



Lantbrukarens beslutsprocess vid köp på nätauktioner

En kvalitativ studie om beslutsprocess och
riskhantering vid köp av begagnade
lantbruksmaskiner

Olle Leander & Mattias Pettersson

Examensarbete/Självständigt arbete • 15 hp

Sveriges lantbruksuniversitet, SLU

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap/Institutionen för ekonomi

Agrar ekonomi

Examensarbete/SLU, Institutionen för Ekonomi, 1700 • ISSN 1401-4084

Uppsala 2025



Lantbrukarens beslutsprocess vid köp på nätauktioner: En kvalitativ studie om beslutsprocess och riskhantering vid köp av begagnade lantbruksmaskiner

Olle Leander, Mattias Pettersson

Handledare:	Per-Anders Langendahl, Sveriges lantbruksuniversitet, institutionen för ekonomi
Examinator:	Hanna Astner, Sveriges Lantbruksuniversitet, institutionen för ekonomi
Omfattning:	15 hp
Nivå och fördjupning:	Grundnivå, G2E
Kurstitel:	Självständigt arbete
Kurskod:	EX0902
Program/utbildning:	Agrar Ekonomi
Kursansvarig inst.:	Institutionen för ekonomi
Utgivningsort:	Uppsala
Utgivningsår:	2025
Upphovsrätt:	Alla bilder används med upphovspersonens tillstånd.
Serietitel:	Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi
Delnummer i serien:	1700
ISSN:	1401-4084
Nyckelord:	Konsumtionsprocess, Nätauktion, Maskinhandel, Konsumtionsteori, Beslutsprocess

Sveriges lantbruksuniversitet

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap
Institutionen för ekonomi

Sammanfattning

Priset på lantbruksmaskiner har under de senaste åren ökat samtidigt som antalet nyregistrerade traktorer har minskat. Denna utveckling beror på att intresset för köp av begagnade lantbruksmaskiner har ökat under de senaste åren. Det finns flera etablerade företag inom handel med begagnade lantbruksmaskiner. Några av de populäraste aktörerna är nätauktioner. Att handla på nätauktion, utan möjlighet till fysisk inspektion utav lantbruksmaskinen ställer höga krav på köparens förmåga att själv jämföra och värdera olika objekt för att kunna fatta ett grundat köpbeslut. Denna studie syftar till att undersöka lantbrukarnas beslutsprocess vid köp av begagnade lantbruksmaskiner via nätauktioner. Fokuset för denna studie är att svara på forskningsfrågan "Hur påverkar olika faktorer lantbrukares beslutsprocess vid köp av begagnade lantbruksmaskiner via nätauktioner?". För att uppfylla syftet har studien utgått ifrån semistrukturerade intervjuer med två lantbrukare som nyligen handlat maskiner på nätauktion. För att analysera empirin ifrån de semistrukturerade intervjuerna har Solomons beslutsteori och Theory of planned behavior använts. Studien visar på lantbrukares olika faktorer utifrån tydliga behov. Dessa är behov av hög kunskap och behov av tidigare erfarenheter, vilket ökar tryggheten i beslutsprocessen. Det konstaterades riskmedvetenhet hos lantbrukarna, däremot vägde den möjliga nyttan av köpet tyngre. Social påverkan hade liten betydelse och besluten byggde främst på individuella och rationella överväganden.

Nyckelord: Konsumtionsprocess, Beslutsprocess, Nätauktion, Maskinhandel, Konsumtionsteori.

Abstract

The price of agricultural machinery has increased in recent years while the number of newly registered tractors steadily declines. At the same time, the interest in purchasing used agricultural machinery has grown. There are several established companies who specialize in used machinery sales, with online auctions being among the most popular platforms. Purchasing machinery through online auctions without the opportunity for physical inspection, places high demands on the buyer's ability to independently assess and evaluate the machinery in order to make well informed decisions. This study aims to explore farmers decision-making processes when purchasing used agricultural machinery via online auctions. The study is based on semi-structured interviews with two farmers who recently bought used machinery through online auctions. Solomon's decision-making theory and Ajzen's Theory of Planned Behavior were applied to analyze the empirical data. The findings show that the farmers acted based on clear needs, extensive knowledge and previous experience which contributed to a greater sense of confidence in their decisions. Although there was awareness of the risk, the perceived benefits of the purchase weighed more heavily. Social influence had minimal impact, as the decisions were primarily based on individual and rational considerations.

Keywords: Consumption process, Decision-making process, Online auction, Machinery sales, Consumer theory

Innehållsförteckning

Förkortningar.....	8
1. Introduktion	9
1.1 Bakgrund.....	9
1.2 Problemformulering.....	10
1.3 Syfte och frågeställningar	11
1.4 Avgränsningar.....	11
2. Teoretiskt ramverk.....	12
2.1 Inledning.....	12
2.2 Beslutsteori	12
2.3 Beslutsfattandet	12
2.3.1 Personligt engagemang.....	13
2.4 Beteendeteori.....	13
2.4.1 Praktisk tillämpning.....	14
2.5 Auktionsteori	15
2.5.1 Auktionstid som prispåverkande faktor	15
2.5.2 Erfarenhet och kunskapsbaserat beslutsfattande	15
2.5.3 Onlineförsäljning och förtroendeskapande	16
2.6 Integrerat teoretiskt ramverk	17
3. Metod.....	18
3.1 Forskningsmetod	18
3.2 IntervjudeSIGN.....	19
3.3 Litteraturgenomgång.....	20
3.4 Urval.....	20
3.5 Empiriinsamling.....	20
3.6 Metod för analys	21
3.7 Kvalitetskriterier	22
3.7.1 trovärdighet.....	22
3.7.2 Överförbarhet.....	22
3.7.3 Pålitlighet	22
3.7.4 Konfirmering	23
3.8 Kritisk reflektion.....	23
4. Empiriskt material.....	24
4.1 Intervju med Carl Lennartson	24
4.1.1 Presentation av Carl Lennartson och hans verksamhet	24
4.1.2 Val av inköpskanal.....	24
4.1.3 Upplevd risk och hantering av osäkerhet	24
4.1.4 Ekonomiska överväganden	25
4.1.5 Val av maskin	25
4.1.6 Erfarenhet av processen	25
4.2 Intervju med Robin Schiller	26
4.2.1 Presentation om Robin Schiller	26
4.2.2 Val av inköpskanal.....	26
4.2.3 Upplevd risk och hantering av osäkerhet	26

4.2.4 Ekonomiska överväganden	27
4.2.5 Val av maskin	27
4.2.6 Erfarenhet av processen	27
5. Analys och Diskussion.....	28
5.1 Rationellt och vanemässigt beslutsfattande	28
5.2 De fem stegen i beslutsfattande	28
5.2.1 Problemidentifiering	28
5.2.2 Informationssökning	29
5.2.3 Utvärdering av alternativ.....	29
5.2.4 Produktval	29
5.2.5 Resultat och problem efter köp.....	30
5.3 Theory of planned behavior	30
5.3.1 Attityd till beteendet	30
5.3.2 Subjektiva normer.....	34
5.3.3 Uppfattad beteendekontroll	36
5.4 Tidsfaktor och köpbeteende.....	38
5.5 Erfarenhet och kunskap	38
5.6 Sammanfattning	39
6. Slutsatser	40
6.1 Slutsatser utifrån forskningsfrågan	40
6.2 Avslutande reflektion.....	41
6.3 Framtida studier	41
Referenser	42
Populärvetenskaplig sammanfattning	45

Förkortningar

Förkortning	Betydelse
SLU	Sveriges lantbruksuniversitet
TPB	Theory of planned behavior

1. Introduktion

I detta kapitel kommer uppsatsens bakgrund att presenteras följt av det empiriska och teoretiska problemet. Målet med kapitlet är att leda läsaren fram till syftet med uppsatsen samt de frågor som skribenterna ämnar besvara genom studien.

1.1 Bakgrund

Traktorn introducerades i det svenska lantbruket i början av 1900-talet. Vid början av 1930-talet hade traktorns funktion i det svenska lantbruket utvecklats från motoriserade redskap till en universal traktor med bogserade redskap (Thunström, 2017). I mitten av 1900-talet blev traktorn en vanlig syn bland svenska lantbrukare och antalet traktorer passerade antalet hästar ute på svenska gårdar (Land Lantbruk, 2017). Sedan traktorns intåg i lantbruket för över 100 år sedan är användningen av traktorn som redskap idag en central del i lantbruksverksamheten. Traktorn används exempelvis för arbete i fält, snöröjning i städer samt arbete i skog. En investering av en traktor är därmed inte bara ett inköp av ett fordon, utan ett strategiskt affärsbeslut som påverkas av lantbrukarens ekonomiska och operativa förutsättningar.

Under år 2024 var antalet nyregistrerade traktorer 1927 stycken i Sverige, vilket är en minskning från tidigare år (Jordbruksaktuellt, 2024). Samtidigt vittnar auktionsfirmor som exempelvis Klaravik om ökat intresse av begagnade traktorer. Under år 2024 ökade försäljningen av begagnade traktorer med 20 procent och uppgick då till 1900 stycken (Jordbruksaktuellt, 2025). Priset på traktorer ökar och på vissa av de mest populära märken och modeller har priserna ökat med upp till 10 procent på de två senaste åren (ATL, 2024). Tittar man på avräkningspriser på jordbrukets produkter så följer det inte samma trend. Exempelvis har avräkningspriset på spannmål hållit sig relativt stabilt under samma tid (Jordbruksverket, 2025).

Ett alternativ till att köpa nya maskiner är att handla begagnade maskiner. Det finns flera olika marknader för begagnade lantbruksmaskiner, en av de mest etablerade firmorna för handel med begagnade maskiner är Klaravik. Utvecklingen av digitala auktionssajter såsom Klaravik har förändrat förutsättningarna för hur lantbrukare söker information och genomför sina köp (Konkurrensverket, 2017). Flera auktionssajter har skapat en mer konkurrensutsatt och transparent marknad, vilket i sin tur ställer högre krav på köparens förmåga att jämföra och själva värdera för att fatta grundade beslut.

1.2 Problemformulering

Investeringar i lantbruksmaskiner har för dagens lantbrukare blivit mer än ett inköp, det är ett strategiskt beslut som har stor påverkan på lantbruksföretagets ekonomi och operativa verksamhet (Thunström, 2017). Marknaden för maskiner präglas samtidigt utav stigande priser vilket ökar den ekonomiska konsekvensen vid varje investering (ATL, 2024). Samtidigt är lantbrukets avräkningspriser i många fall stabila, eller långsamt växande, vilket kan skapa en potentiell obalans mellan kostnader och intäkter (Jordbruksverket, 2025).

Vid sidan av detta sker en utveckling av digitala auktionsplattformar för begagnade maskiner, såsom Klaravik, PS Auction och Blinto. Dessa auktionsfirmor tar bort möjligheten till fysiska möten med säljare och inspektioner utav maskinen (Konkurrensverket, 2017). Auktionsfirmorna utför inte själva någon djupare undersökning och lämnar inga garantier. De uppgifter som lämnas angående objektets skick i objektsbeskrivningen är endast baserade på uppgifter lämnade ifrån säljaren. För en lantbrukare innebär detta både möjligheter och risker. Möjligheten att nå ett bredare utbud av maskiner, men också utmaningar i att behöva bedöma maskiners skick, funktion och värde utan att fysiskt kunna titta på de (Jordbruksaktuellt, 2025). Köp på auktion har också en sluttid samt är i det flesta fallen irreversibla. Det ställer krav på lantbrukaren att fatta snabba och välinformerade beslut.

