



Lantmännens förvärv av HKScan Sweden AB

Attityder och förväntningar hos svenska
grisproducenter

Sofia Kjellberg och Amanda Larsson

Examensarbete • 30 hp
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU
Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap/Institutionen för ekonomi
Agronomprogrammet - ekonomi
Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi, 1605 • ISSN 1401-4084
Uppsala 2024



Lantmännens förvärv av HKScan Sweden AB. Attityder och förväntningar hos svenska grisproducenter.

Sofia Kjellberg och Amanda Larsson

Handledare:	Karin Hakelius, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för ekonomi
Examinator:	Richard Ferguson, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för ekonomi
Omfattning:	30 hp
Nivå och fördjupning:	Avancerad nivå, A2E
Kurstitel:	Självständigt arbete i Företagsekonomi
Kurskod:	EX0906
Program/utbildning:	Agronomprogrammet - ekonomi
Kursansvarig inst.:	Institutionen för ekonomi
Utgivningsort:	Uppsala
Utgivningsår:	2024
Omslagsbild:	Hushållningssällskapet (u.å.). Omställning till ekologisk grisproduktion https://hushallningssallskapet.se/vara-projekt-och-uppdrag/omstallning-till-ekologisk-grisproduktion/
Upphovsrätt:	Alla bilder används med upphovspersonens tillstånd.
Serietitel:	Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi
Delnummer i serien:	1605
ISSN:	1401-4084
Nyckelord:	Lantmännen, HKScan, lantbrukskooperativ, attityder, teorin om planerat beteende, grisproducenter, socialt kapital, normer

Sveriges Lantbruksuniversitet

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap
Institutionen för ekonomi

Sammanfattning

Sveriges grisproduktion ger positivt avtryck inom EU där länder runt om vill ta del av den svenska modellen. Detta trots att Sverige är ett av de minsta länderna inom EU när det kommer till grisproduktion. Produktionsmodellen är framgångsrik med förebyggande och högre krav än andra länder inom EU. Inom Sverige uppgick antalet grisar till drygt 1,39 miljoner, med en produktion på totalt 1 173 företag i juni 2022. I Sverige är HKScan i Kristianstad det slakteri som tar emot flest antal grisar för slakt, följt av KLS Dalsjöfors, KLS Kalmar och Skövde slakteri. HKScan Sweden AB har sedan 2007 ägts av det finska bolaget HKScan Oyj som under våren 2024 förvärvats av kooperativet Lantmännen och blir nu Scan Sverige. Förvärvet anses strategiskt för Sveriges livsmedelsstrategi samt beredskap, där Lantmännens unika position i livsmedelskedjan kommer att breddas samt skapa ytterligare styrka. Studien syftar till att undersöka grisproducenter i Sverige attityder mot Lantmännens förvärv av HKScan Sweden AB inriktade på slaktsvinsproduktion med stöd av teorin om planerat beteende samt socialt kapital.

För att besvara studiens forskningsfrågor har en kvalitativ fallstudie med induktiv ansats gjorts, inkluderande semistrukturerade intervjuer. Totalt tio grisproducenter i Sverige har intervjuats med frågor som berör attityder, sociala värden, beteende och val, normer inom branschen, samt frågor rörande Lantmännen som kooperativ organisation. Studiens resultat visar en positivitet till Lantmännens förvärv av HKScan Sweden AB med en god tillit till Lantmännen som organisation. En god lönsamhet tillsammans med socialt kapital till slakteriet och den egna kontaktpersonen värderas högt, där resultatet visar att producenterna har störst socialt kapital till den närmaste organisationen. Långsiktiga och goda relationer med hög tillit är av högt värde tillsammans med att de dagliga funktionerna i driften ska fungera utan stora problem samt med ett mindre administrativt arbete. Det är inte engagemang till Lantmännen som kooperativ som prioriteras då det finns en grund av god tillit till organisationen. HKScans historia samt problematiska drift är faktorer som resultatet belyser, där noteringssystemet som slakteriet använder inte anses tillfredsställande för alla. Resultatet visar dock att förtroendet till HKScan ökar i och med förvärvet. Studiens resultat belyser även en viss oro att Lantmännen, i och med förvärvet, kan bli för stora på den svenska lantbruksmarknaden som kan leda till en mer monopolistisk drift. Vid val av slakteri bland respondenterna kan resultatet visa att det inte finns någon direkt branschnorm vid val av slakteri. Det är en god relation och tillit som värderas. Majoriteten är dock med i en organisation som verkar tillsammans och ger en genomslagskraft, där den största transparensen och sociala kapitalet är.

Slutsatser från studiens resultat som kan konstateras är att grisproducenterna har en positiv attityd till Lantmännens förvärv av HKScan Sweden AB. Förvärvet är utom producenternas kontroll, där planerade beslut för den egna driften är de beslut som producenterna själva kan påverka. Det finns en viss oro samt en kritik gentemot HKScans noteringssystem samt slakteriets historia. Slutsatserna kan summeras till att de viktigaste faktorerna för grisproducenterna är god lönsamhet samt tillitsfulla och långsiktiga relationer. Kooperativ som organisationsform är inte av större vikt utan det sociala kapitalet värderas. Förtroendet för Lantmännen är högt, och ökar även till HKScan i och med förvärvet.

Nyckelord: Lantmännen, HKScan, lantbrukskooperativ, attityder, teorin om planerat beteende, grisproducenter, socialt kapital, normer

Abstract

Sweden's pig production leaves a positive mark within the EU, where countries around want to adopt the Swedish model. This is despite Sweden being one of the smallest countries in the EU when it comes to pig production. The production model is successful with preventative measures and higher standards than other EU countries. Within Sweden, the number of pigs amounted to just over 1.39 million, with production from a total of 1,173 companies in June 2022. In Sweden, HKScan in Kristianstad is the slaughterhouse that receives the most pigs for slaughter, followed by KLS Dalsjöfors, KLS Kalmar, and Skövde slaughterhouse. Since 2007, HKScan Sweden AB has been owned by the Finnish company HKScan Oyj, which was acquired by the cooperative Lantmännen in the spring of 2024 and is now called Scan Sverige. The acquisition is considered strategic for Sweden's food strategy and preparedness, where Lantmännen's unique position in the food chain will be broadened and create additional strength.

The study aims to investigate Swedish pig producers' attitudes towards Lantmännen's acquisition of HKScan Sweden AB focused on slaughter pig production with the support of the theory of planned behavior and social capital. To answer the study's research questions, a qualitative case study with an inductive approach was conducted, including semi-structured interviews. A total of ten pig producers in Sweden were interviewed with questions concerning attitudes, social values, behavior and choices, norms within the industry, and questions regarding Lantmännen as a cooperative organization. The study's results show positivity towards Lantmännen's acquisition of HKScan Sweden AB with good trust in Lantmännen as an organization. Good profitability along with social capital towards the slaughterhouse and the individual contact person is highly valued, where the results show that producers have the greatest social capital towards the nearest organization. Long-term and good relationships with high trust are of high value, together with the daily functions of the operation running smoothly with minimal administrative work. Engagement with Lantmännen as a cooperative is not prioritized as there is a foundation of good trust in the organization. HKScan's history and problematic operations are factors highlighted by the results, where the pricing system used by the slaughterhouse is not considered satisfactory for everyone. However, the results show that trust in HKScan increases with the acquisition. The study's results also highlight some concern that Lantmännen, with the acquisition, may become too large in the Swedish agricultural market, which could lead to a more monopolistic operation. When choosing a slaughterhouse among the respondents, the results show that there is no direct industry norm in the choice of slaughterhouse. It is a good relationship and trust that are valued. However, the majority are part of an organization that works together and provides impact, where the greatest transparency and social capital are found.

Conclusions from the study's results can be stated as pig producers having a positive attitude towards Lantmännen's acquisition of HKScan Sweden AB. The acquisition is beyond the producers' control, where planned decisions for their own operations are the decisions the producers themselves can influence. There is some concern and criticism towards HKScan's pricing system and the slaughterhouse's history. The conclusions can be summarized as the most important factors for pig producers being good profitability as well as trustworthy and long-term relationships. The cooperative as an organizational form is not of major importance, but social capital is valued. Trust in Lantmännen is high and also increases towards HKScan with the acquisition.

Keywords: Lantmännen, HKScan, agricultural cooperatives, attitudes, theory of planned behavior, pig producers, social capital, norms

Förord

Vi vill börja med att rikta ett stort tack till vår handledare Karin Hakelius, lektor i företagsledning, som med stort engagemang har stöttat och väglett oss med tips, idéer och handledning under hela examensarbetet. Med stort intresse, passion och goda kunskaper som bidragit till betydande utveckling för oss genom arbetets processer. Ett stort tack vill även riktas till Jerker Nilsson, professor emeritus i företagsekonomi, som med både diskussioner och kunskap hjälpt oss med arbetet. Med goda erfarenheter och perspektiv har dina kunskaper utvecklat både oss och arbetet med fördel. Ett stort tack vill även riktas till våra opponenter som med god återkoppling breddat vårt perspektiv i studien.

Avslutningsvis vill vi även tacka samtliga tio medverkande respondenter för den tid som ni avsatt för respons som bidragit med perspektiv och goda insikter för det avhandlade ämnet som fullgjort vår studie.

Uppsala 2024



Sofia Kjellberg



Amanda Larsson

Innehållsförteckning

Figur- och tabellförteckning	8
1. Inledning	10
1.1 Lantmännen.....	10
1.2 HKScan.....	11
1.3 Bakgrundsbeskrivning	12
1.4 Tidigare studier	16
1.5 Problemformulering	19
1.5.1 Empiriskt problem	19
1.5.2 Teoretiskt problem	20
1.6 Syfte och frågeställningar	22
1.7 Avgränsningar.....	22
1.8 Studiens disposition.....	22
2. Konceptuellt ramverk	24
2.1 Litteraturgenomgång.....	24
2.2 Kooperativ.....	24
2.3 Teorin om planerat beteende	27
2.3 Socialt kapital.....	28
2.4 Teoretiskt ramverk	30
3. Metod	32
3.1 Forskningsparadigm	32
3.2 Forskningsmetod	33
3.3 Fallstudie	34
3.4 Semistrukturerade intervjuer	34
3.4.1 Urval.....	35
3.4.2 Datainsamling	36
3.5 Metodkritik	37
3.5.1 Kvalitetssäkring	37
3.5.2 Reflexivitet.....	39
3.5.3 Etiska aspekter.....	39
4. Empiri	41
4.1 Respondenterna	41

4.2 Attityder.....	42
4.3 Socialt kapital och subjektiva normer	46
4.4 Upplevd beteendekontroll	49
5. Analys och resultat	52
5.1 Teorin om planerat beteende	52
5.1.1 Attityder	52
5.1.2 Subjektiva normer	53
5.1.3 Upplevd beteendekontroll	54
5.2 Socialt kapital.....	55
5.3 Resultat.....	57
6. Diskussion och slutsatser	60
6.1 Tidigare studier	60
6.2 Slutsatser	63
Referenser	65
Populärvetenskaplig sammanfattning	69
Bilagor	70

Figur- och tabellförteckning

Figur 1: Antal grisar per län i juni 2022 i Sverige.	13
Figur 2: Studiens disposition	23
Figur 3: Illustration av traditionellt organiserat kooperativ.....	26
Figur 4: Illustration av hybridkooperativ.	26
Figur 5: Teorin om planerat beteende.....	28
Figur 6: Teoretiskt ramverk.	31
Figur 7: Illustration av snöbollsurval.....	36
Tabell 1: Bakgrundsbeskrivning av respondenter	42

1. Inledning

Inledningsvis presenteras bakgrunden till studien med avsikt att ge läsaren en ökad förståelse samt inblick i det avhandlade ämnet. Vidare presenteras det empiriska och teoretiska problem studien ämnar lösa, följt av syftet med studien, forskningsfrågor, gjorda avgränsningar och avslutningsvis en presentation av studiens disposition.

1.1 Lantmännen

Lantmännen är ett lantbrukskooperativ som syftar till “att skapa livskraftigt lantbruk” med långsiktighet, lönsamhet och hållbarhet (Lantmännen u.å.a). Verksamheten kommuniceras för arbete från jord till bord med forskning, innovation och att skapa värde från åkermarken. Som ledande aktör inom lantbruk, maskin, bioenergi och livsmedel i norra Europa arbetar Lantmännen för de svenska lantbrukarna och den svenska produktionen. Det var efter den agrara revolutionen samt att lantbrukssektorn i Sverige industrialiserades som idéen bland lantbrukare uppkom att starta ekonomiska föreningar under 1800-talet (Lantmännen u.å.b). I de ekonomiska föreningarna kunde lantbrukare tillsammans arbeta för gemensamma intressen med organisationen som den gemensamma rösten. Det medförde ett starkare genomslag för att påverka industrin och marknaden för att balansera maktbalansen gällande värdekedjan inom livsmedelsproduktionen i Sverige (Ibid.). De enskilda lantbrukarna hade inte mycket att sätta upp mot den framväxande industrialiseringen. Till en början bildades lokala lantmannaföreningar för att förbättra kvalitetskontrollen, sänka inköspriser och transportkostnader samt skapa möjligheter för lantbrukare att kommunicera om egna erfarenheter (Ibid.). De lokala lantmannaföreningarna utvecklades för att expandera handelspartners där regionföreningar bildades. Vidare utveckling följde och genom fusion av regionföreningar bildades dagens Lantmännen år 2001.

Tillsammans har vi ett ansvar att utveckla och stärka Lantmännen så att nästa generation av medlemmar kan fortsätta att skapa värde genom det kooperativa företaget Lantmännen. Det är därför positivt att medlemsmötena varit många under året och att de också varit välbesökta. Jag tolkar det som att medlemsengagemanget har stärkts och utvecklats inom Lantmännen (Lantmännen 2023a).

Inom kooperativet är omkring 18 000 svenska bönder medlemmar som både ägare och affärspartners (Lantmännen u.å.c.). Lantmännen är ett traditionellt kooperativ som är kollektivt ägt och styrt av dess medlemmar (Nilsson 2011). Lantmännens uppdrag är, tillsammans med medlemmarna, att bidra till lönsamhet i medlemmarnas produktion samt att optimera medlemmars avkastning på kapitalet i föreningen. Medlemmarna i Lantmännen är antingen direktanslutna till

Lantmännen eller som ansluten medlem till Lantmännen i någon av de 22 mindre lokalföreningarna (Lantmännen u.å.d). Sverige är även indelat i 20 distrikt (bilaga 1), från norr till söder, där Lantmännen har en distriktsstyrelse i varje distrikt som engagerar sig i hela Lantmännens koncern och ansvarar för medlemmarnas frågor inom distriktet (Lantmännen u.å.e.). Visionen för Lantmännen speglas i den enskilde medlemmen där medlemmarna i Lantmännen är både affärspartners och ägare för att förvalta brukandet av jorden för idag och framtiden (Ibid.). Medlemmarna är väsentliga för kooperativet och dess utveckling. Med både rätt till utdelning samt att påverka är det medlemmarna som driver Lantmännen framåt bland annat genom den egna rätten att påverka.

1.2 HKScan

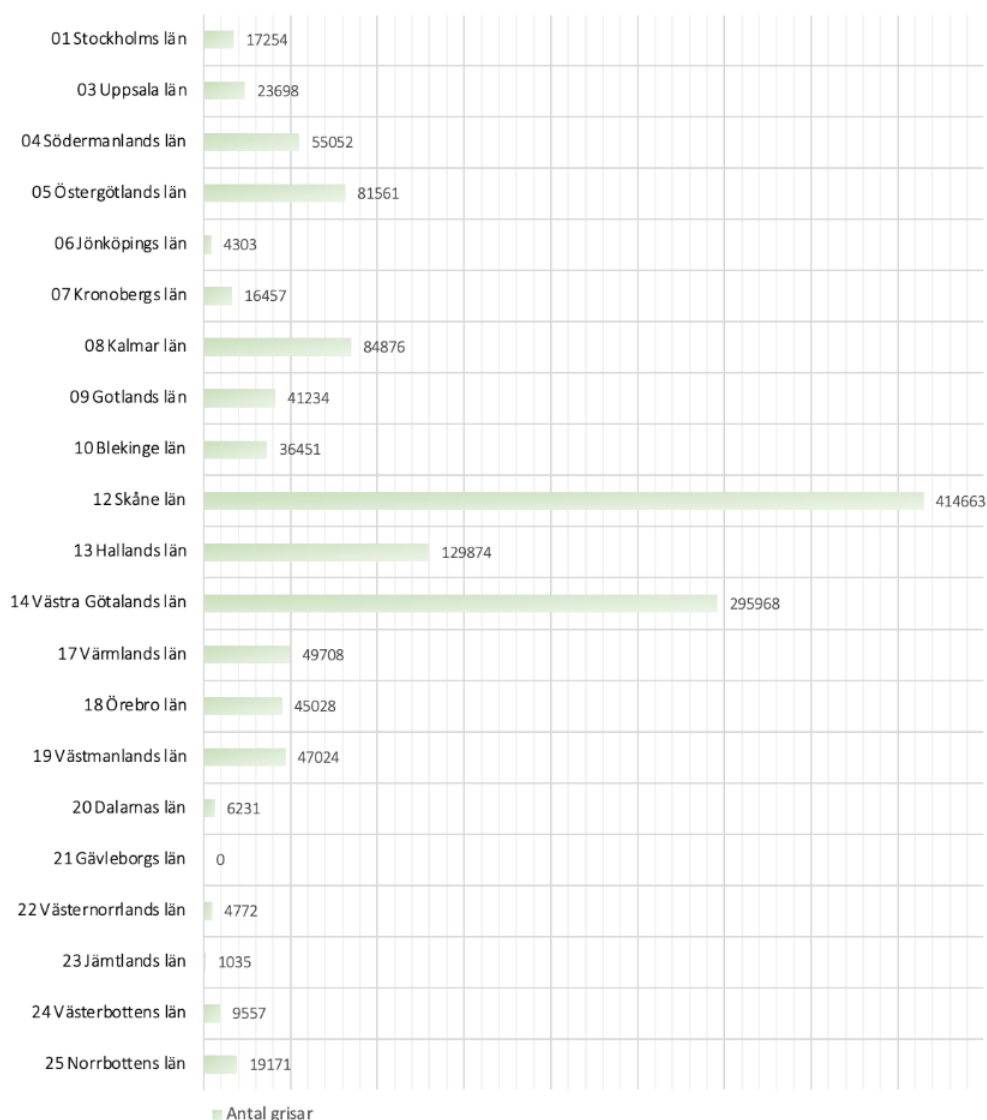
HKScan är ett börsnoterat livsmedelsföretag inom Norden och har varit verksamma inom branschen i mer än 110 år (HKScan u.å.a.). Inriktningen är att leverera hållbara produkter “från gård till gaffel” (HKScan u.å.a.) och utvecklas diversifierat. HKScans fokus är den nordiska marknaden med etablering i Finland, Sverige samt Danmark med produkter från kyckling, fläsk-, nötk- och lammkött, fisk- och växtbaserade produkter samt färdigrätter (Ibid.). Med lönsamheten som viktigast strategiska mål arbetar företaget för att stärka den egna marknadspositionen, bland annat med ett fokus på exportmarknaden (HKScan u.å.b.). HKScans svenska verksamhet har fyra produktionsanläggningar utöver huvudkontoret i Stockholm. Produktionsanläggningarna finns i Kristianstad, Linköping, Skara samt Halmstad där svinslakt enbart sker i Kristianstad.

HKScans resa att bli ett väletablerat samt internationellt noterat företag startade 1913 när omkring tjugo lantbrukare grundade Loinais-Suomen Osuusteurastamo (LSO) (HKScan u.å.c.). I Sverige har det under en lång tid funnits många lokala och regionala köttkooperativ där det första bildades 1899 (Nilsson och Lind 2015). Efter att ett flertal sammanslagningar skett fanns det i början av 1990-talet totalt fem regionala kooperativ som tillsammans stod för majoriteten av samtliga slaktade djur, inkluderande grisar, nötkreatur samt får. Kooperativen stod för majoriteten av samtliga led i värdekedjan men med en lägre andel av marknadsandelarna i de senare leden av kedjan. När Sverige gick med i EU fick de kooperativa verksamheterna ekonomiska problem där cheferna för de regionala kooperativen beslutade om en sammanslagning. Detta blev dock ingen framgångssaga, fyra av de fem kooperativen upprättade ett samarbetsarrangemang som kom att kallas Swedish Meats (Ibid.). Swedish Meats fick dock en svår start med oförtröttliga förluster som ledde till prissänkningar. Detta ledde till en medlemsflykt där medlemsantalet sjönk drastiskt (Ibid.). I och med detta sjönk även kapitalet, samt antalet djur som skickades för slakt till Swedish Meats där kooperativet procentandel av slaktsvin minskade markant på sex år (Ibid.). Förlusterna för

Swedish Meats fortsatte, men under åren efter skedde vissa förbättringar. Styrelsen fick en insikt att företaget bör säljas där inga nya investeringar gjordes. Detta ledde till att majoriteten av delegaterna i Swedish Meats beslöt att sälja verksamheten (Ibid.), till finska bolaget HKScan Oyj som inkluderade HKScan Sweden AB år 2007.

1.3 Bakgrundsbeskrivning

Den svenska grisproduktionen ger positiva avtryck inom Europeiska unionen (EU). Andra länder vill ta del av den svenska modellen trots att Sverige är ett av de minsta länderna inom EU gällande grisproduktion (Lantbrukarnas Riksförbund u.å.). I jämförelse med europeiska mått är Sveriges grisföretagare samt vad som slaktas varje år mätt till cirka en procent av produktionen, men är jämförelsevis med övriga länder en betydande framgångsrik produktionsmodell. Produktionsmodellen innefattar bland annat förebyggande hälsovård, större ytor, bibehållande av svansar, daglig tilldelning av strö samt djurskyddsregler med högre krav än andra länder inom EU med fler faktorer (Ibid.). Sverige är även det land inom EU som har lägst antibiotikaanvändning inom djurbesättningarna vilket speglar modellens goda djuromsorg samt djurhälsa. Under produktionsåret 2022 var Sverige unika med en ökning av grisproduktionen på 3,1 procent (Lantbruksnytt 2023). I Sverige var antalet grisar räknat till drygt 1,39 miljoner, där produktion skedde på totalt 1 173 företag i juni 2022 (bilaga 2). Uppdelat på län finns flest grisar samt företag för grisproduktion i Skåne län, följt av Västra Götalands län (figur 1). Mätt i antalet grisar per företag var de största företagen etablerade i Skåne län samt Södermanlands län.



