

Proefstation voor de Bloemisterij  
Linnaeuslaan 2a  
1431 JV Aalsmeer  
Tel. 02977-26151

**PRIJS- KWALITEITSRELATIES BIJ SNIJBLOEMEN**

Intern verslag nr. 62

september 1987

Ing. L. Oprel

Dit verslag is te bestellen door het storten van f 5,- op girorekening  
174855 ten name van het Proefstation Aalsmeer, onder vermelding: Intern  
Verslag nr. 62 Prijs-kwaliteitsrelaties.

2200728

## INHOUD

Voorwoord	2
1. Inleiding	3
2. Prijsvorming algemeen	3
3. Prijsvorming naar segmenten	5
4. Prijs-kwaliteitsrelaties	7
5. Hoofdpijnen uit het prijs-kwaliteitsonderzoek	9
6. Conclusie	10
Literatuur	11

## Voorwoord

Naar aanleiding van een cursus 'Kwaliteit en afzet' onder supervisie van het CAD Kwaliteit en Bewaring is een lezing gehouden over prijs-kwaliteitsrelaties. Deze lezing werd op 30 juni 1987 gehouden voor een groep voorlichters kwaliteit.

Omdat het zinvol leek het onderwerp en de achtergronden een wat ruimer verspreidingsgebied te geven, is de lezing in een wat uitgebreidere en aangepaste versie opgenomen in een intern verslag.

Hopelijk draagt dit intern verslag bij aan meer inzicht in de prijsvorming van bloemisterijgewassen in het algemeen en die van snijbloemen in het bijzonder.

## 1. Inleiding

Voor veel bloemisterijbedrijven is de prijsvorming van produkten op de veiling van direct (prijs per partij) en indirect (verwachte opbrengst in een komend jaar) belang voor de (toekomstige) bedrijfsresultaten. Kennis over en inzicht in de factoren die een rol spelen bij die prijsvorming zijn voor de producent noodzakelijke voorwaarden om op een efficiënte en economische wijze in te kunnen spelen op de ontwikkelingen in de markt.

In dit verslag zal ingegaan worden op de prijsvormingsproblematiek van bloemisterijprodukten. Via een algemene schets van de prijsvorming zal een detaillering aangebracht worden tot marktsegmenten voor diverse kwaliteiten. Dit wil zeggen dat de prijsvorming van een hoog naar een lager aggregatieniveau behandeld wordt. Een drietal onderzoeken naar prijs-kwaliteitsrelaties die bij snijbloemen uitgevoerd zijn, zullen besproken worden.

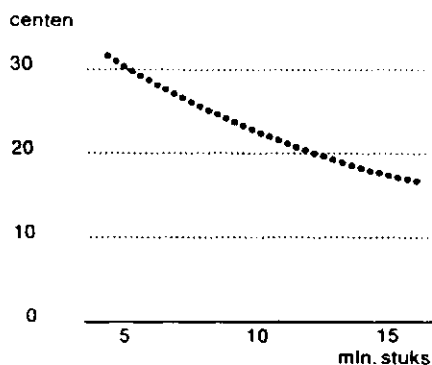
Door de prijs-kwaliteitsrelaties in hun algemene context te plaatsen, wordt gestreefd naar een grotere toegankelijkheid van de problematiek voor onderzoekers, voorlichters en producenten.

## 2. Prijsvorming algemeen

De prijsvorming op de veiling is afhankelijk van vraag en aanbod. De vraag wordt uitgeoefend door een veelheid van kopers en het aanbod wordt verzorgd door een groot aantal producenten. Deze veelheid van marktpartijen in combinatie met het veilingssysteem, zoals dat in Nederland gehanteerd wordt, kan omschreven worden als een marktform onder volledige mededinging (doorzichtige markt, geen voorkeur of afkeer jegens marktpartijen, geografisch een puntmarkt, homogene waar en een vrije toe- en uittreding (Delfgaauw, 1977)).