I dagens läge finns det en del forskning kring ämnet köp av lantbruksmaskiner samt olika former av riskhantering inom lantbrukssektorn. En specifik studie från Linköpings universitet studerade lantbrukares beslutsprocess vid köp av traktor. Studien utfördes av Per Frankelius tillsammans med studenter för en kurs inom marknadsföring och innefattade fallstudier av lantbrukare. De kom fram till att det finns mönster i lantbrukares beslutsprocesser vid köp av just traktor, men även att det finns en stor mångfald (Frankelius, 2016). Mönstret visade på att lantbrukare antingen tar rationella beslut eller emotionella beslut vid köp av traktor. Studien visade även på att det fanns likheter och skillnader beroende på om lantbrukaren har en dragningskraft till ett visst varumärke eller om närheten till återförsäljaren är viktigare. Frankelius (2016) studie fokuserar enbart på traktorköp och undersöker inte köp av andra lantbruksmaskiner. Studien använder inte heller nätauktioner som huvudförsäljare och därför anser författarna att det finns mer att studera inom området.

Kopplat till riskhantering och hur detta behandlas av lantbrukare vid olika situationer av beslutsfattande inom verksamheten finns flertalet studier, främst genom tidigare examensarbeten från SLU. Några exempel på dessa är Bengtsson och Sandqvist (2024) som undersöker vad som påverkar lantbrukares beslutsfattande vid investering av ny teknik. Deras arbete innehåller vissa delar som hanterar köp

av lantbruksmaskiner men tar avstamp i framför allt ny teknik. Även denna studie visar på att det finns en kunskapslucka om processen vid investeringar på nätauktioner, oavsett om det avser ny teknik eller inte. Fortsättningsvis finns det flera studier om riskhantering inom lantbrukssektorn. Men de behandlar främst risker kopplat till växtodling och animalieproduktion, som exempelvis Hermansson och Olsson (2023) samt Gustafsson (2018). I dessa arbeten behandlas inte hur beslutsprocessen vid köp av begagnade lantbruksmaskiner via nätauktioner går till kopplat till tillgänglighet och den risk det medför att investera utan fysisk inspektion och garantier. För att komplettera befintlig litteratur kommer denna studie behandla beslutsprocesser vid köp av begagnade lantbruksmaskiner på nätauktioner samt hur lantbrukare hanterar dem risker detta medför.

1.3 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att undersöka vilka faktorer som påverkar lantbrukares beslutsprocess vid köp av begagnade lantbruksmaskiner på nätauktioner. Studien syftar även till att öka förståelsen för hur lantbrukare hanterar potentiella risker vid köp av begagnade lantbruksmaskiner utan fysisk inspektion.

1. Vilka faktorer påverkar lantbrukares beslutsprocess vid köp av begagnade lantbruksmaskiner via nätauktioner?

1.4 Avgränsningar

Denna studie syftar till att undersöka vilka faktorer som påverkar lantbrukares beslutsprocess vid köp på nätauktionen Klaravik. Därför omfattar arbetet enbart intervjuer med lantbrukare i Sverige som nyligen handlat lantbruksmaskiner på Klaravik. Intervjupersonernas tidigare erfarenhet av köp på nätauktion har inte tagits i beaktan utan det avgränsas till ett specifikt köp. Detta på grund av arbetets korta tidsram, vilket gör att vi valt att enbart intervjua personer som handlat maskiner under det senaste året. För att kunna dra slutsatser utifrån enstaka köp definierades även en avgränsning gällande pris där köpet avgränsas till ett pris på minst 200 000 kronor. Forskarna ansåg att köpet bör vara av sådan stor karaktär att det kräver en mer genomgående beslutsprocess. De teoretiska avgränsningarna är hänvisade till att enbart använda relevant teori som kan kopplas till köpprocesser och till hur mänskligt beteende och dess omgivning kan påverka oss i beslutssituationer.

2. Teoretiskt ramverk

I detta kapitel kommer uppsatsens teorier att presenteras. Teorierna syftar till att beskriva olika fenomen kopplat till köp och beteende.

2.1 Inledning

Syftet med denna studie är att undersöka vilka faktorer som påverkar lantbrukares beslutsprocess vid köp av begagnade lantbruksmaskiner på nätauktioner. Studien syftar även till att öka förståelsen för hur lantbrukare hanterar potentiella risker vid köp av begagnade lantbruksmaskiner utan fysisk inspektion och således bidra med kunskap om ämnet. För att uppnå detta använder författarna tre kompletterande teoretiska perspektiv; beslutsteori, beteendeteori och auktionsteori. Dessa tre ramverk hjälper författarna att hitta relevanta faktorer som påverkar beslutsprocessen hos lantbrukare och att analysera dem utifrån olika synvinklar.

2.2 Beslutsteori

För att förstå vad en beslutsprocess är och hur den fungerar använder författarna beslutsteori. Den används för att förstå vilka steg en beslutsprocess innefattar och vilka faktorer som kan påverka utfallet.

Varje dag tar människor flera olika beslut. Allt från enkla beslut i vardagen som exempelvis klädval, till mer komplexa beslut som köp av bil eller traktor (Solomon, 2006). Omedvetet väger människan den kognitiva ansträngning som krävs gentemot den möjliga vinsten av beslutet. Solomon (2006) delar in beslutsfattande i tre huvudsakliga kategorier; kognitiva, vanemässiga och affektiva. Kognitiva beslut identifieras genom rationella, logiska och informationsbaserade beslut, där beslutsfattaren väger för- och nackdelar av flera olika alternativ. Vanemässiga beslut tas utan eller med liten medveten tanke. Dessa beslut tas ofta på grund av effektivitetsskäl. Affektiva beslut är ofta känslostyrda. Tidigare erfarenheter och emotionella band till ett visst varumärke eller produkt är exempel på faktorer som påverkar ett sådant beslut. Dessa tre kategorier eller fack fungerar som modeller för att förstå beslutsprocessen och samverkar ofta med varandra när beslut fattas.

2.3 Beslutsfattandet

Processen i ett beslutsfattande omfattar enligt Solomon (2006) flera steg. Det första steget i beslutsprocessen är probleminentifiering. Det börjar med att konsumenten identifierar ett problem och att det uppstår ett behov efter en ny produkt. Nästa steg

är informationssökningen. För att lösa det uppkomna problemet börjar konsumenten söka information inom en specificerad produktkategori. Efter informationssökningen har konsumenten nu flera alternativ på produkter. Konsumenten kan sedan jämföra för- och nackdelar med de olika alternativen på produkter. Det fjärde steget är produktval. Efter att ha jämfört de olika alternativen bestämmer sig konsumenten för vilken produkt som passar bäst. Dessa steg resulterar förhoppningsvis i att konsumenten köper produkten.

2.3.1 Personligt engagemang

Zaichkowsky definierar personligt engagemang i Solomons (2006) bok som "en persons upplevda relevans av ett objekt baserat på deras inneboende behov, värderingar och intressen." Det Zaichkowsky menar är att ju mer ett köp av en produkt berör en person i relation till deras värde, behov eller intressen, desto högre blir det personliga engagemanget i beslutsprocessen. Engagemangsnivån påverkar i sin tur hur mycket tid och energi som en konsument lägger ner i sin beslutsprocess.

Förutsättningarna för personligt engagemang påverkas av tre faktorer; personliga faktorer, objekts eller stimulus faktorer samt situationsfaktorer (Solomon, 2006). Personliga faktorer innefattar behovet, intressen, värderingar och betydelse. Till exempel vid en lantbrukares första egna maskininköp är det troligt att engagemanget är högt på grund av personliga värderingar och känslor. Objektsfaktorer innefattar i vilken grad kunden uppfattar att produkten skiljer sig från andra alternativ och hur produkten marknadsförs. Om skillnaderna mellan alternativen är otydliga kan engagemanget minska om konsumenten upplever att alternativen ändå är likadana. Situationsfaktorer behandlar situationen kring köpet (Solomon, 2006). Om köpet exempelvis är tvingande på grund av att en maskin plötsligt har gått sönder eller om det är en planerad investering. Ett starkt personligt engagemang leder till att konsumenten söker mer information. Således är konsumenten mindre benägen att fatta ett impulsivt beslut eller ett beslut som enbart är styrt av priset på produkten. Det kan också leda till högre varumärkeslojalitet. Vid företag-till-företag (B2B) köp, som ofta är fallet då en lantbrukare ska köpa en ny maskin, är impulsköp mycket ovanligt. Dessa beslut baseras ofta på noggranna jämförelser, tidigare erfarenheter och riskbedömningar. Relationer och förtroende mellan företagen spelar en stor roll och fungerar som ett slags socialt kapital.

2.4 Beteendeteori

Beteendeteori hjälper författarna att förstå vilka psykologiska och sociala faktorer som styr lantbrukares intention att agera på ett visst sätt. Genom användandet av beteendeteori kan författarna förstå hur lantbrukares attityder, sociala normer och upplevda kontroll påverkar deras beslutsprocess vid köp på nätauktion.

2.4.1 Praktisk tillämpning

[illegible]

I studien presenterar Ajzen (2006) olika metoder för att påverka det han kallar för “salient beliefs”, vilket innefattar vad människor har för föreställningar och tankesätt som ligger till grund för de tre olika delarna i modellen. Genom att identifiera dessa “salient beliefs” kan man med hjälp av detta förstå och styra människors beteende om man identifierar deras tankesätt bakom intentionerna.

2.5 Auktionsteori

Auktionsteori hjälper författarna att identifiera specifika faktorer som kan uppstå i en auktionmiljö och hur de kan påverka beslutsprocessen.

2.5.1 Auktionstid som prispåverkande faktor

I en studie av Svensson, Hellmer och Robson (2010) analyserades 119 internetauktioner i syfte att utforska huruvida auktionstiden är en prispåverkande faktor. Författarna av studien fann att kortare auktionstid ofta resulterade i relativt högre slutpriser. Denna prisökning kan inte förklaras av ett högre antal bud, vilket indikerar att sluttiden på budgivningen kan påverka köpbeteendet. När tiden för att fatta beslut minskar kan köpare bli mer benägna att drivas av konkurrensinstinkt, vilket innebär att budgivare börjar tävla mot varandra. Detta leder i sin tur till att budgivare budar mer än vad de egentligen tänkt, alternativt agera impulsivt. Det kan leda till att köparen inte längre agerar ekonomiskt rationellt och ökar risken att betala ett pris som överstiger marknadsvärdet. I kontexten av lantbruksmaskiner på nätauktioner kan samma faktorer spela in. Pressade tidsramar kan påverka lantbrukarens riskbedömning. Fenomenet visar att tidsfaktorn bör betraktas som en källa för risk vid auktionsköp.

2.5.2 Erfarenhet och kunskapsbaserat beslutsfattande

Robert Wilson och Paul Milgrom tilldelades år 2020 Nobelpriset i ekonomi för deras studier och förbättringar av auktionsteorin samt uppfinningar av nya auktionsformat (Kungliga vetenskapsakademin, 2020). Auktionsteorin består av tre omständigheter som tillsammans ligger till grund för utfallet av en viss auktion. Den första omständigheten är auktionens regler, till exempel om det är en öppen eller stängd auktion. Den andra omständigheten handlar om det aktuella auktionsobjektet. Den tredje omständigheten belyser osäkerhet och risktagande och går enligt Wilson och Milgrom att koppla till olika köpares kunskap om objektets värde.

Artikeln från Kungliga vetenskapsakademin (2020) förklarar att Robert Wilson var den första att ta fram ett ramverk för auktioner med gemensamma värden. Under 1960- och 1970-talet tog Wilson fram tre uppsatser som förklarar den optimala strategin vid budgivning av objekt med osäkert värde. Med gemensamma värden menas auktionsobjekt med samma värde för alla budgivare. Exempel på objekt med gemensamma värden är värdepapper eller bostäder. För dessa objekt finns även privata värden, men det betydande värdet är gemensamt. Wilsons analyser visar att erfarenhet och kunskap om objektets värde kan ha fördelar vid auktioner med gemensamma värden. Detta eftersom olika budgivare har olika erfarenhet av det specifika objektet, inklusive att många budgivare löper en risk att ha mindre och sämre information än andra budgivare. Enligt Wilson leder detta till att budgivare lägger lägre bud än vad de tror är det verkliga värdet för att försäkra sig om att inte betala för mycket och på så vis göra en sämre affär (Kungliga vetenskapsakademin, 2020). Detta leder till att de genomsnittliga buden blir lägre samt att budgivaren med mest erfarenhet och kunskap lättare gör en bra affär. Wilson beskriver att anledningen till de låga buden beror på rädsla för att drabbas av vinnarens förbannelse. Vilket betyder att om man vinner budgivningen kan man förlora i längden om man betalat mer än vad objektet är värt i verkligheten. Wilson betonar även att större osäkerhet ger lägre bud och lägre slutpris. Slutligen beskriver Wilson att problemen som uppstår vid vinnarens förbannelse blir som störst när det finns stora skillnader i kunskap och information mellan budgivare.

