



# Attityder, normer och hinder till traditionell och digital livdjursförmedling

– Hur påverkas användningen och hur inverkar användningen på kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden i nötköttsbranschen?

---

*Attitudes, norms and barriers of livestock trading – How does its use affect quality, competitiveness and added value in the beef industry.*

Victor Jonsson & Hedda Pålsson

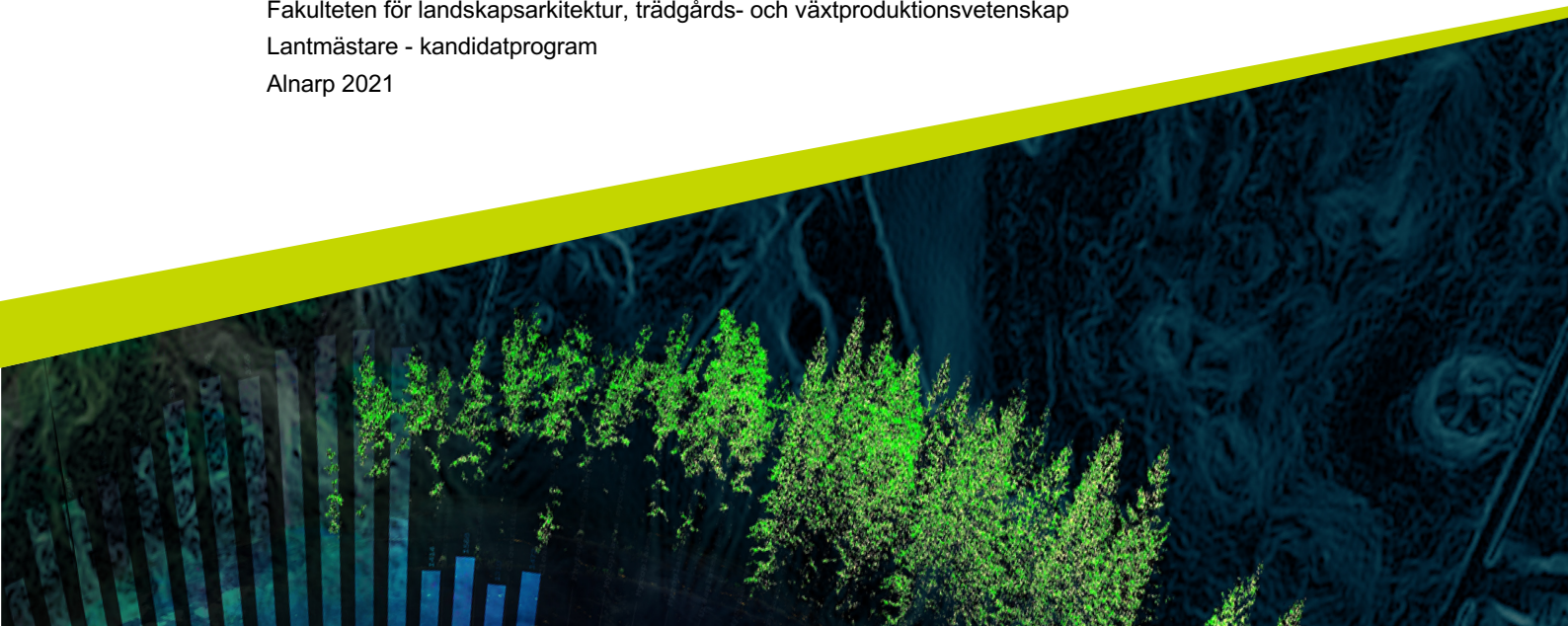
Examensarbete/Självständigt arbete • 15 hp

Sveriges lantbruksuniversitet, SLU

Fakulteten för landskapsarkitektur, trädgårds- och växtproduktionsvetenskap

Lantmästare - kandidatprogram

Alnarp 2021





# Attityder, normer och hinder till traditionell och digital livdjursförmedling – Hur påverkas användningen och hur inverkar användningen på kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden i nötköttsbranschen?

Victor Jonsson & Hedda Pålsson

**Handledare:** Erik Hunter, SLU, institutionen för människa och samhälle  
**Examinator:** Catharina Alwall Svennefelt, SLU, institutionen för människa och samhälle

**Omfattning:** 15 hp  
**Nivå och fördjupning:** Grundnivå, G2E  
**Kurstitel:** Självständigt arbete i Företagsekonomi, G2E – Lantmästare – kandidatprogram (antagna fr.o.m. 2017), 15 hp  
**Kurskod:** EX0883  
**Program/utbildning:** Lantmästare - kandidatprogram  
**Kursansvarig inst.:** Institutionen för människa och samhälle

**Utgivningsort:** Alnarp  
**Utgivningsår:** 2021  
**Omslagsbild:** Fotografens namn (om sådan finns)

**Nyckelord:** Attityder, normer, hinder, användning, livdjursförmedling, digital förmedling, digitala auktionsplattformar, Teorin om planerat beteende, TPB, kvalitet, konkurrenskraft, mervärden, nötkött.

## Sveriges lantbruksuniversitet

Fakulteten för landskapsarkitektur, trädgårds- och växtproduktionsvetenskap  
Institutionen för människa och samhälle

## Publicering och arkivering

Godkända självständiga arbeten (examensarbeten) vid SLU publiceras elektroniskt. Som student äger du upphovsrätten till ditt arbete och behöver godkänna publiceringen. Om du kryssar i **JA**, så kommer fulltexten (pdf-filen) och metadata bli synliga och sökbara på internet. Om du kryssar i **NEJ**, kommer endast metadata och sammanfattning bli synliga och sökbara. Fulltexten kommer dock i samband med att dokumentet laddas upp arkiveras digitalt.

Om ni är fler än en person som skrivit arbetet så gäller krysset för alla författare, ni behöver alltså vara överens. Läs om SLU:s publiceringsavtal här: <https://www.slu.se/site/bibliotek/publicera-och-analysera/registrera-och-publicera/avtal-for-publicering/>.

JA, jag/vi ger härmed min/vår tillåtelse till att föreliggande arbete publiceras enligt SLU:s avtal om överlåtelse av rätt att publicera verk.

NEJ, jag/vi ger inte min/vår tillåtelse att publicera fulltexten av föreliggande arbete. Arbetet laddas dock upp för arkivering och metadata och sammanfattning blir synliga och sökbara.

## Sammanfattning

I svensk nötköttsproduktion råder stor diversitet i avelsmaterial och produktionsformer. Diversitet gör att det finns en rad olika kvalitetsegenskaper och mervärden för livdjur i ett förmedlingsstadium. Majoriteten av förmedlingen sker genom de två största slakterierna i Sverige, HK Scan och KLS Ugglarps. Slakterierna har i regel åtaganderättsförbehåll på de djur de förmedlar, vilket påverkar lantbrukarnas förhandlingsutrymme. I länder som Storbritannien, Kanada och USA har, man istället för förmedling genom slakterier, fysiska auktioner där slutproducenterna får buda mot varandra om högsta pris.

I takt med digitaliseringens frammarsch har användandet av digitala auktionsplattformar ökat i en rad olika branscher. Exempel på digitala auktionsplattformar i nötköttsbranschen är Svensk köttprövnings tjurauktioner och Boskapstorget, som riktar in sig på förmedling av avelsdjur och livdjur. Intresse för digitala auktionsplattformar, så som Boskapstorget, finns bland livdjursproducenter. Dock har den faktiska användningen genom sajten varit svag.

Undersökningens syfte var att, med teorin om planerat beteende, identifiera vilka attityder, normer och hinder som påverkar användningen av förmedlingsavtal och digitala auktionsplattformar. Studien har också berört hur alternativen påverkar arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden i nötköttsbranschen. Detta för att det finns en uppfattning bland producenter att det finns möjlighet till förbättring inom dessa tre områden.

Studien innefattade 13 st. telefonintervjuer med ett standardiserat frågeformulär. Studien har konstaterat att återleveranskrav och ett litet förhandlingsutrymme är de två största hindren för producenter att använda förmedlingsavtal. Dock gör bristen på alternativ, den upplevda ekonomiska tryggheten och tryggheten i att alltid kunna sälja eller köpa djur att de allra flesta producenter ändå väljer förmedlingsavtal. Om förmedlingsavtalen ska stimulera kvalitet, konkurrenskraft och mervärden behöver avtalen utvecklas så att mervärden och kvalitet premieras uppfödaren ekonomiskt. Vilket i förlängningen kommer underlätta producenternas konkurrenssituation.

Intentionen med digital livdjursförmedling är att den fria prissättningen kommer underlätta förmedling av mervärden och stimulera producenter att producera djur av god kvalitet. Det kommer i sin tur förbättra konkurrenssituationen för de producenter som satsar på mervärden och kvalitet. Avgörande faktorer för en utbredd användning är säkerställandet av en säker betalösning och smittuppföljning. Skulle varumärket skadas i ett tidigt stadium skulle det bli förödande för fortsatt användning och utveckling. Dock går det inte att utesluta att det kan finnas andra oönskade och oönskade konsekvenser av digitala auktionsplattformar för livdjur. Konsekvenser som upptäcks vid en omfattande användning.

## Abstract

Swedish beef production contains a big diversity when it comes to breeding materials and types of production systems. Due to the diversity there is different quality and added value in the livestock trading. The majority of the livestock trading appears through the two biggest stakeholders of Sweden (HK Scan and KLS-Ugglarps). The stakeholders have the right to slaughter the cattle that they have sold to the farmer through their livestock trading service. In countries like Great Britain, Canada and USA it is the norm to buy or sell the livestock through livestock auctioneers. Where the buyers compete against each other about having the highest offer.

In times of the digital evolution the use of digital auctions has increased in different industries. Examples of digital auction platforms in the beef industry are Svensk köttprövning and Boskapstorget. There is interest of using digital auction platforms among the beef producers rather than using the traditional livestock trading by the stakeholders. Despite the interest, the actual use of the digital auction platforms has been low.

The purpose of the study was to identify which attitudes, norms and barriers which affect the use of traditional livestock trading and the possible use of a digital auction platform. The study has also identified how the alternatives affect the work quality, competitiveness and added value in the beef industry.

The study included thirteen respondents who participated through telephone interview. The conclusions of the study were that the reservation of the slaughter and the small space of negotiation are the two biggest barriers of using traditional livestock trading. However, the lack of alternative ways of trading livestock, the sense of economical trustiness and ability to always trade animals makes the livestock trading through the stakeholders attractive. If the livestock trading through the stakeholders should simulate quality, competitiveness and added value the system needs to develop so the added value and quality makes a financial difference for the calf producer. The financial difference will stimulate the competitiveness of producers.

