



# GÖTEBORGS UNIVERSITET HANDELSHÖGSKOLAN

## Finns det rätta livsmedelsvalet?

En kvalitativ studie om svenska individers köpvanor  
kring ekologiska livsmedel

**Kandidatuppsats**

Marknadsföring, FEG311 V15

**Författare**

Mattias Lindblom

Richard Sandberg

**Handledare**

Peter Zackariasson

## Förord

Den ekologiska framfarten i samhället är någonting som ej går att förneka. Ekologi är ett väldigt omdebatterat ämne och utgör en central diskussion i hållbarhet och miljö hos konsument. Idag riktas skarp kritik till den konventionella odlingen av livsmedel för att skapa en negativ påverkan på vår miljö och annan problematik. Trots att den ekologiska framfarten är välbehövlig så utgör den ekologiska konsumtionen i dagsläget endast en liten del av människors vardagliga konsumtion. Behovet för en ökad ekologisk konsumtion är högt men trots behovet är försäljningen låg, vilket tyder på att det finns ett beteende eller underliggande faktorer hos konsumenten som hindrar denne från att göra ett mer hållbart val i sin vardag

Då framfarten i ekologi är en viktig aspekt ur ett hållbarhetsperspektiv är det viktigt och intressant att förstå hur konsumentens beteende ter sig kring sina val av livsmedel. Vad är det som hindrar en konsument ifrån att välja det ekologiska alternativet? Vad är det som motiverar en konsument till att välja ekologiska livsmedel?

Att analysera konsumenter och beteenden kräver frivilliga att diskutera ämnet med. Därför vill vi tillfället i akt och tacka samtliga deltagare i studien som har möjliggjort att denna uppsats kunnat realiseras. Denna studie hade inte heller varit möjlig utan en så skicklig handledare som bidragit med djupa insikter och analyser som har hjälpt till att bevarat fokus i uppsatsen. Därför vill vi tacka Peter Zackariasson för sin insikt i ämnet och för sina kunskaper.

Tack samtliga för ert deltagande och för att ni ville bidra med kunskap i ämnet!

## Abstract

**Title:** Is there a correct choice in food? A qualitative study regarding Swedish individual's consumption of organic food

**Course:** Bachelor thesis in marketing, spring term, 2015

**Authors:** Richard Sandberg and Mattias Lindblom

**Tutors:** Peter Zackariason

**Key words:** *Ekologi, hållbarhet, konsumentbeteende, organic food, sustainability, consumption, consumer behavior, attitudes samt attitude behaviour gap*

In recent years, the consumption of organic food has seen a large rise in sales. Although the consumption increases, the proportion is still uneven and the buying of organic food is still low compared to its counterpart. This study has clarified a number of different powers that control the individual choices of food, as well as how the populace consumes.

As previous studies shows, it is the power of money, which in most cases governs the individual's choices of food. After having done several interviews with people who are in a financially stable situation, the study has been able to ascertain a number of other aspects that govern the individual's purchasing behavior. The most substantial of these aspects is the social aspect, where individuals do not want to be considered to consume unethically but can advocate an organic alternative when they come in contact with other people. Although choosing an economically stable sample, the economical aspect of organic consumption is still a great part of the decision process.

Another aspect that this study wants to clarify deals with the individual's health, which in this study proved to have a more inferior role and something that ordinary people do not put as much attention to as the two previously presented aspects. Furthermore, the force of habits is considered to have a significant impact on how respondents choose their food, which in many cases is described as an unconscious behaviour, where individuals do not put any emphasis on the choice of the food.

This thesis demonstrates how different aspects of organic consumption interacts and affect the consumer in its behaviour whether to choose between conventional or organic produce and presents it with a model to clarify the different interactions and strengths of them.

## Sammanfattning

**Titel:** Finns det rätta livsmedelsvalet? En kvalitativ studie om svenska individers köpvanor kring ekologiska livsmedel

**Kurs:** Kandidatuppsats I marknadsföring, vårterminen 2015

**Författare:** Richard Sandberg and Mattias Lindblom

**Handledare:** Peter Zackariason

**Nyckelord:** *Ekologi, hållbarhet, konsumentbeteende, organic food, sustainability, consumption, consumer behavior, attitudes samt attitude behaviour gap*

På senare år har den ekologiska konsumtionen ökat lavinartat. Samtidigt ökar konsumtionen från en mycket låg andel av de totala inköpen av livsmedel. Denna studie har med hjälp av kvalitativa intervjuer klarlagt ett flertal olika makter som styr individens val av livsmedel, och hur denne konsumerar.

Tidigare studier visar på att det är pengarnas makt som i de flesta fall styr individens val av livsmedel. Men efter att har utfört flera intervjuer med personer som befinner sig i en ekonomiskt stabil situation har studien kunnat utröna ett flertal andra aspekter som styr individens köpbeteende. Den största av dessa är den sociala aspekten, där individer inte vill bli ansedda att konsumera oetiskt i sin omgivning, utan att de kan förespråka ett ekologiskt alternativ när de kommer i kontakt med andra personer.

Trots urvalets relativt stabila ekonomiska situation är den ekonomiska faktorn fortfarande av signifikant art, vilket leder till att priset styr individen oavsett ekonomisk situation. En annan aspekt behandlar individens hälsa, som i denna studie visat sig ha en mer sekundär roll och något som gemene man inte lägger lika stor vikt vid som de två tidigare nämnda aspekterna. Vidare kan även vanans makt anse ha en stor betydelse för hur respondenterna väljer sina livsmedel, vilket beskrivs som det beteende som i många fall är undermedvetet där individerna inte lägger någon vikt vid valet av livsmedlet.

De olika faktorerna som samspelar med individens livsmedelsval presenteras via en nyskapad modell som försöker förtydliga samspelet och prioriteringarna mellan de faktorer som avgörs vid val av livsmedel.

## Innehåll

1. Inledning.....	1
1.1 Ekologiska Livsmedel.....	1
1.2 Ekologisk framfart och hotet från den konventionella odlingen .....	2
1.3 Konsumentens ansvar .....	3
1.4 Lovar ekologi bara guld och gröna skogar?.....	3
1.5 Problemanalys.....	4
1.6 Syfte.....	5
1.7 Frågeställning .....	5
2. Teoretisk referensram.....	6
2.1 Ekologiskt konsumentbeteende - Litterature Review.....	6
2.2 Theorizing.....	8
2.2.1 Attitydteori.....	8
2.2.2 Theory of planned behaviour .....	9
2.2.3 Attityd-beteende-gapet.....	10
2.2.4 Självbild och ekologi.....	10
2.3 Teoretisk sammanställning.....	11
3. Metod.....	12
3.1 Val av metod.....	12
3.2 Litteratursökning .....	13
3.3 Avgränsningar.....	14
3.4 Urval .....	14
3.5 Införskaffning av data.....	15
3.5.1 Kvalitativa intervjuer .....	15
3.5.2 Transkribering.....	16
3.5.3. Analysering av data .....	16
3.5.4. Etiska riktlinjer.....	17
4. Analys .....	19
4.1 Inledning.....	19
4.2 En djungel av märkningar.....	19
4.3. Vanans makt.....	20
4.4. Prisets makt.....	22
4.5 Social makt .....	23
4.5.1 Medmännisklighet.....	23
4.5.2 Social påverkan.....	23
4.6 Kunskapens makt.....	24

4.7 Nyttans Makt .....	25
4.7.1. Varaktighet .....	25
4.7.2. Hälsan .....	25
4.8 Sammanställning av analys.....	26
5. Diskussion .....	27
5.1 Inledning.....	27
5.2 Metoddiskussion .....	27
5.2.1 Validitet, replikation och studiens trovärdighet .....	29
5.2.2 Litteratur och teori .....	29
5.2.3 Källkritik .....	30
5.3 Resultatdiskussion .....	31
5.3.1 Inledning .....	31
5.3.2 Konsumentens vanor och markeringars betydelse .....	31
5.3.3 Ekologisk självbild .....	32
5.3.4 Kritiska punkter gentemot ekologi .....	32
5.3.5 Prisets makt .....	33
5.3.6 Kunskapens makt och vanor.....	33
6. Slutsatser .....	34
6.1 Svar på frågeställning .....	34
6.2 Relevans.....	36
6.3 Bidrag till ämnet .....	37
6.4 Förslag till fortsatt forskning .....	37
Referenser .....	39
Bilagor.....	43

## Studiens disposition

I kapitel 1, *Inledning*, beskrivs kortfattat bakgrund och problem kring ekologiska livsmedel samt arbetets syfte och den frågeställning som ligger till grund för studien.

I kapitel 2, *Teoretisk referensram*, så presenteras och analyseras studiens valda teorier och tidigare relevanta studier kring konsumentbeteende som skall sammankopplas med denna studie.

I kapitel 3, *Metod*, så diskuteras arbetets samtliga skeenden och hur data genererades för att dra nya och intressanta slutsatser sammankopplat med den teoretiska referensramen. Här motiveras studiens urval men även hur processen från start till slut har gått väga.

I kapitel 4, *Analys*, så framförs empiriskt material som grundas i respondenters reflektioner, och därefter analyseras detta för att generera ny insikter.

I kapitel 5, *Resultat*, framförs de punkter som författarna funnit som de mest relevanta.