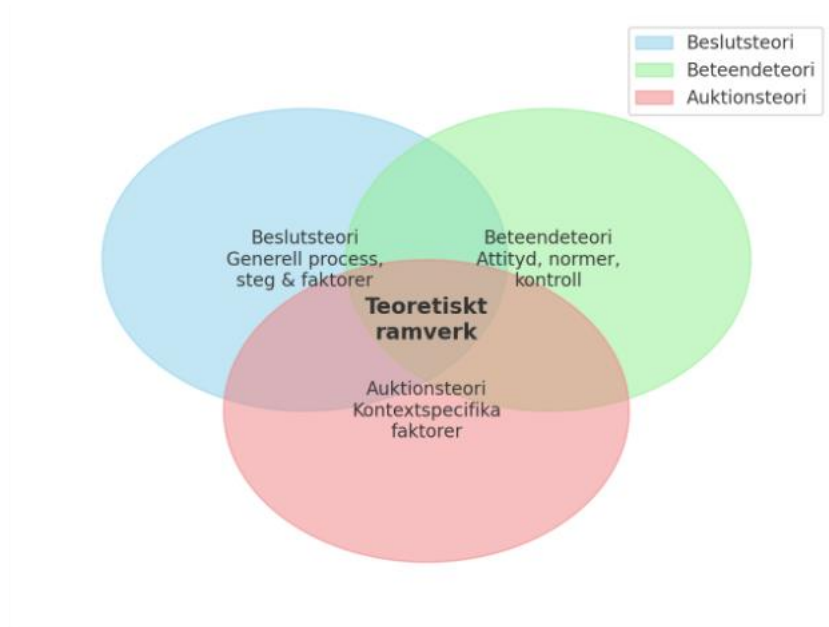
2.5.3 Onlineförsäljning och förtroendeskapande

Kim et al. (2008) menar att förtroende är en viktig faktor vid alla typer av online handel. Förtroende får dessutom särskilt stor betydelse i affärer med högt ekonomiskt värde. I digitala köp där säljaren och köparen inte möts fysiskt är förtroende en form av riskreducering. Studien av Kim et al (2008) visar på att köpare som handlar på internet plattformar bedömer trovärdigheten av produkten främst utifrån plattformens rykte.

En analys av Gosh (2024) visar att förtroende har en direkt påverkan på upplevd risk vid köp på online handel. Studien visar på att visuella signaler såsom bilder på produkten med hög kvalitet, transparens i produktinformationen och tydliga villkor är bland de starkaste förtroendeskapande faktorerna.

2.6 Integrerat teoretiskt ramverk

Beslutsteori ger en grundläggande förståelse för vad en beslutsprocess är och hur den är uppbyggd. Beteendeteori tillför en social dimension och ökar förståelsen varför individer fattar vissa beslut, samt hur omgivningen är med och påverkar dessa. Auktionsteori kompletterar besluts- och beteendeteorin med kontextspecifika faktorer som är unika i en auktionmiljö. Tillsammans kompletterar teorierna varandra och hjälper studien att få en helhetsbild av lantbrukares beslutsprocess. Genom att kombinera dessa tre teoretiska perspektiv kan studien identifiera både auktionsspecifika och generella faktorer som påverkar beslutsprocessen. Därigenom kan studien bidra till en ökad förståelse för ett område som hittills är sparsamt utforskat.



Figur 1. Teoretiskt ramverk för studien. Skapad av författarna.

3. Metod

Detta kapitel kommer att innehålla valen författarna har gjort angående metod för studien samt argument för valen av forskningsdesign. Kapitlet kommer att ta upp olika ontologiska ställningstaganden samt varför det konstruktionistiska synsättet lämpar sig för denna studie. Genomförande av empiriinsamling och val av intervjudesign kommer att redogöras.

3.1 Forskningsmetod

Denna studie bygger på en kvalitativ metod med en abduktiv ansats, vilket står till grund för analysen av den kvalitativa data som samlas in till arbetet (Bryman & Bell, 2017). Primärdata för denna studie kommer att inhämtas genom semistrukturerade intervjuer. Sekundärdata kommer samlas in genom befintlig litteratur genom sökningar via Google Scholar och SLU Epsilon. Några sökord som författarna har använt är nätauktion, beslutsprocess, maskininköp, lantbruksmaskiner och riskhantering. Primärdata är empiri som skapats och samlats in just till denna forskningsstudie (Alvehus, 2019).

Inom kvalitativ och kvantitativ forskningsstrategin finns det generellt tre olika ansatser som används (Bryman & Bell, 2017). Den induktiva ansatsen har som ståndpunkt att vara teoriskapande samt att utveckla och bygga vidare på befintlig teori. Vid tillämpning av induktiv ansats tar man avstånd från det naturvetenskapliga tillvägagångssättet och fokuserar i stället på hur individen tolkar och uppfattar sin sociala verklighet. Den induktiva ansatsen brukar kallas för teorigenererande ansats. Den andra ansatsen är deduktiv ansats som vanligtvis används inom den kvantitativa forskningsmetoden och har sin ståndpunkt i att pröva en befintlig (Bryman & Bell, 2017). Denna ansats brukar kallas för en teoriprovande ansats. Forskarna framställer en hypotes som sedan skall testas gentemot den empiri som samlats in för att kunna fastställa om teorin stämmer överens med den data som tagits fram. Resultatet är sedan tänkt att fastställa forskarnas hypotes alternativt klassificera den som felaktig. Den tredje ansatsen som denna studie baserats på är abduktiv ansats. Det är en kombination av en induktiv och deduktiv ansats (Bryman & Bell, 2017). Den bearbetar den specifika teori under forskningens gång när ny empiri samlats in.

Valet av en kvalitativ forskningsstrategi med en abduktiv ansats valdes på grund av att forskarna ville göra observationer av intervjuer och urskilja vilka beteenden som står till grund för beslut vid auktionsköp (Bryman & Bell, 2017). Samtidigt som författarna ville förankra och bekräfta befintliga teorier inom området.

De svar som intervjuerna har gett är tolkningsinriktade och skiljer sig beroende på de olika personernas bakgrund och upplevelser. Som tidigare nämnt består primärempirin för detta arbete av semistrukturerade intervjuer. Författarna har valt att använda denna intervjumetod för att ge intervjupersonerna större frihet att utforma svar på sina egna sätt.

Studiens ontologiska ståndpunkt baseras på ett konstruktionistiskt synsätt. De olika ontologiska synsätten behandlar frågan kring hur sociala ting ska eller kan antas vara objektiva för de sociala aktörerna (Bryman & Bell, 2017). Alternativt om de ska klassas som konstruktioner som bygger på de sociala tingens uppfattningar. Det finns två olika synsätt inom ontologin och dessa är objektivism och konstruktionism. Objektivismen är en tolkning som innebär att de sociala företeelser vi möter är en yttre fakta som ligger utanför människans intellekt och detta kan människan inte påverka. Konstruktionismen menar i stället att den sociala verkligheten hela tiden omstruktureras i samspel med varandra (Bryman & Bell, 2017). Det ontologiska synsättet konstruktionism som författarna har valt att använda i denna studie grundar sig i att författarna vill spegla olika tolkningar, erfarenheter och tankesätt vid beslutsprocesser inför maskinköp på auktion. Eftersom studien ämnar bearbeta olika köpares upplevelser och endast ett begränsat antal upplevelser lämpar sig detta ontologiska synsätt bäst för denna studie.

3.2 Intervjudesign

Primärdata kommer som tidigare nämnts inhämtas från flertalet semistrukturerade intervjuer. Dessa intervjuer är utformade på ett sådant sätt att de ska skapa möjlighet för respondenten att svara fritt och med stort utrymme för egna tankar och synsätt på dennes svar (Bryman & Bell, 2017). Uppbyggnaden av en semistrukturerad intervju är en sammanslagning av ostrukturerade och strukturerade intervjuer. Vid ostrukturerade intervjuer används i huvudsak lösa minnesanteckningar som hjälpmedel. I vissa fall kan intervjun bestå av endast en fråga där respondenten själv får tolka frågan och därefter svara fritt. Intervjuaren ställer då enbart följdfrågor om det uppkommer något anmärkningsvärt från det svar respondenten ger. Enligt Bryman och Bell (2017) liknar denna sorts intervju ett vanligt samtal.

Motsatsen till detta är strukturerade intervjuer som ofta används inom kvantitativ forskning där metoden är betydligt mer strukturerad för att skapa hög reliabilitet och validitet (Bryman & Bell, 2017). Här har intervjuaren en mer tydlig uppsättning frågeställningar jämfört med en semistrukturerad intervju i kvalitativ forskning. I en strukturerad intervju finns det mindre möjligheter för respondenten att tolka själv och frågorna är mer specifika samt kommer vanligtvis i specifik ordning. Valet av en semistrukturerad intervju blev ett naturligt tillvägagångssätt då tanken är att respondenten ska få utrymme att beskriva sina egna erfarenheter och ha möjlighet

att svara fritt på frågorna. Samtidigt som det krävdes en viss struktur för att författarna skulle ha möjlighet att besvara frågeställningen och uppfylla syftet med studien. Eftersom intervjudesignen ger möjlighet till egen tolkning skapas också en frihet för respondenten att svara friare och utforma svaren på det sätt som bäst förklarar deras beslutsprocess.

3.3 Litteraturgenomgång

I uppstarten av uppsatsen genomfördes en narrativ litteraturgenomgång för att få en övergripande bild av den befintliga litteraturen inom området köp av lantbruksmaskiner samt auktionsköp. En narrativ litteraturgenomgång är lämplig vid kvalitativ forskning då den tillåter författarna att göra anpassningsbara sökningar på litteraturen (Bryman & Bell, 2017). Litteraturgenomgången syftar till att hjälpa författarna urskilja vad för forskning som redan finns på området. Detta för att hitta eventuella kunskapsluckor i litteraturen samt att försöka undvika misstag som andra redan gjort. De källor författarna fick fram genom den narrativa litteraturgenomgången återfinns främst i kursböcker, studentuppsatser och nyhetsartiklar. Uppsatsen innehåller såväl vetenskapliga artiklar som populärvetenskapliga artiklar. I de fall populärvetenskapliga artiklar och andrahandskällor använts är detta främst när förstahandskällan är svår att hitta samt i fall när flera rapporter eller forskare ligger till grund för källan. Litteratursökning har främst skett genom Google Scholar och Sveriges lantbruksuniversitets arkiv för studentarbeten Epsilon.

3.4 Urval

I dagens läge sker det många köp genom nätauktionen Klaravik. Eftersom studien innehåller avgränsningen att köpet ska vara av betydande roll för personen eller företaget har det varit svårt att hitta personer som velat ställa upp på intervjuer. Deltagarna i denna studie hittades genom en säljare på Klaravik samt en gemensam bekant till de två författarna. Både personerna uppfyllde kraven för samtliga avgränsningar och hade gjort en tillräckligt stor affär genom Klaravik för att vara representativa i denna studie. Deltagarna bedriver olika produktion på gården och maskinerna som köpts har olika användningsområden. De geografiska områdena som intervjupersonerna är bosatta och verksamma i är Hjo i Västergötland samt Odensbacken söder om Örebro.

