

## Sammanfattning av masteruppsatsen "Country of Origin- Consumers' perception at the point of purchase of meat - A Means-end chain analysis".

Köttkonsumtionen i Sverige har stadigt varit ökande. Till följd av en stark efterfrågan av köttprodukter så har även importerat kött ökat till Sverige. I dagsläget är ungefär 50 % av allt kött som konsumeras i Sverige uppfött, slaktat och paketerat utanför landets gränser. Det kött som importeras saluförs i butiker runt om i Sverige men upphandlas även till storkök inom offentligt sektor samt i restaurangverksamhet. Det importerade köttet har ofta ett väsentligt lägre pris än det kött som kommer från svenskuppfödda djur vilket gör att det svenska köttet har svårt att konkurrera på den prisjakt som råder inom dagligvaruhandeln. Det högre priset som gäller på svenskt kött beror dels på dyrare uppfödningformer i form av strängare djurskydds krav och miljöaspekter än många övriga Europeiska länder. (Beteskrav, restriktioner kring GMO & antibiotika användning är ett fåtal exempel som bidrar till en dyrare produktion.)

Samtidigt som andelen importerat kött har ökat så utger sig svenska konsumenter för att värdera det svenska ursprunget av köttprodukter väldigt högt. Ett ökat medvetande kring hälsoaspekter, miljöpåverkan, djurvälstånd och livsmedelssäkerhet kopplat till köttkonsumtion och köttproduktion, är faktorer som belysts frekvent av både konsumenter och media. Till följd av ett ökat medvetande hos konsumenter beträffande konsekvenser av köttkonsumtion, önskar konsumenter kunna göra medvetna och upplysta köpbeslut. Tillgång av information om produkterna anses vara en viktig faktor för att konsumenten ska kunna göra medvetna val med tanke på djurskydd, miljö och hälsoaspekter.

Genom att kartlägga produktattribut, konsekvenser och underliggande värderingar som påverkar ett köpbeslut av kött kan en ökad förståelse av vad konsumenten värderar i ett köp fås samt vilka behov som kunden vill ha uppfylla. Med en djupare uppfattning av konsumenters köpmotiv och underliggande värderingar i ett köp kan svenskt kött positioneras på marknaden och på det sätt uppfylla konsumentens behov.

**Syftet** med studien är att fastställa svenska konsumenters underliggande värderingar i samband med ett köpbeslut av kött, med avsikt att kartlägga i hur stor utsträckning produktattributet *svenskt* är involverad i själva köpbeslutet. För att besvara syftet och forskningsfrågorna för studien har 30 intervjuer genomförts i två olika livsmedelsbutiker. Intervjuerna gjordes i direkt anslutning till köpbeslutet för att fånga upp konsumentens underliggande värderingar av själva köpet. Den teoretiska basen för studien utgörs av *Means-end chain theory* och den sammanlänkade intervjumetoden *Laddering*. Denna teori och metod används tillsammans för att frambringa konsumenters underliggande värderingar i samband av ett köpbeslut.

**Resultatet** från studien påvisar att produktattributet **svenskt** används som en kvalitetsparameter i samband med ett köpbeslut av svenskt kött. Den starkaste kopplingen som gjordes från produktattributet **svenskt** var konsumentens koppling till **livsmedelssäkerhet, hålla sig frisk** och den underliggande värderingen av att kunna leva ett **långt liv** som associerades till valet av svenskt kött.

