values*, volym 22, utgåva 1 s. 39-52.
- Duram A, Leslie. (2000). "Agents' perception of structure: How Illinois organic farmers view political, economic, social and ecological factors" I: *Agriculture and Human values*, volym 17, s. 35-48
- Eriksson, Camilla. (2013). *Fäboden som politiskt rum. Att vara fäbodbrukare i den gemensamma jordbrukspolitiken*. Diss. Uppsala: Sveriges lantbruksuniversitet
- Eriksson, Viktor. (2017). *Problematizing Productivity – Exploring patterns of thought in the Swedish National Food Strategy*. Sveriges lantbruksuniversitet. Institutionen för stad och land/Agronomprogrammet –inriktning landsbygdsutveckling (Kandidatarbete)
- Falguera, Víctor., Aliguer, Núria. & Falguera Mercè. (2012). "An integrated approach to current trends in food consumption: Moving toward functional and organic products?" I: *Food Control*, volym 26, utgåva 2, s. 274–281
- Fernqvist, Fredrik. & Göransson, Caroline. (2017). *Framtidens grönsaksdisk*. Alnarp: Sveriges lantbruksuniversitet, fakulteten för landskapsarkitektur, trädgårds- och växtproduktion.
- Flygare, Iréne. & Isacson, Mats. (2003). *Det svenska jordbrukets historia [Bd 5] Jordbruket i välfärdssamhället: 1945-2000*. Stockholm: Natur och kultur/LT i samarbete med Nordiska museet och stiftelsen Lagersberg.
- Fägerborg, Eva. (2001). "Intervjuer". I: *Etnologiskt fältarbete*, Kaijser, Lars. & Öhlander, Magnus. (red.) Lund: Studentlitteratur, s. 85–112. Upplaga 2:3
- Gruntert, Klaus G., Hieke, Sophie., & Wills, Josephine. (2013). "Sustainability labels on food products: Consumer motivation, understanding and use". I: *Food Policy*, volym 44, s. 177-189
- Gunnarsson, Sanna. (2014). *Det lokals betydelse för lantbrukare. "Jag tycker att jag bor på världens finaste ställe"*. Uppsala universitet. Kulturgeografiska institutionen. Arbetsrapport nr. 896
- Hallgren, Lars. & Ljung, Magnus. (2005). *Miljökommunikation. Aktörssamverkan och processledning*. Lund: Studentlitteratur

- Johansson, Thomas. (2007). ”Anthony Giddens och det senmoderna” I: *Moderna samhällsteorier. Traditioner, riktningar, teoretiker*. Månson, Per. (red.) Norstedts, s. 415–447. Upplaga: 8
- Jordbruksverket. (2017). Trädgårdsundersökningen 2016. Kvantiteter och värden avseende 2016 års produktion. Tillgänglig: <https://www.jordbruksverket.se/webdav/files/SJV/Amnesomraden/Statistik,%20fakta/Tradgardsodling/JO%2028/JO28SM1701/JO28SM1701.pdf>
- LRF. (2015). *Nulägesanalys av Uppsala läns livsmedelsproduktion*. Tillgänglig: <http://docplayer.se/25687015-Lantbrukarnas-riksforbund-malardalen-nulagesanalys-av-uppsala-lans-livsmedelsproduktion.html>
- LRF. (2013). *Mat på lika villkor. Konkurrenskraft och politiska villkor för svenskt jordbruk*. Tillgänglig: <https://www.lrf.se/politikochoepaverkan/foretagarvillkor-och-konkurrenskraft/nationell-livsmedelsstrategi/vad-gor-lrf/mat-pa-lika-villkor/>
- Lund, Jeanette. & Lundgren, Camilla. (2007). *Konkurrenssituationen för den skånska grönsaksproduktionen*. Sveriges lantbruksuniversitet. Institutionen för växtskyddsbiologi /Hortonomprogrammet (Examensarbete 2007:2)
- Länsstyrelsen Uppsala län. (2013). *Nulägesbeskrivning för landsbygden i Uppsala län*. Tillgänglig: <http://www.lansstyrelsen.se/uppsala/SiteCollectionDocuments/Sv/nyheter/2013/Nulagesbeskrivning%20av%20landsbygden%20i%20Uppsala%20än.pdf>
- Marmolin, Christina. (2010). *Grönsaksproduktion i Sverige 2040*. Hushållningssällskapet i Halland (Delrapport 4 i projektet Gradvis)
- Månson, Per. (2007). ”Moderna samhällsteorier” I: *Moderna samhällsteorier. Traditioner, riktningar, teoretiker*. Månson, Per. (red.) Norstedts, s. 13–22. Upplaga: 8
- Neu, Elizabeth. (2006). *Lönesättning i praktiken. En studie om chefers handlingsutrymme i praktiken*. Diss. Uppsala: Uppsala universitet
- Nordström Källström, Helena. (2008). *Mellan trivsel och ensamhet. Om sociala villkor i lantbruket*. Diss. Uppsala: Sveriges lantbruksuniversitet
- Nyberg, Linda. (2015). ”Politikens handlingsutrymme och konkurrensens lagar”. I: *Statsvetenskaplig tidskrift*, årgång 117, s. 505–530
- Persson, Linnéa. (2012). *Gotländsk grönsaksodling – utvecklings- och tillväxtmöjligheter*. Sveriges lantbruksuniversitet. Institutionen för mark och

miljö/Agronomprogrammet –inriktning mark/växt (Examensarbete 2013:21)