I kapitel 6, *Diskussion*, diskuteras de olika faser som studien gått igenom och nya fynd jämförs och analyseras tillsammans med tidigare forskning inom området.

I kapitel 7, *Slutsats*, framförs de slutsatser som studien lett fram till. Vidare diskuteras även hur fortsatt forskning kan etablera nya insikter till ämnet samt vilket bidrag som studien bidrar med i dagsläget.

# 1. Inledning

*Här presenteras den ekologiska historien och dess framfart på marknaden. I bakgrunden diskuteras ekologi för att skapa en bred kunskap inom ämnet och avslutas med ett syfte och frågeställning för denna studie.*

---

## 1.1 Ekologiska Livsmedel

Historiskt sett har världens livsmedelsproduktion alltid fokuserat på att uppnå en maximal avkastning. Tidigare metoder för att förhöja avkastningen gjordes genom att använda sig av enkla tekniker såsom att använda de bäst avkastande fröna som utsäde nästkommande säsong. Sådana metoder ledde till ett starkt incitament till att ge grödorna eller djuren som föds upp bästa möjliga förutsättning för ökad effektivitet. Sökandet efter effektivitet skulle senare realiseras genom att använda sig av fossilberoende insatsämnen såsom pesticider (bekämpningsmedel), konstgödsel och konstbevattning, något som fått begreppet "Den Gröna Revolutionen" som skedde under 1960-talet (Naturskyddsföreningen, 2013a). Idag finns kunskap som påvisar att denna ensidiga strävan efter maximal produktion ligger till grund för många påtagliga globala problem, ett axplock av dessa är minskad biologisk mångfald, förorenat färskvatten, klimatförändringar och försaltad åkerjord (Naturskyddsföreningen, 2013a).

Ekologisk odling använder inga syntetiska eller kemiska metoder och medel i produktionen, vilket innebär att restämnen av bekämpningsmedel ligger på minimala nivåer, vars effekter tas upp senare i detta kapitel. Enligt en medicinsk studie från 2012 påvisar dock att den allmänna uppfattningen om att ekologiska livsmedel innehåller mer nyttiga ämnen än konventionellt odlad mat inte överensstämmer med verkligheten. I studien påvisas att skillnaderna mellan de olika livsmedlen var såpass små att någon slutsats om den tidigare konventionen om ekologiska livsmedel nytta för människan således inte kunde styrkas (Forman, 2012). Ur ett hållbarhetsperspektiv gynnas dock de ekologiska motsvarigheterna på ett effektivt sätt (Krav, 2015). Idag förekommer det även krav och kontroll för att livsmedel skall få kalla sig för ekologiska. Inom EU finns det förordningar och tydliga riktlinjer för vad som får vara märkt som ekologiskt. För att ett företags livsmedel skall kunna anses vara ekologiskt krävs det först att en inspektion utförs av ett kontrollorgan vars uppgift är att fastställa att regler och säkerhetsnivåer är godkända för att anses vara en ekologisk produktion (Livsmedelsverket, 2015). En förhoppning med den ekologiska framfarten i Sverige är att den skall nå svenska miljömål vars syfte är att säkerställa en hållbar produktion inom landet. Den ekologiska odlingen skall säkerställa en långsiktig hållbarhet för mark samt vatten men även att säkerställa biologisk mångfald (Jordbruksverket 2014)



## 1.2 Ekologisk framfart och hotet från den konventionella odlingen

I Sverige uppgår konsumtionen av livsmedel till ca 12,4 % av hushållens disponibla inkomst (Jordbruksverket, 2009), och cirka 5,7 % av detta utgörs av ekologiska livsmedel (siffror från 2014). Försäljningen av ekologiska livsmedel har sett en kraftig ökning de senaste åren, och år 2014 uppmättes en försäljningsökning på 38 %, vilket är en ökning från 4,1 % år 2013 till 5,7 % år 2014. Även om försäljningsökningen är av betydande mått, så är alltså befolkningens totala konsumtion av ekologiska livsmedel fortfarande på en mycket låg nivå om nivån jämförs med den totala konsumtionen. Drygt en tiondel av hushållens inkomst går till livsmedel, vilket är det minsta som uppmätts i modern tid, och troligtvis också någonsin (Jordbruksverket, 2009). Att en så liten andel av ekonomin läggs på livsmedel beror med största sannolikhet på den ökade effektiviteten i jordbruket som revolutionen på 1960-talet ledde till. Som tidigare nämnts har livsmedlens låga kostnad en konsekvens, nämligen att miljön förändras och försämras i en allt snabbare takt, och det är den konventionella odlingen som i mångt och mycket ligger till grund för de stora förändringar på miljön som uppmärksammas den senaste tiden (Naturskyddsföreningen, 2013).

Av de tidigare nämnda bidragen till en allt sämre miljö, finns även många fler faktorer som är svåra att mäta, till exempel om bekämpningsmedel har en negativ effekt på människan som konsumerar varorna (Naturskyddsföreningen, 2013). En medicinsk studie som utfördes i Kanada 2007 påvisade en stark korrelation mellan olika former av cancer och exponering av pesticider, främst hos spädbarn och individer som dagligen utsattes för bekämpningsmedlet i form av arbete eller dylikt (Bassil et al., 2007). Naturskyddsföreningen (2015) skriver även att vissa pesticider kan vara hormonstörande, något som framförallt också anses vara farligt hos gravida men även för spädbarn. Vidare analyseras mängden bekämpningsmedel hos svenska konsumenter vid en vardaglig konsumtion av konventionellt odlade livsmedel för att sedan påvisa den skillnad som en ekologisk motsvarande livsmedelskonsumtion bidrar med. I studien mäts en mängd olika bekämpningsmedelsrester i individernas urin, för att sedan närmast försvinna efter två veckors konsumtion av ekologiska motsvarigheter. Undersökningen påvisar att mängden bekämpningsmedel som uppmättes ligger långt under den som Europeiska Unionen anser vara den högsta tillåtna mängd rester från bekämpningsmedel. Vad resultatet konstaterar är att den mängd som individerna konsumerar dagligen inte är skadlig för människan, men i det långa loppet kan effekterna av pesticider utgöra ett reellt hot, då konsekvenser ej är helt fastställda (Magnér et al., 2015).

Även om förekomsten av bekämpningsmedel i livsmedel som är konventionellt odlade oftast ses som hälsofarliga, är det viktigt att kritiskt granska dessa rapporter. En av dessa kritiska granskningar av existerande litteratur är Magkos, Arvaniti och Zampelas (2006) artikel, som påvisar att tidigare studier är alltför generaliserande eller överskattade kring denna forskning. Generaliseringen grundas i den komplexitet och skillnader mellan olika platser som livsmedlen produceras vid, vilket kan leda till en felvinkling gentemot konventionellt odlade livsmedel. Vad denna kritiska tolkning av tidigare litteratur inte betonar är dock påverkan av miljön vid konventionell produktion (Naturskyddsföreningen, 2013a).

### 1.3 Konsumentens ansvar

Enligt en studie gjord av Naturskyddsföreningen visade det sig att Danmark är det landet i världen som konsumerar mest ekologiska livsmedel, vilket är 7,8 % av total livsmedelskonsumtion år 2011 (Naturskyddsföreningen, 2013b). I Sverige låg motsvarande siffra på 4,1 % år 2013, till skillnad från dagens konsumtion som ligger på 5,7 %. En konsumtion på 4,1 % är nästan hälften av Danmarks ekologiska konsumtion. Flera anledningar kan hänföras till denna starka utveckling i Danmark, till exempel att landets regering eftersträvat ambitiösa mål med den ekologiska produktionen och även exporten av den. Det kan även bero på att danska intressenter skapat en gemensam intresseorganisation för att bidra till en starkare ställning lokalt men även globalt för danska ekologiska produkter (Naturskyddsföreningen, 2013b). I Sverige finns ingen motsvarande organisation för ekologiska produkter, KRAV torde bli den organisation som kommer närmast en sådan organisation. Krav är en förening som värnar om en hållbar produktion genom att certifiera livsmedelsproducenter och marknadsföra en ekologisk och hållbar konsumtion i allmänhet (Krav, 2015).

Sverige hade ett ekologiskt miljömål i form av att 25 % av offentlig konsumtion skall bestå av ekologiska livsmedel samt att 20 % av Svensk jordbruk skall vara ekologiska senast år 2010, något som ej uppnåddes (Miljö- och Jordbruksutskottet, 2011). En del av problematiken med den svenska konsumtionen av ekologiska livsmedel är oftast relaterat till ett högt pris. Det högra priset gör att steget till att börja handla ekologiska livsmedel oftast upplevs påkostat för den enskilde individen (Magnusson et al., 2001). Magnusson et al., (2001) belyser också attityd-beteende-gapet som förekommer av framförallt denna anledning, något som diskuteras senare i denna uppsats. Vad kan då den enskilda individen göra för att förbättra förutsättningen för den ekologiska produktionen i Sverige, men även över hela världen? I en annan rapport från OECD (2011) betonas att det krävs ett ekonomiskt incitament för konsumenterna att köpa ekologiska livsmedel, samt att kunskapen kring fördelarna med hållbar produktion utvidgas hos individerna och att en gemensam uppfattning om de positiva effekterna frambringas. De personer som idag regelbundet handlar ekologiska livsmedel tjänar generellt sett strax över medelinkomst. Studier påvisar att en akademisk utbildning har kunnat kopplas ihop med en ökad ekologisk konsumtion. Vidare beskrivs den ekologiska konsumenten som en person som lättare tar till sig information, och är intresserad av dessa typer av frågor i allmänhet (Varmeir och Verbeke, 2005).