Een belangrijk kenmerk van deze marktform is niet dat de producenten de hoogste prijs voor hun produkten behalen, maar dat de prijs de juiste afspiegeling van de waarde weergeeft. De prijs is optimaal voor koper en aanbieder.

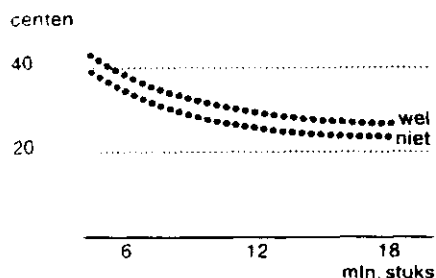
De prijsvorming op de veiling kan op diverse aggregatieniveaus plaatsvinden (week-, maand- of jaargegevens). In figuur 1 is de prijsvorming schematisch weergegeven op basis van maandgegevens.



Figuur 1. Schematisch overzicht van de prijsvorming op maandbasis

Het algemene beeld uit figuur 1 is nader in te vullen op basis van de werkelijkheid. Op basis van bijvoorbeeld maand- of jaargegevens is de gemiddelde prijsvorming van een produkt te bepalen. Daarbij verandert eigenlijk niets. In figuur 1 is namelijk de prijsvorming van de roos 'Sonia' in juni (normaal weer) op de VBA afgebeeld (prijspeil 1980) over de periode 1972-1984.

In een dergelijk geval als hierboven spelen meerdere aspecten een rol. In figuur 1 is sprake van normaal weer. Uit prijsanalysen is namelijk gebleken dat het weer bijvoorbeeld in de maand juni (zon) de vraag naar rozen beïnvloedt. Niet alleen het weer is vraagbeïnvloedend. In de maand april speelt Pasen een rol. Als Pasen in april valt, leidt dit tot een hogere vraag in april. In figuur 2 is dit effect afgebeeld. Voor alle duidelijkheid moet vermeld worden dat als Pasen in maart valt, er in die maand een grotere vraag is.



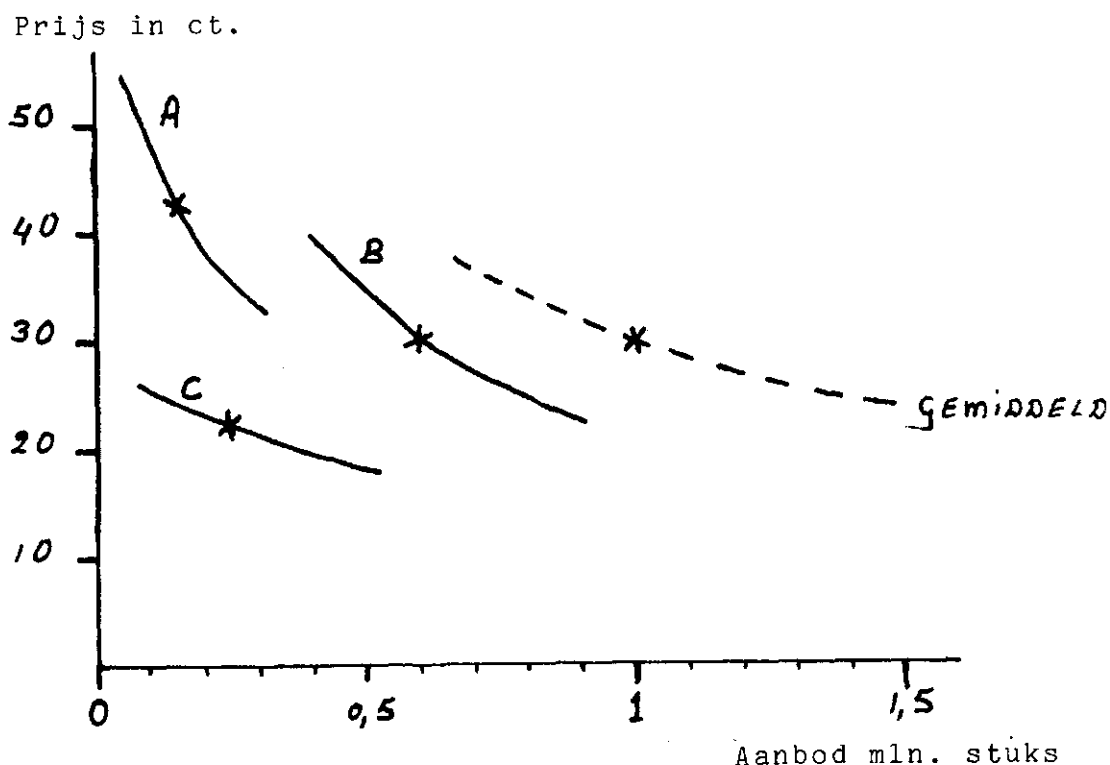
Figuur 2. De vraag naar de roos 'Motrea' in april op de VBA, als Pasen wel en als Pasen niet in april valt