3.5 Empiriinsamling

Arbetets empiri har samlats in genom två semistrukturerade intervjuer. Dessa har utgått ifrån samma intervjufrågor. Semistrukturerade intervjuer betyder att frågorna är förutbestämda utifrån ett visst ämne (Bryman & Bell, 2017). Författarnas mål

med att genomföra semistrukturerade intervjuer är att få respondenterna att bidra med en så omfattande och nyanserad bild av ämnet som möjligt. I syfte att underlätta för respondenterna skickades frågorna ut i förväg, för att respondenterna skulle ha möjlighet att förbereda sig och därigenom ge mer nyanserade och genomtänkta svar. Frågorna var ställda på ett sätt som skapade möjlighet för respondenten att själv tolka dess innebörd för att skapa ett så personligt svar som möjligt. Intervjuerna gjordes via Microsoft Teams vilket författarna ansågs fungera bra då respondenterna inte är bosatta i närområdet till författarna. Ett videomöte kändes mer personligt jämfört med att genomföra intervjuerna via telefon och var fördelaktigt för att skapa en tryggare känsla där intervjudeltagarna kan se varandra. Under intervjuerna medverkade båda författarna av studien samt intervjupersonen. Detta gjordes för att minimera misstolkningar och för att i efterhand kunna diskutera möjliga tolkningsskillnader forskarna emellan.

En potentiell nackdel med detta tillvägagångssätt är dock att respondenterna kan ha hunnit formulera sina svar i förväg, vilket kan leda till att svaren speglar respondenternas önskvärda intryck snarare än deras faktiska uppfattningar. Men eftersom intervjufrågorna handlar om individuella upplevelser och beslutsfattande bedömer författarna att det inte finns några tydliga skäl för respondenterna att förvränga sina svar. Semistrukturerade formen på intervjuerna möjliggör dessutom vidare diskussion kring varje fråga, vilket gör det svårare för respondenterna att förbereda helt färdiga svar på varje fråga.

3.6 Metod för analys

För att samla in och analysera empiri förklarar Ajzen (2006) att det är fördelaktigt att använda en kvalitativ studie där man genomför intervjuer för att sedan applicera detta i teorin TPB. Det här för att ta reda på dem mest framträdande tankesätten olika individer har kring ett visst beteende. Utifrån de intervjuerna man gör försöker man ta fram vilka "salient beliefs" som ligger till grund för de tre olika delarna i modellen; attityd, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll.

Utifrån detta passar då den kvalitativa undersökningen med semistrukturerade intervjuer som författarna valt att göra och kommer att användas vid analys av den insamlade empirin. Den formella modell som Ajzen presenterade 1991 tar upp att det är intentioner som huvudsakligen är föregångare till ett visst beteende. Utifrån detta kan man identifiera varför lantbrukare fattar beslut på det sättet de gör. I detta fall beslut om investeringar av begagnade lantbruksmaskiner via nätauktioner. Enligt Ajzen (1991) kan detta undersökas genom att ta reda på hur intervjupersonerna ser på deras attityd, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll.

Empirin analyseras också med hjälp av Solomons (2006) teori om konsumtionsprocess. Denna teori valdes då den ger en bred förståelse över hur människor fattar beslut, både utifrån rationella överväganden, tidigare erfarenheter och emotionella drivkrafter. Det kognitiva beslutsfacket möjliggör en analys av hur rationella och medvetna överväganden påverkar beslutsprocessen. Det vanemässiga facket används för att identifiera inslag av rutinmässiga val. Det affektiva facket hjälper till att undersöka i vilken utsträckning som känslor påverkar beslutsfattandet. Dessa tre fack skapar en struktur för analys av vilka faktorer som påverkar lantbrukare i beslutsprocessen.

3.7 Kvalitetskriterier

Det finns ett antal kvalitetskriterier som använts för att säkerställa kvaliteten i forskningsstudien. För att stärka legitimiteten för en kvalitativ studie menar Bryman och Bell (2017) att det är extra viktigt att ta hänsyn till fyra olika kvalitetskriterier. Dessa är trovärdighet, överförbarhet, pålitlighet och konfirmering. I denna del kommer de kvalitetssäkringar som gjorts för fallstudien att presenteras.

3.7.1 Trovärdighet

Intern validitet eller trovärdighet handlar om hur sannolikt och trovärdig studiens resultat är (Bryman & Bell, 2017). För att säkerställa trovärdigheten i empirin har transkriberingen från intervjuerna renskrivits och respondenterna har fått möjlighet att läsa igenom transkriberingen från intervjuerna. Detta för att ge respondenterna möjlighet att påpeka eventuella missuppfattningar från intervjuerna.

3.7.2 Överförbarhet

Extern validitet eller överförbarhet avser huruvida resultatet från en undersökning kan generaliseras och appliceras i andra sammanhang (Bryman & Bell, 2017.) En kvalitativ forskningsmetod har ofta svårt att förhålla sig till extern validitet då den i normalfallet studerar en unik grupp eller individer som besitter egna unika egenskaper. Syftet med denna studie är att fylla i kunskapsluckan i den befintliga litteraturen och bidra till framtida forskning. Det betyder inte att studien syftar till att komma fram till ett generalt resultat som kan appliceras på andra sammanhang.

3.7.3 Pålitlighet

Pålitlighet eller reliabilitet syftar till att ett liknande resultat ska kunna nås om studien replikeras vid ett annat tillfälle (Bryman & Bell, 2017). Pålitlighet anses av vissa forskare vara irrelevant vid kvalitativa studier eftersom dessa studier till stor del baseras på forskarnas egna analyser och uppfattningar (Golafshani, 2003).

Författarna har genomgående i studien arbetat med att förklara alla steg som har utförts för att öka pålitligheten.

3.7.4 Konfirmering

Konfirmering eller objektivitet innebär att säkerställa att forskarens personliga värderingar inte låtit påverka utförandet och slutsatsen av studien (Bryman & Bell, 2017). Att forskarna påverkar studien är något som alltid kommer vara svårt att undvika helt. Författarna av denna studie har varit medvetna om detta genom arbetets gång och därmed har de kunnat minimera den personliga påverkan och därmed öka konfirmeringen.

3.8 Kritisk reflektion

Vid all typ av forskning är det viktigt att ha ett kritiskt granskade synsätt och att alltid reflektera över de val som görs (Bryman & Bell, 2017). En av respondenterna kontaktades genom en gemensam bekant och har ingen personlig kontakt med någon av författarna. Den andra respondenten kontaktades personligen då båda författarna är bekant med personen sedan tidigare. Eftersom båda författarna har en personlig relation till en av respondenterna finns det en risk att det kan påverka studien genom eventuella förutfattade meningar. Samtidigt visar författarens reflektion kring detta på en medvetenhet om problemet och en vilja att inte låta det påverka resultatet. Samtidigt kan den personliga relationen till respondenten även vara en fördel. Det kan leda till att respondenten känner sig mer trygg i sammanhanget och därför vågar vara mer öppen i intervjun och svara ärligt.

Val av metod och studiens avgränsningar kan även påverka studiens resultat. En kvalitativ forskningsmetod kan leda till svårigheter att generalisera resultatet på grund av att urvalet är begränsat (Bryman & Bell, 2017). Forskningsmetoden kan även ge större tolkningsmöjligheter kring intervjufrågor. Studiens avgränsning om maskinköpets storlek och geografiska avgränsning kan också påverka möjligheten att generalisera resultatet.

4. Empiriskt material

I detta kapitel kommer den empiriska data från intervjuerna att presenteras. Först ges en beskrivning kring respektive respondents företag och verksamhet. Sedan presenteras den empiri som samlats in genom intervjuerna.

4.1 Intervju med Carl Lennartson

Informationen i kommande avsnitt har samlats in igenom en intervju med Carl Lennartson. Intervjun genomfördes via Microsoft Teams den 2025-05-13.

4.1.1 Presentation av Carl Lennartson och hans verksamhet

Lennartson är utbildad lantmästare och har sedan studiernas slut arbetat på sin familjegård där de producerar kött djur. På sidan av jobbet på gården bedriver Lennartson en maskinstation där han främst hjälper sina kunder med vallskörd och snöröjning.

4.1.2 Val av inköpskanal

Valet att köpa traktorn via en nätauktion var enligt Lennartson inte en medveten strategi utan snarare en slump. Han beskriver att han redan hade bestämt sig vilken typ av traktor han ville ha. När den aktuella traktorn dök upp på en auktion valde han att vara med i budgivningen. Lennartson uttrycker att samma intresse för traktorn hade funnits om traktorn utannonserades hos en maskinhandlare eller på någon annan plattform för begagnade maskiner, exempelvis blocket. Det framkommer att i samband med köpet tog Lennartson kontakt med firman som visades i annonsbilderna. Det bidrog till att han fick viss information om traktorns servicehistorik och utrustning, vilket är något som inte alltid framgår i auktionsannonserna.

“Det var egentligen bara en slump att de blev på nätauktion. Hade samma traktor dykt upp hos en handlare hade jag nog varit lika intresserad.”

4.1.3 Upplevd risk och hantering av osäkerhet

Trots att Lennartson känner sig nöjd med detta köp är han medveten om att nätauktioner innebär en högre risk jämfört med att köpa via en handlare. Han påpekar att det är svårt att upptäcka fel enbart genom bilder och att en del problem ofta uppenbarar sig först efter ett antal driftstimmar. Han nämner att han därför alltid kalkylerar med en viss underhållskostnad i köpesumman.

“Man blir ibland både positivt och negativt överraskad när grejerna kommer hem.”

Ytterligare en risk som lyfts av Lennartson är bristen på garantier och möjligheten att häva köpet efter leveransgodkännande. Han jämför detta med situationen hos en handlare där man i vissa fall kan få garantier för begagnade lantbruksmaskiner.

4.1.4 Ekonomiska överväganden

Ett motiv till att välja auktion är den potentiella ekonomiska vinningen. Möjligheten till att göra en “bra affär” genom att kunna betala ett lägre pris än hos en traditionell maskinåterförsäljare. Lennartson berättar att han är prismedveten och att han har gjorde jämförelser mellan vad andra liknande traktorer sålts för, främst genom hemsidor såsom blocket. Han bedömer att de som handlar via auktioner ofta tar informerade beslut och att slutpriserna ofta landar nära marknadspriser.

“Jag försöker ta höjd för eventuella fel... Hade jag fått betala 50 tusen mer men fått lite garantier i utbyte så hade jag nog hellre gjort det.”

4.1.5 Val av maskin

Valet av just denna traktor motiverades av praktiska skäl. Traktorns storlek och utrustning motsvarade de krav som verksamheten ställde. Det framkom även att kontinuitet i maskinparken var en viktig aspekt. Tidigare maskiner hade varit av samma märke vilket förenklar användningen.

“Vi har bara John Deere sedan tidigare, så det är smidigt med alla redskap, sen vet alla som ska köra den var spakar och knappar sitter.”

Lennartson hade inte tidigare deltagit i någon budgivning av denna storlek innan denna affär, men uttrycker att han kände sig trygg med processen. Han betonar vikten av att ha en färdig idé för vad man är villig att betala innan man ger sig in i en auktion.

4.1.6 Erfarenhet av processen

Lennartson beskriver hela köpprocessen som smidig och enkel. Han har tidigare erfarenheter av nätauktioner vilket bidrog till att han kände sig trygg under hela affären då han vet hur det går till. Att ha ett maxtak för priset är enligt Lennartson viktigt när man handlar på auktion. Han upplevde också att Klaraviks system med förlängd sluttid ger utrymme att hinna tänka efter och fatta rationella beslut.

Lennartson ser auktionsfirmor som ett bra verktyg när han vet vad han letar efter. Dock är han också medveten om att det kräver noggrannhet och viss förberedelse.

4.2 Intervju med Robin Schiller

Informationen i kommande avsnitt har samlats in genom en intervju med Robin Schiller. Intervjun genomfördes via Microsoft Teams den 2025-05-13.