The intention of digital auction platforms is that the market-based pricing of cattle will stimulate added value and stimulate producers to breed cattle of good quality. It will improve the competitiveness for the producers that invests in added value and quality. The main factor of using is the ensuring of a safe financial transaction and infection control. If the trademark harms in an early stage, it will be devastating for a continued use and development. However, the study cannot exclude the fact that it can be other unwanted consequences with the use of digital auction platforms for trading livestock.

# Förord

Lantmästare – kandidatprogram är en treårig utbildning vid Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU). En av de obligatoriska delarna inom området för kandidatprogrammet är att skriftligt och muntligt presentera ett eget arbete. Arbetet under utbildningens tredje år skall minst motsvara tio veckors heltidsstudier (15 hp).

Detta arbete syftar till att identifiera vilka attityder, normer och hinder som påverkar användningen av traditionell och digital förmedling av livkalvar samt hur användningen påverkar arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden i nötköttsbranschen.

Vi vill rikta ett tack till vår handledare Erik Hunter för vägledning och goda råd!

Examinator för arbetet var Catharina Alwall Svennefelt.

Alnarp 2021

Victor Jonsson & Hedda Pålsson

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning .....</b>	<b>12</b>
1.1. Bakgrund .....	12
1.1.1. Översikt.....	12
1.1.2. Prissättning på förmedlingskalvar.....	12
1.1.3. Livdjursförmedlingens värdekedja .....	13
1.1.4. Auktioner för nötkreatur – några exempel .....	13
1.2. Problemformulering .....	13
1.3. Syfte .....	14
1.4. Avgränsning .....	14
<b>2. Teoretiskt ramverk .....</b>	<b>15</b>
2.1. Teorin om planerat beteende .....	15
2.1.1. Attityd.....	15
2.1.2. Subjektiv norm .....	16
2.1.3. Upplevd beteendekontroll .....	16
<b>3. Metod .....</b>	<b>17</b>
3.1. Urval .....	17
3.1.1. Respondenter .....	17
3.2. Material.....	18
3.2.1. Variabler .....	18
3.2.2. Samtycke och information .....	18
3.2.3. Frågeformulär .....	18
3.3. Procedur.....	20
3.3.1. Semistrukturerade intervjuer.....	20
3.3.2. Pilotstudie .....	20
3.3.3. Genomförande.....	20
3.3.4. Process av data .....	21
<b>4. Resultat .....</b>	<b>22</b>
4.1. Analys av förmedlingsavtal.....	22
4.1.1. Affektiva attityder .....	22



4.1.2.	Konativa attityder .....	23
4.1.3.	Kognitiva attityder .....	24
4.1.4.	Subjektiva normer .....	25
4.1.5.	Hinder .....	26
4.1.6.	Förmedlingsavtalens påverkan på arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och mervärden i nötköttsbranschen .....	27
4.2.	Analys av fristående digital auktionsplattform .....	30
4.2.1.	Affektiva attityder .....	30
4.2.2.	Konativa attityder .....	31
4.2.3.	Kognitiva attityder .....	31
4.2.4.	Subjektiva normer .....	34
4.2.5.	Hinder .....	34
4.2.6.	Fristående digitala auktionsplattformars påverkan på kvalitet, konkurrenskraft och mervärden.....	36
<b>5.</b>	<b>Diskussion .....</b>	<b>38</b>
5.1.	Användning av förmedlingsavtal .....	38
5.2.	Användning av digitala auktionsplattformar.....	39
5.3.	Hur påverkar alternativen arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden? .....	40
5.3.1.	Förmedlingsavtal .....	40
5.3.2.	Digitala auktionsplattformar .....	41
<b>6.</b>	<b>Slutsats .....</b>	<b>42</b>
6.1.	Förslag på fortsatt forskning .....	42
6.2.	Begränsningar i undersökningen.....	43
<b>7.</b>	<b>Källor .....</b>	<b>44</b>





# 1. Inledning

## 1.1. Bakgrund

### 1.1.1. Översikt

I december 2020 fanns det 10 001 dikoföretag som tillsammans hade 194 150 dikor. Sedan år 2000 har antalet dikor ökat med 27% medan andelen mjölkkor har minskat under samma period (Jordbruksverket 2020). Historiskt har mjölkraserna representerat 66% av Sveriges nötköttsproduktion. Det kan jämföras med 2019 då andelen nötkött av mjölkras var ca 60%. (Lannhard Öberg 2020). En minskad andel nötkött av mjölkras leder till en större andel nötkött av specifika kötttraser. Ökningen av antalet dikor medför en större diversitet i avelsmaterial på marknaden. Olika kötttraser har olika slaktkroppsegenskaper, så som klassning, slaktutbyte, fettansättning etc. (Rosengren 2011). Generellt har de lätta raserna tidig fettsättning, vilket gör dem slaktmogna tidigare än de tunga raserna samt att de lätta raserna kräver mindre underhållsfoder. De tunga raserna har däremot större kapacitet i tillväxt och en högre andel muskelansättning än de lätta raserna (Ingvarsson 2020).

### 1.1.2. Prissättning på förmedlingskalvar

För de livdjursproducenter som inte tillämpar en integrerad produktion finns alternativen att antingen sälja kalvar via livdjursförmedling genom slakterierna eller via kontakter inom branschen (Béve & Sundström 2007). Vid förmedling av dikalv finns det i dagsläget ingen individuell prissättning på kalvar av kötttraser, trots kötttraserens stora variationer (Béve & Sundström 2007). Däremot finns det ett system för individuell bedömning och prissättning beroende på faderras för mjölkraskalvar (HKScan Agri 2021). Från Scans förmedlingsnotering erbjuds tre olika klassningar: Plus-kalv(tjur) Prima-kalv(tjur) och kviga. Motsvarande notering från KLS-Ugglarps arbetar utifrån riktvärden på mjölkraskalvar. Det som skiljer de olika noteringarna åt är att KLS arbetar med avdrag på noteringen i stället för tillägg (KLS-Ugglarps 2021).

### 1.1.3. Livdjursförmedlingens värdekedja

Värdekedjan av svenskt nötkött når sin nedersta länk i de typer av företag som producerar kalvar. De företag som producerar kalvar är dikogårdar, avelsbesättningar och mjölkgårdar. På dessa gårdar produceras kalvar i syfte att stimulera kor till laktationsperioder, få fram rekryteringsdjur eller tjurar som är lämpliga för avel. De kalvar som inte passar in till gårdarnas produktionssyften bildar det överskott som slakterierna normalt sett förmedlar ut till olika typer av slutuppfödare. Slutligen är det åkerier som ansvarar för logistiken omkring förmedlingen. Förutom den traditionella värdekedjan så finns även gårdsslakterier som tagit anspråk i värdekedjan från kalv till konsument. Utöver denna värdekedja finns rådgivare och intresseorganisationer som påverkar framförallt producenter men även slakterier till att stimulera kvalitet, mervärden och konkurrenskraft.

### 1.1.4. Auktioner för nötkreatur – några exempel

I länder som Kanada, USA och Storbritannien är det, istället för livdjursförmedling genom slakterier, betydligt vanligare att slutuppfödare av nötkreatur individuellt bjuder på djur genom en fysisk livdjursauktion. Auktionerna har ägt rum på auktionshus anpassade för nötkreatur (Bevé & Sundström 2007). I Sverige har man traditionellt sett endast auktionerat avelstjurar genom Svenska köttprövningens fysiska auktioner, som äger rum i april varje år (SIRE 2021). Utöver Svensk Köttprövning har det inte existerat någon regelrätt och återkommande auktionsplattform för nötkreatur i Sverige. Åren 2020 och 2021 har Svensk köttprövning tillämpat digitala auktioner på grund av Covid-19 pandemin (SIRE 2021). Utöver Svensk köttprövning finns den nystartade digitala auktionsplattformen Boskapstorget (Boskapstorget 2021). Boskapstorget har funnits sedan maj 2020 och har fungerat som ett forum för svenska livdjursauktioner, alltså sammanställning och marknadsföring av livdjursauktioner. Detta i väntan på att bygga upp en fungerande digital nätauktion för svenska livdjur. Den 25 oktober 2020 arrangerades den första digitala auktionen på webbsidan. Boskapstorget har som syfte att vara en lättanvänd auktionssajt med fokus på boskapsdjur (Boskapstorget 2021).

## 1.2. Problemformulering

Summeras ovanstående faktorer skulle en digital auktionsplattform, potentiellt sett, vara ett steg till att öka tillgängligheten för dikalvsmarknaden, samt eventuellt minska slakteriernas inflytande över prissättningen på dikalvar. Rent teoretiskt skulle också en digital auktionsplattform göra att de ”bästa” djuren får en högre prissättning och de sämre djuren får en lägre prissättning, då man verkar på en öppen marknad. Dock har intresset för

försäljning av dikalvar genom den nystartade digitala auktionsplattformen Boskapstorget hittills varit svag i förhållande till andelen avelsdjur som sålts genom sajten (Boskapstorget 2021).

Även om intresset för digitala auktionsplattformar har varit trevande i nötköttsbranschen ökar däremot intresset i andra branscher. Ett exempel är konstbranschen, som liksom nötköttsbranschen, hanterar ”produkter” av stort ekonomiskt värde. Användningen av digitala auktionsplattformar i denna bransch har ökat och har gjort att konsumtionen av konst och antikviteter har blivit mer tillgänglig för allmänheten (Frölander & Nyquist 2015). I studien *”Konstauktioner online – hur bygger auktionsverk förtroende online”* beskriver Frölander och Nyquist att digitala auktioner har ökat tillgängligheten, men samtidigt finns det hinder för en ökad användning i form av att den potentiella kunden inte kan se objektet i verkligheten, vilket gör att kunden kan känna ökad misstänksamhet gent emot säljaren. Det andra hindret är att transaktioner genom en webbplats, utan den fysiska kontrollen och den mänskliga interaktionen, kan uppfattas som mindre trygg (2015). Det finns ett kunskapsgap huruvida samma hämmande faktorer existerar för en digital auktionsplattform för nötkreatur. Det finns också lite kunskap kring andra faktorer runt en digital auktionsplattform för försäljning av dikalvar, som antingen kan främja eller hämma utveckling av uppfödarnas konkurrenskraft, kvalitet från kalv till kött och hur mervärden uppmärksammas och förmedlas till kund. Utifrån teorin om planerat beteende (TPB) har studien identifierat vilka attityder, normer och hinder som påverkar användningen av förmedlingsavtal och digitala auktionsplattformar. Studien har också berört hur alternativen påverkar kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden i nötköttsbranschen.

