

Prijsvorming 2.0

Gemis aan innovatie prijsvorming leidt tot verschraling assortiment.

De digitalisering van de glastuinbouw neemt toe. Dit uit zich in het ontstaan van webshops, digitale marktplaatsen, digitaal orderen en moderne ERP bedrijfssoftware. Wat opvalt is, dat bij al deze vernieuwingen, zoals eTrade van FloraHolland (zie verderop) geen innovatie op het gebied van prijsvorming plaats vindt. Het is de manier van samenbrengen, met de directe lijnen tussen producent en exporteur, die vernieuwd is, niet de prijsvorming. De prijsvorming blijft gebaseerd op de klok(perceptie). Op den duur kan dit tot verschraling van het Nederlandse aanbod sierteeltproducten leiden.



Inzicht in prijsvorming

Grote producenten met een behoorlijk marktaandeel hebben voldoende inzicht in prijsvorming. Naast een goed kostprijnsinzicht heeft deze groep goede marktinformatie. Middelgrote of kleinere producenten missen het netwerk en gespecialiseerde verkoop. Voor hen is de transparantie van de veilingklok cruciaal om voldoende rendement te behalen. Wordt de klok minder sterk dan leidt dat direct tot een minder sterke positie van deze groep producenten. Dat gaat weer ten koste van het totale assortiment. En juist het brede assortiment maakt Nederland tot zo'n sterke wereldspeler.



Prijsvorming 2.0

De toevoeging '2.0' is de parallel met de internetontwikkeling Web 2.0. Het is een 'tweede leven' van het internet, die het mogelijk maakt systemen met elkaar te verbinden met als doel samenwerking en netwerken te bevorderen (zie ook het artikel Achtergronden web 2.0 van september 2007). Inmiddels verkondigt Rita Verdonk (trots), dat haar website 2.0 gebaseerd is op Web 2.0. Het begint dus bekend (ingeburgerd) te raken. Prijsvorming 2.0 zou een nieuwe generatie prijsinstrumenten kunnen inluiden.

7x24u handelen

Het Vakblad Bloemisterij van juli 2007 geeft het standpunt weer van Eric van 't Boveneind -directeur van Zurel: "*De dagmarkt overleeft en de veilingklok niet*". De kern van zijn betoog is, dat de klok niet inspeelt op de behoefte aan het meerdere keren per dag op maat inkopen. Veilingen zouden volgens Van 't Boveneind nieuwe daghandelssystemen moeten introduceren. De pilot FloraHolland eTrade speelt in op deze uitdaging en maakt handelen in snijbloemen 7x24uur mogelijk. De klok als prijsinstrument staat eigenlijk nog steeds centraal bij deze pilot, die als het ware 4 fases kent:

1. Gecommitteerd aanbod: koper en verkoper maken 1-op-1 afspraken over prijs en levering
2. Standaard aanbod: Product staat nog op de kwekerij maar het (dag)aanbod is inzichtelijk voor de verkoop.
3. Bufferverkoop: het aanbod is inmiddels op veiling gearriveerd en voorafgaand aan het 'klok' proces kan een koper het product kopen.
4. Klokverkoop: als de voorgaande 3 fases geen resultaat hebben opgeleverd dan kan de koper 'voor de klok' product kopen.

eTrade kent als pilot een goede start en inmiddels doen tientallen producenten en vele exporteurs mee. Voor meer achtergrond informatie surf naar www.florahollandetrade.com.

Waarom Prijsvorming 2.0?

Er zijn 2 prijsinstrumenten voor handen voor siertelers: bemiddeling en de klok. Bij bemiddeling

maken koper en verkoper rechtstreeks afspraken met elkaar over de prijs en levering. Men kijkt veelal naar de prijsvorming 'op de klok' en baseert hier afspraken op. De veiling kiest voor 2 functies in het geheel: het bemiddelen en het afrekenen van de transactie. Goed beschouwd blijft alleen de klok als prijsinstrument over.