4.2.1 Presentation om Robin Schiller

Schiller driver tillsammans med en släkting ett företag som riktat in sig på produktion av hösilage i småbal, främst riktat till hästfoder. Företaget har expanderat från 20 hektar till omkring 80 hektar. Årligen produceras det cirka 10 000 småbalar med hösilage med en vikt på 40-50kg per bal. Verksamheten drivs idag parallellt med ett heltidsarbete.

4.2.2 Val av inköpskanal

För Schiller var köpet av balinplastaren via nätauktion inte en medveten strategi, utan snarare ett tillfälle som uppstod. Han berättar att han visste exakt vilken maskin det var han var ute efter och när just en sådan dök upp på Klaravik tog han chansen.

“Det var ju exakt en såndär vi skulle ha.”

Schiller menar att han hade köpt maskinen oavsett om den annonserats på andra plattformar, såsom Blocket eller hos en maskinhandlare. Schiller fick annonsen skickad till sig av en bekant som hade kännedom om verksamheten. Det var alltså tillgången till just den önskade modellen som styrde valet av inköpskanal snarare än att nätauktioner i sig var att föredra.

4.2.3 Upplevd risk och hantering av osäkerhet

Schiller är medveten om att nätauktioner innebär vissa riskmoment. Särskild vad gällande den begränsade möjligheten att kunna inspektera objektet. Han betonar vikten av att vara väl påläst om objektet innan man deltar i en budgivning. Han förklarar att auktionsplattformen fungerar som en mellanhand och att den funktionen bidrar med en viss trygghet. Schiller berättar också att han tycker beskrivningarna i annonserna kan vara lite vaga, särskilt när det gäller defekter.

“Står det att något är defekt så kan det vara lite vad som helst, det får man vara vaksam på.”

Trots vissa osäkerhetsmoment känner sig Schiller trygg i sina beslut, mycket tack vare att han redan äger en likadan maskin. Det ger honom en god förståelse för vad han kan förvänta sig.

4.2.4 Ekonomiska överväganden

Schiller lyfter priset som den avgörande faktorn i sitt beslut att köpa via nätauktion. Maskinen Schiller köpte hade bara plastat omkring 900 balar, vilket han menar är vad de själva gör under en dag. Alltså var maskinen i princip ny. Han uppskattar att han betalade ett par hundratusen kronor mindre än vad en helt ny maskin hade kostat. Slutkostnaden låg inom ramen för vad han räknat med. Dock är han samtidigt tydlig med att det gäller att vara medveten om de extra kostnader som tillkommer, såsom moms och slagavgift. Schiller nämner också att det är lätt att priset i budgivningen stiger kraftigt om man inte har ett tydligt maxtak i åtanke.

4.2.5 Val av maskin

Maskinvalet var väldigt specifikt för Schiller. Han ägde redan en Vewi 110 och hade goda erfarenheter av den. När produktionen av balar växte blev flaskhalsen i verksamheten just plastningen av balarna och det blev nödvändigt att köpa ytterligare en balinplastare. Det handlar alltså inte om att överväga olika alternativ utan snarare att hitta rätt modell till rätt pris.

“Vi har ju en likadan sedan tidigare så vi vet hur de fungerar, så det var inget att tveka på.”

Att ha två likadana maskiner underlättar både drift och underhåll.

4.2.6 Erfarenhet av processen

Schiller har tidigare handlat via nätauktioner och beskriver processen som både enkel och effektiv. Han uppskattar särskilt att Klaraviks budgivningssystem förlänger sluttiden på auktion vilket skapar ett lugnare avslutningsskede.

“Du har alltid tre minuter på dig att fundera om du vill höja eller inte, det är rätt så bra.”

Schiller betonar vikten av att ha koll på vad man är beredd att betala så att man inte rycks med under budgivningens slutskede. Eftersom det här var en maskin han mycket väl kände till kunde han också värdera objektet. Schiller är positiv till nätauktioner som handelsplattform, åtminstone när det gäller maskiner han har erfarenhet av. Däremot skulle han tänka annorlunda om det handlade om mer komplexa maskiner, exempelvis en traktor.

5. Analys och Diskussion

I följande kapitel kommer empirin att analyseras utifrån de teorier som tagits upp i kapitel 2. Empirin analyseras och studiens syfte diskuteras utifrån beslutsteori, beteendeteori samt auktionsteori.

5.1 Rationellt och vanemässigt beslutsfattande

Både Lennartson och Schillers agerande under deras konsumtionsprocess visar på att de utgick från ett rationellt övervägande, alltså det kognitiva facket. Lennartson beskriver hur han gjorde prisjämförelser, tog kontakt med den firma som tidigare hade servat traktorn samt tog hänsyn till eventuella framtida fel på traktorn i sina bud. Detta visar på ett långsiktigt, riskmedvetet och rationellt resonemang. Även Schiller fattade ett välgrundat beslut. Han beskriver sitt köp som ett strategiskt och planerat beslut samt visade på att det fanns ett tydligt behov. Lennartson och Schiller visar även inslag av ett vanemässigt beslutsfattande i sina val av märke och modell på maskiner. Alltså det vanemässiga facket. Båda valde märken som finns med i deras befintliga maskinpark, vilket tyder på att tidigare val var med och påverkade nya beslut. Samtidigt kan det förklaras som ett rationellt beslut, då det underlättar respektives drift att använda sig av maskiner som de redan har kunskap om. Det affektiva facket är inte representerat hos vare sig Lennartson eller Schiller. Det affektiva facket innebär att beslut baseras på känslor och impulser. Tvärtom från känslor och impulser så beskriver både Lennartson och Schiller att deras beslut har varit praktiskt motiverade utan att hänvisa till några känslomässiga drivkrafter.

5.2 De fem stegen i beslutsfattande

5.2.1 Problemidentifiering

Det första steget i konsumtionsprocessen enligt Solomon (2006) är att identifiera ett behov. Detta steg är tydligt hos både Lennartson och Schiller även om behoven skiljer sig åt. I Lennartsons fall fanns behovet av en uppgradering av maskinparken. Behovet av att byta ut en gammal traktor mot en nyare för att lättare kunna utföra det arbete som hans kunder efterfrågar. Detta behov är kopplat till effektiv drift och kontinuitet i maskinparken. För Schiller uppstod behovet när hans verksamhet utökades och det uppstod en tydlig flaskhals i produktionen. Detta i form av att inplastningen av balar inte följde samma tempo som pressningen. I båda dessa fall är problemigenkänningen verksamhetsdriven snarare än emotionellt.

5.2.2 Informationssökning

Efter att Lennartson och Schiller har identifierat sina problem går de vidare till nästa steg i beslutsfattandet, vilket är informationssökning (Solomon, 2006). I detta steg av beslutsprocessen börjar konsumenten att söka information för att hitta en produkt som löser deras problem. I både Lennartson och Schillers fall vänder sig de till maskiner som de redan har kännedom om. Lennartson har ägt traktorer av samma märke tidigare och var nöjd med det. Därför tittade han inte på andra alternativ. Han hade redan bestämt sig för vilket märke och storlek han var ute efter. Informationssökningen begränsades endast till vilken typ av utrustning modellen skulle ha. Schiller var i en liknande situation där han redan ägde en exakt likadan maskin som han var ute efter att köpa. Inte heller där jämfördes det med några andra alternativ. Utan han var inställd på att han ville ha en till likadan, då han var nöjd med den första. Något som är gemensamt för både Lennartson och Schiller är att deras informationssökning angående vilken maskin som bäst kunde lösa deras problem, baserades på deras egna erfarenheter. De vände sig inte till kollegor eller maskinsäljare för att inhämta den informationen.

5.2.3 Utvärdering av alternativ

I både Lennartson och Schillers fall begränsades utvärdering av alternativ till maskiner de redan hade god kännedom om. För Lennartson var det viktigt med närheten till en verkstad som kan erbjuda delar och service, samt att det var en traktor som han och hans anställda kände igen och var bekväma med. Schiller har haft en likadan maskin i flera år och vet hur den fungerar och övervägde aldrig några andra alternativ än just en sådan.

5.2.4 Produktval

I detta steg avgör konsumenten exakt vilken produkt som personen ska köpa baserat på de alternativ som identifierats tidigare i beslutsprocessen (Solomon, 2006). Det handlar alltså om att välja ut den specifika maskinen att buda på. Lennartson hade som tidigare nämnt en tydlig uppfattning om vilken typ av traktor han ville ha, både gällande märke, utrustning och storlek. När en traktor som motsvarade Lennartsons kriterier dök upp på auktion blev valet enkelt. Schiller gjorde sitt val av maskin på liknande grunder, alltså utgick från tidigare positiva erfarenheter. I båda fallen framgår det att tidigare erfarenheter och varumärkeslojalitet väger tungt i valet av maskin. Detta stöds av Solomons (2006) syn på produktval i professionella sammanhang. Där det sociala kapitalet och relationella faktorer såsom just varumärkeslojalitet ofta väger tungt.

5.2.5 Resultat och problem efter köp

Resultat är det sista steget i beslutsfattande och är jämförbart med problem efter köp i konsumtionsprocessen. Det handlar enligt Solomon (2006) om hur konsumenten upplever sitt köp i efterhand. Både Lennartson och Schiller uttrycker ett positivt efterköpsbeteende. Däremot är det samtidigt med en medvetenhet om den risk som köpen innebär. Lennartson hanterar detta genom att räkna in en viss felmarginal i priset på maskinen som förväntningar på maskinens skick. Det hjälper honom att känna sig tillfredsställd med köpet även om något inte är helt perfekt, vilket minskar risken för en negativ efterköpsreaktion. Efterköpsbeteendet hos Schiller präglas av en tydlig känsla av tillfredsställelse. Han beskriver sitt köp som en genomtänkt och planerad investering och upplever att köpet uppfyllde hans förväntningar. Solomon (2006) beskriver att detta steg i beslutsprocessen handlar om hur konsumenten värderar köpet efter att det genomförts samt om det uppstår en känsla av missnöjdhet, osäkerhet eller tvivel. Schiller har minimerat riskerna för dessa känslor genom att ha inlett processen med en tydlig strategi och realistiska förväntningar. Som tidigare nämnt visste Schiller på förhand vilken maskin han var ute efter, vilket i sin tur kan ha bidragit till att risken för att känna osäkerhet i efterhand minskade.

5.3 Theory of planned behavior

I denna rubrik kommer den insamlade empirin från de genomförda intervjuerna att kopplas ihop med de tre centrala faktorerna som enligt TPB styr en människas intentioner att utföra ett visst beteende. Tanken är att utifrån den insamlade empirin svara på om det finns olika intentioner som styrt personerna att agera på det sätt de gjort.

5.3.1 Attityd till beteendet

Kopplat till TPB är attityd till beteendet en av de faktorer som bestämmer en persons intentioner till att utföra ett visst beteende (Ajzen, 1991). Detta handlar helt enkelt om personen har en positiv eller negativ attityd till det potentiella beteendet. Attityden styrs ofta utifrån något som enligt Ajzen (1991) kallas för beteendeövertygelse och med detta menas vad personen anser att ett beteende kommer att ge för resultat. Därav styrs beteende beroende på om attityden blir positiv eller inte. En positiv attityd leder till större intentioner för att faktiskt genomföra handlingen eller beteendet.

Schiller diskuterade om att han tidigare handlat en del olika saker genom Klaravik och kände att det fungerat bra. Detta gav honom en positiv attityd mot tanken att göra fler affärer på samma sätt. Schiller tyckte följande om attityden till att använda

sig av Klaravik och svarade följande på frågan "Hur kom det sig att du vände dig till just en nätauktion?"

"Jag har handlat på Klaravik förut och har tyckt att det gått bra. Det gäller ju att man tittar noga innan man börjar buda och sånt där."

Med bakgrund till beteendeövertygelse och vad personen i fråga förväntar sig att utfallet kommer att bli förklarar Schiller att han som citatet ovan säger gjort affärer genom Klaravik tidigare med bra utfall. Försättningsvis kan attityden även kopplas till att den balinplastare som Schiller köpte var precis en sådan som han var intresserad av och fortsätter samma fråga med att säga följande.