### 1.3. Syfte

Syftet är att, genom en kvalitativ explorativ undersökning, jämföra förmedling av livdjur genom slakterier och digitala auktionsplattformar för att identifiera:

1. Vilka attityder, normer och hinder som påverkar användningen av de båda alternativen.
2. Hur användningen inverkar på arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden i nötköttsbranschen.

### 1.4. Avgränsning

Undersökningen omfattar respondenter med relevant kunskap om nötköttets värdekedja. Respondenterna är antingen nötköttsproducenter, rådgivare, intresseorganisationer eller slakterier. Respondenterna är verksamma i Götaland, Sverige.

## 2. Teoretiskt ramverk

För att förstå vilka attityder, normer och hinder som påverkar användningen av förmedling genom slakterier och digitala auktionsplattformar användes teorin om planerat beteende (TPB) som ramverk för studien. Intervjuformuläret baserades på frågeställningar utifrån TPB:s tre faktorer: attityd, subjektiv norm och upplevd beteendekontroll. TPB låg till grund för att få en bred uppfattning hur användningen påverkas utifrån modellens tre faktorer. Vidare identifierades hur användningen skulle påverka branschens arbete med kvalitén från kalv till kött, branschens konkurrenskraft och främjandet av produktions- och avelsmervärden utifrån vilka svar respondenterna uppgav i intervjuerna.

### 2.1. Teorin om planerat beteende

Teorin syftar till att, utifrån givna omständigheter, kunna förutse, mäta och förstå människors beteenden. För att kunna förutse beteenden identifieras respondentens intention till att använda eller inte använda en typ av förmedling. Intentionen delas in i tre faktorer: attityder, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll (Ajzen, 1991). För att en intention ska övergå till ett beteende behöver inte alla faktorer ingå i intentionen. Till exempel kan det endast vara subjektiva normer och attityder som bidrar till en intention som i sin tur blir ett beteende (Ajzen, 1991).

#### 2.1.1. Attityd

Attityden är individens egen inställning till beteendet och den kan antingen vara positiv eller negativ. En negativ attityd minimerar chanserna till ett beteende medan en positiv attityd ökar chanserna till en intention som leder till ett beteende (Ajzen 1991). En förlängning av attitydvariabel är Brecklers "*the ABC Model of Attitudes*" (1984). De tre komponenterna i ABC-modellen refereras till verben känna, göra och tänka. (Le & Nguyen, 2014).

- *Affective* (affektiv del) symboliserar individens känslomässiga inställning till digitala auktioner.

- *Behavioral* (konativ del) beskriver individens intention att göra något och ska inte förväxlas med själva beteendet att göra något.
- *Cognitive* (kognitiv del) belyser individens känslor och inställning kring tjänsten.

### 2.1.2. Subjektiv norm

Den subjektiva normen är de människor i en individs närhet som påverkar individen emotionellt och socialt. De människor som har en stor chans att påverka individen har ett betydande subjektivt normvärde (Ajzen 1991). Inom den subjektiva normen ryms även lagar och regler som kan påverka människans intention (Safa et. al. 2015 se Eklund och Nyberg 2016).

### 2.1.3. Upplevd beteendekontroll

Den upplevda beteendekontrollen är individens upplevda förmåga att utföra ett beteende. Beteendekontrollen påverkas, både positivt och negativt, av faktorer som kunskap, möjligheter, och resurser. Individens upplevda beteendekontroll kan direkt påverka beteendet, då okunskap, bristande resurser och upplevda hinder kan hämma ett beteende (Ajzen, 1991).



## 3. Metod

### 3.1. Urval

Undersökningen bestod i huvudsak av ett subjektivt urval, vilket innebar att respondenterna var icke slumpmässigt utvalda. Respondenterna var handplockade till undersökningen utifrån relevans och kunskap om branschens förutsättningar (Denscombe, 2017). För att utöka underlaget fick respondenterna möjlighet att föreslå andra personer lämpliga för undersökningen således tillämpas också snöbollsurval (Denscombe, 2017). Storleken på urvalet var kumulativt, vilket innebar att antalet respondenter ökade tills dess att tillräckligt med underlag fanns till resultat och slutsats (Denscombe, 2017).

#### 3.1.1. Respondenter

Samtliga respondenter har valts ut efter relevans och kunskap för att besvara vilka attityder, normer och hinder som påverkar användningen av livdjursförmedling genom slakterier och fristående digitala auktionsplattformar, samt hur användningen påverkar kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden. Kunskap om branschen och nötköttets värdekedja har varit avgörande för att få ett representativt underlag för studien. Respondenterna var avsiktligt utvalda baserat på produktionsinriktning, position i värdekedjan eller extern påverkan på värdekedjan. Dikalvsproducenten, Avelsbesättningen, Mjölkproducenten samt de tre slutproducenterna representerade producenter i värdekedjan och benämns i arbetet som "producenterna". Gårdsslakteriet representerar de nötköttsproducenterna som tagit hela eller delar av värdekedjan. De två livdjursuppköparna representerar de två största slakterierna i Sverige som använder sig av traditionella förmedlingsavtal. De två stora slakterierna benämns som "Slakterierna" i arbetet. Rådgivaren och de två intresseorganisationerna står för den externa påverkan på framförallt producenterna, men också till viss del på slakterierna. Transportören inkluderades för att ge information om livdjursförmedlingens transport och logistik till studien. Totalt 13 respondenter deltog i undersökningen.

## 3.2. Material

### 3.2.1. Variabler

Undersökningen baserades på förklaringsvariablerna attityder, normer, och upplevd beteendekontroll (hinder). Förklaringsvariablerna bidrog till att identifiera vad som påverkar användningen av förmedling genom slakterier och digitala auktionsplattformar. Variabeln "attityder" baserades i sin tur på förklaringsvariabler enligt ABC-modellen.

### 3.2.2. Samtycke och information

Intervjuerna, som ligger till grund för undersökningen, har följt "god praxis". Det innebar att samtliga respondenter blev muntligt informerade om att de deltog i ett formellt forskningsprojekt, där deras svar blev underlag för resultat och slutsats. Respondenterna fick muntlig information om undersökningens syfte enligt ett standardiserat intervjuintro samt information om att deras svar framställdes anonymt. I linje med Denscombes (2017) version av "god praxis" fick respondenterna medge samtycke innan intervjun startade.

### 3.2.3. Frågeformulär

Intervjufrågorna i frågeformuläret baserades på Teorin om planerat beteende variabler attityd, subjektiv norm samt upplevd beteendekontroll. Variabeln attityd utvecklades i de attitydbaserade frågorna utefter Brecklers "*the ABC Model of Attitudes*". Efter de frågor som identifierade vilka faktorer som påverkade användningen fick respondenterna svara på hur de ansåg att användningen påverkade arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden i nötköttsbranschen.

Affektiv attityd: *Vad är din känslomässiga inställning till en fristående digital auktionsplattform för förmedling av livdjur?*

Konativ attityd: *Skulle du kunna tänka dig att köpa eller sälja djur genom en fristående digital auktionsplattform?*

Kognitiv attityd: *Vad ser du för positiva och negativa aspekter med att använda dig av en fristående digital auktionsplattform?*

Subjektiv norm: *"Hur skulle lagar och regler påverka användningen av fristående digitala auktionsplattformar?"*

Upplevd beteendekontroll: *"Vad ser du för hinder för användandet av fristående digitala auktionsplattformar?"*

Formulärets uppbyggnad gjorde att respondenterna först fick frågor där syftet var att beskriva vad som påverkar användningen av förmedlingsavtal och hur användningen inverkar på arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och mervärden. Formulärets andra del

bestod av frågor vad som kan påverka användningen av digitala auktionsplattformar och hur användningen kommer att inverka på kvalitet, konkurrenskraft och mervärden.

Fråga	
1	Vad är din känslomässiga inställning till slakteriernas förmedlingsavtal?
2	Skulle du kunna tänka dig att köpa eller sälja djur genom förmedlingsavtal?
3	Vad ser du för positiva och negativa aspekter med att använda förmedlingsavtal?
4	Hur påverkar lagar och regler användningen av förmedlingsavtal?
5	Vad ser du för hinder för användandet av förmedlingsavtal?
6	Hur inverkar förmedlingsavtal på arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden?

*Figur 1. Frågor riktade mot slakteriernas förmedlingsavtal.*

Fråga	
7	Vad är din känslomässiga inställning till fristående digitala auktionsplattformar på livdjursmarkanden?
8	Skulle du kunna tänka dig att förmedla/köpa djur via fristående digitala auktionsplattformar?
9	Vad ser du för positiva och negativa aspekter med att använda fristående digitala auktionsplattformar?
10	Hur skulle lagar och regler påverka användningen av fristående digitala auktionsplattformar?
11	Vad ser du för hinder för fristående digitala auktionsplattformar?
12	Hur skulle förmedling genom fristående digitala auktionsplattformar inverka på arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden?

*Figur 2. Frågor riktade mot fristående digitala auktionsplattformar.*

## 3.3. Procedur

### 3.3.1. Semistrukturerade intervjuer

Syftet med studien var att identifiera attityder, normer och hinder som påverkar användningen av förmedling genom slakterier och digitala auktionsplattformar samt hur alternativen inverkar på branschens arbete med kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden. För att samla in data som speglar undersökningens syfte tillämpades kvalitativa semistrukturerade telefonintervjuer. Enligt Denscombe (2017) ger intervjuer ett bra underlag för att identifiera och analysera uppfattningar, känslor, åsikter och erfarenheter. Genom valet av semistrukturerade intervjuer genomfördes intervjuerna utifrån ett frågeformulär. Intentionen var att frågorna skulle lämna öppna svar och ge möjlighet för respondenten att utveckla sina synpunkter och erfarenheter. Ordningsföljden för de frågor och ämnen som berördes i intervjuerna var flexibel.

### 3.3.2. Pilotstudie

En pilotstudie genomfördes där två respondenter deltog, som representerade två av de totalt sex producenterna. Syftet var att undersöka om frågorna var förståeliga för respondenterna (Denscombe, 2017). Författarna identifierade att frågeformuläret och intervjuernas upplägg gav de svar som speglade undersökningens syfte. Dock ansåg författarna att det var nödvändigt att inkludera representanter från andra delar av värdekedjan för att ge undersökning ett resultat som skulle spegla en bild del än endast producenternas egna förutsättningar och behov. Därför inkluderades uppköparna, gårdsslakteriet, intresseorganisationerna, Transportören och Rådgivaren i undersökningen för att svara på frågorna utifrån ett större perspektiv.