Produktattributet **lokalproducerat** kött innefattar likväl en kvalitetsparameter som konsumenterna värderar innan ett köp för att utifrån attributet kunna värdera de potentiella positiva konsekvenserna som kan nås. De starkaste motiven kopplade till attributet **lokalproducerat** var den identifierade konsekvensen att **bry sig om miljön** och den

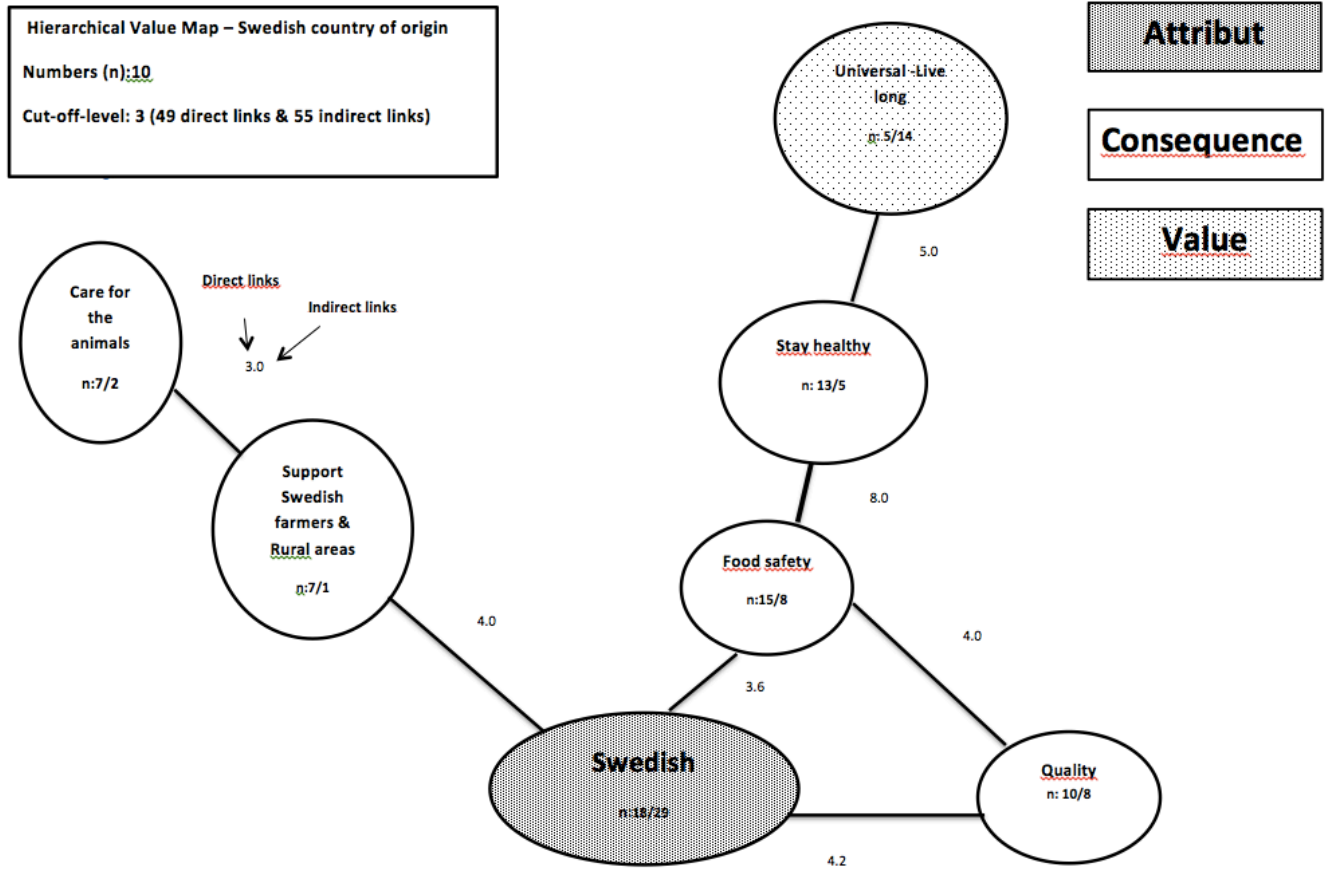
underliggande värderingen att **värna om miljön till nästa generation** för att kunna föra denna livsmiljö vidare till nästa generation.

De starkaste motiven för ett köp av **importerat kött** uppkom från attributet **pris**, som var sammankopplat med konsekvensen att **lägga pengar på annat**. Ingen underliggande värdering identifierades.