### 1.4 Lovar ekologi bara guld och gröna skogar?

Trots en klar majoritet av studier som framför den ekologiska framfarten som någonting positivt för världens hållbarhet förekommer det även artiklar vars studier presenterar kritik mot den ekologiska framfarten. Kritiken gentemot den ekologiska framfarten är av ringa antal och mycket knapphändig. Den kritik som finns inom ämnet är ofta hårt ansatt av de etablerade förespråkarna för ekologiska livsmedel. Ett exempel på detta är KRAVs svar på kritik riktat mot ekologiskt jordbruk, vars kritiks ursprung kommer ifrån en populärvetenskaplig debattartikel i tidningen SVD 16 november 2014 (Krav, 2014). Den kritik som finns riktar sig främst till den ekologiska odlingens svagare avkastning och den problematik som en lägre produktivitet ger med tanke på en ständigt ökande befolkningsmängd (Connor, 2008). Vid enbart ekologisk odling belyser kritikerna

problematiken med den lägre effektiviteten hos ekologiska jordbruk, som därmed har svårt att tillgodose samma höga avkastningsnivå i förhållande till befolkningsökningen.

Den tidigare forskning som kritiserar ekologiskt jordbruk har räknat med att ekologisk livsmedelsproduktion enbart kan mätta en befolkning på mellan 3 till 4 miljarder människor (Smil, 2001). En lägre produktionseffektivitet skulle innebära ett större behov av mer odlingsmark som då kommer att behövas för att uppnå samma kvot inom jordbruk i världen. En sådan ökning skulle kunna innebära ny problematik när mindre utrymme finns för skog och vildmarksliv. En annan kritik som riktas emot ekologisk odling är att ekologiska produkter ofta marknadsförs som nyttigare, men att det i själva verket inte finns någon säkerställd undersökning som förklarar detta. Forskning har visat på att det både finns en viss skillnad mellan ekologiska och oekologiska varor, till fördel för ekologiska varor, men också att någon statistisk säkerställd slutsats kring detta påstående ej kan genereras. Således kan inga slutsatser dras kring ekologiska livsmedels positiva hälsoeffekter och att de skulle vara bättre än de konventionellt odlade (Williams, 2002).

## 1.5 Problemanalys

Den ekologiska framfarten är i dag ett uppmärksammat fenomen och det är mycket svårt att förneka dess relevans. Trots att framfarten hyllas och uppmärksammas i allt större utsträckning så berättar försäljningssiffrorna en annan saga. Ekologi har trots hyllade framgångar i media en mycket låg försäljningssiffra jämfört med andra livsmedel och utgör endast en liten del av den svenske konsumentens inköpsandel. Den ekologiska försäljningen uppgår i dagsläget till 5,7 % (Krav, 2015). Det förekommer många konsumenter som överväger att köpa ekologiska livsmedel, mer än en femtedel avser att köpa ekologiska livsmedel oftast, medan hälften av de tillfrågade har som avsikt att köpa ekologiska livsmedel ibland (Sifo, 2010).

Vad som snabbt blir tydligt är att konsumentfrågor och vad som stimulerar och motiverar en konsument är en komplex process som kräver mycket data för att förstå. Att förstå vad som motiverar individer men även vad som får en konsument att ta avstånd till ekologiska varor är en modern och aktuell fråga som ej bör förbises. Konsumenten upplever att behovet av ekologiska varor finns men det förekommer ett stort gap mellan uppfattning samt deras handling. Att förstå vad som skapar den här skillnaden mellan uppfattning och köp skulle generera en förståelse till vad som hindrar konsumenten till att bidra för den ekologiska framfarten. Att förstå de barriärer som konsumenten har gentemot ekologi ger möjligheter till att hitta nya eller effektiva sätt att nå ut med relevant information som motarbetar de upplevda hinder som konsumenten har till att konsumera mer ekologi.

## 1.6 Syfte

Denna uppsats syftar till att öka förståelsen till de hinder som konsumenten upplever att ekologiska produkter har för att individer ska kunna konsumera ekologi i större utsträckning. Att förstå konsumentens barriärer genererar ny kunskap för näringslivet att skapa nya innovativa marknadsföringsmetoder som på sikt stimulerar till ökade inköp av ekologiska varor.

Många tidigare studier fokuserar kring anledningar till varför individer köper eller inte köper ekologiska livsmedel, vilket i de allra flesta fall leder till svaret att ekologiska livsmedel är kännbart dyrare än de konventionella produkterna. Fokus i den här studien ligger istället på att analysera de individer som befinner sig i en ekonomisk stabil situation i livet i förhoppningar om att analysera andra bidragande orsaker till att konsumenter avstår en ekologisk konsumtion. Då urvalet grundar sig i en ekonomisk stabil situation så bör dessa individer ha ett svagare incitament till att konsumera de billigare konventionella varorna som erbjuds, vilket öppnar utrymme för att fördjupa resonemang kring andra bidragande faktorer.

## 1.7 Frågeställning

Med hjälp av bearbetning av tidigare litteratur som sammanfattas och analyserats formas den fråga som upplevs bidra mest till forskningen inom området. För att få svar på det tidigare diskuterade problemet definieras frågeställningen som följande:

- Vilka är konsumenternas primära barriärer mot ekologisk konsumtion?

Ambitionen med denna fråga är att generera insikter som bidrar med nya infallsvinklar, samt förstärka eller dementera tidigare forskning för de individer som studerar ekologisk konsumtion och dess framfart.

## 2. Teoretisk referensram

*I den teoretiska referensramen presenteras och analyseras de tidigare forskningsområden som är relevanta i det ekologiska forskningsområdet.*

---

### 2.1 Ekologiskt konsumentbeteende - Litterature Review

För att lättare förstå faktorer som motiverar till en ekologisk konsumtion finns det flera studier som analyserar och diskuterar ekologiska livsmedel och dess uppfattning hos konsumenter. Då individer är komplexa med individuella uppfattningar kring konsumtion bildas olika krav på livsmedel för olika konsumenter. Magnusson (2004) diskuterar om hur en konsument väljer och för beslut när individen skall välja livsmedel. I studien presenteras sensoriska och icke sensoriska egenskaper som beslutsbärande faktorer för en konsument. Sensoriska kvaliteter rymmer smak, utseende och även färskhet. De kvaliteter som bedöms vid icke sensoriska faktorer är exempelvis hur näringstätt ett livsmedel är eller hur stor förekomsten av olika tillsatser är. Enligt många utförda studier runt om i världen är tron på en hälsosammare livsstil och en ökad hållbarhet en vanlig bidragande faktor till ett mer ekologiskt inriktat livsmedelsval (Padel och Foster, 2005). I en annan studie så diskuteras också om individen och dess köpvanor. En butik har oftast ett rikligt utbud vilket skapar många valmöjligheter för konsumenten. De förklarar att en individ har olika prioriteringar vid val av olika livsmedelsval. Om en konsument tycker det är viktigt med närproducerade grönsaker så betyder inte det valet att samma prioritering görs i andra livsmedelskategorier. Individen avväger ständigt och gör olika kompromissar när de ska göra olika val (Magnusson och Biel, 2005)

Kareklas, Carlson och Muehling (2014) beskriver även den ekologiska konsumentens val av livsmedel som en kombination mellan altruistiska och egoistiska egenskaper och dess påverkan på individen. De egoistiska aspekterna behandlar individens val utifrån dess egen nytta, nämligen egenskaper såsom bättre upplevd smak eller positiva hälsoeffekter. Den altruistiska delen hos det ekologiska konsumentbeteendet behandlar mer osjälviska nyttor, såsom miljöpåverkan eller dylikt. Kareklas et al. (2014) beskriver också att en marknadskommunikation som både tar hänsyn till konsumenternas egoistiska och altruistiska behov har större chans att nå ut till individerna. Hittills har marknadsföringen kring ekologiska livsmedel fokuserat mer på någon av de olika aspekterna kring konsumenternas behov separat, utan att ta de andra faktorerna i beaktning med ekologiska livsmedel, något som kan ha en begränsande genomträngning för producentens eller försäljarens kommunikation (Kareklas et al., 2014).

Andra viktiga faktorer när individer väljer livsmedel är dess upplevda smak, dess hållbarhet samt hälsomässiga faktorer. En annan stark bidragande faktor som omnämns som ett incitament till att ej välja ekologiskt tycks vara den prisbild som ekologiskt i dagsläget innefattar. Konsumenten menar på att köpa ekologiskt till premiumpriser hindrar dem till att välja ekologiskt till vardags (Magnusson et al., 2001). I andra studier har det blivit tydligt att människor som diskuterar ekologi ofta har en association där ekologiska varor ofta kopplades ihop med fräsch och hälsosam frukt, även i dessa studier tycks hälsosamma motiv utgöra störst grund till ett ekologiskt livnära. Det tycks även vara så att det är grödor och

växtlighet som oftast förknippas med ekologi, där kött och andra livsmedel ej förknippas i samma utsträckning (Padel och Foster, 2005). Vidare anses produktens kvalitet vara en viktig aspekt vid val av livsmedel, och således något som bör uppmärksammas vid utvecklandet av ekologiska livsmedel (Shafie och Rennie, 2009).

