



*Riskhantering i Svensk Köttindustri*  
*– En analys av Slakt-, Styckning och Charkföretag*

*Erik Engelbrekts*

---

*SLU, Institutionen för Ekonomi*  
*Företagsekonomi*  
D-nivå, 30 ECTS poäng

*Examensarbete No547*  
*Uppsala, 2009*

ISSN 1401-4084  
ISRN SLU-EKON-EX-No547—SE



*Risk Management in the Swedish Meat industry*  
*- Analysis of Slaughter-, Dressing and Charcuterie firms*

*Riskhantering I Svensk Köttindustri*  
*- Analys av Slakt-, Styckning- och Charkföretag*

*Erik Engelbrekts*

*Handledare: Hans Andersson*

© Erik Engelbrekts

Sveriges lantbruksuniversitet  
Institutionen för ekonomi  
Box 7013  
750 07 UPPSALA

ISSN 1401-4084  
ISRN SLU-EKON-EX-No.547 –SE

Tryck: SLU, Institutionen för ekonomi, Uppsala, 2009

# Förord

Detta examensarbete hade ej varit möjligt att genomföra om inte ett stort antal företag inom svensk kött- och charkindustri deltagit i enkätundersökningen. Därför vill jag rikta ett stort tack till de företag som tog sig tid att svara på enkäten.

Mycket av den information som krävdes för att sätta sig in i den svenska köttindustrin bistod Fredrik Sundblad på Kött- och Charkföretagen mig med. Jag vill tacka Fredrik för all den information och det material han bistått med. Jag vill även tacka ekonom agronom Christian Näslund för det stöd han varit under arbetets gång. Christian har varit till stor hjälp för att genomföra detta arbete och tagit sig mycket tid till att diskutera och komma med nya idéer.

Slutligen vill jag tacka min handledare professor Hans Andersson på institutionen för ekonomi vid SLU i Uppsala. Hans har visat stort intresse och engagemang för min studie. Genom att komma med nya idéer och infallsvinklar samt att alltid finnas till hands för att svara på frågor har Hans en stor del i detta examensarbete.

Uppsala September 2008

Erik Engelbrekts

# Abstract

The changes in the Swedish meat- and meat processing industry have been substantial in recent years. These changes will alter the business environment for many companies. In order to be prepared to face new threats and new opportunities, companies should be actively working on these issues. Risk awareness and by developing of risk management strategies companies can act quickly and effectively when the conditions changes.

The objective of this study is to analyse whether and why companies in the Swedish meat- and meat processing industry use various forms of risk management strategies. The theories used in the study are based on expected utility theory, agent theory and the theory of social capital. Based on these theories and previous studies, suitable models have been developed. The study also identifies the risks that these companies face. The risk management strategies analysed in the study are "contracting", "certification", "local market - sales" and "local market - supply".

The empirical data collection was made by a survey which was sent to 248 companies in the Swedish meat processing industry. The information from the survey was analysed with the Logit method. The Logit method makes it possible to analyse how different factors affect the likelihood of a given outcome, in this case choose or not choose a specific a risk management strategy.

In order to make sure that the right quality and right quantity is delivered, companies contract with suppliers. A study of Poray et al (2003) shows that by contracting, companies can increase both the quality of meat and increase productivity in their facilities. The study shows that the contracting companies experience a high level of productivity in the facilities. Moreover, the contracting companies perceive quality as an important factor for success in their business activities, indicating a high degree of quality awareness in these companies. The result shows that companies with a low level of cost variation tend to contract less frequently. Moreover, when companies experience a reliable supply they tend to contract less frequently.

The companies that practice third-party certification, experience an increase in productivity in their facilities and at the same time as a high degree of quality awareness is observed within these companies. There is within the certified companies a high awareness of the environmental impact concerning emissions of climate gases and discharge of nutrients into the air and water. Cooperation with the authorities is considered by the certified companies to be less laboriously than for the other companies in the study. The result shows that when risk increase, perceived to be detrimental to the company's reputation, the likelihood increases that companies certify the business.

The analyses of the strategies "local market - sales" and "local market - supply" is based on the theory and social capital. The close relationship with customers and suppliers builds to a large extent on trust. Instead of formal contracts, there is a more informal relationship between the parties. The productivity of these company facilities is lower than for the other companies as well as the ability to compete with lower prices. These companies tend to produce products with a strong brand name and are thereby provided the opportunity to charge a higher price. It is also noted that when the perceived impact of policy decisions is decreasing for the company they tend to make greater use of the strategy "local purchases".  
Key words: meat, meat processing industry, risk management, contracting, certification, utility theory, agent theory, social capital.



# Sammanfattning

Förändringarna inom den svenska kött- och charkindustrin har under de senaste åren varit många och omfattande. Detta har förändrat förutsättningarna för många företag. För att vara förberedda att möta nya hot och möjligheter bör företagen aktivt arbeta med dessa frågor. Genom att på förhand utveckla olika riskhanteringsstrategier har företagen möjlighet att handla snabbt och effektivt när de ekonomiska förutsättningarna förändras.

Syftet med denna studie är att analysera om och varför företag inom svensk kött- och charkindustri använder sig av olika riskhanteringsstrategier. Studien kartlägger också vilka risker som kött- och charkföretag möter. De strategier som analyserats är ”kontraktering”, ”certifiering”, ”lokal avsättningsmarknad” samt ”lokal upptagningsmarknad”. De teorier som använts i denna studie grundas på förväntad nyttoteori, agentteori och teorin om socialt kapital. Utifrån dessa teorier och tidigare studier har en modell som använts i arbetet utvecklats.

Den empiriska datainsamlingen gjordes med hjälp av en enkätundersökning. Enkäten sändes till 248 företag inom svensk köttindustri. Informationen från enkätundersökningen analyserades med hjälp av en s.k. Logit metod. Logit metoden gör det möjligt analysera hur olika faktorer påverkar sannolikheten för ett visst utfall, i detta fall att välja eller inte välja en specifik riskhanteringsstrategi.

För att försäkra sig om att rätt kvalitet och rätt kvantitet levereras kan företagen teckna kontrakt med leverantörer. En studie av Poray et al (2003) visar att med hjälp av kontraktering kan företagen öka både kvaliteten på kött råvaran samt förbättra produktiviteten i anläggningarna. Studien visar att de kontrakterande företagen upplever en hög produktivitet i anläggningarna vilket överensstämmer med resultat enligt Poray et al (2003). Vidare anger de kontrakterande företagen att de upplever kvalitet som en viktig faktor för framgång i deras verksamhet vilket tyder på en hög grad av kvalitetsmedvetenhet inom dessa företag. Resultatet visar att om risken för kostnadsvariationer sjunker så är företagen mindre benägna att kontraktera råvarorna. Om dessutom företagen anser sig möta en hög grad av leveranssäkerhet så är de mindre benägna att kontraktera.

Genom tredjepartscertifiering tenderar företagen att förbättra produktiviteten i anläggningarna samtidigt som en hög grad av kvalitetsmedvetenhet uppnås inom dessa företag. Det råder dessutom bland de certifierade företagen en hög grad av medvetenhet om den miljöpåverkan företaget kan åsamka i form av utsläpp av klimatpåverkande gaser och utsläpp av näringsämnen i luft och vatten. Samarbetet med myndigheter anses av de certifierade företagen vara mindre arbetskrävande än för övriga företag i studien. De statistiska analyserna visar att när olika former av risker som kan antas skada företagets anseende stiger, ökar sannolikheten att företag certifierar verksamheten.

Strategierna ”lokal avsättningsmarknad” och ”lokal upptagningsmarknad” bygger på teorin om socialt kapital. Den nära relationen till kunder och leverantörer bygger på förtroende och istället för formella kontrakt råder en mer informell relation mellan parterna. Produktiviteten i dessa företags anläggningar är lägre än för övriga företag samt möjligheten att konkurrera med ett lågt pris är begränsade. Dessa företag tenderar att producera produkter med ett starkt varumärke och ges på så vis möjlighet att ta ut ett högre pris. Vidare noterades att när den subjektivt bedömda påverkan av politiska beslut på företagets verksamhet sjunker så tenderar företagen att i större utsträckning tillämpa strategin ”lokala inköp”.



Nyckelord: kött- och charkföretag, risk hantering, kontraktering, certifiering, nyttoteori, agentteori, socialt kapital.





# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>INLEDNING .....</b>	<b>1</b>
1.1	PROBLEM BAKGRUND .....	1
1.2	BRANSCHBESKRIVNING.....	2
1.2.1	Beskrivning av svensk slaktindustri.....	2
1.2.2	Beskrivning av svensk styckningsindustri.....	4
1.2.3	Beskrivning av svensk charkindustri .....	5
1.3	TIDIGARE STUDIER .....	6
1.4	RISK .....	8
1.5	RISK MANAGEMENT .....	10
1.6	PROBLEM .....	13
1.7	SYFTE.....	13
<b>2</b>	<b>TEORETISK RAM.....</b>	<b>14</b>
2.1	FÖRVÄNTAD NYTTOTEORI.....	14
2.2	RISKAVERSION.....	15
2.3	BOEHLJE OCH LINS MODELL.....	16
2.4	MODELL.....	17
2.5	KONTRAKT.....	19
2.6	KVALITETS- OCH MILJÖLEDNINGSSYSTEM .....	20
2.7	SOCIALT KAPITAL LOKAL PROFIL .....	23
2.8	HYPOTESER.....	24
<b>3</b>	<b>METOD .....</b>	<b>26</b>
3.1	LOGIT METODEN .....	27
3.2	HYPOTESTEST .....	27
<b>4</b>	<b>EMPIRISKA DATA .....</b>	<b>29</b>
4.1	BORTFALL I ENKÄTUNDERSÖKNINGEN .....	29
4.2	DESKRIPTIV ANALYS .....	29
4.2.1	Företagens verksamhetsinriktning .....	29
4.2.2	Företagens omsättning.....	30
4.2.3	Antal anställda .....	31
4.2.4	Företagens geografiska marknader .....	31
4.2.5	Företagens soliditet.....	33
4.2.6	Företagens kontraktssituation.....	34
4.2.7	Företagens certifiering.....	35
4.3	STATISTISK ANALYS .....	36
4.3.1	KONTRAKT SOM RISKMANAGEMENTVERKTYG .....	36
4.3.1.1	Företagsspecifika för kontrakterande företag.....	36
4.3.1.2	Faktorer som påverkar prissvängningar.....	36
4.3.1.3	Företagens konkurrenssituation samt konkurrensfördelar .....	36
4.3.1.4	Faktorer som kan skada företagets anseende .....	37
4.3.2	CERTIFIERING SOM RISKMANAGEMENTVERKTYG.....	38
4.3.2.1	Företagsspecifika för certifierande företag.....	38
4.3.2.2	Faktorer som påverkar prissvängningar.....	38
4.3.2.3	Företagens konkurrenssituation samt konkurrensfördelar .....	39
4.3.2.4	Faktorer som kan skada företagets anseende .....	40
4.3.2.5	Politiska besluts inverkan på företagen .....	41
4.3.2.6	Upplevd kontakt med myndigheter .....	42
4.3.3	LOKAL MARKNAD SOM EN DEL I RISKMANAGEMENTPROCESSEN .....	42
4.3.3.1	LOKAL AVSÄTTNINGSMARKNAD .....	42
4.3.3.1.1	Företagsspecifika skillnader .....	42
4.3.3.1.2	Faktorer som påverkar prissvängningar på produkter .....	43
4.3.3.1.3	Faktorer som påverkar företagets anseende .....	43
4.3.3.1.4	Företagens konkurrenssituation samt konkurrensfördelar .....	44
4.3.3.1.5	Politiska besluts inverkan på företagets verksamhet.....	45

4.3.3.1.6 Upplevd kontakt med myndigheter.....	45
4.3.3.2 LOKAL UPPTAGNINGSMARKNAD .....	46
4.3.3.2.1 Företagsspecifika skillnader .....	46
4.3.3.2.2 Faktorer som påverkar prissvängningar på köttråvara .....	46
4.3.3.2.3 Faktorer som påverkar företagets anseende .....	47
4.3.3.2.4 Företagens konkurrenssituation samt konkurrensfördelar .....	47
4.3.3.2.5 Politiska besluts inverkan på företagets verksamhet.....	48
4.3.3.2.6 Upplevd kontakt med myndigheter.....	49
4.4 ANALYS AV VALDA RISKMANAGEMENT STRATEGIER.....	50
4.4.1 Estimering av "Kontrakt eller ej" .....	50
4.4.2 Estimering av "Certifiering som riskmanagementverktyg" .....	53
4.4.3 Estimering av "Lokal försäljning som riskmanagementverktyg" .....	55
4.4.4 Estimering av "Lokala inköp som riskmanagementverktyg" .....	57
<b>5 SLUTSATSER.....</b>	<b>60</b>
5.1 KONTRAKTERING .....	60
5.1.1 Sammanfattning av hypoteser "Kontraktering" .....	62
5.2 CERTIFIERING .....	63
5.2.1 Sammanfattning av hypoteser "Certifiering" .....	64
5.3 LOKAL FÖRSÄLJNING .....	65
5.3.1 Sammanfattning av hypoteser "Lokal försäljning" .....	66
5.4 LOKALA INKÖP.....	67
5.4.1 Sammanfattning av hypoteser "Lokala inköp" .....	68
<b>6 DISKUSSION.....</b>	<b>69</b>
<b>REFERENSER.....</b>	<b>72</b>
<i>Litteratur</i> .....	72
<i>Internet</i> .....	73
<i>Personliga meddelanden</i> .....	74
<b>BILAGOR.....</b>	<b>75</b>
BILAGA 1 FÖLJEBREV ENKÖTUNDERSÖKNING .....	75
BILAGA 2 ENKÄTUNDERSÖKNING .....	76
BILAGA 3 ESTIMERINGSRESULTAT.....	85
BILAGA 4 SAMMANSTÄLLNING AV ENKÄTSTUDIEN "KONTRAKT".....	89
BILAGA 5 SAMMANSTÄLLNING AV ENKÄTSTUDIEN "CERTIFIERING" .....	91
BILAGA 6 SAMMANSTÄLLNING AV ENKÄTSTUDIEN "LOKAL FÖRSÄLJNING" >= 80% AV PRODUKTERNA SÄLJS INOM ETT OMRÅDE INOM TVÅ TIMMARS KÖRTID FRÅN PRODUKTIONSANLÄGGNINGEN .....	93
BILAGA 8 SAMMANSTÄLLNING AV ENKÄTSTUDIEN "LOKALA INKÖP" >= 80% AV KÖTTRÅVARUFÖRSÖRJNINGEN KOMMER FRÅN ETT OMRÅDE INOM TVÅ TIMMARS KÖRTID FRÅN PRODUKTIONSANLÄGGNINGEN .....	95

# 1 Inledning

## 1.1 Problem bakgrund

För närvarande sker stora förändringar inom svensk köttindustri. Från att ha varit en bransch som reglerats av import- och exportrestriktioner sker nu en betydande handel över gränserna. Det köttöverskott som rådde under 1980-talet reducerades genom exportbidrag, vilket på vissa kött detaljer kunde uppgå till 17 SEK/kg (Davidsson, 2007). Överskottet har idag förbytt till ett underskott och importen av kött till Sverige har ökat med 80 % sedan år 2001 (www, SCB 2008, 1).

De stora aktörerna på den svenska marknaden har genom fusioner och uppköp utvecklats från att ha varit huvudsakligen svenskägda företag till att vara utlandsägda företag. Scan AB och Ugglarps slakteri är två stora aktörer vars största ägare numera är lokaliserade utanför Sverige. Planer finns även att den ekonomiska föreningen KLS ska få utländskt ägande i form av Danish Crown (www, kls 2007, 1).

Genom att utgöra länken till slutkonsumenterna är även handeln en del av den svenska köttindustrin. Den svenska dagligvaruhandeln domineras av tre stora handelsblock; Ica, Coop och Axfood, vilka genom sin dominans har en stark förhandlingsposition gentemot leverantörerna däribland kött- och charkföretagen. Handelsblocken i dagligvaruhandeln stärker sina positioner för att kunna möta lågpriskonkurrens från utlandet. Handelns egna märkesvaror (EMV) har numera en stark position i butikshyllorna och utgör 22,5 % av den sålda volymen (Rutegård, 2007). Detta innebär att en del företag som tidigare producerade ett eget varumärke nu måste producera EMV för att få marknadstillträde.

År av stark tillväxt för EMV mattas nu av något och en trend mot närproducerade livsmedel kan skönjas (Rutegård, 2007). Ökad välfärd bidrar till att konsumenter efterfrågar mer exklusiva produkter såsom ädlare styckdetaljer men även livsmedel av varumärken som positionerats som högkvalitativa.

Utöver nämnda förändringar i svensk köttindustri har även konsumenternas medvetenhet ökat. I och med ökad konkurrens och en liberaliserad marknad har därför konsumenters efterfrågan idag en större betydelse för vad som kan säljas. Media är en betydelsefull opinionsbildare. Den information som förmedlas har stor betydelse för konsumenternas uppfattning om livsmedel. Exemplet är många "ICA skandalen" där det avslöjades att ICA ändrar bästföredatum på köttfärs är ett exempel. Smutsiga slaktkroppar vid slakterierna är ett annat exempel som fått massmedial uppmärksamhet och därmed påverkat industrins förutsättningar.

Svensk köttindustri är idag föremål för omfattande medial uppmärksamhet. Lantbrukspressen publicerade t. ex i början av december fyra artiklar som alla berörde svensk köttindustri. Kontraktsbrott med Scan, avsaknad av klimatstrategier, sänkt pris på slaktgrisar samt en artikel om en förundersökning som inletts mot "kött-fuskare" utgjorde ämnen som berördes (www, atl 2007, 1).

Denna studie ska analysera om och varför företag inom den svenska kött industrin använder sig av risk management strategier. För att genomföra analysen krävs att de risker som företagen möter kartläggs. Mot bakgrund av de teorier som tillämpas i studien samt av tidigare studier har fyra risk management strategier valts ut för analys.

Svensk köttindustri genomgår stora strukturella förändringar. I och med detta ställs företag i branschen inför nya situationer vilket kan innebära både hot och/eller möjligheter. Att vara förberedd på vad som kan inträffa och på förhand ha utarbetade strategier gör att företagen bättre kan möta osäkerhet vilket förväntas ge dessa företag en fördel gentemot de företag som ej har en utarbetad en strategisk plan.

## 1.2 Branschbeskrivning

Följande avsnitt beskriver svenskköttindustris tre verksamhetsinriktningar slakt-, styck- och charkuteriverksamhet.

### 1.2.1 Beskrivning av svensk slaktindustri

Den svenska slaktindustrin utgörs av 101 slakterier som tillsammans slaktar cirka 3 000 000 grisar, 430 000 storboskap, 32 000 kalvar, 210 000 får och lamm samt 3 000 hästar. Storleken på dessa slakterier skiljer sig avsevärt, där de 10 största anläggningarna svarar för över 95 % av grisslakten och över 80 % av storboskapsslakten (KCF 2007, slaktstatistik). Medan övriga slakterier är så kallade "gårdsslakterier" som bedrivs i egen regi av dess ägare, ofta utan anställda. De småskaliga slakterierna har en relativt liten marknadsandel. När det gäller storboskapsslakt står de små slakterierna för endast 3,8 % av volymen och på grisslakten är motsvarande siffra 0,4 %, medan de på lamm, kalv och häst har en något större andel, 9,4 %, 8,4 % respektive 31 % (KCF 2007, slaktstatistik) Åke Rutegård VD för Kött- och Charkföretagen menar att de höga kostnaderna för veterinärbesiktning samt kvittblivning av avfall utslaget på små volymer är en starkt bidragande orsak till en sämre lönsamhet för småskaliga slakterier (Rutegård, 2007). SCBs statistik över svenska slakterier som baseras på antal anställda visar att den stora majoriteten av slakterierna är små och endast ett fåtal aktörer är stora (se diagram 1). Mellan år 2000 och 2006 har storboskapsslakten sjunkit med 8,6 % i Sverige medan grisslakten har sjunkit med 5,2 % (www, SCB 2008, 1).

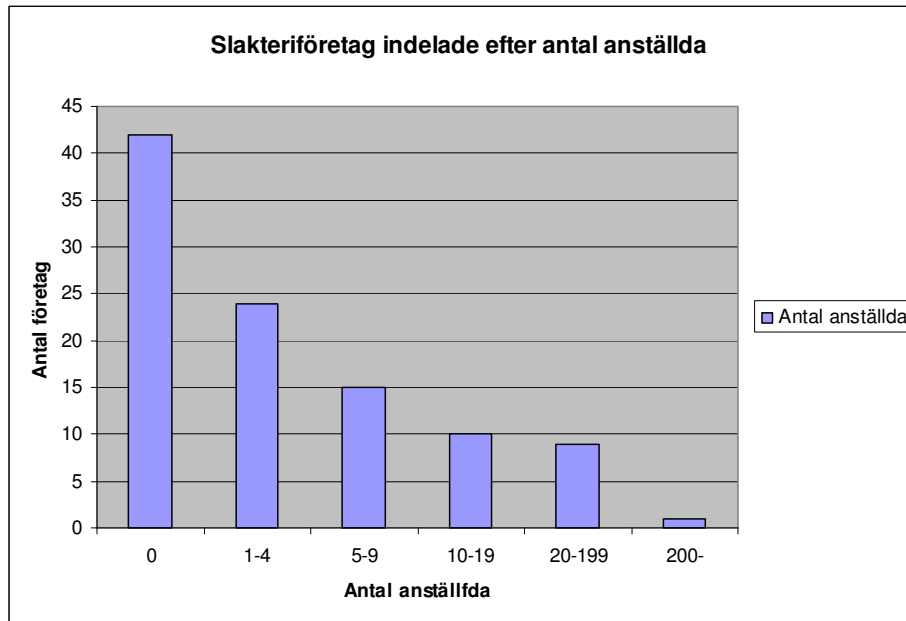


Diagram 1. Fördelning av antalet anställda i Sverige på företag inom SNI kod 15111, kreatursslakt. Källa: Egen bearbetning www, SCB 2008, 2 sid 27.

#### Scan AB

Scan AB är Sveriges ledande företag inom kött och charkvaror och svarar för ca 70 % av grisslakten och ca 50 % av storboskapslakten i Sverige. Den första januari 2007 skedde ett samgående mellan Scan AB och HK Roukatala, nuvarande HK Scan. HK Scan ägs till 12,3 % av svenska Swedish Meats och till 33 % av den finska ägarföreningen LSO Handelslag. HK Scan är ett av norra Europas största livsmedelsföretag inom kött, chark och färdigmat, med en omsättning på 20Mdr SEK. Scan AB ägdes tidigare till 100 % av den svenska medlemsorganisationen Swedish Meats vilka är en ekonomisk förening som består av 21 200 svenska bönder. (www, Swedish Meats 2007, 1)

#### Danish Crown

Danish Crown är Europas största och världens näst största företag inom grisslakt (www, Danish Crown, 2007, 1). Företaget har en lång historia inom den danska slakterikooperationen och är efter flertalet fusioner och företagsförvärv Danmarks största slakt- och charkföretag. Dessutom är företaget världens största köttexportör (www, Danish Crown 2007, 2). Danish Crown är i och med att de under 2007 förvärvade 100 % av aktierna i Ugglarp slakteri och 51 % av aktierna i Team Ugglarp en ny aktör på den svenska marknaden. Ugglarp Slakteri bedriver verksamhet i södra Sverige med grisslakteri och styckeri i skånska Ugglarp samt i Malmö. Detta förvärv innebär att Danish Crown numera har en betydande marknadsandel i södra Sverige och svarar för 4,2 % av storboskapslakten och 5,3 % av grisslakten i Sverige (KCF 2007, slaktstatistik).



### KLS

KLS är en ekonomisk förening som ägs av 2 800 lantbrukare belägna på Öland, i Kalmar och Kronobergs län. KLSs verksamheter är slakt samt styckning av nöt, gris och lamm vid anläggningen i Kalmar. Företaget producerar också charkuterivaror i anläggningen i Göteborg. Föreningen är Sveriges näst största företag inom nöt slakt med en andel på 9,5 % av den totala nötslakten i Sverige. KLS är den tredje största aktören på grisslakt i Sverige då andel slaktade grisar som motsvarar 7,2 % av den totala volymen som slaktas i Sverige. En planerad försäljning av den affärsmässiga verksamheten och 100 % av tillgångarna till Danish Crown är undertecknad av KLSs styrelse. Beslut väntas på två extra insatta stämmor under november/december 2007. (www, KLS 2007, 1)

Konkurrensverket godkände i februari 2008 Danish Crowns övertagande av verksamheten i KLS. KLS ägs från och med 2008-02-04 av holdingbolaget Danish Crown Livsmedel AB där även Ugglarps Slakteri AB och Team Ugglarp AB ingår. (www, KLS 2008, 2)

### 1.2.2 Beskrivning av svensk styckningsindustri

I Sverige finns 84 företag som bedriver styckning som huvudsaklig verksamhet (www, SCB 2008, 2). Utöver dessa bedriver många företag styckning i kombination med någon annan verksamhet där chark dominerar men även slakt förekommer som kombinationsverksamhet. Spridningen mellan styckningsföretagen är inte lika stor som bland slaktföretagen vilket visas i diagram 2. De största styckningsföretagen svarar dock för en betydande andel av den totala volymen. De dominanta företagen inom slaktindustrin är även stora aktörer på styckningsmarkanden med Scan AB som största aktör. Ytterligare en aktör på styckningsmarknaden utöver Scan och KLS är Atria Scandinavia som står för en stor del av det kött som styckas i Sverige.

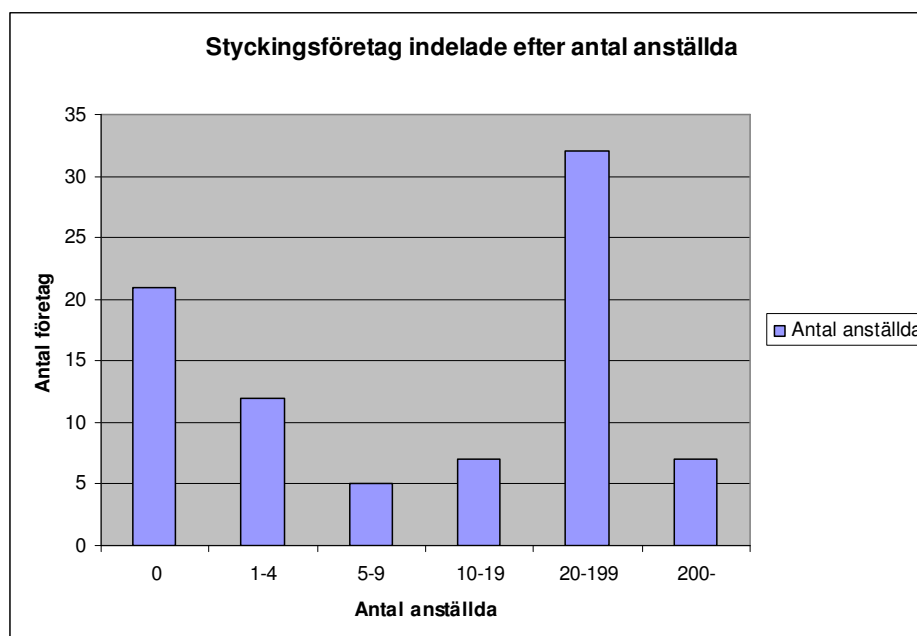


Diagram 2. Fördelning av antalet anställda i Sverige på företag inom SNI kod 15112, styckning av kött. Källa: Egen bearbetning www, SCB 2008, 2 sid 27.

### 1.2.3 Beskrivning av svensk charkindustri

De stora aktörerna inom slakt och styckning är även stora aktörer på den svenska charkmarknaden som består av 300 företag registrerade i SCBs företagsregister (www, SCB 2008, 2). Däremot skiljer sig chark ifrån övriga verksamheter inom den svenska köttindustrin i det avseendet att flera medelstora företag har en stark lokal förankring med lokalt starka varumärken. Produkter som ger större möjligheter till diversifiering kan antas vara ett av de starkaste försäljningsargumenten för lokalproducerade livsmedel. Spridningen inom antalet anställda mellan företagen redovisas i diagram 3, där framgår att antalet företag är mer jämt fördelade i förhållande till andel anställda jämfört med stycknings- och slaktföretagen.

I diagram 4 redovisas leverantörsandelar för de olika aktörerna på den svenska charkmarknaden. Det framgår att ett fåtal mycket dominerande företag står för en betydande del av den totala volymen. De övriga tillverkarna är relativt små men svarar tillsammans för den största andelen av den levererade volymen.

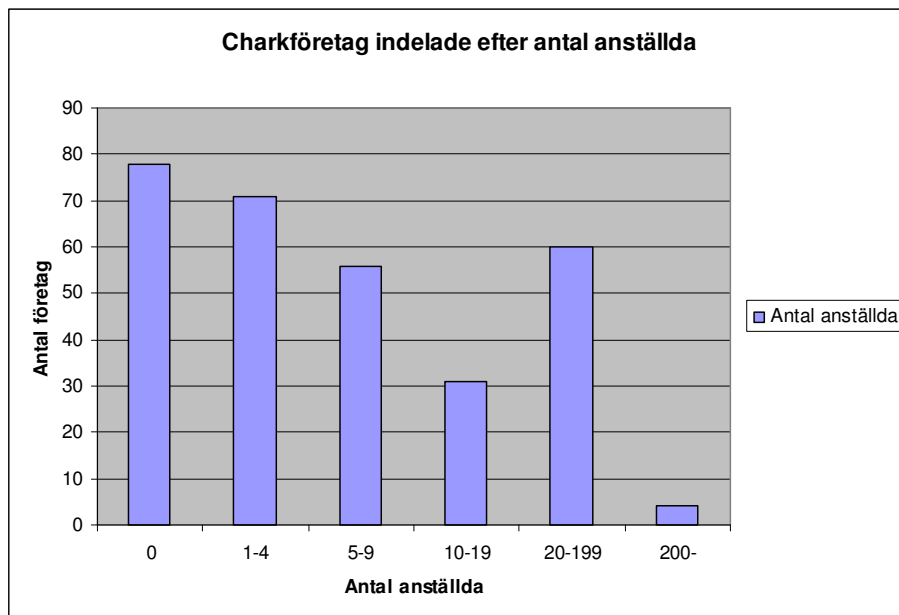


Diagram 3. Fördelning av antalet anställda i Sverige på företag inom SNI kod 15130, charkuteri- och annan köttvarutillverkning. Källa: Egen bearbetning www, SCB 2008, 2 sid 27.

### Charkmarknaden leverantörsandelar av total svensk volym.

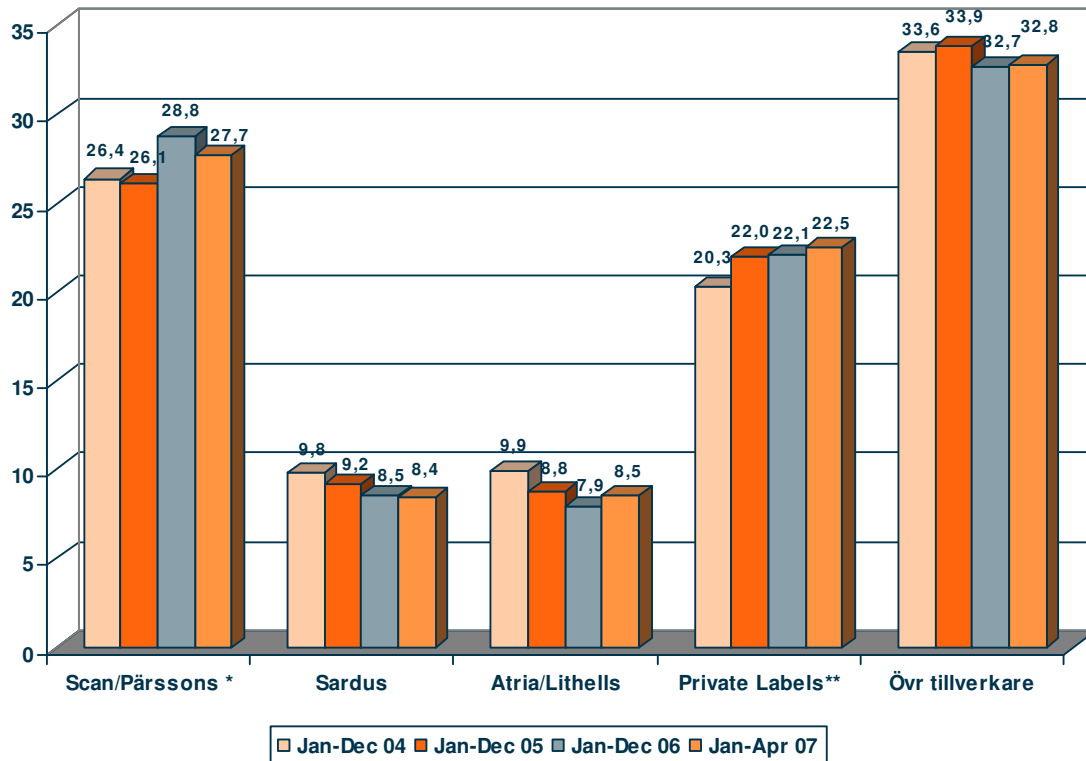


Diagram 4. Charkmarknadens leverantörsandelar i volym för åren 2004, 2005, 2006 och 2007. Källa: (KCF 2007, charkandelar)

### 1.3 Tidigare studier

Tidigare studier i ämnet ”risk management” med inriktning på köttindustrin har i huvudsak handlat om hantering av operationell risk med hjälp av kontrakterad produktion och vertikal integration. Den amerikanska köttindustrin har under längre tid genomgått stora förändringar, där vertikal integration i livsmedelskedjan stått i fokus och skapat den struktur som marknaden nu befinner sig i. Gris- och kycklingproduktion är de verksamhetsgrenar där omställningen kommit längst. 2001 utgjorde kontrakterad slaktsvinsproduktion 66 % av den totala slaktsvinsproduktionen i USA vilket var en fördubbling sedan 1996 (Banker et. al 2005, sid 51)

Den amerikanska industrin har varit föremål för ett flertal studier avseende olika typer av vertikala samarbeten. Vertikal integration eller koordination är ett sätt som stora delar av den amerikanska industrin använder sig av för att hantera de mest påtagliga riskerna. Grisproduktionen karakteriseras av en griscykel vilket leder till att tillgången på grisar varierar under säsongen samt mellan åren. Kontrakt gör det möjligt för slakterierna att planera slakten under året så att kapaciteten på anläggningen utnyttjas optimalt, vilket är viktigt bland annat för att täcka stora fasta kostnader såsom löner, avskrivningar, räntor samt andra anläggningskostnader. Ökad efterfrågan på kött av högre kvalitet har gjort det viktigt för industrin att försäkra sig om att de råvaror som anförskaffats håller ställda kvalitetskrav.