Konsumenter som köpte **svenskt** och **lokalproducerat** kött anses vara mer involverade i sitt köp till följd av att fler konsekvenser och värderingar var framkallade ur intervjuerna jämförelsevis med importerat kött där få konsekvenser kunde beskrivas och ingen underliggande värdering kunde kopplas till köpet. Genom att kartlägga konsumenters underliggande värderingar i ett köpbeslut av kött kan information och marknadsföringsstrategier utvecklas för att möta de värderingar och motiv som konsumenten grundar sitt köpbeslut på. Detta kan sedan användas för att påverka konsumentens köpbeslut och tillfredsställa de identifierade behoven.

På bilderna nedan visas en visuell sammanställning av de 30 intervjuer som gjordes i två olika livsmedelsbutiker i Uppsala i samband med konsumentens köpbeslut av malet nötkött. Genom de konsekvenser och värderingar som konsumenterna uppger i samband med ett köp går det att få insikt i de bakomliggande motiven till ett specifikt köp.

## Svenskt



- Produktattributet **svenskt** är involverat i ett köpbeslut.
- De starkaste kopplingarna: **Swedish** → **Food safety** → **Stay healthy** → **Live long**
- Generellt är konsumtion av rött kött inte förknippat med en hälsosam livsstil. I detta fall är det kopplingen mellan svenskt, livsmedelssäkerhet och en god hälsa som görs.
- Svenskt ursprung anses vara en viktig kvalitetsparameter för livsmedelssäkerheten. Utan ursprungsmärkning är det svårt för konsumenten att bedöma/klassificera den upplevda säkerheten som finns hos svenska produkter.