### 3.3.3. Genomförande

Intervjuerna genomfördes via telefon. Avsikten med att genomföra intervju via telefon var för att det skulle vara lättillgängligt för respondenterna. Intervjutiden bestämdes innan genomförandet för att respondenterna skulle vara förberedda och aktiva under intervjuerna. Intervjuerna varade runt 1,5 timmar. Respondenterna fick först besvara formulärets första del som beskrev nuläget med förmedlingsavtal genom slakterierna. I undersökningens andra del fick respondenterna svara på samma frågor utifrån en fristående digital auktionsplattform. I intervjuerna tillämpades tekniken laddering för att respondenterna skulle ges möjlighet till att utveckla sina svar (Reynolds & Gutman, 1988).

### 3.3.4. Process av data

Enligt Denscombes (2017) exempel katalogiserades resultaten och analyseras. För att analysera data och bryta ut kärnpunkter i svaren som respondenterna angav, processerades data med inspiration av Denscombes (2017) analysmodell. Analysmodellen bestod av sex olika steg:

1. Val av lämpligt textavsnitt.
2. Nedbrytning av textavsnittet i mindre enheter.
3. Utarbetning av relevanta kategorier.
4. Kodning av enheter som överensstämmer med kategorierna.
5. Beräkning av enheternas förekomst.
6. Analys av enheternas förekomst i text

Med Denscombes (2017) analysmodell som bakgrund började analysen med att varje enskilt svar plockades ut ur frågeformuläret. Svaret analyserades och det mest relevanta citatet plockades ut för vidare analys. Varje respondents citat generaliserades. Tillexempel "positiv", "negativ", "ingen uppfattning" "ja" "nej", etc. Vidare kategoriserades det generaliserade svaret med ett nyckelord eller en kort mening som beskrev hur respondenten hade svarat. Tillexempel "trygghet, kontrollerande, kvalitetshöjande", "dålig tillgänglighet", "brist på alternativ" etc. Frågorna som identifierade användningens påverkan på kvalité, konkurrenskraft och mervärden representerades med det, enligt författarna, mest innehållsrika citatet. Vidare sammanställdes respondenternas rubriker eller citat i tabellformat och kodades för vilken verksamhet de var verksamma inom. Tillexempel Slakteri 1, Rådgivare, Dikalvsuppfödare etc. Till sist gjordes en kort sammanställning av frekvensen av svar. Tillexempel om de var positivt eller negativt inställda. Slutligen analyserades respondenternas svar och resonemang i text och hur svaren förhöll sig till varandra.

## 4. Resultat

### 4.1. Analys av förmedlingsavtal

De frågor som ställdes för att belysa nuvarande situation med slakteriernas förmedlingsavtal:

- Vad är din känslomässiga inställning till slakteriernas förmedlingsavtal?
- Skulle du kunna tänka dig att köpa eller sälja livdjur genom förmedlingsavtal?
- Vad ser du för positiva eller negativa aspekter med att använda dig av förmedlingsavtal?
- Hur påverkar lagar och regler användningen av förmedlingsavtal?
- Vad ser du för hinder för användandet av förmedlingsavtal?
- Hur inverkar användningen av förmedlingsavtal på arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden i nötköttsbranschen?

#### 4.1.1. Affektiva attityder

I det affektiva avsnittet var frågan: *”Vad är din känslomässiga inställning till slakteriernas förmedlingsavtal?”* Respondenterna lyfte antingen positiva, negativa eller både positiva och negativa aspekter i sina svar. Resultatet blev jämnt, men majoriteten var övervägande negativt inställda till förmedlingsavtal.

Negativ:	6 st
Positiv:	4 st
Positiv/negativ:	3 st

Respondenternas vanligast förekommande påståenden var ”kontrollerande”, ”trygghet”, ”dåligt betalt/svårförhandlat” samt ”diversifierad kalvkvalité”. Frågan bemöttes följande:

*"Jag känner mig kontrollerad av slakteriet, jag kan inte förhandla med vem jag vill. känner mig i viss mån livegen."* (Slutproducent 3)

*"Det är för och nackdelar med att ha det genom slakteriet, slakterierna har ett varumärke att skydda vilket är viktig. Det negativa är återleveranserna. Man kan uppleva att man blir bunden vilket kan kännas kontrollerande"* (Slakteri 2)

*"Det är ett bra hjälpmedel, det kan vara ett tryggt sätt för lantbrukaren att få ett hyfsat pris för sina dikalvar."* (Intresseorganisation 2)

*"Det är slakterierna som bestämmer priset, vilket gör det svårt att förhandla med dem"* (Mjolkproducent)

*"Jag får inte rätt värde på kalvarna. Framförallt svårt att få de kalvar jag vill ha när jag vill ha dem."* (Slutproducent 2)

#### 4.1.2. Konativa attityder

Den konativa delen i attityden skulle avspegla om respondenten i fråga skulle kunna tänka sig att nyttja förmedlingsavtal vid köp eller försäljning. 11 av 13 respondenter svarade ja på frågan *"Skulle du kunna tänka dig att köpa eller sälja livdjur genom förmedlingsavtal?"*. Resterande 2 respondenter svarade nej på frågan och föredrog alternativ förmedling. Främst mellangårdsavtal.

Ja	11 st
Nej	2 st

Detta resulterade att den sammantagna svar på frågan blev *"Ja"*. Det överlägset mest förekommande påståenden var *"brist på alternativ"*. Frågan bemöttes följande:

*"Det handlar om att köparen och säljaren ska få betalt där vi är en länk för detta, vi har således ansvaret för köparen. Vi kan även uträtta krediter."* (Slakteri 1)

*"Jag vet att det fungerar och det finns inga andra alternativ."* (Dikoproducent)

*"Ja, men jag önskar att jag kunde rekommendera alternativ."* (Rådgivare)

*” Ja det kan jag göra om slakterierna inte förbehåller sig rätten att ta slakten på de djuren jag köper. Detta på grund av förhandlingsutrymmet som förvinner sen.”*  
(Slutproducent 3)

*”Nej det kan jag inte tänka mig. Vi vill ha personliga kontakter.”* (Avelsbesättning)

#### 4.1.3. Kognitiva attityder

Kognitiv attityd syftar till att identifiera respondentens inställning baserat på dennes kunskap och övertygelser. *”Vad ser du för positiva eller negativa aspekter med att använda dig av förmedlingsavtal”* Av undersökningens 13 respondenter lyfte 9 respondenter främst negativa aspekter med att använda förmedlingsavtal.

Negativ: 9st

Positiv: 4st

Respondenterna lyfte främst negativa aspekter så som ”begränsar förhandling” och ”begränsar mervärden”. De respondenter som lyfte positiva aspekter syftade främst till att slakteriernas kontaktnät bidrog till god tillgänglighet på köpare och säljare. En respondent lyfte slakteriernas möjlighet att ge krediter som en positiv aspekt.

*”Är du en väldigt produktionsinriktad producent så kommer du att inse hur hämmande förmedlingsavtalen är.”* (Slutproducent 2)

*”Det negativa är att du inte hittar de specifika djuren för att leverera en specifik produkt.”* (Slutproducent 1)

*”Jag ser inte att jag får betalt för interna mervärden i min produktion”* (Gårdsslakteri)

*”Det positiva är att de har ett stort kontaktnät.”* (Rådgivare)

*”Fördelen är att säljaren vet att de får pengarna, vi förmedlar djur och håller i affären men slopar återleveranskravet. Eftersom vi slopar återleveranskravet så är konkurrenskraften positiv.”* (Slakteri 2)



Respondent/ fråga	Affektiva attityder		Konativa attityder		Kognitiva attityder	
<b>Slakteri 1</b>	Positiv	Trygghet	Ja	Trygghet för parterna	Positivt	God tillgänglighet
<b>Slakteri 2</b>	Positiv/ negativ	Tryggt men kontrollerande	Ja	Underlätta direktkontakt	Positivt	Ekonomisk trygghet
<b>Intress.org 1.</b>	Negativ	Kontrollerande	Ja	Brist på alternativ	Negativt	Begränsar mervärden
<b>Intress.org 2.</b>	Positiv	Trygghet	Ja	Stora kontaktnät	Negativt	Begränsar förhandling
<b>Rådgivare</b>	Negativ	Kontrollerande	Ja	Brist på alternativ	Positivt	God tillgänglighet
<b>Gårdsslakt.</b>	Negativ	Kontrollerande	Ja	Dock viktigt med spårning	Negativt	Begränsar mervärden
<b>Avelsbesätt.</b>	Positiv	Kvalitetshöjande	Nej	Vill ha personliga kontakter	Negativt	Begränsar förhandling
<b>Mjölkgård</b>	Positiv/ negativ	Enkelt men svårförhandlat	Ja	Brist på alternativ	Negativt	Begränsar mervärden
<b>Slutprod. 1</b>	Negativ	Ojämn kalvkvalité	Ja	Alternativet fungerade ej (mellangårdsavtal)	Negativt	Dålig tillgänglighet
<b>Slutprod. 2</b>	Negativ	Ojämn kalvkvalité	Nej	Slakteriernas förbehållsrätt	Negativt	Begränsar förhandling
<b>Slutprod 3</b>	Negativ	Kontrollerande	Ja	Om förbehållsrätten slopas	Negativt	Begränsar mervärden
<b>Dikoprod.</b>	Positiv/ negativ	Tryggt, men svårförhandlat	Ja	Brist på alternativ	Negativt	Begränsar förhandling
<b>Transport</b>	Positiv	Logistiska fördelar	Ja	Fungerar bra	Positivt	God tillgänglighet

Figur 3. Beskrivning av attityder till förmedlingsavtal.

#### 4.1.4. Subjektiva normer

Inom den subjektiva normen ryms lagar, regler och personer som inverkar på respondentens intention att utföra en handling. Frågan löd ”Vad ser du för positiva eller negativa aspekter med avseende på lagar och regler som påverkar användningen av förmedlingsavtal?”.

Positiva: 9st

Negativa:	2st
Positiva/negativa	1st
Ingen uppfattning	1st

Djurvälfärden och smittsäkerheten lyftes som positivt av ett flertal respondenter. De ansåg att förmedlingsavtalen bidrog positivt till säkerställandet av en god djurvälstånd och ökad smittsäkerhet. Att slakteriet säkerställer att avtalen köpare och säljare emellan följs lyftes som positivt. En respondent ansåg att förmedlingsavtalen inte bidrog till säkerställande av smittsäkerheten i förmedlingen.