Förutom de sedan tidigare ställda kraven på en bra kött/fett sammansättning finns sedan mitten på 1990 talet efterfrågan på kött med speciellt pH, färg, smak, mörhet och livsmedelssäkerhet. Med hjälp av kontrakten kan industrin försäkra sig om både volym samt att råvaran håller önskad kvalitet.

Grisproduktionens cykliska natur leder även till prisvariationer enligt grundläggande ekonomisk teori, vilket innebär att industrins och producenternas lönsamhet blir negativt korrelerade. Prisvariationer påverkar kassaflödet, försämrar möjligheten att erhålla lån och ökar kostnader (Hayenga et al, 2000).

Kontrakt minskar risken för prisvariationer. Regionala förändringar inom primärproduktionen som inneburit att historiskt sett animalieproducerande områden minskar produktionen samtidigt som andra områden ökar produktionen leder till en osäkerhet i råvarutillförseln. Den etablerade industrin inom de områden där produktionen minskar har där starka incitament att stimulera primärproduktionen i närområdet vilket kan uppnås med produktionskontrakt. Liknande situationer uppstår när nya anläggningar skall byggas i sedan tidigare svaga produktionsområden. I dessa situationer är det viktigt att innan investeringarna görs, försäkra sig om att råvaran finns tillgänglig, lämpligen via kontrakt eller vertikal integration. Inom dessa områden kan det vara svårt att finna samarbetspartners att ingå kontrakt med, varför vertikal integration i dessa fall är ett bättre sätt att säkra råvaran. Detta uppnås genom att investeringen sker i egen djurbesättning och hela kedjan från primärproduktion till färdig produkt ingår i ett och samma företag. (Hayenga et al, 2000)

En studie av Poray et al, 2003 visar på skillnader i resultat vid olika typer av vertikala samarbeten. Studien simulerar tre olika scenarier där syftet är att mäta det fysiska flödet av råvara (slaktsvin) samt finansiellt flöde (marginal). Scenarierna är 1; spot försäljning av slaktsvin knutet till ett tillägg/avdrag för köttens sammansättning, scenario 2; kontrakt där slakteriet betalar en premie på 5\$ per gris till producenten som ger slakteriet möjlighet att köpa grisen inom ett visst tidsspann (call option), scenario 3; vertikalt integrerat system där grisen ägs av slakteriet som avgör när grisen skall flyttas från produktion till slakt, producenten betalas i detta system en fast premium på 20\$ per gris (Poray et al, 2003, sid 3).

Resultaten visar att givet alla tre scenarierna så uppnådde slakterierna ett 80 % kapacitetsutnyttjande, dock var variationen lägre vid en högre grad av integration vilket visar att ett mer stabilt flöde av slaktsvin uppnås i det vertikalt integrerade systemet (Poray et al, 2003, sid 3). Den viktigaste skillnaden som uppvisades var att flödet av ”premium cuts” ökade vid en högre grad integration, samt att kvaliteten på levererade grisar blev högre i det vertikalt integrerade systemet.

## 1.4 Risk

*Risk* är ett vanligt återkommande ord som används i det dagliga språket människor emellan. Allt som vi gör går att associera med en risk att något ska inträffa, något som vi inte vill eller hade tänkt oss att det skulle inträffa. Kan risk vara något som vi vill ska inträffa? Det finns författare som vill påstå detta. E. J. Vaughan 1997 sid. 13 menar att köpet av en lott försätter köparen i en situation som han/hon inte vet utgången av. Det finns en risk att lotten ger vinst "spekulativ risk" som Vaughan valt att kalla det. Genom olika resonemang så har begreppet *risk* tolkats och grupperats på en mängd olika sätt. Detta har resulterat i att det finns nästan lika många författare som definitioner och kategorier av begreppet *risk*.

Jagdish Parihar använder sig av följande definition:

*"Risk can be defined as potential loss of equity capital. Risk has two components: uncertainty and exposure. If both are not present, there is no risk. For risk to materialise there should be exposure to the uncertainty."*

(Nigel, 2003)

Med denna definition så menar Parihar att osäkerheten finns nästan överallt och kan påverka de flesta händelser i ett företag. Men så länge som det inte finns någon exponering inför denna osäkerhet så uppstår heller ingen risk. Ett exempel är en eventuell flygförsening på grund av pågående pilotstrejk I detta fall uppstår en uppenbar osäkerhet huruvida förseningen kommer att äga rum eller ej, men om vi inte ska flyga så finns ingen exponering för denna osäkerhet och vi möter heller ingen risk (Nigel, 2003).

E. J. Vaughan går djupare in i sin diskussion angående riskbegreppet och använder sig av följande definition:

*"Risk is a condition in which there is possibility of an adverse deviation from a desired outcome that is expected or hoped for."*

(Vaughan, 1997, sid 8).

Vaughan poängterar att det handlar om en kombination av olika förhållanden i omgivningen som kan leda till en möjlig avvikelse ifrån vad vi förväntat oss. Detta ger också stöd för att hävda att det finns en sannolikhet **mellan** 0 och 1 att händelsen inträffar, men att det inte är något krav att denna sannolikhet skall vara mätbar.

Att investera med en förväntan att investeringen ska ge någon form av vinst är det som vi generellt förknippar med företagande. Det finns dock händelser som bidrar till att det vi planerade inte inträffar vilket kan resultera i en förlust. Det är utifrån dessa händelser som Vaughan väljer att klassificera olika typer av risk såsom;

- Financial or non financial.
- Dynamic or static risk.
- Pure or speculative risk.
- Fundamental or particular risk.

(Vaughan, 1997, sid 13).

*Finansiell risk* är enligt Vaughan (1997) de händelser som får konsekvenser av finansiell natur vilket vi snart kommer att se är de flesta händelser som sker inom ett företag, där som vi tidigare påstått finns en förväntan eller önskan om att det investerade kapitalet ska ge avkastning.

*Static and Dynamic Risk.* *Dynamic risk* är resultatet av förändringar som sker inom en ekonomi både externt och internt. De *externa* händelserna är ett resultat av interaktion med kunder, konkurrenter, industrin eller den nationella ekonomin. Dessa händelser är relativt de interna svåra att förutse. *Interna* händelser förknippas med de beslut som fattas av företagsledningen och om dessa inte visar sig uppfylla förväntningarna ses som en risk. Besluten kan handla om vad som ska produceras, hur det ska produceras, hur finansieringen ska ske samt var, när, hur varorna ska säljas. (Vaughan, 1997)

*Static risk* är ett resultat av människors misstag eller oärlighet och inte på grund av förändringar inom en ekonomi. Dessa risker uppstår med en viss regelbundenhet vilket gör dem mer förutsägbara än *dynamic risk* och mer likt de risker som det är möjligt att försäkra sig gentemot. (Vaughan, 1997)

*Pure and Speculative risks.* "Speculative risk" är de risker som ger upphov till en positiv eller negativ avvikelse från det resultat vi förväntat oss. Ett exempel på en speculative risk är ett köp av en lott eller en investering, vi kan förvänta oss en vinst men även en förlust. Pure risk däremot är något som innebär förlust, exempel på en sådan händelse är köp av en bil där vi vet att den med största säkerhet kommer att tappa i värde antingen av ålder eller att den på något sätt går sönder. "Pure risk" är den risk som vi vanligtvis kan försäkra oss emot, dock är det viktigt att inse att inte all Pure risk är försäkringsbar. (Vaughan, 1997)

*Fundamental and Particular risks.* Slutligen gör Vaughan en avgränsning mellan "Fundamental" och "Particular risk", där han påstår att det som utgör skillnaden beror på vem som får ta konsekvenserna av det inträffade. Fundamental risk är den typ av risk som om den inträffar leder till en skada på ett samhälle eller en population. Det kan handla om naturkatastrofer, arbetslöshet, krig och inflation är exempel på denna typ av risk. Particular risk påverkar enskilda individer eller företag. (Vaughan, 1997)

*Karen A Horcher (2005)* menar att risk är sannolikheten att något inträffar medan exponering är den bidragande orsaken till att händelsen faktiskt inträffar. Detta innebär att risk inträffar som ett resultat av exponering. De flesta företag har någon form av exponering varvid det finns möjligheter att intäkten ökar eller minskar samt att kostnader ökar eller minskar. Detta resonemang ger stöd för att påstå att risk är den sannolika variationen i avkastning. (Horcher, 2005)

De risker som har en låg sannolikhet att inträffa men om de inträffar har en stor inverkan på företaget är särskilt viktiga och på samma gång svåra för företaget att hantera. Som tidigare konstaterats så kan inte alla risker elimineras utan istället hanteras på ett sådant sätt att de istället påverkar företagets avkastning positivt.

Finansiell risk uppstår i de flesta aktiviteter som ett företag företar sig. Försäljning av produkter, inköp av råvaror, investeringar, lån är aktiviteter där finansiell risk kan uppstå men även aktiviteter som fusioner, uppköp, lånefinansiering innebär att risk uppstår i ett företag. Beslut från ledning, ägare, konkurrenter samt politiska beslut men även väder påverkar ett företags risk. (Horcher, 2005)

Det finns tre källor till finansiell risk som Karen A Horcher har valt att ange som följande:

1. *Financial risk arising from an organization's exposure to changes in market prices, such as interest rates, exchange rates, and commodity prices.*
2. *Financial risk arising from the actions of, and transactions with, other organizations such as vendors, customers, and counterparties in derivatives transactions.*
3. *Financial risks resulting from internal actions or failures of the organization, particularly people, processes, and systems.*

(Horcher, 2005, sid 3)

## 1.5 Risk Management

### *Risk Management*

Det finns en mängd olika strategier och instrument för att hantera risk, där valet kan bero på en mängd faktorer men där det viktiga är god kunskap om hur vald strategi eller instrument fungerar samt hur de används för att hantera riskerna inom företaget.

Riskhantering skall bidra till att företag inte utsätts för finansiell stress genom sitt affärsutövande, samt att säkerställa ägarnas krav på utdelning. Riskmanagementsystem bör vara så utformade att de gör de avvägningar mellan vad som krävs för att kontrollera riskerna men även tar hänsyn till de risker vilka leder till en avkastning på ägarnas insatta kapital (Nigel, 2003). Den ekonomiska teorin visar att den som tar risk även ska belönas i form av ökad avkastning (Boehlje och Lins, 2002).

Första steget i en risk management process är att företaget fastställer vilka risker som företaget möter för att sedan välja en lämplig strategi att hantera dessa risker. De utvalda strategierna ska stämma överens med de prioriteringar och målsättningar som finns inom organisationen. Medvetenheten om vilka risker ett företag möter och hur dessa ska hanteras bidrar även till att skapa en medvetenhet inom hela organisationen om vilken attityd företaget har gentemot risk. Ägare, styrelse, och affärsledning ges därmed klara riktlinjer över vilka beslut angående risk som är antagna och accepterade av hela organisationen vilket är en nödvändighet för att företaget ska kunna hantera sina risker på ett effektivt sätt. (Horcher, 2005)

Risk management är en pågående process som när den väl implementerats i företaget kontinuerligt bör uppdateras för att vara effektiv. Förändringar som sker både internt och externt i företaget påverkar om dessa strategier förblir fortsatt effektiva. Det kan handla om politiska regelverk, förändringar i efterfrågan, konkurrenters handlande, ändrade låneräntor samt prisförändringar på råvaror, är exempel på sådant som kan ha inverkan på om en strategi fortfarande är effektiv. En risk management process kan beskrivas i följande steg:

- *Identifiera och prioritera risker.*
- *Fastställ vilken grad av risk som företaget ska acceptera.*
- *Implementera en strategi som överensstämmer med företagets risk policy.*
- *Övervaka, rapportera och genomför nödvändiga förändringar.*

(Horcher, 2005, sid 5)

Det krävs att information från många delar av företaget samlas in och analyseras för att det första steget i processen ska bli så bra som möjligt. Detta innebär att företagets produkter, ledning, kunder, leverantörer, konkurrenter, prissättning, trender, balansräkningens struktur samt företagets positionering på marknaden bör analyseras. Vidare är det av vikt att företagets intressenters förhållande till risker belyses och beaktas. (Horcher, 2005)

Nästa steg i processen är att bestämma hur företaget ska förhålla sig till de risker som identifieras, här följer tre riktningar att välja bland för att hantera risker:

1. *Inta en passiv roll och inte göra några åtgärder alls i.e. acceptera all risk.*
2. *Säkra en del av sin risk genom att först fastställa vilka risker som kan och bör säkras.*
3. *Säkra all risk som överhuvudtaget är möjlig.*

(Horcher, 2005, sid 7)

Risk management är en process som bör pågå kontinuerligt varpå det är av största vikt att ständigt följa upp, kontrollera, analysera och justera beslut och strategier som fattats i samband med riks management (Horcher, 2005).

*Boehlje, Gray m.fl.* skiljer på två typer av risk; taktisk/operationell och strategisk risk. Den operationella risken som är direkt knuten till företagets verksamhet är den som traditionellt associerats med risk och innebär osäkerhet i priser, kostnader, produktion och produktivitet. Nämnade risker kännetecknas av lättillgänglig information. Det finns även möjligheter att hantera dessa risker med hjälp av exempelvis kontrakt, terminer, optioner mm. (Boehlje et al, 2005)

Strategisk risk är däremot svår att mäta och kvantifiera vilket gör den till en större utmaning att hantera jämfört med operationell risk. Strategisk risk innebär osäkerhet som ofta inte är knuten direkt till företagets verksamhet men är ändå av stor vikt att beakta, då den utgör en betydande del av den totala risken i företaget. Strategisk risk orsakas av politiska beslut och målsättningar, makroekonomiska faktorer, sociala och naturliga faktorer/preferenser, samt osäkerhet inom den industri inom vilken företaget verkar med avseende på risker som kan hänföras till råvaror, slutprodukt, konkurrens och teknisk utveckling. (Boehlje et al, 2005)

Som nämnts tidigare är det svårare att säkra sig gentemot den strategiska risken jämfört med den operationella beroende på svårigheten att mäta och kvantifiera samt avsaknad av lämpliga instrument att eliminera, transferera eller på annat sätt hantera risken. Strategisk risk skiljer sig också i det avseende att den är multidimensionell, vilket innebär att det inte finns ett direkt samband mellan exponering av risken och möjlighet att säkra sig emot risken. Detta förhållande leder till att det krävs mer kreativa och komplexa strategier som kräver en större flexibilitet, ökad förmåga att anpassa sig efter rådande förhållanden och möjligheter till diversifiering. (Boehlje and Lins, 2002)

Boehlje m.fl. menar att både den strategiska risken såväl som den operationella risken karaktäriseras av en komplexitet som kommer att bli en utmaning att hantera i framtiden. Att finna lämpliga lösningar på att mäta och kvantifiera såväl sannolikheten men även storleken av den riskexponering som kan hänföras till olika källor av riskkällor är en annan utmaning. (Boehlje and Lins, 2002)



Det finns ett antal metoder för att analysera risk där varje metod är unik för den situation som företaget befinner sig i och utifrån vilket syfte analysen sker. Teknikerna varierar från kvantitativa till mer subjektiva bedömningar av riskernas sannolikheter och effekter.

*Probability Distribution Techniques* handlar om att genom analys av historiska data mäta variationen i pris, försäljning, produktion mm för att sedan skapa en sannolikhetsfördelning för hur troligt det är att en händelse inträffar. Tekniken baseras på historiska data och används ofta av investerare och företag som underlag vid val mellan olika investeringar eller projekt som kan antas innefatta en viss risk. (Boehlje and Lins, 2002)

*Value at risk* används för att räkna ut den sannolika förlusten mätt i kronor vid en eventuell händelse. Tekniken används frekvent inom företagsvärlden och är tilltalande då den ger ett kvantitativt mått som är enkelt att relatera till och förstå. Tekniken innefattar tre steg. Det första steget syftar till att fastställa en sannolikhet att en potentiell förlust sker, då det ofta handlar om stora belopp så anses sannolikheten vara relativt låg (1-5 %). I steg två fastställs tiden under vilken händelsen väntas inträffa, 90 dagar är en vanligt använd tid bolagsvärlden, och slutligen i steg tre fastställs beloppet som kan väntas gå förlorat. Detta ger då en procentuell sannolikhet att företaget ska förlora ett visst belopp under en utsatt tid. (Boehlje and Lins, 2002)

*Options Theory* går ut på att köpa en möjlighet till att men ej en skyldighet att flytta fram ett beslut till en senare tidpunkt. Eftersom osäkerhet tenderar att vara större för händelser som inträffar längre fram i tiden så är det av fördel om det finns möjlighet att försena beslut tills dess att mer information finns tillgänglig. Detta är dock inte möjligt utan att det ofta uppstår kostnader i form av "time value of money" eller att en möjlighet glider en ur händerna till någon annan aktör. Detta är en anledning till att det finns optioner. Optioner har länge varit ett verktyg som använts för att skydda sig mot räntevariationer, växelkursfluktuationer, aktiekursförändringar mm. På senare tid har även s.k. "real options" utvecklats. Dessa innebär att positioner skapas som tillåter senareläggning av beslut med andra medel än handel med optioner i den form som traditionellt sker på börser. Real options innebär att exempelvis ett företag köper en grannfastighet för att i framtiden ha möjligheten att exploatera denna. På samma sätt kan strategiska allianser ingås, företag förvärvas eller på annat sätt integrera verksamheter. (Boehlje and Lins, 2002)

*Risk Scorecarding*. De tre tidigare metoderna som beskrivits används i huvudsak med fördel då det går att numeriskt kvantifiera risk. Som tidigare nämnts är en betydande del av den totala risken i ett företag av den natur att den är svår att mäta och objektivt kvantifiera, men likväl av yttersta vikt att beakta är den totala risken i ett företag ska analyseras, ofta den s.k. strategiska risken. *Risk scorecarding* är en metod som tillåter att subjektiva bedömningar görs av olika riskers sannolikhet och effekt, ges möjlighet att numeriskt bedömas. Genom att först fastställa vad som utgör potentiella risker för att sedan bedöma i vilken utsträckning dessa kan komma att påverka företaget blir det möjligt att rangordna riskerna och jämföra med vad som anses vara en acceptabel risknivå för företaget. (Boehlje and Lins, 2002)

Många av de risker som dagens företag möter är av den natur att de saknar möjlighet att numeriskt bedömas. De traditionella riskerna mäts ofta i variation i exempelvis pris, omsättning, produktion mm och till detta finns god tillgång på numerisk data att basera mätningar på. Nya angreppssätt att mäta och hantera risk har därför arbetats fram av vilken en är risk scorecarding som är en teknik där risker bedöms utifrån uppskattade sannolikheter och konsekvenser. Denna modell avses att tillämpas i denna studie för att kartlägga vilka risker som svensk köttindustri möter.

## 1.6 Problem

Inom svensk köttindustri råder stora strukturella skillnader, några få aktörer med en hög marknadsandel och många små aktörer som delar på en liten del av marknaden. Då importen ökar, effektiviserar de stora företagen verksamheten för att möta lågpriskonkurrens från andra delar av världen. Detta görs genom rationalisering av företagen och anläggningarna. De mindre företagen får därmed svårare att följa med i lågpriskonkurrensen. Begränsade volymer gör det dessutom svårt att hantera stora fasta kostnader såsom kvittblivning, kontrollavgifter, med mera. Dessutom domineras tillgången till marknaden av några få stora handelsblock som givet deras dominans därmed kan de diktera villkor under vilka deras leverantörer måste agera. Möjligheter att nå ut med produkter till avsättningsmarkanden blir därmed begränsande för de mindre leverantörerna, men även till viss del för de stora aktörerna.

Ökade valmöjligheter för kunden gör det viktigt för producenterna att leverera den vara som efterfrågas. En allt mer kvalitets- och miljömedveten konsument ställer idag högre krav, samtidigt som ett ständigt ökande utbud av lågprisalternativ når butikshyllorna. Möjligheten att förmedla billiga produkter av hög kvalitet blir därmed allt mer viktigt.

Frågan är därför vilka typer och former av risker möter de svenska köttföretagen och hur hanterar företagen dessa risker?

## 1.7 Syfte

Syftet med denna studie är att analysera om och varför företag inom den svenska köttindustrin använder risk management strategier. Att upptäcka och mäta risker är det första steget inom risk management processen och en förutsättning för att bedriva effektiv risk hantering. Vidare syftar studien till att jämföra eventuella skillnader mellan företag som använder sig av någon av följande fyra risk management strategier; kontrakt, certifiering, lokal försäljning och lokala inköp. Syftet är således att analysera följande frågor.

- Analysera typer av risker företag inom köttindustrin möter?
- Analysera på vilket sätt den upplevda risken skiljer sig mellan företag som väljer att kontraktera/inte kontraktera?
- Analysera på vilket sätt den upplevda risken skiljer sig mellan företag som använder kvalitets- och miljöledningssystem/ej använder kvalitets- och miljöledningssystem?
- Analysera på vilket sätt den upplevda risken skiljer sig mellan företag som väljer att distribuera produkter på en lokal marknad/ej distribuera på en lokal marknad?
- Analysera på vilket sätt den upplevda risken skiljer sig mellan företag som väljer att köpa köttråvara på en lokal marknad/ej köpa köttråvara på en lokal marknad?

## 2 Teoretisk ram

I kapitlet belyses den teoretiska ansatsen bakom risk och risk management. Den teoretiska bakgrunden ger stöd till att genomföra denna studie. Den teoretiska bakgrunden till risk är förväntad nyttoteori vilken är den teori som avses belysas i detta avsnitt.

### 2.1 Förväntad nyttoteori

Förväntad nyttoteori grundar sig i antagandet att individer antas maximera sin nytta under förhållanden där ett val kan ge mer än ett resultat, men där individen föredrar ett resultat före ett annat. Detta antagande baseras på teorin om nyttomaximering där  $X > Y$  endast om  $u(X) > u(Y)$  där nyttan  $u$  av  $X$  är större än nyttan  $u$  av  $Y$ . För en utförligare genomgång av nyttomaximering och nyttoteorin se Varian 1992 sid 95.

Som tidigare diskuterats så omgärdas de flesta beslut av risk, där ett förväntat resultat inte med 100 % säkerhet kommer att uppnås. För att hantera denna situation introduceras begreppet förväntad nytta där ett förväntat resultat endast uppnås med en viss sannolikhet mellan 0 och 1. Detta ger ett uttryck för förväntad nytta:

$$\sum_{i=1}^n p_i u(x_i). \quad (1.1)$$

Där resultatet  $x_i$  uppnås med sannolikheten  $p_i$  för  $i = 1, \dots, n$  (Varian, 1992, sid176).

På liknande sätt antas det underliggande resonemanget till förväntad nytta även gälla då vi har kontinuerlig sannolikhetsfördelning. I de fall som  $p(x)$  är sannolikheten för  $x$  skulle detta ge:

$$\int u(x) p(x) dx. \quad (1.2)$$

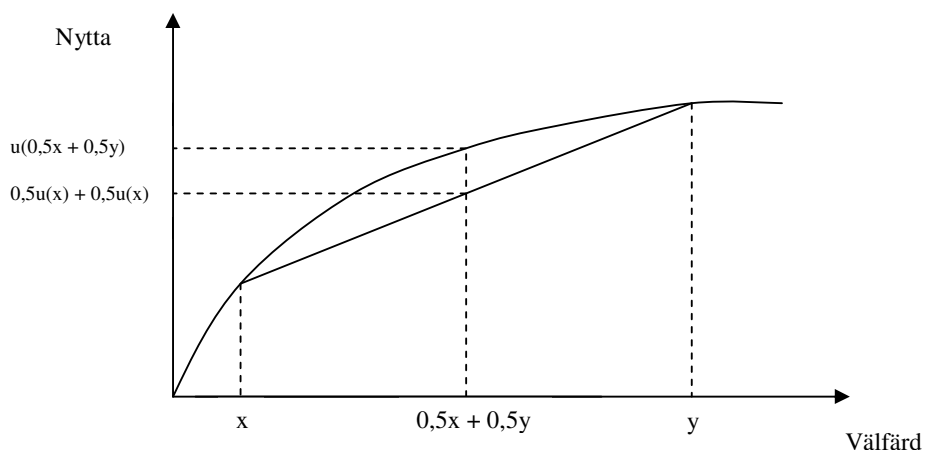
Genom att beteckna en slumpmässig variabel  $X$  som kan anta värden av  $x$  så blir nyttan av  $X$  också en slumpmässig variabel,  $u(X)$ . Den förväntade nyttan av exempelvis ett lotteri kan då betecknas  $u(X)$ . Detta gäller både för den diskreta (1.1) och den kontinuerliga fördelningen (1.2).

## 2.2 Riskaversion

För att mäta individers preferenser gentemot risk kan vi anta ett spel där vinsten består i pengar, genom att först ange sannolikheten till utfallen  $x$  och  $y$  genom formeln:

$p * x \oplus (1 - p) * y$ . Sedan adderar vi individens nytta vilket ger formeln:  $pu(x) \oplus (1 - p)u(y)$ .

vilket är ett uttryck för individens nytta av detta spel. Det går att illustrera individens riskpreferenser med i figur 1:



**”Förväntad nytta av ett spel.** Den förväntade nyttan av spelet är  $0,5u(x) + 0,5u(y)$ . Nyttan av det förväntade värdet av spelet är  $u(0,5x + 0,5y)$ . Detta illustrerar att nyttan av det förväntade värdet är högre än den förväntade nyttan av spelet, så individen är riskaversiv.”

Figur 1. Nyttan av det förväntade värdet avtar givet att välfärden ökar. Källa: Varian 1992 sid178

Nyttofunktionen ger uttryck för individens preferenser gentemot risk. Givet formen på kurvan går det att avgöra om en individ är riskaversiv, riskälskande eller riskneutral. En konkav kurva beskriver en riskaversiv individ och desto mer konkav kurvan är desto mer riskaversiv är individen. Om kurvan är konvex kommer alltid den förväntade nyttan av spelet att vara högre än det förväntade värdet av spelet vilket därmed bidrar till att denna individ vill delta i spelet. Det tredje alternativet är en riskneutral individ med en linjär nyttofunktion och risken spelar därmed ingen roll för om individen deltar i spelet eller ej. Figur ett visar även att då välfärden ökar avtar marginalnyttan och den riskaversive individen väljer ett lägre säkert utfall än ett osäkert högre utfall.

## 2.3 Boehlje och Lins modell

I figur 2 redovisas Boehlje och Lins (2002) modell av riskmanagementprocessen efter egen bearbetning. Modellen i bearbetad version ligger till grund för denna studie. Vid enkät konstruktionen arbetades frågorna fram delvis utifrån denna modells beskrivning av de olika riskkategorierna.

Risk kategorier	Beskrivning av riskkategorier
Finansiering och Finansiell struktur.	Återbetalningsförmåga, kapitalstruktur, likviditet, soliditet, lönsamhet.
Priser och villkor.	Variation i priser och kostnader, kostnadsstruktur, kontraktsvillkor, marknad och tillgång till marknad
Samarbete och samarbetspartners	Oberoende, nära samarbeten, information och informationsflöden.
Konkurrens och konkurrenter	Marknadsandelar, priskrig,
Kunder och kundrelationer	Produkt och produktsäkerhet, kundnytta, kundlojalitet, säljstrategier.
Distribution och distributions system.	Transportkostnader, service, pålitlighet
Anställda och humant kapital	Omsättning av personal, kollektivavtal, hälsa, utbildning, rekrytering, organisationsstruktur.
Lagar och förordningar	Rapportering och kontroll, miljö, spårbarhet, handelsvillkor, bidrag.
Politisk risk	Regimskifte, krig, terrorism, äganderätt.
Anseende och Image	Regional acceptans, rykte, varumärke,
Teknologiska faktorer	Teknisk utveckling, komplexitet i produktion, utbildningskrav,
Finansiella marknader	Räntor, växelkurser, derivat
Operationella och företagsspecifika	Sjukdomsutbrott, kontraktsrisk, byte av ledning, interna processer och kontrollapparat, naturkatastrof, anläggningar

*Figur 2. Möjliga riskkategorier som företag kan exponeras för samt beskrivning av dessa. Figuren är en egen bearbetning av Boehlje och Lins modell (Boehlje and Lins, 2002 sid 4)*

Risk scorecarding är en modell som används i syfte att kartlägga subjektiva risker som det tidigare varit svårt att kvantifiera. Risk scorecarding är mycket likt den modell som banker och andra kreditinstitut använder sig av när de ska bedöma kunders kreditvärdighet s.k. ”credit risk scorecard”. I modellen identifieras risker som kan antas uppstå inom en speciell industri eller inom ett företag. Med hjälp av modellen så bedöms varje kategori av risk utifrån vilken sannolikhet det är att den ska inträffa, modellen kan även utvecklas för att mäta effekten det av en speciell händelse. Modellen gör det möjligt att fatta beslut och utveckla strategier för hur riskerna ska hanteras. (Boehlje 2002)

Att objektivt kunna mäta och hantera risk är möjligt vid tillämpning tekniker såsom futures, forward contracts, options mm. Däremot är det svårare att objektivt mäta de strategiska riskerna vilket lett till att dessa i historiskt hänseende inte getts den uppmärksamhet som är önskvärd för att få en total överblick vid hantering av risk. Trots att det är önskvärdt att objektivt mäta risker så bör dessa risker inte förbises, i synnerhet i en tid då strategisk risk har en betydande roll i företags totala riskexponering. Det är mot denna bakgrund som risk scorecard modellen arbetats fram. (Boehlje et. al 2005 sid 26)

## 2.4 Modell

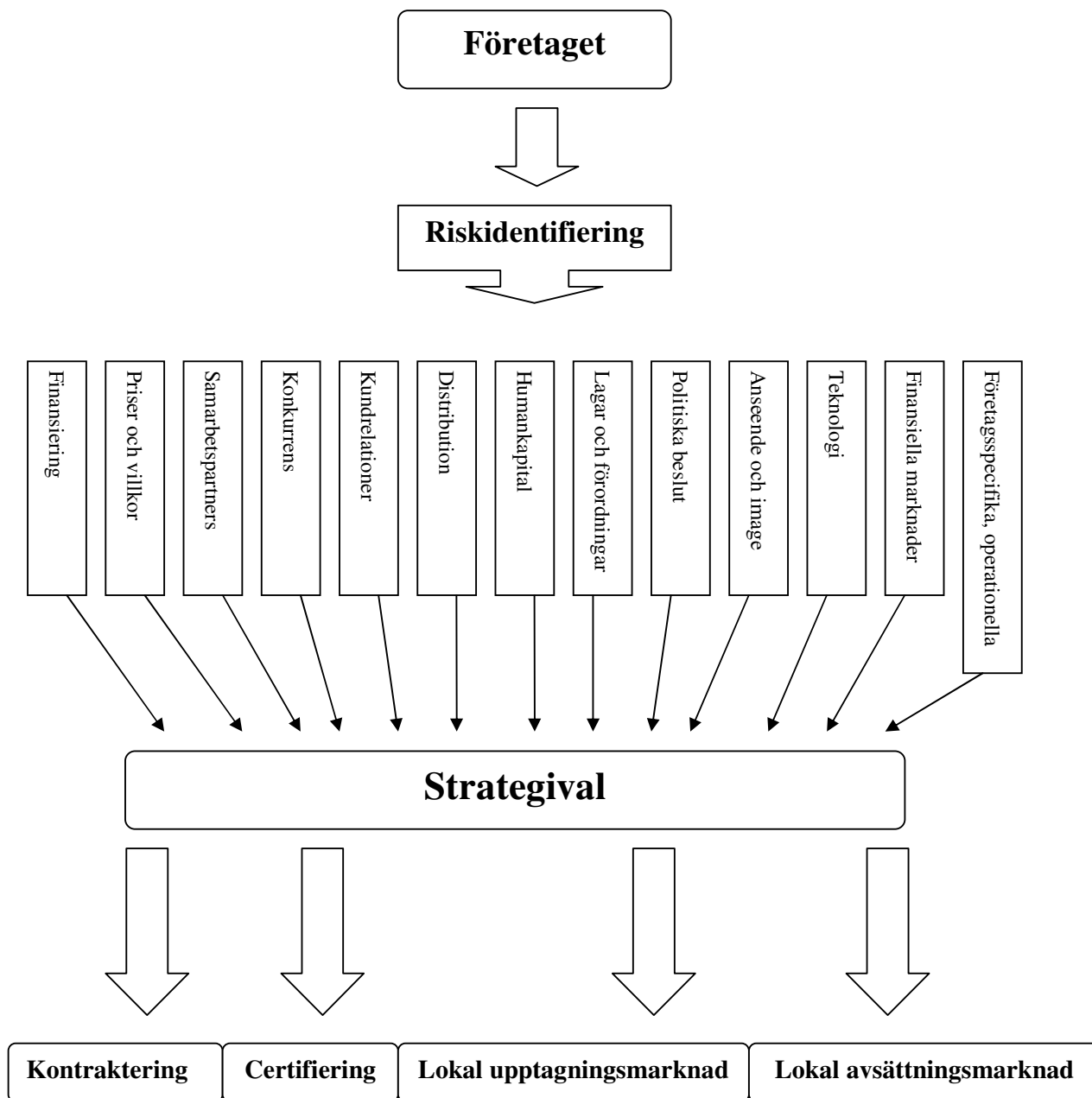
I detta kapitel beskrivs den modell som senare i arbetet ligger till grund för analys av frågeställningarna som presenterats i syftet för denna studie. Syftet med arbetet är att utreda vilka faktorer som ligger till grund för val av riskmanagementstrategier. Strategierna, kontraktering, certifiering, lokal upptagningsmarknad och lokal avsättningsmarknad har efter genomgång av tidigare studier valts ut för att användas i studien, modellen visas i figur 3.

Riskkategorierna identifieras utifrån en egen bearbetning av Boehlje och Lins (2002). Valet att inkludera de fyra riskmanagementstrategierna grundas på tidigare studier. Nedan i figur 3 följer en presentation av modellen och de olika strategierna.