"Det var en bekant till mig som vet att vi håller på med hästfoder som skickade annonsen till mig. Jag hade inte själv sett att den kommit ut. Då gick jag in och tittade och tänkte att ja, det är ju en sån här vi ska ha!"

Här visar Schiller att han har en tydlig attityd kring att köpa just denna maskin av olika anledningar och visste direkt att det var en sådan han letade efter. Tidigare i intervjun förklarar respondenten att de sökte just denna maskin då de redan har en likadan som har fungerat mycket bra med de behövde en till då enbart en maskin inte avverkade tillräckligt många balar. Schiller poängterar även att det viktiga för honom var maskinen och att den kom upp på just Klaravik var mer en slump.

"Hade den kommit ut hos en handlare eller på exempelvis blocket för samma peng, ja då hade man ju kanske köpt den där i stället."

Vidare på samma fråga om hur det kommer sig att han vände sig till en nätauktion fick författarna svaret att det enbart var en slump och att Schiller med stor sannolikhet hade köpt maskinen även om den kommit ut någon annanstans. Här kan vi därför se med koppling till TPB att hans beslutsövertygelse var att han ansåg att det skulle bli ett bra beslut oavsett var han köpte maskinen. I detta läge spelade inte sättet att handla på någon stor roll utan beslutet föll i stället på att han hade en mycket positiv attityd till den specifika maskinen. Detta visar på att han gick in i budgivningen med en positiv attityd att utföra köpet samt hade en stark beteendeövertygelse att resultatet skulle bli positivt för honom och företaget.

Lennartson hade i vissa avseenden liknade tankar kring attityd och beteendeövertygelse som Schiller. Men i intervjun beskriver han att han under en period varit ute efter en traktor av denna modell och aktivt letat på olika plattformar och hos maskinhandlare. Lennartson svarar följande på frågan "Hur kom det sig att du vände dig till just en nätauktion?"

“I det här fallet så var det nog egentligen bara en slump, utan jag hade bestämt mig för att det var ungefär en sådan traktor jag ville ha. Sen dök den upp och då tänkte jag att då är jag med till en viss summa. Sen gick den i affären i lås. När jag väl hade bestämt mig för att köpa en traktor så hade jag kollat på alla sidor och hos handlare. Hade samma traktor dykt upp hos en maskinhandlare så hade jag nog varit lika intresserad, så det vara bara en slump att det blev på nätauktion.”

I detta svar kan vi se vissa likheter med Schiller där de trycker mycket på att deras attityd mot beteendet styrs till stor del av objektet och inte försäljningssättet. Försättningsvis beskriver de båda att de haft tidigare erfarenheter av att handla på Klaravik där utfallet blivit bra. Av intervjumaterialet framkommer det att de av denna anledning har en positiv attityd till konceptet nätauktioner vilket visar på att detta enligt Ajzen (1991) skapar en stark intention för att utföra beteendet.

De två respondenterna har en positiv inställning till att man genom en nätauktion som Klaravik förhoppningsvis gör en bättre affär ur ett ekonomiskt perspektiv jämfört med andra försäljningskanaler. Lennartson beskrev följande utifrån vilka faktorer som drev honom till att köpa via Klaravik.

”Det är väl möjligheten att man kanske kommer undan lite billigare än om man köper utav en handlare. Möjligtvis kan man göra en snabbare affär också, det är ju ändå bara sju dagar som annonsen ligger uppe.”

Detta visar på att hans attityd återigen är väldigt positivt inställd och redan här kan man se att han näst intill bestämt sig för att genomföra beteendet. På samma fråga fick vi ett liknande svar av Schiller som också tryckte på att priset var bra. Men i hans fall föll mycket på att det var just rätt maskin som han sökte samt att han fick den till ett bra pris kontra hur lite den hade använts innan.

Schiller svarade följande angående vilka faktorer som drev honom till att genomföra köpet.

“Det var ju mest att den var en sådan maskin vi skulle ha, och sen var priset också bra. Det var också ganska nära att åka och hämta den och den var relativt ny.”

Avslutningsvis kan vi med hjälp av intervjuerna koppla detta till TPB och hur beteendeövertygelse samt attityder kan skapa starka intentioner att utföra ett beteende (Ajzen, 1991). I intervjun med Schiller ser vi att beteendeövertygelsen ligger i att han förväntar sig en bra och smidig affär både genom tidigare köp genom Klaravik och att han har en god kunskap om den maskin han tänkt köpa. Positiviteten kring att han förväntar sig en snabb och smidig affär till ett bra pris ökar även denna beteendeövertygelse om att köpet bör genomföras. Samt att Klaravik är en aktör som kan leva upp till hans förhoppningar och det förväntade

resultatet. I Lennartsons fall kan författarna urskilja att han visar sig mer skeptisk till hur pass bra utfallet blir vid affären, då han poängterar att man får räkna med potentiella fel på maskinen som man inte visste vid köpet. En anledning till att han ändå ansåg att utfallet skulle bli bra vid affären var att han fått tillgång till servicehistorik vilket ökade beteendeövertygelsen. På frågan om han hade köpt maskinen utan den historik han fått blev svaret följande.

“Jo, men det hade jag nog gjort. Den såg väldigt välskött ut. Så det hade jag nog gjort med den här. Men det är ju svårt att bedöma skicket på bilder bara.”

Med det svaret kan vi konstatera att det absolut hade en inverkan på det förväntade resultatet från Lennartsons sida, men att den övertygelse han redan hade var tillräckligt positiv för att köpet med stor sannolikhet hade genomförts utan servicehistoriken. De jämförelser författarna kan dra kopplat till TPB är att de båda hade en positiv attityd redan när de såg att maskinen låg ute för försäljning. Men till en början hade Schiller en starkare beteendeövertygelse jämfört med Lennartson, då han ansåg sig behöva mer information för att känna att han hade tillräcklig tro på hur resultatet skulle bli.

5.3.2 Subjektiva normer

Utifrån de subjektiva normerna och normativ övertygelse kan man utläsa hur pass stor inverkan utomstående personer har för att personen i fråga ska genomföra ett visst beteende eller inte (Ajzen, 1991). Den normativa övertygelsen handlar om att en person gör en prövning över vad andra människor anser att personen bör göra eller inte bör göra. Detta kopplas sedan ihop med de subjektiva normer som bestämmer i vilken utsträckning omgivningen sedan har på personens beteende. I de intervjuer som genomförts i denna studie var det svårt att utläsa hur pass stor inverkan som omgivningen haft på de beslut som respondenterna tog.

I Lennartsons fall kan vi utläsa att han under en längre period hade kollat på en traktor av den modellen som sedan kom upp på Klaravik. I intervjun framkommer det att han haft bra koll på olika försäljningsplattformar och även hos maskinhandlare. Att traktorn som var av märket John Deere kom upp på Klaravik var mer av en slump. Det går dock att utläsa vissa delar som man kan koppla till andra människors agerande som hade inspel på hur Lennartson slutligen valde att gå till väga. Det första handlar om att han såg på bilderna att traktorn stod hos en maskinhandlare, trots att den auktionerades ut på Klaravik. Lennartson valde att ta kontakt med den handlaren och då visade det sig att traktorn flertalet gånger varit servad hos denna handlare. Tack vare detta fick Lennartson viktig information om hur maskinen har tagits hand om samt möjliga fel som funnits tidigare. Denna information är ofta mycket svår att få tag i vid affärer genom Klaravik och det i sin tur gav Lennartson en bättre bild över i vilket skick som traktorn han ville köpa faktiskt var i.

“Sen såg jag att traktorn stod hos en handlare på bilderna, så jag hörde av mig till den firman och dom hade servat den. Så de hade lite historisk på traktorn med vad den hade haft för serviceavtal osv. Så innan jag köpte den så visste jag vad den hade för utrustning och hur den servats, vilket kanske inte framgick utav annonsen. Det är lätt att det blir lite avsaknad av historik på traktorn.”

Här kan en diskussion kring om handlaren hade inverkan på Lennartson eller inte då han fick tillgång till information som var viktig för Lennartsons beslut. Vidare kan författarna däremot se att respondenten svarar på efterföljande fråga att han troligtvis hade köpt traktorn trots avsaknad av historiken. Eftersom affären gick igenom är det svårt att helt klargöra vilken inverkan handlaren som gav information om historiken faktiskt hade. I intervjun svarar Lennartson följande på frågan om han hade köpt traktorn utan den utökade informationen.

“Jo, men det hade jag nog gjort. Den såg väldigt välskött ut. Så det hade jag nog gjort med den här. Men det är ju svårt att bedöma skicket på bilder bara. Den kan

ju se sliten ut men vara väl omhändertagen maskinellt och likadant åt andra hållet. Det är väldigt svårt att veta. Man blir ibland både positivt och negativt överraskad när grejerna kommer hem.”

Utifrån detta svar tolkar forskarna det som att handlaren faktiskt påverkat Lennartson i hans beslutsprocess och gett honom mer incitament att genomföra affären, trots att det inte anses avgörande finns det en viss utomstående påverkan. Vidare nämner Lennartson en utomstående påverkan som var viktig vid beslutsprocessen och det gällde märket på traktorn.

“Den passade min verksamhet tycker jag. Den är lagom stor men samtidigt smidig. Den har utrustningen som jag var ute efter. Vi har också nära till servicen. Sen har vi bara John Deere sedan tidigare så det är smidigt med alla redskap, sen vet alla som ska köra den var spakar och knappar sitter någonstans.”

Detta svar gav Lennartson på frågan vilka faktorer som påverkade honom mest under beslutsprocessen. Man kan se att det fortfarande ligger mycket vikt på vad det är för objekt och att detta har stor påverkan. Det går dock att utläsa andra faktorer som ansågs viktiga där närhet till service och att traktorer av samma märke redan finns på gården. Närheten till service är något som forskarna anser går att koppla till flera av faktorerna i TPB. Närhet till service är inget som Lennartson själv kan påverka, antingen finns den eller inte och då anser vi att detta är en utomstående påverkan som gav honom mer incitament att ta beslutet att köpa. Att andra personer på gården ska ha möjlighet att enkelt lära sig den nya maskinen anses också utgöra en utomstående påverkan på beslutet.

I Schillers intervju är det svårt att utläsa några specifika subjektiva normer som hade påverkan på beslutsprocessen. I de flesta frågor trycker han mycket på att det var just den maskin han var ute efter. I fråga om farhågor med service eller hur ett köp genom Klaravik kan ha påverkats av andra människors tankar kring är det svårt att utläsa något konkret. Det framkommer i intervjun att han fick tips av en bekant att maskinen låg ute till försäljning. Utifrån den informationen går det att diskutera huruvida han själv hade hunnit hitta maskinen innan budgivningen tog slut. Vid en sådan händelse hade det inte blivit någon affär alls och på så vis hade den bekanta en stark inverkan på beslutet. Att personen som hänvisade Schiller till annonsen sedan hade något att göra med Schillers beslut att köpa eller inte är dock svårt att fastställa. Med den informationen som framkom i intervjun finns inga tecken på att varken den bekanta eller någon annan haft påverkan på Schillers beslut.

Avslutningsvis kan vi se att de subjektiva normerna och den normativa övertygelsen inte hade någon större effekt på intervjupersonernas beslutsprocess. I Lennartsons fall kan författarna se att utomstående personer hade påverkan på beslutet kring val av traktor och inte i någon märkbar utsträckning om han borde handlat genom Klaravik eller en maskinhandlare. Forskarna konstaterar att vad utomstående

människor tycker om nätauktioner inte haft någon inverkan på intervjupersonernas beslut och anses därför inte relevant i koppling till lantbrukares beslutsprocesser vid köp på nätauktioner.