Telers met een groot marktaandeel en daarbij ga ik uit van 10% of meer in hun productcategorie, hebben buiten de klok als transparant prijsinstrument een goed inzicht in vraag en aanbod. Soms is hun grootte van dien aard, dat zij ook de prijs kunnen beïnvloeden door 'kunstmatig' meer of minder product aan te bieden. Voor deze groep is een nieuw prijsinstrument niet direct noodzakelijk.

De middenmoters hebben geen optimaal inzicht en zij zijn veel afhankelijker van de klok. Telers met een groot marktaandeel zullen eerder profiteren van de toegenomen virtualisering dan diegene met een kleiner marktaandeel (en een commodity product). Het nadeel van deze ontwikkeling is, dat de groep middenmoters geen maximale prijs voor hun product krijgt (ervan uitgaande dat kopers meer marktinzicht hebben dan de middenmoters onder de telers). Het resultaat is, dat uiteindelijk het productaanbod van de Nederlandse sierteelt kan verschromelen door bedrijfsbeëindiging. Een divers aanbod is cruciaal voor Nederland als handels- en kenniscentrum. Daarom is innovatie op het gebied van prijsvorming noodzakelijk.

Bepalende factoren bij de prijsvorming

Bepalend bij prijsvorming zijn:

1. Het product en de kwaliteit ervan
2. De verhouding tussen vraag en aanbod
3. De tijdschikhorizon en het risico dat koper en verkoper willen nemen

Met deze drie punten in gedachten is het de moeite waard te experimenteren met andere methoden om tot prijsvorming te komen.

Andere markten als inspiratiebron

Wat is de overeenkomst tussen de elektriciteits- en de sierteeltmarkt? In de elektramarkt zijn meerdere prijsmechanismen voor de handel, die afgestemd zijn naar het verschil in vraag en aanbod gedurende de tijd. Voor de handel op langere termijn is de APX, middellange termijn de OTC en op korte termijn (minder dan 1 uur) de Onbalansmarkt beschikbaar. Natuurlijk gaat de vergelijking direct mank op het aspect dat elektra een homogeen en dus vergelijkbaar product is en sierteeltproducten niet. Toch zijn sierteelt producten tot op zekere hoogte vergelijkbaar. Al is het maar het aanbod van teler X gedurende de tijd. Kies dus het juiste abstractieniveau om dergelijke markten te vergelijken.

Voor de niet-insiders:

Kopen voor de klok betekent, dat per afslag wordt verkocht. De 'klok' begint bij een uitgangsprijs en deze wordt steeds lager. Bij veel vraag zullen kopers geneigd zijn snel op de 'knop' te drukken (jargon: weg-drukken) om product te kopen. Dit is een methode van prijsvorming die al meer dan 100 jaar bestaat en zijn functie nog steeds heeft. Het zorgt voor een transparante prijsvorming. Naast de veilingklok vindt ook de zogenaamde 'bemiddeling' plaats. Hierbij leggen bemiddelaars direct contact tussen producent en koper.

De parallel met de aandelen- of optiebeurs ligt ook voor de hand. Wat zijn de overeenkomsten en wat zijn de verschillen. Hetzelfde geldt voor derivatenhandel. In andere agrarische sectoren is al veel langer sprake van andere prijsinstrumenten. Zo bestaat er een graanbeurs en de aardappelen termijnhandel. Deze laatste vertoont zeer grote overeenkomsten met derivatenhandel (optie, futures, herverzekeringen etc). Groot verschil met de sierteelt is natuurlijk, dat granen en aardappelen lang houdbare producten zijn.

Sierteeltderivaten en eBay

Bij derivaten, neem voor het gemak de optiehandel, kan het risico op waardestijging- of daling worden 'afgekocht' met een put of call optie, afhankelijk van de strategie. Naast de koper van de producten kunnen derden inspelen op te verwachten prijsontwikkelingen. Het is interessant om na te gaan of sierteeltderivaten een positief effect op de prijs hebben. Ik denk dat die kans reëel is. Beleggers hebben interesse in alternatieve derivaten en duiken de laatste tijd bijvoorbeeld in bio-brandstof derivaten als alternatief voor opties. Daarnaast kan het zijn, dat het risico delen van een transactie door meerdere partijen, een prijsopwaarts effect heeft.