Figur 1: Antal grisar per län i juni 2022 i Sverige (egen bearbetning, se Jordbruket i siffror 2023).

När det kommer till slakterier i Sverige som är godkända för grisslakt är HKScan i Kristianstad det slakteri som tar emot flest antal grisar, som uppgick till 196 670 grisar för kvartal 1 under 2023 (Jordbruksaktuellt 2023a). HKScans anläggning i Kristianstad har varit stor inom grisslakten genom många år och redan 2017 hade HKScan i Kristianstad 28 procent av marknadsandelarna av den svenska grisslakten (Jordbruksaktuellt 2018). Som andra största slakteri i Sverige för gris kommer KLS Dalsjöfors, följt av KLS Kalmar och Skövde Slakteri (Jordbruksaktuellt 2023a). HKScan Sweden AB, tidigare Swedish Meats, har sedan år 2007 ägs av det finländska bolaget HKScan Ruokatalo, dagens HKScan Oyj där den svenska verksamheten, HKScan Sweden AB, nu förvärvats av Lantmännen våren 2024. År 2022 omsatte HKScan Oyj drygt 8 miljarder kronor i Sverige (Jordbruksaktuellt

2023b). Kooperativet Lantmännen i Sverige tecknade avtal om att köpa den svenska verksamheten av HKScan Oyj, närmare benämnt HKScan Sweden AB (Ibid.), som under våren 2024 slutförts. Förvärvet menas vara strategiskt viktigt för Lantmännen som kooperativ och dess medlemmar, och innefattar all verksamhet som sker i Sverige inklusive varumärkena Scan, Pärsons samt Bullens. Lantmännens styrelseordförande yttrar att “genom förvärvet säkrar vi ett inhemskt ägarskap av HKScans svenska verksamhet, och därmed också framtiden för svensk animalieproduktion” (Jordbruksaktuellt 2023b) och menar vidare att förvärvet är en viktig del för lantbrukets tillväxt samt att det kommer stärka den nationella livsmedelsberedskapen. Förvärvet av HKScans svenska verksamhet uppgick till 667 miljoner kronor, plus de aktier som Lantmännen haft i HKScan Oyj värda 61 miljoner kronor och ett lån som Lantmännen haft på 556 miljoner kronor. Förvärvet summeras till ett värde på 1 284 miljoner kronor och färdigställdes under det första halvåret av 2024 (Ibid.). Lantmännen och slakteriets verksamhet kommer inte att integreras, utan Lantmännen fortsätter sin drift som ett kooperativ och HKScan Sweden AB ska drivas som ett helägt vinstorienterat dotterbolag (Nilsson 2024), som nu döpts om till Scan Sverige AB (Lantmännen 2024).

Vi har verksamheter i hela värdekedjan, från jord till bord. Närvaro inom flera affärer, såväl lokalt som globalt, skapar affärsmöjligheter, stabilitet och långsiktighet. Och inte minst en unik möjlighet att påverka utvecklingen och ta ansvar från jord till bord (Lantmännen u.å.a).

Genom förvärvet av HKScan Sweden AB menar Lantmännen att deras redan unika position i livsmedelskedjan kommer att breddas och skapa ytterligare styrka för Lantmännen som primär aktör på livsmedelsmarknaden i Sverige (Jordbruksaktuellt 2023b). Lantmännen är redan idag en stor aktör på marknaden inom den agrara sektorn där insatsvaror, maskiner och förädling av spannmål har inverkan i värdekedjan för animalieproduktion. Genom förvärvet menar Lantmännen att breddningen av dess inverkan på livsmedelsmarknaden kommer att stötta arbetet från jord till bord. Detta i sin tur kommer att öka styrkan för den svenska livsmedelsstrategin och livsmedelsberedskap (Jordbruksaktuellt 2023b).

Den nationella livsmedelsstrategin i Sverige är den första att omfatta hela livsmedelskedjan och har ett syfte att uppnås till 2030 (Regeringskansliet 2023). Strategin innefattar ett arbete att öka produktionen av mat för att få en hållbar tillväxt i landet och stärka den svenska konkurrenskraften. Det framgår även i Jordbruksverkets regleringsbrev för 2024 att regeringen avsätter 20 miljoner kronor “för att utveckla förslag på åtgärder som stärker Sveriges beredskap inom primärproduktion av livsmedel” (Regeringskansliet 2023). Livsmedelskedjan är en sårbar kedja där mat gärna tas för givet, att den bara finns tillgänglig i butikerna utan att någon värdering tas i beaktande (Kullgren

2023). De många olika delarna som inkluderas i livsmedelskedjan har under de senaste åren mött utmaningar som påvisat den sårbarhet som finns gällande livsmedel. Allt från torka, stopp i den globala logistikkedjan, pandemi och globala oroligheter har utmanat livsmedelskedjans funktion. I kombination med utmaningar har den inhemska produktionen i Sverige minskat kraftigt, vilket idag medför att Sverige endast har en självförsörjningsgrad på cirka 50 procent (Ibid.). För att förändra detta och öka den svenska beredskapen krävs aktivt lantbruk och en starkare livsmedelsindustri då livsmedelsförsörjningen är en av de viktigaste samhällsfunktionerna.

I och med det förvärv som Lantmännen nu genomfört av HKScan Sweden AB finns anledning till förväntning och förhoppning (Nilsson 2024). Generellt står den globala matproduktionen inför utmaningar som Lantmännen vill påverka och minimera för att skapa ett livskraftigt lantbruk idag och i framtiden. Här arbetar Lantmännen med strategiska initiativ för att trygga livsmedelsförsörjningen i Sverige för att skapa en robusthet i livsmedelskedjan, samt att skapa lagring av kritiska insatsvaror (Lantmännen 2022). Den svenska grisproduktionen gör avtryck med goda framgångar i produktionsmodellen. HKScan i Sverige är det slakteri som har varit störst under en längre period med stora marknadsandelar i den svenska grisslakten där Lantmännen menar att förvärvet är bra för lantbrukets tillväxt och för att stärka den nationella livsmedelsberedskapen (Lantmännen 2023b). Med Lantmännens medlemmar som speglar kooperativets visioner, som både affärspartners och ägare för att förvalta brukandet av jorden för idag och framtiden, är medlemmarna väsentliga för kooperativet och dess utveckling (Lantmännen u.å.c). Utveckling bör inkludera samtliga led i livsmedelskedjan där livsmedelskedjan är en sårbar kedja som under de senaste åren mött utmaningar.

Affären som har kommunicerats sedan slutet av 2023 är idag godkänd av berörda myndigheter och slutförd (Lantmännen 2024). Detta innebär att HKScan Sweden AB som ägdes av finska HKScan Oyj idag ägs av Lantmännen under namnet Scan Sverige AB (Ibid.). Lantmännens VD säger själv att "det är glädjande att affären nu är slutförd. Genom förvärvet stärker vi Lantmännens position i livsmedelskedjan ytterligare, samtidigt som vi säkrat ett svenskt ägarskap av Scan" (Lantmännen 2024). Fortsättningsvis betonas förvärvets innebörd som en nyckelfråga för att stärka den nationella livsmedelsberedskapen och vikten för det svenska lantbruket. Även VDn för dagens Scan Sverige AB meddelar med glädje och optimism att med ett genuint samarbete är de rustade för framtiden där Lantmännen som ägare stärker deras kapacitet för den svenska produktionen för att gynna svensk livsmedelsproduktion (Ibid.).

1.4 Tidigare studier

Historiskt sett har svenska lantbrukare varit lojala mot sitt slakteri och de kooperativa slakterierna hade en stor del av grisproducenterna som sina leverantörer (Lind och Åkesson 2005). Det mönstret har emellertid ändrats sedan Sveriges medlemskap i EU 1995. Efter inträdet ökade efterfrågan på billigare importerade produkter och särskilt drabbades den kooperativa sektorn inom köttproduktion av priskonkurrensen (Nilsson och Lind 2015). Innan dess hade den nationella jordbrukspolitiken skapat en specifik uppsättning av värderingar och kooperativ ansågs outhärliga. Den kooperativa sektorn var omfattande och hierarkiskt organiserad (Ibid.). Tidigare jordbrukspolitik gjorde kooperativen ineffektiva, de hade överkapacitet på anläggningar och stor mängd personal. När konkurrensen ökade var de kooperativa slakterierna långsammare med struktur-omvandlingen än de investörägda slakterierna (Lind och Åkesson 2005). År 1999 enades fyra av fem stora kooperativ att upprätta ett samarbete kallat Swedish Meats inom slakteriverksamheten. Överkapacitet fortsatte och flera medlemmar som var framgångsrika lantbrukare lämnade, vilket gjorde att det egna kapitalet sjönk avsevärt i Swedish Meats (Nilsson och Lind 2015). Kooperativet var till slut tvungna att betala lantbrukarna ett lägre pris. Detta bidrog till att ännu fler lantbrukare gick ur den kooperativa verksamheten (Lind och Åkesson 2005). Den svenska fläskindustrin minskade kraftigt efter EU-inträdet, antalet grisar minskade med 40 procent mellan 1995 och 2013 och antalet grisuppfödare minskade med 80 procent mellan 2000 och 2013. Samtidigt ökade importen och konsumtionen av griskött steg med 5 procent mellan 2000 och 2010 (Nilsson och Lind 2015). År 2007 beslutade en majoritet av representanterna på Swedish Meats stämma att sälja verksamheten till HKScan Oyj, noterat på Helsingforsbörs (Ibid; Jordbruksaktuellt 2017).

I kooperativa sammanhang har tillit visat sig vara avgörande för organisationen, både medlemmarnas förtroende för ledningen och andra medlemmar (Hakelius och Hansson 2016). Historiskt visar den kooperativa slakten i Sverige på en nedgång i tillit och förtroende. De sammanslagningar som gjordes bidrog till en mycket heterogen organisation där medlemmarnas intressen var svåra att samordna. När de investörägda slakterierna kunde betala högre priser för lantbrukarnas djur valde fler medlemmar att lämna och därmed förlorades den kooperativa lojaliteten. En kultur utvecklades där lantbrukare hyllade investörägda slakterier och kritiserade kooperativa slakterier (Nilsson och Lind 2015). Efter 2007 bedrevs Swedish Meats operativa verksamhet under HKScans vinstorienterade företag. Därmed är det ett så kallat hybridkooperativ, på engelska kallat Farmer Controlled Business (FCB), översatt bondekontrollerad verksamhet. Ägarstrukturen fördelas så att de röststarka aktierna ägs av styrelseledamöter från finländska djuruppfödare samt av Swedish Meats ledamöter. Det är dock outforskat om lantbrukarna upplever att deras tidigare kooperativ fortfarande hade en kooperativ karaktär eller inte (Hess et al. 2013).

Däremot påvisar Hess et al. (2013) forskning att i de mer framgångsrika lantbrukarnas ögon hade HKScan förlorat förtroendet. Framför allt i den låga transaktionskostnadsprofilen som är typiskt för ett kooperativ att sträva efter. Transaktionskostnader innebär de kostnader som uppstår i förhandling, bevakning och verkställande av en affär mellan parter (Jones och Hill 1988). En undergrupp av lantbrukarna betraktade dock vid forskningens utförande fortfarande det tidigare kooperativa slakteriet som en pålitlig handelspartner (Hess et al. 2013).

Liang (2009) studerade två typer av slakterier i svensk slaktindustri, investörägda slakterier samt HKScan AB som delvis kontrollerades av bönder, ett FCB. Studien fokuserar på lantbrukarnas upplevda transaktionskostnader i relation till de olika ägarstrukturerna. Tidigare studier visade att grisproducenter tenderar att betrakta kooperativa slakterier som mer pålitliga och ha lägre transaktionskostnader än investörägda slakterier (Jonsson 1995; Fahlbeck 1996 och Lind och Åkesson 2005). Resultaten från Liangs (2009) studie antyder det motsatta. De som levererade till HKScan upplevde högre transaktionskostnader jämfört med de som levererade till investörägda slakterier. Lantbrukare som levererade till HKScan hade generellt sett en negativare attityd gentemot företaget jämfört med de som levererade till andra handelspartners. Efter det externa övertagandet av HKScan Sweden AB, som tidigare var ett traditionellt bondekooperativ, upplevde lantbrukarna en försämrad kontroll över verksamheten vilket kan ha lett till minskat lojalitet gentemot HKScan (Liang 2009). De som levererar till ett investörägt slakteri har ett tydligt kriterium, att de erbjuder bäst betalning. De som levererade till ett kooperativ kunde dock hävda att de erbjöds bäst notering¹ trots att prisstatistik sa motsatsen. Lantbrukarna kan också vara lojala mot slakteriet på grund av deras goda relation till deras kontaktperson på slakteriet (Lind och Åkesson 2005). Det finns flera faktorer som avgör om en lantbrukare skulle byta slakteri, ofta anger de bara en avgörande orsak, som pris, men egentligen är det som toppen av ett isberg. Troligtvis är lantbrukarna missnöjda med många förhållanden (Ibid.). I kooperativa sammanhang träffas generellt medlemmarna kontinuerligt och har en viss anknytning till varandra. Sannolikheten att de möter lantbrukare med en annan uppfattning om vilket slakteri de bör leverera till minskar. Om en medlem skulle leverera till ett annat slakteri än sina kooperativa kamrater är lantbrukaren troligen mer benägen att överväga att ändra sitt beteende och byta slakteri (Ibid.).

Lantmännen är en kooperativ organisation som ägs av dess medlemmar. Den agrara sektorn är under ständig förändring vilket kräver flexibilitet och effektivitet. Svårigheter kan uppstå för medlemmarna att sätta sig in i verksamheten när kooperativet växer, som Lantmännen gör. Kontakten mellan medlemmar och

¹ Notering är en term inom jordbruks- och livsmedelsindustrin som beskriver den initiala prislista som fastställs av slakterier. Dessa priser fungerar som referenspunkt för köttproducenter och inköpare och kan variera beroende på faktorer som tillgång och efterfrågan, marknadsförhållanden, kvalitet, samt andra ekonomiska och logistiska faktorer.

ledning kan försämrats, vilket kan leda till nedgång av förtroende i stora och komplexa kooperativ (Kihlén 2007). I Hakelius och Hanssons (2016) studie kring lantbrukarnas attityder gentemot lantbrukskooperativ mellan 1993 och 2013 visar resultatet att engagemanget har ökat medan tilliten har minskat. Det kan antas att medlemmarna anser att deras åsikter och rättigheter inte tas på allvar. Kooperativ bygger på en välgrundad idé men att det förlorar sin kraft i praktiken. Ett behov kan finnas av att involvera medlemmarna i en större utsträckning när beslut tas (Ibid.). Lantmännen upplevde en sviktande tillit bland medlemmarna och gjorde en omstrukturering av sin medlemsorganisation i slutet av år 2005. Syftet var att komprimera leden i organisationen och förbättra den demokratiska processen samt stärka känslan av ägarskap (Friis 2011). Resultat från Kihléns (2007) studie visar emellertid på att omstruktureringen vid given tidpunkt inte fått det genomslag Lantmännen önskat. Den insamlade empirin härleds till att förändringen inte förenklar möjligheten att påverka och sätta sig in i organisationen. Trots detta belystes att medlemmarna anser att färre led i organisationen förenklar demokratin och att engagemanget ökar när hierarkin minskar. Studiens slutsats är att omorganiseringen var ett steg i rätt riktning, men att Lantmännen behöver fortsätta sitt arbete med informationsdelning och beslutsfattande (Ibid.). Enligt Österberg och Nilsson (2009) avgörs förtroendet för styrelsen av hur stort inflytande medlemmarna har. Medlemmarnas upplevelse av att vara delaktiga i beslutsprocessen leder till ökat engagemang och förtroende för styrelsen. I mindre föreningar är det lättare att tillgodose medlemmarnas krav och önsningar, vilket kan leda till ett högre förtroende och en starkare känsla av ägarskap (Kihlén 2007; Kihlén et al. 2009). Detta bekräftar av en jämförelsestudie där de generella slutsatserna förblir att medlemmarna i de mindre komplexa kooperativen har ett högre förtroende än de i den större föreningen (Friis 2011). Däremot lyfts att medlemmarna skulle vilja påverka och engagera sig i den större organisationen om information och resultat tillgängliggörs enklare (Ibid.).

Att erbjuda fördelaktiga handelsvillkor, knyta personliga kontakter och få en högkvalitativ service är alla faktorer som kan skapa en stark känsla av engagemang. Forskning visar att dessa element även kan öka sannolikheten för att utveckla långsiktiga handelsrelationer (Barbaud-Didier et al. 2012; Karantininis och Zago 2001, se Hakelius och Hansson 2016). Medlemmars tillfredsställelse påverkas, förutom av hur lönsam affärsrelationen är, av den nivå av service som erbjuds samt föreningens förmåga att övertyga medlemmarna om att det finns en marknad för deras produkter (Burt och Wirth 1990). Resultatet om ett högre engagemang än tillit i Hakelius och Hanssons (2006) studie indikerar att medlemmarna anser att engagemanget är viktigare än tidigare. Deras forskning antyder även att det kan ha skett en förändring i värderingar bland svenska lantbrukare där individualistiska värderingar blir alltmer betydelsefulla. Detta förväntas sannolikt påverka attityden gentemot lantbrukskooperativens styrsystem. Detta bekräftar Morfi et al. (2020)

studie där det nämns att historiska förändringar i jordbruket kan ha inträffat som påverkar relationerna mellan jordbrukarna samt med deras kooperativ.

Sociala nätverk har en betydande inverkan på medlemmarnas deltagande i kooperativ styrning. Genom att främja starkt socialt kapital kan kooperativ uppmuntra engagemang och öka deltagandet i beslutsprocesser (Morfi et al. 2020). Socialt kapital kan beskrivas som det tillgängliga nätverket av sociala relationer och samarbete inom en gemenskap (Putnam 2000). Det har påvisats att stora och komplexa kooperativ har tappat i socialt kapital. För att vara konkurrenskraftiga vill kooperativen effektivisera sin verksamhet som innebär att kooperativen måste ha mer kontroll över insatserna från medlemmarna, vilket kan leda till att medlemmarna blir negativa mot sitt kooperativ (Nilsson et al. 2012). Kooperativ behöver dessutom ha ett stadigt socialt kapital för att vara konkurrenskraftiga. Det saknas strukturella verktyg för att mäta eventuellt förlorat socialt kapital när kooperativ bedriver vertikal och horisontell integration. Detta bör dock inte medföra att kooperativen avstår från strategier för vertikal och horisontell integration. Den föränderliga marknaden kräver att produkterna utvecklas och har effektiva synergier. Således kan vinster från stordriftsfördelar i viss mån kompensera för förlust av socialt kapital (Ibid.). Kooperativ med en heterogenitet bland medlemmarna och en komplex verksamhet behöver nödvändigtvis inte ha problem med medlemsstyrningen. Om medlemmarna är nöjda med avkastningen på det investerade kapitalet samt de utdelningar de får, kan stora kooperativ lyckas med medlemmarnas tillfredsställelse av det individualiserade ägandet av kooperativet (Hakelius och Nilsson 2020).

1.5 Problemformulering

För att ge läsaren förståelse för vad studien ämnar bidra med till redan befintlig forskning på området presenteras nedan det empiriska respektive teoretiska problem som ligger till grund för studiens utformning samt frågeställningar.

1.5.1 Empiriskt problem

Det var redan under 1800-talet som idén att bilda ekonomiska föreningar inom lantbruket startades i efterdyningar av den agrara revolutionen och jordbrukets industrialisering (Lantmännen u.å.d). Lantbrukarna gick samman för att etablera starkare genomslag för att driva intressen och påverka industrin samt marknaden med föreningen som lantbrukarnas sammanslagna röst. Efter en tid, under 1900-talet, började de starka lantbruksföreningarna att investera i gemensamma intressen där kooperativ verksamhet påbörjades. Detta ledde till bildandet av Lantmännen år 2001 genom fusion mellan regionala föreningar (Ibid.). Med tiden har Lantmännen växt och tagit större marknadsandelar inom den agrara sektorn i Sverige, vilket kan

medföra konsekvenser. En konsekvens som tillkommer är medlemmars förändring i attityder som förtroende och engagemang (Hakelius och Hansson 2016). Det har visat sig i tidigare studier att förtroende kan minska gentemot hur lantbrukskooperativ praktiskt verkar. Medlemmar kan ha engagemang, men med ett minskat förtroende i form av att medlemmarnas rättigheter inte respekteras av kooperativet (Ibid.). Lantmännen ägs av medlemmarna som alla har rättighet till en röst var att påverka. När en organisation som Lantmännen växer kan det leda till konsekvenser att medlemmar inte involveras i en acceptabel utsträckning och skapar svårigheter att få full insyn i verksamheten (Kihlén 2007). Svårigheter skapas gällande kontakten mellan medlemmar och ledning, som påverkar medlemmarnas förtroende för kooperativet. Detta är ett faktum som Lantmännen upplevt där engagemang samt förtroende minskade från medlemmarna (Ibid.). Under 2022 minskade antalet medlemmar i Lantmännen med 2,5 procent, en minskning från 18 726 medlemmar till 18 256 medlemmar (Lantmännen 2022). Under senaste året 2023 minskade antalet medlemmar med 2 procent, från 18 256 medlemmar till 17 907 medlemmar (Lantmännen 2023). Lantmännen är en växande organisation i termer av marknadsandelar, förtroendet påverkas och attitydförändringar sker. Trots detta kommunicerar Lantmännen en uppfattning att “medlemsengagemanget har stärkts och utvecklats inom Lantmännen” (Lantmännen 2023:6) där utbudet av medlemsträffar baseras på behovet och intresset från de enskilda distrikten.