*”Det finns en form av ordning och reda när en stor aktör som vi följer detta så får andra haka på.”* (Slakteri 1)

*”Man ser tillexempel hårdare på smutsiga djur idag, vilket är bra.”* (Gårdsslakteri)

*”Där tror jag nog att lantbrukare bör känna sig trygga överlag. Jag har förtroende för de stora svenska slakterierna”* (Avelsbesättning)

*”Jag ser inga positiva aspekter i nuläget, alla djur ska vara fria från salmonella, men det kollas väl inte i alla fall.”* (Slutproducent 3)

#### 4.1.5. Hinder

Frågan löd *”Vad ser du för hinder för använda av förmedlingsavtal? 5 av 13 respondenter ansåg att det största hindret för att de skulle använda förmedlingsavtal var prissättningen. Återleveranskravet upplevdes också som ett hinder av 3st respondenter.*

*”Hindret är att vi har en enhetlig betalning. oavsett storlek och avel har vi samma ekonomiska värde på kalvarna. Snittpriset är ett bekymmer.”* (Avelsbesättning 1)

*”Uppfödare blir upplåsta med förmedlingsavtalen vilket gör att man känner sig livegen. På det sättet att jag som lantbrukare får ta kostnaden för att föda upp slakteriets djur, man tappar sin frihet.”* (Intresseorganisation 2)

*Det är ingen skillnad i betalning, även om man har olika raser. produktionsformer produktionsmervärden etc.* (Slutproducent 1)

*”Det krävs att slakterierna anstränger sig för att förmedla mervärden. Så att det blir en efterfrågan som stödjer olika typer av produktioner.”* (Intresseorganisation 1)

Respondent/ fråga	Normer		Hinder
Slakteri 1	Positiv	Ordning och reda	Ingen uppfattning
Slakteri 2	Positivt	Kan påverka djurskydd på gårdsnivå	Återleveranskrav
Intress.org 1.	Positiv/ negativ	Fungerar ofta, men ingen garanti	Diversitet
Intress.org 2.	Positiv	Sätter krav på leverantören	Återleveranskrav
Rådgivare	Positiv	Fungerar bra i dagsläget.	Prissättning
Gårdsslakt.	Positiv	Ser hårdare på t.ex. smutsiga djur	Storskalighet
Avelsbesätt.	Positiv	Köpare och säljare kan känna trygghet överlag.	Prissättning
Mjölkgård	Positiv	Krediterna är en stor trygghet.	Återleveranskrav
Slutprod. 1	Positiv	Tryggheten i att få betalt.	Prissättning
Slutprod. 2	Negativ	Vill förmedla tidigare än två veckor.	Prissättning
Slutprod 3	Negativ	Vill ha en standard för smittskydd vid förmedling.	Diversitet
Dikoprod.	Positiv	Slaktens ansvar när djuren är lastade.	Prissättning
Transport	Ingen uppfattning	Det är inget som påverkar oss i nuläget	Ingen uppfattning

Figur 4. Beskrivning av normer och hinder till förmedlingsavtal.

#### 4.1.6. Förmedlingsavtalens påverkan på arbetet med kvalitét, konkurrenskraft och mervärden i nötköttsbranschen

Som svar på frågan *Hur inverkar användningen av förmedlingsavtal på arbetet med kvalitét, konkurrenskraft och främjandet av mervärden i nötköttsbranschen?* lyfte respondenterna de tre olika aspekterna i varierad utsträckning. Den aspekt som återkom flest gånger var att mervärden inte premierades genom förmedlingsavtal. 5 respondenter lyfte att produktionsmervärden, som till exempel tillskottsutfodring, avel, produktionsform med mera inte kommuniceras till uppfödaren. Även om de tre producenterna i studien lyfte

att de antingen skulle kunna tänka sig att betala för sådana mervärden alternativt gjorde de redan det. 3 respondenter lyfte att återleveransplikten i förmedlingsavtalen inverkar negativt på producenternas konkurrenskraft. De menade att förhandlingsutrymmet med andra aktörer försvinner och man kan bli låst att leverera till slakteriet under lång tid. En respondent menade att återleveransplikten inte alltid behöver inverka negativt på konkurrenskraften. Det kan vara en konkurrensfördel med ett avtal, om man alltid får sina djur sålda. Även vid överskott på marknaden.

<b>Respondent</b>	<b>Hur inverkar förmedlingsavtal på arbetet med kvalité, konkurrenskraft och främjandet av mervärden?</b>
Slakteri 1	Har ingen uppfattning
Slakteri 2	”Den långsiktiga �terleveranspilken �r inte bra för lantbrukarnas konkurrenskraft. Det är inte rimligt att vi leverans av hondjur ska ha krav på återleveransplikt på djuret och dess avkomma.”
Intress.org 1.	”Det krävs att slakterierna anstränger sig för att förmedla mervärden. Så att det blir en efterfrågan som stödjer olika typer av produktioner.”
Intress.org 2.	”Uppfödare blir uppl�sta med återleveransplikten vilket g�r att man känner sig livegen. På det sättet att jag som lantbrukare f�r ta kostnaden för att föda upp slakteriets djur, man tappar sin frihet och konkurrenskraft.”
Rådgivare	”En dålig prissättning leder till en sämre lönsamhet. Har vi dålig lönsamhet så kan vi inte förbättra någonting på gården vilket minskar utrymmet för mervärde på gården ut till konsument.”
Gårdsslakt.	”De stora bulkproducenterna gynnas av dagens system, men därmed är det inte den bästa kvalitén på köttet.”
Avelsbesätt.	”Vi har en enhetlig betalning i dagens läge, oavsett färg storlek och avel har vi samma ekonomiska värde på kalvarna, vilket inte gynnar rasernas olika former av mervärden.”
Mjölkgård	”Bönderna �r inte fria att förhandla med vilka de vill när det finns ett återleveranskrav, vilket försämrar konkurrenskraften. Samtidigt kan tryggheten med ett avtal innebära en konkurrensfördel gent emot de som inte har ett avtal.”
Slutprod. 1	”Främjar inte kvalité trots att dikalven motsvarar 50% av slaktv�rdet. Vilket pressar oss till att leverera bulk. Inget mervärde att föda upp på ströbädd kontra spalt, bara att det g�r att märka med svenskt kött.”
Slutprod. 2	”F�rmedlingsavtalen g�r att det �r slakteriet som sätter värdet på djuren, vilket har negativ inverkan på kvalité, konkurrenskraft och mervärden.”
Slutprod 3	”R�tt” konsument hittar inte ”rätt” kött. Det finns bra kvalité i Sverige, men den ska nå rätt konsument.”
Dikoprod.	”Slakterierna har utformat klassning skalan efter var de tjänar mest pengar. Det hämmar mervärden som produceras i produktionen.”
Transport	”Vi känner inte någon större press av att konkurrera prismässigt i den mån att det skulle gå ut över kvalité och mervärden på djuren, sen kan det bero på att vi har funnits med länge, vi hanterar djuren bra, tvättar bilarna ofta och har bra grejer att köra med. Vilket leder till en bra standard.”

*Figur 5. Respondenternas svar på hur användningen av förmedlingsavtal inverkar på arbetet med kvalité, konkurrenskraft och mervärden.*

## 4.2. Analys av fristående digital auktionsplattform

De frågor som ställdes för att belysa en potentiell situation med en fristående digital auktionsplattform:

- Vad är din känslomässiga inställning till fristående digitala auktionsplattformar för förmedling av livdjur?
- Skulle du kunna tänka dig att köpa eller sälja livdjur fristående digitala auktionsplattformar?
- Vad ser du för positiva eller negativa aspekter med att använda dig av fristående digitala auktionsplattformar?
- Hur skulle lagar och regler påverka användningen av fristående digitala auktionsplattformar?
- Vad ser du för hinder för användandet av fristående digitala auktionsplattformar?
- Hur skulle förmedling genom fristående digitala auktionsplattformar inverka på arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden?

### 4.2.1. Affektiva attityder

Den affektiva delen i respondenternas syn på livdjursförmedling via en fristående digital auktionsplattform. Alla respondenter utom en såg välkomnande på en fristående digital auktionsplattform.

Positiva:	12st
Negativa:	1st

Respondenterna lyfte olika aspekter de ansåg som positiva. Tillgänglighet, bättre prisbild, mer konkurrens och möjligheten till att påverka mer som producent var exempel på positiva aspekter. Den respondent som ansåg sig som negativ menade att det hade blivit problematiskt om det fanns flera aktörer. Det hade försvårat möjligheterna att hitta de djur som passade en specifik uppfödare.

*”Jag är extremt positiv, det skulle blåsa mer energi i vårans bransch. Hade jag tid till annat hade jag gärna varit en av den.”* (Slutproducent 2).

*”Det skulle öka konkurrenskraften. Det är spännande att göra affärer och jag kan påverka mer själv.”* (Mjölksproducent)

*”Det som skulle vara positivt att vi får en större diversitet i prisbild för de riktigt bra djuren.”* (Slakteri 1)

*”Jag tror att vi skulle få en sanningsenlig prissättning på djuren vilket gör att vi minskar korrelationen mellan kalvpris och slaktpris.” (Rådgivare)*

*”Positivt med en mer lättillgänglig marknad för producenter över landet.” (Avelsbesättning)*

#### 4.2.2. Konativa attityder

Den konativa delen i attityden skulle belysa som respondenten kunde tänka sig att genomföra en förmedling via en fristående digital auktionsplattform, På denna fråga var samtliga respondenter överens och svaret blev uteslutande ”Ja”. Alla kunde tänka sig att antingen köpa eller sälja djur genom en fristående digital auktionsplattform. Två respondenter nämnde dock att det kommer att krävas en betallösning som motsvarar slakteriernas betallösning vid förmedling. Andra aspekter som förekom i resonemangen var att köparen själv kan finna den kvalité på kalvarna som eftersöks och att det ses som en fördel att man har en direktkontakt mellan köpare och säljare.

*”Ja absolut, om det finns en betallösning som främjar motsvarande trygghet som slakteriet. Till exempel om pengarna får en mellanhand.” (Dikoproducent)*

*”Kontakten med kunden är positiv och jag vet vad jag får. Jag får en kvalité som passar mig. (Gårdsslakteri)*

*”Man når ut till många kunder, vilket är positivt” (Intresseorganisation 2)*

#### 4.2.3. Kognitiva attityder

Den kognitiva delen av attityderna skulle belysa respondenternas inställning kring tjänsten, i detta fall riktade undersökningen frågan till kvalité, konkurrenskraft och främjandet av mervärden. Detta för att belysa om där fanns en potentiell skillnad mellan förmedlingsavtal och en fristående digital auktionsplattform. Majoriteten av respondenterna var positiva, men det fanns de som var både positivt och negativt inställda. Uppköpare 1 och 2

Positiva:	9st
Negativa	2st
Positiva/negativa	3st

De positiva respondenterna lyfte att det skulle bli möjligt att marknadsföra produktionsbaserade mervärden i större utsträckning. En respondent lyfte också att genom en digital auktionsplattform skulle man få bättre betalt för bra kalvar. Det som lyfts som negativt är att den diversifierade prisbilden kommer att göra det svårare att sälja svagare djur och att det är svårt att avgöra vad som räknas som mervärde.