### 3. Prijsvorming naar segmenten

Tot zover is alleen aandacht besteed aan het gemiddelde produkt en dus ook aan de gemiddelde kwaliteit. Het gemiddelde produkt is opgebouwd uit een aantal groepen of kwaliteiten. Elke groep of kwaliteit spreekt een bepaalde groep kopers - een marktsegment genoemd - aan.

Voor bijvoorbeeld grootbloemige rozen is er een segment voor zeer lange rozen, een segment voor wat minder lange en een segment voor korte grootbloemige rozen. Op basis van diverse eigenschappen en kwaliteiten zijn er marktsegmenten te onderscheiden.

Schematisch is de uitsplitsing van de prijsvorming van het gemiddelde produkt naar segmenten als volgt voor te stellen (figuur 3).



Figuur 3. Een schematische voorstelling van de uitsplitsing van de prijsvorming van het gemiddelde produkt naar drie segmenten A (zeer goede kwaliteit), B (middenkwaliteit) en C (laagste kwaliteit)

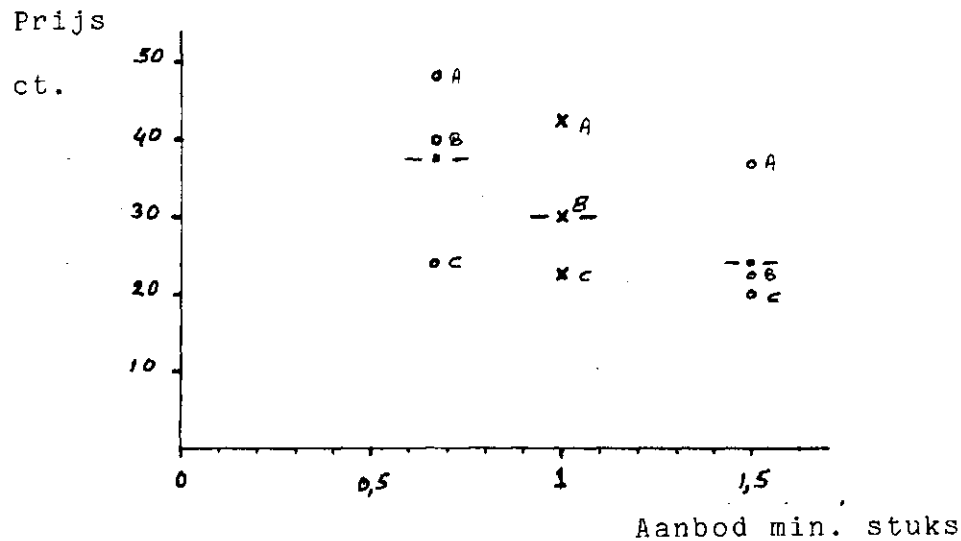
In figuur 3 komt tot uitdrukking dat elk segment een eigen prijsvorming heeft. De helling (schuinite) van de curve verschilt per segment. Bij een steiler verlopende curve is de prijsdaling als gevolg van een aanbodtoename sterker. Tussen de segmenten kan een onderlinge beïnvloeding plaatshebben, afhankelijk van de marktomstandigheden.