Tidigare studier konstaterar att växande organisationer påverkar medlemmarnas förtroende och attityder inom kooperativ i och med svårigheter med kontakten mellan medlemmarna och ledningen. Det förvärv som Lantmännen gjort av HKScan Sweden AB innebär en stor tillväxt för organisationen. Ett förvärv i liknande storlek har inte skett i Sverige tidigare, i form av att ett kooperativ förvärvar ett vinstorienterat² bolag som ska fortsätta att drivas som ett vinstorienterat bolag av den kooperativa verksamheten (Nilsson 2024). Lantmännen har tidigare gjort större förvärv, 2006 investerade de i Kronfågel som medfört svagt delårsresultat (Jordbruksaktuellt 2006). Detta är dock ett mindre utforskat område som motiverar till en studie som ämnar att undersöka hur förtroendet och attityder gentemot Lantmännen kom att påverkas i och med det större förvärvet.

1.5.2 Teoretiskt problem

Lantmännen är det största lantbrukskooperativet etablerat i Sverige med flera divisioner inom organisationen. Det nyligen annonserade förvärvet av HKScan Sweden AB är unikt och ett av de större förvärven som sker i Sverige. Det är även det första inom den agrara sektorn som inkluderande en kooperativ verksamhet och

² Alla företag måste drivas med vinst på lång sikt. För studien syftar vinstorienterat bolag som företag som fokuserar på maxvinst utan återinvestering till medlemmarna, vilket inte företräder den kooperativa organisationsformen.

ett vinstorienterat bolag (Nilsson 2024). Lantmännens strategi för förvärvet är att Lantmännen ska fortsätta drivas som ett traditionellt kooperativ, med det förvärvade HKScan Sweden ABs drift som ett dotterbolag. HKScan Sweden AB var tidigare en del av Swedish Meats som bildades 1999 som en kooperativ verksamhet som sedan såldes och ombildades till dagens HKScans verksamhet i Finland, tidigare HK Ruokatalo, som ett FCB (Ibid.). Det var den kooperativa verksamhetsformen som skadade driften inom Swedish Meats där varken demokratin för medlemmarna fungerade eller de olika intressens utveckling som blockerade varandra (Ibid.). När intressen inom den kooperativa verksamheten inte harmoniserar byggdes en misstro upp gentemot den kooperativa verksamheten och en medlemsflykt uppstod. Kooperativet urlakades och attityden till den kooperativa verksamheten skadades. I och med detta byggdes en norm upp bland grisproducenter i Sverige där kooperativets låga avräkningspriser gjorde att normen var att inte handla med kooperativet (Ibid.).

Kollision kan ske inom ett kooperativ när intressen inte interagerar vilket kan leda till konsekvenser i form av medlemsflykt och minskad handel med kooperativet (Nilsson 2024). När ett kooperativ och ett vinstorienterat bolag ska kombineras kommer differentierade attribut påverka både enskilda medlemmar samt fokusområden för verksamheten (Hansen et al. 2024). Kooperativet och det vinstorienterade bolaget fördelar avkastningen mellan det externa ägandet och kooperativets medlemmar, vilket för en kooperativ verksamhet kan utmana medlemmarnas egentliga intressen, som kan komma att påverka attityden gentemot Lantmännen (Ibid.). Ytterligare omstruktureringar kan ske under förvärvet som medlemmarna inte lägger märke till, men som uppkommer efter tid och påverkar attityderna. Studier finns som undersöker vinstorienterat ägda slakterier och kooperativt ägda slakteriers verksamheter. Ett mindre utforskat område är förvärvet, där ett kooperativ ska manövrera ett vinstorienterat bolag genom en kooperativ organisation. Detta motiverar att föreliggande studie genomförs för att utforska hur medlemmar inom kooperativet och grisproducenter i Sverige kom att uppleva förvärvet och påverkas av den driftsform som är planerad från Lantmännen med teoretiska understöd.

1.6 Syfte och frågeställningar

Studien syftar till att undersöka svenska grisproducenters attityder mot det marknadsledande lantbrukskooperativet i Sverige, vid förvärvet av det marknadsledande slakteriet som genomförts under våren 2024. Detta avser grisproducenter inriktade på slaktsvinsproduktion, oberoende leverantör. För att uppnå studiens syfte ska följande frågor besvaras

1. Hur ser grisproducenter i Sveriges attityder ut gentemot det förvärv av större slakteri som ett vinstdrivande företag?
2. Kan grisproducenter i Sveriges attityder påverka kooperativets förvärv?

1.7 Avgränsningar

Studien syftar till att undersöka grisproducenter i Sveriges attityder vid förvärv av det marknadsledande slakteriet som gjorts under våren 2024 av marknadsledande jordbrukskooperativet i Sverige där ett antal avgränsningar gjorts. Då studien sker inom ramen för agronomprogrammet har producenter inom grisproduktion i Sverige undersökts, då de kontinuerligt skickar djur till slakt. Avgränsning har gjorts till mellersta och södra Sverige eftersom majoriteten av grisproduktionen sker i dessa geografiska områden. Eftersom studien syftar till att undersöka grisproducenter och dess attityder i och med förvärvet som det största lantbrukskooperativa i Sverige genomfört, som många producenter är medlemmar i, kommer grisproducenter oberoende leverantör undersökas. Detta medför en variation av respondenter, vilket breddar och belyser attityder oberoende medlemskap i kooperativet eller slakteri. I och med detta är analysenheten för studien grisproducenter i Sverige, oberoende slakteri. De primära uppgifterna samlas in med hjälp av intervjuer, vilket även gör individen till observationsenheten.

1.8 Studiens disposition

Uppsatsen består av sju kapitel där inledande kapitel presenterar problem-bakgrunden och problemformuleringar som ämnas att lösas dividerat i teoretiskt problem och empiriskt problem, följt av syfte, forskningsfrågor och avgränsningar. I kapitel två presenteras det konceptuella ramverket som ligger till grund för studien följt av presentation av vald metod i det tredje kapitlet. Fjärde kapitlet avhandlar det insamlade empiriska materialet. Analys och resultat av studien presenteras i det

femte kapitlet, följt av diskussionen i det sjätte kapitlet. Avslutningsvis presenteras slutsatserna för studien i kapitel sju, följt av referenser, en populärvetenskaplig sammanfattning samt bilagor. Studiens disposition illustreras nedan i figur 2.



Figur 2: Studiens disposition

2. Konceptuellt ramverk

I andra kapitlet presenteras litteraturgenomgången för studien för att presentera centrala teorier och modeller baserade på tidigare forskning inom ramen för det område studien ämnar undersöka. Vidare avslutas kapitlet med presentation av studiens teoretiska ramverk.

2.1 Litteraturgenomgång

För att främja en ökad förståelse för studiens syfte börjar författarna med att introducera en litteraturgenomgång som ämnar att lyfta fram teorier, modeller och insikter från tidigare forskning. Det finns två metoder för att genomföra en litteraturgenomgång, det systematiska och det narrativa tillvägagångssättet (Bryman och Bell 2017). Det förstnämnda är en strukturerad och objektiv analys av all tillgänglig litteratur där en strävan finns att minimera bias genom att följa en strukturerad metod. Den narrativa litteraturgenomgången är tolkningsbaserad och mer flexibel i sitt förhållningssätt och fokuserar på att skapa en sammanhängande analys av tillgänglig evidens (Ibid.). Karaktären är att insamlad kunskap formar en förståelse, där litteraturgenomgången skapar ett verktyg för att utforska ämnet vilket möjliggör en friare forskning. Tolkningen underlättas genom att inkludera sociala aspekter och lämpar sig väl vid kvalitativa studier där forskningen syftar till att fylla kunskapsluckor inom det existerande forskningsområdet. Denna studie ämnar följa det narrativa tillvägagångssättet då författarna kontinuerligt anpassat litteraturgenomgången efter den empiriska data som genereras, vilket kräver flexibilitet och tolkning (Ibid.).

Litteratursökningen som tillfört relevant kunskapsinsamling är huvudsakligen från läroböcker, vetenskapliga studier, artiklar samt Internetkällor. Primärt har Google Scholar och Sveriges lantbruksuniversitets databas Primo använts där insamling av material baseras på studiens nyckelord Lantmännen, HKScan, lantbrukskooperativ, attityder, teorin om planerat beteende, grisproducenter, socialt kapital och normer. Likt Bryman och Bells (2017) rekommendationer har en kritisk reflektion gjorts vid val av litteratur som används. Majoriteten av det material som används i denna studie är vetenskapligt granskade innan publicering vilket indikerar ett tillförlitligt innehåll (Ibid.)

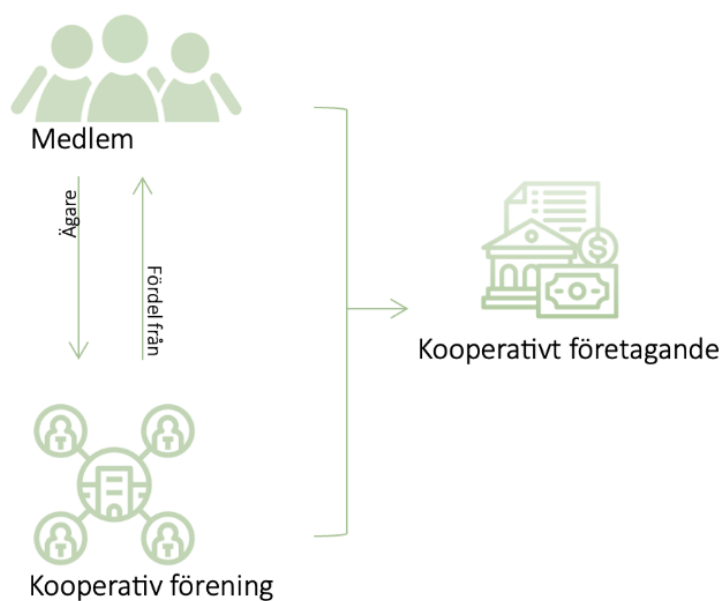
2.2 Kooperativ

Kooperativ är en form av privat företagsorganisering som har använts under många decennier där organisationen ägs och kontrolleras av medlemmarna (Barton 2000). Syftet är att ge fördelar till medlemmarna genom nyttjande av den kooperativa

verksamheten och inte genom ett ägande som fallet är för många andra organisationsformer. Fördelarna som medlemmarna tar del av innefattar affärstransaktioner som görs med kooperativet (Ibid.). Kooperativ är en organisationsform inom jordbrukssektorn då lantbrukarna kan slå samman sina resurser för att bedriva affärsverksamhet som är svårare att utföra på egen hand. Det handlar främst om att tillhandahålla insatser och tjänster till lägre kostnad, eller som inte var tillgängliga innan, samt att marknadsföra till förmånligare priser och till marknader som tidigare inte varit tillgängliga (Ibid.).

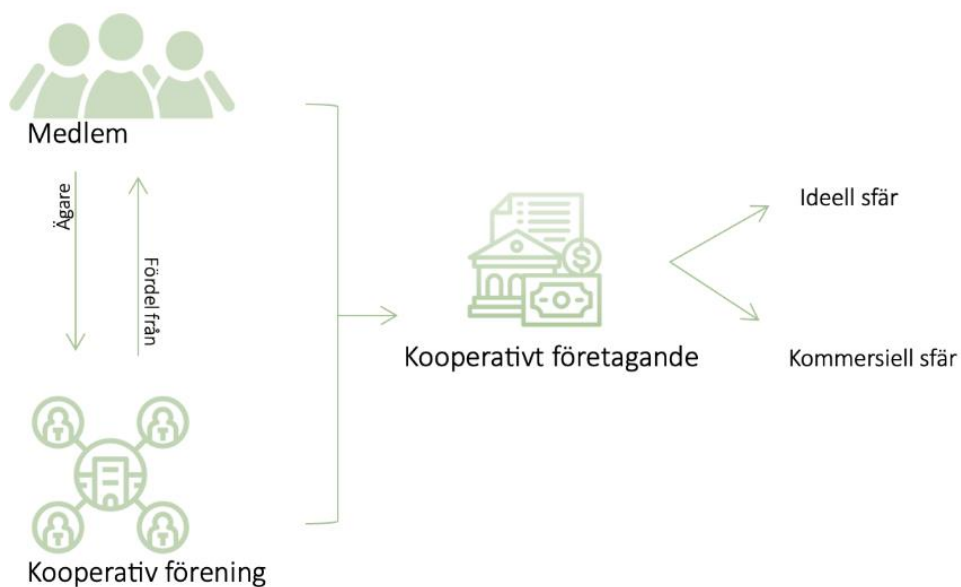
De flesta kooperativ är *traditionellt organiserade* (figur 3). Detta innebär en hög grad av kollektivism som innebär individens ömsesidiga beroende av de andra medlemmarna, där kollektivet är i fokus mer än de enskilda individerna (Kihlén et al. 2009). Ett traditionellt organiserat kooperativ innefattar även en stor del kollektivt kapital som byggts upp från årliga vinster, där kontrollen sker enligt principen en medlem - en röst där lika behandling av medlemmarna är av stor vikt (Ibid.). Det finns dock en variation av organisering för kooperativ som omstruktureras för att bemöta marknadsförändringar. Problemen som traditionella kooperativ mött under de senaste decennierna beror med stor sannolikhet på nya strukturella faktorer inom affärsmiljöer (Ibid.). I och med detta har de traditionella kooperativen behövt anpassa sig och nya former av organisationsstrukturer har etablerats. För kooperativ har detta format en strategi kallad *hybridkooperativ*, vilket liknar FCB (figur 4) (PwC 2011). Detta innebär att kooperativet arbetar strategiskt inom två områden. Den ena är med fokus i den idéburna och mer ideella sfären (Ibid.) som kan kopplas till den traditionella strategin inkluderande kollektivism. Den andra är med fokus på den affärsdrivna och med kommersiella sfären (Ibid.), med fokus på effektiv etablering med vinstdrivande ändamål. Detta har lett till att många traditionellt organiserade kooperativ, inom den agrara sektorn, genomgått stora förändringar (Kihlén et al. 2009). Förändringar som har skett bland det traditionellt organiserade kooperativen har bland annat varit att kooperativet har upphört på grund av sammanslagningar eller förvärv. Andra kooperativ har även låtit investerare förvärva en del av den egna affärsverksamheten, vilket då innebär en organisering som hybridkooperativ (Ibid.).

Traditionellt organiserat kooperativ



Figur 3: Illustration av traditionellt organiserat kooperativ (egen bearbetning, se Hakelius 2023).

Hybrid kooperativ



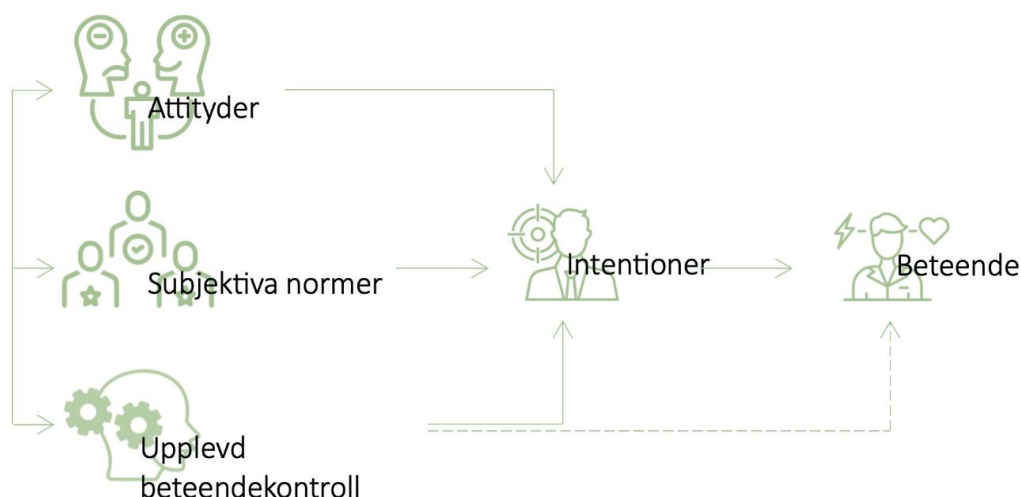
Figur 4: Illustration av hybridkooperativ (egen bearbetning).

2.3 Teorin om planerat beteende

Teorin om planerat beteende, även kallad *the Theory of Planned Behavior* (TPB), är en socialpsykologisk teori som används för att förstå och förutsäga mänskligt beteende (Ajzen 1991). Teorin är en vidareutveckling av *the Theory of Reasoned Action* (TRA) som introducerades av Ajzen och Fishbein (1975). TRA förklarar mänskligt beteende baserat på deras *attityder*, *subjektiva normer* och *intentioner*. Grunden för TRA är att utforska individens tro och avsikter som formar dennes beteende och hur dessa variabler kan mätas och analyseras för att förstå mänskligt beteende i olika sammanhang (Ajzen och Fishbein 1975). Teorin har mött både positiv och negativ kritik. Fazio (1986) ifrågasätter särskilt idén om att attityder och intentioner är direkt relaterade till beteende, utan menar att det finns en mer komplex och indirekt relation mellan attityder och beteende. TPB har i sin tur utvecklats och anpassats för att möta kritiker för att bli mer inkluderande och användbar för att analysera och förstå mänskligt agerande. Med hjälp av ytterligare en komponent, *upplevd beteendekontroll*, är TPB mer omfattande än TRA, och användbar för att förstå beteenden som inte är helt under individens kontroll (Ajzen 1991). Enligt Ravis et al. (2009) är TPB möjligtvis den mest inflytelserika teorin för att förutsäga sociala beteenden då teorin inte bara förklarar beteenden under individens kontroll, utan också beteenden där externa faktorer kan spela in. Detta gör att teorin anses fördelaktig till studiens forskning då Lantmännens förvärv av HKScan Sweden AB är utanför medlemmarnas kontroll.

Enligt TPB är intentionen att utföra ett beteende den primära indikatorn för faktiskt beteende. Denna intention påverkas i sin tur av tre komponenter: attityder, subjektiva normer från omgivningen och upplevd beteendekontroll (figur 5). Det kan emellertid finnas situationer där intentionen inte leder till beteende på grund av bristande kontroll eller yttre påverkan (Ajzen 1991). Den första komponenten, attityder, avser individens positiva eller negativa attityder till ett visst beteende som grundas på den upplevda förväntan som ett visst agerande ska leda fram till. Detta inkluderar hur en individ känner inför att utföra beteendet, vilka konsekvenser det kan ge, om det kan leda fram till ett specifikt mål och hur högt personen värderar detta (Ajzen och Fishbein 1975). Till exempel om lantbrukaren har positiva erfarenheter av deltagande är sannolikheten större för fortsatt samarbete. Attityder betraktas som latent konstruktioner, vilket betyder att de inte är direkt observerbara utan snarare en del av en individs mentala tillstånd (Ajzen 2005). Dessa attityder antas forma och påverka individens beteende och reaktioner, vilket gör att attityderna måste utläsas från mätbara svar, vanligtvis från enkäter eller intervjuer (Ibid.) Subjektiv norm avser uppfattningen om sociala normer och de förväntningar som påverkar individens beslut att utföra, eller inte utföra ett visst beteende. Det inkluderar dessutom vilken vikt individen tillmäter dessa normer. Uppfattningen om den subjektiva normen är avgörande för personens agerande. Det handlar således inte om huruvida majoriteten är för eller emot ett beteende, utan

inställningen hos de individer som personen i fråga identifierar sig med (Ajzen 1991). Till exempel kan det handla om vad individen upplever att sina vänner, bekanta och familj förväntar sig för beteende. Upplevd beteendekontroll avser individens uppfattning rörande hur lätt eller svårt det är att utföra det önskade beteendet. Det inkluderar både interna och externa faktorer som kan påverka förmågan att utföra det personen vill (Ibid.) Till exempel om en person anser att de inte har tillräcklig kunskap, insyn och resurser för att utföra en förändring minskar deras upplevda beteendekontroll. Dessa tre komponenter ger tillsammans intentioner, som ger ett visst beteende. Olika beslut som tas grundas till stor del av beteendet och kan brytas ned i två kategorier, de spontana och de välplanerade besluten. De spontana besluten grundas på individens känslor, och de välplanerade besluten grundas på tidigare erfarenheter (Hogarth 2010). I vardagen uppstår beslutfattande, som antingen är av individen spontana, eller mer välplanerade.



Figur 5: Teorin om planerat beteende (egen bearbetning, se Ajzen 1991).

2.3 Socialt kapital

Inom litteraturen finns flertalet definitioner samt beskrivningar av socialt kapital och dess innebörd. Socialt kapital kan beskrivas som det tillgängliga nätverket av sociala relationer och samarbeten inom en gemenskap eller samhälle (Putnam 2000). Innebörden beskriver förmågan hos enskilda individer att samarbeta, dela resurser samt stödja varandra genom gemensamma normer och förtroende. Det sociala kapitalet anses som en avgörande faktor för att sunda relationer skall uppstå, inkluderande gemenskap och demokrati (Ibid.). Socialt kapital ger individer möjligheten att samverka i samhället, en minskning av denna faktor leder till minskad social sammanhållning samt minskat engagemang. Detta fenomen

beskrivs genom begreppet *bowling alone*. Bowling alone är ett teoretiskt begrepp med fokus på en samhällstrend. Denna trend innebär att individer i samhället isolerar sig samt minskar engagemanget i gemensamma aktiviteter samt sociala nätverk (Ibid.). Begreppet illustrerar den nedgång i samhället som sker i termer av socialt kapital. Genom ökad individualism, en mindre benägenhet till deltagande i gemensamma aktiviteter och ett minskat engagemang i det lokala samhället tydliggörs det teoretiska begreppet bowling alone i praktiken. Konsekvenserna blir en minskad social sammanhållning, ett bristande förtroende samt minskat effektiv demokrati (Ibid.).

Socialt kapital är som beskrivet en viktig aspekt vid samarbeten inom nätverkande, och när det kommer till kooperativ organisationsform är socialt kapital mycket betydande (Liljankoski 2013). Med en hög nivå av socialt kapital ökar det ömsesidiga förtroendet sinsemellan aktörerna, där förtroende byggs när individer inom nätverket följer normen. Ett sammanhang skapas samt ett socialt nätverk med socialt kapital, som ger en samhörighet (Ibid.). Liljankoski (2013) bygger vidare på Putnams (2006:22–23, se Liljankoski 2013) tes, att det finns två typer av socialt kapital: *bindning* och *överbrygning*. *Bindning* innebär att binda socialt kapital och inkludera exkluderande kapital. Detta skapar en vi och dem-känsla utanför den slutna gruppen där det inom denna grupp finns en stark känsla av samhörighet och tillit (Liljankoski 2013). Det *överbryggande* sociala kapitalet fokuserar mer på inkluderande socialt kapital som hittas i de heterogena grupperna. I dessa grupper finns ett svagare band mellan individerna inom nätverket, men de är grupper som är mer öppna för möjligheter att inkludera externa individer och i nätverket utvecklas som enskild individ (Ibid.).