Boehlje och Lins (2002) pekar på sambandet mellan risk och produktdiversifiering. Via positionering mot marknadssegment som efterfrågar speciella attribut. Rutegård (2007) menar att de ”småskaliga” systemen vinner marknadsandelar. De små producenterna agerar ofta på en lokal marknad, varför denna strategi beaktas i modellen. Boehlje och Lins (2002) hävdar dock att genom diversifiering bör uppmärksamhet iakttas då kundernas preferenser ej är stabila över tiden samt att den tekniska utvecklingen och konkurrensen ständigt förändras. Detta innebär att ett val av denna strategi kräver ständig uppmärksamhet på omvärlden. Vidare är varumärket under vilket varorna produceras en viktig del om strategin ska vara effektiv. (Boehlje och Lins, 2002)

En studie av Poray et al, 2003 visar att variationen i kapacitetsutnyttjande minskar då graden av vertikala samarbeten ökar. Vid kontraktering minskar risken för prisvariationen samtidigt som kvalitets- och råvarutillförseln förbättras Hayenga et al, (2000). Detta leder till att både kontraktering och vertikal integration är användbara strategier för att hantera risk inom köttindustrin. Dock förekommer vertikal integration i mycket liten utsträckning i Sverige vilket gör att dataunderlaget för en sådan studie skulle bli mycket begränsat. Vidare menar Williamson (2002) att vertikal integration är kostsamt och bör endast användas i speciella situationer (se kapitel 2.6). Av denna anledning inkluderades kontrakt som en riskmanagementstrategi i modellen.

I de fall som kvalitets- och miljöledningssystem används på ett effektivt sätt kan företaget förbättra produkterna och servicen. Genom att använda systemen för löpande förbättringar kan företaget bättre möta kundernas behov (Hepner et al, 2004). Studier visar att företag i köttindustrin som endast använder HACCP som kvalitets- och miljöledningssystem ej utnyttjar det till fullo. Möjligheterna som systemen erbjuder förbises och de används huvudsakligen på grund av att det är ett krav ur ett ”food safety programme” (Hepner et al, 2004, sid 564). Hepner et al, 2004 föreslår vidare studier inom ämnet då kvalitets- och miljöledningssystemen anses ha stora fördelar för företag inom köttindustrin givet ett effektivt utnyttjande av dessa system. (Hepner et al, 2004) Mot bakgrund av detta resonemang inkluderas kvalitets- och miljöledningssystem (certifiering) i modellen.



Figur 3. Studiens modell med koppling till Boehlje och Lins (2002) modell över risker i lantbruksföretag samt Horchers beskrivning av riskmanagementprocessen. Källa: Egen bearbetning

## 2.5 Kontrakt

Ett kontrakt i kontexten av köpare säljare är en transaktionsöverenskommelse mellan två eller fler parter. (Williamson, 2002) Kontraktet ska överbygga några av de problem som kan uppstå då transaktioner utförs mellan två parter på en marknad. Kontraktering grundar sig i den problematik som agentteorin belyser, nämligen osäkerhet mellan köpare och säljare. Då en transaktion skall äga rum finns det alltid risk för målkonflikt mellan köpare och säljare det vill säga, hur det förväntade resultatet av transaktionen uppfattas av de båda parterna. Vidare kompliceras denna fråga av hur köparen skall kontrollera att det som beställts, levereras enligt överenskommelse. Ytterligare problem uppstår då det inte är fastställt vem av köparen eller säljaren som ska bära den risk som transaktionen innebär. (Eisenhardt, 1989)

I målkonflikten finns flera faktorer som leder till att parterna i en transaktion ej strävar mot samma mål. Att främst se till sitt eget intresse, begränsad rationalitet, ofullständig information är exempel på sådana faktorer. Kontrakt är ett verktyg som används för att kontrollera att de båda parterna håller sig till vad som överenskommit och diktera vad som överenskommit. (Eisenhardt, 1989)

Hur och varför företag kontrakterar har beskrivits av Williamson (2002) i ett kontraktsschema. Williamson menar att motiven till att företag kontrakterar förklaras av vilken riskaversion företaget har i.e. hur mycket extra risk företaget villigt att acceptera för att uppnå en extra enhet nytta (se kapitel 2.2, figur 1). Vidare anser Williamson att kontraktering förklaras av hur unik den vara eller produkt som produceras eller köps är, samt hur väl företaget vill skydda sin investering (i detta fall skydda sin produkt från plagiering). (Williamson, 2002)

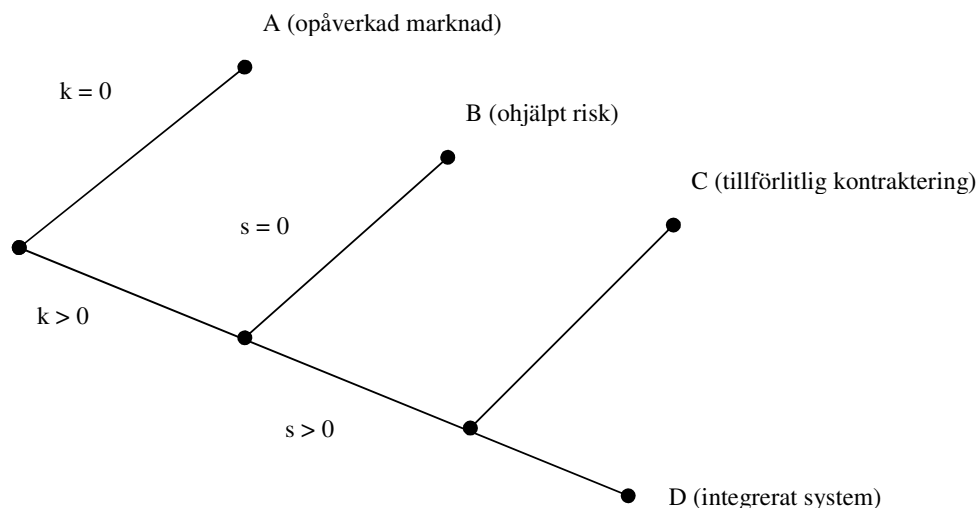
Anta nu att ett företag kan producera eller köpa in en vara eller produkt som inte är unik eller inte kräver speciell teknik för att tillverkas. Detta representeras av  $k=0$  i figur tre. Om varan eller produkten är unik eller kräver speciell teknik för att tillverkas är  $k>0$ . Företagets incitament att skydda investeringen representeras av  $s$ . I de fall företaget väljer att inte på något sätt skydda sin investering är  $s=0$  i figur fyra. Då det finns incitament och när företaget aktivt skyddar sin investering via hemlighållande av information exempel via patent representeras detta av  $s>0$ . (ibid)

Nod A i figur tre är en situation där handel sker utan några som helst kontrakt och företagen agerar oberoende av varandra, priser styrs av fri och öppen konkurrens och eventuella tvister avgörs direkt i domstol. Nod B representerar specifika investeringar och unika produkter ( $k>0$ ) oskyddade ( $s=0$ ) och företagen accepterar den risk det innebär att ej kontraktera. I dessa situationer krävs att företagen är medvetna om den risk de exponeras för och därigenom via priset på varan eller produkten kan belönas för den risk de tar. (ibid)

I Nod C och D skyddas produkterna med kontrakt respektive vertikal integration. I Nod C kontrakterar företaget varor och/eller produkter. I de fall som dessa kontrakt av någon anledning inte är tillräckliga kommer produkten ej att finnas kvar på marknaden. Då finns istället möjligheten att vertikalt integrera som i Nod D. Intern hantering av transaktioner är dock kostsamt och bör ses som ett sista alternativ då kontrakt ej är tillräckliga eller varan och tekniken har ett så högt värde att risken av att ej integrera verksamheten uppväger de kostnader som uppstår vid vertikal integration. (ibid)



Då företag väljer att passera en Nod sjunker priset som kunden/leverantören är villig att betala. Skillnaden i pris mellan varje Nod representerar en riskpremie företaget är beredd att betala/avstå ifrån då de passerar en Nod.



Figur 4. Kontraktsschema. Källa: Williamson, 2002, sid 183

## 2.6 Kvalitets- och miljöledningssystem

Nytan med kvalitet och miljöledningssystem syftar till att genom standardisering uppfylla de krav som företaget ställer på verksamheten. Systemen kan syfta till att möta kvalitetskrav gentemot kunder, regler eller miljökrav från myndigheter. Tredjeparts-certifiering innebär att en oberoende krediterare kontrollerar och följer upp de kontrollpunkter som karakteriserar ledningssystemet. En allmän standard likt ISO kan appliceras på alla typer av företag oavsett storlek, produkt eller sektor. (www, ISO 2008, 1)

I mindre företag saknas ofta skrivna regler för hur olika delar av verksamheten ska utföras och hur olika situationer ska hanteras. Detta resulterar i en verksamhet som tenderar att skötas utifrån ”vi gör som vi alltid gjort”. Inom större organisationer och i mer komplexa verksamheter finns ofta någon form av dokumentation över hur verksamheten ska bedrivas. En viktig del i ett ledningssystem är effektivisering och att säkerställa att inget sker felaktigt samt att alla vet hur och varför saker utförs. Detta skall gälla alla verksamheter oavsett storlek, produkt eller sektor. Systemen är mer en process än ett fast dokument och följer mönstret, planera, implementera, kontrollera och följa upp och förbättra. (www, ISO 2008, 1)

Effektiviteten i en organisation kan beskrivas som produkten av ett antal sammanlänkade aktiviteter. Ett ledningssystem har som uppgift att identifiera samt styra dessa aktiviteter för att nå en ökad effektivitet. Denna typ av ledningssystem benämns ”processmodellen” (Bowin, 2001). Processmodellen används med fördel som ledningssystem för kvalitet och framhåller då betydelsen av:

- A) förstå och uppfylla krav
- B) inse behovet av att betrakta processerna med utgångspunkt från skapat mervärde
- C) ta fram resultat rörande processernas prestanda och verkan och
- D) genomföra ständiga förbättringar av processerna, baserat på en objektiv mätning.

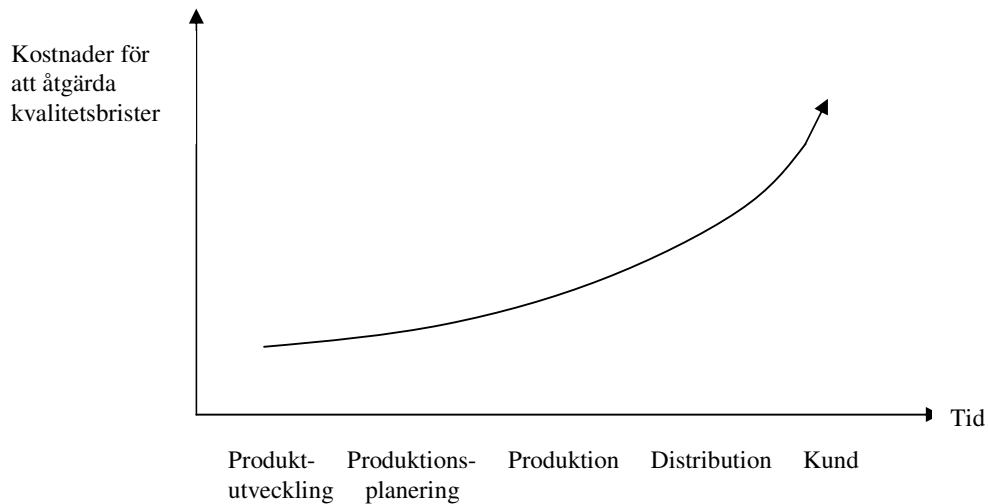
(Bowin, 2001)

Kunders uppfattning av den levererade kvalitén utgör basen för att identifiera de krav som ställs på organisationen, varför bevakning av kundtillfredsställelse är av hög vikt. Ett utrymme skapas på att ständigt förbättra kvaliteten (upplevd kundnytta) inom organisationen genom ett väl utnyttjat ledningssystem. Likväl som kundnytta spelar författningskrav en viktig del i effektiviteten av ett ledningssystem då de på samma sätt bör bevakas och ingå i de krav som fastställs i ledningssystemet. (Bowin, 2001)

Bergström och Hellqvist (2004) beskriver mer konkret vad som uppnåtts i företag som valt att införa kvalitets- och miljöledningssystem i sina verksamheter. De bakomliggande drivkrafterna kan delas in i två grupper; interna drivkrafter som syftar till att öka resursutnyttjandet, effektivisera produktionen, engagera personalen samt minska antalet kassationer och reklamationer. Externa drivkrafter syftar till att förbättra företagets relationer till kunder, myndigheter och andra intressenter. (Bergström och Hellqvist, 2004)

*Externa drivkrafter* ger företaget större möjligheter att utvecklas tack vare ett ökat förtroende från kunder och leverantörer. Utveckling i detta sammanhang handlar om att behålla gamla kunder och att finna nya marknader. Ledningssystemet ses som ett kvitto på att verksamheten uppfyller de krav som ställs på dem och de prestationer som utlovas. Leveranssäkerhet garanteras i form av att rätt kvantitet och kvalitet levereras enligt överenskommelse med låg miljöpåverkan. Ledningssystemet möjliggör även ökad spårbarhet då fel och brister kan härledas till källan, vilket är en förtroendeskapande faktor. (Bergström och Hellqvist, 2004)

Strukturering är ett nyckelord i sammanhanget ledningssystem, vilket uppfattas positivt av både företagsledning och anställda i det berörda företaget. Som tidigare nämnts tydliggörs vad och av vem som aktiviteter skall utföras vilket också får positiva effekter i företaget. Bergström och Hellqvist betonar att ett väl fungerande kvalitets- och miljöledningssystem bidrar till att sänka de sk. ”kvalitetsbristkostnaderna” som utgörs av bland annat kassationer, produktionsstopp, omarbetningar och reklamationer. Nämda kostnader kan uppgå till mellan 10-30 % av ett företags omsättning (Bergström och Hellqvist, 2004 sid 23). Ett ledningssystem bidrar till att kvalitetsbrister kan uppmärksammas tidigare vilket gör det möjligt att begränsa dessa kostnader. Kostnader för kvalitetsbrister är positivt korrelerade med tiden, vilket beror på att om en kvalitetsbrist upptäcks när produkten nått kunden har dels företaget redan lagt mycket resurser på produkten samtidigt som reklamationkostnader och eventuella ersättningar kan aktualiseras. I figur fem visas grafiskt hur dessa kostnader utvecklas under tiden. (Bergström och Hellqvist, 2004)



Figur 5. Kostnader för kvalitetsbrister på produkter beroende på tid från produktutveckling tills produkten når kund. Källa: Bergström och Hellqvist, 2004 sid 24

Förutom de direkta kostnader som detta medför så skadas även företagets rykte och image, vilket i sig kan vara en betydligt högre kostnad än de direkta kostnaderna. Kvalitet- och miljöledningssystem leder även till att företaget bättre kan kontrollera att underleverantörer sköter sina åtaganden och därmed minskar riskerna för störningar i råvaruflödena. (ibid.)

Förutom nämnda anledningar till att använda sig av kvalitet- och miljöledningssystem så leder överblick och helhetssyn i företaget till att övriga resurser allokeras på ett mer effektivt sätt såsom elförbrukning, värme, förpackningsmaterial och råvaror. (ibid.)

Bergström och Hellqvist summerar vad ett företag kan uppnå genom att implementera ett ledningssystem för kvalitet, produktsäkerhet och miljö som följande:

- Förbättra sina företagsrelationer
- Behålla sina kunder
- Få nya kunder
- Få tillträde till andra marknader
- Förbättra sin trovärdighet
- Stärka förtroendet för sina produkter
- Effektivisera och förbättra styrningen av företaget
- Motivera och engagera sina medarbetare
- Öka medvetenheten om kraven på produkterna och verksamheten
- Underlätta introduktionen av tillfälliga eller nya medarbetare
- Synliggöra och minska sina kvalitetsbristkostnader
- Minska risken för störningar som beror på underleverantörerna
- Förbättra flödet genom verksamheten
- Effektivisera sin resursanvändning

Källa: Bergström och Hellqvist, 2004, sid 26

### *HACCP*

En HACCP plan används av inom produktionsledet för att identifiera, bedöma och kontrollera faror knutna till livsmedelssäkerheten. Med hjälp av ett flödesschema sammanställs alla tänkbara faror som kan hota livsmedelssäkerheten exempelvis mikrobiella, kemiska, allergena och fysiologiska. (www, SLV 2008, 1)

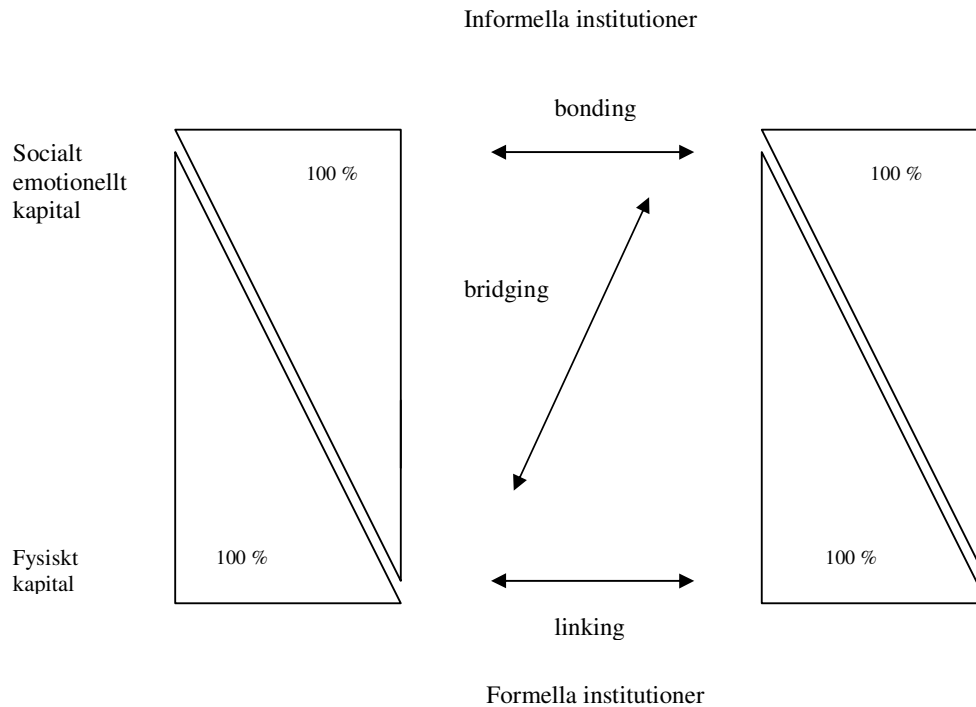
”I artikel 5 i förordningen (EG) nr852/2004 om livsmedelshygien framgår att livsmedelsföretagare i alla led förutom i primärproduktionsledet ska inrätta, genomföra och upprätthålla ett eller flera förfaranden grundade på HACCP-principerna” (www, SLV 2008, 3, sid 4).

HACCP- principerna är anpassade att användas i alla typer av livsmedelsproducerande företag som utarbetades ursprungligen för att användas i större företag. Vidare passar de mindre bra att använda inom verksamheter som endast innebär små hygieniska risker. Företag med dessa typer av verksamheter behöver därför ej inrätta HACCP- principerna under förutsättningarna att de säkerställer att livsmedelsburna faror förebyggs till acceptabla nivåer. Exempel på sådana företag är livsmedelsföretag som ej har manuell hantering och företag som transporterar och lagrar ickeförstörbara livsmedel. I de fall där nationella branschriktlinjer finns kan undantag även ges från införande av HACCP-principerna. (www, SLV 2008, 3)

I en costbenefit analys utförd av Roberts et al. 1996 framgår att det finns nettofördelar för kött- och kycklingföretag av att implementera HACCP-principerna. Dock visar studien att fördelarna ökar då företagen är större dvs hanterar större volymer. (Roberts, 1996)

## 2.7 Socialt kapital Lokal Profil

En vara kan anses innehålla fler nyttor än den fysiska nyttan, genom att anta att en vara innehåller emotionella och sociala nyttor kan vi förstå varför företag bedriver handel utan fysiska kontrakt. De socioemotionella attributen i en vara leder till att företag agerar sympatiskt gentemot varandra och risken för ”the moral hazard” reduceras därmed. Enligt agentteorin uppstår målkonflikter, incitament till att agera på ett sätt som bara gagnar agenten eller principalen. Vidare är ”dold information” något som företag exponeras för då de bedriver handel med andra företag. Ofta anses kontrakt vara en lösning på de problem som uppstår mellan aktörer som bedriver handel. Detta för att ett kontrakt kan specificera exempelvis priser, kvaliteter, kvantiteter, tidpunkt mm för det transaktionen avser. Genom att analysera de ytterligare attribut som en vara kan innehålla samt att studera den relation som aktörerna har till varandra blir det möjligt att förstå varför företag i vissa situationer väljer att ha ett utbyte utan att formella kontrakt upprättas. I figur sex illustreras hur varor med olika laddningar av de socioemotionella attributen leder till att företag etablerar en mer sympatisk roll gentemot varandra och hur detta kan leda till en ökad informell handel, aktörerna emellan.



Figur 6. Hur andelen socialt emotionellt kapital som en produkt innehåller, påverkar vilken typ av institution som väljs. Källa: Bearbetning av Karin Hakelius från Robinson et al, 2002

## 2.8 Hypoteser

Mot bakgrund av den teoretiska ram som tillämpas i denna studie samt de tidigare studierna i området, formuleras ett antal hypoteser, vilka ligger till grund för den empiriska analysen. Det finns skäl att tro att den svenska köttindustrin använder sig av ett antal strategier för att hantera risker. Strategierna presenteras i kapitel 2.5, 2.6 och 2.7 det är utifrån dessa strategier som hypoteserna grupperas.

### Kontrakt

1. Företag som kontrakterar producerar unika produkter under högt värderat varumärke. (Williamson, 2002)
2. Kontraktering ökar företagets produktivitet. (Poray et al, 2003)
3. Leveranssäkerheten är högre för kontrakterande företag (Poray et al, 2003)
4. Prisvariationerna är lägre för kontrakterande företag. (Hayenga et al, 2000)
5. Kostnadsvariationerna är lägre för kontrakterande företag. (Hayenga et al, 2000)
6. Kontrakterande företag ställer höga kvalitetskrav. (Hayenga et al, 2000)
7. Kontrakterande företag är mer riskaversiva eftersom företagets anseende kan skadas. (se nyttoteori och riskaversion)
8. Kontrakterande företag kan i högre grad konkurrera med lågt pris. (Williamson, 2002)

### *Kvalitets- och miljöledningssystem*

1. Företag som använder kvalitets- och miljöcertifieringssystem producerar unika produkter under högt värderat varumärke. (Bergström och Hellqvist, 2004)
2. Kvalitets- och miljöcertifierade företag är mer riskaversiva eftersom företagets anseende kan skadas. (Bowin, 2001) och (se nyttoteori och riskaversion)
3. Omsättning är positivt korrelerat med användning av kvalitets- och miljöledningssystem. (www, ISO 2008, 1)
4. Företagets ägare arbetar mer sällan i företag som använder kvalitets- och miljöcertifieringssystem.
5. Kvalitets- och miljöledningssystem är positivt relaterat företagets möjlighet att öka marknadsandelar. (Bergström och Hellqvist, 2004)
6. Företag som använder kvalitets- och miljöcertifieringssystem har hög leveranssäkerhet. (Bergström och Hellqvist, 2004)
7. Företag som använder kvalitets- och miljöledningssystem uppnår lättare de krav som ställs från myndigheter. (www, ISO 2008, 1)

### *Lokal avsättningsmarknad*

1. Omsättning är negativt korrelerat med lokal avsättningsmarknad.
2. Företag med lokal avsättningsmarknad är mer riskaversiva eftersom företagets anseende skadas relativt sett mer vid kvalitetsbrister. (se nyttoteori och riskaversion)
3. Prisvariationen är lägre för företag med lokal avsättningsmarknad.
4. Företagets ägare arbetar mer ofta aktivt i företag med en lokal avsättningsmarknad.
5. Det är svårt för nya aktörer att etablera sig på lokal avsättningsmarknad. (socialt kapital)

### *Lokal upptagningsmarknad*

1. Omsättning är negativt korrelerat med lokal upptagningsmarknad.
2. Företag med lokal upptagningsmarknad är mer riskaversiva eftersom företagets anseende skadas relativt sett mer vid kvalitetsbrister. (se nyttoteori och riskaversion)
3. Prisvariationerna är lägre för företag med lokal upptagningsmarknad.
4. Företagets ägare arbetar mer ofta aktivt i företag med en lokal upptagningsmarknad.
5. Det är svårt för nya aktörer att etablera sig på lokal upptagningsmarknad. (socialt kapital)

### 3 Metod

Metoden utgör grunden för att analysera tillämpliga riskmanagementstrategier i svenska köttföretag. I den första delen av arbetet genomfördes en litteraturstudie som ligger till grund för utformning av en enkät samt val av metod för att bearbeta insamlade data. I samband med litteraturstudien genomfördes även intervjuer med Fredrik Sundblad, representant för branschorganisationen Kött- och chark företagen. Intervjun syftade till att skapa förståelse för branschens struktur, aktörer samt marknader. Innan enkäten sändes ut prövades enkäten kvalitativt med företagsrepresentanter från de tre berörda inriktningarna slakt, styckning och chark.

Risk scorecard modellen valdes framför andra metoder då en av fördelarna med risk scorecard modellen är att den gör det möjligt att kvantifiera risker som är av både typen operationell och strategisk risk. Detta görs genom att subjektivt tillmäta dessa risker ett värde på en ordinalskala med numeriska mätetal; 1,2,3 och så vidare. Ett högre tillmätt värde innebär högre grad av risk. Andra metoder som diskuterats i tidigare delar av arbetet möjliggör ej numerisk analys av alla typer av risk vilket leder till valet av metod i denna studie är scorecard modell. (Boehlje, 2002)

Identifiering av risker utifrån ett risk management perspektiv innebär att med något form av verktyg analysera vilka typer av risk som företaget möter. I en enkätundersökning kan information insamlas från ett stort urval av respondenter. Detta verktyg används ofta och med fördel i dessa situationer. En svaghet med metoden är dock att risker som i hög grad är företagsspecifika ej kan identifieras. Ytterligare en svaghet är att undersökningens syfte noga måste klargöras då det annars kan uppstå missförstånd mellan respondent och forskare. I en enkät kan känslig information efterfrågas vilket kan ge upphov till misstänksamhet och i förlängningen ge ett missvisande resultat från enkäten i form av felaktiga svar. På grund av påvisade svagheter med metoden avisas den av sofliga forskare. (Vaughan 1997, sid 112)

### 3.1 Logit metoden

För att kunna analysera hur företagets riskexponering påverkar valet av någon av strategierna, tillämpas Logitmetoden. I denna metod erhålls sannolikheten för att ett företag väljer en viss typ av strategi. Att välja en strategi eller ej är en binär variabel, vilket innebär att valen är varandra uteslutande. Antingen välj strategin ( $Y=1$ ) eller ej ( $Y=0$ ).  $Y$  förväntas bero på ett antal observerade variabler  $X$ . Detta innebär att en förändring i variabeln  $X$  påverkar sannolikheten för att  $Y$  ska anta 1 respektive 0. (Greene, 1993)

$$(1) \quad P(Y = 1) = F(\beta'x)$$

där

$P =$  sannolikheten

$Y =$  beroende – variabeln

$\beta =$  parametrar,  $\beta_1 \dots \beta_n$

$x =$  observerad variabler,  $x_1 \dots x_n$

Sannolikheten att  $Y=0$  blir då enligt (2)

$$(2) \quad P(Y = 0) = 1 - F(\beta'x)$$

I de fall då den kumulativa fördelningsfunktionen  $f(\beta'x)$  antas vara logistisk gäller (3)

$$(3) \quad P(Y = 1) = \frac{e^{\beta'x}}{(1 + e^{\beta'x})}$$

där  $P(Y = 1)$  är den betingade sannolikheten att  $Y=1$ .

### 3.2 Hypotestest

För att testa huruvida det föreligger signifikanta skillnader mellan företagen som väljer någon av de i studien analyserade riskmanagement strategierna används t-test. T-test ger svar på om det skattade medelvärdet avviker tillräckligt från det verkliga värdet att det ger stöd för att förkasta noll hypotesen. Under antaganden att varianserna är olika, det föreligger två oberoende slumpmässiga stickprov där observationerna är normalfördelade och att antalet observationer är stort  $>30$ . (Newbold, 1991)

Populationsvarianserna  $\sigma_x^2$  och  $\sigma_y^2$  skattas med hjälp av stickprovsvariansen  $S_x^2$  och  $S_y^2$ .

Populationsmedelvärden  $\mu_x$  och  $\mu_y$  skattas med hjälp av stickprovsmedelvärden  $\bar{X}$  och  $\bar{Y}$ .

Testets signifikansnivå är  $\alpha$ .  $D_0$  ställs lika med noll.

Hypoteserna är:  $H_0 : \mu_x - \mu_y = D_0$  mot alternativet  $H_1 : \mu_x - \mu_y \neq D_0$



Beslutsregeln är att  $H_0$  förkastas om:

$$\frac{\bar{X} - \bar{Y} - D_0}{\sqrt{\frac{S_X^2}{n_x} + \frac{S_Y^2}{n_y}}} < -Z_{\alpha/2} \quad \text{eller} \quad \frac{\bar{X} - \bar{Y} - D_0}{\sqrt{\frac{S_X^2}{n_x} + \frac{S_Y^2}{n_y}}} > Z_{\alpha/2}$$

(Newbold, 1991)

$n_x$  och  $n_y$  avser sampelstorleken för x och y:  $Z_{\alpha/2}$  avser ett värde ur

normalfördelningstabellen där sannolikheten för utfallen är  $\frac{\alpha}{2}$ .

Då  $\mu_x$  och  $\mu_y$  estimeras som andelar gäller följande metod för att testa  $H_0$ :

Förkasta  $H_0$  om

$$\frac{\hat{p}_1 - \hat{p}_2}{\sqrt{\hat{p}_0(1 - \hat{p}_0)\left(\frac{1}{n_x} + \frac{1}{n_y}\right)}} < -Z_{\alpha/2} \quad \text{eller} \quad \frac{\hat{p}_1 - \hat{p}_2}{\sqrt{\hat{p}_0(1 - \hat{p}_0)\left(\frac{1}{n_x} + \frac{1}{n_y}\right)}} > Z_{\alpha/2}$$

där  $\hat{p}_0 = \frac{n_1 \hat{p}_1 + n_2 \hat{p}_2}{n_1 + n_2}$

(Olsson et al, 2005).

## 4 Empiriska data

Enkätundersökningen utfördes under vintern 2007-2008 och sändes till 248 företag med huvudsaklig verksamhetsinriktning mot slakt-, styckning- och charkuteriindustri. Urvalet av respondenter gjordes i SCB, s företagsregister. Företag med 2 eller fler anställda inom SNI koderna 15111 kreatursslakt, 15112 styckning av kött och 15130 charkuteri- och annan köttvarutillverkning utgjorde underlaget till undersökningen. Enkätens syfte var att ge svar på vilka risker som företagen anser vara av störst betydelse för deras verksamhet samt att ge svar på vilken typ av risk management strategi som företagen använder sig av. De risker som undersöktes baserades på Boehlje och Lins (2002) riskkategorier. Vidare utnyttjas enkäten för att ge ett underlag för att analysera på vilka grunder företagen baserar valen av riskmanagement strategi.

### 4.1 Bortfall i enkätundersökningen

Av de totalt 248 utskickade enkäterna inkom 136 svar vilket utgör en svarsfrekvens på 55 %. Utav de 136 inkomna svaren var 126 av sådan kvalitet att de kunde ingå i undersökningen vilket resulterar i en slutlig svarsfrekvens på 51 %. Resultatet uppnåddes efter det att två påminnelser sänts ut. I enkäten finns dock betydande variationer i svarsfrekvens mellan olika frågor varför vissa frågor utelämnats från analysen. Detta påverkar dock inte de resultat och analyser som redovisas. Bland orsakerna till att enkäterna ej inlämnats ifyllda eller respondenterna valt att avböja medverkan är:

- Felaktig huvudsaklig verksamhetsinriktning (kyl lager, kadaverhämtning, transport etc.)
- Avvecklade verksamhet
- Komplexitet inom organisation så att svar ej varit möjligt att ge på huvuddelen av frågorna
- Rädsla för att lämna ut viss information som efterfrågats i enkäten

Förklaringen till dessa orsaker är inte i alla fall kända och i en del fall framgår de tydligt i respondentens svar. Förklaringen till att avvecklade företag och företag med fel verksamhetsinriktning fått ta del av undersökningen kan bero på förseningar i uppdateringen av SCBs register.

### 4.2 Deskriptiv analys

#### 4.2.1 Företagens verksamhetsinriktning

Fördelningen mellan de fyra verksamhetsinriktningarna presenteras i diagram 5. I segmentet "övrigt" redovisas kompletterande verksamhet som respondenterna angivit exempelvis gårdsbutik, kebab tillverkning, restaurang, rökning och tillverkning av färdigmat. Av de 126 företagen bedriver många mer än en verksamhet vilket innebär att diagram 5 inte ger en helt rättvisande bild av hur många företag det finns inom varje verksamhet utan snarare en bild över relationen mellan verksamheterna som ingår i studien.

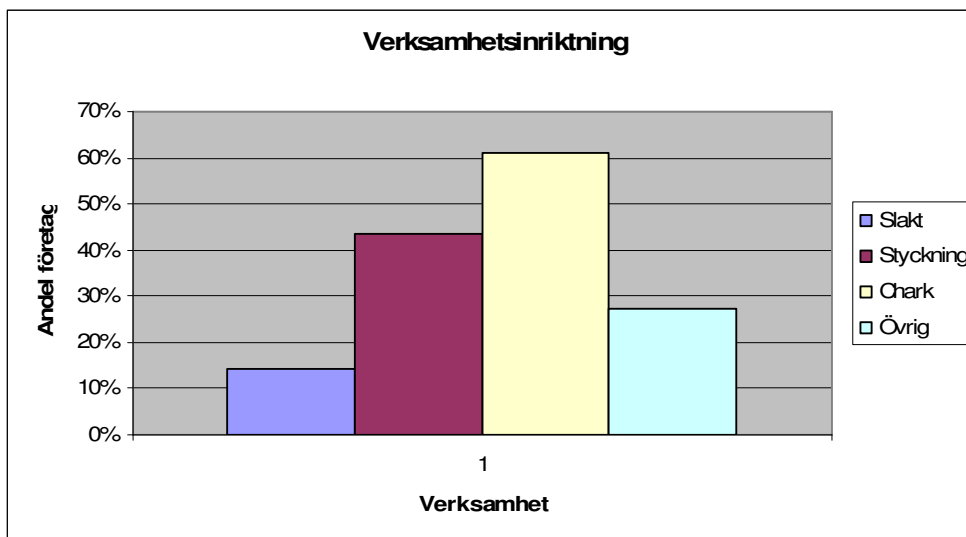


Diagram 5. Andel av företagen vilka som bedriver respektive verksamhet i form av slakt, styckning, charkuteri, övrig verksamhet eller kombination av flera verksamhetsgrenar

#### 4.2.2 Företagens omsättning

De flesta företagen redovisar en omsättning i storleksordningen 1 000 000 kronor till 500 000 000 kronor där gruppen företag med en omsättning 10 000 000 till 50 000 000 är den dominerande gruppen och omfattar 39 företag (Diagram 6).