Wat in figuur 3 geschetst is, wordt in werkelijkheid niet waargenomen. In de regel is hooguit het geschetste beeld uit figuur 4 op te merken. Deze figuur is afgeleid uit figuur 3. De prijzen van A, B en C zijn nu echter niet weergegeven bij het aanbod in dat segment, maar bij het totale (en dus gemiddelde) aanbod.

In figuur 4 is zichtbaar gemaakt wat de producent aan informatie uit de veilinggegevens kan halen. De prijs van zijn produkten is een zeker bedrag hoger of lager dan het gemiddelde, gegeven de algemene prijsvorming.

Bij een groter of kleiner aanbod kunnen de verschillen wat anders liggen, zoals het geval is met kwaliteit B en C. Bij een klein totaal aanbod (figuur 4) liggen deze kwaliteiten in prijs ver uit elkaar. Bij een groter totaal aanbod wordt het prijsverschil kleiner.

Voor de volledigheid zij vermeld dat de figuren 3 en 4 voorbeelden betreffen.



Figuur 4. De gemiddelde prijs en de afwijkingen daarvan als gevolg van segmentering (zoals kwaliteiten) op basis van figuur 3

#### 4. Onderzoek naar prijs-kwaliteitrelaties

De prijsverschillen als gevolg van de kwaliteitssegmentering zijn te analyseren. De gangbare naam is: prijs-kwaliteitsrelaties. Bij een drietal snijbloemen is onderzoek verricht naar prijs-kwaliteitsrelaties: Rozen (1977-78), Freesia (1979) en Trosanjer (1981-82). De getallen tussen haakjes geven de onderzoekjaren aan.

De drie onderzoeken naar prijs-kwaliteitsrelaties onderscheiden zich op vijf punten, te weten produkt, lengte van de analyseperioden, prijs, veiling en het prijsniveau.

In onderstaand overzicht zijn de verschillen vermeld.

<u>Produkt</u>	<u>Lengte van de analyseperiode</u>	<u>Prijs</u>	<u>Veiling</u>
Roos	vierwekelijkse perioden gedurende een jaar	gemiddeld over 4 weken bij gegeven prijsniveau	vnl. VBA
Freesia	22 januari-2 februari	dagpartijprijs bij gegeven prijsniveau	VBA
Trosanjer	vijfwekelijkse perioden	dagpartijprijs	Westland

Het verschil in de benadering van het prijsniveau leidt tot verschil in uitkomsten. Bij Roos en Freesia zijn de prijsbepalende produktkenmerken geanalyseerd. Bij Trosanjer is het prijsniveau per dag ook als variabele meegenomen. Dit is geen produkt- en dus kwaliteitskenmerk, maar een zaak van door de producent niet beheersbare omstandigheden, zoals het weer, (prijs)concurrentie tussen produkten, de aanwezigheid van feestdagen en dergelijke. Deze omstandigheden, die in paragraaf 2 behandeld zijn, veroorzaken 70% van de prijsverschillen. Voor de producent zijn deze verschillen echter van minder belang, omdat een efficiënte bedrijfsvoering bij jaarrondproductie zich slecht verdraagt met produktiepieken.

Een ander verschilpunt is de positie van de onderzochte cultivar. Bij Roos ('Motrea') en Freesia ('Ballerina') was sprake van dominante cultivars in de aanvoer. De trosanjercultivar 'Tony' was echter als gevolg van nieuwe gele cultivars op zijn retour. Aan concurrentie-effecten op de prijs van 'Tony' is geen aandacht besteed, hoewel deze normaal wel (sterk) aanwezig kunnen zijn.