Studier har även upptäckt att det förekommer skillnader mellan män och kvinnor kring hur ekologi uppfattas. Generellt så presenterar flera studier att kvinnor bildat sig en mer positiv uppfattning gentemot ekologi till skillnad från männens uppfattning, vars uppfattning tycks vara mer kritisk (Padel och Foster, 2005). Det finns även en förekomst av generationsskillnader i bakomliggande faktorer till en ekologisk livsstil i dessa studier. Den yngre generationen av konsumenter tycks välja ekologiska livsmedel i hänsyn till att dessa livsmedel uppfattas bidra till en mer hållbar konsumtion. Den äldre konsumenten tycks inneha andra faktorer som motiverar deras ekologiska konsumtionsval, vilket är att en ekologisk produkt uppfattas bidra till en hälsosammare livsstil (Magnusson et al., 2001). Bakomliggande motiv tycks således vara baserade olika beroende på en rad faktorer och påverkas av ekonomi, genus samt ålder.

Vad som upplevs vara ett gemensamt drag hos samtliga konsumenter tycks vara hur konsumenten uppfattar ekologiska livsmedel. Studier presenterar att konsumenten ej besitter vetskap om vad ekologi innebär för producenten av livsmedel. Det innebär att konsumenter som håller sig neutrala eller kritiska gentemot ekologisk konsumtion ej kommer förändra sin ståndpunkt ifall de ej får insikt kring de faktiska fördelar som en ekologisk produktion faktiskt inbringar (Hill och Lynchehaun, 2002).

Det råder även tvivelaktighet gentemot ekologiska logotyper där studier presenterar att konsumenten uttrycker en viss brist på förtroende eller en skepticism gentemot de ekologiska logotyper som presenteras för betraktaren (Padel och Foster, 2005). Forskning visar även på att konsumenter har svårt att ta till sig information kring olika ekologiska märkningar, främst för den stora och varierande mängd som existerar kring dem. Främst handlar det om hur konsumenter förhåller sig till märkningar och således kan uppfatta de olika problem som en konventionell konsumtion av livsmedlen utgör (Holmberg, Steingrimsdottir och Svensson, 2007). Vidare förklarar studier att information och kunskap om hållbarhet skapar en positiv känsla gentemot ekologi. Korrelationen mellan kunskap kring ekologi och en positiv syn till ämnet kan ej förringas och en ökad kunskapsnivå tycks bidra till en ökad positiv attityd (Aertsens et al., 2010). Padel och Foster (2006) skriver att en direkt osäkerhet eller en skepticism gentemot innebörder av ekologi som beror på bristande kunskap i ämnet blir en direkt konsekvens på dess chans att bli vald över de konkurrerande oekologiska varor som erbjuds.

## 2.2 Theorizing

### 2.2.1 Attitydteori

Attityder är ett brett uttryck och är något som förekommer hos alla individer. För denna studie tas det förhållningssättet som under modern tid blivit accepterad, nämligen att attityder är det förhållningssätt som individer har till olika ting. Attityder anses enligt tidigare forskning vara en process som påverkar individen under hela dess levnadstid (Katz, 1960). En attityd byggs upp av tre olika delkomponenter vilka är kognitiva, affektiva och konativa (LaPiere, 1934). Den *kognitiva* komponenten består av individens kunskaper och uppfattningar kring olika ting, något som inte nödvändigtvis behöver vara sanningen, utan byggs upp själva av individerna. Den *affektiva* komponenten är en samling känslor som grundas i individens åsikter kring olika objekt, något som kan vara både positivt eller negativt.

Den tredje och sista komponenten i en attityd är den *konativa*, vilket menas med hur individen troligtvis reagerar på ett visst objekt utifrån den kunskap som individen besitter.

En annan betydande och internationellt accepterad bild kring attityder är Daniel Katz (1960) teori om attitydens funktion för individen. Katz menar att attityder kan tjäna personen genom fyra olika funktioner, nämligen *utilitarian*, *knowledge*, *ego-defensive* och *value-expressive*. Den "utilitaristiska" funktionen tjänar som syfte att individen utför den handling som ger störst vinning, eller det val som ger minst förlust. Denna funktion anses ofta vara av en rationell art då den i grunden ska skapa så stor nytta som möjligt. Kunskapsfunktionens syfte är att skapa en känsla av vetskap kring individens tillvaro, och en förståelse för hur olika objekt hänger samman. Den ego-defensiva funktionen uttrycks med att personen försöker skydda sig själv och sin uppfattning om sig själv från sådant som skulle kunna rubba individens självbild. Slutligen finns funktionen om värdeförmedling, en funktion som innebär att individen vill uttrycka sina värderingar genom sitt beteende och attityder, och därigenom uttrycka sina värderingar för andra. Johar och Sirgy (1991) skriver att den utilitaristiska funktionen och den värdeförmedlande funktionen är de två olika synsätt som marknadsförare använder sig utav i sina olika kampanjer. Den utilitaristiska betonar på fördelar med en viss produkt, medan värdeförmedlande marknadsföring åsyftar att betona de "mjuka" värden som en viss produkt kan inneha.

Ett viktigt begrepp inom attitydteorin betonar styrkan hos en viss attityd för individen, "attitude strength" (Ajzen, 2001). Styrkan hos en attityd visar sig vara relativt konstant över tiden, och beroende på hur länge individen haft en attityd till något objekt, är det svårare att förändra attityden hos personen (Ajzen, 2001).

## 2.2.2 Theory of planned behaviour

Individer är väldigt komplexa till sin natur med perceptioner som behöver kunna samspela med individens sociala samvaro (Ajzen, 1991). Med hjälp av Theory of planned behaviour beskrivs samband mellan individens uppfattningar, attityder samt hans beteende. Människor har bakomliggande faktorer som påverkar dess medvetna beteende eller agerande. I denna modell sammanlänkas uppfattningen med beteendet. Individer påverkas av sin intention som grundas i att personer i fråga besitter personliga åsikter.

De faktorer som Ajzen (1991) diskuterar som styr beteendet är hur vi förväntas agera av vår omgivning men även faktorer som konsekvenser av eget beteende samt förutsättningar för beteendet samspelar här. Denna modell grundas i en tidigare modell kallad för "The theory of reasoned action", vilket också är en modell formad av Ajzen, vilket i ett senare skede ansågs behöva en viss utökning. I "the theory of reasoned action" studeras attityd sammankopplat med individers beteenden (Ajzen, 1991). Alla människor har en intention eller en energi inför att utföra ett önskat beteende. Denna intention påverkas av flera omgivande faktorer. Faktorer är hur motiverade personer är att utföra ett beteende men även hur mycket individen känner att de orkar anstränga sig för att uppnå det önskade beteendet. I Theory of planned behavior så inkluderas individers föreställningar kring hur individer uppfattar dess möjligheter i dess omvärld.

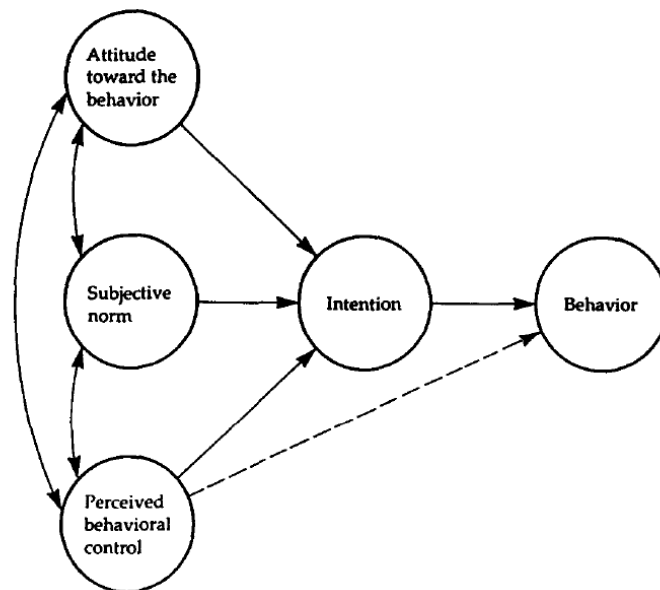


Fig.1: Ajzens figur som beskriver modellen "the theory of planned behavior" (Ajzen, 1991)

Varje del i denna figur utgör en viktig del i att förstå en individs beteende. Den del som har lagts till i "theory of planned behavior" kallas "Perceived behavioral control". Hur mycket kontroll som en individ anser sig själv ha i en situation är en mycket viktig del i utfallet av en individs beteende (Armitage och Conner, 2001). De människor som ej känner att de innehar god kontroll över en situation har onekligen svårt att finna motivation för att fullborda sitt beteende, oavsett hur deras attityd må vara. Detta kan jämföras med hur stark förmåga



individer anser sig ha att övervinna ett hinder. Ett problem vars hinder anses omöjligt att övervinna blir oftast svårare att fullborda eller initiera. Den låga motivation som en individ känner för att övervinna ett svåröverkomligt hinder kan enkelt appliceras på teorin. Denna kategori samspelar ständigt med "subjective norm" och "attitudes toward the behavior" (Ajzen, 1991).