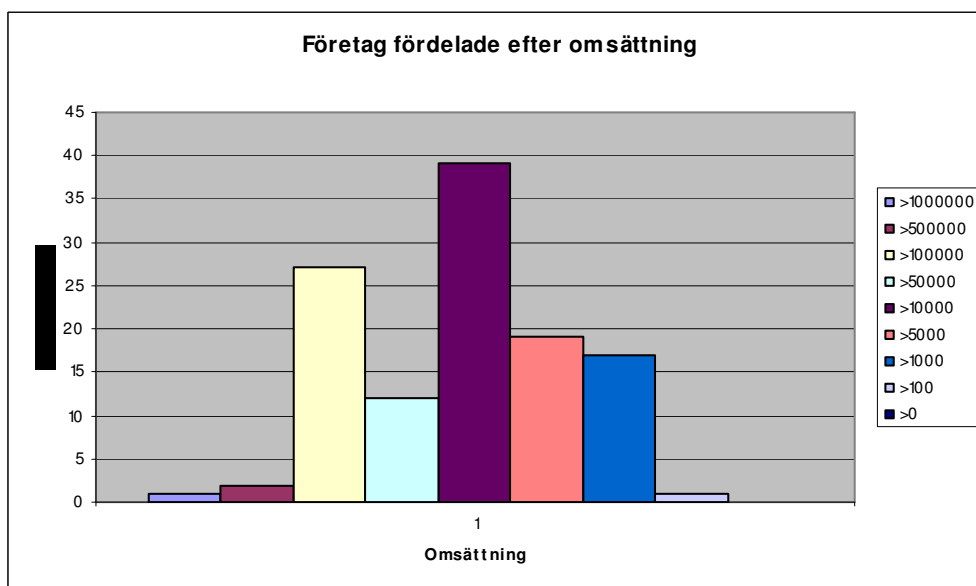


Diagram 6. Fördelningen av företagen utifrån angiven omsättning.

### 4.2.3 Antal anställda

Antalet anställda i de företag som ingår i studien i enlighet med diagram 7. Majoriteten av företagen är små och 57 av 121 företag har mellan 3 och 10 anställda, vilket betyder att nästan hälften av företagen befinner sig inom denna grupp. Av diagram 1, 2 och 3 framgår att det är en något lägre andel av företagen inom slakt, styckning och chark som befinner sig inom intervallet 3-10 anställda, än vad som motsvarar svarsfrekvensen i denna enkät.

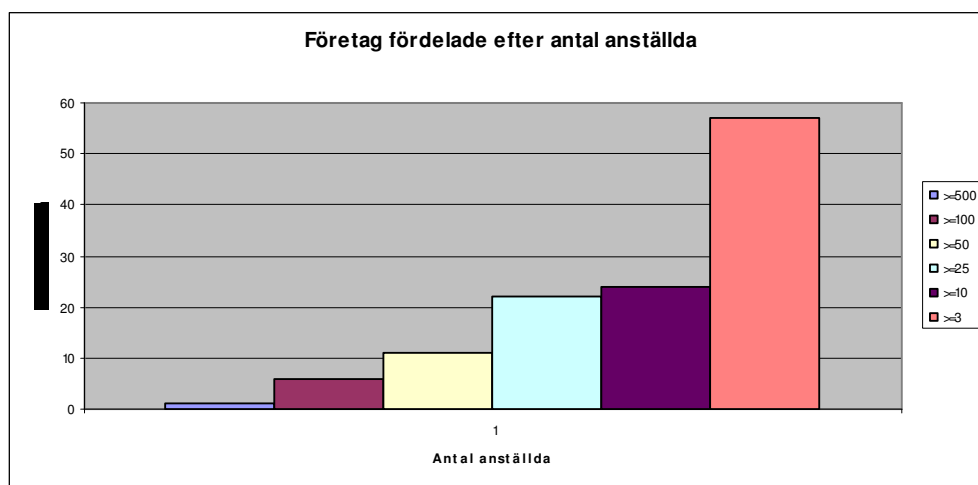


Diagram 7. Fördelningen av företagen baserat på antal anställda.

### 4.2.4 Företagens geografiska marknader

Företagen i studien karakteriseras av att de ofta arbetar på en lokal avsättningsmarknad. 47 % av den totala sålda volymen når kunderna inom 2 timmars biltransport från produktionsplatsen, vilket framgår av diagram 8. Noteras bör att detta förhållande gäller den slutgiltiga avsaluprodukten. I de fall att mer än en verksamhet bedrivs i samma företag innefattas ej de interna transfereringarna i sammanställningen. En viktig fråga i studien är att analysera om en lokal marknad kan vara en väl vald strategi för att hantera tillförselrisk, kvalitetsrisk mfl. Teorierna rörande socialt kapital visar på att en nära relation till kunder och leverantörer leder till gemensamma mål och skapar incitament att hålla överenskommelser.

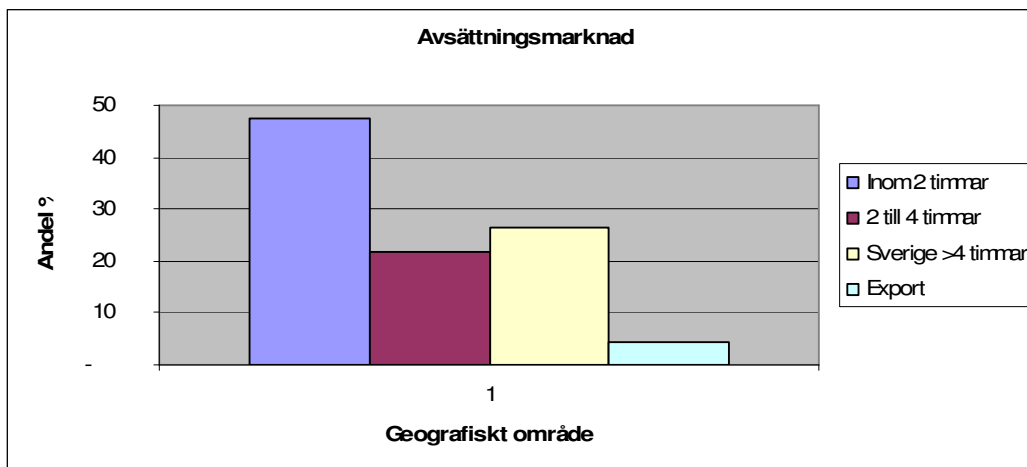


Diagram 8. Geografiska områden inom vilka företagen i studien säljer sina produkter, fördelat efter andel företag.

Beträffande kött råvaruförsörjningen följer denna en likartad geografisk struktur som avsättningsmarknaden. I detta fall görs dock ingen skillnad på om företaget har flera verksamhetsinriktningar vilket måste beaktas när slutsatser dras angående lokal råvaruförsörjning. Detta innebär att exempelvis ett charkuteriföretag med styckning som en integrerad del i verksamheten förser charkverksamheten med råvaror från den egna styckningen och på så sätt har en lokal leverantör av råvaror via det egna företaget. I diagrammen 9, 10 och 11 visas från vilka geografiska områden de tre verksamhetsinriktningarna huvudsakligen köper kött råvaran.

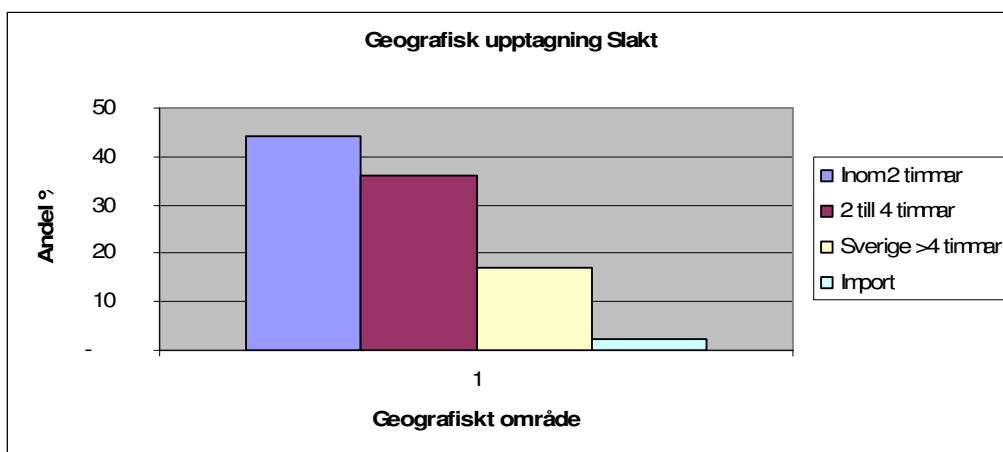


Diagram 9. Geografiska upptagningsområden för råvaran till företag som bedriver slakteriverksamhet.

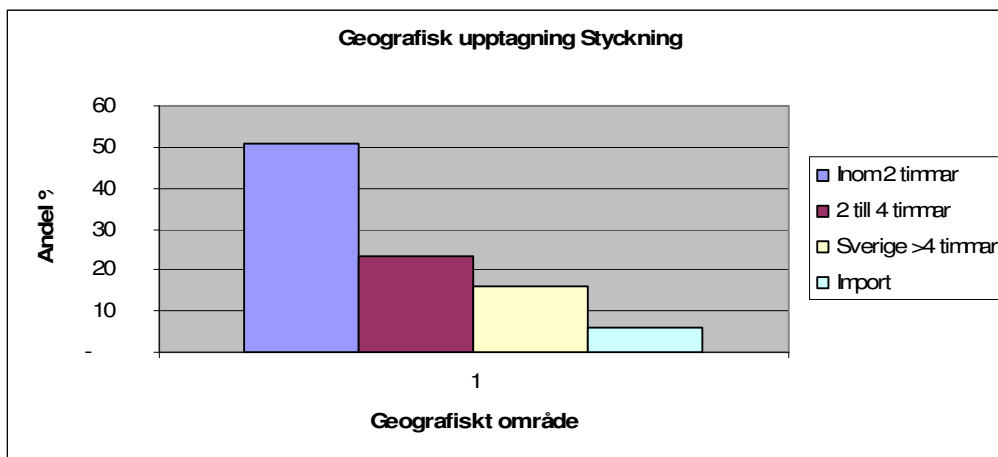


Diagram 10. Geografiska upptagningsområden för råvaran till företag som bedriver styckeriverksamhet.

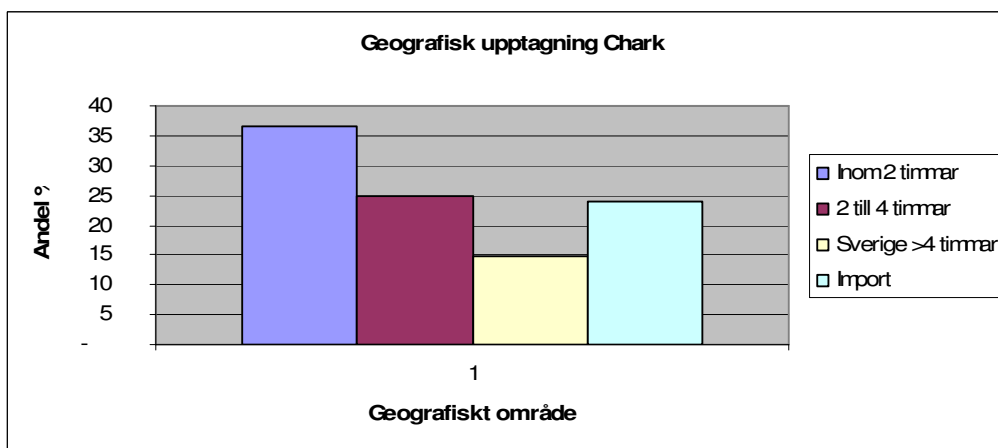


Diagram 11. Geografiska upptagningsområden för råvaran till företag som bedriver charkuteriverksamhet.

#### 4.2.5 Företagens soliditet

Soliditeten i de undersökta företagen är i genomsnitt högre jämfört med näringslivet i Sverige. I undersökningen har 56 % av företagen en soliditet på över 80 % vilket framgår i diagram 12. Detta kan jämföras med genomsnittet för övriga näringslivet i Sverige där företagen i medeltal har en soliditet på ca 40 % och varuproducerande företag har en genomsnittlig soliditet på 42 % (www, SCB 2008, 3). Soliditet är en intressant variabel att analysera vid val av gällande riskhanteringsverktyg. En hög soliditet kan ge företag möjlighet att klara en försämrad lönsamhet under kortare perioder. Riskexponeringen mot räntevariationer blir också mindre kännbar vid en hög soliditet. Val av soliditet är däremot företagsspecifikt och några slutsatser om vad en ”bra” soliditet är kan ej göras. Val av lånenivå beror på företagets situation, mål och tidshorisont. Däremot kan tilläggas att 46 % av företagen anser att deras lånenivå är rimlig och att 9 % av företagen kan tänka sig att öka belåningen.

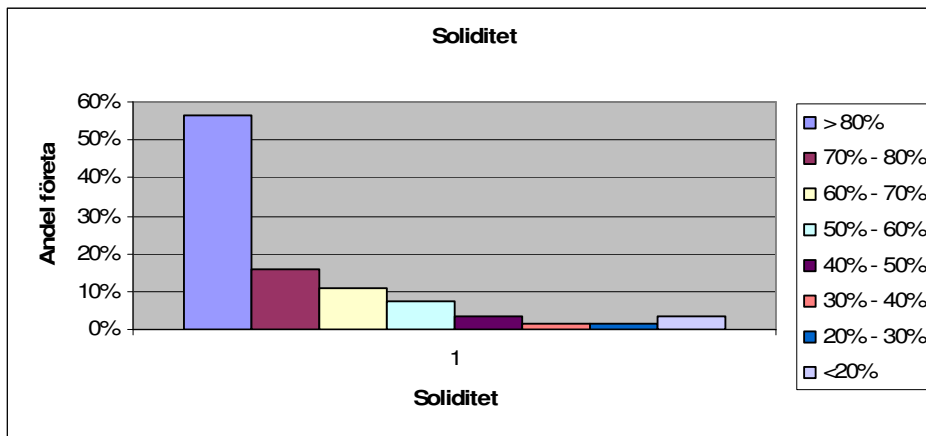


Diagram 12. Företagens soliditet, angivet i andelar av de företag som ingår i studien.

#### 4.2.6 Företagens kontraktssituation

Att kontraktera med syfte att säkra tillgång, kvalitet och priser är en strategi som utnyttjas i stor utsträckning i bland annat USA. Studier visar att strategin fyller sitt syfte väl både för leverantörer och kunder (Hayenga et al, 2000). Av denna anledning är det intressant att undersöka om och varför de svenska företagen utnyttjar denna strategi. Företagen i studien anger att den vanligaste affärsförbindelsen som används för tillförsel av köttråvara är löpande räkning. Att löpande räkning dominerar framgår av diagram 13, där 60 % av företagen uppger att de köper 80 % eller mer av sina råvaror på löpande räkning utan kontrakt.

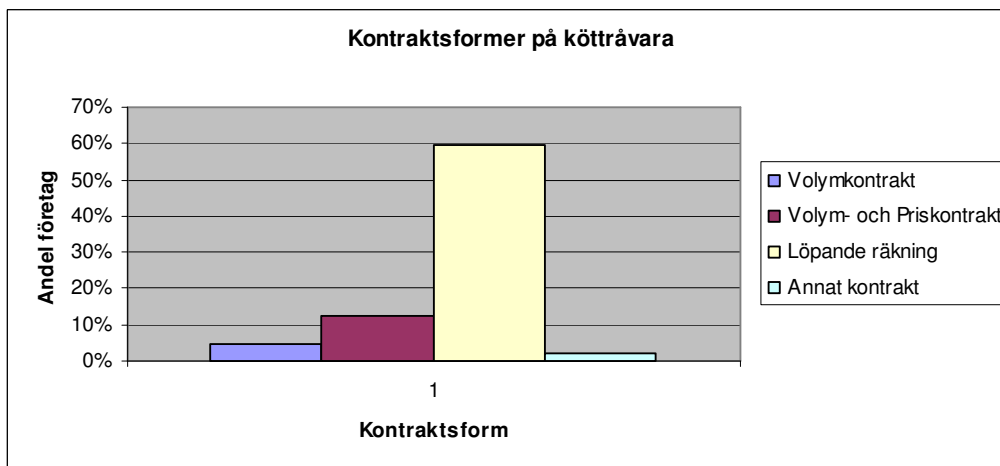


Diagram 13. Typ av kontrakt företagen använder på 80 % eller mer av sitt köttråvarubehov.

Samma trend kan noteras i diagram 14 där företagen anger hur de säljer sina produkter. Detta förhållande analyseras senare men viktigt att notera är att diagram 14 ej avser kontrakterade volymer utan visar på vilken andel av företagen som använder sig av olika sätt att köpa och sälja råvaror/produkter.

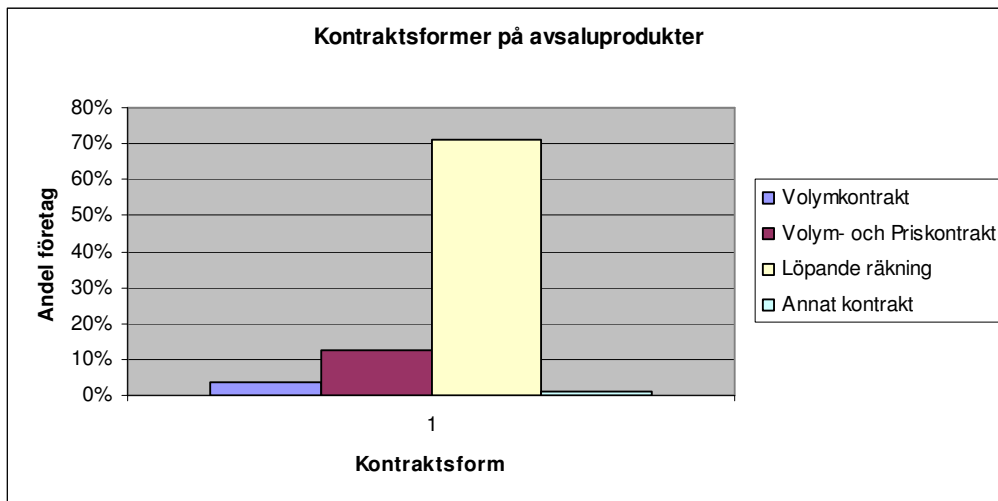


Diagram 14. Typ av kontrakt företagen använder vid försäljning av 80 % eller mer av sina produkter.

#### 4.2.7 Företagens certifiering

De flesta av de undersökta företag har en HACCP plan vilken används för att kontrollera livsmedelssäkerheten inom produktionen (www, SLV 2008, 1). Därutöver använder ett antal företag andra kvalitets- och miljöledningssystem enligt diagram 15. Dessa fyller ett bredare syfte som kan innebära en mängd fördelar för företaget enligt kapitel 2.5.

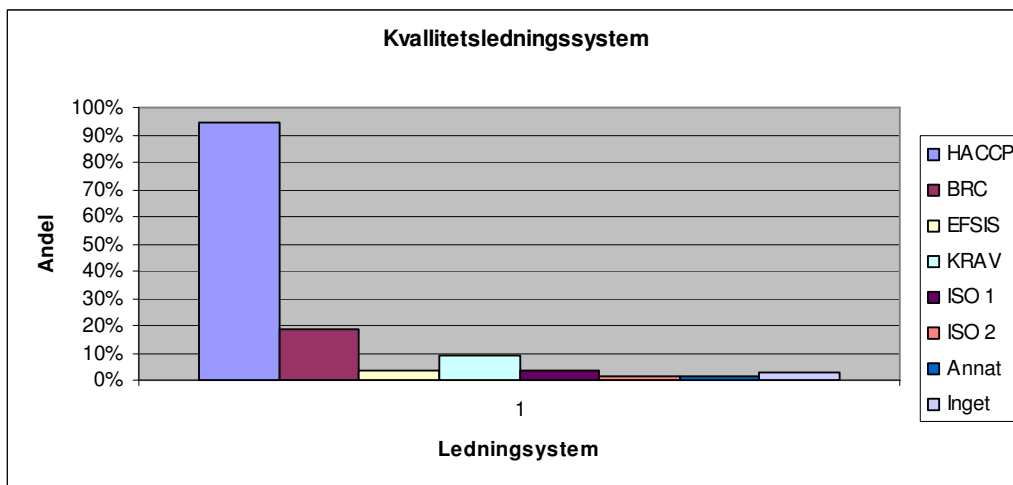


Diagram 15. Kvalitets- och miljöledningssystem som används av företagen.



## 4.3 Statistisk analys

### 4.3.1 Kontrakt som riskmanagementverktyg

Som påvisats i tidigare avsnitt väljer den övervägande majoriteten av företagen att köpa och sälja råvaror och produkter på löpande räkning istället för. Det kan därför vara av intresse att undersöka vad som skiljer kontrakterade och icke kontrakterande företag vad gäller både företagsspecifika faktorer men även hur de upplever olika riskfaktorer, deras syn på konkurrens, hur politiska beslut påverkar deras verksamhet samt vilka konkurrensmässiga styrkor de anser sig besitta.

#### 4.3.1.1 Företagsspecifika för kontrakterande företag

Av enkäten framgår att kontrakterande företag har högre omsättning och fler anställda än de icke kontrakterande företagen. Skillnaden är dock liten och ej signifikant. De skillnader som är signifikanta är att styckningsföretagen kontrakterar i lägre grad än de övriga verksamhetsinriktningarna samt att dessa har yngre personal. Däremot rådde ett starkt signifikant samband att företag som kontrakterar ägs av externa ägare medan de icke kontrakterande företagens ägare arbetar inom företaget. Resultaten redovisas av frågorna 1a till 1f i enkäten och går att läsa i bilaga 5.

#### 4.3.1.2 Faktorer som påverkar prissvängningar

På frågan hur företagen upplever prissvängningar på kötråvaror och produkter kan endast en statistisk signifikant skillnad mellan den grupp som kontrakterar och de som ej kontrakterar, med avseende på hur handelns upphandlingssystem påverkar prissvängningar på företagets produkter. Trots att övriga skillnader inte är signifikanta skiljer sig medelvärden något mellan grupperna. De företag som kontrakterar upplever i högre grad att priset på deras kötråvaror varierar på grund av förändringar i efterfrågan på världsmarknaden, samt utbrott av sjukdomar såsom mul- och klövsjuka och PRRS. De icke kontrakterande upplever att efterfrågan från konsumenter och produktionscykler i lantbruksledet har en större inverkan på prissvängningarna. Vidare kan tilläggas att de kontrakterande företag på alla faktorer som anses kunna påverka prissvängningar på kötråvaror tillmäter dessa en större betydelse. Skillnaderna är dock ej signifikanta förutom för faktorn ”handelns upphandlingsstrategier”

#### 4.3.1.3 Företagens konkurrenssituation samt konkurrensfördelar

Som framgår av tabell 1 anser sig de kontrakterande företagen befinna sig på en mer konkurrensutsatt marknad. De upplever dessutom att de producerar varor under ett välkänt och unikt varumärke samt att de har högre produktivitet i sina anläggningar än de icke kontrakterande företagen. Trots att följande skillnader inte är statistiskt signifikanta är det intressant att notera skillnader i hur de upplever styrkorna ”kort leveranstid” ”stort produktsortiment” samt ”flexibla kundlösningar”. De kontrakterade företagen anser sig på samtliga tre punkter vara något svagare än de företag som ej kontrakterar.

**Tabell 1 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta upplevd konkurrens samt upplevda styrkor hos företagen. Dessutom redovisas om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan kontrakterande och ej kontrakterande företag.**

Fråga i enkäten	Kontrakterande Medelvärde	Ej Kontrakterande Medelvärde	Signifikans nivå
Vi upplever en hög grad av konkurrens bland företagen i vår bransch.	6,19	5,17	*
Vi anser det svårt för nya aktörer att etablera sig på vår marknad.	7,00	6,55	e.s
Det är svårt för oss att öka företagets marknadsandel.	5,22	4,45	e.s
Vår styrka är vår förmåga att kunna konkurrera med lågt pris.	3,50	3,09	e.s
Vår styrka är de unika produkter vi producerar med ett välkänt varumärke.	7,53	6,61	*
Vår styrka är leveranssäkerhet.	8,16	7,83	e.s
Vår styrka är hög produktivitet i våra anläggningar	7,00	6,23	*
Vår styrka är stort produktsortiment	5,22	5,29	e.s
Vår styrka är kort leveranstid	7,50	8,12	e.s
Vår styrka är flexibla kundlösningar	7,78	7,88	e.s

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.1.4 Faktorer som kan skada företagets anseende

Bland de faktorer som kan skada företagets anseende tillmäter de kontrakterande företagen dessa ett signifikant högre värde jämfört med de företag som ej kontrakterar. Faktorena kan delas in i två kategorier. Den första faktorn belyser de slutprodukter som tillverkas och säljs vidare och den andra faktorn som innebär att företaget på något sätt bidrar till miljöpåverkan. Den senare faktorn är mer signifikant än den första kategorin. I tabell 2 redovisas medelvärde och signifikansnivå för dessa faktorer.

**Tabell 2 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta hur företagen anser att dessa påverkar företagets anseende. Dessutom redovisas om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan kontrakterande och ej kontrakterande företag.**

Fråga i enkäten	Kontrakterande Medelvärde	Ej Kontrakterande Medelvärde	Signifikans nivå
Företagets produkter varierar i kvalitet	6,91	5,79	*
Företaget brister i leveranssäkerhet	6,25	4,87	**
Oönskade föremål upptäcks i företagets produkter.	6,81	5,28	**
Företaget bidrar till utsläpp av klimatpåverkande gaser	3,72	2,64	**
Företaget bidrar till utsläpp av näringsämnen till luft och vatten	3,69	2,53	**
Företaget uppfyller ej de hygienkrav myndigheterna ställer	7,09	5,20	***

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

## 4.3.2 Certifiering som riskmanagementverktyg

94,6 % av företagen som ingår i studien använder sig av en HACCP-plan. För att undersöka motiven till att eventuellt ytterligare kvalitet- och miljöledningssystem används inom företagen, jämförs de företag som har fler än ett kvalitet- och miljöledningssystem med företag som endast tillämpar HACCP eller inget ledningssystem alls. I detta avsnitt presenteras företagsspecifika skillnader samt skillnader i hur grupperna upplever konkurrensen, vilket värde de tillmäter olika risker, hur de ser på sin förmåga att möta konkurrens, vad de anser kan skada deras anseende samt hur deras verksamhet påverkas av politiska beslut.

### 4.3.2.1 Företagsspecifika för certifierande företag

De certifierade företagen är betydligt större mätt i såväl omsättning som antal anställda än de företag som ej är certifierade. Skillnaden är statistiskt signifikant (1 % nivå). Någon signifikant skillnad i huruvida någon av de fyra verksamhetsinriktningarna är certifierade i större utsträckning kan ej noteras. Slakterier förefaller emellertid certifieras i större utsträckning än de andra verksamheterna. Bland dem som certifieras finns den grupp av företag som bedriver någon form av import och/eller export och denna variabel visar på statistisk signifikant skillnad (1 % nivå). Detta innebär vidare att de certifierande företagen inte är lika starkt lokalt förankrade som de som ej är certifierade. Skillnaden är signifikant vad gäller lokal avsättningsmarknad (1 % nivå) men ej statistiskt signifikant vad gäller den lokala upptagningsmarknaden.

### 4.3.2.2 Faktorer som påverkar prissvängningar

I fråga 3a och 3b anger företagen hur de anser att priset på köttråvara påverkas av olika faktorer. Respondenterna tillmäter ett värde på en skala 1-10 för hur mycket de anser att respektive faktor påverkar prissvängningarna på köttråvaran. Som framgår av tabell 3 kan statistiskt signifikanta skillnader noteras på hur certifierade företag tillmäter faktorer som kan påverka prissvängningar på köttråvaror olika mycket på en skala från 1 till 10. På frågan om hur produktionscykler i lantbruksledet påverkar prissvängningarna på köttråvaran tillmäter dock de icke certifierade företagen denna variabel ett högre värde, men skillnaden är ej signifikant.

**Tabell 3 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta hur företagen anser att dessa påverkar prissvängningar på företagets köttråvara. I tabellen redovisas om det föreligger någon statistiskt signifikant skillnad mellan certifierade och ej certifierade företag.**

Fråga i enkäten	Certifierade	Ej certifierade	
	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Tidpunkt under året	6,6	5,7	*
Produktionscykler i lantbruksledet	4,1	4,4	e.s
Efterfrågan på världsmarknaden	6,7	5,6	*
Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsjuka och PRRS	7,5	6,0	**

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

Bland de faktorer som påverkar prissvängningar på företagens produkter noteras signifikanta skillnader för faktorerna; efterfrågan på världsmarknaden, sjukdomsutbrott typ PRRS och salmonella samt hur handelns upphandlingssystem är utformade. För samtliga dessa faktorer tillmäter de certifierade företagen dessa faktorer ett högre värde. För de övriga faktorerna som anges i tabell 4 noteras inga signifikanta skillnader. Värt att notera är dock att ingen av de båda grupperna konsekvent värderar alla faktorerna högt eller lågt. Exempelvis tillmäter gruppen certifierade företag medial uppmärksamhet ett högt värde medan de tillmäter faktorn dåliga nyheter likt ”korv ger cancer” ett lågt värde.

**Tabell 4 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta hur företagen anser att dessa påverkar prissvängningar på företagets produkter, I tabellen redovisas om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan certifierade och ej certifierade företag.**

Fråga i enkäten	Certifierade	Ej certifierade	Signifikans nivå
	Medelvärde	Medelvärde	
Konsumenters efterfrågan varierar under säsongen	4,5	4,8	e.s
Prisförändringar på produktionsmedel	5,5	5,1	e.s
Produktionscykler i lantbruksledet	4,4	4,2	e.s
Efterfrågan på världsmarknaden	5,8	4,7	**
Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsjuka och PRRS	6,7	5,6	*
Medial uppmärksamhet, salmonella	5,4	5,2	e.s
Dåliga nyheter "korv ger cancer"	4,1	4,9	e.s
Handelns upphandlingssystem/strategier	6,5	5,0	**

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.2.3 Företagens konkurrenssituation samt konkurrensfördelar

De certifierade företagen upplever en högre konkurrens på sin marknad än de icke certifierade företagen. Däremot anser de sig ha högre leveranssäkerhet, produktivitet, bredare produktsortiment samt mer flexibla kundlösningar är de icke certifierade företagen. De senast beskrivna skillnaderna är signifikanta och grad av signifikansnivå kan utläsas i tabell 5. Av alla i enkäten angivna konkurrensfördelarna tillmäter de certifierade företagen dessa ett högre värde, dock är alla inte signifikanta.

**Tabell 5 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta upplevd konkurrens samt upplevda styrkor hos företagen. I tabellen redovisas om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan certifierade och ej certifierade företag.**

Fråga i enkäten	Certifierade	Ej certifierade	Signifikans nivå
	Medelvärde	Medelvärde	
Vi upplever en hög grad av konkurrensen bland företagen i vår bransch.	6,3	5,3	*
Vi anser det svårt för nya aktörer att etablera sig på vår marknad.	6,8	6,6	e.s
Det är svårt för oss att öka företagets marknadsandel.	4,7	4,6	e.s
Vår styrka är vår förmåga att kunna konkurrera med lågt pris.	3,7	3,1	e.s
Vår styrka är de unika produkter vi producerar med ett välkänt varumärke.	7,3	6,9	e.s
Vår styrka är leveranssäkerhet.	8,5	7,8	*
Vår styrka är hög produktivitet i våra anläggningar	7,8	6,3	***
Vår styrka är stort produktsortiment	6,3	5,0	**
Vår styrka är kort leveranstid	8,2	7,9	e.s
Vår styrka är flexibla kundlösningar	8,5	7,6	**

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.2.4 Faktorer som kan skada företagets anseende

För faktorer som kan skada företagets anseende finns många och signifikanta skillnader att observera. Av de exempel som angivits i enkäten tillmäter de certifierade företagen alla faktorer ett signifikant högre värde. För alla i enkäten givna exempel på vilka faktorer som påverkar företagets anseende, tillmäter de certifierade företagen dessa exempel med ett signifikant högre värde. Signifikansnivåer samt medelvärden framgår av tabell 6.

**Tabell 6 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta hur företagen anser att dessa påverkar företagets anseende. I tabellen redovisas om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan certifierade och ej certifierade företag.**

Fråga i enkäten	Certifierade	Ej certifierade	Signifikans nivå
	Medelvärde	Medelvärde	
Företagets produkter varierar i kvalitet	7,2	6,1	*
Företaget brister i leveranssäkerhet	6,7	5,3	**
Oönskade föremål upptäcks i företagets produkter.	7,1	5,5	**
Företaget bidrar till utsläpp av klimatpåverkande gaser	5,0	2,8	***
Företaget bidrar till utsläpp av näringsämnen till luft och vatten	4,5	2,8	***
Företaget uppfyller ej de hygienkrav myndigheterna ställer	7,2	5,7	**

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.2.5 Politiska besluts inverkan på företagen

Att politiska beslut kan påverka förutsättningarna för företags möjlighet att utföra sin verksamhet är känt sedan tidigare och har varit ändamål för diskussion inom köttbranschen. I detta avsnitt redogörs för skillnader i hur företag som certifierat sig upplever risk jämfört med de företag som inte är certifierade. För alla i enkäten givna exemplen på politiska beslut som direkt påverkar företagets operativa verksamhet, tillmäter de certifierade företagen dessa politiska risker med ett signifikant högre värde. Signifikansnivåer samt medelvärden framgår av tabell 7.

**Tabell 7 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta hur företagen anser att politiska beslut inverkar på företagets verksamhet. Dessutom anges om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan certifierade och ej certifierade företag.**

Fråga i enkäten	Certifierade	Ej certifierade	Signifikans nivå
	Medelvärde	Medelvärde	
Restriktioner mot djurhållning på slakterier påverkar vår verksamhet	4,7	3,2	**
Sanitetskrav på våra anläggningar utgör en risk för vår verksamhet	4,0	4,8	e.s
Begränsad tid för djurtransporter påverkar vår verksamhet	3,4	2,3	*
Beslut rörande arbetstidsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	5,4	4,1	**
Restriktioner i djurhållning på gårdsnivå påverkar vår verksamhet	2,7	2,0	e.s
BSE-kontrollen påverkar vår verksamhet	3,6	2,6	e.s
Import och exporttullar till EU påverkar vår verksamhet	2,7	3,1	e.s
EU:s policy gentemot GMO foder påverkar vår verksamhet	2,8	2,0	e.s
Opinionsbildare i miljöfrågor utgör en risk för vår verksamhet	3,2	3,0	e.s
Opinionsbildare i djurrättsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	2,5	3,2	*

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.2.6 Upplevd kontakt med myndigheter

I tabell 8 redovisas skillnader i hur certifierade och ej certifierade företag upplever samarbetet med tre olika myndigheter. I fråga 6c ombads företagen anges hur resurskrävande samarbetet med Jordbruksverket, Livsmedelsverket och Miljökontoret anses vara. Resultaten visar att de certifierade företagen ej anser att detta arbete tar för mycket resurser från företagets verksamhet.