Proposition 2016/17:104. *En livsmedelsstrategi för Sverige – fler jobb och hållbar tillväxt i hela landet*. Stockholm: Näringsdepartementet.

Regeringens handlingsplan. (2017). *En livsmedelsstrategi för Sverige – fler jobb och hållbar tillväxt i hela landet*. Tillgänglig:  
<https://www.regeringen.se/informationsmaterial/2017/02/handlingsplan---en-livsmedelsstrategi-for-sverige--fler-jobb-och-hallbar-tillvaxt-i-hela-landet/>

SOU 2014:38 *Tillväxt och värdeskapande. Konkurrenskraft i svenskt jordbruk och trädgårdsnäring*. Stockholm: Fritez

Svanström, Stefan. (2013). *Här bor Sveriges befolkning*. Tillgänglig:  
<https://www.scb.se/hitta-statistik/artiklar/2017/Har-bor-Sveriges-befolkning/>

Säfström, Ida. (2017). *Ett gott liv – perspektiv på vardagen i Gällivare kommuns landsbygdsområden*. Sveriges lantbruksuniversitet. Institutionen för stad och land/Agronomprogrammet –inriktning landsbygdsutveckling (Kandidatarbete)

Teorell, Jan. & Svensson, Torsten. (2013). *Att fråga och svara*. Malmö: Liber. Upplaga: 1:3

## Webbplatser

Andelsjordbruks Sveriges hemsida. (2018). Besökt: 12 november 2018.  
URL: <http://www.andelsjordbruksverige.se/om-andelsjordbruk.html>

Jordbruksverkets hemsida. (2018). Ämnesområde: Trädgårdsodling. Besökt: 21 februari 2018  
URL:<http://www.jordbruksverket.se/amnesomraden/odling/tradgardsodling.4.72e5f95412548d58c2c800012977.html>

Jordbruksverkets statistikdatabas. (2018). Ämnesområde: Trädgårdsodling: odling. Besökt: 21 februari 2018  
URL:  
<http://statistik.sjv.se/PXWeb/pxweb/sv/Jordbruksverkets%20statistikdatabas/?rxid=4c3cfc0c-7e86-47b9-bc3f-d63d0f551cef>

Kommerskollegiums hemsida. (2018). Sökord: EU:s inre marknad. Besökt 13 mars 2018

URL: <https://www.kommers.se/verksamhetsomraden/EUs-inre-marknad/Allmant/>

Nationalencyklopedins hemsida. (2017). Sökord: Uppsala län. Besökt: 13 november 2017.

URL: <https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/uppsala-lan>

Nationalencyklopedins hemsida. (2018). Sökord: Roll. Besökt: 23 april 2018

URL: <https://www-ne-se.ezproxy.its.uu.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/rollteori>

Regeringskansliets hemsida (2018a). Sökord: Livsmedelsstrategi. Besökt: 1 juni 2018

URL: <https://www.regeringen.se/artiklar/2017/01/en-langsiktig-livsmedelsstrategi-for-sverige/>

Regeringskansliets hemsida (2018b). Sökord: Livsmedelsstrategi. Besökt: 1 juni 2018

URL: <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2017/06/sveriges-forsta-livsmedelsstrategi-har-klubbats-i-riksdagen/>

SMHI:s hemsida. (2018). Sökord: Vegetationsperiod. Besökt: 21 februari 2018

URL: <https://www.smhi.se/kunskapsbanken/klimat/vegetationsperiod-1.6270>

## Intervjuer

Berlin, Anders. & Berlin, Karin. (2017-11-28) Paret driver andelsjordbruk på Ramsjö gård med grönsaks- och spannmålsodling. Intervjun genomfördes på informanternas gård.

Brinklälv, Linnéa. (2018-03-01). Linnéa hade vid intervjutillfället precis bytt jobb till avtalscontroller, men har varit ansvarig för de fem senaste stora upphandlingarna av livsmedel i Uppsala kommun. Intervjun genomfördes på informantens arbetsplats.

Eklund, Pär. (2017-11-07). Pär driver Alsike trädgård med odling av grönsaker. Intervjun genomfördes på informantens gård.

Johnsson, Anders. (2018-05-07). Ander driver tillsammans med sin son Upplands Potatis där han odlar potatis och driver grossistfirma. Intervjun genomfördes på informantens gård.