### 2.2.3 Attityd-beteende-gapet

I stort sett all litteratur som behandlar ekologisk konsumtion eller hållbarhet över lag, talar om en diskrepans som finns mellan attityden och beteendet hos individen. Det har visat sig vara komplext att analysera varför individer uttrycker sig på ett sätt (attityd) och deras sätt att agera (beteende), flera olika forskningsteoretiska aspekter, såsom ekonomiska, psykologiska, sociologiska och dylikt spelar en roll i personens konsumentbeteende (Kollmuss och Agyeman, 2002). Ajzen (2001) beskriver att attityd är ett dåligt sätt att mäta individens intention att konsumera en viss vara, utan att samspela mellan flera olika variabler väger in i beteendet hos konsumenten, något som stärker tidigare nämnda komplexitet i mätningar av beteende hos konsumenter.

Vidare anses produktens pris och kvalitet och tidigare varumärkespreferenser ha starkare påverkan på beteendet än vad attityden gentemot till exempel ekologiska livsmedel ha (Vermeir och Verbeke, 2006), vilket också visar på svårigheten i att fastställa en gemensam teori kring konsumtionen av ekologiska livsmedel. Den aspekt som spelar störst roll vid köp av ekologiska livsmedel, men som samtidigt avtagit under senare år, är produktens pris. Ekologiska livsmedel är nästan uteslutande dyrare än sina konventionellt odlade motsvarigheter, något som dock ger individer ett starkt incitament att inte handla ekologiska livsmedel (Padel och Foster, 2005).

### 2.2.4 Självbild och ekologi

Pedersen (2002) skriver om att konsumtionen av ekologiska livsmedel delvis kan utgöras av en typ av identitetskonstruktion för individen. Detta, menar Pedersen (2002), utgör individens behov av att synas på ett visst sätt, vilket i detta fall är ett behov av att framgå som en medveten konsument kring hållbarhetsfrågor. Katz (1960) funktion som betonar den värdeskapande individen, eller den värde-förmedlande funktionen, kan också ses som en teoretisk del i ett identitetskapande, där individen vill få sina attityder och värderingar synliggjorda. Genom sin konsumtion skapas således en identitet som individen anser uttrycka vad den står för värderingar och attityder kring olika ting.

Självbild är ett centralt begrepp inom identitetsbyggande konsumtion, och visar på hur en individ väljer att se sig själv genom sitt sätt att vara och agera på. Självbild byggs upp på olika sätt både inifrån individen själv och hur denne väljer att se sig själv, samt utifrån hur individen vill att andra ska uppfatta en själv. Detta skapar det som kallas för individens ideala självbild, och är det som personen i fråga strävar efter att åstadkomma (Grubb och Grathwohl, 1967). Warde (1994) beskriver identitetsbyggande konsumtion som att individens frihet i sina konsumtionsval även betingar en viss skyldighet till konsumenten. Eftersom varje val medför en viss risk att välja "fel" produkt finns det en risk vid varje val att det leder till ett negativt anseende för individen. En sådan ovisshet kan leda till något som

kan rubba den identitet som individen vill uttrycka, eller som inte överensstämmer med de sociala normer som existerar inom den kultur eller grupp som individen vill förhålla sig till. Friheten är ett fundamentalt steg i människans utveckling, och leder till att varje individ för sig kan bestämma hur dess självbild ska utvecklas (Wardes, 1994). Samtidigt har studier visat att individer ser på sin konsumtion som något som kan skapa en unicitet som särskiljer dem från andra individer och därigenom kan de skapa sig sin egen självbild eller identitet (Aertsens et al., 2009).

### 2.3 Teoretisk sammanställning

Valda teoretiska ämnesområden grundar sig ur ett psykologiskt attityd- och beteendeperspektiv. Samtliga valda teoretiska områden utgör en essentiell del av förståelser kring hur konsumenter rationaliserar och utför sina konsumtionsval. Att förstå och kunna analysera via attityder och beteenden ger en inblick till konsumenternas bakomliggande motiv och faktiska barriärer gentemot ekologisk konsumtion. Förståelsen kring individernas attityder och beteende torde ge författarna en inblick i hur individer säger sig konsumera, och även visa på hur respondenterna värderar de olika för- och nackdelar som existerar kring en ekologisk konsumtion.

### 3. Metod

*I kapitlet "Metod" diskuteras och presenteras de olika vetenskapliga tillvägagångsätt som möjliggör en korrekt insamling av data. Metodkapitlet diskuterar hur studiens samtliga faser har bearbetats inom valda vetenskapliga förhållningssätt.*

---

#### 3.1 Val av metod

Fokus i denna studie var att studera hur människor uppfattar och analyserar ekologiska livsmedel i individens vardag. Då en sådan analys kräver en djup insikt i individens sociala samvaro ansågs en kvalitativ ansats som den mest lämpade metoden till att få en sådan insikt. Kvalitativ forskning förklarar Kvale och Brinkmann (2009) är en metod där forskningsansvariga försöker söka kunskap i hur undersökningspersonerna uppfattar världen och dess egna sanningar i individens samvaro. Med hjälp av olika kvalitativa metoder skapas viktiga insikter eller ny data där erfarenheter av respondenter är essentiell information. Denna kvalitativa forskning som utförts är utformad utefter en induktiv ansats. Med en induktiv syn på information innebär att teorier ej genereras i förväg, teorier är någonting som utvecklas med hjälp av de data som förslagsvis samlats in via respondenter. Den induktiva processen är ofta sammankopplad med den kvalitativa metoden (Boolsen och Kärnekull, 2007). Kvalitativ forskning sägs ofta utgå ifrån respondenters insikter, vilket även har tillämpats i denna studie (Bryman och Bell, 2013).

För att generera nya insikter tillämpades en semistrukturerad intervju där respondenters reflektioner utgör en grund till att fördjupa och utveckla empiri. Inför intervjuerna letades lämpliga respondenter utefter urval med en ekonomisk stabilitet. Anledningen till att välja ett sådant urval berodde på att ekonomin ej skulle utgöra en för stor faktor för respondenterna vid val av livsmedel. En förhoppning är att intervjuer skall få mer empiri och ett ökat fokus på andra bidragande faktorer än de ekonomiska, vilket har haft ett stort omnämnande i tidigare studier. Bryman och Bell (2013) skriver att semistrukturerade intervjuer utformas för att ge en intervju där respondenten som medverkar skall få utökad utrymme för reflektioner. Frågor som ställs till deltagaren skall vara öppna där det finns utrymme för frihet för reflektioner där det ej behöver vara en distinkt struktur i utförandet av intervjun. Frågor som formades för denna studie har ständigt eftersträvat att ej inkludera frågor som genererar bristfälliga svar där intervjupersonen ej har fått tillräckligt utrymme för reflektioner.

För att forma en viss struktur på intervjuerna säkerställdes att vissa ämnen togs upp under intervjun via en intervjuguide. Den utformade Intervjuguiden har främst använts som en mall för att guida respondenten igenom intervjun, men har även säkerställt att intervjuaren får tillräckligt med information. I intervjuguiden konstruerades ett par huvudämnen som ansågs som de mest angelägna grundpelarna för en riklig intervju. Huvudämnena formades för att kunna skapa en intervjuguide som skulle generera svar på utformade frågeställningar. Ur huvudämnena framställdes öppna frågor som hjälpte till att samla in data och reflektioner ifrån respondenterna som medverkade i studien. Intervjupersoner uppmanades att reflektera fritt över ämnen och frågor istället för att styra deltagarna, vilket kan göras i en

strukturerad intervju. En öppnare utformning av intervjuer ger en intervju som är konstruerad för dialog mellan respondent och ansvarig för intervjun.

I denna studie har ett hermeneutiskt synsätt för att tolka insamlad data använts. Att ha ett hermeneutiskt synsätt innebär att forskaren analyserar de insamlade data för att utvinna det som upphovsmannen uttrycker som sina åsikter. I denna uppsats är detta hur respondenterna menar i sitt tal utifrån den kontext som samtalet resonerar kring (Bryman och Bell, 2013).

### 3.2 Litteratursökning

Att hitta lämplig litteratur som ger underlag för forskningen är en essentiell process. Bryman och Bell (2009) motiverar litteraturen som en viktig process för att finna lämplig metodik för studiens insamling av data samt för att berika forskarens kunskap inför analyser av den genererade data som gjorts. Då ekologi är ett väletablerat forskningsområde har förekomsten av tidigare studier kring ämnet varit stort på universitetets databas men även i rapporter. Då förekomsten av tolkningar i uppsatser eller sekundärkällor kan vara ett faktum så undveks nyttjandes av uppsatser och även sekundärkällor har undvikits i största möjliga mån. I denna studie har fokus legat i att hitta lämpliga primärkällor där uttalanden är ifrån dess ursprungliga publicering. Bryman och Bell (2013) understryker vikten av att ständigt vara källkritisk där utrymme för tolkningar gjorda av andra än ursprungskällan kan förekomma. Dystche (2011) skriver att en lämplig metod vid insamling av litteratur är att hitta några lämpliga källor som berör forskarens valda ämne, för att sedan läsa igenom dessa källors litteraturlistor. Metoden är lämplig för att finna centrala eller viktiga nyckelkällor som är frekvent återkommande inom ekologi. Då det förekommer många tidigare studier som berör ekologi har litteraturlistor lästs igenom för att finna de källor som anses mest relevanta för denna studie. Att studera referenslistor ger en överskådlig bedömning över relevant litteratur och den litteratur som har ett högt omnämnande i tidigare studier om ekologi.