## Lokalproducerat

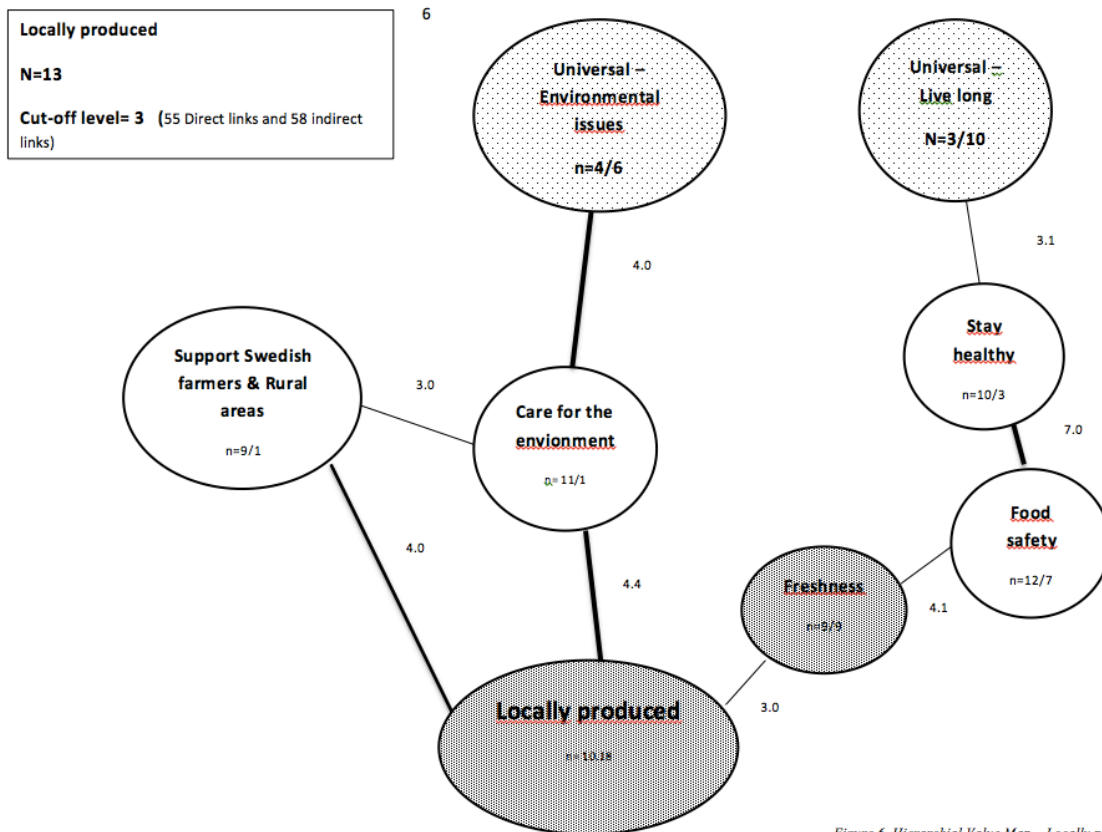


Figure 6. Hierarchical Value Map - Lokalproducerat.

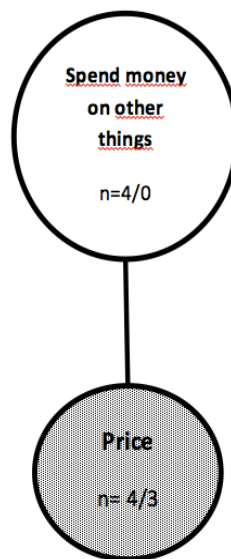
- Motiven till att köpa **lokalproducerat** kött var främst kopplade till miljö och klimataspekter. Vilket gjordes för att kunna föra vidare en hållbar miljö till näst kommande generation.
- De starkaste kopplingarna: **Locally produced** → **Care for the environment** → **Universal - Environmental issues**
- Anledningen till att köpa lokalproducerat var att undvika transporter vilket ansågs vara en stor miljöbelastning för klimatet men även negativt för djurens välbefinnande.
- Kopplingen mellan lokalproducerat och minimering av transporter var starka motiv för ett köpbeslut av lokalproducerat.
- Sett ur en livscykelanalys (LCA-analys) för kött utgör dock transporter en liten del jämfört med själva uppfödningen av djuret som utgör den allra största delen av miljöbelastning.