Een derde verschilpunt betreft de verrichte metingen aan het produkt. Bij Roos en Freesia zijn diverse produktkenmerken gemeten. Bij Trosanjer was dit niet het geval. Daar werd veelal afgegaan op andere, indirecte kenmerken, zoals (keur)opmerkingen.

Per produkt (Roos, Freesia en Trosanjer) zijn de belangrijkste onderzoekresultaten vermeld die de relatie tussen (in)directe produktkenmerken en de prijs betreffen.



De belangrijkste resultaten uit het onderzoek naar de relaties tussen prijs en kwaliteit bij Roos, cultivar 'Motrea' zijn de volgende.

- \* De steellengte speelt een rol in de prijsvorming wanneer de gemiddelde steellengte kleiner is dan 40 centimeter. Dit is het geval in de periode april-november. Een verhoging van de gemiddelde lengte met 5 cm ofwel een sorteringsklasse (dit wil zeggen gemiddeld 14% langer) levert gemiddeld een 7% hogere prijs op.
- \* De knopdikte, en de daarmee zeer nauw samenhangende steeldiameter, speelt een rol in de lichtarme winter. Per millimeter extra knopdikte (14%) is de gemiddelde prijs 9% hoger.
- \* De naam van de teler speelt vrijwel het gehele jaar een rol. De naam van de teler is het gevolg van een gemiddeld door het jaar heen betere steellengte, steeldiameter, partijgrootte, rijpheid en steelstevigheid. De naam van de teler was omschreven in de vorm van een rangordepositie. Wanneer de bedrijven ingedeeld worden in vijf groepen levert een verhoging van de naam (naar de volgende groep) een prijsverhoging op van gemiddeld 7,5%.

De belangrijkste resultaten bij Freesia, cultivar 'Aurora', wijzen in dezelfde richting als die bij Roos, hoewel dit onderzoek de periode januari-februari betrof.

- \* Een vergroting van de gemiddelde steellengte met 5 cm (11%) leverde een stijging van de gemiddelde prijs op met 5,5%.
- \* Een stijging van de steeldiameter (knopdikte) met een millimeter (4,5%) resulteerde in een prijsverhoging van 7%.
- \* Duinvorming is een fysiologisch verschijnsel waarbij de eerste bloem te laag aan de steel geplaatst is. Wanneer deze misvorming 7% erger was daalde de gemiddelde prijs met 3,5%.
- \* Freesia kan met of zonder haak gesneden worden. Een extra haak geeft de bos meer gevuldheid. Een extra haak per bos (16%) leverde een prijsstijging op van 1,5%.

De belangrijkste resultaten naar prijs-kwaliteitsrelaties bij Trosanjer, cultivar 'Tony'. Dit onderzoek onderscheidde zich in onderzoekopzet. Partijspecifieke kenmerken, zoals steellengte en knopdikte bijvoorbeeld, verklaarden slechts 12,5% van de prijsverschillen. Concrete metingen aan het produkt zijn niet verricht.

- \* Het aantal bossen per doos kan gezien worden als een maatstaf voor de steeldiameter en de gevuldheid (meer zijtakken). Dit kenmerk speelde het hele jaar een rol in de prijsvorming. Per procent minder bossen per doos resulteerde in een 0,4% hogere prijs.
- \* Keuropmerkingen over lichte(re) takken en dergelijke duiden op een geringere steeldiameter. Een dergelijke opmerking leidde door het jaar heen tot een prijsverlaging van 10%.
- \* Opmerkingen over de leeftijd van het gewas ('jong gewas') resulteerde in juli-augustus in prijsverschillen. De prijs lag circa 7% hoger na een opmerking.
- \* De opmerking 'harttak' betreft de teeltwijze (langere steel). Deze opmerking leidde in de maand juni tot een 40% hogere prijs.

## 5. Hoofdpijnen uit het prijs-kwaliteitsonderzoek

De belangrijkste resultaten van de drie onderzoeken vertonen overeenkomsten (zie tabel 1). Een opvallend afwezig kenmerk is de houdbaarheid. Hoewel dit aspect betrokken is in de analyses, werd geen invloed op de prijs vastgesteld.