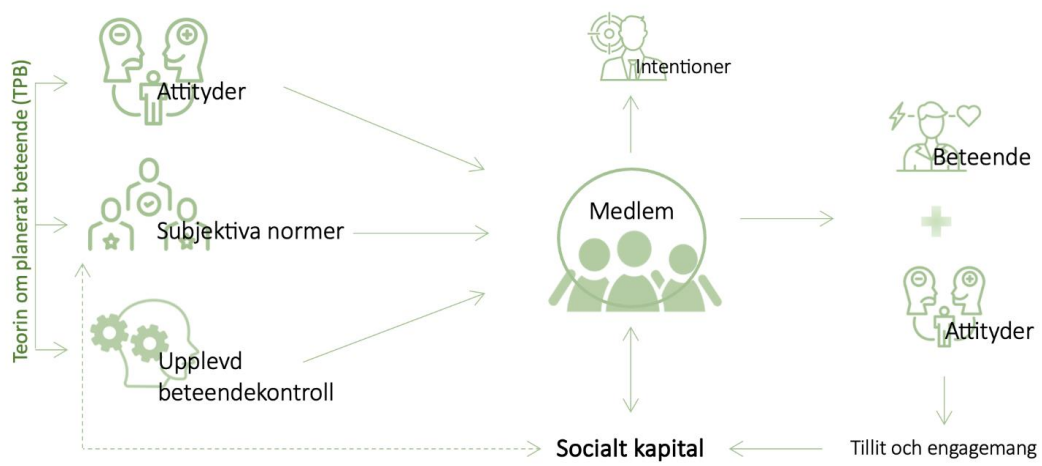
Det kan vara svårt att mäta socialt kapital, det saknas strukturella verktyg för att utvärdera eventuella förändringar i kooperativa organisationers sociala kapital (Nilsson et al. 2012). En god tillit mellan medlemmarna i en organisation präglas av högt socialt kapital, detta kan medföra gemenskap och stärkt konkurrensförmåga (Putnam 2000). En förutsättning för det kooperativa samarbetet är tillit, vilket lägger grund för lägre transaktionskostnader (Putnam 1996). Transaktionskostnader är de kostnader som uppstår i samband med en ekonomisk eller social transaktion. Inklusivt den tid, resurser och ansträngningar som krävs för att etablera och underhålla relationer, och bevaka stegen i en uppgörelse (Jones och Hill 1988; Putnam 1996). Om tilliten är hög minskar behovet av övervakning i de affärsmässiga processerna, vilket leder till lägre transaktionskostnader och konkurrensfördelar (Putnam 2000). En notering görs gällande att transaktionskostnader finns som teori, benämnt transaktionskostnadsteorin, men avses således inte att användas som fristående teori i denna studie. Den refereras emellertid till för att påvisa att exempelvis stärkt socialt kapital kan resultera i lägre transaktionskostnader. Det studien ämnar undersöka är svenska grisproducenters attityder mot det marknadsledande lantbrukskooperativet i Sverige, vid förvärvet

av det marknadsledande slakteriet. Det är ett förvärv i process, vilket leder till att respondenterna bara hypotetiskt kan svara på om förvärvet kommer resultera i lägre transaktionskostnader. Detta gör att den teoretiska delen i teorin endast hade varit en spekulering i dagsläget.

2.4 Teoretiskt ramverk

Detta avsnitt avser att illustrera för läsaren hur vald teori och begrepp ska sammanställas till ett teoretiskt ramverk. Genom att redogöra för detta, ges en tydligare bild för hur studiens analys och resultat har genererats efter insamlad empiri. Studien syftar till att undersöka lantbrukares attityder och tillit mot kooperativ vid förvärv av ett vinstorienterat företag. Till detta har TPB, socialt kapital samt kooperativ organisation valts ut som ett konceptuellt ramverk som illustreras i figur 6.

TPB valdes för att förstå och analysera mänskligt beteende. Teorin anses som en inflytelserik teori för att förutsäga beteende där både interna och externa faktorer kan påverka (Rivis et al. 2009). Socialt kapital definieras som sociala relationer och samarbeten inom gemenskaper. Socialt kapital är mycket betydande inom kooperativ organisering (Liljankoski 2013). Det ömsesidiga förtroendet byggs när individer inom nätverket följer normen och det sociala kapitalet stärks. TPB, i sin tur, består av tre komponenter som utgör intentionen att utföra ett visst beteende, dessa är *attityder*, *subjektiva normer* och *upplevd beteendekontroll*. Subjektiva normer handlar om individens beslut att genomföra ett visst beteende, dessa avspeglas i hur individens sociala gemenskaper skulle agera. Sannolikheten är större att individen agerar som personerna som den identifierar sig med, vilket sammankopplas med socialt kapital där förtroendet torde utvecklas positivt när individer följer normen, vilket stärker gemenskapen och tilliten. Den kooperativa organisationen har valts för att förklara och skapa en förståelse för hur uppbyggnaden kan se ut. Medlemmarna äger kooperativet där de arbetar mot gemensamma mål och bidrar till kooperativets finansiering. Deras attityder, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll påverkar medlemmarnas intentioner som leder till beteende, där attityder kan stärka eller stjälpa tillit och engagemang. Utfallet av intentionerna påverkar det sociala kapitalet, som är viktigt i den kooperativa sektor, och dess samhörighet (figur 6).



Figur 6: Teoretiskt ramverk (egen bearbetning, se Ajzen 1991).

3. Metod

Följande kapitel redogör för metodval som gjorts för att uppnå studiens syfte samt besvara formulerade forskningsfrågor. Innebörden av fallstudien presenteras följt av en presentation av semistrukturerade intervjuer samt de urval som gjorts. Vidare presenteras hur datainsamlingen skett och avslutningsvis en kritisk analys till metodvalet utifrån aspekterna tillförlitlighet och etik.

3.1 Forskningsparadigm

För att kunna genomföra studien på ett tillförlitligt sätt bör de grundläggande *etiska*, *ontologiska*, *epistemologiska* och *metodiska* antaganden presenteras enskilt. Oavsett forskningsansats är de filosofiska perspektiven avgörande för att förstå valet av metodologi (Denzin och Lincoln 2018). Ontologi är läran om vad verklighet är, och den sociala ontologin avser relationen mellan verklighet och sociala aktörer (Bryman och Bell 2017:52). Olika vetenskapliga tillvägagångssätt kommer ge skiftande utfall vad gäller uppfattningen om läran. Studien intar ett konstruktivistiskt perspektiv, som postulerar att verkligheten tar form genom sociala interaktioner som kontinuerligt skapas. Synsättet innebär att sociala företeelser skapas genom ett socialt samspel, men det är under ständig revidering då uppfattningar, handlingar och normer ändras vid sociala interaktioner (Ibid.:53).

Det epistemologiska ställningstagandet handlar om vad som kan betraktas som acceptabel kunskap inom ämnesområdet. Inom det kunskapsteoretiska paradigmet antar denna studie tolkningsperspektivet, även kallat interpretativism. Denna epistemologiska ståndpunkt betonar att förståelsen om verklighet och kunskap i den sociala världen sker genom tolkning snarare än från objektiv observation. Inom interpretativism betraktas sociala fenomen som komplext konstruerade, där forskare försöker förstå detta genom att tolka och förklara de intentioner som respondenterna attribuerar (Bryman och Bell 2017:47–49). Den sociala verkligheten anses vara skapad av människor som ingår i den, forskaren strävar efter att tolka detta och få insikt i respondenternas perspektiv för att förstå de sociala fenomenen. I tolkningsperspektivet anses det viktigt att beakta den sociala, historiska och kulturella kontexten där fenomenet inträffar. Kontexten ger förståelse för varför personer agerar och tolkar företeelser på ett visst sätt (Merriam 1994). Centralt i interpretativismen är subjektiviteten, erkännandet och acceptans om att verkligheten är något som tolkas. Insamlad data filtreras genom det subjektiva sinnet och färgas av tidigare erfarenheter och attityder. Den sociala verkligheten är föränderlig och komplex, det finns ingen universell sanning, utan vår förståelse av verkligheten formas av olika perspektiv och tolkningar (Bryman och Bell 2017:50–52). Det indikerar att forskaren därmed kan tolka resultaten från

olika perspektiv och kan göra olika tolkningar av samma situation eller sociala handlingar, vilket författarna är medvetna om. Dessa epistemologiska ställningstagande har antagits då det går i linje med egenskaperna av en kvalitativ forskningsstrategi (Ibid.). Förståelsen av verkligheten sker genom tolkning, och inte från observation, vilket Ajzen (2005) förespråkar när attityder skall undersökas. Det är latent konstruktioner som inte kan observeras utan måste tolkas från svar från respondenter.

3.2 Forskningsmetod

Vid företagsekonomisk forskning förekommer huvudsakligen två metodologiska tillvägagångssätt, den kvantitativa och den kvalitativa metoden som skiljer sig åt i forskningsprocessen. Den kvantitativa metoden kännetecknas av större mängder data som samlas in genom strukturerade enkäter, observationer och från databaser. Kvantitativ forskning strävar efter att genomföra studier som möjliggör en objektiv och mätbar observation av det fenomen som studeras. Metodologin fokuserar på insamling och analys av data och betonar objektivitet och reproducerbarhet (Bryman och Bell 2017:58–59).

Den kvalitativa metoden, som är den valda forskningsmetoden i denna studie, särskiljer sig från den kvantitativa metoden genom att centrera uppmärksamheten kring den sociala verkligheten snarare än från kvantifierbara data. Kvalitativa studier samlar in data genom intervjuer, observationer eller analys av text. Forskaren strävar efter att förstå komplexa sammanhang och fördjupa förståelsen av det valda ämnet genom att fokusera på respondenternas perspektiv och verbala uttryck. Ett kvalitativt tillvägagångssätt kännetecknas av att det finns fler möjliga realiteter. Verkligheten blir konstruerad genom tolkning av individer och aktiviteter och de betydelser som sociala konstruktioner ger (Bryman och Bell 2017). Metoden kan beskrivas som ett mer flexibelt förhållningssätt, i förhållande till det kvantitativa, och kan lämpa sig väl när studier fokuserar på komplexa, sociala sammanhang (Brinkmann och Kvale 2015). Därför anses den kvalitativa metodologin vara fördelaktig för denna studie, då den inriktar sig på att utforska grisproducenternas uppfattning och deras förhållningssätt gentemot förvärvet av HKScan Sweden AB.

Denna studie grundar sig på en induktiv ansats, då syftet är att observera verkligheten och utifrån detta skapa en förståelse för fenomenet. I stället för att utgå från det som redan är känt tar utgångspunkten sin början i det som observeras. Insamlad data analyseras för att identifiera mönster och teman som kan bidra till en bredare teoretisk insikt (Bryman och Bell 2017:43–47). Det induktiva tillvägagångssättet i denna studie är fördelaktigt då det möjliggör ett öppet förhållningssätt till forskningsämnet. Däremot inkluderar studien deduktiva

element, då författarna kan ha en förståelse för möjliga fynd baserat på tidigare erfarenheter och existerande forskning inom liknande område.

3.3 Fallstudie

Inom kvalitativ forskning är fallstudier vanligt förekommande då det kan skapa en djup förståelse för ett specifikt fenomen (Bryman och Bell 2017). En fallstudie representeras av en ingående och noggrann analys av en specifik situation. Det är av yttersta vikt att framhäva fallet inom studien och visa att det är dess unika karaktär som är av intresse och uppfattningen om fenomenet som berättigar forskningen (Merriam 1994). Det är värt att notera att fallstudiedesign har bemötts med kritik från olika perspektiv. En kritik är att fallstudier inte är generaliserbara, vilket innebär att insikter från ett enskilt exempel inte kan överföras till andra fall eller situationer. Flyvbjerg (2006) hävdar dock att fallstudier kan vara generaliserbara genom att erbjuda insikter i de mekanismer och processer som skapar sociala fenomen. Enligt Flyvbjerg (2006) är en annan uppfattning att fallstudier endast är relevanta för att undersöka ovanliga eller unika händelser, men här betonas att designen kan vara relevant för att utforska vanligare fenomen och erbjuda insikter i dess komplexitet. Med dessa synpunkter i åtanke möjliggör en fallstudiedesign insamling av omfattande information om den aktuella forskningen. Detta kan ge rik och detaljerad insikt i fenomenet som är svår att erhålla genom andra forskningsmetoder (Bryman och Bell 2017). Forskaren kan få inblick i bredare mönster och trender inom branschen genom att använda en fallstudie, och samla in generaliserbar information om attityder och ställningstaganden.

3.4 Semistrukturerade intervjuer

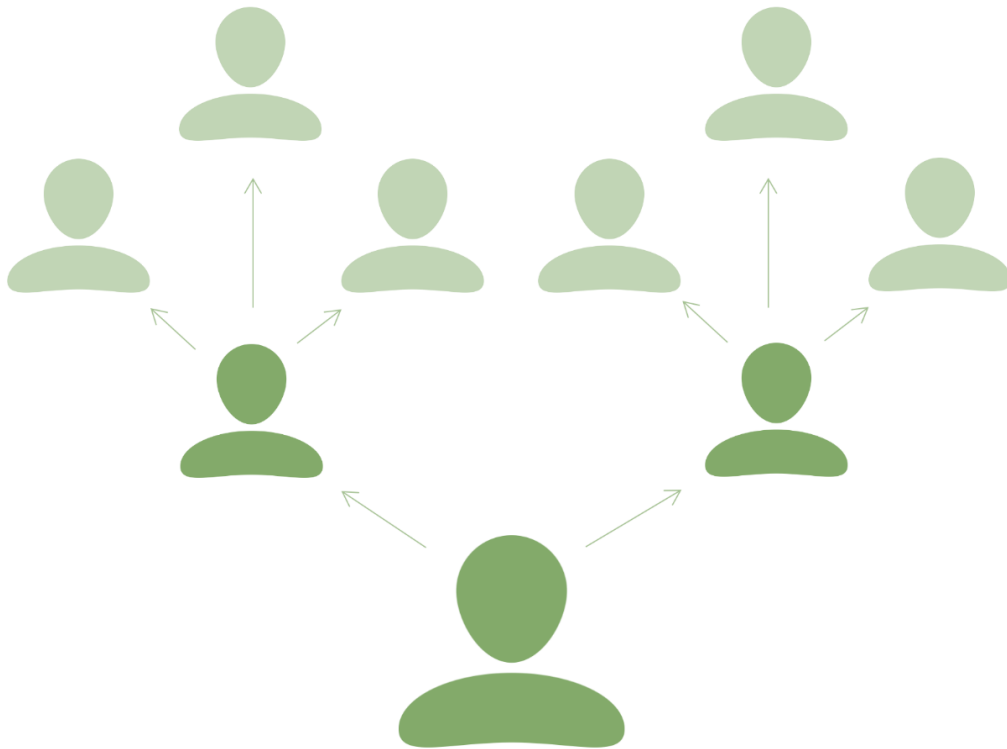
Studiens empiri baseras på semistrukturerade intervjuer med tio grisproducenter i Sverige utifrån en formulerad intervjuguide (bilaga 3). Denna typ av intervju kombinerar flexibilitet och struktur, vilket karakteriseras av en fördefinierad uppsättning frågor men tillåter vidareutveckling av svaren (Bryman och Bell 2017:454–459). Detaljerade och djupgående förklaringar kan ge ett bredare perspektiv och förståelse av ämnet. Det är av stor vikt att en noggrann förberedelse skett inför intervjuerna, och att frågorna har bearbetats för att täcka området. Intervjuaren kan följa upp med specifika frågor och utforska respondentens attityd och uppfattning ytterligare (Ibid.). Målet är att respondenterna ska ge en omfattande bild av ämnet, för att underlätta detta tillhandahålls frågorna i förväg så de berörda fick tid att förbereda sig. På grund av deltagarnas geografiska spridning hölls åtta intervjuer via telefonsamtal och två respondenter besöktes på plats. Intervjuerna spelades in efter samtycke för att säkerhetsställa noggrann datainsamling och

minska risken för bortfall av information. Slutligen krävs noggrannhet och objektivitet när insamlad data ska analyseras, vilket innebär att analysera mönster, teman och viktiga insikter som kan bidra till att besvara forskningsfrågorna och uppnå syftet med studien (Ibid.:471–472).

3.4.1 Urval

Vid valet av respondenter har ett snöbollsurval tillämpats (figur 7). Ett snöbollsurval innebär att författarna tar kontakt med individer som anses relevanta för studien där dessa individer vidare används för att få ytterligare kontakt med intressanta individer för studien (Bryman och Bell 2017:411–412). Detta val av urvalsmetod har tillämpats då det är ett effektivt tillvägagångssätt att komma i kontakt med individer med hög relevans för studien. Det är även en urvalsmetod som inkluderar kontakter som författarna har tidigare kännedom om, som kan medföra enkelhet att få kontakt med individer av intresse. Det kan dock innebära en begränsning av representationen av en begränsad population (Ibid.). Individer rekommenderar oftast likasinnade individer vilket riskerar att ge liknande respons med svar som påminner om varandra. Valen har dock baserats på produktionsform samt geografisk placering gällande attityder kring förvärvet. Urvalet anses representativt eftersom varje individ har egna unika perspektiv samt bidragande uppfattningar som är av stort värde för studien.

Genom snöbollsurvalet har tio respondenter inkluderats som bedriver grisproduktion i Sverige och är etablerade i Skåne län, Västmanlands län, Västra Götalands län och Södermanlands län. Författarna har främst vetskap om den första kontakten som tagits utan speciell vetskap om de individer som kontaktats efter rekommendation. I och med detta minskar risken för homogena val av respondenter (Bryman och Bell 2017). Detta val har gjorts då en djupgående förståelse önskas, som valda respondenter med viktiga insikter kan bidra med. Kritik gentemot urvalet handlar om att det är 90 procent män och enbart 10 procent är kvinnor, vilket minskar diversifieringen i urvalet. Generellt utgår studien från en mansdominerad bransch vilket begränsar urvalet. Det som också kan kritiseras är den geografiska diversifieringen där mellersta samt södra Sverige representeras samt att produktion i norra Sverige inte representeras i urvalet. Detta är dock en avgränsning som gjorts eftersom grisproduktion främst representeras av mellersta och södra Sverige.



Figur 7: Illustration av snöbollsurval (egen bearbetning, se Bryman och Bell 2017:411–412).

3.4.2 Datainsamling

I första hand grundar sig studien på primärdata som samlats in genom intervjuer. Det finns en risk att egna tolkningar av respondenternas svar kan påverka resultaten, speciellt när respondenterna är färre med djupgående intervjuer som sker individuellt med samtliga respondenter (Bryman och Bell 2017:456). Författarna är medvetna om detta och intar yttersta objektivitet gentemot de tillfrågades svar för att minimera risken som vidare presenteras under avsnitt 3.5. Formen av datainsamling är tidskrävande med mycket för- och efterarbete inkluderat de individuella intervjuerna. Det tidskrävande arbetet vägs dock upp av de djupgående insikterna som den valda metoden ämnar ge, vilket är faktorer som författarna värderar högt.

När empirin samlats in genom intervjuer kommer denna analyseras genom tematisk analysmetod. Denna metod är vanlig i kvalitativ dataanalys och är en metod för att identifiera, analysera och beskriva mönster och nyckelteman i den insamlade empirin (Bryman och Bell 2017). Metoden involverar flera steg, författarna studerar materialet ett flertal gånger för att bli bekanta med innehållet. Därefter kommer empirin genomgå en process av kodning, för att reducera och kategorisera olika teman eller mönster. Detta utförs genom induktiv kodning, vilket innebär att data kategoriseras med etiketter som inte är förutbestämda. Tillvägagångssättet leder till

att koderna konstrueras allteftersom data granskas, och kan genomföras med ett öppet sinne vilket minskar risken för bias (Bryman och Bell 2017:538–541). Detta tillvägagångssätt kan vara mer tidskrävande än deduktiv kodning, där koderna är förutbestämda, däremot är induktiv metod anpassningsbar och kan presentera en helhetsbild. När teman identifieras sker en analys av dessa för att utveckla en djupare teoretisk förståelse av det insamlade datamaterialet. Teman granskas för att finna samband och eventuellt identifiera ytterligare mönster i empirin. Baserat på tematiseringen görs en analys med hjälp av teori och på så sätt genereras resultaten. Vid tematisk analysmetod är det viktigt att vara transparent och systematisk under hela processen, vilket innebär att dokumentera beslut och stödda uttalanden (Braun och Clarke 2006). Exakta citat skrevs ner från intervjuerna för att garantera att ingen viktig information förbisågs. Det är av stor vikt att kontinuerligt återgå till studiens syfte och forskningsfrågor för att säkerhetsställa att analysen görs med rätt inriktning (Ibid.).

3.5 Metodkritik

Den kvalitativa forskningsmetoden har genom åren blivit alltmer populär, däremot finns kritik mot och risker med metoden som ska beaktas. Metoden kan uppfattas ge brist på generalisering och avsaknad av objektivitet (Bryman och Bell 2017). För att förbättra kriteriet om generalisering har författarna till denna studie valt att göra vissa åtaganden. Respondenterna har varierande ålder, kön, geografiskt läge samt olika besättningsstorlekar. En kritisk reflektion kring variationen gällande respondenterna lyfts i underavsnitt 3.4.1. Den kvalitativa metoden syftar till att förstå deltagarnas åsikter och erfarenheter genom intervjuer. Författarna har tydligt specificerat studiens metodik för att visa transparens och reflexivitet genom hela arbetet. Det empiriska materialet är beroende av respondenternas åsikter och svar på de ställda frågorna, vilket gör att svaren måste behandlas med eftertänksamhet och reflexivitet (Denzin och Lincoln 2018). För att minska risken för subjektiv tolkning av den insamlade empirin är det av stor vikt att författarna är medvetna om egna tolkningar, perspektiv och uppfattningar som kan påverka studiens empiri och resultat.