Grundläggande litteratursökning har skett via Göteborgs Universitets databas, där publicerade artiklar överskådligt samlats på en plats. Databasen har nyttjats som en vital sökmetod under hela uppsatsen. Bryman och Bell (2009) understryker det faktum att litteratursökning bör vara en process som utförs under större delen av forskningen. I denna studie analyserades och söktes källor under hela uppsatsprocessen för att ständigt vidga förståelsen för den ekologiska framfarten.

Eftersom tidigare forskning kring ekologi är riklig krävs även avgränsningar i litteratursökningen. För att finna relevant litteratur kring ekologi så är nyckelord en viktig del av sökprocessen. Välformulerade sökord eller nyckelord underlättar vid sökandet efter kvalificerade referenser (Bryman och Bell, 2009). Nyckelord som använts i denna studie för att hitta lämplig litteratur har varit *ekologi*, *hållbarhet*, *konsumentbeteende*, *organic food*, *sustainability*, *consumption*, *consumer behavior*, *attitudes* samt *attitude behaviour gap*.

### 3.3 Avgränsningar

Arbetets samtliga delar har bearbetats och utförts i Göteborg. Fokus låg på att hinna utföra en riklig mängd intervjuer och därför valdes sökområdet. Att expandera studien utanför Göteborg ansågs bli för tidskrävande och resultatet på studien skulle troligtvis inte förändrats avsevärt om sökområdet skulle utökats ytterligare. Studiens omfång fokuserade på de individer som hade en stabil ekonomi med en fast heltidsanställning. Exempelvis studenter har med det valda urvalet inte inkluderats, eftersom de ekonomiska incitamenten till att inte handla ekologiska livsmedel blir därav för stark och skulle således överskugga andra bidragande faktorer. Studien försöker fördjupa sig i andra signalement än de ekonomiska då många tidigare studier belyst de ekonomiska faktorer som en vital orsak till att individer avstår från en ekologisk konsumtion.

### 3.4 Urval

Ett urval representerar en del av en given population och används för att kunna skapa en grupp som anses representativ för att kunna frambringa generaliseringar av populationen (Bryman och Bell, 2013). Populationen i den här studien är de individer som konsumerar livsmedel och befinner sig i en situation som kan anses vara ekonomisk stabil, alltså att familjen eller individen har en fast anställning. Att välja ett urval där ekonomin är stabil behöver inte betyda att alla köper ekologiskt utan valet gjordes för att se hur ekonomin styr konsumenten till att bortse det ekologiska alternativet även när ekonomin kan anses som mer stabil. Denna population är väldigt utbredd, vilket understryker behovet av ett tydligt urval. Då tidigare studier har nämnt att konsumentens ålder kan ha en viss påverkan kring uppfattning av ekologi har även urvalet försökt representera olika åldrar.

I denna studie nyttjades ett bekvämlighetsurval. Ett bekvämlighetsurval skapas via att de som ansvarar för studien formar sitt urval via den population som den studieansvarige har tillgängligt (Bryman och Bell, 2013). Några lämpliga kandidater valdes ur ett bekvämlighetsurval, sedan tillfrågades intervjupersonerna om de hade fler kandidater för att begränsa att studien representerade ett bekvämlighetsurval vars deltagare endast representerade ett nära kontaktnät. Att fråga deltagare i studien efter lämpliga kandidater istället för att nyttja ett eget urval kan jämföras med snöbollsurval, vilket är en annan typ av bekvämlighetsurval. Bryman och Bell (2013) skriver att en sådan urvalsmetod är lämplig när relevanta deltagare har hittats men det förekommer ett behov av fler deltagare. Snöbollsurvalet motverkar att urvalet endast är inom kontaktnätet för de som utförde studien.

För att få kontakt med lämpliga respondenter som representerar populationen har främst email nyttjats. Med hjälp av ett författat kontaktformulär som förklarar studiens syfte har deltagande respondenter kontaktats och fått information om studien (Bilaga 1). Det valda urvalet blev individer med en stabil inkomst samt en heltidstjänst. Urvalet valdes i en förhoppning i att minska den ekonomiska aspekten kring ekologisk konsumtion. Det bör dock poängteras att ett sådant urval kan inneha uppfattningar som berör den ekonomiska delen oavsett om de kan anses ha en ekonomisk stabilitet. Ekonomisk stabilitet kan anses subjektiv då det är svårt att avgöra när en individ kan anses ekonomiskt stabil. I denna studie valdes en heltidstjänst är kriteriet för en ekonomisk stabilitet. Det kan förekomma fler

faktorer som bör beaktas för att individer skall anses ha en ekonomisk stabilitet. Men denna avgränsning ansågs vara duglig för att fördjupa de bakomliggande barriärerna utöver de ekonomiska.

### 3.5 Införskaffning av data

#### 3.5.1 Kvalitativa intervjuer

Den genererade primärdata som nyttjades som empiri grundas i utförda kvalitativa intervjuer på individer med en trygg anställning på heltid. Primärdata är ny information eller data som samlats in för att få insikt i och svar på frågeställningar och studiens syfte (Christensen, 2001). Den empiri som samlades in kodades och transkriberades för att bevara anonymitet på samtliga deltagare i studien. Kodning användes i studien även som ett analytiskt verktyg för att underlätta bearbetningsprocessen av data. Kodningsmetoden som nyttjades i studieprocessen var datastyrd, vilket innebär att den ansvarige för studien utvecklar kodningen under tiden som materialet bearbetas (Kvale och Brinkmann, 2009). Att utföra kodning på intervjuerna gör det avsevärt lättare att urskilja eventuella mönster mellan deltagares svar i studien. Medverkande till studien fick även nya påhittade namn under studieprocessen för att undvika att reflektioner kunde kopplas till någon respondent av obehöriga. I studien så utfördes sju stycken intervjuer där samtliga intervjuer spelades in och transkriberades tätt inpå utförd varje intervju.

För att ej konstruera en artificiell miljö för de medverkande i studien så utfördes samtliga semistrukturerade intervjuerna i en miljö som önskades av respondenten inför varje intervju. De utförda intervjuerna, om samtycke gavs av respondenten, spelades in för att kunna analyseras flera gånger i senare skeden i analysprocessen. Inspelningar är lämpliga för att få en förståelse för hur saker och ting förmedlas under intervjun (Bryman och Bell, 2013). Författarna i boken förklarar även att den som utför intervjun bör vara medveten om det faktum att inspelningsutrustning har en tendens att påverka de som intervjuas. En medvetenhet om utrustningen som spelar in respondenternas svar kan skapa en missgynnande miljö som känns konstruerad och påverkar medverkande i studien, vilket Denscombe (2009) kallar för hämningar. Den konstgjorda miljön påverkar respondenten negativt och ger individen ett behov att generera de svar som anses etiskt korrekta, vilket har en tendens att öka vid nervositet. Är intervjuerpersoner som deltar tydligt obekväma av utrustningen är det viktigt att inspelningen av intervjun avbryts och anteckningar förs istället. För att möjliggöra avstängning av utrustning utan att viktig data går förlorad deltog båda författarna i samtliga intervjuer. Att ha båda som deltagare gör det även möjligt att en ansvarig fokuserar på att föra anteckningar på eventuella emotioner som ej hörs under transkriberingen och när intervjun återuppspelas. Det tåls att diskutera ifall en intervju är optimal med fler än två som medverkar i intervjun, uppsättningen kan tyckas missgynnande för respondenten som kan uppfatta miljön som hotfull. Information om att båda deltagarna skulle medverka förmedlades i förväg så att detta var fastställt av samtliga medverkande i studien.

I denna studie så nyttjades egen utrustning för inspelning av intervjuer. För att säkerhetsställa att ingen inspelning skulle gå förlorad som bortfall användes även en extra

inspelningsmaskin. Med en extra utrustning som kan spela in konversationen reduceras risken för eventuella bortfall avsevärt.

Uppbyggnaden av intervjun var av semistrukturerad karaktär, vilket innebär att utformandet av intervjun är ej strukturerad. Att skapa en uppbyggnad med en semistruktur innebär att ingen intervju är en annan lik, vilket motiverar behovet av transkribering av materialet. Att ha en intervju utan en tydlig karaktär vars uppgift är att få respondenten att ge utförliga reflektioner kräver en strukturerad intervjuguide. En intervjuguides uppgift är att säkerställa att studieansvariges frågor genererar insikter i hur medverkande respondenter upplever sin sociala omvärld (Bryman och Bell, 2013). Intervjuguiden är även formad utefter en förhoppning att samtliga frågeställningar besvaras, men även att nya frågeställningar genereras utefter att fler intervjuer fortlöper under studien (Bilaga 2). Intervjuguiden har säkerställt att ett fokus på intervjun bevarats utan att begränsa reflektioner hos respondenter. Det bör dock noteras att intervjuguiden endast är en guide, vilket har medfört att eventuella följdfrågor ej inkluderats i intervjuguiden. I semistrukturerade intervjuer finns behov att kunna ställa följdfrågor då respondenter ibland behöver fördjupa de reflektioner eller påståenden som fastställt.