*”Det är just det att det blir en mer diversifierad prisbild. Jag tror att det är svårare att få svagare djur sålda. Det skulle bli mer konkurrens om större poster, vilket är samma som i dagsläget.”* (Slakteri 1)

*Det är nog svårt att främja djur av bra produktionsvärden via digital auktion, jag tror inte att det kommer ge en större effekt. Jag tror man lever i en förhoppning om att det blir bättre, på avelsdjur ja men bruksdjur är det svårare. Priset kommer avgöras på grund av köptryck inte kvalitet.* (Slakteri 2)

*”Det är svårt att avgöra mervärden, dock kommer det att finnas billigare djur som får en alternativ avsättning. Det kan främja konkurrenskraft och mervärden.”* (Avelsbesättning)

*”Interna mervärden skulle främjas, bestämmer sig någon för att den vill ha en specifik produkt kan den eldsjälen göra stora underverk på främjandet av mervärden. Jag tror på så vis att det skulle vara positivt för konkurrenskraften med en fri aktör.”* (Rådgivare)

*”Om det ska gynna kvaliteten på köttet så kan detta ske först om slakterierna ger betalt efter kvalitet. Dock kommer fina snabbväxande kvalitet, och hämmar sämre djur.”* (Dikalvsproducent)



<b>Respondent</b>	<b>Fråga A</b>		<b>Fråga B</b>			<b>Fråga C</b>
<b>Slakteri 1</b>	Positiv	Främjar bra djur	Ja	Skulle kunna tänka sig att göra det	Negativt	Mer konkurrens om större poster
<b>Slakteri 2</b>	Positiv	Bra ur konkurrenssynpunkt	Ja	I den mån de kan hitta kalvar är det bra.	Negativt	Svårt att främja djur av bra produktionsvärden
<b>Intress.org 1.</b>	Positiv	Individuellt bättre som producent	Ja	En möjlighet att köpa djur som passar produktionen bättre	Positivt	Egen marknadsföring stimulerar förmedling av mervärden.
<b>Intress.org 2.</b>	Positiv	Ingen återleveransplikt	Ja	Hittar rätt köpare utan mellanhand	Positivt	Egen marknadsföring gynnar prissättning
<b>Rådgivare</b>	Positivt	Ökad diversitet i prisbild	Ja	Dock viktigt med trygg betalösning	Positivt	Interna mervärden skulle främjas
<b>Gårdsslakt.</b>	Positivt	Direktkontakt med parterna	Ja	Får kvalité som passar behoven	Positivt	Främjar mervärden
<b>Avelsbesätt.</b>	Positivt	Diversitet i prisbild	Ja	Trygghet	Positivt/negativt	Billigare djur får alternativ avsättning
<b>Mjölkgård</b>	Positivt	Möjlighet att påverka	Ja	Direktkontakt	Positivt	Enkelt att använda
<b>Slutprod. 1</b>	Negativ	Får inte finnas för många aktörer	Ja	Till en början, sedan odla en direktkontakt	Positivt	Främjar kvalitén
<b>Slutprod. 2</b>	Positiv	Möjlighet att påverka	Ja	Fri att handla om slakten	Positivt	Främjar bra djur
<b>Slutprod 3</b>	Positiv	Om företaget förmedlar förtroende	Ja	Om behovet finns	Positivt	Bättre konkurrenskraft
<b>Dikoprod.</b>	Positiv	Ökad konkurrens	Ja	Dock viktigt med trygg betalösning	Positivt	Hämmar sämre djur.
<b>Transport</b>	Positivt	Bidrar med större kontaktnät	Ja	Inga problem att få ihop transporterna	Negativt	Osäker betalning

Figur 6. Beskrivning av attityder till fristående digitala auktionsplattformar.

#### 4.2.4. Subjektiva normer

Den subjektiva normen skulle precis som i motsvarande fråga till slakteriernas förmedlingsavtal utreda hur lagar och regler inverkar på användandet av en fristående aktör. Här var det ingen respondent som var övervägande positiv. Det rårde antingen osäkerhet i huruvida det skulle gå till med en fristående digital auktionsplattform. Vissa respondenter trodde att det kunde bli sämre utifrån dagens situation med slakteriets förmedling.

Negativa:	7st
Ingen uppfattning	6st

De respondenter som ansåg sig negativt inställda tryckte på att det kommer vara svårt för en liten aktör att tillhandahålla ekonomisk säkerhet för säljprocessen och att säkerställa ett lika bra smittskydd och djurhälsa som slakterierna gör genom sina förmedlingsavtal.

*”Framförallt så kommer det vara ett helt nytt område vilket gör att vi behöver ha koll på vad vi gör.”* (Intresseorganisation 1)

*”Att hålla sig till små företag ställer högre krav på köparen och säljaren, liten aktör har inte samma ekonomiska ”muskler” som en stor aktör.”* (Rådgivare)

*”Behövs en branschstandard för förmedlingen ur smittsynpunkt”* (Intresseorganisation 2)

#### 4.2.5. Hinder

Tre respondenter anser att det största hindret för en fristående digital auktionsplattform skulle vara att det inte gick att få krediter. Andra aspekter som respondenterna hade var att det skulle kunna bli problem att lösa logistiken vid en omfattande användning av en digital auktionsplattform. Bristande kunskap gällande teknik och risk för osäkra aktörer som hämmade användningen var också hinder som respondenterna ansåg fanns.

*”Hindret är att inte få krediten för djuren vilket är viktigt för en del lantbrukare.”*  
(Intresseorganisation 2)

*”Det man kan tänka sig är att det kan bli svårare att samordna transporter över landet.”* (Slakteri 2)

*”Jag tror att det kan skapa osäkra aktörer om det skulle bli en omfattande användning.”*  
(Gårdsslakteri)

*”Det enda hindret är gamla värderingar och normer, och teknik. Skulle vara viktigt med support första gången.”* (Dikoproducent)

<b>Respondent</b>	<b>Normer</b>		<b>Hinder</b>
Slakteri 1	Ingen uppfattning	Jag kan inte se att det skulle påverkas någonting.	Inga krediter
Slakteri 2	Negativ	Större diversitet i smittor vilket kan öka smittrycket.	Transport- svårigheter
Intress.org 1.	Ingen uppfattning	En utforskad arena, behöver studera hur andra digitala aktörer arbetar	Inga krediter
Intress.org 2.	Negativt	Behövs en branschstandard för förmedlingen ur smittsynpunkt	Inga krediter
Rådgivare	Negativ	Att hålla sig till små företag ställer högre krav på köparen och säljaren, liten aktör har inte samma "muskler" som en stor aktör	Priser som inte följer med
Gårdsslakt.	Negativ	underlätta om det finns en smittskyddsförsäkring	Risk för osäkra aktörer
Avelsbesätt.	Negativ	Svårt att säkerställa att lagar följs av köpare och säljare.	Garanterar smittsäkerheten
Mjölkgård	Ingen uppfattning	Viktigt att följa lagar och regler för att bli en långlivad aktör	Ser inga hinder
Slutprod. 1	Ingen uppfattning	Tror inte att det kommer vara någon skillnad mot idag	Defensiv inställning från branschen
Slutprod. 2	Ingen uppfattning	Osäker på hur det kommer att gå till	Ser inga hinder
Slutprod 3	Negativ	Viktigt att säkerställa att dåliga kalvar inte kan säljas	Säkerställa förmedlingen
Dikoprod.	Negativ	5-gårdsregeln gör att stora poster kommer att bli mer attraktiva	Tekniken
Transport	Ingen uppfattning	Vet inte hur mycket en digital aktör kan kräva	Transportsvårigheter

*Figur 7. Beskrivning av normer och hinder till fristående digitala auktionsplattformar.*

#### 4.2.6. Fristående digitala auktionsplattformars påverkan på kvalitet, konkurrenskraft och mervärden.

6 av de tillfrågade respondenterna angav att de trodde att en fristående digital auktionsplattform skulle ha positiv inverkan på just kvalitet. I vissa fall så trodde även respondenterna att det skulle ha positiv utgång för konkurrenskraften. 3 respondenter medgav att de trodde att det skulle vara positivt för att främja mervärden. Övriga respondenter uppgav att det kan vara positivt för konkurrenskraft. Ett avvikande citat var från *Slakteri 2* som menade på att *"Jag tror att man lever i en förhoppning om att det ska bli bättre, priset kommer avgöras på köptryck inte kvalitet"*. Vilket inte förekom någon annan stans i undersökningen.

<b>Respondent</b>	<b>Hur skulle förmedling genom en fristående digital auktionsplattform inverka på arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden?</b>
Slakteri 1	”Jag tror inte att det främjar interna mervärden, men välfödda kalvar värderas högre än svagare individer vilket kan främja kvalitet och konkurrenskraft.”
Slakteri 2	”Jag tror att man lever i en förhoppning om att det ska bli bättre. Priset kommer att avköras på köptryck och inte kvalitet.”
Intress.org 1.	”Jag tror att egen marknadsföring kan stimulera slakterierna till att förmedla mervärden till kund.”
Intress.org 2.	”En större diversitet i prisbild kommer göra de bra djuren dyrare och de sämre djuren billigare, vilket skapar en mer rättvis prissättning utefter kvalitet.”
Rådgivare	”Det kan bli en större diversitet i prisbild vilket främjar kvalitén.”
Gårdsslakt.	”Jag får den kvalitet som passar mig.”
Avelsbesätt.	”Det kommer att vara positivt för att dikogårdarna hade behövt anstränga sig mer för att få en bra avel, vilket förbättrar konkurrenskraften på grund av mindre kostnader för slutuppfödarna.”
Mjölkgård	”Man kommer att kunna ställa krav på ett helt annat sätt, vilket är positivt för kvalitet, konkurrenskraft och främjandet av mervärden.”
Slutprod. 1	”Om det är lönsamt att leverera en bra kalv så kanske intresset för kvalitet gynnas.”
Slutprod. 2	”Det kan styra kvalitén framför allt.”
Slutprod 3	”Jag tror inte att det hade påverkat kvalitén. Konkurrenskraften hade blivit bättre framförallt för säljaren. Mervärden hade varit lättare att förmedla till slutproducenter.”
Dikoprod.	”För mig som dikalvsproducent hade det varit positivt för min konkurrenskraft att veta vilka mervärden som efterfrågas. Jag kan se att det är möjligt genom fristående digital förmedling.”
Transport	”I vårt kontrakt står det att vi ska hämta djur på farbra vägar, vilket underlättar för oss att komma fram till gårdarna, vilket vi inte har med en fristående aktör. Vilket kan skapa hinder för oss att komma fram.”