5.3.3 Uppfattad beteendekontroll

Uppfattad beteendekontroll handlar om vad en person har för uppfattningar kring hur svårt eller lätt ett beteende är att genomföra (Ajzen, 1991). Här används både interna och externa faktorer. Exempel på interna faktorer är bland annat vilka förkunskaper som krävs för att genomföra ett beteende. Externa faktorer kan exempelvis handla om resurstillgång. Inom ramen för uppfattad beteendekontroll anser forskarna att riskhantering vid investering är lämpligt att betona. Detta med tanke på att olika nivåer av risker kan göra att en person känner sig mer utsatt för oväntade händelser som genom detta skapar större känsla för att beslutet kan bli svårt att genomföra.

Schiller betonar många gånger i intervjun att maskinen var en avgörande roll i varför affären blev av. Det ställdes dock frågor kring hur han såg på för- och nackdelar med nätauktioner jämfört med att göra affärer via en maskinhandlare.

“Fördelarna är väl att det går fruktansvärt snabbt och smidigt. Så länge du har kännedom om produkten innan så tycker jag det funkar bra. Nackdelarna är osäkerheten i beskrivning och bilder, man får ju inte samma helhetsintryck som när man kan gå och klämma och känna på maskinerna i verkligheten. Sen har man ju lite säkerhet i att om inte objektet matchar med beskrivningen då har man faktiskt rätt att häva köpet. Sen om det står i beskrivning att någonting är defekt då kan det vara väldigt brett.”

I Schillers svar gällande för- och nackdelar med nätauktioner framkommer det att han anser att god kunskap om objektet är viktigt då man sällan har någon att rådfråga eller möjlighet att prata med säljaren. Att ha möjligheter till att göra en snabb och smidig affär kan ge incitament till att beteendet anses lättare att genomföra. Däremot blir det återkommande i Schillers svar att för att skapa sig en möjlighet till bra affär är kunskapen viktig om det aktuella objektet. Finns inte denna förkunskap är det svårt att skapa sig ett helhetsintryck och man kan lätt få en felaktig bild av skicket och värdet enbart utifrån bilder och beskrivning. Forskarna tolkar det som att Schiller tycker att om det står att maskinen har defekter i beskrivningen kan detta vara ett sätt att försöka friskriva sig från fel som kan vara svåra att ta reda på hur allvarliga de är. Enligt Schiller skapar detta en viss osäkerhet och kan leda till att man inte upplever samma kontroll på affären som genom en maskinhandlare.

Vidare ställdes frågor kring hur Schiller ser på potentiella farhågor med att handla på nätauktioner och svaret blev följande.

“Framförallt gäller det ju att veta vad man köper. Som sagt viktigt att ha koll på objektsbeskrivningen och om det stämmer överens med verkligheten när man kommer för att hämta maskinen. Sen tillkommer det en del avgifter som man behöver ha koll på. Man har ju hört skräckexempel på att folk har fått lite dyra fakturor än vad de räknat med när moms och slagavgift, inropsavgift läggs på. Så det kan ju snabbt pinna iväg i pris från när man bara sitter inne och tittar. Det kan vara lätt att missa vad totalen kommer bli.”

Återigen ser vi att Schiller betonar vikten av kunskap kring det objekt man tänkt köpa om det ska ske genom en nätauktion. Vi kan se att den kunskapen Schiller har kring objektet han köpte gav en ökad uppfattning av kontroll, vilket i sin tur minskade de potentiella riskerna med köp utan fysisk inspektion och historik. Schiller nämner att det är viktigt att ha kunskap kring de ekonomiska aspekterna när man använder sig av nätauktioner då det ofta uppkommer merkostnader som man lätt kan missa. Här visar Schiller att han har god kompetens vad gäller nätauktioner som i sin tur används som en buffert mot den osäkerhet som finns. Detta i samband med att han har god kunskap om objektet gav honom en stark upplevd kontroll över beteendet.

Lennartson beskriver att han inte har på lika mycket information om objektet som Schiller samt att han köper en traktor där det finns betydligt fler saker som kan skapa framtida problem. En traktor är betydligt mer komplex än den balinplastare som Schiller köpt. Schiller beskriver att den är en simpel maskin där man kan reparera det mesta själv. I Lennartsons fall är det inte lika enkelt att göra stora reparationer samt flera komponenter som kan gå sönder vilket enligt honom skapade en viss osäkerhet. Att Lennartson fick tillgång till servicehistoriken var enligt honom en viktig pusselbit som gjorde att han kände mer kontroll över skicket på traktorn, vilket gav en större känsla av upplevd beteendekontroll. Fortsättningsvis förklarar Lennartson att han gärna hade köpt traktorn av en handlare för att slippa onödiga risker vid framtida problem och säger att han hade kunnat betala 50 000 kronor mer från en handlare om det medföljde vissa garantier. Han poängterar dock att chansen till att göra en bra affär finns om man lyckas buda hem en traktor till ett bra pris, trots riskerna.

Avslutningsvis kan vi se att det fanns olika parametrar som var drivande för att respondenterna skulle känna en så stor upplevd beteendekontroll som möjligt. I Schillers fall handlade det om stor kunskap om både objektet och erfarenheten av tidigare köp via nätauktion. Dessa parametrar skapade således en känsla av kontroll över affären. I Lennartsons fall hängde känslan av kontroll mycket på den information han fick om servicehistoriken samt att han kände att priset var

tillräckligt låg för att vissa potentiella problem kunde lösas utan att den ansågs för dyr. Sammanfattningsvis kan vi konstatera att det mestadels handlar om interna faktorer som styr lantbrukare vid upplevd beteendekontroll kopplat till köp via nätauktioner.

5.4 Tidsfaktor och köpbeteende

Intervjuerna visar att både Schiller och Lennartson beskrev budgivningen som planerad och rationell, med tydligt uppsatta maxbelopp innan auktionen avslutades. Både Schiller och Lennartson menade att Klaraviks system med förlängd sluttid gav dem lite mer tid att tänka efter inför varje bud. Samtidigt bör deras upplevelse om budgivningen sättas i relation till studier som visar att tidsfaktorn i auktioner kan påverka köpbeteendet. Svensson et al. (2010) menar att aktionstiden kunde leda till högre slutpriser utan att antalet bud ökade. Detta tolkades som att tidspress på att lägga bud kan skapa mer irrationella beslut. Det är därför möjligt att tidsaspekten, även om den inte upplevdes som avgörande för intervjupersonerna, hade viss påverkan på deras beslutsfattande.

5.5 Erfarenhet och kunskap

Inom auktionsteorin menar Robert Wilson att det han har tagit fram gällande gemensamma värden kan påverka utgången av en auktion (Kungliga Vetenskapsakademin, 2020). I intervjun med Schiller framkommer det att han har god kunskap om den maskinen som han budade på och till slut vann. Eftersom Schiller har en likadan maskin i sitt nuvarande företag beskriver han att en värdering av ett liknande objekt underlättats. Enligt Wilson kan kunskapen om det verkliga värdet på ett objekt vara avgörande för att lyckas med sin auktionsaffär. Han påstår även att andra budgivares kunskap om värdet spelar roll eftersom det kan påverka hur de väljer att buda och i vilken utsträckning buden skiljer sig eller blir högre respektive lägre än det verkliga värdet (Kungliga Vetenskapsakademin, 2020). För att lyckas med en bra auktionsaffär menar Wilson att det är viktigt att vara den med mest information och på så vis veta i vilken utsträckning man bör buda för att kunna vinna. Kunskapen kan även minimera risken för att råka ut för vinnarens förbannelse. Vilket betyder att den som vinner en budgivning kan förlora på affären om man betalat ett för högt pris på grund av bristfällig information om objektets verkliga värde.

Genom de intervjuer som genomfördes med Schiller och Lennartson framkommer att både hade erfarenheter kopplade till det aktuella objektet. I Lennartsons fall fanns det liknande traktormodeller av samma märke på gården, i kombination med att han även gjort mycket eftersökningar på liknade traktorer på andra

säljplattformar samt hos maskinhandlare. Tack vare att han fick tillgång till servicehistoriken, vilket inte alltid är möjligt, byggde han upp en stark kunskap. Tillgången till servicehistoriken var inget som Lennartson fick tillgång till via Klaravik, utan det var privat information som han fick tag i på egen hand. Troligtvis gav detta honom ett kunskapsövertag gällande det övergripande skicket på traktorn och således bättre koll på det verkliga värdet. Om detta låg till grund för att slutligen vinna budgivningen till det priset han ansåg var rimligt är svårt att konstatera. Men utgår man från vad Wilson förklarar angående kopplingen till gemensamma värden och kunskap om objektet kan det finnas samband mellan Lennartssons privata information och auktionsvinsten (Kungliga Vetenskapsakademin, 2020). Med tanke på den information Lennartson samlat in om traktorns verkliga värde kan detta också haft en inverkan på att han inte drabbats av vinnarens förbannelse. Detta eftersom han i intervjun fortfarande kände att han gjorde en bra affär.

5.6 Sammanfattning

Både Schiller och Lennartson visade att objektet styrde beslutet mer än försäljningskanalen. De hade en tydlig bild av vad de letade efter och när rätt maskin dök upp agerade de på det. Nätauktion och i detta fall Klaravik sågs mer som ett verktyg snarare än en faktor i beslutsprocessen. Båda respondenterna uttryckte stark beteckandeövertygelse och att de förväntade sig ett positivt utfall av köpet. Både Schiller och Lennartson kände till maskintyperna väl sedan innan. Detta stärker Ajzens teori från (1991) om att en positiv attityd och att en stark tro på resultatet ökar viljan att agera. Även om båda visade på medvetenhet kring risker med att köpa maskinerna osedda, vägde den förväntade nyttan tyngre. Andra människors åsikter och värderingar var ingen faktor som påverkade respondenterna. Både Schillers och Lennartsons beslut baserades på egna rationella bedömningar. Erfarenhet av tidigare köp, kunskap om maskinen och tillgång till viss historik var faktorer som ökade känslan av kontroll och säkerhet i beslutsprocessen. Dessa faktorer minskade upplevelsen av risk och stärkte beslutsamheten hos respondenterna. Utifrån det auktionsteoretiska perspektivet visade både Schiller och Lennartson att de hade god kunskap om de maskiner som budades på, vilket är ett av kriterierna för att lyckas med en auktionsaffär enligt Robert Wilson och Paul Milgrom (Kungliga Vetenskapsakademin, 2020). Enligt dessa forskare minskar risken för att buda för lågt och inte ha möjlighet att vinna. Forskarna menar även att risken för att buda för högt och vinna och därmed drabbas av vinnarens förbannelse minskar.

6. Slutsatser

I detta kapitel sammanställs slutsatserna av studien. Kapitlet avslutas med förslag till framtida forskning inom området.

6.1 Slutsatser utifrån forskningsfrågan

Syftet med denna studie var att undersöka hur olika faktorer påverkar lantbrukarens beslutsprocess vid köp av begagnade lantbruksmaskiner. Samt hur lantbrukare resonerar kring risk vid situationer där inköp sker via auktioner utan fysisk inspektion av objektet. De slutsatser som studien har lett fram till besvarar syftet och forskningsfrågan, *”Vilka faktorer påverkar lantbrukares beslutsprocess vid köp av begagnade lantbruksmaskiner via nätauktioner?”*.

Empirin som genererats från de två intervjuerna tillsammans med befintlig teori från litteraturgenomgången, har lett fram till slutsatsen att det är fyra faktorer som påverkar lantbrukares beslutsprocess vid köp av begagnade lantbruksmaskiner via nätauktion. Den första faktorn är objektet. Frågan om vad för objekt, har stor betydelse för lantbrukare när de tar beslutet att handla via nätauktion. Det handlar om att hitta den rätta produkten för specifikt deras behov och verksamhet. Den andra faktorn är kunskap. Att ha kunskap och kännedom om produkten lantbrukarna ska köpa är en viktig faktor i beslutsprocessen. Detta gör att de känner sig säkrare i beslutet och vågar ta risken att handla via nätauktion. Den tredje faktorn är medvetenhet om risken. Om lantbrukarna känner medvetenhet om att det finns en risk med att köpa lantbruksmaskiner via nätauktion kan de känna större trygghet i beslutet. Exempelvis att de kan räkna med eventuella extra kostnader för reparation och service som kan behövas av en begagnad maskin. Den sista faktorn är möjligheten att själv kunna sätta ett eget maxtak på priset. I de flesta fall är en begagnad maskin billigare än en ny, vilket såklart många ser som en fördel. Men det som främst påverkar beslutet är möjligheten till att lantbrukaren själv kan sätta ett maximalt pris de kan tänka sig att betala.