### 3.5.2 Transkribering

I kvalitativa intervjuer där intervjuer är vald insamlingsmetod är det oundvikligt att studiens insamlade data blir stor kvantitet av text att analysera. Långa intervjuer genererar förhoppningsvis många utförliga reflektioner som behöver analyseras. För att kunna urskilja mönster hos deltagare nyttjades transkribering och kodning. Transkribering innefattar en noggrann och saklig nedskrivning av samtliga intervjuer som görs via återuppspelning av intervjuer. Intervjuer i studien transkriberades utförligt och ordagrant för att försöka tydliggöra emotioner och för att undvika att ansvariga för studien omedvetet tolkat svar som delgivits av respondenter. I den utförda transkriberingen inkluderades inte stakande eller eventuella "tangeljud" gjorda av respondenten. Anledningen till en sådan exkludering beror på att en inkludering av stakande och andra hummande ljud kan framställa respondenten i fel dager när dessa tangeljud urskiljs i ett pappersformat.

Samtliga transkriberingar utfördes tätt inpå den utförda intervjun. Transkriberingen skrevs direkt efter intervjuerna för att inte låta eventuella emotioner gå förlorade då känslor utgör en viktig grund i respondenters svar. Med hjälp av inspelning av intervjun så slipper den som utför intervjun att föra anteckningar utan kan fokusera på de bakomliggande känslorna i varje enskilt svar hos respondenten och ställa eventuella följdfrågor (Bryman och Bell, 2013). Då de var två intervjuare i studien fokuserade ena ansvariga på att föra anteckningar trots inspelning för att fokusera på att urskilja emotioner i respondenters reflektioner.

### 3.5.3. Analysering av data

Den genererade empirin i denna studie grundas i respondenters egna insikter och vad respondenterna upplever som deras sanningar. Varje utförd intervju transkriberades direkt efter varje utförd intervju, vilket underlättade kodningsprocessen avsevärt. Då fokus i studien var att hitta faktorer som respondenter anser missgynnande med ekologiska livsmedel var det dessa reflektioner hos deltagare som kodades och analyserades i första



hand. Med hjälp av tydliga, kodade transkriberingar underlättades processen att urskilja snarlika åsikter mellan respondenterna. Deras åsikter kunde sedan presenteras med tydliga citat som understryker vad respondenterna har sagt. Tydlig transkribering hjälper också ansvariga för studien att ej tolka respondenters utläggande utan håller sig saklig och sanningsenlig till faktiska uttalanden (Trost 2007). Trost skriver även att transkribering är tidskrävande men den tidskrävande processen ansågs värdefull för att säkerhetsställa att reflektioner hos respondenter ej misstolkas eller förbises. Vidare har en öppen kodning använts för att enklare kunna analysera de insamlade data som intervjuerna inbringat. Öppen kodning är en del av den grundade teorin, och menar på att analysen av de data som studien använder sig utav startar redan vid att första frågan ställs under första intervjuen, och avslutas först när studien är slutförd (Bryman och Bell, 2013). Inom öppen kodning så jämförs ständigt data från olika tillfällen mellan varandra och gemensamma nämnare kan urskiljas. När man studerar och kodar det insamlade materialet byggs flera olika samtalskategorier upp som är grundpelaren i studiens analys (Corbin och Strauss, 1990).

#### 3.5.4. Etiska riktlinjer

Kvalitativa intervjuer förespråkar en dialog mellan individer, vilket leder till att det är väsentligt att deltagarnas integritet bevaras. Då intervjuer önskar ta del av privata värderingar och beteenden krävs det att ansvariga för studien ständigt har etiska riktlinjer i åtanke. Bryman och Bell (2013) poängterar att en intervju eller observation stör vardagslivet för respondenten och är ett intrång på individers privatliv. Då intervjuer kan väcka upp känslig information eller jobbiga minnen för deltagaren skriver Trost (2007) att det är viktigt att fråga intervjupersonen i ett tidigt skede om deras samtycke och att även informera att all information som delges är konfidentiell. Även Kvale och Brinkmann (2009) skriver i deras litteratur att etiska dilemman är ett ting som påträffas under samtliga faser i undersökningsprocessen och bör ständigt vara i åtanke. Bryman och Bell (2013) analyserar etik och ger etiska exempel samt krav som presenteras med hjälp av flera punkter. Punkter som diskuteras är: Informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitets- och anonymitetskravet, nyttjandekravet samt falska förespeglingar.

*Informationskravet* fastställer det faktum att de som ansvarar för studien skall presentera och fastställa att de som är delaktiga i studien har delgivit information om vad som är studiens syfte. *Samtyckeskravet* innebär att de som har frivilligt valt att delta i studien är medvetna om att om så önskas så har de rätt att inte längre delta i studien om detta är vad intervjupersonen önskar. Att välja att inte längre delta skall vara möjligt under studiens samtliga faser och även mitt under en intervju. Kvale och Brinkmann (2009) skriver också att det är essentiellt att i studiens start fas vara medveten om de konsekvenser ett deltagande kan medföra för medverkande. *Konfidentialitets- och anonymitetskravet* är en viktig punkt då respondenter delger känslig information så är det viktigt att ansvariga för studien behandlar de insamlade data från deltagare varsamt. Konfidentialitet är mycket viktigt och säkerhetsställer att obehöriga ej får tillgång till information som är känslig. *Nyttjandekravet* fastställer att information endast får användas i studiens syfte och skall ej nyttjas utanför dess användningsområde. I studien ska inte information delas ut som ej är sanningsenlig och som kan förvirra deltagarna, vilket sammanställs i punkten *falska förespeglingar*. Kvale och Brinkmann (2009) anser också att de som ansvarar för studien bör beakta vilka konsekvenser en publicering kan innefatta för de deltagare som delgivit data. Det är även viktigt att



analysera den population eller urval som respondenter representerar då kan informationen vara skadlig för denna grupp.

För att undvika eventuella etiska dilemman så har ansvariga för denne studie analyserat etik och säkerhetsdata under studiens samtliga faser. Inför studien lästes litteratur som behandlar etiska riktlinjer för att säkerhetsställa att studien utförts på ett vetenskapligt sätt. Samtliga deltagare som delgivit reflektioner och insikter är helt anonyma i denna studie, vilket är för att bevara den integritet som anses som ett etiskt krav i studier. Samtliga deltagares namn kodades direkt för att obehöriga ej skulle kunna koppla reflektioner till någon individ. Att skydda individens identitet bör vara av hög prioritet i en studie (Bryman, 2011). De deltagare som valde att delge sina reflektioner fick information i förväg om att studiens syfte samt tidsramen för intervjun. Respondenter fick även information om att deras information skulle behandlas anonymt under hela studien och endast användas för studien. Deltagare fick även möjligheten att välja att sluta sitt medverkande när så önskades under hela studien. I denna studie valde samtliga intervjupersoner att ej avbryta sitt medverkande, men hade så önskats av någon respondent hade deras reflektioner ej används till studiens analys.

Kvale och Brinkmann (2009) skriver att det är viktigt att ständigt bevaka ifall respondenter delger någon känslig information. Känslig information skall endast publiceras när respondentens godkännande har säkerhetsställts, vilket alltid varit ett krav i denna studie. Information kring intervjun skickades i förväg till intervjupersoner där processen över intervjun klargjordes för kandidaterna, information om intervjun går att se i bilaga 1. Informationsbladets syfte var att tydliggöra studiens syfte samt att inge ett förtroende för studien. Det ansågs vara oetiskt att inte delge varför respondenter deltar i studien men en förhoppning var även att deltagare fick möjlighet att reflektera i ämnet i förväg. Skulle inte deltagare få någon information skulle samtliga insikter gjorda av respondenter vara improviserade. Det finns naturligtvis önskade effekter av att inte ge ut sådan information och få spontana reflektioner, men det ansågs att en sådan effekt skulle kunna ge upphov till att respondenterna söker efter att ge de mest korrekta svaren. Respondenterna kan också få ett upplevt behov av att endast generera svar, trots att det inte är deras originella ståndpunkt då de blir nervösa vid avsaknad av ett förtydligande syfte med intervjun. Det finns även risk att intervjun ej upplevs bli av godtycklig kvalitet då det kan förekomma deltagare som ej har insikt i ämnet eller besitter intresset att diskutera ämnet. Det kan således ge färre intervjuer av god kvalitet till ämnet, vilket därmed blir en tidskrävande process.

## 4. Analys

I detta kapitel så presenteras de analyser som utförts utefter de reflektioner som medverkande har delat med sig av under intervjuer. Det är här som resultat lyfts fram och bearbetas utefter uppsatsens teoretiska referensram.