**Tabell 8 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta i vilken utsträckning företagen anser att kontakten med Jordbruksverket, Livsmedelsverket samt Miljökontoret tar resurser från företagets verksamhet. Dessutom anges om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan certifierade och ej certifierade företag.**

	Certifierade	Ej certifierade	
Fråga i enkäten	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Vi anser att samarbetet med SJV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	2,3	5,2	***
Vi anser att samarbetet med SLV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	3,9	5,7	**
Vi anser att samarbetet Miljökontoret tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	3,5	5,3	**

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.3 Lokal marknad som en del i riskmanagementprocessen

För att identifiera vilka företag som agerar lokalt tillfrågades företagen om vilken andel av deras försäljning respektive kötttråvarubehov som köps/distribueras i närheten av produktionsplatsen. Alternativen som angavs respondenterna var ”inom två timmars körtid från våra anläggningar”, ”inom två till fyra timmars körtid från våra anläggningar”, ”inom Sverige men längre än fyra timmars körtid” och ”import/export till/från utlandet”. Frågan delades i avsättningsmarknad respektive upptagningsmarknad. Företag som angivit att de säljer/köper 80 % eller mer av sina/sin produkter/kötttråvara har definierats som lokala aktörer.

##### 4.3.3.1 Lokal avsättningsmarknad

###### 4.3.3.1.1 Företagsspecifika skillnader

De företagsspecifika skillnaderna som iakttas mellan den grupp av företag som valt att agera lokalt jämfört med dem som valt ett större geografiskt avsättningsområde visas i tabell 9. De lokala företagen är mindre såväl i omsättning som till antal anställda. Dessutom har denna grupp även en äldre arbetskår. Det är också i större utsträckning charkuterier som säljer lokalt jämfört med de andra verksamhetsinriktningarna. Företag som huvudsakligen agerar lokalt ägs mer ofta av en person som aktivt arbetar i företaget jämfört med de företag som har en mer geografiskt utspridd avsättningsmarknad.

**Tabell 9 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att visa företagsspecifika skillnader mellan företag som säljer lokalt och de som ej säljer lokalt. Dessutom anges om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad i medelvärde.**

	Lokal aktör	Ej lokal aktör	
Fråga i enkäten	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Slakteri	0,12	0,16	e.s
Styckeri	0,41	0,48	e.s
Charkuteri	0,85	0,53	***
Övrig verksamhet	0,21	0,27	e.s
Omsättning	24739	93204	***
Antal anställda	12,19	30,36	***
Ålder bland anställda	42	38	***
Huvudägare i företaget är privatperson som arbetar inom företaget	0,97	0,75	***

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.3.1.2 Faktorer som påverkar prissvängningar på produkter

Den enda faktor som är signifikant skild mellan de två grupperna beträffande de faktorer som påverkar prissvängningar på företagets produkter är efterfrågan på världsmarknaden vilka framgår av tabell 10. Noteras bör att de företag som ej agerar lokalt som i större utsträckning upplever att dessa faktorer påverkar prissvängningarna. Dessa skillnader är ej statistiskt signifikanta. Resultatet kan tolkas som att de med hjälp av den valda strategin hanterat dessa risker och därigenom är mindre exponerad för dessa.

**Tabell 10 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta hur företagen anser att dessa påverkar prissvängningar på företagets produkter. Dessutom anges om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan företag som säljer lokalt och företag som ej säljer lokalt.**

	Lokal aktör	Ej lokal aktör	
Fråga i enkäten	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Konsumenters efterfrågan varierar under säsongen	4,67	4,71	e.s
Prisförändringar på produktionsmedel	5,21	5,24	e.s
Produktionscykler i lantbruksledet	4,55	4,20	e.s
Efterfrågan på världsmarknaden	4,15	5,18	*
Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsjuka och PRRS	5,27	5,96	e.s
Medial uppmärksamhet, salmonella	5,09	5,20	e.s
Dåliga nyheter "korv ger cancer"	4,97	4,66	e.s
Handelns upphandlingssystem/strategier	4,97	5,47	e.s

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.3.1.3 Faktorer som påverkar företagets anseende

I undersökningen tillfrågades företagen om vilka faktorer som kan skada deras rykte. Det framgår av samtal med aktörer inom köttindustrin att anseende och rykte är viktigt för företag oavsett om företaget är lokal aktör eller ej. Givet att teorin om socialt kapital enligt vilka lokala aktörer förlitar sig på att kunder och leverantörer agerar sympatiskt och lägger stor vikt vid förtroende torde denna variabel vara av extra vikt för dessa företag. Några signifikanta skillnader i medelvärde för dessa uppmätta variabler kan emellertid inte utläsas av enkätunderlaget vilket framgår av tabell 11.



**Tabell 11 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta hur företagen anser att dessa påverkar företagens anseende. Dessutom anges om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan företag som säljer lokalt och företag som ej säljer lokalt.**

	Lokal aktör	Ej lokal aktör	
Fråga i enkäten	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Företagets produkter varierar i kvalitet	6,20	6,60	e.s
Företaget brister i leveranssäkerhet	5,70	5,70	e.s
Oönskade föremål upptäcks i företagets produkter.	5,60	6,20	e.s
Företaget bidrar till utsläpp av klimatpåverkande gaser	2,80	3,40	e.s
Företaget bidrar till utsläpp av näringsämnen till luft och vatten	3,00	3,20	e.s
Företaget uppfyller ej de hygienkrav myndigheterna ställer	5,90	6,30	e.s

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.3.1.4 Företagens konkurrenssituation samt konkurrensfördelar

Av resultaten från enkäten framgår att båda grupperna anser sig ha lika svårt att öka sina marknadsandelar oberoende om de agerar på en lokal marknad eller ej. Det finns signifikanta skillnader i hur de båda grupperna anser sig kunna konkurrera med låga priser samt hur de upplever produktiviteten anläggningarna. Det råder också vissa skillnader i hur de båda grupperna upplever andra konkurrensfaktorer, vilka framgår av tabell 12. Dessa skillnader är dock ej statistiskt signifikanta.

**Tabell 12 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta upplevd konkurrens samt upplevda styrkor hos företagen. Dessutom anges om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan företag som säljer lokalt och företag som ej säljer lokalt.**

	Lokal aktör	Ej lokal aktör	
Fråga i enkäten	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Vi upplever en hög grad av konkurrensen bland företagen i vår bransch.	5,20	5,80	e.s
Vi anser det svårt för nya aktörer att etablera sig på vår marknad.	6,20	7,10	*
Det är svårt för oss att öka företagets marknadsandel.	4,70	4,70	e.s
Vår styrka är vår förmåga att kunna konkurrera med lågt pris.	2,20	3,70	***
Vår styrka är de unika produkter vi producerar med ett välkänt varumärke.	7,20	6,90	e.s
Vår styrka är leveranssäkerhet.	7,90	8,10	e.s
Vår styrka är hög produktivitet i våra anläggningar	5,80	7,10	**
Vår styrka är stort produktsortiment	5,20	5,50	e.s
Vår styrka är kort leveranstid	8,00	8,10	e.s
Vår styrka är flexibla kundlösningar	7,70	8,00	e.s

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.3.1.5 Politiska besluts inverkan på företagens verksamhet

Vid en analys av hur politiska beslut påverkar företagen kan ett antal signifikanta skillnader observeras mellan de lokala aktörerna och de övriga aktörerna, vilket framgår i tabell 13. Bland de signifikanta skillnaderna är beslut som berör tidsbegränsningar mest signifikanta (1 % nivån). Dessa beslut påverkar lokala aktörer mindre än de globala/regionala företagen. Lokala aktörer är också mindre känsliga för beslut rörande restriktioner på slakterier och EU's import- och export tullar.

**Tabell 13 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta hur företagen anser att dessa politiska beslut inverkar på företagens verksamhet. Dessutom anges om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan företag som säljer lokalt och företag som ej säljer lokalt.**

	Lokal aktör	Ej lokal aktör	
Fråga i enkäten	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Restriktioner mot djurhållning på slakterier påverkar vår verksamhet	2,72	3,91	**
Sanitetskrav på våra anläggningar utgör en risk för vår verksamhet	4,33	4,72	e.s
Begränsad tid för djurtransporter påverkar vår verksamhet	1,39	3,01	***
Beslut rörande arbetstidsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	4,15	4,60	e.s
Restriktioner i djurhållning på gårdsnivå påverkar vår verksamhet	1,88	2,29	e.s
BSE-kontrollen påverkar vår verksamhet	2,50	3,00	e.s
Import och exporttullar till EU påverkar vår verksamhet	2,00	3,35	**
EU's policy gentemot GMO foder påverkar vår verksamhet	1,63	2,28	e.s
Opinionsbildare i miljöfrågor utgör en risk för vår verksamhet	3,15	3,00	e.s
Opinionsbildare i djurrättsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	3,73	2,77	*

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.3.1.6 Upplevd kontakt med myndigheter

De lokala företagen upplever att kontakten med Jordbruksverket, Livsmedelsverket och Miljökontoret tar upp mer resurser i företaget än önskvärt jämfört med de globala/regionala företagen (tabell 14). Dessa skillnader är signifikanta på 10 % nivån respektive 5 % nivån för Jordbruksverket och Livsmedelsverket men ej signifikanta för Miljökontoret. Tilläggas bör att antalet observationer är begränsade vilket bör beaktas vid en tolkning av resultaten.

**Tabell 14 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta i vilken utsträckning företagen anser att kontakten med Jordbruksverket, Livsmedelsverket samt Miljökontoret tar resurser från företagets verksamhet, dessutom anges om det föreligger någon signifikant skillnad mellan företag som säljer lokalt och företag som ej säljer lokalt.**

	Lokal aktör	Ej lokal aktör	
Fråga i enkäten	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Vi anser att samarbetet med SJV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	7,00	4,20	**
Vi anser att samarbetet med SLV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	6,24	4,97	*
Vi anser att samarbetet med Miljökontoret tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	5,38	4,83	e.s

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

### 4.3.3.2 Lokal upptagningsmarknad

En lokal aktör kan anta två strategier där strategi ett är att sälja produkter på en marknad nära produktionsanläggningen och strategi två innebär att köttråvaror köps in från ett geografiskt större område. Skillnader mellan företag i strategi ett redovisades i föregående avsnitt och i detta avsnitt avses skillnader mellan företag som valt strategi två att redovisas.

#### 4.3.3.2.1 Företagsspecifika skillnader

Strategierna lokal upptagningsmarknad och lokal avsättningsmarknad skiljer sig inte nämnvärt åt vid jämförelse av företagskaraktäristiska skillnader. De skillnader som däremot kan observeras är att styckerier i större utsträckning har en lokal råvaruförsörjning vilket inte var fallet då lokal avsättningsmarknad studerades, dock var den skillnaden inte signifikant. Företag med lägre omsättning och äldre personal är i majoritet bland de företag som agerar på lokala upptagningsmarknader. Dock finns inga signifikanta skillnader i antalet anställda trots att medeltalet anställda är betydligt lägre bland de lokala aktörerna. I bilaga 8 finns sammanställning av dessa faktorer.

#### 4.3.3.2.2 Faktorer som påverkar prissvängningar på köttråvara

De företag som väljer en lokal upptagningsmarknad anser att prissvängningar på deras köttråvaror ej påverkas av efterfrågan på världsmarknaden i lika stor utsträckning jämfört med övriga företag. Beträffande övriga faktorer som påverkar prissvängningarna kan inga signifikanta skillnader observeras mellan lokala och ej lokala företag. I tabell 15 framgår skillnaderna i medelvärde mellan de lokala företagen och de ej lokala företagen, tabellen visar även signifikansnivån för skillnaderna i medelvärde.

**Tabell 15 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta hur företagen anser att dessa påverkar prissvängningar på företagets köttråvara. Dessutom anges om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan företag som köper köttråvara lokalt och företag som ej köper köttråvara lokalt.**

	Lokal aktör	Ej lokal aktör	
Fråga i enkäten	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Tidpunkt under året	6,54	5,89	e.s
Produktionscykler i lantbruksledet	4,41	4,53	e.s
Efterfrågan på världsmarknaden	5,00	6,21	**
Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsjuka och PRRS	6,69	6,25	e.s

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.3.2.3 Faktorer som påverkar företagets anseende

Det föreligger inte hellre några signifikanta skillnader mellan de båda grupperna vad gäller de faktorer som kan skada företagets anseende. De skillnader i medelvärde som noterats är dock att värdet är något högre för de företag som har lokal köttråvaruförsörjning vilket framgår i tabell 16.

**Tabell 16 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta hur företagen anser att dessa påverkar företagets anseende. Dessutom anges om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan företag som köper köttråvara lokalt och företag som ej köper köttråvara lokalt.**

	Lokal råvaruförsörjning	Ej lokal råvaruförsörjning	
Fråga i enkäten	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Företagets produkter varierar i kvalitet	6,61	6,29	e.s
Företaget brister i leveranssäkerhet	6,14	5,33	e.s
Oönskade föremål upptäcks i företagets produkter.	6,22	5,90	e.s
Företaget bidrar till utsläpp av klimatpåverkande gaser	3,50	3,21	e.s
Företaget bidrar till utsläpp av näringsämnen till luft och vatten	3,58	3,07	e.s
Företaget uppfyller ej de hygienkrav myndigheterna ställer	6,61	5,91	e.s

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.3.2.4 Företagens konkurrenssituation samt konkurrensfördelar

Hög produktivitet samt förmåga att konkurrera med låga priser är två faktorer där företag som gör lokala inköp inte har en lika stark position som de företag som agerar på en mer vidsträckt råvarumarknad. Däremot visar resultaten från studien att företag med lokal råvaruförsörjning anser sig ha ett starkare varumärke, producerar mer unika produkter samt ha ett bredare produktsortiment än de företag som ej har lokal råvaruförsörjning (tabell 17). Den upplevda konkurrensen skiljer sig inte signifikant mellan grupperna och det råder inga signifikanta skillnader mellan lokala aktörer och ej lokala aktörer i fråga om leveranstider och förmåga att skapa flexibla kundlösningar.

**Tabell 17 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta upplevd konkurrens samt upplevda styrkor hos företagen. Dessutom anges om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan företag som köper köttråvara lokalt och företag som ej köper köttråvara lokalt.**

	Lokal råvaruförsörjning	Ej lokal råvaruförsörjning	
Fråga i enkäten	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Vi upplever en hög grad av konkurrens bland företagen i vår bransch.	5,64	5,54	e.s
Vi anser det svårt för nya aktörer att etablera sig på vår marknad.	6,50	7,00	e.s
Det är svårt för oss att öka företagets marknadsandel.	4,97	4,65	e.s
Vår styrka är vår förmåga att kunna konkurrera med lågt pris.	2,42	3,59	**
Vår styrka är de unika produkter vi producerar med ett välkänt varumärke.	7,75	6,60	**
Vår styrka är leveranssäkerhet.	8,06	8,02	e.s
Vår styrka är hög produktivitet i våra anläggningar	5,72	7,06	***
Vår styrka är stort produktsortiment	5,97	4,98	*
Vår styrka är kort leveranstid	7,81	8,18	e.s
Vår styrka är flexibla kundlösningar	7,92	7,99	e.s

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.3.2.5 Politiska besluts inverkan på företagets verksamhet

Inverkan av politiska beslut på ett företags verksamhet visar sig i de flesta fall vara oberoende av om företaget har lokal råvaruförsörjning eller ej. Företag som gör lokala inköp påverkas ej av EUs import och exporttullar i samma utsträckning som företag med ett större upptagningsområde. Dessutom har beslut angående begränsningar i tid för djurtransporter mindre inverkan på de lokala aktörerna vilket framgår av tabell 18.

**Tabell 18 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta hur företagen anser att dessa politiska beslut inverkar på företagets verksamhet. Dessutom anges om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan företag som köper köttråvara lokalt och företag som ej köper köttråvara lokalt.**

	Lokal råvaruförsörjning	Ej lokal råvaruförsörjning	
Fråga i enkäten	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Restriktioner mot djurhållning på slakterier påverkar vår verksamhet	3,06	3,71	e.s
Sanitetskrav på våra anläggningar utgör en risk för vår verksamhet	4,28	4,70	e.s
Begränsad tid för djurtransporter påverkar vår verksamhet	1,92	2,84	**
Beslut rörande arbetstidsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	4,19	4,41	e.s
Restriktioner i djurhållning på gårdsnivå påverkar vår verksamhet	2,58	1,93	e.s
BSE-kontrollen påverkar vår verksamhet	2,26	3,05	*
Import och exporttullar till EU påverkar vår verksamhet	1,53	3,32	***
EU's policy gentemot GMO foder påverkar vår verksamhet	1,76	2,13	e.s
Opinionsbildare i miljöfrågor utgör en risk för vår verksamhet	2,97	2,91	e.s
Opinionsbildare i djurrättsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	3,24	2,95	e.s

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

#### 4.3.3.2.6 Upplevd kontakt med myndigheter

Det föreligger signifikanta skillnader i hur företag med lokal råvaruförsörjning och företag som ej har lokal råvaruförsörjning upplever hur resurskrävande kontakten med myndigheter är. Som framgår i tabell 19 finner de företag som gör lokala inköp att kontakten med Jordbruksverket och Livsmedelsverket är mer resurskrävande jämfört med företag som ej gör lokala inköp. När det handlar om kontakt med Miljökontoret är förhållandet omvänt. Lokala aktörer anser att denna kontakt är mindre resurskrävande jämfört med de övriga aktörer.

**Tabell 19 Medelvärden för ett antal variabler som använts för att mäta i vilken utsträckning företagen anser att kontakten med Jordbruksverket, Livsmedelsverket samt Miljökontoret tar resurser från företagets verksamhet. Dessutom anges om det föreligger någon statistisk signifikant skillnad mellan företag som köper köttråvara lokalt och företag som ej köper köttråvara lokalt.**

	Lokal aktör	Ej lokal aktör	
Fråga i enkäten	Medelvärde	Medelvärde	Signifikans nivå
Vi anser att samarbetet med SJV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	6,00	4,26	*
Vi anser att samarbetet med SLV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	6,79	4,79	**
Vi anser att samarbetet med Miljökontoret tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	4,07	5,44	**

e.s är ej signifikant, \* är signifikansnivå 0,1, \*\* är signifikansnivå 0,05 och \*\*\* är signifikansnivå 0,01

## 4.4 Analys av valda riskmanagement strategier

Modellen syftar till att analysera vilka faktorer påverkar valet av riskhanteringsstrategi (figur 4). Kontrakt är den första strategin som analyserats. Genom kontraktering av köttråvara och avsaluprodukter hanteras den operationella risken vilken innebär att osäkerhet i pris, kostnader, produktion och produktivitet (Boehlje et al, 2005). Den andra strategin som undersökts är certifiering som används för att hantera den strategiska risken. Strategisk risk orsakas av politiska beslut, makroekonomiska faktorer, sociala och naturliga faktorer/preferenser, samt osäkerhet inom den industri inom vilken företaget verkar med avseende på risker hänförliga till råvaror, slutprodukt, konkurrens och teknisk utveckling (Boehlje et al, 2005). Strategi tre och fyra innebär lokal försäljning respektive lokala inköp. Lokala aktörer har en större andel socialt emotionellt kapital knutna till sina produkter och råvaror vilket antas påverka företagets exponering inför risk. Detta gäller både den operationella och den strategiska risken.

För varje strategi genomfördes estimering av logitmodellen för att analysera hur sannolikheten att företagen väljer en strategi påverkas av olika riskfaktorer. Vidare analyserades hur företagsspecifika faktorer påverkar val av strategi.

### 4.4.1 Estimering av "Kontrakt eller ej"

Estimeringen genomfördes för att jämföra hur kontrakterande företag skiljer sig ifrån de företag som ej kontrakterar, dvs de företag som väljer kontrakt som riskhanteringsstrategi.

I estimeringen inkluderades oberoende variabler som anger hur företagen tillmäter olika operationella risker ett värde från 1-10. Dessutom inkluderades företagsspecifika variabler som enligt teorin antas inverka på hur företag agerar i val om berörd strategi. Hur väl de oberoende variablerna förklarar variansen i den beroende binära variabeln kontrakt, anges av koefficienten för McFadden  $R^2$ . I denna estimering erhöles McFadden  $R^2$  ett värde på 0,25 vilken antyder att de oberoende variablerna förklarar variansen relativt väl.

I tabell 20 redovisas resultaten från estimeringen. Fullständiga resultat redovisas i bilaga 3. Tecknen för koefficientvärdena anger om variabeln har en positiv (+) eller negativ (-) inverkan på sannolikheten för att företag väljer att kontraktera (antar 1) eller ej kontraktera (antar 0). P-värdet anger huruvida variabelns inverkan är signifikant och i vilken grad inverkan är signifikant. Variablerna kostnad och leveranssäkerhet är båda signifikanta på 10 % nivån, vilket innebär att dessa faktorer påverkar företagets val av strategi. Åldersstruktur och om företagets ägare arbetar inom företaget är signifikanta på 5 % nivån vilket innebär att dessa faktorer har en statistiskt säkerställd effekt på valet att kontraktera eller ej. Företag med en arbetande ägare och äldre personal visar sig vara mindre benägna att välja kontrakt som riskhanteringsstrategi.

Tabell 20 Estimeringsresultat från ”kontrakt eller ej”

Variabel	Koefficient	Standard avv.	P-värde	Min	Max
KOSTNADER	-0.306008	0.181393	<b>0.0916</b>	0	10
PRIS	0.361332	0.222463	0.1043	0	9
LEVERANSSÄKERHET	-0.472428	0.243580	<b>0.0524</b>	0	10
PRODUKTIVITET	0.206465	0.180253	0.2520	0	10
CHARK	1.038117	0.727854	0.1538	0	1
ALDERSSTRUKTUR	-0.083046	0.041031	<b>0.0430</b>	25	65
ARBETANDE_AGARE	-1.980531	0.849205	<b>0.0197</b>	0	1
KONKURRENS	0.297645	0.184735	0.1071	0	10
OMSATTNING	-5.92E-06	4.01E-06	0.1400	1200'	900000'
C	3.875958	2.295933	0.0914		
McFadden R-squared	0.256560				

Som framgår av tabell 20 är variation i kostnader för köttåvara signifikant på 10 % nivån och koefficienten är negativ. I diagram 16 visas hur sannolikheten för att ett företag ska kontrahera sjunker givet att de tillmäter denna variabel ett högre värde. Enligt Boehlje m.fl. bör företag som har för avsikt att hantera risken för kostnader genom att kontrahera råvaror och därmed få en stabilare nivå för kostnader. Resultatet visar att om företag kontraherar så sjunker risken för kostandsvariationer, enligt vad Boehlje m.fl. påstår.

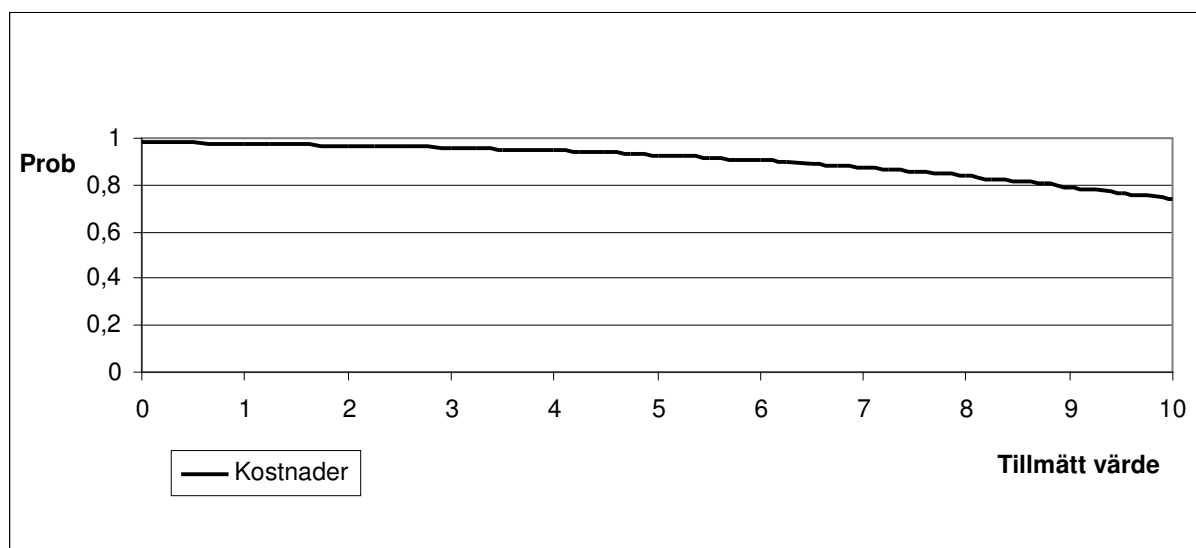


Diagram 16. Sannolikheten att ett företag kontraherar beroende av risken för kostnadsvariationer.



En ökad grad av upplevd leveranssäkerhet minskar sannolikheten för att ett företag skall kontrahera. Detta framgår av tabell 20 och redovisas i diagram 17. Bland de företag som anser sig ha mycket hög leveranssäkerhet är sannolikheten att kontrahera cirka 30 %.

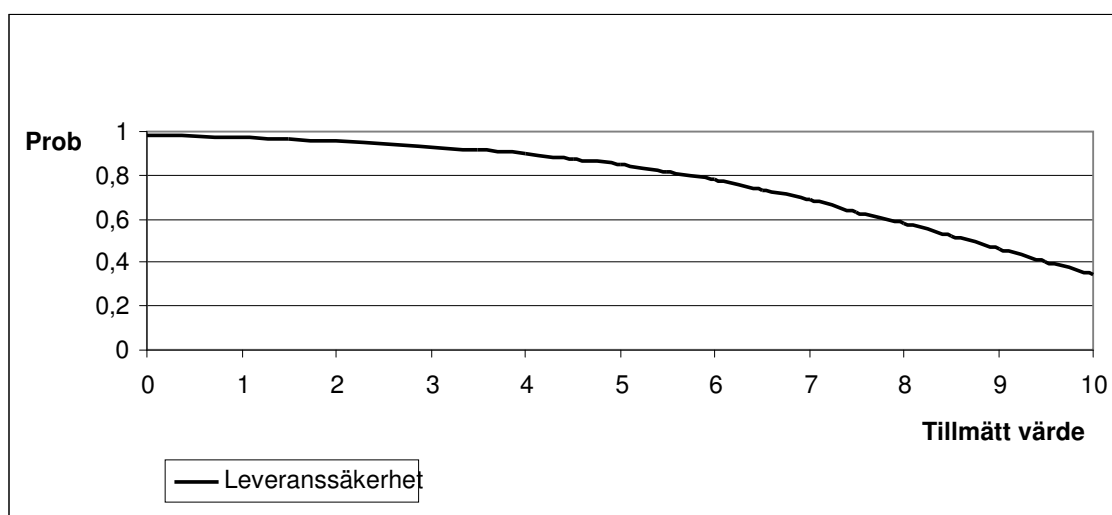


Diagram 17. Sannolikheten att ett företag kontraherar beroende av upplevd leveranssäkerhet.

Vidare framgick även att åldersstruktur har en signifikant effekt på valet att kontrahera. Desto högre genomsnittsålder inom företaget ju lägre sannolikhet för kontrahering enligt vad som framgår av diagram 18. Resultatet kan förklaras av att dessa företag har en lägre omsättning i.e är mindre företag som även i större utsträckning agerar på en lokal marknad. Därav är det möjligt att dessa företag bedriver handel utifrån äldre och nära kontakter vilket i sin tur leder till att kontrakt används i mindre utsträckning.

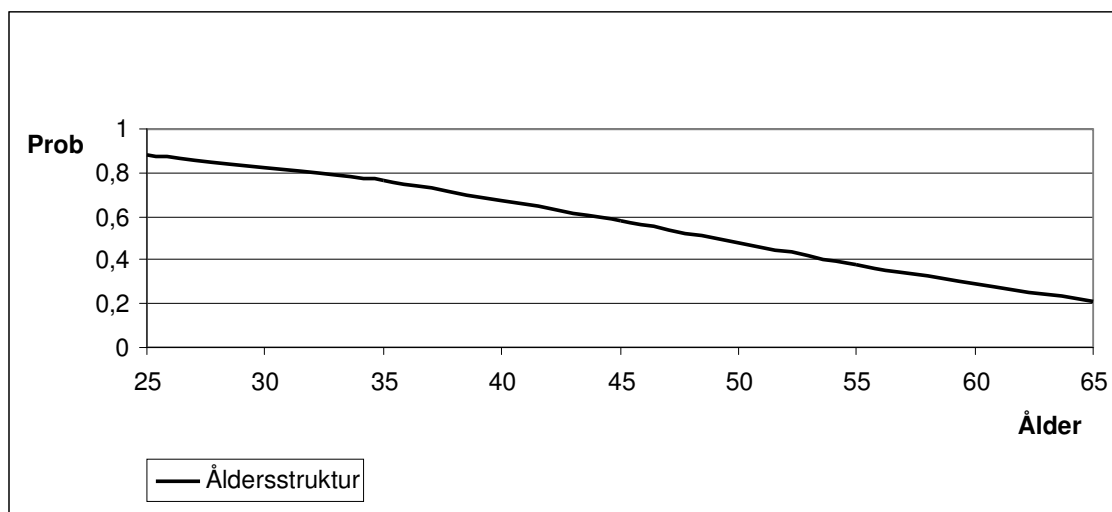


Diagram 18. Sannolikheten att ett företag kontraherar beroende av åldern hos de som arbetar i företaget.

Av den statistiska analysen av enkätstudien framgick att kontrakterande företag till stor del ägs av externa ägare. Estimeringen (tabell 20) visar också att sannolikheten att företag kontrakterar sjunker givet att dess ägare arbetar inom företaget, vilket illustreras i diagram 19. Det är även möjligt att ägarskap som även inkluderar arbete inom företaget ökar den personliga kontakten med leverantörer och kunder vilket gör kontrakt ”överflödiga”. Detta enligt överstämmelse med teorin om socialt kapital (figur 4).

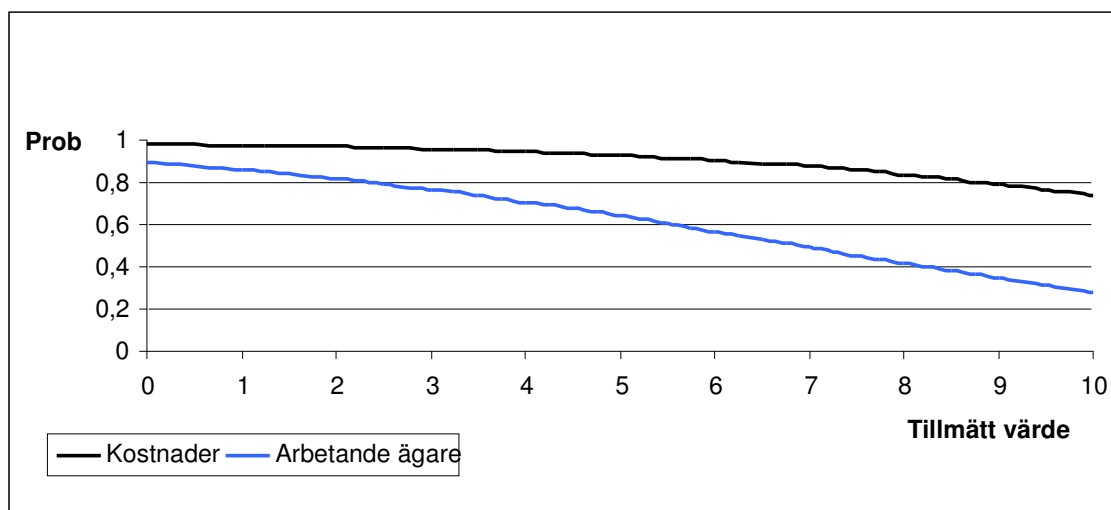


Diagram 19. Sannolikheten att ett företag kontrakterar beroende av om företagets ägare arbetar inom företaget.

#### 4.4.2 Estimering av ”Certifiering som riskmanagementverktyg”

Företagets val att certifiera sig analyseras i denna estimering. Då certifiering syftar till att hantera strategisk risk, grundas estimeringen på oberoende variabler hänförliga till denna typ av risk. Sammanfattande resultat från estimeringen visas i tabell 21 och fullständiga resultat redovisas i bilaga 3. Risken att företagets anseende ska komma till skada är den enda risk som visade på en statistisk signifikant effekt. Vidare inkluderades företagsspecifika variabler som anses ha inverkan på om företag certifierar sig eller ej. Omsättning och om företagets ägare arbetar inom företaget visade vara signifikanta, vilket också framgår i tabell 21.

Tabell 21 Estimeringsresultat från ”certifiering eller ej”

Variabel	Koefficient	Standard avv.	P-värde	Min	Max
KONKURRENS	0.064191	0.164109	0.6957	0	10
OMSATTNING	1.35E-05	4.05E-06	<b>0.0008</b>	1200'	900000'
POLITISKA_BESLUT	-0.226194	0.202640	0.2643	0	9
PRODUKT_KVALITET	-0.097795	0.184437	0.5959	0	10
SOC_OCH_PREFERENSER	0.390845	0.203264	<b>0.0545</b>	0	10
ARBETANDE_AGARE	-2.339381	0.786956	<b>0.0030</b>	0	1
C	-1.541659	1.278640	0.2279		
McFadden R-squared	0.381919				

Ju högre värde företagen tillmäter risker som kan skada företagets anseende desto större är sannolikheten att få verksamheten certifierad vilket diagram 20 visar. De faktorer som inkluderas i denna variabel är om företaget bidrar till utsläpp av klimatpåverkande gaser, utsläpp av näringsämnen till vatten och luft, företaget ej uppfyller hygienkrav samt brister i leveranser.