3.5.1 Kvalitetssäkring

För kvalitativ forskning finns vissa specifika kvalitetskriterier att följa för att bedöma och värdera den gjorda studien. Två grundläggande kriterier föreslås, *trovärdighet* och *äkthet*. Trovärdighet kan delas upp i fyra kriterier, *tillförlitlighet*, *överförbarhet*, *pålitlighet* och *konfirmering* (Lincoln och Guba, se Bryman och Bell 2017:381).

Inom ramen för tillförlitlighet avses uppgifternas trovärdighet och fullständighet undersökas. För att säkerhetsställa en högre tillförlitlighet kan man enligt Bryman och Bell (2017) använda vissa strategier, som svarsvalidering och triangulering. Med svarsvalidering innebär att respondenterna får möjlighet att gå igenom det insamlade materialet under studiens gång för att säkerhetsställa korrekthet och undvika eventuella missförstånd i det tolkade materialet. Svarsvalidering har implementerats i denna studie, och materialet har godkänts av samtliga respondenter. Triangulering innebär att forskaren använder mer än en metod eller datakälla vid undersökandet av den sociala verkligheten (Denzin och Lincoln 2018). Beslut rörande val av teorier, modeller och respondenter har tagits i samråd med handledare för att öka studiens tillförlitlighet.

Överförbarhet handlar om resultatets relevans för olika sammanhang, och hur det kan överföras och anpassas till andra sammanhang (Bryman och Bell 2017). Som tidigare nämnts kan kvalitativ forskning kritiseras för att vara mindre generaliserbar på bredare populationer eller situationer. Målet med denna studie är att generera resultat som kan vara intressant för framtida forskning inom liknande sammanhang. Denna studie strävar efter att fylla ett forskningsgap inom ett specifikt område, som inte har samma förutsättningar som tidigare forskning, vilket gör att resultatet kan bidra till överförbarhet inom detta kunskapsämne.

Kriteriet pålitlighet syftar till förmågan att återskapa studien vid fler tillfällen, och få likartade resultat. Pålitlighet refererar till resultatens konsekvens och neutralitet (Bryman och Bell 2017). För att möjliggöra reproducerbarhet är det av betydelse att dokumentera varje steg i studien för att underlätta eventuella framtida försök till replikation, men också för att synliggöra eventuella svagheter. För att ytterligare stärka studiens pålitlighet har författarna fått betydande respons från handledare och opponenter, som har granskat studien och bidragit till förslag om förbättringar.

Det sista delkriteriet inom trovärdighet, konfirmering, handlar om forskarens objektivitet och neutralitet, och svarar på om forskaren har lyckats kontrollera sina egna värderingar på ett ansvarsfullt sätt (Bryman och Bell 2017). I denna studie har tillförlitliga källor använts för att bibehålla objektivitet. Däremot, som nämns i avsnitt 3.1, är författarna medvetna om att insamlad empiri filtreras genom det subjektiva sinnet och påverkas av egna erfarenheter och attityder. Det gör att transparens och objektiva reflektioner är av stor vikt i denna studie.

Det andra grundläggande kriteriet som nämns är äkthet, eller också kallat autenticitet (Lincoln och Guba 1985, se Bryman och Bell 2017). Centralt i detta är strävan om att säkerhetsställa en rättvis och opartisk återgivning av informationen som samlats in från respondenterna. Individerna kan uppfatta och tolka situationer och frågor på varierande sätt. För att minimera risken för detta, kommer alla intervjuer följa en gemensam intervjuguide för att säkerhetsställa en enhetlig och

tillförlitlig metod som bidrar till autenticiteten i studien. Med det sagt, finns plats för respondenterna att utveckla sina svar genom följdfrågor och förklaringar. Detta ses dock inte som en nackdel i fråga om äkthetskriteriet, utan kan således bidra till att forskaren uppfattar om olika tolkningar skett.

3.5.2 Reflexivitet

En grundläggande princip inom företagsekonomisk forskning är reflexivitet. För att producera giltiga resultat samt upprätthålla vetenskaplig integritet, är begreppet avgörande (Bryman och Bell 2017; Denzin och Lincoln 2018). Reflexivitet betonar forskarens medvetenhet om sin position, bakgrund och inflytande i forskningsprocessen. Det är av stor vikt att forskaren reflekterar över hur egna värderingar, erfarenheter och förutfattade meningar kan påverka resultatet. Genom att vara reflexiv kan forskaren förstå och hantera eventuella bias, detta inkluderar att synliggöra maktrelationer som kan påverka forskningen (Bryman och Bell 2017). Detta har gjorts i denna studie genom att vara transparent gentemot respondenter, tydligt analysera information samt återkomma till ursprungskällan för att ha en medveten och tydlig insikt.

3.5.3 Etiska aspekter

Det är av yttersta vikt att integrera etiska aspekter i forskningsarbetet (Bryman och Bell 2017). De primära etiska frågorna som diskuteras i kvalitativ forskning är enligt Cohen och Crabtrees (2006) informativt samtycke, sekretess och respekt. Deltagarna måste få fullständig information om forskningens natur, inklusive syfte och forskningsfrågor. Respondenterna ska sedan ge sitt frivilliga samtycke att delta, och kan närsomhelst avbryta sitt deltagande. För att uppfylla kriteriet om sekretess är författarna skyldiga att vidta åtgärder för att skydda deltagarnas integritet. Detta kan innebära användning av pseudonymer eller anonymisering av data, liksom säker hantering av det empiriska materialet. Respekt för deltagarna är en viktig komponent, där författarna ska behandla respondenterna med värdighet och respekt och vara medvetna om de risker deras forskning kan medföra (Ibid.) Författarna till den aktuella studien är väl medvetna om att intervjuer med lantbrukare kan vara känsliga i frågor som rör bland annat ekonomi, strategi, avtal och andra upplevelser. Därför är det av största vikt att vara transparent angående syftet med studien och respektera deltagarnas intressen genom att ha en dialog innan något publiceras.

Respondenterna i denna studie har anonymiserats för att minska risken för konflikt hos lantbrukare då de svarat på frågor som kan klassas som känsliga. För att underlätta för respondenterna sändes intervjuguiden ut i förhand (bilaga 3), vilket möjliggjorde en viss förberedelse och undvikande av överraskande moment för deltagarna. Innan intervjun fick deltagaren godkänna om samtalet kunde spelas in, och informerades om att inspelningens syfte var enbart för att underlätta minnet och

undvika feltolkningar i studien. För att säkerhetsställa att respondenterna känner sig tillfreds med det insamlade materialet fick de en kopia av sina intervjuutskrifter och godkände dessa. Detta görs för att bekräfta att den information som respondenterna delat har tolkats på ett korrekt och tillförlitligt sätt, vilket leder till en högre trovärdighet för studien (Bryman och Bell 2017). Denna studie påverkas till viss del av författarnas närvaro, vilket betonar vikten av de etiska aspekterna för att säkerhetsställa att författarna intar en naturlig roll och strävan om objektivitet (Brinkmann och Kvale 2015). Denna aspekt har beaktats under hela studiens gång för att bibehålla studiens pålitlighet.

4. Empiri

Kapitlet inleds med beskrivning av respondenterna för att ge läsaren en redogörelse för det empiriska material som har samlats in. Vidare presenteras respondenternas svar utifrån gjord tematisering av svaren.

4.1 Respondenterna

Avsnittet kommer ge en generell presentation av de respondenter som ligger till grund för insamlad empiri då anonymitet önskats av majoriteten. I studien har tio grisproducenter intervjuats där samtliga är medlemmar i Lantmännen och har sin produktion i Västra Götalands län, Södermanlands län, Västmanlands län samt Skåne län (tabell 1). Grisproducenter har valts då de på liknande sätt kontinuerligt skickar djur till slakt. De har intervjuats mot bakgrund av studiens syfte som är att undersöka svenska grisproducenters attityder mot det marknadsledande lantbrukskooperativet i Sverige, vid förvärvet av det marknadsledande slakteriet som genomförts under våren 2024.

Respondenterna i studien har erfarenheter samt tidsmässigt varierande ansvar för driften i den egna produktionen. Respondenterna är mellan 27 och 57 år gamla, vilket ger en genomsnittlig ålder på drygt 41 år. Det är en variation i besättningsstorlek hos respondenterna, vissa med större besättning medan några har mindre besättning med större fokus på andra verksamhetsgrenar. Majoriteten av respondenterna bedriver konventionell grisproduktion. I urvalet finns EU-ekologisk produktion samt viss ekologisk produktion inom andra verksamhetsgrenar. Val av slakteri för leverans varierar bland respondenterna där 50 procent lämnar till HKScan, övriga levererar till Skövde slakteri, KLS Ugglarps, KLS Dalsjöfors och Dahlbergs slakteri. Gällande kön på respondenterna är 90 procent män, och 10 procent är av kvinnligt kön.

Tabell 1: Bakgrundsbeskrivning av respondenter

Respondent	Län	Kön
A	Västmanlands län	Man
B	Västra Götalands län	Man
C	Södermanlands län	Man
D	Västra Götalands län	Man
E	Skåne län	Man
F	Södermanlands län	Kvinna
G	Västra Götaland län	Man
H	Västra Götalands län	Man
I	Skåne län	Man
J	Västra Götalands län	Man

4.2 Attityder

Ett stort fokus i intervjuguiden var att undersöka respondenternas attityder ur olika perspektiv (bilaga 3). Samtliga respondenter är positiva till det slakteri de levererar till i dagsläget. Ett flertal av de intervjuade grisproducenterna har dock en mer kritisk attityd till slakterier de inte levererar till. Slakterierna som lyfts är främst HKScan eller KLS Ugglarps. De största faktorerna till detta är en tidigare misskött relation i tillit, logistik och administrativt arbete. Två av respondenterna lyfte detta fenomen. D nämner att jargongen mellan lantbrukare är att de berättar vad som är fördelaktigt med det slakteriet de levererar till. D menar att lantbrukare är väldigt måna om att prata gott om sitt slakteri när de träffar andra producenter. H bekräftar detta genom att belysa att lantbrukare är "saliga på sin tro". E är emellertid kritisk till historien gällande HKScan som slakteri, och nämner att de inte ville förknippas med dem på den tiden organisationen inte fungerade. Situationen har dock förändrats, och är idag stolta leverantörer till slakteriet. A är en av få som berömmar ett slakteri han inte levererar till och belyser att det är tack vare KLS som de idag har en bra betalning, och att KLS är duktiga i branschen.

Bland respondenterna finns en delad attityd kring noteringsystemet som HKScan har. De lantbrukare som inte levererar till HKScan ställer sig kritiska till att de har en lägre grundnotering än andra slakteri, och förmodligen mer tillägg. J ser detta som ett gammaldags sätt att hantera affärer på. F menar att HKScan inte verkar reda ut detta och att det ger en snedvriden bild av noteringarna. J fastslår att branschen

är i ett "tilläggsstråk" där HKScan varit den drivande spelaren. E, som är leverantör till HKScan idag, säger att "tilläggen är så mycket pengar idag, får man ett pris som man kan läsa på noteringen, då kanske man går plus minus noll, så hela vinsten är ju kanske tillägget". C som också är leverantör till HKScan lyfter att det finns en viss nervositet när man ser vad andra lantbrukare har för grundnotering jämfört med de noteringar HKScan har. Respondenten betonar att det finns andra tilläggsmodeller kontra grundnotering. C lägger ingen större vikt vid detta givet att det bästa priset tillfaller deras produktion. F, som tidigare var leverantör till HKScan, nämnde att avräkningen utbetalas efter två veckor, medan KLS, som är lantbrukarens slakteri idag, betalar på mindre än en vecka. Det var något respondenten ansåg det möjligen diskuteras för lite kring. F konstaterar att "det är pengar du ligger ute med, som du inte får ränta på".

Förtroendet till HKScan är av varierande karaktär, men alla respondenter svarar att deras förtroende stärks och blir stabilare när Lantmännen förvärvat HKScan Sweden. G nämner ett ökat förtroende för HKScan.

Det är primärt att man har så starkt förtroende mot Lantmännen, Scan har ju varit lite upp och ned och sålts hit och dit så det känns som att det blir en stabilare grund nu, och att det blir svenskägt (G 2024).

D belyser att de inte hade någon relation till det tidigare finska ägarskapet, men att med Lantmännen som ägare finns en tydligare vetskap om dess värderingar och mål. Fokus ligger på svenskt lantbruk, vilket ger en trygghet för HKScan där Lantmännens värderingar och tro kan spegla av sig för en bättre framtid för HKScan Sweden. F noterar att det är bra att HKScan Sweden får en ägare som bryr sig, att det varit förkastligt när produktionen låg under finskt ägarskap. I uttrycker att "det är en lång och brokig resa Scan varit ute på. Det har aldrig gått riktigt bra, lite hit och lite dit". B belyser att "så länge de var en del av HKScan hade vi ett moderbolag som blödde pengar, allt resultat HKScan Sweden fick över gick rätt in i moderbolaget för att täcka andra hål". Några av respondenterna belyser att under årens gång har det varit dåligt betalt hos HKScan där producenter som gapar mest får mest. F tror att Lantmännen kan sätta krav på HKScans organisation, att effektivisera verksamheten genom att till exempel specialisera inköparnas expertis samt att utnyttja anläggningarna till sin fulla potential. Genomgående delar alla respondenter uppfattningen om att det är bra att HKScan Sweden blir svenskt igen. J tror på lösningen med svenskt ägarskap och att Lantmännen kommer få det att fungera. H uttrycker att det är bättre än om det hade blivit Danish Crown som köpte HKScan Sweden då de redan har stor del av marknaden i Sverige. I belyser samma aspekt genom att "vi behöver två rejäla slakterier, så det inte blir någon form av monopol". C betonar att det är bra att Lantmännen satsar så det blir svenskt, det hade inte varit fördelaktigt om danskarna ägde den mesta slakten i Sverige. C fortsätter i samma spår, att "de hade sänkt de svenska priserna, jämfört med de

danska priserna”. H belyser att Scans svenska verksamhet redan verkar betydligt mer på hugget och steppar upp vilket han ser som mycket positivt.

Samtliga respondenter har ett bra förtroende för Lantmännen sedan tidigare. D och respondent E nämner dock att samtliga segment inom Lantmännen inte innehar samma förtroende, där Lantmännen Maskin varit turbulenta. D menar att detta kan påverka förtroendet för Lantmännen något, men i det stora hela är det en positiv attityd gentemot Lantmännen som koncern. E fortsätter på samma linje, och belyser att Lantmännen är duktiga och har därför ett starkt förtroende för dem. Respondenten menar att Lantmännen de senaste åren blivit mer proffsiga, att det skett en stor förändring med ökad kunskap och insikt. F belyser förvärvet i dess helhet och vad det innebär i ett större perspektiv.

Bra att Lantmännen väljer att satsa på hela livsmedelskedjan i Sverige och inte fler bake-off-fabriker i Australien eller liknande, utan att de faktiskt slår ett slag för den svenska marknaden, det hedrar dem! (F 2024).

D belyser att förvärvet “visar att Lantmännen är hungriga och taggade”. G och I bygger vidare med att Lantmännen blir en stabil ägare till Scan Sweden AB, vilket bekräftas av respondent D som säger att det finns en stabilitet hos Lantmännen, och respondent C nämner att det finns en stor tilltro till Lantmännen. F belyser dock att HKScan har en stämpel av att drivas som en icke fungerande organisation, “HKScan hamnar efter i utvecklingen, men de har ett av Sveriges starkaste varumärken. Detta kanske Lantmännen kan ta till vara på, då Lantmännen också har starka varumärken”. Respondenten lyfter detta som något positivt och jämför med KLS som i princip enbart säljer under egna märkesvaror (EMV)³.

Flera av respondenterna antyder att förtroendet i sig inte ändrar sig gentemot Lantmännen på grund av förvärvet av HKScan, utan att det är stabilt sedan tidigare. Däremot stärks förtroendet, som ovan nämnt, till HKScan för att Lantmännen förvärvat det. B belyser Lantmännens värdegrund och ekonomiska stabilitet vilket ger ett förtroende för förvärvet och HKScans framtid.

Man vet hur de använder pengar och hur pengar som genereras återinvesteras till medlemmarna. Det är bra för landet Sverige att Scan blir en del av Lantmännen, definitivt bättre för Scan med Lantmännen som ägare då de har en ekonomisk stabilitet (B 2024).

F lyfter att Lantmännens förvärv dessutom kan leda till en större förståelse för hela livsmedelskedjan. Lantmännen är i dagsläget tydligt förknippade med växtodling men majoriteten av spannmålen som odlas blir foder till djuren. Respondenten

³ Egna märkesvaror (EMV) är produkter som dagligvaruhandeln säljer under det egna varumärket men inte tillverkar själva, det är i stället en extern part som tillverkar varor åt varumärket (Wikipedia 2023).

belyser att förvärvet av ett slakteri kan ge ett helhetsperspektiv för hela livsmedelskedjan.

D tar även upp att det är positivt att Lantmännen är ett kooperativ, trots att de inte handlar särskilt mycket med Lantmännen. Respondenten menar att det inte finns en indikation att byta slakteri för att förvärvet medför ett kooperativt ägarskap. Några av respondenterna antydde att de inte var direkt trogna till Lantmännen som kooperativ och värderade inte organisationsformen som avgörande vid val av slakteri. H lyfter att han inte ser sig själv som en "kooperationsbonde", vilket flera av respondenterna nämnde. Däremot är engagemanget och förtroendet stort, speciellt om de erbjuder den bästa affärsmässiga handeln.

De farhågorna som respondenterna tog upp gällande förvärvet handlade dels om Lantmännens redan stora marknadsandelar, samt att de ska kunna hantera deras divisioner affärsmässigt och framgångsrikt för lantbrukarnas intresse. I lyfte att han först blev fundersam när förvärvet offentliggjordes, men efter en tid valde han att se det som att Lantmännen tar ansvar, att det blir en långsiktig och stabil svensk ägare. Däremot betonar I att "sen gäller det att Lantmännen sköter sig, att man inte säljer billiga foder för att man levererar till Scan eller något sådant trams. Att man driver affärerna var för sig". H beskriver det som att Lantmännen har ett stort grepp om hela livsmedelsindustrin i och med förvärvet, med en farhåga att det kan bli lite för stort. H uttrycker att "bönderna får inte så mycket betalt för att de handlar där och inte så mycket utdelningar heller. Det är fortfarande bönderna som byggt upp det en gång i tiden, men det har sparat ur. Lantmännen äger både det ena och andra i världen". A belyser dock det faktum att förvärvet är bra för svensk beredskap, att Lantmännen gör något sunt för Sverige. Däremot följer respondent A upp med kritik.

Jag som grisbonde, kommer jag tjäna pengar på det? Det är helt jävla omöjligt att veta. Lika mycket som det kan bli den gamla Kooperationen, där man inte driver marknaden, är en stor aktör och då inte behöver driva marknaden. Varför ska de betala mer för grisen? (A 2024).

C poängterar dessutom två reflektioner som bör tas i beaktande. Den första är att Lantmännen är tjänstemannastyrta som kan innebära anställda som endast vill sätta sitt fotavtryck. Respondenten tycker det är positivt att HKScan blir svenskt igen, men där en andra reflektion lyder att "det är ungefär femton år sedan det såldes ut till Finland och nu köps det tillbaka för en dyr peng, det är nämnvärt, för lantbrukarnas pengar".

Om ett byte av slakteri skulle ske är bättre pris en viktig faktor hos majoriteten av respondenterna. H lyfter att ören spelar roll samt att förhandlingarna med slakterierna är hårda. G betonar att pris och leveranssäkerhet är de viktigaste aspekterna för att stanna kvar eller byta slakteri. I berättar i stället att om ett

eventuellt byte av slakteri blir aktuellt, skulle det vara för att slakteriet missbrukar det förtroende de har i dagsläget. Respondenten är inte säker på att rent praktiska saker, eller mindre pengamässiga skillnader, hade varit avgörande. E belyser att det viktigaste är att det ska fungera, varenda vecka, hela året, då är inte den sista kronan helt avgörande. E tillägger däremot att “vi har haft vissa diskussioner med vårt slakteri, att det inte är meningen att bara för man är en trogen kund ska man få sämst pris”. Respondenten tror dock inte att de har sämst pris, utan är nöjd trots att han inte vet vad andra får. Således belyses att det finns stordriftsnackdelar, de som enklare kan byta slakteri kan ibland få bättre priser. Återigen betonar respondenten att det måste fungera, ingen grisproducent vill ha överstående grisar⁴. E lyfter att “man vill ha långsiktiga relationer, det vill både vi och slakteriet och det tror jag inte att de skulle utnyttja, eller hoppas inte att de gör det i alla fall, men det känns inte så utan det känns tryggt med vårt slakteri”. A bekräftar respondent E genom att berätta att den viktigaste faktorn om han skulle byta slakteri är framför allt pris, och att det fungerar. Respondenten berättar att han har blivit erbjuden bättre pris av KLS. Han fick tankar om att byta i och med att HKScan skulle pruta och började då ledsna på deras taktik. Efter en längre tid hamnade dock priset nära det respondent A hade begärt och valde att fortsätta sin relation. Andra faktorer som framkommit hos respondenterna för byte av slakteri är bättre transportlösningar, bättre relation till kontaktpersonen på slakteriet samt snabbare utbetalning av deras avräkningslikvid. Ett annat viktspann på slaktdjurens lyfts för att slippa olika avdrag, alternativt betonas vikten av att garantera att inte få överstående grisar då detta ger både tidsmässiga och ekonomiska negativa konsekvenser.

4.3 Socialt kapital och subjektiva normer

Ett antal av frågorna i intervjuguiden (bilaga 3) formulerades i syfte att undersöka respondenternas mjuka värden i form av socialt kapital och normer. Samtliga respondenter uppger att de har en god relation till det slakteri som de levererar till, med ett stort förtroende och tillit. B beskriver det som en rak kommunikation med fokus på en bra och långsiktig relation inkluderande långsiktighet samt stabilitet, vilket följer hur flertalet av respondenterna beskriver relationen med sitt slakteri. D belyser även den ömsesidighet som finns i relationen till slakteriet och menar att ansvar ligger hos båda parter. Slakteriet ska sköta sitt, men att respondent Ds produktion ska medföra fina hälsosamma grisar för slakteriet att hämta. J uttrycker även en ömsesidighet till sitt slakteri, om slakteriet ska vara trogna dem, ska även primärproducenten vara trogna slakteriet. Att inkludera långsiktighet i relationen är någonting som samtliga respondenter anser som viktigt. E belyser att allting måste fungera inklusive en god relation. Han belyser att självklart vill man inte ha det

⁴ Överstående grisar innebär grisar som inte hämtas enligt plan och påverkar den kontinuerliga driften på gården med dess cykel gällande desinficering, planering och kommande leveranser.

sämsta priset, men att tillit och långsiktighet utan utnyttjande i relationen är av stort värde.