The screenshot shows the eBay.nl website interface. The search bar contains 'Bloemen en planten' and the search results show 17 items. The table below summarizes the visible items:

Objecttitel	Biedingen	Prijs*	Verzending	Land/regio	Resterende tijd
3 st walnoot/okernoot (Juglans Regia)	1	EUR 8,75 EUR 10,50	EUR 6,50	Nederland	23u 41m
5st Agapanthus blue giant (zaailingen) 5/10 Cm	1	EUR 3,50 EUR 5,50	EUR 1,50	Nederland	2d 29m
echte edelweïß zaad meerjarig rostpantje, buitengewoon	1	EUR 0,59	--	Nederland	2d 05u 27m

De huidige veilingklok veilt per afslag van geoogst product. Waarom niet zoals bij eBay per opbod veilen van geoogst of nog te oogsten product? Niet-geoogst product vermarkten vergt een goed inzicht in het toekomstige aanbod. Daar schuilt onzekerheid in. Dit risico is voor de marktpartijen, producent of koper. En als ze het risico niet willen nemen dan is herverzekeren wellicht een uitkomst. Of zoek de combinatie met een derivaatvorm.

Ongetwijfeld zijn deze eenvoudige voorbeelden niet direct toepasbaar. Laat het echter als basis dienen voor experimenten op het gebied van prijsvorming.

Reactie van Mark-Jan Terwindt, concernmanager FloraHolland Connect



Het systeem van prijsvorming in onze sector is constant in beweging. En dat met alle complexiteit, die de sierteelt kenmerkt, zoals het aantal producten, soms per kweker specifiek of per soort uitwisselbaar. Het aantal transacties per dag en de snelheid van leveren is enorm om alle vraag in te vullen. Al met al speelt het huidige systeem van prijsvorming hier goed op in.

Feitelijk is er slechts 1 markt. In deze markt zorgt het prijsmechanisme ervoor, dat al het product een koper vindt, of verdwijnt (doordraai). Vraag en aanbod fluctueren op dagelijkse basis en de markt zorgt, dat het passend wordt gemaakt. Als er meer aanbod is, zal door prijsdaling de markt vergroot worden, totdat al het aanbod (behalve doordraai) z'n reis naar de consument kan inzetten. In krapte zal de prijs ervoor zorgen dat de markt kleiner wordt en consumenten mogelijk in de prijs teleurgesteld kunnen zijn, maar nooit in het aanbod.

Is prijsvorming zoals die vandaag tot stand komt dan een probleem? Of anders gevraagd, hebben we een oplossing nodig? Er zijn nu twee methodes van prijsvorming, die een relatie hebben omdat ze in dezelfde markt ingezet worden. Men kan zelf de prijs zetten bij bemiddeling of het aan de klok overlaten. Natuurlijk is het zo dat prijzen, die men zelf afspreekt en in de tijd dicht bij het klokmoment zitten, redelijk in dezelfde lijn zitten. Er is immers maar 1 markt! Als er een langere tijd, of een andere relatie tussen partijen is, zullen er steeds meer en grotere verschillen en zelfstandigheid zijn in de uiteindelijke prijs.

Kortom, met alle complexiteit hebben we er 100 jaar over gedaan tot de huidige balans te komen. Eerste vraag is, moet het anders en kan het beter? De veiling faciliteert -en niet maakt- de handelstromen. Als er een slim en beter systeem mogelijk was, zou het met alle ondernemerskracht in de sector niet al lang geleden ingevoerd zijn?

Blooming Bizz Management

... richt zich op project- en algemeen management en is gespecialiseerd in marketing en ICT vraagstukken. Ruime ervaring is voor handen op het gebied van eMarketing en het opzetten en begeleiden van eBusiness projecten. De artikelen zijn een uitnodiging tot discussie, het delen van kennis en ervaring en het stimuleren van innovatie in de food- en flowersector.

Blooming Bizz Management

Frans-Peter Dechering

0624-431639

info@bloomingbizz.nl

www.bloomingbizz.nl