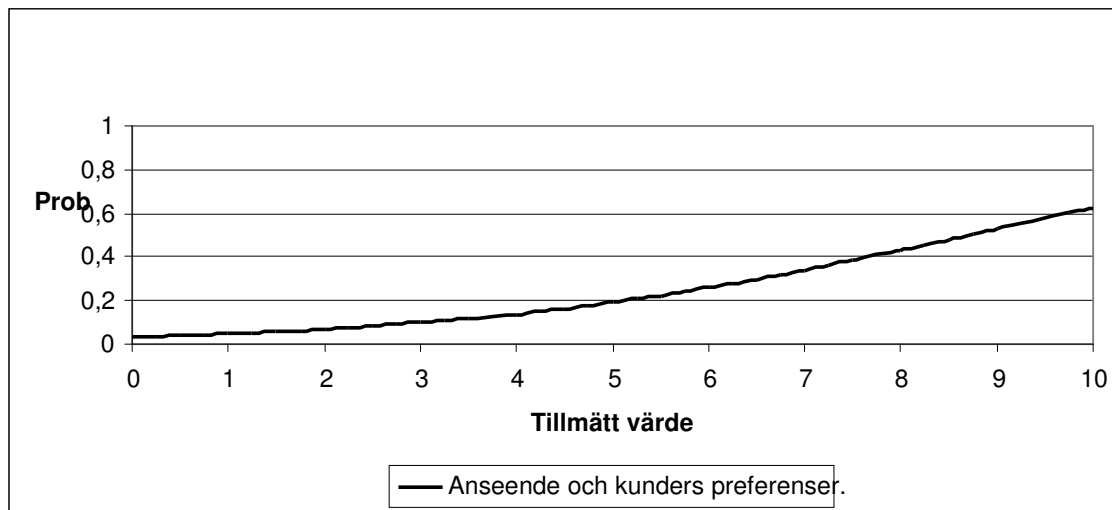


Diagram 20. Sannolikheten att ett företag certifierar sig beroende av risken för att företagets anseende skadas.

Omsättning visade sig ha en positiv inverkan på om företag väljer att certifiera sig. Sannolikheten för att företag väljer certifiering som riskmanagement strategi ökar om företagets omsättning stiger, vilket framgår av diagram 21.

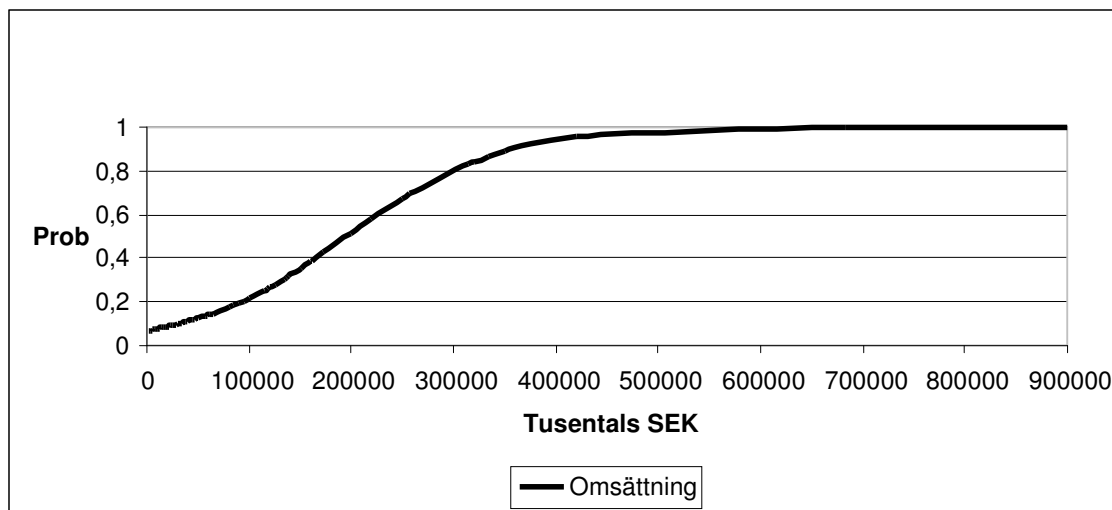


Diagram 21. Sannolikheten att ett företag certifierar sig beroende av företagets omsättning.

Då en dummyvariabel inkluderades för att analysera huruvida arbetande ägare påverkar valet av strategi, visar det sig i diagram 22 att sannolikheten för certifiering blir betydligt lägre om företagets ägare arbetar inom företaget. Resultatet kan antas förklaras av att de ägare som arbetar aktivt inom företaget anser sig ha "full kontroll" över verksamheten även utan kvalitets- och miljöledningssystem.

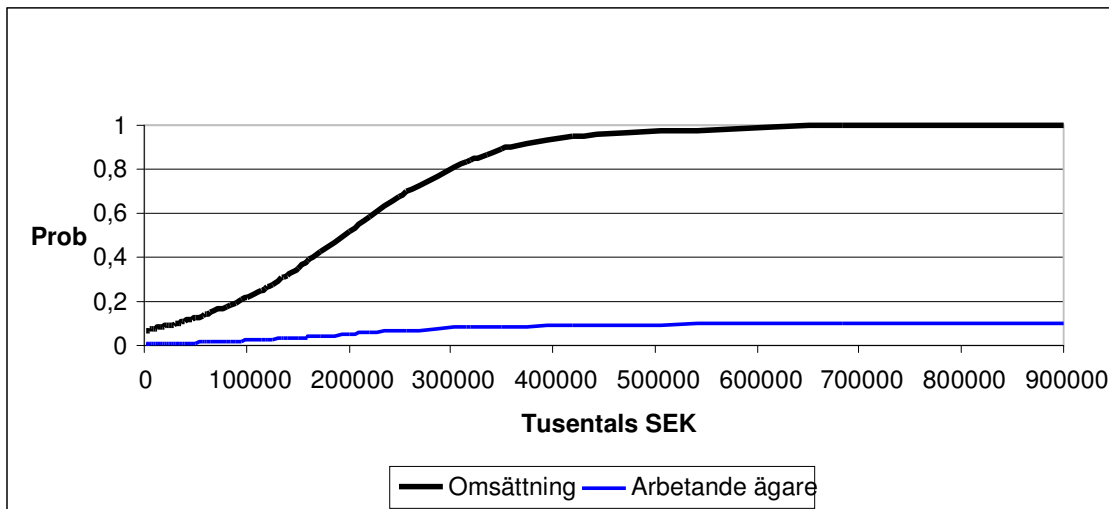


Diagram 22. Sannolikheten att ett företag certifierar sig beroende av om företagets ägare arbetar inom företaget.

#### 4.4.3 Estimering av "Lokal försäljning som riskmanagementverktyg"

För denna strategi genomförs estimeringen genom att inkludera samma oberoende variabler som användes i estimeringen för "lokala inköp". Dessa två estimeringar liknar varandra med avseende på vilka risker som hanteras vilket är förklaringen till att samma variabler inkluderas. Dock visar sig få av dessa variabler vara statistiskt signifikanta vilket framgår av p-värdena i tabell 22. McFadden R2 är trots detta på en bra nivå 0,199474. De två signifikanta variablerna i denna estimering är "omsättning" och "chark", båda signifikanta på 5 % nivån. Att chark är signifikant och koefficienten är positiv indikerar att det är mer troligt att företag med verksamhetsinriktningen chark använder sig av denna strategi. Vad gäller omsättning är denna variabel signifikant för lokal försäljning men inte för lokala inköp. Koefficienten negativ för båda strategierna vilket innebär att vid högre omsättning sjunker sannolikheten för att företagen ska tillämpa dessa strategier. Fullständiga resultat finns i bilaga 3.

Tabell 22 Estimeringsresultat från "lokal försäljning eller ej"

Variabel	Koefficient	Standard avv.	P-värde	Min	Max
KONKURRENS	-0.071762	0.140426	0.6093	0	10
POLITISKA_BESLUT	0.043185	0.161166	0.7887	0	9
PRODUKT_KVALITET	-0.060731	0.128128	0.6355	0	10
SOC__OCH_PREFERENSER	0.080250	0.161776	0.6199	0	
OMSATTNING	-1.21E-05	5.68E-06	<b>0.0334</b>	1200'	900000'
ALDERSSTRUKTUR	0.050751	0.034084	0.1365	25	65
CHARK	1.755145	0.705503	<b>0.0129</b>	0	1
SLAKT	0.475826	0.820195	0.5618	0	1
STYCKNING	0.007681	0.565278	0.9892	0	1
C	-3.315165	1.793491	0.0645		
McFadden R-squared	0.199474				

Av diagram 23 framgår att sannolikheten för lokal försäljning sjunker med stigande omsättning. Resultatet är logiskt då en ökning av omsättningen ofta innebär en ökad volym av produkter vilket innebär att en större marknad krävs. Delvis beroende av var i landet företaget befinner sig och eventuell närhet till stora koncentrerade marknader påverkar efterfrågan inom det lokala området kring produktionsanläggningen. Rent generellt krävs emellertid ett större geografiskt område för att öka omsättningen.

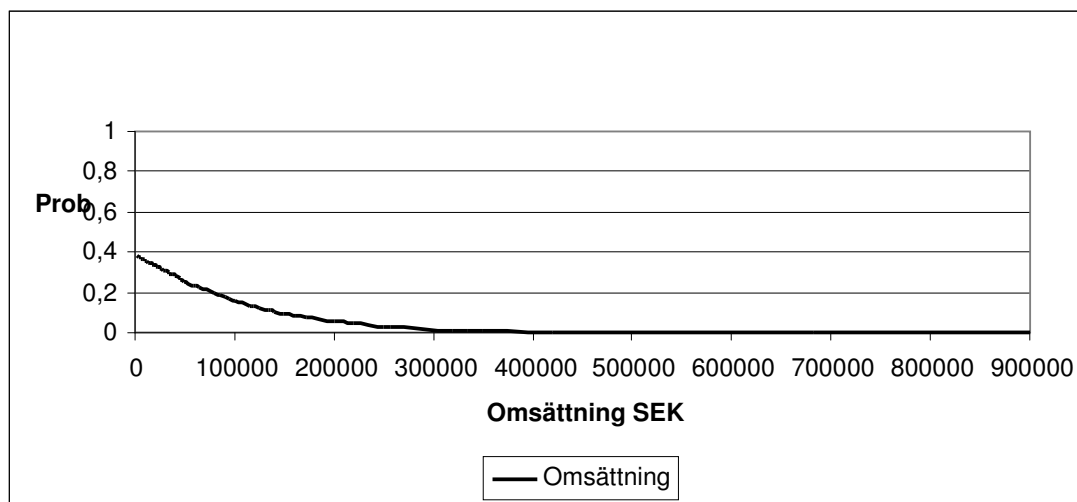


Diagram 23. Sannolikheten att ett företag har lokal försäljning beroende av företagets omsättning.

Ursprungliga verksamhetsinriktningar inkluderade som dummyvariabler i estimeringen där chark var den enda som visade på signifikans. Att bedriva lokal försäljning ökar med 36 % då företag bedriver charkuteriverksamhet som huvudsaklig verksamhetsinriktning. Genom att beräkna marginalvärdet för "dummyvariabeln" chark erhålls detta resultat.

#### 4.4.4 Estimering av "Lokala inköp som riskmanagementverktyg"

Lokala inköp av köttråvara kan också vara en strategi för att hantera både operationell risk men främst strategisk risk. Den binära beroende variabeln "lokal upptagning" beräknas utifrån att företagens inköp av köttråvara till 80 % eller mer kommer från leverantörer inom två timmars körtid från företagets produktionsanläggning/anläggningar. Oberoende variabler för strategisk risk samt företagsspecifika variabler. En sammanfattning av resultaten redovisas i tabell 23. Totalt fem variabler visade på signifikanta skillnader mellan företag som gör lokala inköp och de som ej gör lokala inköp. McFadden R<sup>2</sup> är för denna estimering 0,203851 vilket tyder på att de oberoende variablerna förklarar variansen i den beroende variabeln ((lokal upptagning(1;0)) förhållandevis bra.

Tabell 23 Estimeringsresultat från "lokala inköp eller ej"

Variabel	Koefficient	Standard avv.	P-värde	Min	Max
OMSATTNING	-5.99E-06	3.78E-06	0.1128	1200'	900000'
POLITISKA_BESLUT	-0.307695	0.179200	<b>0.0860</b>	0	9
PRODUKT_KVALITET	-0.200649	0.137146	0.1435	0	10
SOC_OCH_PREFERENSER	0.352386	0.176759	<b>0.0462</b>	0	10
KONKURRENS	0.196889	0.138733	0.1558	0	10
ALDERSSTRUKTUR	0.061560	0.034871	<b>0.0775</b>	25	65
CHARK	1.830848	0.728130	<b>0.0119</b>	0	1
SLAKT	1.104014	0.847417	0.1926	0	1
STYCKNING	1.517402	0.614891	<b>0.0136</b>	0	1
C	-5.847176	2.045175	0.0042		
McFadden R-squared	0.203851				

Sannolikheten för lokala inköp sjunker då företag tillmäter variabeln politiska beslut ett högre värde, vilket illustreras i diagram 24. Variabeln "politiska beslut" beräknas som ett genomsnitt av påståendena i enkätfråga 6d. Att tillmäta dessa påståenden ett högt värde indikerar att företagen anser att politiska beslut har en stor inverkan på företagets verksamhet. Resultatet av estimeringen kan tolkas som att då den politiska risken sjunker ökar sannolikheten att företagen gör lokala inköp, dvs lokala inköp synes missgynnas av politisk osäkerhet. "Politiska beslut" är som framgår av tabell 23 signifikant på 10 % nivån.

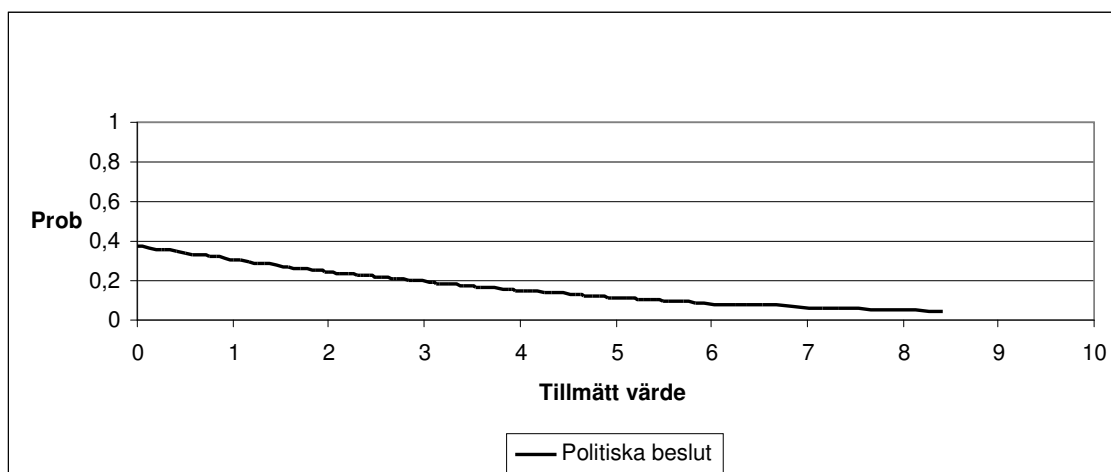


Diagram 24. Sannolikheten att ett företag gör lokala inköp beroende av hur politiska beslut inverkar på företagets verksamhet.

Företag som tillmäter ”anseende och kunders preferenser” ett högt värde ökar sannolikheten för lokala inköp. Variabeln är signifikant på 5 % nivån och beräknas som ett genomsnitt av påståendena b,d,e,f under fråga 3d i enkäten. Desto större inverkan av kunders åsikter om hur företagets verksamhet påverkar miljön har, desto större blir sannolikheten att företagen gör lokala inköp som framgår av diagram 25.

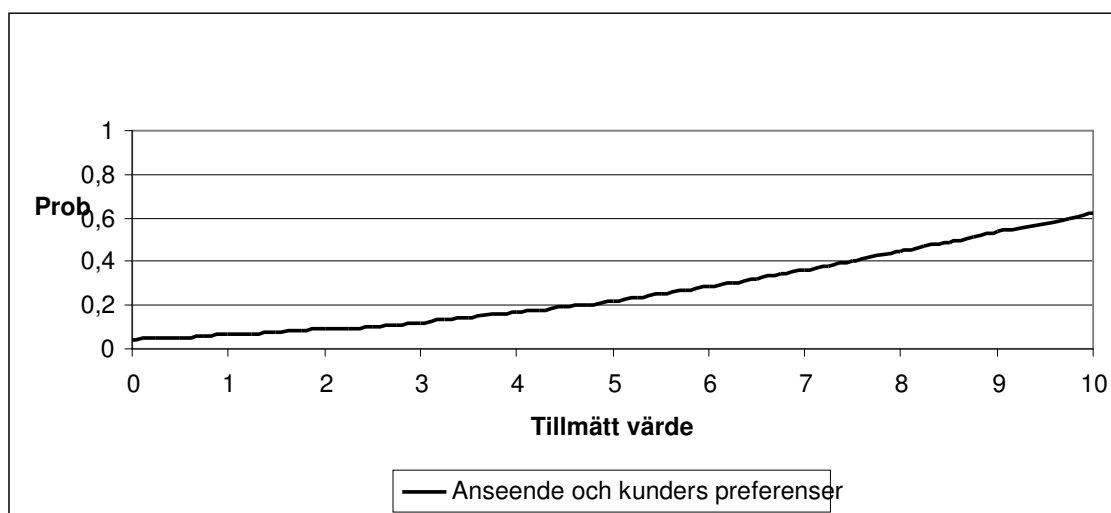


Diagram 25. Sannolikheten att ett företag gör lokala inköp beroende av risken för att företagets anseende skadas.

Åldersstrukturen i företagen inverkar också om företagen väljer att göra lokala inköp av köttråvara. Då arbetskåren är av högre ålder, ökar sannolikheten för att företagen ska göra lokala inköp vilket framgår av diagram 26.

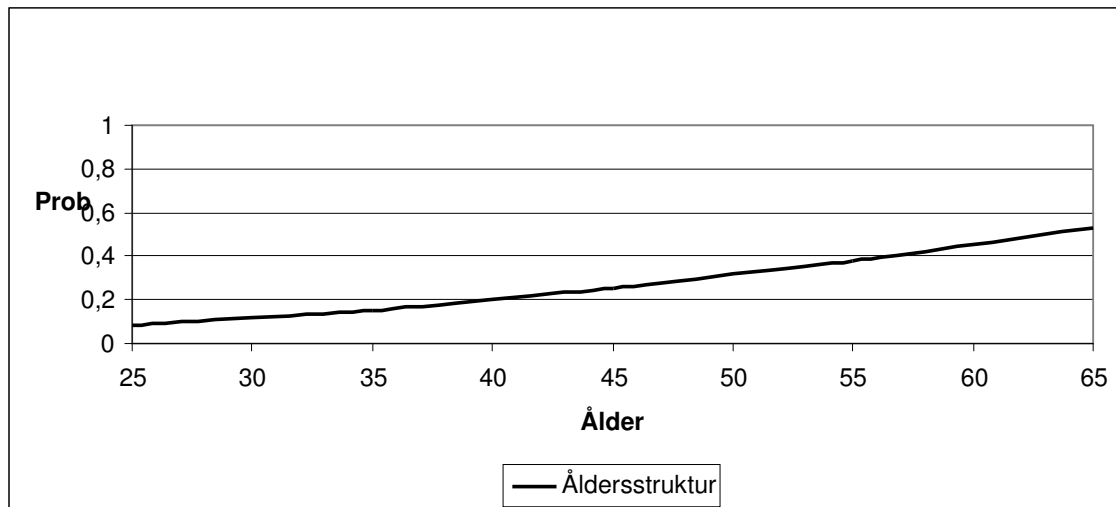


Diagram 26. Sannolikheten att ett företag gör lokala inköp beroende av åldern hos de som arbetar i företaget.

Verksamhetsinriktningarna chark och styckning är två signifikanta oberoende binära variabler som har inverkan på sannolikheten att företaget gör lokala inköp. Både styckning och chark ökar sannolikheten för att företagen gör lokala inköp vilket. Sannolikheten för att göra lokala inköp ökar med i genomsnitt 38 % då ett företag har bedriver charkuteriverksamhet som huvudsaklig verksamhet. Detta resultat erhålls genom att beräkna marginalvärdet för dummyvariabeln ”chark”. På samma sätt beräknades hur sannolikheten för att ett företag gör lokala inköp förändras då företag bedriver slakt som huvudsaklig verksamhet, sannolikheten ökar då med 31 %.



## 5 Slutsatser

Enkätundersökningen genomfördes under tiden december 2007 till februari 2008 analyseras och presenteras i denna rapport. Inledningsvis redovisas deskriptiva data över vad som karakteriserar företagen i studien. Enkätresultaten grupperades fyra gånger utifrån fyra olika risk managementstrategier; kontraktering, certifiering, lokal försäljning och lokala inköp. Grupperingen resulterade i skillnader i medelvärde för ett antal variabler som erhöles från enkätsvaren. Skillnader i dessa medelvärden samt signifikansnivå för dessa redovisades i avsnittet statistisk analys, kapitel 4.3 till 4.5. Därefter genomfördes logistiska estimeringar för var och en av strategierna för att påvisa hur förändringar i variablerna påverkade sannolikheten för att företagen skulle använda sig av någon av de fyra strategierna.

### 5.1 Kontraktering

Kontrakterande företag ägs mer ofta av externa ägare, medan ej kontrakterande företagen ofta ägs av en privat person som arbetar inom företaget. Genom att själv arbeta inom företaget ges möjlighet att bygga en förtroenderelation till kunder och leverantörer vilket skulle kunna vara en förklaring till varför dessa företag kontrakterar i mindre utsträckning. Ökande ålder inom företaget minskar också sannolikheten för kontraktering. Tänkbara förklaringar till detta är att företagen befinner sig i en konsolideringsfas och inte har för avsikt att driva företaget mycket längre. Hayenga m.fl. (2000) menar att företag som växer på nya marknader måste försäkra sig om att tillgången på råvara är säkrad varför kontrakt kan vara fördelaktigt. Om det är så att utvecklingen av företag avtar med stigande ålder kan detta vara en rimlig förklaring till varför företag med äldre arbetsstyrka i mindre utsträckning kontrakterar.

Företag med styckning som verksamhetsinriktning tenderar att kontraktera i mindre utsträckning, vilket kan bero på att styckning i 70 % av fallen kompletteras med någon annan verksamhet såsom slakt och eller charkuteriverksamhet. Då styckning ingår tillsammans med slakt eller chark i samma företag minskar incitamenten att kontraktera då det är möjligt att kontrollera de operationella riskerna via interna verksamhetsgrenar inom samma företag.

Kostnadsvariation har en negativ inverkan på sannolikheten för kontraktering, dvs. företag som anser sig ha en mindre grad av kostnadsvariationer kontrakterar med större sannolikhet. Detta resultat kan bero på att företag som kontrakterar upplever minskade kostnadsvariationer på grund av att de kontrakterar. Resultatet får stöd av studien gjord av Boehlje m. fl (2005) som menar att kostnadsvariation hanteras med hjälp av kontrakt.

Företag som anser att de har en hög leveranssäkerhet kontrakterar med lägre sannolikhet. Till detta finns ingen logisk förklaring då det rimligen borde vara det motsatta. Dock kan antas att dessa företag ej anser sig behöva kontraktera då de även utan kontrakt kan hålla en hög leveranssäkerhet. Genom kontraktering uppnås ett säkrare flöde av råvaror och produkter igenom företaget vilket borde öka möjligheterna till säkra leveranser. Dock som frågan ställdes ges utrymme för egen tolkning för vad "leveranssäkerhet" är, vilket ger skäl att ifrågasätta resultatet.

De kontrakterande företagen tillmäter påståendet "Vår styrka är hög produktivitet i våra anläggningar" ett signifikant högre värde än de företag som ej kontrakterar. Enligt en studie av Poray m.fl. (2003) visas att ökad integration leder till ett jämnare flöde av råvara genom anläggningen. Studien av Poray m.fl. (2003) gällde slaktsvin som råvara till slakterier.

Denna studie ger stöd för att påstå så även kan vara förklaringen till att kontrakterande företag upplever en högre produktivitet i sina anläggningar. Däremot visade enkäten att kontrakterande företag i lägre grad anser sig kunna konkurrera med låga priser. Detta förhållande förväntades vara omvänt på grund av den högre produktiviteten. Tilläggs bör att "konkurrera med lågt pris" inte var en signifikant variabel.

Kontrakterande företag anser sig befinna sig på en mer konkurrensutsatt marknad (p-värde 0,1071). Ökad konkurrens om kunderna men även om råvarorna ökar incitamenten att kontraktera, dels för att säkerställa tillgång på råvara men även för att säkerställa avsättning för produkterna.

Den variabel som representerar "anseende" i estimeringarna är ett vägt medel av sex påståenden i enkätfråga 3d. Tre av dessa avser faktorer hänförliga till operationell risk varför dessa är av intresse vid analys av kontrakt som risk managementverktyg. De kontrakterande företagen anser i högre grad än de ej kontrakterande företagen att kvalitetsvariationer och brister i leveranssäkerhet påverkar företagets anseende gentemot kunder. Resultatet tyder på att företag väljer att kontraktera som en metod att hantera kvalitets- och leveranssäkerhetsrisker.

### 5.1.1 Sammanfattning av hypoteser "Kontraktering"

Hypotes	Resultat	Slutsats
1. <i>Företag som kontrakterar producerar unika produkter under högt värderat varumärke. (Williamson, 2002)</i>	Resultatet visade att kontrakterande företag producerar unika varor under ett välkänt varumärke. Resultatet är statistiskt signifikant på 10 % nivån.	Hypotesen kan bekräftas
2. <i>Kontraktering ökar företagets produktivitet. (Poray et al, 2003)</i>	Jämfört med icke kontrakterande företag visar resultatet att kontrakterande företag upplever att de har hög produktivitet i anläggningarna. Resultatet är statistiskt signifikant på 10 % nivån.	Hypotesen kan bekräftas
3. <i>Leveranssäkerheten är högre för kontrakterande företag. (Poray et al, 2003)</i>	Det noterades inga statistiskt signifikanta skillnader för leveranssäkerhet mellan de båda grupperna, dock visar estimeringen att leveranssäkerheten sjunker då företag kontrakterar (P-värde 0.0524).	Hypotesen kan förkastas
4. <i>Prisvariationerna är lägre för kontrakterande företag. (Hayenga et al, 2000)</i>	Estimeringen visade ingen statistisk signifikans för variabeln prisvariation. P-värde 0.1043	Hypotesen kan förkastas
5. <i>Kostnadsvariationerna är lägre för kontrakterande företag. (Hayenga et al, 200)</i>	Estimeringen visade att kontrakterande företag upplever mindre risk för kostnadsvariationer. P-värde 0.0916	Hypotesen kan bekräftas
6. <i>Kontrakterande företag ställer höga kvalitetskrav. (Hayenga et al, 2000)</i>	De kontrakterande företagen anger att kvalitet har en relativt stor inverkan på företagets anseende. Med den medvetenheten antas företagen ställa höga krav på kvalitet. Resultatet är statistiskt signifikant på 10 % nivån.	Hypotesen kan delvis bekräftas
7. <i>Kontrakterande företag är mer riskaversiva eftersom företagets anseende kan skadas. (se nyttoteori och riskaversion)</i>	Resultatet visar att företag som kontrakterar är känsligare för om deras anseende skadas och därmed också mer riskaversiva. Resultaten från sex frågor i enkäten är statistiskt signifikanta på 1, 5 och 10 % nivån.	Hypotesen kan bekräftas
8. <i>Kontrakterande företag kan i högre grad konkurrera med lågt pris. (Williamson, 2002)</i>	Det noterades inga statistiskt signifikanta skillnader för möjligheten att konkurrera med lågt pris mellan de båda grupperna	Hypotesen kan förkastas

## 5.2 Certifiering

Större företag, sett både till omsättning och antal anställda, certifierar sig i större utsträckning. Det finns dock inget stöd i den litteratur som studerats att ett kvalitets- och miljöledningssystem ej skulle kunna implementeras i mindre verksamheter. En slutsats kan vara att mindre företag anser sig kunna hantera och överblicka verksamheten utan ledningssystem, vilket också ses som en förklaring av International organization of standartization (www, ISO 2008, 1). Vidare kan implementering av ledningssystem anses innebära betydande kostnader med osäkra intäkter. Certifiering är mer vanligt förekommande i företag som bedriver internationell handel och mindre vanligt i företag som agerar på lokala marknader.

En förklaring kan vara att lokala aktörer medvetet ser en lokal profil med starka relationer till leverantörer och kunder som ett substitut för certifiering. Estimeringen visar hur sannolikheten att certifiera verksamheten sjunker då dummy för ”privat ägnade” introducerats vilket indikerar att när företagets ägare arbetar inom företaget, minskar sannolikheten att företaget ska vara certifierat.

Certifierade företag anser sig befinna sig på en mer konkurrensutsatt marknad än de ej certifierade företagen. Enligt de faktorer Bergström och Hellqvist (2004) anger som förklaringar till att certifiera verksamheter ingår många i de konkurrensfaktorer som angivits i enkätundersökningen. Högre produktivitet, större produktsortiment, bättre leveranssäkerhet och mer flexibla kundlösningar är vad de certifierade företagen anser sig kunna konkurrera med. Styrkan för dessa företag sett ur konkurrenshänseende kan hänföras till certifiering vilket skulle stödja de punkter som Bergström och Hellqvist (2004) anger. Förbättrat varuflöde i verksamheten bör leda till högre produktivitet och ökad leveranssäkerhet. Vidare bör företag som önskar finna nya kunder, förbättra företagsrelationer och generellt önskas ses som ett företag som sätter kundernas behov i fokus vara mer flexibla i sin produktion.

Att tillmäta ett högt värde till de faktorer som anses kunna skada företagets anseende är genomgående statistiskt signifikant för de certifierade företagen. Detta tyder på att dessa företag är väl medvetna om att företagets anseende lätt kan skadas då någon av dessa händelser inträffar. Exempel på händelser är bl.a. brister i kvalitet och leveranssäkerhet, miljöpåverkande faktorer samt bristande anpassning till myndigheters regelverk.

Politiska beslut som beror av restriktioner mot djurhållning på slakterier, begränsningar i tid för djurtransporter samt arbetstidslagstiftning anses av de certifierade företagen ha en större inverkan på verksamheten än för de företag som ej är certifierade. Nämnade faktorer synes huvudsakligen påverka slakterier dock visar studien inte på någon signifikant effekt av att slakterier skulle certifiera verksamheten i större utsträckning än övriga verksamhetsinriktningar. En slutsats är att det inte råder några skillnader i hur politiska beslut påverkar företagen i undersökningen, vilket i sig inte är anmärkningsvärt. Intressant vore dock att undersöka hur väl de båda grupperna kan anpassa sig efter förändringar i den politiska agendan som berör köttindustrin, men detta ligger dock utanför ramarna för detta arbete. Däremot visar resultaten att de certifierade företagen anser sig behöva lägga mindre resurser på rapportering och annan kontakt med de berörda myndigheterna Jordbruksverket, Livsmedelsverket och Miljökontoret.

### 5.2.1 Sammanfattning av hypoteser "Certifiering"

Hypotes	Resultat	Slutsats
1. <i>Företag som använder kvalitets- och miljöcertifieringssystem producerar unika produkter under högt värderat varumärke. (Bergström och Hellqvist, 2004)</i>	Resultatet visade ingen statistisk signifikans för att certifierade företag producerar unika produkter under välkänt varumärke	Hypotesen kan förkastas
2. <i>Kvalitets- och miljöcertifierade företag är mer riskaversiva eftersom företagets anseende kan skadas. (Bowin, 2001) och (se nyttoteori och riskaversion)</i>	Resultatet visar att certifierade företag är känsligare för om deras anseende skadas och därmed också mer riskaversiva. Resultaten från sex frågor i enkäten är statistiskt signifikanta på 1, 5 och 10 % nivån.	Hypotesen kan bekräftas
3. <i>Omsättning är positivt korrelerat med användning av kvalitets- och miljöledningssystem. (www, ISO 2008, 1)</i>	Resultatet från estimeringen visar att sannolikheten för certifiering ökar om vid högre omsättning. P-värde 0.0008	Hypotesen kan bekräftas
4. <i>Företagets ägare arbetar mer sällan i företag som använder kvalitets- och miljöledningssystem.</i>	Företag vars ägare arbetar i företaget är i mindre utsträckning certifierade. P-värde 0.0030	Hypotesen kan bekräftas
5. <i>Kvalitets- och miljöledningssystem är positivt relaterat företagets möjlighet att öka marknadsandelar. (Bergström och Hellqvist, 2004)</i>	Resultatet visar inte att certifierade företag lättare kan öka sina marknadsandelar relativt ej certifierade företag. Ingen statistisk signifikans för detta kan noteras	Hypotesen kan förkastas
6. <i>Företag som använder kvalitets- och miljöcertifieringssystem har hög leveranssäkerhet. (Bergström och Hellqvist, 2004)</i>	Resultaten visade inge statistisk signifikans för att företag som använder miljö- och kvalitetsledningssystem har hög leveranssäkerhet.	Hypotesen kan förkastas
7. <i>Företag som använder kvalitets- och miljöledningssystem uppnår lättare de krav som ställs från myndigheter. (www, ISO 2008, 1)</i>	Företag som använder miljö- och kvalitetsledningssystem upplever samarbetet med myndigheter relativt mindre resurskrävande. Signifikans nivå 1- och 5 % nivån.	Hypotesen kan bekräftas

## 5.3 Lokal försäljning

Resultaten från enkäten visar att de företag som säljer produkter på en lokal marknad är mindre både sett till antalet anställda och till omsättning. De har en äldre arbetskår och ägs mer ofta av personer som även arbetar inom företaget. Dessutom är de i större utsträckning charkuterier. Små verksamheter har naturligt svårt att nå en större marknad än den som finns lokalt nära produktionsanläggningen. För att förse en större marknad krävs större volymer vilket saknas i dessa företag. Huruvida det finns en strävan att utöka sålda volymer har ej undersökts i detta arbete. Studien visar att charkuterier i större utsträckning säljer lokalt vilket kan förklaras av att de befinner sig närmast slutkonsument och att ingen ytterligare förädling krävs. Detta öppnar fler försäljningskanaler för charkuterier än för slakterier och styckningsföretag.

Vidare visar resultaten att då företag med lokal avsättningsmarknad jämförs med företag som agerar på en större avsättningsmarknad är det svårt att finna några signifikanta skillnader. Hypotesen var att givet en lokal profilering av företaget med höga sociala värden i de produkter som produceras, att företaget skulle uppnå nära kund- och leverantörsrelationer vilket i sin tur skulle resultera i att kvalitet- och leveranssäkerhetsrisker skulle hanteras. Vidare förväntades att företagets produkter skulle stärka företagets position på den marknad de agerar. Studien visade inte på några signifikanta skillnader. Estimeringen visar också att endast en lägre omsättning inte oväntat ökar sannolikheten för att företagen ska sälja lokalt samt att då charkuteri är den primära verksamheten ökar sannolikheten för lokal försäljning.