Schöön, Nicklas. (2018-04-19). Nicklas arbetar som Affärsområdeschef för färsk Frukt & Grönt på Martin & Servera Restauranghandel AB. Intervjun genomfördes via mail.

Strandgren, Erika. (2018-03-02). Erika arbetar som upphandlingsassistent på Knivsta kommun. Intervjun genomfördes på informantens arbetsplats.

Vargraves, Jyrki & Nenonen, Satu. (2017-10-22). Paret driver Lindsbro trädgård med odling av grönsaker. Intervjun genomfördes på informantens gård.

Winding, Eric. (2017-10-27). Eric driver Upplands trädgårdsprodukter med odling av morötter och potatis, samt driver en grossistfirma. Intervjun genomfördes på informantens gård.



## Bilaga 1 – Aktörspresentation

### **Uppsala kommun**

Som representant för Uppsala kommun intervjuade jag Linnéa Brinkälv som i grunden är utbildad jurist. Linnéa har vid intervjun precis bytt yrkesroll till ansvarig avtalscontroller för avtalen för Uppsala kommun, men har tidigare varit ansvarig för livsmedelsupphandlingarna i Uppsala kommun. Hon har arbetat med uppgifter kopplat till upphandling under fyra års tid.

### **Tierps kommun**

Som representant för Tierps kommun intervjuades Erika Strandgren som under två och ett halvt års tid arbetat som upphandlingsassistent på upphandlingsenheten på Tierps kommun, vilken ansvarar för upphandlingar och upphandlingsprocesser. I sin yrkesroll beskriver hon själv att hon gör ”lite allt möjligt” och nämner att hon bland annat har som arbetsuppgift att förvalta avtal och att informera och svara på frågor som rör upphandling. Under intervjun deltar även Jesper Forsling som under tiden för intervjun gör sin praktik på Tierps kommun som en del av sin KY-utbildning till inköpare. De arbetsuppgifter han arbetar med just under tiden för mitt besök är avtalsuppföljning, vilket är en viktig del i kommunens arbete för att säkerhetsställa att både leverantörer av upphandlade varor och tjänster, likväl som beställare av dessa följer avtalen.

### **Martin och Servera**

För att få insikt i hur (större) grossister tänker vid inköp av grönsaker intervjuade jag Nicklas Schöön som är Affärsområdeschef för färsk Frukt & Grönt på Martin & Servera Restauranghandel AB. Han ansvarar för företagets ”Inaffär”, dvs sortiment, leverantörer, prisbild och volymer mm. Nicklas gör själv inga avrop, men ansvarar för avtal och affärer med leverantörerna.

## Bilaga 2 – Intervjuguide för intervju med grönsaksodlare

Vill du berätta om företaget?

Hur kommer det sig att du började med grönsaksodling?

Vad har du för mål med att driva ditt företag?

Vilka är de viktigaste förutsättningarna (ekonomiskt, politiskt, socialt) för att kunna driva företaget och varför är de viktiga? Har de förändrats under de år du varit verksam?

Vilka är de viktigaste tillgångarna (ekonomiskt, politiskt, socialt) för att kunna driva företaget och varför är de viktiga? Har de förändrats under de år du varit verksam?

Har företaget ändrats/utvecklats på något sätt sedan du startade verksamheten? Varför i sådant fall?

Hur upplever du intresset (politiskt och generellt i samhället) för grönsaker och grönsaksodling?

Är du engagerad i branschen?

Är du ansluten till något någon livsmedelscertifiering?

Kan du beskriva dina drivkrafter?

Hur ser framtidsutsikterna ut?

Vill du tillägga något?

## Bilaga 3 – Intervjuguide för intervju med representanter från kommuner

Skulle du kunna beskriva din yrkesroll och arbetsuppgifter?

Skulle du kunna förklara hur reglerna kring upphandling fungerar?  
Varför finns LOU?

Hur ofta sker livsmedelsupphandlingar?

Hur många anbud brukar i regel lämnas vid livsmedelsupphandlingar?  
Är det, relativt sett, ett stort eller litet antal och vad beror det i sådant fall på?

Vad tar man hänsyn till när man formulerar ett kontrakt?

Påverkar lagens utformning möjligheterna att som svensk producent lämna anbud vid livsmedelsupphandlingar? Hur stor del av de livsmedels som upphandlas har svenskt ursprung?

Fungerar lagen ändamålsenligt?

Har den nya livsmedelsstrategin förändrat ert arbete på något sätt?

## Bilaga 4 – Intervjuguide för intervju med representant för Martin & Servera

Skulle du kunna beskriva din yrkesroll och arbetsuppgifter?

Hur tänker du vid inköp av grönsaker? Vilka parametrar är viktiga?

Hur stor del av det du köper in av grönsaker är producerat i Sverige?

Hur ser efterfrågan ut på svenska grönsaker?