

Mondstuk van die Suid-Afrikaanse aartappelbedryf • Mouthpiece of the South African potato industry

CHIPS

VOL 36 NO 2 • MARCH / APRIL 2022

**LIMPOPO-KULTIVARPROEF
ONDER BESPROEIING
OP DENDRON IN 2021**

**Kultivarprestasie op
varsproduktemarkte**

**DIE AARTAPPELBLAARMYNER:
BEHEEROPSIES
TEEN DIE PAPIES**

**A diversified approach
for greater liquidity**

**#PassThePotato:
Giving back is good business**



Voorspoedige Nuwejaar – of is dit steeds geseënde Kersfees?

Deur Willie Jacobs, HUB van Aartappels SA

Goedevandag, aartappel-familie. Die opskrif roep 'n ouerige raaisel op wat so klink: In watter jaar het Kersfees en Nuwejaar saamgeval? Wel ... elke jaar?

Dan luister ek na gesprekke in die gange waar ons familieledede vir mekaar sê dat hulle eerste in die produksiejaar is, dat die markspasie op 'n sekere plek en tyd aan 'n sekere omgewing of produksiegebied behoort, en dat ons mekaar se markpryse benadeel (en partykeer klink dit sommer doelbewus).

Waarvan praat ek? Aartappelmarkte begin nie in Januarie en eindig dan in Desember nie – net soos Nuwejaar aan die begin van dieselfde jaar is as daardie jaar se Kersfees. Daar sal altyd iemand wees wat die mark betree en iemand wat klaarmaak.

Die belangrikste punt bly: Persone wat die mark betree moet altyd weet wat gebeur in die produksiegebied wat vóór hulle in die mark is. 'n Oningeligte markdeelnemer gaan iewers in die mark vóór hulle of ná hulle voete val as hulle nie weet wat aangaan nie. Dit dra by tot waarskynlik die grootste faktor van onsekerheid en skade in die bedryf.

Verstaan bepalende faktore

Dit is 'n uiters moeilike konsep om baas te raak. Dit is so dat selfs die mees gesofistikeerde

kettingwinkel-groepe dit uiters moeilik vind om die rakspasie vir groente op hul winkelrakke te bestuur, en dit deur sentrale bestuur. Die verwagting is dus nie dat alle aartappelprodusente skielik moet weet wanneer daar te min of te veel aartappels in die mark beskikbaar is nie, maar die versoek is dat ons baie meer tyd sal spandeer om te verstaan watter faktore in 'n gegewe tyd tot die prys bydra.

Faktore wat op enige gegewe tyd 'n invloed op prys kan hê, sluit onder andere in:

- Voorraad op die markvloer.
- Tendens van voorraadbeweging.
- Tyd van die maand.
- Tyd van die week.
- Kwaliteit van die produk op die mark.
- Kwaliteit van jou eie gelewerde produk vs. die mark.
- Logistieke situasie van verkopers.
- Logistieke situasie van kopers (klimaat, beskikbaarheid van vervoer).
- Regulatoriese invloede.
- Finansiële posisie van die kopers in die mark.

Die ingewikkeldheid van die faktore hierbo genoem, skep meer as net geleenthede vir 'n misplaaste prysvorming. Met ander woorde, die werklike waarde van die onderliggende produk word nie in die prys weerspieël nie.

Wat wel soos 'n paal bo water ontstaan is dat die grootste

invloed op hierdie faktore vanuit 'n aanbodperspektief uitgeoefen word. Ons as produsente het dus 'n groter invloed op die prys as enige ander faktor hierbo genoem.

Mik vir aanvaarde waardeproposisie

Ons is almal uiters kundige boere/produsente. Ons spandeer ure daaraan om die boerdery-insette te meet en pas ten einde maksimum produksiemarges te realiseer. Dis egter so dat oordeelkundige bemarkings- en leweringsbeplanning, selfs oor die kortste tydperk, die grootste impak op daardie winslyn het.

Aartappels het hulself reeds as 'n uiters waardevolle en veelsydige produk bewys. Markpryse het ook aangedui dat verbruikers waarde in aartappels sien wat selfs ver bo die norm vir prysvorming is. Kopers sal dus altyd gelei word deur hierdie beginsel.

Vanaf bedryfskant sal ons voortdurend werk aan 'n 'aanvaarde waardeproposisie' vir aartappels. Vir julle, ons produsentefamilie, versoek ek dat meer vrae gevra word en dat meer inligting met ons familieledede gedeel word, sodat die verwysingswaarde vir almal realiseerbaar kan wees.

Kom ons maak Kersfeesvieringe en 'n nuwe winslynjaar van nou af sommer 'n daaglikse gebeurtenis. 