## Importerat

**Imported**

**N:7**

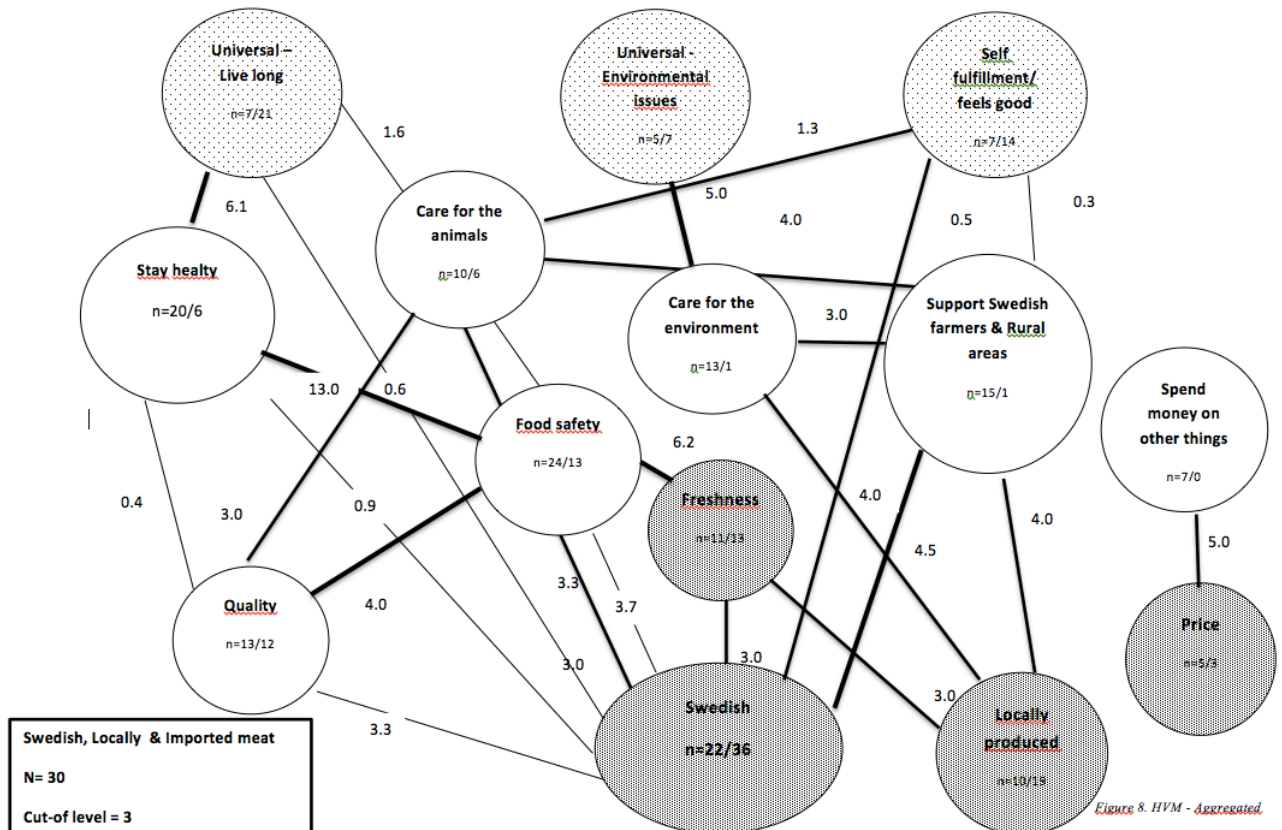
**Cut- off- level: 3** (10 direct links and 3 indirect links)



- Motiven till att köpa importerat kött var främst kopplat till priset med konsekvensen att spara eller ha pengar över till annat. Inga underliggande värderingar fanns i samband med ett köp, vilket visar att involveringen i själva köpet var lågt.
- De starkaste kopplingarna: **Imported** → **Price** → **Spend money on other things**

## Svenskt, lokalproducerat & importerat kött

Aggregerad bild över kopplingarna mellan attribut, konsekvenser och värderingar från intervjuerna



- Den aggregerade bilden visar mer komplexa kopplingar mellan de olika attributen, konsekvenserna och värderingarna som fås när alla intervjuer med de tre olika köttyperna läggs samman.

## MARKNADSÖVERSIKT

- Hur kan insikt i konsumentens värderingar användas till förmån för Svenskt kött för att uppfylla konsumentens behov vid köp av kött?

## SVENSKT

Svenskt kött har länge blivit salufört med argument för det höga djurskydd som råder i Sverige och de mervärden som finns kring svenska köttprodukter. I denna studie så gör konsumenten kopplingen mellan svenskt och djurvälstånd. Dock är denna koppling inte så stark som kopplingen mellan svenskt och livsmedelssäkerhet. Konsumenten har lättare att ta till sig argument för livsmedelssäkerhet då sjukdomar från mat drabbar konsumenten själv eller dennes familj. Ledet mellan producent och konsument är ofta långt vilket gör att kopplingen till djurvälstånd och svenskt är svårare att kommunicera och svårare för konsumenten att kontrollera själv.

## EXEMPEL;

- Framhåll mervärden mellan svenskt, livsmedelssäkerhet och hälsoaspekter.
- Låg eller ingen användning av antibiotika, hormoner och GMO i svenskt kött.
- Stränga regelverk och utvecklade kontrollsystem på svenskt kött förknippas med god säkerhet av produkterna vilket gör att konsumenterna kan undvika att drabbas av food borne illnesses.
- Fokusera på de hälsoaspekter (hålla sig frisk, naturlig proteinkälla, fri från hormoner etc) som konsumenten får när denne köper svenskt kött istället för att framhålla produktattributet svenskt i sig själv.