Kontakter med myndigheter anses oberoende av vilken myndighet det handlar om, ta mer resurser från verksamheten än önskvärt bland de lokala aktörerna. En trolig förklaring har att göra med storleken på dessa företag, som i relativa tal behöver lägga en större del av resurserna i företaget på denna typ av arbete.

### 5.3.1 Sammanfattning av hypoteser "Lokal försäljning"

<b>Hypotes</b>	<b>Resultat</b>	<b>Slutsats</b>
1. <i>Omsättning är negativt korrelerat med lokal avsättningsmarknad.</i>	Resultatet visar att omsättning är positivt korrelerat till lokal försäljning. Signifikans nivå 1 %, P-värde 0.0334	Hypotesen kan bekräftas
2. <i>Företag med lokal avsättningsmarknad är mer riskaversiva eftersom företagets anseende skadas relativt sett mer vid kvalitetsbrister. (se nyttoteori och riskaversion)</i>	Det noterades ingen statistisk signifikans för att företag med lokal försäljning är mer riskaversiva än övriga företag.	Hypotesen kan förkastas
3. <i>Prisvariationen är lägre för företag med lokal avsättningsmarknad.</i>	Endast en faktor visade på statistisk signifikans för prisvariationer "Efterfrågan på världsmarknaden", signifikans nivå 10 %. Detta ger ej tillräckligt stöd för att bekräfta hypotesen.	Hypotesen kan förkastas
4. <i>Företagets ägare arbetar mer ofta aktivt i företag med en lokal avsättningsmarknad.</i>	Resultatet visar att för företag med lokal försäljning arbetar företagets ägare aktivt i företaget. Signifikans nivå 1 %	Hypotesen kan bekräftas
5. <i>Det är svårt för nya aktörer att etablera sig på lokal avsättningsmarknad. (socialt kapital)</i>	Resultaten visar inte på någon statistisk signifikans för att det är svårt för nya aktörer att etablera sig på en lokal avsättningsmarknad.	Hypotesen kan förkastas

## 5.4 Lokala inköp

Det föreligger inga större företagsspecifika skillnader mellan ”lokala inköp” och ”lokal försäljning”. Företag med en lokal inköpsstrategi är relativt små och har i genomsnitt äldre anställda än de som agerar på en större marknad. Förutom att det är övervägande charkuterier som tillämpar denna strategi så ingår även styckningsföretag i gruppen. Som tidigare nämnts har styckningsföretag ofta kompletterande verksamheter i form av slakt eller chark vilket kan förklara varför inköpen klassas som lokala då de sker via eget slakteri.

En svaghet hos ”lokala inköpare” är att de har en lägre produktivitet i sina anläggningar och därmed ej förmår att konkurrera med lågt pris i samma utsträckning som övriga företag. Resultaten i studien visar däremot att givet lokala inköp anser sig företagen ha mer unika produkter som säljs under ett välkänt varumärke samt att deras produktsortiment anses mer omfattande. Genom att producera unika produkter ges företagen möjlighet att ta ut högre marginaler på sina produkter, vilket kan kompensera för en lägre produktivitet. Enligt DuPont modellen råder ett samband mellan vinstmarginal och ”asset turnover”, vilket ger företag med låg (asset turnover) möjlighet att kompensera detta med högre vinstmarginal (Boehlje et. al 1999).

Det visar sig även att företag med lokala inköp även är mindre känsliga för restriktioner angående tid för djurtransporter vilket är naturligt då inköpen till minst 80 % av total volym sker inom 2 timmar från produktionsanläggningen. Företag påverkas även i mindre utsträckning av EUs import- och export tullar, vilket direkt kan ses naturligt då stora delar av inköpen sker inom Sverige.

Det finns en anmärkningsvärd skillnad i den grupp av företag som gör lokala inköp. Det har genomgående i studien visat sig att de resurser som företag lägger på kontakt med myndigheter alltid konsekvent gällt alla tre myndigheterna Jordbruksverket, Livsmedelsverket och Miljökontoret. Dock anser lokala inköpare att de lägger mer resurser än önskvärt på Jordbruksverket och Livsmedelsverket men när det gäller Miljökontoret är det gruppen av icke lokala inköpare som anser att Miljökontoret tar mer resurser än önskvärt.



#### 5.4.1 Sammanfattning av hypoteser "Lokala inköp"

<b>Hypotes</b>	<b>Resultat</b>	<b>Slutsats</b>
1. <i>Omsättning är negativt korrelerat med lokal upptagningsmarknad.</i>	Resultatet visar att omsättning är positivt korrelerat till lokala inköp. Signifikans nivå 5 %, P-värde 0.1128	Hypotesen kan delvis bekräftas
2. <i>Företag med lokal upptagningsmarknad är mer riskaversiva eftersom företagets anseende skadas relativt sett mer vid kvalitetsbrister. (se nyttoteori och riskaversion)</i>	Det noterades ingen statistisk signifikans för att företag som gör lokala inköp är mer riskaversiva än övriga företag.	Hypotesen kan förkastas
3. <i>Kostnadsvariationerna är lägre för företag med lokal upptagningsmarknad.</i>	Endast en faktor visade på statistisk signifikans för kostnadsvariationer "Efterfrågan på världsmarknaden", signifikans nivå 5 %. Detta ger ej tillräckligt stöd för att bekräfta hypotesen.	Hypotesen kan förkastas
4. <i>Företagets ägare arbetar mer ofta aktivt i företag med en lokal upptagningsmarknad.</i>	Det noterades ingen statistisk signifikans för att företag med lokal inköpsstrategi mer ofta ägs av en person som även arbetar aktivt i företaget	Hypotesen kan förkastas
5. <i>Det är svårt för nya aktörer att etablera sig på lokal upptagningsmarknad. (socialt kapital)</i>	Resultaten visar inte på någon statistisk signifikans för att det är svårt för nya aktörer att etablera sig på en lokal inköpsmarknad.	Hypotesen kan förkastas

## 6 Diskussion

Anta att du för ett antal år sedan hade påstått att nötkött utgör ett större hot för global uppvärmning än transportindustrin, att inflationen i juni 2008 är 4,4 % och till stor del beror av ökade priser på livsmedel (www, statistikcentralen 2008, 1), att sjukdomsutbrott kan tvinga delar av södra Sverige till transportbegränsningar av djur, att importen av kött kommer att öka med 80 % mellan åren 2001 och 2007 (www, SCB 2007, 1) samt att stora delar av den svenska slakten kommer att vara utlandsägd år 2008. Reaktionerna på dessa påståenden hade med stor sannolikhet varit skiftande mellan olika företag inom köttindustrin och innebörden av händelserna varierar också sannolikt för olika företag. Utöver dessa händelser finns ett oändligt stort antal faktorer som kan påverka företags verksamheter.

I den dagliga verksamheten arbetar ständigt företag mer eller mindre medvetna med vad som i denna studie benämns som "risk management" eller "riskhantering". Riskhantering handlar om att identifiera risker, utarbeta en riskhanteringsstrategi, implementera strategin och slutligen följa upp och utvärdera strategin.

För många företag sker riskhanteringen utan att det ses som någon aktiv strategi. Mycket av det som händer dagligen i verksamheten handlar dock om att undvika misstag som skulle få negativa konsekvenser för företaget. Men företag arbetar också med att förbättra kund- och leverantörskontakter, stärka varumärket och öka försäljningen.

I den tid vi nu befinner oss i sker förändringar fort. Såväl globala faktorer såsom ökad internationell handel och klimathot samt nationella faktorer påverkar företagen. Att på förhand vara beredd på vad som kan komma att ske är alltså viktigt för de företag som vill fortsätta vara en aktör på marknaden. Genom att gräva djupare i verksamheten för att hitta de svaga punkterna och styrkorna samt även lyfta blicken för att identifiera eventuella hot och möjligheter kommer i framtiden att vara en förutsättning för överlevnad för många företag, inte bara inom köttindustrin.

I denna studie har ett försök gjorts att identifiera risker inom svensk kött- och charkindustri enligt en modell framarbetad från Boehlje och Lins (2002). Genom att analysera hur den upplevda risken skiljer sig åt mellan företag som använder olika typer av riskhanteringsstrategier är det möjligt att se om och varför företag använder olika strategier. Att identifiera risk inom ett företag är komplext varför det i denna studie varit tvunget att begränsa arbetet till de riskkategorier som Boehlje och Lins (2002) använder sig av. Antalet strategier som analyserats har också begränsats till fyra strategier.

### *Strategi "Kontraktering"*

De kontrakterande företagen i studien utgör 25 % av det totala antalet företag som ingår i studien. I överstämmelse med Williamson (2002) kontrakterar de företag som anser sig producera unika produkter med ett starkt varumärke. Alternativt accepterar de icke kontrakterande företagen den risk det innebär att inte kontraktera, vilka då antas vara mindre riskaversiva. Williamson (2002) visar i sin modell att om företag ej kontrakterar trots att de producerar unika produkter bör ett högre pris erhållas från kund eller betalas till leverantör, prisskillnaden utgör då den s.k. riskpremien. Om så är fallet har ej undersökts i denna studie. Däremot är det intressant att de kontrakterande företagen inte upplever att de kan konkurrera med lågt pris vilket borde vara fallet om de som Williamson (2002) antyder, ej behöver den extra riskpremien på produkterna.

Ytterligare faktorer som stödjer det faktum att de kontrakterande företagen producerar unika produkter under välkänt varumärke är att de anser att det föreligger större hot emot vad som kan skada företagets anseende.

Vidare visar analysen att då företagets ägare i större utsträckning arbetar aktivt i företaget sjunker sannolikheten för att företaget kontrakterar. Detta kan ha att göra med att då företagets ägare är aktivt involverad i verksamhetens operativa del erhålls en närmare kontakt med leverantörer och kunder varvid en ökad kontroll på så sätt uppnås. I sådana fall går detta att härleda till teorin om det sociala kapitalet som kommer att diskuteras senare.

Resultaten visade även att vid stigande ålder på personalen så sjunker sannolikheten för kontraktering. Att utbildningsnivån i dessa fall skulle vara lägre och kunna uppfattas som en anledning till en sjunkande grad av kontraktering finner jag inget stöd för i teorin men är en personlig slutsats som kan dras av resultatet.

#### *Strategi "Certifiering"*

I resultatet noterades ett starkt samband mellan hög omsättning och sannolikheten att ett företag är certifierat. Detta kan bero av att certifiering ofta föranleder en direkt kostnad och osäkra intäkter. En annan slutsats är att då övriga företag är mindre, råder en kultur av "vi gör som vi alltid gjort". Intressant att notera är den lägre arbetsbörda de certifierade företagen upplever vid kontakt och rapportering till myndigheter. Parallellt till en högre omsättning kan antas att de certifierade företagen har en större administrativ avdelning inom företaget som då också är tränad och van att hantera denna typ av kontakter samt att sköta denna typ av dokumentation.

För de faktorer som antagits kunna påverka företags anseende är resultaten likartade mellan certifierade och kontrakterande företag. Båda grupperna upplever att företagets anseende lätt kan skadas om dessa faktorer inträffar. Detta tyder både på en ökad medvetenhet men också på att företagen upplever en större exponering av dessa risker. I det resonemang Bergström och Hellqvist (2004) för om externa och interna drivkrafter pekar dessa på att företag som vill förbättra sitt rykte och image kan göra detta i och med implementering av ett kvalitets- och miljöledningssystem.

Bergström och Hellqvist (2004) påpekar att "kvalitetsbristkostnader" kan uppgå till mellan 10-30 % av ett företags omsättning (Bergström och Hellqvist, 2004, sid 23). Detta skapar ett starkt incitament för företag att hantera dessa brister. Resultatet visar att de certifierade företagen upplever kvalitet som något mycket viktigt för företagets anseende varför detta torde vara en av de viktigaste anledningarna till att implementera kvalitets- och miljöledningssystem.

#### *Strategi "Lokal avsättningsmarknad"*

För att sammanfatta denna strategi visar resultatet att det är företag med lägre omsättning, färre antal anställda och äldre personal som använder denna strategi. Vidare visade resultatet att dessa företag ej anser sig ha förmåga att konkurrera med låga priser vilket gör att de istället behöver skapa ett mervärde på produkterna för att kompensera för det högre priset. Resultatet visar att företagets anseende tillmäts ett högt värde vid ökad sannolikhet för denna strategi. Ett bra anseende och ett starkt varumärke innebär ett mervärde för konsumenten, därav ges möjlighet för företagen att kompenseras för detta i form av högre priser på produkterna.

Den lokala strategin kan därmed fungera om företagen kan skapa en bra relation till kunderna. Teorin om socialt kapital bekräftar detta, då mer informella institutioner kan skapa uppstår starka band mellan aktörerna.

*Strategi "Lokal upptagningsmarknad"*

Resultatet från lokal upptagningsmarknad skilde sig inte mycket från lokal avsättningsmarknad. Dock noterades i estimerings resultaten att sociala faktorer och kunders preferenser har ett direkt samband med sannolikheten att göra lokala inköp dvs då alla andra faktorer hålls konstanta ökar sannolikheten för lokala inköp om värdet på faktorn "sociala faktorer och kunders preferenser" ökar.

Samma samband gäller för faktorn "politiska beslut". Detta innebär att då politiska beslut får lägre inverkan på företagets verksamhet ökar sannolikheten för lokal upptagningsmarknad. Faktorn "politiska beslut" är beräknad från ett medelvärde av enkätfråga 6d som redovisas i bilaga 8. De frågor med statistisk signifikans är "begränsad tid för djurtransporter", "BSE kontroll" samt "import- och export tullar till EU" kan vara en förklaring till estimeringsresultatet. Dessa frågor anges spela en lägre roll för de företag med lokal upptagningsmarknad.

# Referenser

## Litteratur

- Banker, D, E. MacDonald, J, M. *Structural and Finacial Characteristics of U.S. Farms -2004 Family Farm Report* – United States Department of Agriculture Number 797, March 2005
- Bergström, M., Hellqvist R, *Kvalitets- och miljöledning i livsmedelsbranschen*, Bergström & Hellqvist AB (ISBN 91-631-5703-9)
- Boehlje, M. 2002. “Risk in U.S. Agriculture: New challenges and new Approaches”
- Boehlje, M. Dobbins, C. Miller, A. Miller, D. Barnard, F. *Measuring and Analyzing Farm Financial Performance* – Department of Agricultural Economics, Purdue University, 1999
- Boehlje, M., Gray, A. and Detre, J,D, 2005. *Strategy Development in a Turbulent Business Climate: Concepts and Methods* – International Food and Agribusiness Management Review Volume 8, Issue 2, 2005
- Boehlje, M. and Lins, D, A. *Risks and risk management in an Industrialized Agriculture* – Agriculture Finance Review Volume 58, Article 1, 2002
- Bowin, J. 2001 *Förändringar I ISO 9001, Skillnaden mellan den nya och gamla standarden*, SIS förlag (ISBN 91-7162-532-1)
- Eisenhardt, K, M. *Agency Theory: An Assessment and Review* – Accademy of Management Review Volume 14, No 1, 1989, pp.57-74
- Greene, W, H. 1993 *Econometric analysis, second edition*, Prentice-Hall, Inc. New Jersey (ISBN 0-02-346391-0)
- Hepner, I. Wilcock, A. Aung, M. *Auditing and continual improvement in the meat industry in Canada* – British Food Journal Vol 106, No 7, 2004, pp.553-568
- Hayenga, M. Schroeder, T. Lawrence, J. Hayes, D. Vukina, T. Ward, C. Purcell, W. *Meat Packer Vertical Integration And Contract Linkages in the Beef And Pork Industries: An Economic Perspective* Iowa state University 2000
- Horcher, K, A. 2005 *Essentials of Financial Risk Management*, John Wiley & Sons Inc, New Yersey
- Nigel, S. 2003. *Agribusiness and Commodity Risk – Strategies and Management*, Risk Books, London (ISBN 1 904339 10 7)
- Newbold, P. *Statistics for Business and Economics* Prentice Hall International Inc, Illinois, 1991

- Olsson, U. Englund, J.E. Engstrand, U. 2005 *Biometri – Grundläggande biologisk statistik* Studentlitteratur, Lund. ISBN 91-44-04577-8
- Poray, M. Gray, A. Boehlje, M. Preckel, P. *Evaluation of alternative coordination systems between producers and packers in the pork value chain – International Food And Agribusiness Management Review* Volume 6, Issue 2, 2003
- Robins, L, J. Siles, M, E. Schmid, A, A. *Social Capital and Poverty Reduction: Toward a Mature Paradigm – Agrucultural Economics Report* Number 614, July 2002, Department of Agricultural Economics, Michigan State University
- Roberts, T. Buzy, J, C. Ollinger, M. *Using Benefit and Cost Information to Evaluate a Food Safety Regulation: HACCP for Meat and Poltry – American Journal of Agricultural Economics* Volume 78, No.5, Proceedings Issue (Dec., 1996), pp. 1297-1301
- Rutegård, Å. Vind i seglen för det småskaliga.(2007, nr 6 juni). *KöttBranschen*, s.5
- Vaughan, E, J. 1997. *Risk Management*, John Wiley and Sons Inc, New York (ISBN0-471-10759-X)
- Varian, H, R. 1992. *Microeconomic Analysis Third edition*, W.W. Norton & Company New York London (ISBN 0-393-95735-7)
- Williamson, O, E. 2002 *The Theory of the Firm as Governance Structure: From Choice to Contract*, *Journal of Economic Perspectives – Volume 16, Number 3, Summer 2002*, pp. 171-195

KCF 2007, PowerPoint charkandelar volym

KCF 2007, slaktstatistik

## Internet

ATL, [www.atl.nu](http://www.atl.nu)

1. ATL, 2007-12-07

<http://www.atl.nu/Article.jsp?article=43882>

Danish crown, <http://www.danishcrown.com/>

1. *Danish crowns historia*, 2007-12-17

<http://www.danishcrown.com/page10493.aspx>

2. *Danish crown företagsinformation*, 2007-12-17

<http://www.danishcrown.com/page10500.aspx>

ISO, International organization for standardization, <http://www.iso.org>

1. *ISO standards*, 2008-04-24

[http://www.iso.org/iso/iso\\_catalogue/management\\_standards/benefits.htm](http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_standards/benefits.htm)

KLS, KLS ekonomisk förening, <http://www.kls.org>

1. *Pressmeddelande*, 2007-10-15

<http://www.kls.org/>

2. *Pressmeddelande*, 2008-02-04

<http://www.kls.org/>

SCB, Statistiska central byrån, <http://www.scb.se/>

1. *Jordbruksstatistisk årsbok 2007*, 2008-06-24

[http://www.scb.se/statistik/\\_publikationer/JO1901\\_2006A01\\_BR\\_20\\_JO01SA0701.pdf](http://www.scb.se/statistik/_publikationer/JO1901_2006A01_BR_20_JO01SA0701.pdf)

2. *SCBs företagsregister*, 2008-06-24

[http://www.scb.se/Grupp/Foretagsregistret/\\_Dokument/Broschyr2007.pdf](http://www.scb.se/Grupp/Foretagsregistret/_Dokument/Broschyr2007.pdf)

3. *SCB Företagens ekonomi för industri bygg och tjänsteföretag 2005*, 2008-05-11

[http://w36.scb.se/templates/Publikation\\_207257.asp](http://w36.scb.se/templates/Publikation_207257.asp)

SLV, Livsmedelsverket, [www.slv.se](http://www.slv.se)

1. *SLVs information om HACCP*, 2008-05-13

[http://www.slv.se/templates/SLV\\_Page.aspx?id=15572&epslanguage=SV](http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=15572&epslanguage=SV)

3. *SLVs lista över livsmedelsanläggningar*, 2007-10-18

[http://www.slv.se/templates/SLV\\_Page.aspx?id=2970&epslanguage=SV](http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=2970&epslanguage=SV)

4. *SLVs vägledning till införande av HACCP*, 2008-07-01

<http://www.slv.se/upload/dokument/livsmedelskontroll/vagledningar/Vagledning%20HACCP.pdf>

Statistikcentralen, [http://www.stat.fi/index\\_sv.html](http://www.stat.fi/index_sv.html)

1. *Statistikcentralens konsumentprisindex*, 2008-08-08

[http://www.stat.fi/til/khi/2008/06/khi\\_2008\\_06\\_2008-07-14\\_tie\\_001\\_sv.html](http://www.stat.fi/til/khi/2008/06/khi_2008_06_2008-07-14_tie_001_sv.html)

Swedish meats, <http://www.swedishmeats.com/sitebase/>

1. *Swedish meats företagsinformation*, 2007-09-13

<http://www.swedishmeats.se/sitebase/>

Ugglarps, <http://www.ugglarps.com/>

1. *Ugglarps pressmeddelande 2007-12-12*, 2007-12-17

<http://www.ugglarps.com/konsument/info/pressrum.htm>

## **Personliga meddelanden**

Karsten Davidsson

VD, Inköp och försäljning, AB Sten Davidsson

Presentationsföreläsning vid Kött och Charkföretagens konferens, 2007-11-08

Fredrik Sundblad

Kött och Charkföretagen

Personligt möte, 2007-11-02

# Bilagor

## Bilaga 1 Följebrev enkätundersökning

Uppsala, November 26, 2007



### **Bäste företagare!**

Mitt namn är Erik Engelbrekts och jag studerar till Ekonomagronom vid Sveriges Lantbruksuniversitet. I mitt examensarbete analyserar jag olika former av risker som påverkar svenska kött- och charkföretag. Syftet är att analysera hur ofta risker uppstår och vilka faktorer som påverkar detta skeende.

I en värld där förändringar sker i allt snabbare takt blir en medvetenhet om vilka risker företaget möter allt mer väsentlig. Ökad handel, utländskt ägande, skärpta krav på livsmedelssäkerhet, mer omfattande arbetstidslagstiftning samt smittor och sjukdomar är exempel på händelser som kött- och charkindustrin måste kunna hantera. Risker förekommer i allt företagande oavsett bransch, geografisk lokalisering, olika nischer, företagsform, mm. Däremot kan olika risker vara mer eller mindre vanliga beroende på ett antal faktorer, vilka analyseras i denna studie. Genom en ökad grad av medvetenhet om vilka risker som företaget möter är det möjligt att utforma strategier som leder till ökad effektivitet och en förbättrad konkurrenskraft.

Mitt examensarbete påbörjades i oktober 2007 under handledning av Hans Andersson vid Sveriges Lantbruksuniversitet, Institutionen för Ekonomi. Fredrik Sundblad vid Kött och Charkföretagen bidrar till arbetet med synpunkter, goda råd och information i industrispecifika frågor.

Denna enkät är en del av mitt examensarbete och innehåller frågor om vilka risker som företag inom svensk slakt-, chark- och styckningsindustri påverkas av. Alla uppgifter som lämnas i enkäten kommer givetvis att behandlas strikt konfidentiellt och resultaten från undersökningen kommer inte att publiceras i sådan form att enskilda företag kan identifieras.

Jag är medveten om att Ni har mycket att göra just nu, Era synpunkter är dock mycket värdefulla för mig. Jag skulle därför vara väldigt tacksam om Ni tar Er tid att besvara bifogad enkät vilket beräknas ta cirka 20 minuter. Om Ni är flera som fattar de mest väsentliga besluten i företaget svara då gärna på frågorna tillsammans. Skicka sedan svaren till mig i det adresserade och **portofria** svarskuvertet så snart som möjligt eller **senast fredagen den 11:e januari**.

Om du har några frågor är Du välkommen att kontakta mig via e-mail [e03eren1@stud.slu.se](mailto:e03eren1@stud.slu.se) eller ringa mig på tel. 070-367 59 00. Tack på förhand.

Med vänlig hälsning

---

Erik Engelbrekts, Agr. Stud  
SLU, Uppsala

---



## Bilaga 2 Enkätundersökning



### Frågeformulär angående risker inom svensk köttindustri

**1. De frågor ni möter i denna del avser information om företagets verksamhetsinriktning, omsättning, anställda och företagsform .**

**1a, Vilken/vilka typer av verksamheter bedriver Ert företag? *Flera alternativ kan väljas***

- Slakt
- Styckning
- Charkuteri
- Annan \_\_\_\_\_

**1b, Hur stor var omsättningen i Ert företag 2006? Ange i 1000 tals kronor**

Svar: \_\_\_\_\_

**1c, Hur många anställda har Ert företag? Om verksamheten är säsongbetonad och tillfällig arbetskraft anställs, ange ett genomsnitt för det senaste året i form av antalet heltidstjänster.**

Svar: \_\_\_\_\_

**1d, Inom vilken åldersgrupp befinner sig **majoriteten** av de anställda i Ert företag? Ange ett alternativ, markera med kryss.**

- 20år till 30år
- 31år till 40år
- 41år till 50år
- 51år till 60år
- Över 60år

**1e, I vilken företagsform drivs Ert företag?**

- Aktiebolag
- Ekonomiskförening
- Enskild firma
- Kommanditbolag, Handelsbolag
- Annan \_\_\_\_\_

**1f, Vem är huvudägare i Ert företag?**

- Företaget ägs av privatpersoner som arbetar i företaget
- Företaget ägs av externa ägare i form av privatpersoner och/eller företag
- Företaget är medlemsägt
- Annat \_\_\_\_\_

**1g, Är Ert företag anslutet till någon/några av följande kvalitets- och/eller miljöledningssystem?**

- HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point)
- BRC (British Retail Consortium)
- EFSIS
- KRAV
- ISO \_\_\_\_\_
- ISO \_\_\_\_\_
- Annan \_\_\_\_\_
- Inget av dessa används

**1h,** Säljer Ni huvuddelen av Era produkter på en lokal marknad eller sker försäljningen över ett större geografiskt område? *Ange i procent var er försäljning sker.*

	Procent av företagets totala försäljning
Inom två timmars körtid från våra anläggningar	
Inom två till fyra timmars körtid från våra anläggningar	
Inom Sverige men mer än fyra timmars körtid	
Export till utlandet	
Summa	<b>100 %</b>

**1i,** Varifrån kommer huvuddelen av Era kött råvaror? *Ange i procent av Ert totala kött råvarubehov.*

	Procent av totala slaktdjursbehovet till slakteriverksamheten	Procent av totala kött råvarubehovet till styckningsverksamheten	Procent av totala kött råvarubehovet till charkuteriverksamheten
Inom två timmars körtid från våra anläggningar			
Inom två till fyra timmars körtid från våra anläggningar			
Inom Sverige men mer än fyra timmars körtid			
Import från utlandet			
Summa	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

**1j,** Denna fråga berör Era **kött råvaror** och syftar till att mäta Er valutarisk. Om Ert företag **importerar** kött råvaror, från vilket/vilka länder importerar Ni? *Markera med kryss det/de länder Ni importerar ifrån.*

- Vi importerar ingen kött råvara
- Norden (Danmark, Norge eller Island, **ej** Finland då de har Euron som valuta)
- Länder inom EU som har Euron som valuta
- England och/eller Nordirland (£)
- Brasilien
- Annat land och valuta \_\_\_\_\_
- Annat land och valuta \_\_\_\_\_

**1k,** Denna fråga syftar också till att undersöka Er valutarisk vid eventuell export. Om Ert företag **exporterar** produkter, till vilket/vilka länder exporterar Ni? *Markera med kryss det land/de länder Ni exporterar till.*

- Vi exporterar inga produkter
- Norden (Danmark, Norge eller Island, **ej** Finland då de har euron som valuta)
- Länder inom EU som har euron som valuta
- England och/eller Nordirland (£)
- Brasilien
- Annat land och valuta \_\_\_\_\_
- Annat land och valuta \_\_\_\_\_

## 2 I denna fråga ges information om företagets finansiering.

2a, Vilken andel av företagets totala tillgångar utgörs vanligtvis av **lån**? Anges i procent av tillgångarnas värde.

- Mindre än 20 %
- 20 % till 30 %
- 30 % till 40 %
- 40 % till 50 %
- 50 % till 60 %
- 60 % till 70 %
- 70 % till 80 %
- Mer än 80 %

2b, Hur upplever Ni belåningen i Ert företag? Med belåning avses den del av de totala tillgångarna som utgörs av lån.

- Vi upplever att belåningen i företaget är alltför hög
- Vi upplever att belåningen i företaget är rimlig
- Vi har inga eller obetydliga lån vilket Vi är nöjda med
- Vi har inga eller obetydliga lån, men kan vid behov tänka oss att **öka** belåningen

Frågorna 2c och 2d utgörs av påståenden. Markera med kryss på skalan hur väl Ni instämmer med dessa påståenden.

2c, En ökning av räntekostnaderna skulle ha betydande inverkan på företagets resultat.

- | Instämmer ej               |                            | Instämmer delvis           |                            |                            |                            |                            | Instämmer helt             |                            |                             |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |

2d, Vi bedömer att det är troligt att våra räntekostnader kommer att stiga inom 3 till 5 år.

- | Instämmer ej               |                            | Instämmer delvis           |                            |                            |                            |                            | Instämmer helt             |                            |                             |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |

2e, Vilken kredittid lämnar Ni till Era kunder?

Markera med kryss det intervall angett i dagar som överensstämmer med den kredittid som Ni lämnar till Era kunder.

- |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 10 – 20                  | 20 – 30                  | 30 – 40                  | 40 – 50                  | 50 – 60                  |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

2f, Vilken kredittid erhåller ni från Era leverantörer?

Markera med kryss det intervall angett i dagar som överensstämmer med den kredittid som Ni erhåller från Era leverantörer.

- |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 10 – 20                  | 20 – 30                  | 30 – 40                  | 40 – 50                  | 50 – 60                  |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## 3 Dessa frågor handlar om företagets priser, marknad, konkurrens samt kunder.

3a, I denna fråga möter Ni ett antal faktorer som kan leda till prissvängningar. Vilken/vilka av följande faktorer anser Ni bidrar till betydande prissvängningar på Era **köttråvaror**?

Markera med ett kryss vilken grad av inverkan Ni anser att följande faktorer har på prissvängningarna. Om de inte har någon inverkan alls, markera då rutan 0.

- |   | Låg inverkan               |                            |                            |                            |                            | Hög inverkan               |                            |                            |                            |                            |                             |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Tidpunkt under året.  | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| Produktionscykler i lantbruksledet                                  | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| Efterfrågan på världsmarknaden                                      | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsvjuka, PRRS med flera sjukdomar | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |

**3b,** Rangordna på samma sätt som i föregående fråga de faktorer som påverkar prisvariationen på Era produkter.

	Låg inverkan	Hög inverkan
Konsumenters efterfrågan varierar under säsongen.	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10	
Prisförändringar på produktionsmedel	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10	
Produktionscykler i lantbruksledet	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10	
Efterfrågan på världsmarknaden	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10	
Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsjuka och PRRS	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10	
Medial uppmärksamhet, salmonella	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10	
Dåliga nyheter t.ex. ”korv ger cancer” (tv4nyheterna.se 2007-11-09)	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10	
Handelns upphandlingssystem/strategier	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10	

**3c,** I denna fråga möter Ni ett antal påståenden som berör Ert företags konkurrenssituation.

Ringa in ett värde som anger hur väl Ni instämmer med följande påståenden. Om påståendet ej är relevant för företaget ringa då in 0.

	Instämmer ej										Instämmer helt											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vi upplever en hög grad av konkurrens bland företagen i vår bransch.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											
Vi anser att det är svårt för nya aktörer att etablera sig på vår marknad.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											
Det är svårt för oss att öka företagets marknadsandel.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											
Vår styrka är vår förmåga att kunna konkurrera med låga priser.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											
Vår styrka är de unika produkter vi producerar med ett välkänt varumärke.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											
Vår styrka är leveranssäkerhet.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											
Vår styrka är hög produktivitet i våra anläggningar	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											
Vår styrka är ett brett produktsortiment	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											
Vår styrka är kort leveranstid	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											
Vår styrka är flexibla kundlösningar	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											

**3d, Vilka faktorer anser Ni kan skada företagets anseende?**

Ringa in på skalan (1 – 10) vilka händelser som Ni anser med största sannolikhet kan skada företagets anseende. Om påståendet saknar betydelse för Er verksamhet ringa då in 0.

	Låg sannolikhet					Hög sannolikhet					
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Företagets produkter varierar i kvalitet	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Företaget brister i leveranssäkerhet	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Oönskade föremål upptäcks i företagets produkter.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Företaget bidrar till utsläpp av klimatpåverkande gaser	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Företaget bidrar till utsläpp av näringsämnen till luft och vatten	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Företaget uppfyller ej de hygienkrav myndigheterna ställer	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**4 Samarbete, kontrakt och företagsrelationer.**

**4a,** Denna fråga handlar om företagets kontrakt, hur de är utformade samt hur många företag Ni har kontrakt med. Vilka typer av kontrakt har företaget? Beskriv Era kontrakt med hjälp av de två tabellerna nedan om annan kontraktsform används ange då vilken typ.

	Kontrakterad volym, ange i % av totala årsbehovet	Genomsnittlig löptid för kontrakten, ange i månader	Antal företag som ni har kontrakt med eller bedriver handel med	Ange den andel som de två största företagen svarar för
Kontrakt på <b>råvaror</b> där volym bestäms vid kontraktstidpunkten och priser bestäms vid leverans				
Kontrakt på <b>råvaror</b> där volym och pris bestäms vid kontraktstidpunkten.				
Våra <b>råvaror</b> är ej kontrakterade utan inköp sker på löpande räkning				
Annat				
Summa:	100 %			

Kontrakt vid <b>försäljning</b> av varor där volymer bestäms vid kontraktstidpunkten och priser bestäms vid leverans				
Kontrakt på <b>försäljning</b> där volym och priser bestäms vid kontraktstidpunkt.				
Vår <b>försäljning</b> kontrakteras ej utan sker till löpande räkning				
Annat				
Summa:	100%			

**4b,** Om Ni har kontrakt med aktörer i dagligvaruhandeln. Var tecknas då dessa kontrakt?

- Centralt med handeln  Lokalt med enskilda handlare  
 Vet ej  Har ej kontrakt med dagligvaruhandeln

**4c,** Om Ni har kontrakt med storhushåll/restauranger. Var tecknas då dessa kontrakt?

- Centralt  Lokalt med storhushåll/restauranger  
 Vet ej  Har ej kontrakt med storhushåll/restauranger

### **5 Frågor om företagets personal**

**5a,** Instämmer Ni med följande påstående? ”Tillgång på personal med rätt kompetens är ett problem vid nyanställning”.

Markera med ett kryss på skalan hur väl påståendet överensstämmer för Ert företag.

- Instämmer ej    Instämmer delvis    Instämmer helt  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**5b,** Rangordna de vanligaste orsakerna till eventuella svårigheter att rekrytera personal.

**Markera med 1** för den orsak som Ni anser ha störst betydelse **och 2** för den som Ni anser ha näst störst betydelse osv. Om rekrytering ej är ett problem så markera denna ruta med ett kryss. Om annat alternativ, ange vad.