Samtliga respondenter belyser vikten av en god relation och tillit till det egna slakteriet. För många av respondenterna är det inte det sista öret som räknas, utan handlar mer om en långvarig god relation. Det är dock många val som ska tas i beaktande när val av slakteri görs av respondenterna där både geografisk placering, valmöjligheter och risker inkluderas. J benämner bland annat att val av mindre slakteri kan medföra risker, det kan handla om hur relationen sköts mellan parterna samt i ekonomiska aspekter.

Om det skulle bli att de kom på obestånd skulle det bli en tidsförskjutning och vi får avräkning tre veckor efter leverans. Det betyder att ganska snart skulle vi ha fem miljoner inestående som vi inte skulle få tillbaka. Om slakteriet skulle gå i konkurs så är vi de sista som får betalt (J 2024).

Detta är inte någonting som respondenten menar som ett stort problem, men är faktorer som påverkar. Avtalet som formuleras med slakteriet är av stor vikt, vilket många av respondenterna tar upp. Faktorer som leveransgaranti är betydelsefull för planeringen samt logistiken i driften, och är parametrar som kan kosta mycket om det inte fungerar. J belyser här hur tilliten är viktig till slakteriet och att slakteriet fullföljer avtalet, vilket inte alltid har skett i avtal med andra slakterier.

Tillsammans med en ömsesidighet och långsiktig tillit till slakteriet, belyser I att logistikkedjan med enkelhet ska fungera. Samtliga respondenter belyser vikten av en god relation till sin kontaktperson, men med varierande svar på hur ofta varje respondent har kontakt med kontaktpersonen. Attityden hos respondenten baseras till stor del på hur mycket kontakt som has. Vissa av respondenterna har inte speciellt mycket kontakt med slakteriet men är nöjda, medan andra har mer kontakt med slakteriet just för att de är nöjda med den kontakten. Kontakten baseras på en god tillit som F menar baseras på ett mindre behov av att behöva följa upp. Det blir mindre administrativa timmar och en enkelhet som gör att det är kul att fortsätta produktionen. Kontakt sker oftast när problem uppstår för att kunna lösa problemet så effektivt som möjligt för respondenterna. C betonar kontakten när problem uppstått, att den goda relationen medför en känsla av att man som enskild producent känner sig hörd och som en viktig producent för slakteriet. Kontakten sker främst via telefon hos samtliga. Respondenterna uppskattar att ha en långsiktig relation till sin kontaktperson som flyter på och är lättsam, där man bygger upp en tillit. F belyste att det uppskattas med en kontaktperson som är specialiserad inom dess produktionsområde, att respondentens kontaktperson gärna bör vara nischad på grisproduktion. H belyser den fysiska närhet som finns till sin kontaktperson och slakteriet, som ger en ökad tillit i relationen.

Alla respondenterna träffar andra producenter i varierande konstellationer. Träffarna sker främst genom branschorganisationer, det egna slakteriet, men även privat för några av respondenterna. Varje enskild respondent är med i någon form av branschorganisation med varierande grad av transparens till den närmaste organisationen. J belyser att de har en ganska öppen kommunikation som har blivit bättre med tiden. Respondenten belyser att många av de större slakterierna är kvar i den äldre "slaktboss-kulturen" där slakteriet i fråga bestämmer majoriteten. I dagsläget anses det vara mer dialog och transparens med förhandlingar i alla led med goda diskussioner. I och med den goda kommunikationen och relationen till slakteriet och kontaktpersonen inkluderar majoriteten av respondenterna inte någon extern för beslut som ska tas gällande produktionen. De har en väl fungerande kommunikation med externa parter men även inom den egna produktionen. Kommunikationen för beslut sker av majoriteten på den egna gården men samtliga respondenter menar att man analyserar marknaden. J betonar att det är ett sådant produktionsfokus så det kan vara svårt att inkludera externa kontakter vid beslut och förändringar. C fortsätter dock att han gärna talar med externa kontakter hur man strategiskt ska tänka vid förändringar, men det är då med kontakter som inte är verksamma inom grisproduktion. D och flera av respondenterna belyser det sociala kapital som finns till den närmsta organisationen där majoriteten av kommunikation sker. Utöver den kommunikationen menar samtliga respondenter att mycket av information och kommunikation sker via utskick, media, hemsidor, branschdialog och med sitt slakteri.

Tillit och transparens är störst för den närmsta organisationen som respondenterna engagerar sig med. D belyser att slakterierna inte hade varit lika omsorgsfulla att ha de som kunder, eller fått samma tillägg om de inte hade tillhört en större organisation. I dagsläget får D samt flera av respondenterna bättre avtal, i och med en högre förhandlingskraft genom gemensamma organiseringar. Detta är någonting som kommer med en ömsesidighet. Slakterierna behöver inte fundera över att få full last vid transporterna eller brist på gris utifrån efterfrågan, vilket bygger på en god dialog och en ömsesidig relation med slakteriet. Genom denna sammanslagning av organisering belyser respondent D och G att det påverkar valet av slakteri. Genom den gemensamma slagkraften som uppstår väljer de inom organisationen att lämna till samma slakteri, vilket även ökar transparensen i kommunikationen. Flertalet av respondenterna betonar dock att förvärvet av HKScan Sweden inte påverkar valet för att det är ett kooperativ som blir ägare. Det är den närmaste organisationen, kontaktpersonen, tillit och funktionen som är av större värde.

Vid kommunikation med branschkollegor är normen för samtliga att inte diskutera speciellt mycket pris eller tillägg. Det är mest branschfrågor som förekommer i form av logistik, arbetskraft, foder, transporter och produktionstekniska frågor. Det

finns inte heller en branschnorm kopplat till slakterier. Producenten väljer det slakteri som betalar bäst samt där relationen är god. Samtliga respondenter tar upp att konkurrens är bra och att det finns olika slakterier att leverera till. Respondent Hs val av slakteri bygger på "smidighet på daglig basis". C belyser det att det inte har någon större betydelse vad andra levererar till för slakteri men "om alla som är duktiga levererar någon annanstans skulle man börja fundera, varför levererar vi inte till samma, men så länge vi gör bäst affär för vår del så kommer vi vara där vi gör bäst affär". E betonar att det inte har en stor betydelse vilket slakteri andra levererar till, men belyser att det tidigare har funnits åsikter gällande vilket slakteri man bör lämna till inom umgängeskretsen, men det är ingenting som påverkar i dagsläget. Det är den individuella kontakten och tilliten som främst påverkar valet av slakteri, samt prissättningen, för respondenterna.

4.4 Upplevd beteendekontroll

I intervjuguiden inkluderades frågor med fokus på val för den egna produktionen (bilaga 3). Syftet var att undersöka den upplevda beteendekontrollen. Hur respondenten anses kunna utföra ett beteende som påverkas av externa och interna faktorer, kunskaper, resurser och deras insyn. När val ska göras anser majoriteten att det inte är den sista kronan som är avgörande. E belyser faktorer som att driften ska fungera med en kontinuitet då man till exempel inte vill stå med överstående grisar. Att driften och leveranserna fungerar är mycket viktigt för många av respondenterna, vilket medför en fortsatt leverans till det valda slakteriet. Samtliga respondenter anser att det är smidigheten samt transportörerna som är av stor vikt för ett fortsatt samarbete. D belyser att det är av högt värde att transporterna ska vara korta samt smidiga och menar att det inte anses vara kostnadsmissigt försvarbart med längre transporter. F däremot anser inte transporten som avgörande då det inte anses ge en större skada för grisen. F anser att kortare transporter nästan kan vara värre då grisarna inte hinner lugna sig, vilket kan medföra ökad stress. För respondent D är däremot detta en faktor till varför de väljer bort HKScan som slakteri, då det finns andra slakterier som medför en kortare transport. Trots vetskapen om att transportörerna sköter sitt jobb väl, finns en vilja att inte ha längre transporter under en varm sommardag. J belyser att det känns bra att leverera till närområdet, det är inte den viktigaste faktorn, men det känns bättre med en kortare transport. Respondenten anser dock att det inte får påverka priset för mycket, men i dagsläget fås ett bra pris som innefattar en nära transport. E har samma tankesätt och belyser problematik gällande överstående grisar som vill undvikas. Detta är någonting som även J belyser, att det är avgörande hur slakteriet hanterar överstående grisar, i kombination med ytterligare faktorer som hämtningsordning, fasta tider för leverans, slakteriets uppsatta viktspann samt bäst betalda gris.

Pris samt prissättning är en diskuterad fråga hos respondenterna med begränsningar i beteendet. När det kommer till noteringarna litar majoriteten av respondenterna på att de har det bästa priset i samråd med det valda slakteriet. Både respondent D och respondent F belyser den kontext som infinner sig i branschen. Det är en livsmedelskedja och en produktionskedja där den primära producenten inte sätter priset ut till kund, utan beror på många externa faktorer. D fortsätter att "vi säljer någonting som köparen bestämmer priset på, det är ju en konstig bransch på det sättet, att vi inte bestämmer vad vi säljer våra produkter för utan det är ju köparen" vilket gör förtroendet viktigt till sitt slakteri. B och respondent F tar upp användandet av EMV där respondent F poängterar att "för som KLS, de säljer ju i princip enbart under EMV" vilket följs upp med att det kan vara anledningen till deras stabilitet samt stadiga kassa. B belyser faktorn att ha en stabil avsättning där EMV kan vara mer problematiskt som påverkar val av slakteri. Respondenten belyser att HKScan har varit starka när de utsatts för konkurrens trots att många väljer varor från EMV på en daglig basis. EMV har inom mjölkbranschen exempelvis gjort att producenterna får följa handeln utan vidare möjlighet att påverka. B fortsätter att valmöjligheten grundar sig mycket på vetskap om en stabil avsättning, vilket kan vara mer skört i och med handel med EMV.

B är respondenten som levererar till två olika slakterier beroende på djurslag, och erkänner att det känns lite skört. Grisproduktionen är nischad och det finns inte många slakterier som den valda produktionen kan leverera till. Det gör att valmöjligheten minskar. Däremot har de haft en god och uttalad affärsrelation sedan start. Hade det funnits valmöjligheter att leverera samma typ av produktion till andra slakterier är det någonting som hade tas i beaktande, i kombination med en långsiktig relation och stabil avsättning. Val är någonting som beror av möjligheten att påverka, belyser respondent J. Tidigare har det inte funnits ett stort intresse att inkludera HKScan som leverantör, men när Scan går in under ett kooperativ ökar intresset då det kan förändra möjligheterna att påverka. Många av respondenterna har möjlighet att välja mellan olika slakterier, medan andra har mindre valmöjligheter i och med den geografiska placeringen, vilket påverkar beteendet.

När det kommer till val att utföra beteende som påverkas av kunskaper och insyn tillfrågades respondenterna vad som diskuteras när möte mellan grisproducenter sker. Samtliga respondenter belyser att det är mycket branschhemligheter med en låg transparens mellan producenterna. G är den respondent som belyser det motsatta där de har en hög transparens inom den närmsta organisationen som de verkar i. C berättar att det oftast är samtal om slakterierna, djurmaterial, personal, foderföretag och andra branschfrågor, men att det inte samtalas om avräkningspriser. Respondenten belyser dock att det oftast är samtal som bidrar till ökad kunskap.

Ytterligare frågor som påverkar respondentens beteendekontroll handlade om information som respondenterna tar del av från slakteriet. Majoriteten av

respondenter betonar att det sker tuffa förhandlingar med slakterierna när avtal ska upprättas. D tar upp att avtalstiden har varit av varierande sort där osäkerhet i förtroende har påverkat. Det är svårt att veta vart denna brist på förtroende kommer av, men kan bero på avtal som inte skötts eller fullföljts. Innehar respondenterna god tillit till slakteriet väljer majoriteten att fortsätta avtala med det egna slakteriet. Förtroendet byggs på den kommunikation som sker för att få insyn i verksamheten, där majoriteten av respondenterna uppger att de har en god insyn i slakteriets verksamhet på grund av god tillit och kontakt med sin kontaktperson. E belyser bland annat den goda insyn när förvärvet av HKScan var i sitt startskede, HKScan ringde till de största producenterna för att berätta om förvärvet där en rak och direkt kommunikation skedde.

Andra faktorer som belystes under intervjuerna var hur branschen ser ut i stort. A tar upp det faktum att det är en volatil bransch där man som individuell grisproducent inte kan påverka så mycket. Respondenten betonar den mindre insikt som den individuella grisproducenten har gällande vad incitamenten är. En redan stor aktör på marknaden, förvärvar nu mer. Det leder till funderingar gällande vad incitament och målbild kommer att vara för branschen, och hur mycket lantbrukarna kommer kunna påverka. B hade önskat mer transparens i hela livsmedelskedjan. Han lyfter att det borde vara en bättre fördelning, då dagens livsmedelsförsäljning tar stora delar av det totala värdet av livsmedel som produceras. Idag är lantbruket konkurrenssvaga jämfört med livsmedelshandeln vilket B nämner kan bero på bland annat EU:s regelverk och fullföljande metoder kring livsmedelskedjan. C betonar delen kring att Lantmännen är tjänstemannastyrkt, vilket påverkar oron. Det finns många på marknaden som generellt fokuserar mer på att göra ett eget fotavtryck än att arbeta förmånligt för branschen och de enskilda producenterna. Detta är någonting som respondent I benämner, att i Sverige handlar mycket om stordrift där det ibland handlar om att bara åka med utan att kunna påverka så mycket, "har man hoppat på tåget får man åka med".

5. Analys och resultat

Följande kapitel analyserar insamlad empiri och kopplas till studiens konceptuella ramverk. Analysen syftar till att besvara studiens forskningsfrågor gällande förvärvet. Avslutningsvis summeras analysen och presenterar studiens resultat genom bearbetning av det konceptuella ramverket.

5.1 Teorin om planerat beteende

Enligt teorin om planerat beteende kan intentionen att utföra ett beteende delas upp i tre komponenter som analyseras utifrån de olika komponenterna i de tre kommande avsnitt.

5.1.1 Attityder

Enligt TPB är attityder en viktig komponent som påverkar intentionen att utföra ett beteende (Ajzen 1991). I denna studie antar respondenterna positiva attityder gentemot deras nuvarande slakteri, vilket ger en hög intention att fortsätta deras beteende att leverera till slakteriet. Samtliga respondenter svarar dock att förtroendet för HKScan stärks då Lantmännen är de som genomför förvärvet. En ökad tillit till HKScan kan påverka attityderna gentemot slakteriet, vilket bör öka intentionerna att ändra ett visst beteende om de står inför beslut att byta slakteri. Respondenterna har positiva förväntningar på framtiden för HKScan, vilket Lantmännen behöver förvalta väl. Det var ett antal respondenter som lyfte kritiska attityder mot HKScan, främst gällande deras historia, sämre betalning och att det är en icke fungerande organisation. Dessa individer grundar sina attityder på tidigare erfarenheter och har fattat välplanerade beslut, att inte samarbeta med HKScan (Hogarth (2010)). De respondenter som har haft kritiska attityder gällande HKScan men trots det levererade dit, bör enligt Ajzen och Fishbein (1975) ha övervägt vilka konsekvenser det kan ge, att det leder fram till det specifika mål de vill och värderat detta för att fortsätta samarbetet. TPB:s grund är att förstå mänskligt beteende i olika sammanhang, det kan dock finnas situationer där intentioner inte leder till det beteende som förutspås). Den komplexa relationen mellan attityder och faktiskt beteende bör noteras enligt TPB (Ajzen 1991). Trots att respondenterna kan ha negativa attityder till ett slakteri, kan andra faktorer som ekonomiska incitament, eller långvarig relation, påverka deras beslut att fortsätta leverera till slakteriet. Detta bekräftar av Fazio (1986) som menar att det finns en mer komplex och indirekt relation mellan attityder och beteende, än att intentioner är direkt relaterade till beteende.

Respondenterna har varierande attityder kring HKScans noteringssystem och betalningsvillkor. De respondenter som inte levererar till HKScan ställer sig

kritiska, och bör enligt teorin ha avvägt vilka konsekvenser det kan ge och har ett beteende emot systemet med lägre grundnotering och mer tillägg (Ajzen och Fishbein 1975). Respondenternas uppfattning om noteringar och tillägg avgör attityderna kring systemet. De som levererar till HKScan har en uppfattning om att de har ett gott ekonomiskt utfall vilket bör påverka intentionen att fortsätta leverera till slakteriet. Enligt Ajzen (2005) är attityder latenta konstruktioner och en del av individens mentala tillstånd som påverkar individens reaktioner och beteende. Attityderna bör utläsas från mätbara svar som intervjuer. Vid tidpunkten för intervjuerna fanns en belåtenhet gällande betalningarna. Detta tordes påverka attityderna gällande noteringssystemet, som också är omformbara enligt Ajzen (2005).

5.1.2 Subjektiva normer

Subjektiva normer är en del i TPB som är avgörande för individers agerande. Det handlar om uppfattningen om sociala normer och de förväntningar som finns kring de individer som personen i fråga omger sig med. Det handlar inte om majoriteten är för eller emot ett visst agerande, utan de subjektiva normerna styrs av den tillhörande gruppens förväntningar (Ajzen 1991). I relationen med slakterierna betonar respondenterna vikten av långsiktighet, tillit och ömsesidighet. Respondenterna uppskattar en rak kommunikation och en god relation till sitt slakteri, vilket inkluderar vikten av en tillförlitlig kontaktperson. Detta verkar vara en stark norm för fortsatt samarbete med slakteriet. Respondenterna litar på att de får bäst pris i samråd med slakteriet. Med avtal som uppfylls och en välfungerande logistikkedja stärks de mjuka värden som socialt kapital och subjektiva normer i relationen med slakteriet. Om ett byte av slakteri skulle vara aktuellt skulle ett missbrukande av det förtroende respondenterna har idag legat till grund för beslutet.

En genomgående subjektiv norm är att respondenterna har ett starkt förtroende för Lantmännen, trots att de flesta i studien inte integrerar speciellt mycket med dem. Normer belystes kring att HKScan har haft en stämpel att drivas som en organisation som inte fungerar. Samtliga anser dock att HKScan förtroende stärks när Lantmännen förvärvar det. Normen är att det anses vara ett steg i rätt riktning med svenskt ägarskap. Det finns dock farhågor kring att Lantmännen har en betydande marknadsandel och vikten av att de ska hantera sina divisioner på ett framgångsrikt sätt. En norm finns kring att många av de större slakterierna har haft för mycket makt, men att situationen blivit bättre med större transparens. Här lyfts stordriftsnackdelar som en aspekt som kan slå negativt för lantbrukarnas intresse.

Det sker kontinuerligt att respondenterna träffar andra producenter, främst genom olika organisationer, där de diskuterar branschfrågor som rör logistik, foder och produktion. Den subjektiva normen är således stark att inte diskutera pris och tillägg. Ett fåtal respondenter tillhör en organisation där diskussioner sker öppet för

att förhandla gemensamt. Kommunikation för olika beslut sker av majoriteten på den egna gården, vilka de identifierar sig med, liksom Ajzen (1991) menande om den subjektiva normen. När det gäller val av slakteri är det främst prissättning, relation och logistik som påverkar. C menar att det spelar mindre roll vad andra levererar till, förutom om de framgångsrika skulle leverera till ett annat slakteri. Historiskt har det funnits en norm inom branschgrupper kring vilket slakteri man bör leverera till, men det är förändrat idag. Det är tillit och god kommunikation som väger tyngst när de väljer vilket slakteri de ska leverera till, samt en ömsesidig relation gentemot varandra.

5.1.3 Upplevd beteendekontroll

I intervjuerna med respondenterna undersöktes deras upplevda beteendekontroll, det vill säga hur de uppfattar sin förmåga att påverka sitt beteende med kunskap och tillgängliga resurser med hänsyn till externa och interna faktorer (Ajzen 1991). HKScans noteringssystem kan relateras som en upplevd beteendekontroll enligt TPB. Beroende på respondenternas upplevda beteendekontroll kring noteringssystemet, påverkar de deras attityd kring noteringar och tilläggsystem. J anser att systemet som HKScan har är gammaldags. F menar att det ger en snedvriden bild av noteringarna och C nämner en viss nervositet kring grundnoteringen, men är nöjd med sina tillägg. Detta antyder att flera av respondenterna inte har tillräcklig kunskap och insyn kring noteringssystemet. Enligt Ajzen (1991) innebär detta en minskad upplevd beteendekontroll, och kan påverka individens uppfattning att utföra ett önskat beteende.

Pris och prissättning är omdiskuterat bland respondenterna, något som inkluderar både interna och externa faktorer mot individens upplevda beteendekontroll. Majoriteten litar på att de får det bästa priset i samråd med deras slakteri, trots att det finns en medvetenhet om branschens kontext. Primärproducenten har begränsad påverkan på priset och de producerar något de inte själva bestämmer priset på. En stor del av respondenterna anser dock att den sista kronan inte är avgörande när de fattar beslut om sin produktion, trots att alla är överens om att pris är den avgörande faktorn för att byta slakteri. Det finns enligt Ajzen (1991) situationer där intentioner inte leder till beteende på grund av yttre påverkan eller andra faktorer. Respondenterna värderar kontinuitet och leveranssäkerhet till slakteriet. Smidighet och kvalitet på djurtransporterna är externa faktorer som är en viktig beteendekontroll. När det gäller transporternas längd, skiljer sig åsikterna åt. Vissa föredrar kortare djurtransporter för att undvika onödig stress och för att sänka transaktionskostnaderna. Andra anser att transporternas längd inte är avgörande. Ett beteende ges utefter attityd med insyn och kunskap i deras upplevda beteendekontroll. Övervägande respondenter anser dock att en nära geografisk placering är fördelaktig och har valt slakteri med detta i åtanke.