Sammanfattningsvis har studien bidragit till empirisk och teoretisk forskning inom beslutsfattande kopplat till lantbrukares köpbeteende. Studien har bidragit till en djupare förståelse för vilka faktorer som påverkar lantbrukares beslutsprocess vid köp av lantbruksmaskiner via nätauktion.

6.2 Avslutande reflektion

I denna studie har författarna valt att undersöka vad som styr lantbrukares beslutsprocess vid köp på nätauktion. Personerna som intervjuades hade båda genomfört dessa köp via plattformen Klaravik. Bakgrunden till studien var att fylla de forskningsluckor forskarna fann i den befintliga litteraturen kopplat till beslutsprocesser vid köp av begagnade lantbruksmaskiner via nätauktioner. Studien byggde på empiriinsamling från två intervjupersoner där forskarna genomförde en semistrukturerad intervju med vardera person. Efter genomförd studie kan forskarna konstatera att det fanns vissa delar som kunde utförts annorlunda. Forskarna hade velat intervju fler personer med erfarenheter av köp via nätauktion samt att även inkludera andra plattformar än Klaravik. Detta för att kunna dra fler slutsatser och få in flera olika perspektiv. De personer som intervjuades hade båda haft mestadels positiva intryck av deras affärer genom Klaravik. För att skapa ett mer tillförlitligt resultat som hade kunnat appliceras på fler lantbrukare hade forskarna velat intervju fler lantbrukare. Detta hade kunnat ge en större bredd i vad lantbrukare har för intryck av affärer via nätauktioner. En av intervjupersonerna var även bekant med de två forskarna vilket kan ha lett till att de lättare kunde fördjupa intervjun med följdfrågor då. Eftersom detta är en kvalitativ studie med enbart två respondenter anser forskarna att det inte går att generalisera resultatet. Trots att det inte går att generalisera resultatet i denna studie kan denna uppsats vara ett komplement till framtida studier inom ämnet nätauktioner.

6.3 Framtida studier

Författarna anser att framtida studier inom ämnet kan vara att utöka antalet deltagare för att dra mer generaliserbara slutsatser. I ett sådant fall kan det vara av intresse att inkludera någon som arbetar på en nätauktion för att inkludera deras perspektiv. Denna studie har enbart inriktat sig på lantbrukares beslutsprocesser. Det hade varit intressant att undersöka mer ingående hur ökningen av näthandel inom lantbruket har förändrat sättet att investera. Här hade det även varit intressant att undersöka om nätauktioner har ökat handeln med begagnade lantbruksmaskiner. Under arbetets gång har forskarna funderat på vad det är som driver begagnatmarknaden upp och ner inom lantbrukssektorn. Forskning baserat på detta hade exempelvis kunnat vara att studera hur konjunkturer, avräkningspriser på lantbrukets produkter eller fluktuationer i nypris kan påverka marknaden. Inom ramen för en sådan studie hade osäkerhet i världsläget även kunnat vara intressant att undersöka.

Referenser

Alvehus, J. (2019). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: en handbok*. 2:a uppl. Liber: Stockholm.

ATL. (2024). *Traktorpriserna går upp, upp, upp*. ATL. Tillgänglig på: <https://www.atl.nu/traktorpriserna-gar-upp-upp-upp> [Hämtad: 2025-04-23]

Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Organizational behavior and human decision processes, 50(2), 179-211.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/074959789190020T>
[Hämtad: 2025-05-10]

Ajzen, I. (2006). *Behavioral Interventions Based on the Theory of Planned Behavior*. University of Massachusetts, Amherst.
<http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.intervention.pdf> [Hämtad: 2025-05-10]

Bengtsson, G. och Sandqvist, D. (2024). *Hur påverkas investeringsbeslut i ny teknik inom lantbruk? En jämförelse mellan maskinstationer och familjelantbruk*. Sveriges lantbruksuniversitet. Agronomprogrammet – ekonomi. Tillgänglig på: <https://stud.epsilon.slu.se/20286/1/bengtsson-g-sandqvist-d-20240704.pdf>
[Hämtad: 2025-04-25]

Bryman, A. och Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 3:e uppl. Liber: Stockholm.

Frankelius, P. (2016). *Why did you buy that tractor? A study of buyer behaviour*. Linköpings universitet. Department of Management and Engineering Business Administration. Tillgänglig på: <https://liu.divaportal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A913638&dswid=9425>
[Hämtad: 2025-04-25]

Golafshani, N. (2003) *Understanding reliability and validity in qualitative research*. *The qualitative Report*, 8(4), 597-607.
Tillgänglig på: <https://www.brown.uk.com/teaching/HEST5001/golafshani.pdf>
[Hämtad: 2025-04-27]

Ghosh, M. (2024). *Meta-analytic review of online purchase intention: conceptualising the study variables*. Cogent Business & Management, 11. Tillgänglig på:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2023.2296686>

[Hämtad:2025-08-08]

Gustavsson, L. (2018). *Finansiell riskhantering hos svenska mjölk-och växtodlingsföretag – Identifiering av de avgörande faktorerna för att hantera finansiell risk på en fluktuerande marknad*. Sveriges lantbruksuniversitet.

Lantmästare - kandidatprogram. Tillgänglig på:

https://stud.epsilon.slu.se/13893/7/gustafsson_1_181023.pdf

[Hämtad: 2025-04-25]

Hermansson, E. och Olsson, O. (2023). *Upplevda risker och riskhantering hos svenska lantbruksföretag En kvalitativ intervjustudie om spannmåls- och grönsaksproducenters upplevda risker, riskhantering och support*. Sveriges lantbruksuniversitet. Lantmästare - kandidatprogram. Tillgänglig på:

<https://stud.epsilon.slu.se/19388/1/hermansson-e-et-al-20230818.pdf>

[Hämtad: 2025-04-25]

Jordbruksaktuellt (2025). *Stor försäljningsökning av begagnade traktorer på Klaravik*. Jordbruksaktuellt. Tillgänglig på:

<https://www.ja.se/artikel/2237009/delad.html> [Hämtad: 2025-04-23]

Jordbruksaktuellt (2024). *Traktorstatistik 2024 wrap up – John Deere behåller ledningen, i nedförbacken*. Tillgänglig på:

<https://www.ja.se/artikel/2236853/traktorstatistik-2024-wrap-up--john-deerebehller-ledningen--i-nedfrsbacken.html> [Hämtad: 2025-04-23]

Jordbruksverket (2025). *Avräkningspriser, år fr.o.m. 2010*. Jordbruksverkets statistikdatabas. Tillgänglig på:

https://statistik.sjv.se/PXWeb/pxweb/sv/Jordbruksverkets%20statistikdatabas/Jordbruksverkets%20statistikdatabas_Priser%20och%20prisindex_Priser_Avrakningspriser15/JO1001L1.px/table/tableViewLayout1/ [Hämtad: 2025-04-23]

Kim, D. J., Ferrin, D. L., och Rao, H. R. (2008). *A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents*. Decision support systems, 44(2). Tillgänglig på:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167923607001005>

[Hämtad: 2025-08-07]

Konkurrensverket (2017). *Konkurrens och tillväxt på digitala marknader*. Rapport 2017:2. Tillgänglig på: https://www.konkurrensverket.se/contentassets/92c869b1316846a0b6f3d4297e9d0cb2/rapport_2017-2-digitala-marknader.pdf [Hämtad: 2025-04-23]

Kungliga vetenskapsakademin (2020). *Jakten på den perfekta auktionen*. Kungliga vetenskapsakademin. Tillgänglig på: <https://www.kva.se/app/uploads/2020/10/popeksv20.pdf> [Hämtad: 2025-08-10]

Land Lantbruk (2017). *Så blev traktorn en del av lantbruket*. Land Lantbruk. Tillgänglig på: <https://www.landlantbruk.se/sa-blev-traktorn-en-del-av-lantbruket> [Hämtad: 2025-04-23]

Solomon, M., Barmossy, G. och Askegaard, S. (2006). *Consumer behaviour: a European perspective*. 3:e uppl. Financial Times.

Svensson, M., Hellmer, S. och Robson, I. (2010). *Är det ditt slutgiltiga bud? Temporala effekter på pris i internetauktioner*. Högskolan Kristianstad. Tillgänglig på: <https://researchportal.hkr.se/ws/portalfiles/portal/40917034/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad: 2025-08-07]

Thunström, P. (2017). *Traktorernas intåg – Teknik, produktion och marknadsföring i Sverige under introduktionstiden 1905–1930*. Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land. Tillgänglig på: https://pub.epsilon.slu.se/14489/1/thunstrom_p_170811.pdf [Hämtad: 2025-04-23]

Populärvetenskaplig sammanfattning

Under de senare åren har det skett en kraftig ökning av priset på lantbruksmaskiner, framförallt nya men även begagnade. Under samma period har flertalet nätauktioner vuxit sig starka på försäljningsmarknaden för begagnade lantbruksmaskiner. En av de största aktörerna är idag företaget Klaravik. På denna plattform läggs begagnade lantbruksmaskiner av alla dess slag ut på auktion under en veckas tid med bilder och medföljande beskrivning. För den som vill köpa finns ingen möjlighet att innan budgivning fysiskt se maskinen utan det görs först efter vunnen budgivning.

Denna studie har valt att titta på hur lantbrukares beslutsprocess går till vid köp på nätauktioner och i detta fall intervjuat två lantbrukare som köpt en traktor och en balinplastare på plattformen Klaravik. Detta är en kvalitativ studie med en abduktiv ansats som använt sig av semistrukturerade intervjuer. Forskarna har valt att använda teorier för att försöka utläsa hur beslutsprocessen går till med hänsyn till beteenden och riskhantering. Teorierna är beslutsteori, beteendeteori och auktionsteori.

Studien använde den empiri som samlades in från intervjuerna och kopplade detta till de nämnda teorierna för att utveckla en slutsats. Empirin tillsammans med teorierna kom fram till att i de fall forskarna undersökte var det objektet som styrde mer av beslutet än själva försäljningskanalen. Att ha god kunskap om framförallt objektet samt nätauktioner blev detta övervägande mot den osäkerheten det medför att handla begagnade lantbruksmaskiner för flera 100 000 kronor på nätauktion. Studien resulterade i slutsatsen att fyra faktorer påverkar lantbrukares beslutsprocess vid köp av begagnade lantbruksmaskiner via nätauktion. Dessa faktorer är objekt, kunskap, medvetenhet om risk samt möjlighet att sätta eget maxpris.

Publicering och arkivering

Godkända självständiga arbeten (examensarbeten) vid SLU kan publiceras elektroniskt. Som student äger du upphovsrätten till ditt arbete och behöver i sådana fall godkänna publiceringen. I samband med att du godkänner publicering kommer SLU även att behandla dina personuppgifter (namn) för att göra arbetet sökbart på internet. Du kan närsomhelst återkalla ditt godkännande genom att kontakta biblioteket.

Även om du väljer att inte publicera arbetet eller återkallar ditt godkännande så kommer det arkiveras digitalt enligt arkivlagstiftningen.

Du hittar länkar till SLU:s publiceringsavtal och SLU:s behandling av personuppgifter och dina rättigheter på den här sidan:

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

☒ JA, jag, Mattias Pettersson har läst och godkänner avtalet för publicering samt den personuppgiftsbehandling som sker i samband med detta

☒ JA, jag, Olle Leander har läst och godkänner avtalet för publicering samt den personuppgiftsbehandling som sker i samband med detta

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