- Nyrekrytering är inget problem  
 Brist på kompetens hos sökande  
 Brist på sökande  
 Obekväma arbetstider  
 Geografisk lokalisering av vår verksamhet  
 Arbetet är fysiskt krävande  
 Annat \_\_\_\_\_  
 Annat \_\_\_\_\_

**5c,** Instämmer Ni med följande påstående? ”Tillgång på personal är ett problem under arbetsintensiva perioder, exempelvis jul, påsk, midsommar etc. och/eller semester”. Markera med ett kryss på skalan hur väl påståendet överensstämmer med Ert företag.

- Instämmer ej    Instämmer delvis    Instämmer helt  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**5d,** Rangordna de vanligaste orsakerna till eventuell personalbrist vid arbetsintensiva perioder.

**Markera med 1** för den orsak som Ni anser ha störst betydelse **och 2** för den som Ni anser ha näst störst betydelse osv. Om rekrytering ej är ett problem så markera denna ruta med ett kryss. Om annat alternativ ange vad.

- Det är inget problem  
 Det finns inte kvalificerad extrapersonal att tillgå  
 Begränsad flexibilitet i arbetstider hos de anställda  
 Begränsade möjligheter till övertid hos de anställda  
 Annat \_\_\_\_\_  
 Annat \_\_\_\_\_

**5e,** Hur stor var er genomsnittliga sjukfrånvaro år 2006? Markera med kryss det intervall Ni befinner er i, ange både korttids- och långtidssjukskrivning i respektive kolumn.

#### **Upp till 14 dagar**

- 0 % till 2 %  
 2 % till 4 %  
 4 % till 6 %  
 6 % till 8 %  
 8 % till 15 %  
 över 15 %

#### **Över 14 dagar**

- 0 % till 2 %  
 2 % till 4 %  
 4 % till 6 %  
 6 % till 8 %  
 8 % till 15 %  
 över 15 %

## 6 Rapportering, kontroll och politiska beslut

**6a,** Instämmer Ni med följande påstående? ”Företaget lägger mycken tid och andra resurser på rapportering till myndigheter samt kontroll av verksamheten”.

Markera med ett kryss på skalan hur väl påståendet överensstämmer med Ert företag.

Instämmer ej    Instämmer delvis    Instämmer helt  
1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

**6b,** Med vilken/vilka myndigheter har Ni de mest omfattande kontakterna?

Markera med kryss i den ruta som stämmer bäst överens med företagets nuvarande situation.

	Jordbruksverket	Livsmedels- verket	Miljökontoret
Dagligen			
3 till 5 gånger per vecka			
3 till 5 gånger per månad			
3 till 5 gånger per år			
Aldrig			

**6c,** Hur väl anser Ni att samarbetet med dessa myndigheter fungerar.

Ringa in ett siffrvärde som Ni tycker bäst överensstämmer med hur Ni upplever samarbetet. Ett lågt värde innebär att Ni ej instämmer med påståendet. Ett högt värde innebär att Ni instämmer till fullo med påståendet.

	Vi anser att samarbetet med denna myndighet fungerar väl	Vi anser att samarbetet med denna myndighet tar mer resurser i anspråk från vår verksamhet än vad som är önskvärt
Jordbruksverket	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Livsmedelsverket	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Miljökontoret	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**6d,** Vilka politiska beslut/faktorer anser Ni ha störst inverkan på företaget?

Markera ett siffrvärde som anger hur väl dessa påståenden stämmer överens för Er verksamhet. Om påståendet saknar relevans ringa då in 0.

	Instämmer ej					Instämmer helt					
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Restriktioner mot djurhållning på slakterierna påverkar vår verksamhet	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mer omfattande sanitetskrav på våra anläggningar försvårar vår verksamhet	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tidsbegränsningar av djurtransporter försvårar vår verksamhet	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mer omfattande arbetstidslagstiftning försvårar vår verksamhet	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Restriktioner i djurhållningen på gårdsnivå försvårar vår verksamhet	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
BSE-kontroller påverkar vår verksamhet i stor utsträckning	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Import- och exporttullar till EU påverkar vår verksamhet i stor utsträckning	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Godkännande av GMO-foder i Sverige och EU påverkar vår verksamhet i stor utsträckning	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Opinionsbildare i miljöfrågor bidrar till att försvåra vår verksamhet	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Opinionsbildare i djurrättsfrågor bidrar till att försvåra vår verksamhet	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

## 7, Investeringar

**7a,** I denna fråga möter Ni påståenden av produktionsteknisk karaktär. Vilka typer av investeringar anser Ni kan bli aktuella i Era anläggningar?

Markera med ett siffrvärde som överensstämmer med sannolikheten att följande investeringar kan bli nödvändiga. Om exemplen är inte är relevanta markera då 0. Markera lämplig tidshorisont inom vilken Ni anser att investeringarna kan bli aktuella. Om annat alternativ finns, ange vilket.

	Inte sannolikt										Mycket sannolikt										Tidshorisont			
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	2 - 3 år	4 - 10 år
Investeringar i företagets arbetsmiljö	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Investeringar i befintlig kapacitet för att öka produktiviteten	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Investeringar i ny kapacitet	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Investeringar i ett bredare produktsortiment	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Annat	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		



## **8, Övrigt**

**8a,** Är det några risker i Er verksamhet som Ni bedömer vara väsentliga att beakta men som inte fått utrymme i denna enkät? Ange i så fall dessa kortfattat i punktform.

**9,** Vi är intresserade av att delta i seminariet kring detta arbete som planeras att äga rum i Mars/April 2008.

Ja                       Nej

Om "Ja" sänd då ett e-mail till mig på adressen [e03eren1@stud.slu.se](mailto:e03eren1@stud.slu.se). Ange företagets namn och antal personer som avser att delta vid seminariet. Detta gör det möjligt för mig att skicka ett exemplar av materialet till Er med bibehållen konfidentialitet.

**Tack för Er medverkan!!**  
**Glöm ej att posta Era svar i det adresserade och portofria svarskuvertet.**

## Bilaga 3 Estimeringsresultat

Dependent Variable: KONTRAKT1\_0

Method: ML - Binary Logit (Quadratic hill climbing)

Date: 07/04/08 Time: 15:54

Sample (adjusted): 1 129

Included observations: 85 after adjustments

Convergence achieved after 7 iterations

Covariance matrix computed using second derivatives

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
KOSTNADER	-0.306008	0.181393	-1.686983	0.0916
PRIS	0.361332	0.222463	1.624235	0.1043
LERANSSÄKERHET	-0.472428	0.243580	-1.939516	0.0524
PRODUKTIVITET	0.206465	0.180253	1.145422	0.2520
CHARK	1.038117	0.727854	1.426272	0.1538
ALDERSSTRUKTUR	-0.083046	0.041031	-2.024001	0.0430
ARBETANDE_AGARE	-1.980531	0.849205	-2.332217	0.0197
KONKURRENS	0.297645	0.184735	1.611200	0.1071
OMSATTNING	-5.92E-06	4.01E-06	-1.475698	0.1400
C	3.875958	2.295933	1.688185	0.0914
McFadden R-squared	0.256560	Mean dependent var		0.258824
S.D. dependent var	0.440588	S.E. of regression		0.393726
Akaike info criterion	1.085526	Sum squared resid		11.62649
Schwarz criterion	1.372896	Log likelihood		-36.13484
Hannan-Quinn criter.	1.201114	Restr. log likelihood		-48.60494
LR statistic	24.94019	Avg. log likelihood		-0.425116
Prob(LR statistic)	0.003038			
Obs with Dep=0	63	Total obs		85
Obs with Dep=1	22			

Dependent Variable: CERT\_

Method: ML - Binary Logit (Quadratic hill climbing)

Date: 07/04/08 Time: 16:35

Sample: 1 131

Included observations: 99

Convergence achieved after 7 iterations

Covariance matrix computed using second derivatives

---

---

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
KONKURRENS	0.064191	0.164109	0.391149	0.6957
OMSATTNING	1.35E-05	4.05E-06	3.338741	0.0008
POLITISKA_BESLUT	-0.226194	0.202640	-1.116239	0.2643
PRODUKT_KVALITET	-0.097795	0.184437	-0.530236	0.5959
SOC_OCH_PREFERENSER	0.390845	0.203264	1.922845	0.0545
ARBETANDE_AGARE	-2.339381	0.786956	-2.972695	0.0030
C	-1.541659	1.278640	-1.205702	0.2279

---

---

McFadden R-squared	0.381919	Mean dependent var	0.242424
S.D. dependent var	0.430730	S.E. of regression	0.331750
Akaike info criterion	0.826073	Sum squared resid	10.12536
Schwarz criterion	1.009566	Log likelihood	-33.89062
Hannan-Quinn criter.	0.900315	Restr. log likelihood	-54.83196
LR statistic	41.88269	Avg. log likelihood	-0.342329
Prob(LR statistic)	0.000000		

---

---

Obs with Dep=0	75	Total obs	99
Obs with Dep=1	24		

---

---

Dependent Variable: LOKAL\_UPPTAGN\_

Method: ML - Binary Logit (Quadratic hill climbing)

Date: 07/04/08 Time: 17:07

Sample: 1 131

Included observations: 95

Convergence achieved after 7 iterations

Covariance matrix computed using second derivatives

---

---

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
OMSATTNING	-5.99E-06	3.78E-06	-1.585932	0.1128
POLITISKA_BESLUT	-0.307695	0.179200	-1.717053	0.0860
PRODUKT_KVALITET	-0.200649	0.137146	-1.463032	0.1435
SOC__OCH_PREFERENSER	0.352386	0.176759	1.993591	0.0462
KONKURRENS	0.196889	0.138733	1.419196	0.1558
ALDERSSTRUKTUR	0.061560	0.034871	1.765368	0.0775
CHARK	1.830848	0.728130	2.514454	0.0119
SLAKT	1.104014	0.847417	1.302799	0.1926
STYCKNING	1.517402	0.614891	2.467758	0.0136
C	-5.847176	2.045175	-2.859010	0.0042

---

---

McFadden R-squared	0.203851	Mean dependent var	0.284211
S.D. dependent var	0.453430	S.E. of regression	0.421835
Akaike info criterion	1.160946	Sum squared resid	15.12534
Schwarz criterion	1.429776	Log likelihood	-45.14496
Hannan-Quinn criter.	1.269574	Restr. log likelihood	-56.70419
LR statistic	23.11845	Avg. log likelihood	-0.475210
Prob(LR statistic)	0.005936		

---

---

Obs with Dep=0	68	Total obs	95
Obs with Dep=1	27		

---

---

Dependent Variable: LOKAL\_AVSATTN\_

Method: ML - Binary Logit (Quadratic hill climbing)

Date: 07/04/08 Time: 17:09

Sample: 1 131

Included observations: 96

Convergence achieved after 7 iterations

Covariance matrix computed using second derivatives

---

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
KONKURRENS	-0.071762	0.140426	-0.511034	0.6093
POLITISKA_BESLUT	0.043185	0.161166	0.267950	0.7887
PRODUKT_KVALITET	-0.060731	0.128128	-0.473982	0.6355
SOC_OCH_PREFERENSER	0.080250	0.161776	0.496058	0.6199
OMSATTNING	-1.21E-05	5.68E-06	-2.127052	0.0334
ALDERSSTRUKTUR	0.050751	0.034084	1.489007	0.1365
CHARK	1.755145	0.705503	2.487794	0.0129
SLAKT	0.475826	0.820195	0.580138	0.5618
STYCKNING	0.007681	0.565278	0.013587	0.9892
C	-3.315165	1.793491	-1.848442	0.0645

---

McFadden R-squared	0.199474	Mean dependent var	0.291667
S.D. dependent var	0.456916	S.E. of regression	0.410019
Akaike info criterion	1.174788	Sum squared resid	14.45792
Schwarz criterion	1.441908	Log likelihood	-46.38983
Hannan-Quinn criter.	1.282762	Restr. log likelihood	-57.94918
LR statistic	23.11870	Avg. log likelihood	-0.483227
Prob(LR statistic)	0.005935		

---

Obs with Dep=0	68	Total obs	96
Obs with Dep=1	28		

---

## Bilaga 4 Sammanställning av enkätstudien "kontrakt"

Enkät fråga	Fråga i enkäten	Enhet i variabeln	Kontrakterande företag		Ej kontrakterande företag		Signifikans nivå
			Medelvärde	N	Medelvärde	N	
1a	Slakteri	Ja/Nej	0,15	33	0,12	76	e.s
1a	Styckeri	Ja/Nej	0,33	33	0,53	76	**
1a	Charkuteri	Ja/Nej	0,70	33	0,62	76	e.s
1a	Övrig verksamhet	Ja/Nej	0,30	33	0,20	76	e.s
1b	Omsättning	SEK tusental	78316	29	77183	75	e.s
1c	Antal anställda	Antal	27,59	33	23,49	73	e.s
1d	Ålder bland anställda	År	37,50	32	40,41	74	**
1f	Huvudägare i företaget är privatperson som arbetar inom företaget	Ja/Nej	0,64	33	0,91	76	***
1f	Företaget ägs av extern ägare	Ja/Nej	0,33	33	0,08	76	***
3aa	Tidpunkt under året	Intervall 1-10	5,83	30	5,91	74	e.s
3ab	Produktionscykler i lantbruksledet	Intervall 1-10	3,93	30	4,56	71	e.s
3ac	Efterfrågan på världsmarknaden	Intervall 1-10	6,00	31	5,64	72	e.s
3ad	Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsjuka och PRRS	Intervall 1-10	6,58	31	6,15	73	e.s
3ba	Konsumenters efterfrågan varierar under säsongen	Intervall 1-10	4,71	31	4,69	74	e.s
3bb	Prisförändringar på produktionsmedel	Intervall 1-10	5,28	32	5,05	73	e.s
3bc	Produktionscykler i lantbruksledet	Intervall 1-10	4,30	30	4,18	74	e.s
3bd	Efterfrågan på världsmarknaden	Intervall 1-10	4,80	30	4,56	73	e.s
3be	Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsjuka och PRRS	Intervall 1-10	5,87	30	5,36	73	e.s
3bf	Medial uppmärksamhet, salmonella	Intervall 1-10	5,47	30	4,64	73	e.s
3bg	Dåliga nyheter "korv ger cancer"	Intervall 1-10	4,90	30	4,34	74	e.s
3bh	Handelns upphandlingssystem/strategier	Intervall 1-10	6,22	32	4,78	74	**
3ca	Vi upplever en hög grad av konkurrensen bland företagen i vår bransch.	Intervall 1-10	6,19	32	5,17	76	*
3cb	Vi anser det svårt för nya aktörer att etablera sig på vår marknad.	Intervall 1-10	7,00	32	6,55	76	e.s
3cc	Det är svårt för oss att öka företagets marknadsandel.	Intervall 1-10	5,22	32	4,45	75	e.s
3cd	Vår styrka är vår förmåga att kunna konkurrera med lågt pris.	Intervall 1-10	3,50	32	3,09	76	e.s
3ce	Vår styrka är de unika produkter vi producerar med ett välkänt varumärke.	Intervall 1-10	7,53	32	6,61	75	*
3cf	Vår styrka är leveranssäkerhet.	Intervall 1-10	8,16	32	7,83	76	e.s
3cg	Vår styrka är hög produktivitet i våra anläggningar	Intervall 1-10	7,00	32	6,23	75	*

3ch	Vår styrka är stort produktsortiment	Intervall 1-10	5,22	32	5,29	76	e.s
3ci	Vår styrka är kort leveranstid	Intervall 1-10	7,50	32	8,12	75	e.s
3cj	Vår styrka är flexibla kundlösningar	Intervall 1-10	7,78	32	7,88	75	e.s
3da	Företagets produkter varierar i kvalitet	Intervall 1-10	6,91	32	5,79	76	*
3db	Företaget brister i leveranssäkerhet	Intervall 1-10	6,25	32	4,87	76	**
3dc	Oönskade föremål upptäcks i företagets produkter.	Intervall 1-10	6,81	31	5,28	76	**
3dd	Företaget bidrar till utsläpp av klimatpåverkande gaser	Intervall 1-10	3,72	32	2,64	75	**
3de	Företaget bidrar till utsläpp av näringsämnen till luft och vatten	Intervall 1-10	3,69	32	2,53	76	**
3df	Företaget uppfyller ej de hygienkrav myndigheterna ställer	Intervall 1-10	7,09	32	5,20	76	***
6da	Restriktioner mot djurhållning på slakterier påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	3,84	31	3,04	69	e.s
6db	Sanitetskrav på våra anläggningar utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	4,78	32	4,52	75	e.s
6dc	Begränsad tid för djurtransporter påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	2,74	31	2,07	71	e.s
6dd	Beslut rörande arbetstidsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	4,59	32	4,03	73	e.s
6de	Restriktioner i djurhållning på gårdsnivå påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	2,71	31	1,80	71	**
6df	BSE-kontrollen påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	3,09	32	2,54	70	e.s
6dg	Import och exporttullar till EU påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	3,06	31	2,53	73	e.s
6dh	EU's policy gentemot GMO foder påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	1,60	30	1,81	70	e.s
6di	Opinionsbildare i miljöfrågor utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	3,30	30	2,65	71	e.s
6dj	Opinionsbildare i djurrättsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	3,31	29	2,58	71	e.s
6ab	Vi anser att samarbetet med SJV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	Intervall 1-10	4,12	17	4,45	29	e.s
6aaab	Vi anser att samarbetet med SLV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	Intervall 1-10	5,22	23	4,87	47	e.s
6aaab	Vi anser att samarbetet med Miljökontoret tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	Intervall 1-10	5,15	27	4,98	59	e.s
mod 6	Import / Export	Ja/Nej	0,52	33	0,50	74	e.s
mod 4	Lokal avs. Markn.	Ja/Nej	0,27	33	0,32	73	e.s

## Bilaga 5 Sammanställning av enkätstudien "certifiering"

Enkät fråga	Fråga i enkäten	Enhet i variabeln	Certifierade företag		Ej certifierade företag		Signifikans nivå
			Medelvärde	N	Medelvärde	N	
1a	Slakteri	Ja/Nej	0,23	26	0,12	97	e.s
1a	Styckeri	Ja/Nej	0,46	26	0,43	97	e.s
1a	Charkuteri	Ja/Nej	0,50	26	0,64	97	e.s
1a	Övrig verksamhet	Ja/Nej	0,31	26	0,25	97	e.s
1b	Omsättning	SEK tusental	190473	25	39174	91	***
1c	Antal anställda	Antal	59,28	26	14,53	93	***
1d	Ålder bland anställda	År	35,80	25	40,21	94	***
1f	Huvud ägare i företaget är privatperson som arbetar inom företaget	Ja/Nej	0,92	97	0,54	26	***
3aa	Tidpunkt under året	Intervall 1-10	6,6	25	5,7	92	*
3ab	Produktionscykler i lantbruksledet	Intervall 1-10	4,1	25	4,4	89	e.s
3ac	Efterfrågan på världsmarknaden	Intervall 1-10	6,7	25	5,6	91	*
3ad	Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsjuka och PRRS	Intervall 1-10	7,5	26	6,0	91	**
3ba	Konsumenters efterfrågan varierar under säsongen	Intervall 1-10	4,5	25	4,8	94	e.s
3bb	Prisförändringar på produktionsmedel	Intervall 1-10	5,5	25	5,1	93	e.s
3bc	Produktionscykler i lantbruksledet	Intervall 1-10	4,4	24	4,2	92	e.s
3bd	Efterfrågan på världsmarknaden	Intervall 1-10	5,8	24	4,7	92	**
3be	Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsjuka och PRRS	Intervall 1-10	6,7	24	5,6	92	*
3bf	Medial uppmärksamhet, salmonella	Intervall 1-10	5,4	24	5,2	93	e.s
3bg	Dåliga nyheter "korv ger cancer"	Intervall 1-10	4,1	24	4,9	94	e.s
3bh	Handelns upphandlingssystem/strategier	Intervall 1-10	6,5	26	5,0	93	**
3ca	Vi upplever en hög grad av konkurrensen bland företagen i vår bransch.	Intervall 1-10	6,3	26	5,3	96	*
3cb	Vi anser det svårt för nya aktörer att etablera sig på vår marknad.	Intervall 1-10	6,8	26	6,6	96	e.s
3cc	Det är svårt för oss att öka företagets marknadsandel.	Intervall 1-10	4,7	26	4,6	95	e.s



3cd	Vår styrka är vår förmåga att kunna konkurrera med lågt pris.	Intervall 1-10	3,7	26	3,1	96	e.s
3ce	Vår styrka är de unika produkter vi producerar med ett välkänt varumärke.	Intervall 1-10	7,3	26	6,9	95	e.s
3cf	Vår styrka är leveranssäkerhet.	Intervall 1-10	8,5	26	7,8	96	*
3cg	Vår styrka är hög produktivitet i våra anläggningar	Intervall 1-10	7,8	26	6,3	95	***
3ch	Vår styrka är stort produktsortiment	Intervall 1-10	6,3	26	5,0	96	**
3ci	Vår styrka är kort leveranstid	Intervall 1-10	8,2	26	7,9	95	e.s
3cj	Vår styrka är flexibla kundlösningar	Intervall 1-10	8,5	26	7,6	95	**
3da	Företagets produkter varierar i kvalitet	Intervall 1-10	7,2	26	6,1	96	*
3db	Företaget brister i leveranssäkerhet	Intervall 1-10	6,7	26	5,3	96	**
3dc	Oönskade föremål upptäcks i företagets produkter.	Intervall 1-10	7,1	26	5,5	95	**
3dd	Företaget bidrar till utsläpp av klimatpåverkande gaser	Intervall 1-10	5,0	26	2,8	95	***
3de	Företaget bidrar till utsläpp av näringsämnen till luft och vatten	Intervall 1-10	4,5	26	2,8	96	***
3df	Företaget uppfyller ej de hygienkrav myndigheterna ställer	Intervall 1-10	7,2	26	5,7	96	**
6da	Restriktioner mot djurhållning på slakterier påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	4,7	25	3,2	87	**
6db	Sanitetskrav på våra anläggningar utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	4,0	26	4,8	93	e.s
6dc	Begränsad tid för djurtransporter påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	3,4	25	2,3	90	*
6dd	Beslut rörande arbetstidsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	5,4	26	4,1	92	**
6de	Restriktioner i djurhållning på gårdsnivå påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	2,7	25	2,0	89	e.s
6df	BSE-kontrollen påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	3,6	25	2,6	90	e.s
6dg	Import och exporttullar till EU påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	2,7	26	3,1	90	e.s
6dh	EU's policy gentemot GMO foder påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	2,8	24	2,0	89	e.s

6di	Opinionsbildare i miljöfrågor utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	3,2	24	3,0	90	e.s
6dj	Opinionsbildare i djurrätsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	2,5	24	3,2	89	*
6ab	Vi anser att samarbetet med SJV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	Intervall 1-10	2,3	12	5,2	41	***
6aaab	Vi anser att samarbetet med SLV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	Intervall 1-10	3,9	19	5,7	59	**
6aaab	Vi anser att samarbetet med Miljökontoret tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	Intervall 1-10	3,5	17	5,3	80	**
mod 6	Import / Export	Ja/Nej	0,7	26	0,5	95	***
mod 4	Lokal avs. Markn.	Ja/Nej	0,1	26	0,3	93	***

## Bilaga 6 Sammanställning av enkätstudien "Lokal försäljning" >= 80% av produkterna säljs inom ett område inom två timmars körtid från produktionsanläggningen

Enkät fråga	Fråga i enkäten	Enhet i variabeln	Ej lokal aktör, avsättningsmarknad		Lokal aktör, upptagningsmarknad		Signifikans nivå
			Medelvärde	N	Medelvärde	N	
1a	Slakteri	Ja/Nej	0,16	88	0,12	34	e.s
1a	Styckeri	Ja/Nej	0,48	88	0,41	34	e.s
1a	Charkuteri	Ja/Nej	0,53	88	0,85	34	***
1a	Övrig verksamhet	Ja/Nej	0,27	88	0,21	34	e.s
1b	Omsättning	SEK tusental	93204	82	24739	32	***
1c	Antal anställda	Antal	30,36	84	12,19	34	***
1d	Ålder bland anställda	År	38	84	42	34	***
1f	Huvud ägare i företaget är privatperson som arbetar inom företaget	Ja/Nej	0,75	88	0,97	34	***
3ba	Konsumenters efterfrågan varierar under säsongen	Intervall 1-10	4,7	86	4,7	33	e.s
3bb	Prisförändringar på produktionsmedel	Intervall 1-10	5,2	86	5,2	33	e.s
3bc	Produktionscykler i lantbruksledet	Intervall 1-10	4,2	83	4,5	33	e.s
3bd	Efterfrågan på världsmarknaden	Intervall 1-10	5,2	84	4,2	33	*
3be	Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsjuka och PRRS	Intervall 1-10	6,0	84	5,3	33	e.s
3bf	Medial uppmärksamhet, salmonella	Intervall 1-10	5,2	85	5,1	33	e.s
3bg	Dåliga nyheter "korv ger cancer"	Intervall 1-10	4,7	85	5,0	33	e.s
3bh	Handelns upphandlingssystem/strategier	Intervall 1-10	5,5	87	5,0	32	e.s

3da	Företagets produkter varierar i kvalitet	Intervall 1-10	6,6	87	6,2	34	e.s
3db	Företaget brister i leveranssäkerhet	Intervall 1-10	5,7	88	5,7	33	e.s
3dc	Oönskade föremål upptäcks i företagets produkter.	Intervall 1-10	6,2	87	5,6	33	e.s
3dd	Företaget bidrar till utsläpp av klimatpåverkande gaser	Intervall 1-10	3,4	88	2,8	33	e.s
3de	Företaget bidrar till utsläpp av näringsämnen till luft och vatten	Intervall 1-10	3,2	88	3	33	e.s
3df	Företaget uppfyller ej de hygienkrav myndigheterna ställer	Intervall 1-10	6,3	88	5,9	33	e.s
3ca	Vi upplever en hög grad av konkurrensen bland företagen i vår bransch.	Intervall 1-10	5,8	88	5,2	33	e.s
3cb	Vi anser det svårt för nya aktörer att etablera sig på vår marknad.	Intervall 1-10	7,1	88	6,2	33	*
3cc	Det är svårt för oss att öka företagets marknadsandel.	Intervall 1-10	4,7	88	4,7	32	e.s
3cd	Vår styrka är vår förmåga att kunna konkurrera med lågt pris.	Intervall 1-10	3,7	88	2,2	33	***
3ce	Vår styrka är de unika produkter vi producerar med ett välkänt varumärke.	Intervall 1-10	6,9	87	7,2	33	e.s
3cf	Vår styrka är leveranssäkerhet.	Intervall 1-10	8,1	88	7,9	33	e.s
3cg	Vår styrka är hög produktivitet i våra anläggningar	Intervall 1-10	7,1	88	5,8	32	**
3ch	Vår styrka är stort produktsortiment	Intervall 1-10	5,5	88	5,2	33	e.s
3ci	Vår styrka är kort leveranstid	Intervall 1-10	8,1	88	8	33	e.s
3cj	Vår styrka är flexibla kundlösningar	Intervall 1-10	8	88	7,7	33	e.s
6da	Restriktioner mot djurhållning på slakterier påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	3,9135802	81	2,71875	32	**
6db	Sanitetskrav på våra anläggningar utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	4,7209302	86	4,3333333	33	e.s
6dc	Begränsad tid för djurtransporter påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	3,0120482	83	1,3939394	33	***
6dd	Beslut rörande arbetstidsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	4,6046512	86	4,1515152	33	e.s
6de	Restriktioner i djurhållning på gårdsnivå påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	2,2926829	82	1,8787879	33	e.s
6df	BSE-kontrollen påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	3	82	2,5	34	e.s
6dg	Import och exporttullar till EU påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	3,3452381	84	2	33	**
6dh	EU's policy gentemot GMO foder påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	2,2804878	82	1,625	32	e.s

6di	Opinionsbildare i miljöfrågor utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	3	82	3,1515152	33	e.s
6dj	Opinionsbildare i djurrätsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	2,7654321	81	3,7272727	33	*
6ab	Vi anser att samarbetet med SJV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	Intervall 1-10	4,1956522	46	7	7	**
6aaab	Vi anser att samarbetet med SLV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	Intervall 1-10	4,96875	64	6,2352941	17	*
6aaab	Vi anser att samarbetet med Miljökontoret tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	Intervall 1-10	4,8285714	70	5,3846154	26	e.s

## Bilaga 8 Sammanställning av enkätstudien "Lokala inköp" >= 80% av kötråvaruförsörjningen kommer från ett område inom två timmars körtid från produktionsanläggningen

Enkät fråga	Fråga i enkäten	Enhet i variabeln	Lokalt upptagningsområde		Ej lokalt upptagningsområde		Signifikans nivå
			Medelvärde	N	Medelvärde	N	
1a	Slakteri	Ja/Nej	0,17	36	0,14	83	e.s
1a	Styckeri	Ja/Nej	0,61	36	0,40	83	**
1a	Charkuteri	Ja/Nej	0,81	36	0,55	83	***
1a	Övrig verksamhet	Ja/Nej	0,17	36	0,27	83	e.s
1b	Omsättning	SEK tusental	43231	32	85137	80	**
1c	Antal anställda	Antal	18,17	35	25,61	80	e.s
1d	Ålder bland anställda	År	41,86	35	38,58	81	**
1f	Huvud ägare i företaget är privatperson som arbetar inom företaget	Ja/Nej	0,86	36	0,81	83	e.s
3aa	Tidpunkt under året	Intervall 1-10	6,54	35	5,89	79	e.s
3ab	Produktionscykler i lantbruksledet	Intervall 1-10	4,41	34	4,53	78	e.s
3ac	Efterfrågan på världsmarknaden	Intervall 1-10	5,00	34	6,21	80	**
3ad	Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsjuka och PRRS	Intervall 1-10	6,69	35	6,25	80	e.s
3ba	Konsumenters efterfrågan varierar under säsongen	Intervall 1-10	5,40	35	4,49	81	*
3bb	Prisförändringar på produktionsmedel	Intervall 1-10	5,44	34	5,10	82	e.s
3bc	Produktionscykler i lantbruksledet	Intervall 1-10	4,44	34	4,26	80	e.s
3bd	Efterfrågan på världsmarknaden	Intervall 1-10	4,74	34	4,79	80	e.s
3be	Sjukdomsutbrott t.ex. mul- och klövsjuka och PRRS	Intervall 1-10	6,06	34	5,59	80	e.s
3bf	Medial uppmärksamhet, salmonella	Intervall 1-10	5,06	35	5,20	80	e.s

3bg	Dåliga nyheter "korv ger cancer	Intervall 1-10	5,06	35	4,49	80	e.s
3bh	Handelns upphandlingssystem/strategier	Intervall 1-10	5,15	34	5,41	82	e.s
3ca	Vi upplever en hög grad av konkurrensen bland företagen i vår bransch.	Intervall 1-10	5,64	36	5,54	82	e.s
3cb	Vi anser det svårt för nya aktörer att etablera sig på vår marknad.	Intervall 1-10	6,50	36	7,00	82	e.s
3cc	Det är svårt för oss att öka företagets marknadsandel.	Intervall 1-10	4,97	35	4,65	82	e.s
3cd	Vår styrka är vår förmåga att kunna konkurrera med lågt pris.	Intervall 1-10	2,42	36	3,59	82	**
3ce	Vår styrka är de unika produkter vi producerar med ett välkänt varumärke.	Intervall 1-10	7,75	36	6,60	81	**
3cf	Vår styrka är leveranssäkerhet.	Intervall 1-10	8,06	36	8,02	82	e.s
3cg	Vår styrka är hög produktivitet i våra anläggningar	Intervall 1-10	5,72	36	7,06	81	***
3ch	Vår styrka är stort produktsortiment	Intervall 1-10	5,97	36	4,98	82	*
3ci	Vår styrka är kort leveranstid	Intervall 1-10	7,81	36	8,18	82	e.s
3cj	Vår styrka är flexibla kundlösningar	Intervall 1-10	7,92	36	7,99	82	e.s
3da	Företagets produkter varierar i kvalitet	Intervall 1-10	6,61	36	6,29	82	e.s
3db	Företaget brister i leveranssäkerhet	Intervall 1-10	6,14	36	5,33	82	e.s
3dc	Oönskade föremål upptäcks i företagets produkter.	Intervall 1-10	6,22	36	5,90	81	e.s
3dd	Företaget bidrar till utsläpp av klimatpåverkande gaser	Intervall 1-10	3,50	36	3,21	82	e.s
3de	Företaget bidrar till utsläpp av näringsämnen till luft och vatten	Intervall 1-10	3,58	36	3,07	82	e.s
3df	Företaget uppfyller ej de hygienkrav myndigheterna ställer	Intervall 1-10	6,61	36	5,91	82	e.s
6da	Restriktioner mot djurhållning på slakterier påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	3,06	34	3,71	76	e.s
6db	Sanitetskrav på våra anläggningar utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	4,28	36	4,70	80	e.s
6dc	Begränsad tid för djurtransporter påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	1,92	36	2,84	77	**
6dd	Beslut rörande arbetstidsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	4,19	36	4,41	80	e.s
6de	Restriktioner i djurhållning på gårdsnivå påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	2,58	36	1,93	76	e.s

6df	BSE-kontrollen påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	2,26	35	3,05	78	*
6dg	Import och exporttullar till EU påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	1,53	36	3,32	78	***
6dh	EU's policy gentemot GMO foder påverkar vår verksamhet	Intervall 1-10	1,76	34	2,13	77	e.s
6di	Opinionsbildare i miljöfrågor utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	2,97	34	2,91	78	e.s
6dj	Opinionsbildare i djurrätsfrågor utgör en risk för vår verksamhet	Intervall 1-10	3,24	33	2,95	78	e.s
6ab	Vi anser att samarbetet med SJV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	Intervall 1-10	6,00	12	4,26	39	*
6aaab	Vi anser att samarbetet med SLV tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	Intervall 1-10	6,79	19	4,79	58	**
6aaab	Vi anser att samarbetet med Miljökontoret tar mer resurser från vår verksamhet än önskvärt	Intervall 1-10	4,07	30	5,44	63	**
mod 6	Import / Export	Ja/Nej					
mod 4	Lokal avs. Markn.	Ja/Nej	0,47	36	0,21	82	***

Pris: 100:- (exkl moms)

Tryck: SLU, Institutionen för ekonomi, Uppsala 2009.

---

*Distribution:*

Sveriges lantbruksuniversitet  
Institutionen för ekonomi  
Box 7013  
750 07 Uppsala  
Tel 018-67 2165

Swedish University of Agricultural Sciences  
Department of Economics  
P.O. Box 7013  
SE-750 07 Uppsala, Sweden  
Fax + 46 18 673502