Insyn, som är en påverkan i upplevd beteendekontroll enligt Ajzen (1991), betonas av respondenterna i form av vikten av att ha gott förtroende för slakteriet och erhålla viktig information. Respondenterna som är nöjda med den insyn de har kommenterar en hög tillit och relation med sin kontaktperson på slakteriet, alternativt med transportören. I möten mellan grisproducenter är det en generell låg transparens och insyn vad gäller avräkningspriser, då det anses som bransch-hemligheter. Vissa tillhör en organisation där hög transparens råder, där det antas att deras beteendekontroll stärks då lantbrukarna tillsammans förhandlar med slakterier om pris. Slutligen tar respondenter upp branschens volatilitet och dess påverkan på deras upplevda beteendekontroll. Vissa ser med viss oro på förvärvet som äger rum av en stor aktör och dess konsekvenser för lantbrukarnas möjlighet att påverka marknaden. Det finns en önskan om högre transparens och en mer balanserad fördelning av värde inom hela livsmedelskedjan.

5.2 Socialt kapital

En avgörande faktor som belystes i empirin är det sociala kapitalet. Socialt kapital beskrivs som det tillgängliga nätverket av sociala relationer och samarbeten inom en gemenskap (Putnam 2000). Vikten av socialt kapital stöds av empirin där nätverk och de sociala relationerna är av stor betydelse. Fokus är som enskilda individer samarbeta och stödja för genomslag, och med det ge resurser vilket teorin om socialt kapital stödjer. Det sociala kapitalet byggs genom förtroende, både till kontaktperson och den närmsta organisationen, vilket är avgörande för långsiktiga samt goda relationer. Nätverket har betydelse och är relativt centrerat där det sociala kapitalet värderas gällande transparens och kommunikation. Det finns ett stort nätverk inom branschen men som beskrivet är de goda relationerna, den främsta gemenskapen och långsiktigheten centraliserad till den egna driften. Detta för att skapa sunda relationer med långsiktighet där villighet att samarbeta existerar. Vetskap finns om branschens samt slakteriernas resa som kantats av utmaningar där HKScan har en historia med svårigheter av organisering samt tillit (Nilsson 2024). Det sociala kapitalet kan påverkas negativt om minskning av socialt kapital sker, som kan leda till minskad social sammanhållning samt ett minskat engagemang (Putnam 2000). Faktorer som detta har påverkat förtroendet, men där förändring i dagsläget har skett vilket gör att det sociala kapitalet kan återuppbyggas. Det är långsiktighet och stabilitet som belyses som viktiga för att bibehålla socialt kapital för att individer vill och ska ha möjlighet att samverka utan att fenomenet *bowling alone* ska uppstå (Ibid.). Det som framgår är dock att det inom branschen och grisproduktionen är svårt att hamna i fenomenet *bowling alone*. Det krävs en sammanhållning med gott socialt kapital för att fortsatt produktion ska kunna genomföras hos producenterna i och med att det är en volatil bransch. Om den enskilde producenten isolerar sig från sociala nätverk och minskar det egna sociala

kapitalet till viktiga relationer leder detta till svårigheter då det är en bransch där nätverk och relationer bör behållas. Förvärvet å andra sidan måste skötas väl. Skulle Lantmännen inte hantera förvärvet av HKScan väl kommer det sociala kapitalet till organisationen att minska kraftigt och fenomenet bowling alone påverkar Lantmännen samt HKScan. Isolering sker gentemot Lantmännen och HKScan där en trend kan komma att byggas upp att inte samarbeta med organisationerna där ett minskat engagemang och nätverkande kan ske. Det sociala kapitalet kommer att minskas gentemot organisationerna som enskilda producenter kommer att skapa med andra inom det egna nätverket, exempelvis genom ett byte av slakteri. Empirin visar hur det sociala kapitalet i form av förtroende är högt till Lantmännen, men också hur det sociala kapitalet bygger på förtroendet att Lantmännen vårdar samt bemöter förväntningarna i och med förvärvet.

Socialt kapital är av stort värde för Lantmännen som är ett kooperativ (Liljankoski 2013). Med en hög nivå av socialt kapital skapas ett ömsesidigt förtroende och ger en samhörighet. Empirin visar att Lantmännen har ett gott förtroende med ett gott socialt kapital. De värderingar och den stabila grund som organisationen innehar följer branschens normer om att driva det svenska jordbruket till framgång och utveckling. Empirin visar att i och med förvärvet sker en positiv utveckling av det sociala kapitalet till HKScan då producenterna vet Lantmännens värdegrund, visioner och stabilitet. Detta ger ett sammanhang med gott socialt kapital och bygger en samhörighet (Ibid.).

Utifrån empirin ses ett bindande socialt kapital till den närmsta organiseringen som den individuella producenten har ett högt socialt kapital till. En högre transparens samt en hög tillit med god demokrati förekommer. Det bundna sociala kapitalet skapar en vi och dem-känsla med en stark samhörighet och tillit (Liljankoski 2013). Genom analys ses ett bindande socialt kapital främst till det närmaste nätverket, samt den närmaste organisationen, Det bindande sociala nätverket sker inte på samma vis till det valda slakteriet eller till Lantmännen som organisation, trots att det är ett högt förtroende för det egna slakteriet och till Lantmännen. Till Lantmännen finns ett mer överbryggande socialt kapital. Detta innebär att det existerar ett svagare band i nätverket men med en öppenhet att inkludera externa parter för att då inkludera en ökning av socialt kapital (Ibid.). Empirin visar att det finns ett gott förtroende för Lantmännen men att det sociala kapitalet inte innehas i en heterogen grupp. Det är ett svagare band till Lantmännen som organisation från de individuella producenterna, men producenterna är en grupp som med öppenhet inkluderar Lantmännen som nätverk och på individnivå för att utvecklas i den egna produktionen. Ett överbryggande socialt kapital kan även analyseras mellan Lantmännen och HKScan som i och med förvärvet ökar det sociala kapitalet sinsemellan. Lantmännen och HKScan är två heterogena grupper som i och med förvärvet ökar samspelet med kunskap och resurser, vilket leder till ett ökat socialt kapital utöver det interna nätverket.

Att mäta socialt kapital kan vara svårt då det saknar strukturella verktyg (Nilsson et al. 2012). Tillit inom organisationen bygger på det sociala kapitalet som medför en gemenskap och stärker organisationens konkurrensförmåga (Putnam 2000). Den tillit som empirin visar finns till det egna slakteriet lägger grund för lägre transaktionskostnader (Ibid.). Detta innefattar den tid, resurser och ansträngningar som krävs för att underhålla en relation (Jones och Hill 1988; Putnam 1996). Om tilliten är hög minskar behovet av övervakning vilket då minskar transaktionskostnaderna där stärkt socialt kapital också påverkar. Som beskrivet finns det en god tillit till det egna slakteriet som medför minskat behov av övervakning. Detsamma gäller för Lantmännen som i och med god tillit och genom förvärvet kan minska transaktionskostnaderna eftersom empirin påvisar ett ökat förtroende till följd av förvärvet av HKScan. I empirin framgår att närheten till det valda slakteriet och kontaktpersonen medför en ökad tillit som bidrar till sänkta transaktionskostnader. Allt från transport till slakteriet samt närheten till kontaktpersonen där större resurser inte behöver läggas för att bibehålla tillit samt bedriva produktion ger lägre transaktionskostnader.

5.3 Resultat

I avsnitt 2.4 introducerades det teoretiska ramverket (figur 6). Efter studiens analys, där empirin integrerades med den teoretiska grund som valts för studien, presenteras nu resultatet som visar en viss revidering av ramverket. Centrerat i figuren återfinns medlemmen, som i denna studie avser de grisproducenter som intervjuas som grund för empirin. Det som framkommit i analysen är att det inte finns en tydlig koppling till medlemskap och attityder kring förvärvet, trots att samtliga intervjuade är medlemmar i Lantmännen. Ajzen (1991) menar att normer formas av inställningen hos grupperingar, eller individer som personen i fråga identifierar sig med. En subjektiv norm verkar vara att lantbrukare i stor utsträckning är medlemmar i Lantmännen, aktiva som passiva. Respondenterna poängterar den egna produktionen och val de gör gällande sina gårdar, och ger en individualistisk syn på deras attityder och engagemang. Flera respondenter lyfter att de inte ser sig som kooperativbönder och inte är trogna Lantmännen, däremot har samtliga en god tillit och engagemang mot förvärvet som Lantmännen gör. Hakelius och Hansson (2016) antyder att individualistiska värderingar har blivit alltmer betydelsefulla bland svenska lantbrukare. Historiska förändringar har skett i jordbruket som enligt Morfi et al. (2020) kan påverka lantbrukarnas lojalitet mot kooperativet. Lantbrukskooperativs syfte är att tillhandahålla insatser och tjänster till ett lägre pris, och där lantbrukarna kan slå samman sina resurser för att bedriva affärsverksamhet som är svårare att göra som enskild individ (Barton 2000). Vissa av respondenterna tenderar att inte välja att handla med Lantmännen i första hand, då flera lyfter att det inte är det mest fördelaktiga alternativet i tjänster och pris.

Samtligas attityd är positiv gentemot Lantmännen som koncern, men enligt Ajzen och Fishbein (1975) har flera respondenter en upplevd förväntan att konkurrenter erbjuder bättre handel som leder fram till det specifikt mål som respondenterna värderar, trots ett kooperativt medlemskap hos Lantmännen. Majoriteten av respondenterna anser att det inte spelar någon roll vad andra bekantskaper i branschen skickar till för slakteri, det finns ingen branschnorm angående detta. Det lyfts att det var mer vanligt förekommande historiskt, att det fanns en norm kring vilket slakteri man skulle leverera till. Detta indikerar återigen ett mer individualistiskt fokus till den egna produktionen, med en ömsesidig relation till det egna slakteriet. Respondenterna analyserar och utvärderar marknaden, men den subjektiva normen är att beslut tas i gemenskap med de närmaste på gården, alternativt i samråd med den närmaste organisation.

Det framkom efter analys av empirin att fokus är på den egna produktionen med störst tillit och socialt kapital till den närmaste organisationen, där transparensen är högst. Genom den gemensamma slagkraften som uppstår inom de närmaste organiseringarna väljer man inom gruppen att leverera till samma slakteri. Detta är en anledning till att transparensen ökar i kommunikationen. Det betonas dock att Lantmännens förvärv av HKScan Sweden inte påverkar valet av slakteri inom organisationerna eller individuellt. Den kooperativa driften är inte en avgörande faktor som annars kan ses inom kooperativ organisering (Kihlén et al. 2009). Det sociala kapitalet är viktigt gentemot Lantmännen, men utan en direkt koppling till gemenskap och lojalitet. Det sociala kapitalet har en större roll, utifrån analysen, i andra sammanhang än med en direkt koppling till Lantmännen som kooperativ. Den närmsta organisationen, kontaktpersonen och annan tillit är av större värde i kombination med att funktionerna fungerar.

Analysen visar att det generellt är hög kontroll vid val av slakteri. Beteenden som inte ligger under individens kontroll är förvärvet som Lantmännen gör av HKScan Sweden (Ajzen 1991). Förvärvet görs utom individens kontroll, men där analysen visar stor positivitet till förvärvet med en hög tillit till Lantmännen som ny ägare. Inställningen är god, men med förväntningar att Lantmännen måste bemöta förväntningarna och prestera med en god drift av Scan Sverige för att ha ett fortsatt förtroende och tillit. En attityd som framgår av analysen är att det finns en viss oro att Lantmännen blir för stora på marknaden. Genom förvärvet etablerar sig Lantmännen inom ytterligare en del av jordbruksmarknaden som medför påverkan i många av kedjans produktionsdelar. Detta är en oro som efter analys framgår i kombination med HKScans historia. Det framgår att intentionerna för beteenden är välplanerade beslut (Hogarth 2010). Besluten som tas är välplanerade där tidigare erfarenheter är av stor vikt, i kombination med socialt kapital och tillit. En extern upplevd beteendekontroll som framkom är noteringssystemet. Majoriteten av de som inte levererar till HKScan är negativa till noteringssystemet som bygger upp en osäkerhet i kombination med HKScans historia som en icke fungerande

organisation. HKScans historia är en faktor som många tar upp och påverkar attityden gentemot slakteriet.

6. Diskussion och slutsatser

I det sjätte kapitlet diskuteras det presenterade resultat som framkommit i studien. Resultatet jämförs med tidigare studier inom området för att belysa resultatet av tidigare studier som gjorts för att öka dess insikter. Slutligen presenteras de slutsatser som författarna gör för studien.

6.1 Tidigare studier

Flera studier undersöker primärproducenters inställning till kooperativt ägda slakterier och investörägda slakterier. Som nämnts är förvärvet där ett kooperativ ska äga en vinstorienterad organisation, ett utforskat område och unikt i Sverige. Tidigare studier visar att ett växande kooperativ kan påverka medlemmarnas förtroende och attityder med svårigheter att upprätthålla kontakt och förståelse för organisationen, likt det som nämns i det empiriska problemet. Detta motiverade att undersöka hur medlemmar inom kooperativet, som samtidigt är slaktsvinsproducenter, upplever förvärvet och dess attityder.

Historiskt sett har svenska lantbrukare varit lojala mot sitt slakteri. Detta är något som studiens resultat också stödjer. En orsak till detta kan vara en god relation till lantbrukarnas kontaktperson på slakteriet (Lind och Åkesson 2005). Respondenterna i studien betonade en fungerande kontakt som en viktig faktor i många avseenden för en tillfredsställande och ömsesidig affärsrelation. Tidigare studier konstaterar en nedgång i tillit och förtroende i den traditionella kooperativa slakten, och att en kultur utvecklades där lantbrukare hyllade investörägda slakterier och kritiserade den kooperativa slakten (Nilsson och Lind 2015). Studien har inte undersökt kooperativ slakt då detta inte är aktuellt i Sverige. Respondenterna uttrycker positivitet mot det egna slakteriet och har hög tillit till dem. Liangs (2009) studie antydde att HKScans leverantörer hade en negativare attityd gentemot sitt slakteri än lantbrukare som levererade till andra slakterier. Resultatet av denna studie stämmer inte överens med Liangs (2009) antydning. Däremot förekom kritik mot HKScans omvälvande historia, av både leverantörer och icke-leverantörer. Vissa poängterade att organisationen fortfarande drivs som ett icke fungerande kooperativ, vilket bekräftas av Hess et al. (2013) som beskriver att det är utforskat om lantbrukarna upplever att det tidigare kooperativet har en kooperativ karaktär eller inte.

Enligt Lind och Åkesson (2005) har lantbrukare som levererar till investörägda slakteri ett tydligt krav, att de betalar bäst. Samtliga respondenter var tydliga med bästa pris som kriterium för att fortsätta leverera till sitt slakteri. Trots att majoriteten antydde att de inte med säkerhet vet om de har bäst betalt, litar de på dialogen med slakteriet. Lind och Åkesson (2005) konstaterade att lantbrukare som

historiskt levererade till kooperativt slakteri hävdade att de erbjöds bäst avräkningspris, trots att statistik sa motsatsen. I viss mån går det att koppla till studiens resultat. Flera respondenter lyfter kritik mot HKScans noteringssystem, där grundnoteringen är lägre än hos andra slakteri men att det förmodligen ges fler tillägg. HKScans leverantörer har tillit till att de får bäst pris i detta avseende, trots viss skepsis till systemet. Samtliga har god tillit till Lantmännen som ny ägare till HKScan. Skulle Lantmännen inte hantera förvärvet av HKScan förmånligt, skadas förmodligen det sociala kapitalet som finns av respondenterna i form av tillit mot organisationen. Stora och komplexa kooperativ har visat sig tappa i socialt kapital. För att vara konkurrenskraftig behöver kooperativen ta mer kontroll över insatserna från medlemmarna vilket kan leda till negativa attityder (Nilsson et al. 2012). Respondenterna i studien antyder att Lantmännen är komplext och eventuellt för stora. Socialt kapital i form av nätverkande och hög grad av kollektivism verkar avlägset. Vinster från stordriftsfördelar kan dock kompensera för eventuell förlust av socialt kapital när kooperativ bedriver vertikal och horisontell expansion (Nilsson et al. 2012), vilket kan vara av vikt för Lantmännen att ha i åtanke i en framtida situation.

Tillit och förtroende är viktigt i kooperativa sammanhang (Hakelius och Hansson 2016), men dessa komponenter är minst lika viktiga för respondenternas affärsrelation med slakterierna. Resultatet i studien antyder att om respondenterna avtalar med ett nytt slakteri, har det befintliga slakteriet missbrukats deras förtroende, trots att majoriteten menar att pris är den avgörande faktorn. Enligt Lind och Åkesson (2005) tenderar lantbrukare endast ange *en* primär orsak, men troligtvis är de missnöjda med flera aspekter. I kooperativa sammanhang är sannolikheten större att lantbrukare överväger att ändra sitt beteende om det skiljer sig från majoriteten av gemenskapen (Ibid.). Respondenterna tenderar att ge ett mer individualiserat intryck där de poängterar att det inte spelar någon roll vad andra levererar till. Detta gäller förutom för de som tillhör en nära organisation där de gemensamt överväger beslutet för att sedan välja samma slakteri. Flera betonar att de inte ser sig som kooperativa lantbrukare, men att de har ett engagemang och förtroende för Lantmännen som förvärvar HKScan. Hakelius och Hanssons (2016) resultat indikerar att individualistiska värderingar hos svenska bönder blir alltmer betydelsefulla. Studien antyder dessutom att engagemang är viktigare än tidigare. Högkvalitativ service, knyta personliga kontakter och erbjuda fördelaktiga handelsvillkor är faktorer som bidrar till starkt engagemang (Barbaud-Didier et al. 2012; Karantininis och Zago 2001, se Hakelius och Hansson 2016). Hakelius och Hanssons (2016) studie fokuserar på lantbrukares attityder gentemot lantbrukskooperativ, men engagemang verkar även vara en viktig aspekt för lantbrukarna i relation med slakteriet. Leveranssäkerhet, effektiv logistik, hög servicenivå, bra betalning samt en god relation till transportören och kontaktpersonen är faktorer

som samtliga respondenter betonar som viktiga för deras tillfredsställelse med valt slakteri.

Ett fåtal av respondenterna lyfter att HKScan eventuellt kan bli intressant som slakteri i framtiden, om det skulle gå att påverka genom Lantmännens kooperativa organisationsform. Alla respondenter är medlemmar i Lantmännen, och bör enligt Östberg och Nilsson (2009) få ett ökat engagemang och förtroende för styrelsen om de upplever en högre delaktighet och inflytande i beslutsprocesser. Hakelius och Hansson (2016) antyder att lantbrukare kan anse att kooperativ bygger på en välgrundad idé men att i praktiken förlorar det sin kraft. Vissa av respondenterna indikerar liknande perspektiv. Det poängteras att slakteriet en gång såldes av ett kooperativ, och nu köps tillbaka, visserligen av ett annat kooperativ men för lantbrukarnas pengar. En annan anser att Lantmännen är tjänstemannastyrtd, där vissa hellre vill göra karriär än prioritera lantbrukarnas intresse. Samtliga respondenter har emellertid en god tillit till Lantmännen som koncern. Det belystes att de senaste åren har skett en stor förändring hos Lantmännen, med ökad kunskap och insikt. Lantmännen har gjort en omstrukturering av medlemskapsorganisationen i slutet av år 2005 (Friis 2011). Kihléns (2007) studie visade vid given tidpunkt att omorganiseringen var ett steg i rätt riktning, men att fortsatt arbete med informationsdelning och ökad känsla av ägarskap för medlemmarna krävdes. Inga generella slutsatser dras till studiens resultat eftersom mindre fokus i studien låg på medlemmarnas upplevda känsla av ägarskap. Det framkom dock att de flesta var passiva medlemmar med god tillit till Lantmännen. En mer tillförlitlig slutsats varför respondenterna är tillfreds med Lantmännens utveckling de senaste åren är från Hakelius och Nilsson (2020) antagande. Komplexa kooperativ med en heterogenitet bland medlemmarna behöver inte ha problem med medlemsstyrningen. Stora kooperativ kan lyckas med medlemmarnas tillfredsställelse om avkastningen på det investerade kapitalet och utdelningarna är adekvata (Ibid.).

Transaktionskostnader har inte använts som teoretisk grund i studien då förvärvet är nylanserat. Respondenternas svar hade varit spekulativa på om Lantmännens förvärv ger upplevda lägre transaktionskostnader hos HKScans leverantörer. Transaktionskostnadsteorin förekommer dock i tidigare studier. Viss respons från respondenterna kan knytas an till att starkt socialt kapital sänker deras transaktionskostnader, likt Putnams (1996) menande. Gällande transaktionskostnader och slakt, har studiens resultat antytt att tillit ger lägre transaktionskostnader i form av mindre behov av övervakning i de affärsmässiga processerna, vilket Putnams (2000) konstaterade. Nära geografiskt läge är av värde, då det är enklare att lösa eventuella problem samt att kortare transport sänker transaktionskostnaderna. Resultatet skiljer sig från Liangs (2009) resultat, där de som levererade till HKScan upplevde högre transaktionskostnader än de som levererade till investörägda slakterier. Värt att förtydliga är att vid Liangs (2009) tidpunkt för studien, hade Swedish Meats nyligen sålts till HKScan Oyj. Företaget

hade genomgått en omstrukturering och förlorat både leverantörer och förtroende (Lind och Åkesson 2005; Hess et al 2013), vilket gör skillnaden mindre väsentlig. Det är typiskt för kooperativ att sträva efter en låg transaktionskostnadsprofil (Hess et al 2013). Gällande transaktionskostnader och Lantmännen, framhåller flera respondenter att de inte handlar mycket med Lantmännen. Det finns andra handelspartners som erbjuder bättre affärsmöjligheter, vilket kan antyda att Lantmännen för närvarande inte har den låga transaktionskostnadsprofil som är önskvärdt.