*Figur 8. Beskrivning av användningen av fristående digitala auktionsplattformar inverkar på arbetet med kvalitet, konkurrenskraft och mervärden.*

## 5. Diskussion

### 5.1. Användning av förmedlingsavtal

Den känslomässiga inställningen till slakteriernas förmedlingsavtal var delad och respondenterna lyfte både positiva och negativa aspekter. Sammantaget fanns det ingen av grupperna ”producenter”, ”slakterier eller ”externa påverkare” som var renodlat positiv eller negativt inställd till förmedlingsavtal. Den sammantagna uppfattningen från samtliga tre grupper var att förmedlingsavtal uppfattas en enkel och tidsbesparande åtgärd. Respondenterna lyfte också att de använde sig av förmedlingsavtal i brist på bättre alternativ. Flera respondenter hade tidigare haft mellangårdsavtal, men hade istället valt förmedlingsavtal för att de upplevde att det fungerade bättre. Grupperna lyfte tryggheten med ett avtal som ett mycket starkt argument som talade för användning av förmedling genom slakteriet. Trygghet för respondenterna var att avtalet gjorde att man som producent kan vara säker på att någon köper sina djur, även vid marknadsöverskott eller andra pressade situationer. Slaktens möjligheter till att utfärda krediter och att producenter alltid får betalt lyftes också som betydande trygghetsfaktorer som talar mycket starkt för användning av förmedlingsavtal.

Samtliga grupper nämnde att tryggheten också innefattade en känsla av kontroll från slakterierna. Kontroll var, enligt grupperna, likställt med återleveranskrav och ett svårt eller obefintligt förhandlingsutrymme. Det svåra förhandlingsläget som nötköttsproducent har också identifierats av Bevé och Sundström (2007), som menar att på grund av att det inte finns någon specifik prislista leder det till att prissättningen vid förmedling kan missgynna producenterna ekonomiskt. Förhandlingsutrymmet och återleveranskravet var de två faktorer som var de största hindren till att använda förmedlingsavtal. Återleveranskravet innebär att man som producent är skyldig att leverera tillbaka djur till slakt som slakteriet har förmedlat och i vissa fall även deras avkommor. Återleveranskravet gör således att producenten på sikt blir helt låst att leverera till ett slakteri. Förhandlingsutrymmet för producenterna påverkas negativt av återleveranskravet. Enligt producenterna påverkades förhandlingsutrymmet negativt av att produktionsmervärden inte tas om hänsyn i prissättningen på livdjur. Exempel på produktionsmervärden som lyftes var tillväxning av

grov- och kraftfoder innan förmedling. Samtliga tre slutproducenter ansåg att de kunde tänka sig att betala extra för denna typ av produktionsmervärde för att det skulle minska deras uppfödningstid och kostnader. Två slutproducenter lyfte just den diversifierade kalvkvalitén som en betydande faktor för att inte använda förmedlingsavtal.

Majoriteten av respondenterna ansåg att slakterierna var bra på att följa och följa upp de lagar och regler som finns för djurvälstånd och smittskydd, även om vissa respondenter hävdade att det inte finns garantier för detta. Från respondenternas sida är det en fördel att det finns stora aktörer som har möjlighet att ställa krav på producenterna på till exempel vaccineringar, djurens hälsa etc. Det skapar trygghet vilket stimulerar användning av förmedlingsavtal.

## 5.2. Användning av digitala auktionsplattformar

Fristående digitala auktionsplattformar är nytt koncept inom livdjurförmedling och lite information finns att tillgå för vilka fördelaktiga, ofördelaktiga och oväntade konsekvenser det kommer att få för nötköttsbranschen i stort. Samtliga respondenter skulle ändå tänka sig att använda en digital auktionsplattform i större eller mindre utsträckning. Den sammantagna uppfattningen var att det skulle minska slakteriernas inflytande och göra det lättare att förmedla djur av bra produktionsvärden produktionsmervärden, vilket skulle ge en relevant prisbild för det enskilda djuret, istället för ett snittpris på hela gruppen kalvar. Under intervjuerna framhävde främst producenterna och de externa påverkarna att det fanns en önskan att produktionsmervärden skulle värderas mer i prissättningen och de ansåg att det fanns potential till det genom en digital auktionsplattform. Möjligheterna att hitta "rätt" kalvar till produktionen ansåg de flesta respondenter som större med en digital auktionsplattform än med ett förmedlingsavtal. Detta för att respondenterna ansåg att tillgängligheten skulle göra att producenten själv kan se utbudet. Friheten att förhandla om slakten och förmågan att förmedla produktionsmervärden är faktorer som kommer att stimulera användningen av digitala auktionsplattformar.

Respondenterna var osäkra eller negativt inställda kring huruvida digitala auktionsplattformar kan säkerställa att lagar och regler om god djurvälstånd och smittsäkerhet följs. Flertalet respondenter ansåg att det är lika viktigt, även för digitala auktionsplattformar, att kontrollera och följa upp att köpare och säljare följer lagar och regler om djurvälstånd och smittryck. Både för djurhälsa och för att kunna vara en långlivad och förtroendeingivande aktör inom förmedling. Dock var det ingen som kunde svara på hur det skulle fungera i praktiken. En respondent lyfte att man bör undersöka hur andra auktionsplattformar i andra branscher arbetar med förtroende, dokumentation och uppföljning.

Det överlägset största hindret för att använda digitala auktionsplattformar vid livdjursförmedling var om betallösningen inte matchar slakteriernas. Den stora betydande faktorn för att producenter att använda sig av förmedlingsavtal, även om de är delvis eller mycket negativt inställda till denna form av förmedling, är tryggheten i att alltid få betalt. För att fristående aktörer ska övervinna hindret är det av yttersta vikt att de säkerställer köparens betalningsmöjligheter gent emot säljaren. Det skulle öka förtroendet för digitala auktionsplattformar och stimulera användningen. Det är i linje med Frölander & Nyqvists (2015) resonemang kring hur digitala auktionsverk för konst bygger förtroende online. Enligt Frölander & Nyqvist arbetar företag inom digitala auktionsnätverk med kompetens, välvilja och integritet för att skapa förtroende och på så sätt bidra till en bra upplevelse för kunden. Integritet innebar vikten att säljaren får sina pengar. För att skapa god integritet som stimulerade användning hade vissa företag, främst nystartade, tredjepartslicenser för att säkerställa betalningen. Andra företag i studien använde inte sig av tredjepartslicenser utan refererade till företagets långt gående historia inom konstbranschen. Det ansågs bygga det förtroende som krävdes, utan att använda tredjepartslicenser. Det är liknelser man kan dra mellan nystartade digitala auktionsplattformar och förmedlingsavtal. Av de 13 respondenter som ingick i undersökningen så angav samtliga att de kunde tänka sig att använda digital livdjursförmedling. Dock så framkom det senare i intervjuerna att respondenterna inte var helt övertygade om att digitala auktionsplattformar skulle skapa samma känsla av trygghet och förtroende som slakteriernas avtal gjorde. Bristen på ekonomisk tryggheten var det överlägset största hindret för att använda digitala auktionsplattformar, samtidigt som den stora ekonomiska tryggheten den främsta anledningen till att använda förmedlingsavtal.

### 5.3. Hur påverkar alternativen arbetet med kvalitét, konkurrenskraft och främjandet av mervärden?

#### 5.3.1. Förmedlingsavtal

Respondenterna menar att återleveransplikten, främst på hondjur och deras avkommor, inverkar mycket negativt på producenternas konkurrenskraft. Främst för att producenter kan bli låsta att leverera till slakteriet under lång tid. Producenter blir också pristagare genom återleveransplikt, vilket också inverkar negativt på konkurrenskraft. En respondent menade dock att återleveransplikt inte alltid behöver inverka negativt på konkurrenskraft. Det kan vara en konkurrensfördel med ett avtal av den anledningen att man vet att man alltid blir av och får betalt för sina djur. Gällande mervärden så lyfte en större andel av producenterna att de inte ansåg att mervärden gynnades i slakteriernas förmedlingsavtal. Det innebär att de värdeskapande processer som finns inom företag inte möter en relevant



ekonomisk ersättning. Gällande kvalitén är det få respondenter som har berört det området. Dock så kan det antas att om mervärden inte premieras så finns inte intresset att leverera djur vars kvalité hade blivit bättre av en ekonomisk ersättning för produktionsmervärden. Sammanfattningsvis utg r den uteblivna ekonomiska ersättningen f r produktionsmervärden en konkurrensnackdel genom att det förmedlas livdjur av sämre kvalité. Köparen f r ökade kostnader för sin produktion och säljaren f r mindre intäkter.

### 5.3.2. Digitala auktionsplattformar

Kvalitén lyftes som en faktor som kommer att påverkas i högre utsträckning med digitala auktionsplattformar. Flera respondenter ansåg att kvalitén kommer att främjas på så vis att uppfödaren f r bättre betalt för bra djur och göra prisbilden diversifierad. Diversifierad prisbild kommer öka intresset att leverera djur av god kvalité tror ett flertal respondenter. Mervärden i produktionen tros främjas på grund av att säljaren har möjlighet att marknadsföra sina mervärden genom digitala auktionsplattformar. Digitala auktionsplattformar utan leveransplikt skulle, enligt respondenterna, inverka positivt på konkurrenskraften, då producenten är fri att förhandla med olika slakterier. Det var ingen respondent som lyfte att det kunde vara negativt ur konkurrenssynpunkt att inte ha ett avtal. Det g r dock inte att utesluta påståendet från Slakteri 2 om att prissättningen kommer att avgöras av köptryck och inte kvalité.  r det en liten tillgång på livdjur mot vad efterfrågan är från marknaden kommer även sämre djur att prissättas högt. På samma sätt kommer djur av god kvalité att f a en sämre prisbild vid ett överskott.

## 6. Slutsats

Studien har konstaterat att återleveranskrav och ett litet förhandlingsutrymme är de två största hindren för producenter att använda förmedlingsavtal. Dock gör bristen på alternativ, den uppleva ekonomiska tryggheten och tryggheten i att alltid kunna sälja eller köpa djur att de allra flesta producenter ändå väljer förmedlingsavtal. Därav är hindren för att inte använda förmedlingsavtal inte tillräckligt stora som fördelarna med att använda denna form av förmedling. Detta talar för att förmedlingsavtal genom slakterier kommer fortsatt att vara en betydande del för framtidens livdjurförmedling. Om förmedlingsavtalen ska stimulera kvalitet, konkurrenskraft och mervärden behöver avtalen utvecklas så att mervärden och kvalitet premierar uppfödaren ekonomiskt. Det kan komma att underlätta producenternas konkurrenssituation. Livdjurförmedling via en fristående digitala auktionsplattformar skulle kunna bringa in ny energi till branschen. Intentionen är att den fria prissättningen kommer underlätta förmedling av mervärden och stimulera producenter att producera djur av god kvalitet. Det kommer i sin tur förbättra konkurrenssituationen för de producenter som satsar på mervärden och kvalitet. Det som kommer att vara avgörande för en utbred användning är säkerställandet av en säker betalösning och smittuppföljning. Skulle varumärket skadas i ett tidigt stadium skulle det bli förödande för fortsatt användning och utveckling. Dock går det inte att utesluta att det kan finnas andra oönskade och oönskade konsekvenser av digitala auktionsplattformar för livdjur. Konsekvenser som upptäcks vid en omfattande användning.