Tabel 1. De belangrijkste resultaten van drie onderzoeken naar prijs-kwaliteitsrelaties bij snijbloemen

<u>ROOS</u>	<u>FREESIA</u>	<u>TROSANJER</u>
Steellengte	Steellengte	Harttak
Bloemknopdikte/steeldiameter	Steeldiameter	Opmerking licht(er)
n.v.t.	Haken per bos	Bossen per doos
Naam van de teler	Duimvorming	Overige opmerkingen

De in grote lijnen overeenkomende kenmerken zijn in dezelfde rij gezet. De plaats van de harttak (Trosanjer) is niet geheel duidelijk. Waarschijnlijk is er sprake van een gecombineerd lengte- en dikte (zwaarte)effect. Het aantal bossen per doos is waarschijnlijk toe te schrijven aan een grotere steeldiameter, die in de regel leidt tot meer en/of dikkere bloemknoppen. Bij de Roos (geplozen) speelt dit geen rol. De naam van de teler treedt bij Roos naar voren. Het gemiddeld over het jaar aanvoeren van langere, dikkere, rijpere en stevigere rozen in redelijk grote partijen levert een betere naam op. Afwijkingen, zoals duimvorming en opmerkingen bij trosanjers leiden tot negatieve prijsreacties. Dit komt bij Roos in sommige perioden, hoewel minder duidelijk, ook uit de analyses.

## 6. Conclusie

De prijsvorming op de veiling kan op diverse aggregatieniveaus beschreven worden. Op hogere aggregatieniveaus, zoals bijvoorbeeld gemiddelde prijzen per maand, is de prijs afhankelijk van vraag en aanbod, waarbij het weer en feestdagen een grote rol (kunnen) spelen. Op een lager aggregatieniveau zijn marktsegmenten op basis van kwaliteitsverschil te onderscheiden. Elk segment heeft een eigen prijsvorming. Tussen de segmenten kan echter een onderlinge beïnvloeding plaatshebben, afhankelijk van marktomstandigheden.

In de praktijk zijn marktsegmenten niet waarneembaar. Ze openbaren zich als afwijkingen ten opzichte van de gemiddelde prijs bij een gegeven prijsniveau.

Drie onderzoeken betreffende prijs-kwaliteitsrelaties bij snijbloemen (Roos, Freesia en Trosanjer) leveren overeenkomstige resultaten op, hoewel de onderzoekopzet niet in alle drie gevallen gelijk is.

In het algemeen kan gesteld worden dat de resultaten van de drie studies naar prijs-produktkwaliteitsrelaties terug te voeren zijn op zichtbare of zichtbaar gemaakte kenmerken, die de steellengte, knopdikte, gevuldheid en afwijkingen betreffen.

## Literatuur

- Delfgaauw, G.Th.J. Inleiding tot de economische wetenschap I,  
Delwel, Wassenaar 1977.
- Kleijn, E.H.J.M., Tap, H. Prijsvorming van eindprodukten,  
Vademecum voor de glastuinbouw 1981, LEI, Den Haag 1981.
- Kortekaas, B.M.M. Prijs- en kwaliteitsonderzoek bij Trosanjers,  
2. aspecten m.b.t. de prijsvorming. Onderzoekverslag 14,  
LEI, Den Haag, oktober 1984.
- Oprel, L. Prijsbepalende kenmerken bij rozen, cultivar 'Motrea',  
Rapport 15, Proefstation voor de Bloemisterij, Aalsmeer  
juli 1983.
- Oprel, L. 'Welke kenmerken bepalen de prijs bij Freesia?',  
Vakblad voor de Bloemisterij, nr. 32, 1980, 20-23
- Oprel, L. Prijsvorming van bloemisterijprodukten op veilingniveau,  
Rapport 25, Proefstation voor de Bloemisterij, Aalsmeer  
mei 1985.