6.2 Slutsatser

Studien syftar till att undersöka svenska grisproducenters attityder mot det marknadsledande lantbrukskooperativ i Sverige, Lantmännen, vid förvärvet av det marknadsledande slakteriet, HKScan Sweden AB, som genomförts under våren 2024. Detta görs utifrån teorin om planerat beteende och socialt kapital. Baserat på studiens syfte har två forskningsfrågor formulerats rörande hur grisproducenters attityder ser ut gentemot förvärvet, samt om grisproducenternas attityder kan påverka förvärvet. Utifrån studiens resultat kan det konstateras att grisproducenternas attityder är genomgående positiva mot förvärvet som Lantmännen gör. Producenterna har ett gott förtroende för Lantmännen med en hög tillit till vad Lantmännen står för, som speglar av sig på förvärvet. Förhoppningen är att Lantmännen kommer förvalta HKScans verksamhet med god drift och att Lantmännens ekonomiska ställningstaganden samt visioner för livsmedelsproduktionen i Sverige kommer göra gott. Resultatet från studien visar dock att grisproducenternas attityder inte direkt påverkar förvärvet av HKScan utan är en extern förändring utom producenternas direkta kontroll.

Kritiken som framgått i studien gentemot förvärvet samt slakteriet är dock faktorer som kan inspirera till förändringar i Lantmännens drift av Scan Sverige. Resultatet visar bland annat en oro att Lantmännen blir för stora med en risk för att det blir en för hög monopolistisk drift på lantbruksmarknaden i Sverige. Ytterligare visar resultatet en kritik gentemot HKScan gällande noteringssystem som inte är tillfredsställande för samtliga. Resonemanget är att det är en snedviden grundnotering med mycket tillägg som ger en skev bild på hur marknadspriserna är. Vad resultatet också visar är att det finns en önskan att effektivisera slakteriets organisering. Detta inkluderar att specialisera kontaktpersonerna till djurslag, men även att nyttja fler anläggningar för grisslakt och bli mer närvarande för fler producenter runt om i Sverige. Resultatet belyser starkt att det är de dagliga funktionerna som ska fungera i kombination med goda relationer och tillit till kontaktperson och slakteri. Långsiktighet med tillitsfulla relationer är av högt värde för samtliga, där resultatet starkt visar att relationen med högt socialt kapital är till producentens närmsta organisering av varierande slag.

Avslutningsvis kan det konstateras att de viktigaste faktorerna för grisproducenter i Sverige är att ha en god lönsamhet samt tillitsfulla relationer med långsiktighet till slakteriet och kontaktpersonen. Kooperativa organisationsformen är inte av hög relevans för producenterna, utan åter här värderas det sociala kapitalet till det egna slakteriet. Det finns ett högt förtroende till Lantmännen och förvärvet av HKScan Sweden AB med stora förhoppningar på omstruktureringen av slakteriet.

Referenser

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior*. Maidenhead, Berkshire, England; New York: Open University Press.
- Bryman, A. och Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Upplaga 3. Liber: Stockholm
- Brinkmann, S. och Kvale, S. (2015). *InterViews Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. Third edition (3) Thousand Oaks, California 91320: SAGE Publications, Inc.
- Burt, L. och Wirth, M.E. (1990). *Assessing the effectiveness of a farm supply cooperative: A comparison of farmer and manager viewpoints*. *Journal of Agricultural Cooperatives*, 5, pp 17-26
- Cohen, D. och Crabtree B. (2006) *Qualitative Research Guidelines Project*. <http://www.qualres.org/HomeRefl-3703.html>
- Denzin, Norman K. och Lincoln, Yvonna S. (red.) (2018). *The SAGE handbook of qualitative research*. Fifth edition. Los Angeles: Sage
- Fahlbeck, E., 1996. *Essays in Transaction Cost Economics – Transaction Cost Determinants in Co-operatively Organised Slaughter Business in Sweden*. Doctoral Dissertation 20, Department of Economics, Swedish University of Agricultural Sciences (SLU), Uppsala.
- Fazio, R. H. (1986). *How do attitudes guide behavior?* In R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of motivation and cognition* (pp. 204–243). New York: Guilford Press.
- Fishbein, M. och Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley
- Flyvbjerg, B. (2006). *Five Misunderstandings About Case-Study Research*. *Qualitative Inquiry* 12, 219–245. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1077800405284363>
- Friis, A. (2011). *Medlemmarnas syn på lantbrukskooperativa företag: en jämförelse mellan föreningar av olika storlek*. Avancerad nivå, A1E. Uppsala: SLU, Institutionen för ekonomi. <https://stud.epsilon.slu.se/3134/>
- Hakelius, K. (2023). *Value Chains and Network in the Bio-Economy (FÖ0454)*. [Internt material].
- Hakelius, K. och Hansson, H. (2016), *Measuring Changes in Farmers' Attitudes to Agricultural Cooperatives: Evidence from Swedish Agriculture 1993–2013*. *Agribusiness*, 32: 531-546. <https://doi.org/10.1002/agr.21464>
- Hansen, R., Hess, S., Nilsson, J. och Ollila, P. (2024). *The commitment of farmers to traditional and hybrid cooperatives: Empirical evidence over a six-year period*. *Annals of Cooperative Economics*, 2024 (forthcoming).

- Hess, S., Lind, L.W. och Liang, S. (2013), *Farmers' Perceived Transaction Costs in Relation to Slaughterhouses of Different Ownership Structure*. *Agribusiness*, 29: 96-111. <https://doi.org/10.1002/agr.21327>
- HKScan (u.å.a.). *Om oss*. <https://www.hkscan.com/sv/Om-oss/> [2024-03-21].
- HKScan (u.å.b.). *Strategi: Vi gör livet godare - idag och imorgon*. <https://www.hkscan.com/sv/Om-oss/strategi/> [2024-03-21].
- HKScan (u.å.c.). *History: History of HKScan*. <https://www.hkscan.com/en/about-us/history/> [2024-03-21].
- Hogarth, R.M. (2010). *Intuition: A Challenge for Psychological Research on Decision Making*. *Psychological inquiry*, 21 (4), 338–353. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2010.520260>
- Jones, G.R. & Hill, C.W.L. (1988). Transaction cost analysis of strategy-structure choice. *Strategic management journal*, 9 (2), 159–172. <https://doi.org/10.1002/smj.4250090206>
- Jonsson, D. (1995). *Transaction Costs in Private and Co-operative Slaughter Industry*, Master Thesis No. 131, Department of Economics, Swedish University of Agricultural Sciences (SLU), Uppsala.
- Jordbruket i siffror (2023). *Fascinerande fakta om grisar och grisföretag*. 6 september 2023. <https://jordbruketisiffror.wordpress.com/2023/09/06/fascinerande-fakta-om-grisar-och-grisforetag/> [2024-02-15].
- Jordbruksaktuellt (2023a). *Uppgång för svensk slakt*. <https://www.ja.se/artikel/2232745/uppgang-fr-svensk-slakt.html> [2024-02-01].
- Jordbruksaktuellt (2023b). *Miljardaffär när Lantmännen köper HKScans svenska verksamhet*. <https://www.ja.se/artikel/2234214/miljardaffr-nr-lantmnnen-kper-hkscans-svenska-verksamhet.html> [2024-02-04].
- Jordbruksaktuellt (2018). *Största grisslakten på fem år*. <https://www.ja.se/artikel/56241/storsta-grisslakten-pa-fem-ar.html> [2024-02-03].
- Jordbruksaktuellt (2017). *Slutet för Swedish Meats/Sveriges Djurbönder?* <https://www.ja.se/artikel/53247/slutet-fr-swedish-meatssveriges-djurbnder.html> [2024-02-12]
- Jordbruksaktuellt (2006). *Svagt delårsresultat av Lantmännen*. <https://www.ja.se/artikel/26330/delad.html> [2024-02-14].
- Kihlén, A. (2007). *Lantmännens nya medlemsorganisation: utvärdering ur ett medlemsperspektiv*. Uppsala: SLU, Institutionen för ekonomi. ISSN 1401–4084. https://stud.epsilon.slu.se/10870/1/kihlen_a_170922.pdf
- Kihlen, A, Nilsson, J. och Norell, L. (2009). *Are Traditional Cooperatives an Endangered species? About Shrinking Satisfaction, Involvement and Trust*. *International Food and Agribusiness Management Review*. 12. pp.101 <https://www.ifama.org/resources/Documents/v12i4/v12i4.pdf>
- Kullgren, P. (2023). *Det är dags för en livsmedelsstrategi 2.0*. Regeringskansliet: Debattartikel från Landsbygds- och infrastrukturdepartementet,

- Landsbygdsminister Peter Kullgren. Land Lantbruk: 7 februari 2023. <https://www.regeringen.se/debattartiklar/2023/02/det-ar-dags-for-en-livsmedelsstrategi-2.0> [2024-02-06].
- Lantbrukarnas Riksförbund (u.å). *Gris. Svenskt grisföretagande*. <https://www.lrf.se/sakomraden/gris/#intro> [2024-02-15].
- Lantbruksnytt (2023). *Sverige på frammarsch inom grisproduktion*. Feb 24, 2023, Anders Niléhn. <https://lantbruksnytt.se/sverige-pa-frammarsch-inom-grisproduktionen/> [2024-01-30].
- Lantmännen (u.å.a). *Om Lantmännen: Lantmännen-modellen*. <https://www.lantmannen.se/om-lantmannen/> [2024-02-04].
- Lantmännen (u.å.b). *Om Lantmännen: Vår historia*. <https://www.lantmannen.se/om-lantmannen/var-historia/> [2024-02-13].
- Lantmännen (u.å.c). *Lantmännen: Våra ägare*. <https://www.lantmannen.se/vara-agare/> [2024-03-21].
- Lantmännen (u.å.d). *Lantmännen: Lantmännen styrs och ägs av lantbrukare*. <https://www.lantmannen.se/vara-agare/> [2024-03-05].
- Lantmännen (u.å.e). *Lantmännen: Distrikt och aktiviteter*. <https://www.lantmannen.se/vara-agare/distrikt/> [2024-03-05].
- Lantmännen (2024). *Lantmännens förvärv av HKScans svenska verksamheter har slutförts*. <https://www.lantmannen.se/om-lantmannen/press-och-nyheter/pressmeddelanden/2024/lantmännens-forvarv-av-hkscans-svenska-verksamheter-har-slutforts/> [2024-05-06].
- Lantmännen (2023a) *2023 Lantmännens årsredovisning med hållbarhetsredovisning*. ars-och-hallbarhetsredovisning-2023.pdf (lantmannen.se) [2024-02-27].
- Lantmännen (2023b). *Lantmännen förvärvar HKScans svenska verksamhet*. <https://www.lantmannen.se/om-lantmannen/press-och-nyheter/pressmeddelanden/2023/lantmannen-forvarvar-hkscans-svenska-verksamhet/> [2024-02-10].
- Lantmännen (2022). *2022 Lantmännens årsrapport*. arsprport-2022.pdf (lantmannen.se)
- Liang, S. (2009). *Farmers' perceived transaction costs in relation to slaughterhouses: the case of the Swedish slaughter business*. Second cycle, A2E. Uppsala: SLU, Dept. of Economics. <https://stud.epsilon.slu.se/440/>
- Lind, W. L. och Åkesson, E. (2005). *Pig Producers' Choice of Slaughterhouse: co-operative or investor-owned?* International Journal of Co-operative Management. Volym 2, nummer 2, pp. 40-46. <https://eccc2010.smu.ca/webfiles/ICJM-Vol-2-No-2-.pdf#page=38>
- Lincoln, Y.S. (1995) *Emerging Criteria for Quality in Qualitative and Interpretive Research*, Qualitative Inquiry, pp. 275–289.
- Merriam, S.B. (1994). *Fallstudien som forskningsmetod*. Lund, Sverige: Studentlitteratur AB. ISBN 9789144390710

- Nilsson, J. (2024). *Lantmännens förvärv potentiell vinstmaskin*. Lantbrukets affärer, nr. 2. Tillgänglig via <https://pub.epsilon.slu.se/33350/1/nilsson-j-20240411c.pdf>, publicerad via Lantbrukets Affärer.
- Nilsson, J. (2011). *Lantbrukskooperativa företag: deras betydelse för konkurrensen inom livsmedelskedjan*. AgriFood Economics Centre.
- Nilsson, J. och Lind, W, L. (2015). *Institutional changes in the Swedish meat industry*. British Food Journal. 117. 2501–2514. 10.1108/BFJ-11-2014-0378.
- Nilsson, J. Svendsen, G och Svendsen, G. (2012). *Are Large and Complex Agricultural Cooperatives Losing Their Social Capital?* Agribusiness. 28. 10.1002/agr.21285.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of American community* /. New York: Simon & Schuster.
- Putnam, R. D. (1996). *Den fungerande demokratin: medborgarandans rötter i Italien*. 1. uppl. Stockholm: SNS Studieförb. Näringsliv och samhälle.
- PwC (2011). *Världen, Norden, Sverige - Medlemsnytta via nätet när Kooperationen väljer väg*. Via svensk kooperations hemsida. <https://svenskkoooperation.se/wp-content/uploads/2015/04/kooperativ-strategi-pwc-2011.pdf>
- Regeringskansliet (2023). *En livsmedelsstrategi för jobb och hållbar tillväxt i hela landet*. Landsbygds- och infrastrukturdepartementet. <https://www.regeringen.se/regeringens-politik/en-livsmedelsstrategi-for-jobb-och-hallbar-tillvaxt-i-hela-landet/> [2024-02-06].
- Rivis, A., Sheeran, P. och Armitage, C.J. (2009), *Expanding the Affective and Normative Components of the Theory of Planned Behavior: A Meta-Analysis of Anticipated Affect and Moral Norms*. Journal of Applied Social Psychology, 39: 2985-3019. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2009.00558.x>
- Wikipedia (2023). *Egna märkesvaror*. https://sv.wikipedia.org/wiki/Egna_m%C3%A4rkesvaror [2024-05-03].
- Österberg, P. och Nilsson, J. (2009). *Members' Perception of Their Participation in the Governance of Cooperatives: The Key to Trust and Commitment in Agricultural Cooperatives*. Agribusiness. 25. 181 - 197. 10.1002/agr.20200.

Populärvetenskaplig sammanfattning

År 2007 såldes en stor del av grisslakten till det finska företaget HKScan Oyj. Under våren 2024 köps nu den svenska verksamheten av HKScan tillbaka av kooperativet Lantmännen, som nu döpts om till Scan Sverige AB. Kooperativ är en företagsform där medlemmarna äger och driver verksamheten gemensamt för att främja sina intressen. Historiskt sett har HKScan och dess företrädare bemötts av sviktande förtroende och tillit, vilket gör det relevant att undersöka svenska grisproducenters attityder gentemot Lantmännens förvärv av slakteriet. Förvärvet anses som viktigt för Sveriges livsmedelsstrategi och beredskap.

I studien har tio grisproducenter i Sverige intervjuats som har sin produktion i Skåne län, Västmanlands län, Västra Götalands län och Södermanlands län. Frågorna i intervjuerna fokuserade på attityder, förtroende, sociala värden, beteenden och normer i branschen.

Resultaten visar att grisproducenterna är positiva till Lantmännens förvärv av HKScan och har stor tillit till Lantmännen som organisation. Lönsamhet och social kapital till slakteriet och till kontaktpersonen är viktigt. De dagliga funktionerna ska fungera smidigt med minimalt administrativt arbete. Valet av slakteri styrs främst av goda relationer och tillit snarare än branschnormer. Flera lyfter att deras sociala kapital är högst till den närmsta organisationen. Studiens resultat belyser viss kritik mot HKScans historia samt prissättningssystem, men förtroendet för HKScan ökar tack vare förvärvet. Det finns en oro att Lantmännen kan bli dominerande på den svenska lantbruksmarknaden, vilket kan leda till monopolistiska tendenser. Trots att de intervjuades attityder inte kan påverka förvärvet, visade studien att producenterna anser att en god förvaltning av HKScans verksamhet är viktig för fortsatt tillit och förtroende för Lantmännen.

Sammanfattningsvis har grisproducenterna en positiv inställning till Lantmännens förvärv av HKScan. De viktigaste faktorerna för producenterna är god lönsamhet, långsiktiga och tillitsfulla relationer, där det sociala kapitalet är högst till den närmaste organisationen. Lantmännens kooperativa organisationsform är inte avgörande för val av slakteri. Förtroendet för Lantmännen är starkt, och HKScans tillit ökar då Lantmännen är de som förvärvar slakteriet.

Bilagor

Bilaga 1

Karta över Lantmännens och Sveriges distrikt (Lantmännen u.å.e).



1	Södra Skåne
2	Nordvästra Skåne
3	Kristianstad – Blekinge
4	Halland
5	Kronoberg
6	Kalmar – Öland
7	Högländet
8	Västra Sverige
9	Skaraborg
10	Gotland
11	Östergötland
12	Södermanland
13	Uppland
14	Örebro – Värmland
15	Dala – Aros
16	Gävleborg
17	Västernorrland
18	Jämtland
19	Västerbotten
20	Norrbottnen

Bilaga 2

Tabell över antalet företag med grisar och antal grisar uppdelat på län, juni 2022, i Sverige (Jordbruket i siffror 2023).

	Antal företag med grisar	Antal grisar
Stockholms län	19	17 254
Uppsala län	42	23 698
Södermanlands län	30	55 052
Östergötlands län	83	81 561
Jönköpings län	33	4 303
Kronobergs län		16 457
Kalmar län	51	84 876
Gotland län	49	41 234
Blekinge län	29	36 451
Skåne län	219	414 663
Hallands län	126	129 874
Västra Götalands län	200	295 968
Värmlands län	32	49 708
Örebro län	30	45 028
Västmanlands län	35	47 024
Dalarnas län	24	6 231
Gävleborgs län		
Västernorrlands län	50	4 772
Jämtlands län	25	1 035
Västerbottens län	27	9 557
Norrbottens län	17	19 171
Hela riket	1 173	1 392 944

Bilaga 3

Frågeformulär till grund för intervjuerna med allmän information

Allmän information

Återigen, stort tack för att just Du vill vara en del av vårt examensarbete! Studien ämnar undersöka grisproducenters beteende samt attityder i samband med Lantmännens förvärv av den svenska verksamheten av HKScan. Syftet är att få en ökad förståelse för hur producenterna ställer sig inför förvärvet, vad förväntningarna är, hur tankarna går och hur attityderna kom att vara gentemot Lantmännen och HKScan.

Du som intervjuperson har rätten att avsluta pågående intervju när som utan motivering samt välja att inte besvara ställd fråga.

Intervjun är en så kallad semistrukturerad intervju där vi värdesätter och önskar att du som respondent skall besvara frågorna utifrån egna erfarenheter, värderingar och situation. Egna synpunkter från er sida är mer än välkomna där du väljer vad du vill fokusera på för din verksamhet eller tillägga.

Intervjuguide

Inledande frågor

1. Berätta fritt om dig själv.

Tema

Personliga kontakter

2. Vilket slakteri lämnar du till?
3. Hur kom det sig att du började leverera till detta slakteri?
4. Hur skulle du beskriva din inställning till att leverera dit?
5. Hur länge har du lämnat till det slakteriet?
6. Har du någon kontaktperson på slakteriet?
7. Vad är fördelen med att lämna till slakteriet? Finns det några nackdelar?
8. Vilka faktorer påverkar din uppfattning om att leverera dit?
9. Vad är det som gör att du fortsätter att leverera till detta slakteri?

Andra slakterier

10. Lämnar du till något annat slakteri?
11. Betyder det något för dig vilket slakteri andra i din bransch levererar till?
12. Känner du någon annan som levererar till något annat slakteri?
13. Brukar du träffa andra svinproducenter?
14. Vad diskuteras/samtalas om då?

Val

15. Vad skulle krävas för att du skulle byta slakteri?
16. Vad/var får du information om gällande ditt slakteri?
17. Finns det någon annan du diskuterar med innan du fattar beslut?

Lantmännen

18. Är du medlem i Lantmännen?
19. Hur är ditt förtroende för Lantmännen?
20. Hur påverkas ditt förtroende till HKScan när Lantmännen förvärvar det?
21. Hur påverkas ditt förtroende till Lantmännen när de förvärvar HKScan?

Till leverantör som har bytt

- 22. Hur gick det till när du bytte slakteri?
- 23. Vad fick det för konsekvenser?

Till leverantör som ej har bytt

- 24. Har du funderat på att byta slakteri?

Om svar ja

- 25. Vad tror du att det får för konsekvenser?

Om svar nej

- 26. Skulle du kunna tänka dig att byta slakteri?
- 27. Vilka faktorer är avgörande?
- 28. Egna tillägg
- 29. Önskar ni att ert namn samt företagsnamn ska anonymiseras?

Avslutande ord

Innan publicering, examination och slutförande av rapporten vill vi att ni godkänner sammanställningen av intervjun vi haft, att ni godkänner hur vi använder informationen vi fått från er samt att överenskommelser om etiska aspekter som anonymitet godkänns av er för er trygghet.

Examinationsdatum för slutinlämningen är 2 juni 2024, där insamlat material kommer att tas bort när godkännande från intervjuperson och examinator har skett.

Väljer någon av respondenterna anonymitet kommer alla att vara anonyma i rapporten.

Skulle det under processens gång uppstå funderingar, frågor eller dylikt får ni mer än gärna kontakta oss för svar och kommunikation. Vi kommer arbeta med största möjliga transparens gentemot er för ömsesidig trygghet.

Behandlingen av dina personuppgifter sker med stöd av den rättsliga grunden samtycke. Du kan när som helst återkalla ditt samtycke utan att ange orsak, vilket dock inte påverkar den behandling som skett innan återkallandet. SLU har det övergripande ansvaret för studien, och du når SLU:s dataskyddsombud på dataskydd@slu.se. All insamlad data kommer enbart att hanteras av upphovsmännen, Sofia och Amanda, och kommer att tas bort direkt när studien godkänts av SLU och handledaren, samt du som respondent. Din kontaktperson för detta arbete är student Sofia Kjellberg, sokj0001@stud.slu.se eller Amanda Larsson, amln0005@stud.slu.se. Du kan också kontakta handledaren Karin Hakelius, karin.hakelius@slu.se.

Sofia Kjellberg
sokj0001@stud.slu.se
076 87 66 646

Amanda Larsson
amln0005@stud.slu.se
070 72 73 898

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. Även om du inte publicerar fulltexten kommer den arkiveras digitalt. Om fler än en person har skrivit arbetet gäller krysset för samtliga författare. Du hittar en länk till SLU:s publiceringsavtal på den här sidan:

- <https://libanswers.slu.se/sv/faq/228316>.

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.