### 6.1. Förslag på fortsatt forskning

- Hur kan slakterierna utveckla förmedlingsavtalen för att främja kvalitet, konkurrenskraft och mervärden?
- Vilka oväntade och oönskade konsekvenser finns med en digitalisering av livdjursmarknaden?

## 6.2. Begränsningar i undersökningen

Författarna anser istället för att ställa en fråga, som kunde innefatta positiva och negativa svar, skulle frågan brutits ut i två frågor. Det gäller även de frågor som innefattande hur användning påverkade både kvalitet, konkurrenskraft och mervärden. Det hade underlättat resultatsammanställningen och tydliggjort resultaten i studien.

## 7. Källor

Ajzen, I. (1991). *Organizational behavior and human decision processes*. 50(2), 179-211.

[https://www.dphu.org/uploads/attachements/books/books\\_4931\\_0.pdf](https://www.dphu.org/uploads/attachements/books/books_4931_0.pdf)

[2021-04-19]

Béve, L & Sundström, M. (2007) *Prissättning av dikalv* (Examensarbete) Sveriges lantbruksuniversitet. Lantmästarprogrammet.

[https://stud.epsilon.slu.se/12892/1/beve\\_l\\_sundstrom\\_m\\_171121.pdf](https://stud.epsilon.slu.se/12892/1/beve_l_sundstrom_m_171121.pdf)

[2021-03-29]

Breckler, SJ. (1984) *Empirical Validation of Affect, Behaviour and Cognition as Distinct Components of Attitudes*. Journal of Personality and Social Psychology, 47, (6). 1191-1205.

[https://www.researchgate.net/profile/Steven-Breckler/publication/16669521\\_Empirical\\_validation\\_of\\_affect\\_behavior\\_and\\_cognition\\_as\\_distinct\\_components\\_of\\_attitude\\_Journal\\_of\\_Personality\\_and\\_Social\\_Psychology\\_47\\_1191-1205/links/561bd22908aea80367243042/Empirical-validation-of-affect-behavior-and-cognition-as-distinct-components-of-attitude-Journal-of-Personality-and-Social-Psychology-47-1191-1205.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Steven-Breckler/publication/16669521_Empirical_validation_of_affect_behavior_and_cognition_as_distinct_components_of_attitude_Journal_of_Personality_and_Social_Psychology_47_1191-1205/links/561bd22908aea80367243042/Empirical-validation-of-affect-behavior-and-cognition-as-distinct-components-of-attitude-Journal-of-Personality-and-Social-Psychology-47-1191-1205.pdf)

[2021-04-26]

Boskapstorget (2021) *Boskapstorget*

<https://www.boskapstorget.se/calendar>

[2021-04-08]

Denscombe, M (2017). *Forskningshandboken - För småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. 4.4 uppl. Lund: Studentlitteratur

Eklund, J. Nyberg E. (2016). *Utveckling av ett enkelt mätverktyg för informationssäkerhetsbeteende*. Örebro Universitet. Handelshögskolan.

<http://oru.diva-portal.org/smash/get/diva2:908648/FULLTEXT01.pdf>

[2021-04-19]

Ekstrand, O. Sunström, L. (2014) *Kommunikationsstrategier på butiksnivå* (Examensarbete på Civilekonomprogrammet) Lunds Universitet. Civilekonomprogrammet

[https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOid=4519592&fileOid=4519598&fbclid=IwAR3515Z8O7RKr0WvFr1Gui2EJlLaj-2NikxwbVbR\\_jNoCkndELShCTV0nY](https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOid=4519592&fileOid=4519598&fbclid=IwAR3515Z8O7RKr0WvFr1Gui2EJlLaj-2NikxwbVbR_jNoCkndELShCTV0nY)

Fernqvist, F. Karlsson, O. & Sadvoska, V. (2018) *Mervärden som konkurrensmedel*. (2018:23. Jordbruksverket.

[https://pub.epsilon.slu.se/16019/1/fernqvist\\_f\\_et\\_al\\_190304.pdf?fbclid=IwAR010DasilsT3IQwLfDnD4vZe0xdM1UKGgRgi6uZuluK-F68J4\\_Ay15seuU](https://pub.epsilon.slu.se/16019/1/fernqvist_f_et_al_190304.pdf?fbclid=IwAR010DasilsT3IQwLfDnD4vZe0xdM1UKGgRgi6uZuluK-F68J4_Ay15seuU)

[2021-03-29]

Frölander, D. Nyquist, O. (2015) *Hur bygger auktionsverk förtroende online?* (Kandidatuppsats) Uppsala Universitet

<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:824275/FULLTEXT01.pdf>

[2021-04-12]

HKScan Agri (2021) *Förmedling livkalv*

<http://www.hkscanagri.se/livdjurstorg/livkalv/>

[2021-03-29]

Ingvarsson, H. (2020) *Jämförelse mellan mjölkkrastjuror och mjölkkras x köttkrastjuror - konsumtion, tillväxt, foderutnyttjande och slaktkroppsegenskaper* (Självständigt arbete 15 hp) Sveriges Lantbruksuniversitet. Institution för husdjurens utfodring och vård, HVU/Agronomprogrammet - Husdjur.

[https://stud.epsilon.slu.se/15731/11/Ingvarsson\\_H\\_200609.pdf](https://stud.epsilon.slu.se/15731/11/Ingvarsson_H_200609.pdf)

[2021-03-30]

Jordbruksverket. (2020). *Antal nötkreatur och företag med nötkreatur i december efter produktionsområde och djurslag - År 1995-2020*. Jordbruksverket.

[http://statistik.sjv.se/PXWeb/pxweb/sv/Jordbruksverkets%20statistikdatabas/Jordbruksverkets%20statistikdatabas\\_Lantbrukets%20djur\\_Notkreatur%20i%20december/JO0111H01.px/table/tableViewLayout1/](http://statistik.sjv.se/PXWeb/pxweb/sv/Jordbruksverkets%20statistikdatabas/Jordbruksverkets%20statistikdatabas_Lantbrukets%20djur_Notkreatur%20i%20december/JO0111H01.px/table/tableViewLayout1/)

[2021-03-29]

KLS-Ugglarps (2021) *Livkalvsförmedling* <https://www.klsugglarps.se/information-foer-lantbrukare/foermedling/livkalvsfoermedling/>

[2021-03-29]

Krumm, K-I, Salevid, P. (2011) *Vägar till lönsamma och växande företag med dikobaserad produktion*(1652-2885 nr 23). Skara: Sveriges lantbruksuniversitet  
[https://pub.epsilon.slu.se/10668/7/kumm\\_ki\\_salevid\\_p\\_130815.pdf](https://pub.epsilon.slu.se/10668/7/kumm_ki_salevid_p_130815.pdf)

Lannhard Öberg, Å. (2020). *Marknadsrapport Nötkött - utveckling till och med 2019*. Jordbruksverket.  
<https://jordbruksverket.se/download/18.430a570b1743edf421c5dd99/1598881163919/Marknadsrapport-notkott-2020.pdf>  
[2021-03-30]

Le, T-D. Nguyen B-T-H. (2014). *Attitudes Toward Mobile Advertising: A Study of Mobile Web Display and Mobile App Display Advertising*. Aisan Academy of Management Journal, 19 (2), 87-103.  
[http://web.usm.my/aamj/19022014/art%205\(87-104\).pdf](http://web.usm.my/aamj/19022014/art%205(87-104).pdf)  
[2021-04-26]

Lindow, K (2007). *Produktkvalité på svenskt nötkött* (Examensarbete) Sveriges lantbruksuniversitet. Agronomprogrammet/Livsmedelsvetenskap.  
[https://stud.epsilon.slu.se/11723/1/lindow\\_k\\_171123.pdf](https://stud.epsilon.slu.se/11723/1/lindow_k_171123.pdf)  
[2021-03-29]

Pettersson, E (2017). *Utan pengar - försvinner hagar och ängar* (5:2017) Stockholm: Kungliga Skogs och Lantbruksakademin  
<http://www.ksla.se/wp-content/uploads/2017/12/KSLAT-5-2017-Utan-pengar---inga-hagar-och-angar.pdf#page=30>  
[2021-04-02]

Reynolds, TJ. Gutman J. (1988) *Laddering Theory, Method, Analysis and Interpretation*. Journal of Advertising Research.  
[https://is.muni.cz/el/econ/jaro2013/MPH\\_MVPS/39278324/LadderingTheoy\\_original.pdf](https://is.muni.cz/el/econ/jaro2013/MPH_MVPS/39278324/LadderingTheoy_original.pdf)  
[2021-04-28]

Riberth, M (2013) *Lönsamhet i brittisk nötköttsproduktion - en inblick i McDonald's leverantörskedja*. (Självständigt arbete 15hp). Sveriges Lantbruksuniversitet. Lantmästare - kandidatprogram.  
[https://stud.epsilon.slu.se/6413/1/riberth\\_m\\_140212.pdf](https://stud.epsilon.slu.se/6413/1/riberth_m_140212.pdf)  
[2021-04-02]

Rosengren, J. (2011) *Marmorering i nötkött - påverkan av ras och foderintensitet*. (Självständigt arbete 10 hp). Sveriges Lantbruksuniversitet. Lantmästarprogrammet.

[https://stud.epsilon.slu.se/3482/1/rosengren\\_j\\_111031.pdf](https://stud.epsilon.slu.se/3482/1/rosengren_j_111031.pdf)

[2021-03-30]

Törnquist, V (2011) *Nötköttsproduktion i Sverige - lönsamhetskorrelerade faktorer*  
(Självständigt arbete 15 hp) Sveriges Lantbruksuniversitet. Agronomprogrammet

[https://stud.epsilon.slu.se/3148/1/tornquist\\_v\\_110820.pdf](https://stud.epsilon.slu.se/3148/1/tornquist_v_110820.pdf)

[2021-04-01]

SIRE (2021) *Svensk köttprövning*

<http://www.kottrasprovingen.se/start.html>

[2021-04-12]