---

### 4.1 Inledning

Analysen har fördelats i flera kapitel och har namngetts och kategoriserats utefter respondenternas svar i denna studie. Analysen inleds med kapitlet "En djungel av märkningar", vilket är kapitlet där respondenters uppfattningar kring olika märkningar presenteras. Nästa del heter "Vanans makt" och det är här som deltagares konsumtionsvanor presenteras och diskuteras. Nästa kategori i analysen benämns som "Prisets makt", vilket fördjupar sig i de ekonomiska resonemang som respondenterna för fram under intervjuerna. Resonemangen kan både innefatta positiva aspekter men även upplevd kritik gentemot ekologi. Kategorin "social makt" presenterar hur individens sociala samvaro påverkar individen när val skall göras. Nästa kapitel, "Kunskapens makt", behandlar hur kunskap och insikt i ämnet påverkar livsmedelsval. Den sista kategorin analyserar respondenternas resonemang kring "Nyttans makt" och har fördelats upp i två separata delkapitel, hälsa och hållbarhet. Kapitlen diskuterar upplevda fördelar och nackdelar när ekologiska och konventionella varor jämförs.

### 4.2 En djungel av märkningar

En tydlig negativ aspekt till konsumtionen av ekologiska livsmedel som uppdagades i intervjuerna är den upplevda problematik som finns bland de olika märkningar som finns samt innebörden till dessa. De flesta deltagarna i intervjuerna kände till Kravs ekologiska märkning, men andra betydande märkningar såsom Fairtrade, EU-lövet, MSC-märket med flera ej uppmärksammades i lika stor utsträckning av respondenterna. Att vissa märken exkluderas tyder på ett visst kunskapsgap hos konsumenterna (det bör poängteras att exempelvis Fairtrade i de flesta fall inkluderas i det ekologiska perspektivet under intervjuer).

Intresset att handla ekologiskt finns hos de flesta som deltog, men komplexiteten bland de märkningar som finns kan ha en avtrubbande och oönskad effekt på konsumenten då de kan uppleva flera märkningar som förvirrande, vilket gör det svårare att bygga ett förtroende för produkten.

*"Okej, jag har faktiskt inte så bra koll på de olika märkningarna. Det är lite för krångligt också att köpa"* (Respondent 1, 2015-04-13)

Denna problematik med märkningar över hållbara produkter kan dessutom samföras med en bristande förståelse kring de olika märkenas faktiska innebörd. Andra studier har funnit att det förekommer kritik gentemot logotyper av ekologiska varor, (Holmberg et al. 2007, Padel och Foster, 2005) en anledning är att det upplevs som svårt för konsumenten att få information kring innebörden av dem. Det förekommer ett visst motstånd mot ekologiska

logotyper där individer upplever att en märkning av en vara inte spelar någon roll för konsumenten då de inte upplever ett förtroende för dessa markeringar. Det tycks vara en viss informationsbarriär som hindrar individer att särskilja markeringar:

*”Anledningen vad jag tror med ekologiskt att jag inte köper är för att priset är ofta är ganska mycket högre. Och det är inte det som. För mig är det samma produkt, du kan aldrig kolla”. (Respondent 2, 2015-04-20)*

Individen uttrycker tydligt att det är svårt att avgöra om det förekommer någon autentisk skillnad enbart baserat på en markering. Respondenten menar på att det i dagsläget inte finns någon garanti att det högre priset garanterar att individen får det som denne betalar för.

Många deltagare i studien upplevde att en bred utsträckning av olika markeringar innebär att det blir problematiskt att särskilja olika markeringar, men det tycks även bli svårt för dem att säkerhetsställa hur autentisk en sådan markering är mängden märkningar kan vara överväldigande enligt respondenterna. Det fanns även intervjupersoner som uttryckte att de tyckte att markeringarna endast var positiva och inte erhöll någon förvirring och gav positiva signalement som ökade chansen för att konsumera dessa varor. De individer som visade på en tydlig kunskap kring olika markeringar var också de som ansåg att markeringarna kunde utgöra ett mervärde för personen. Respondenter lyfte även upp andra positiva aspekter gentemot de breda utbudet av olika märken och menade på att det stora antalet av olika markeringar är positiva för de som har ett intresse för olika markeringar. De positiva individerna uttrycker även att det är viktigt att de olika märkena som inkluderas i förpackningar måste genomsyra hela företagets policy och inte bara stå på en förpackning som en metod för ökad försäljning.

#### 4.3. Vanans makt

Många deltagare i studien upplevde att deras vanor styrde deras konsumtionsval i bred utsträckning. I enlighet med tidigare studier benämns svårigheten i att frambringa ett nytt beteende för en konsument, ännu svårare är det att få det nya beteendet att bli en del av individens nyetablerade rutin. Många som deltagit i studien förklarar att när de väl äntrar livsmedelsbutiker anser dem sig själva som mycket fokuserade på att införskaffa sina redan utvalda varor, vilket ger individen ett mindre utrymme för att samla in ny information om andra produkter. Många deltagare i studien förklarar även att handla i en affär skall oftast gå fort, vilket individerna menar på gör det svårare för dem att ta in nya intryck väl inne i butiken.

Många respondenter i denna studie uttrycker att de gärna samlar in information om varor och produkter när de läser butikens informationsblad, vilket även kan stimulera till att de köper ett nytt livsmedel de annars ej skulle pröva. Vissa deltagare i studien hävdar även att informationsbladen som finns att tillgå för respektive butik är ett utmärkt medium för att få individer att finna nya ekologiska eller närproducerade produkter som de vill stödja. Annars anser deltagare i studien att andra viktiga källor till att pröva nya produkter kommer ifrån sociala medier, nära omgivning och även deras rekommendationer. Sociala medier som

oftast omnämns under intervjuer menar respondenter är en utmärkt medium för att hitta nyheter som berör livsmedel.

Många individer som delgivit reflektioner har skilda uppfattningar gentemot hur mycket som de påverkas av externa påtryckningar, något som diskuteras senare i detta kapitel. Många individer upplever att de gärna lyssnar på reflektioner för att möjligtvis testa nya varor men respondenten tror samtidigt att en vana kan vara besvärlig att bryta. Många deltagare upplever att det kräver rekommendationer från flera personer och inte bara ifrån en individ för att en vara skall vara tillräckligt lockande för att prova en ny produkt. Även om respondenten testat en ny vara så behöver inte detta test av en ny produkt innebära att den gamla varan är ersatt, individer kan enkelt efter ett provförsök återgå till att konsumera den gamla produkten.

*”Det skulle vara rekommendationer i sådanafall. Från familj eller vänner som säger, nämen prova den här produkten, den är jättebra, prova den, och sen om jag provar den och tycker att den känns vettig så skulle jag förmodligen fortsätta att köpa den produkten. Men jag skulle inte själv få ett infall att det här skulle jag prova. Liksom, som sagt, jag vanehandlar”.* (Respondent 4, 2015-04-28)

Magnusson et al (2001) diskuterar att det förekommer en viss skillnad mellan olika generationer till vad som motiverar dem till att konsumera ekologiska livsmedel. Äldre generationer styrs exempelvis av hälsoaspekter som motiverar till ekologisk konsumtion i studien. De yngre konsumenterna i studierna motiveras av miljöfaktorer, vilket stimulerar dem till konsumtion. Det är essentiellt att förstå vad en konsument letar efter i en vara för att kunna motivera dem till ett köp, vilket alltid är en komplex process. Någon skillnad hos olika generationer kunde dock ej urskiljas ur studiens sju deltagare. Vad som motiverade samt fick konsumenten att ta avstånd från en ekologisk konsumtion kunde ej sammanföras med ålder i denna studie. De äldre deltagarna i denna studie upplevde att ekologi både hade hälsomässiga samt miljömässiga fördelar, inte bara hälsomässiga som bland annat Magnusson et al (2001) föreslår. Det bör även tas i beaktande att av alla de äldre som deltog i studien så förekom det individer som ej upplevde en stark samhörighet till en ekologisk konsumtion. De som ej såg sig som ekologiska konsumenter uppmärksammade att de inte upplevde någon skillnad mellan ekologiska och konventionella varor.

En annan deltagare i studien uttrycker att det kan vara svårt för äldre att ta del av all information som den ekologiska framfarten innebär då det kan tyckas att informationen inte är av intresse för individen, och därav skapa ett ointresse:

*”Hmm, jag har ju hört eller läst att äldre personer ser väldigt konservativt på ekologiska produkter eftersom de inte kanske förstår skillnaden, jag tror jag har läst en intervju jag kommer inte riktigt ihåg men det stod att äldre har svårt att ta till sig informationen och förstå varför de skulle välja en ekologisk produkt istället”.* (Respondent 4, 2015-04-28)

Den skepticism som respondenten uttrycker att äldre erhåller kan bero på ett upplevt stort gap mellan attityd och handling för de äldre. De äldre kan uppleva ett nytt konsumtionsmönster som krävande, då människan i regel följer gamla vanor och individer

reflekterar oftast inte över sina rutinmässiga inköp. Att bryta inrotade vanor gör det komplicerat att komma till handling för individer och är en långsam process. Att byta rutiner kan innebära att individer upplever låg eller ej existerande kontroll över situationen, vilket gör det svårare att finna motivation för att utföra en gärning som bryter detta mönster. Då är det oftast lättare för individer att kritisera det okända och nya för att rättfärdiga sitt nuvarande konsumtionsmönster.

De människor som ej känner att de har god kontroll över en situation har onekligen svårt att finna motivation för att fullborda sitt beteende, oavsett hur deras attityd må vara. Att en negativ upplevelse skapar en låg motivation kan jämföras med om hur stark förmåga individer anser sig ha att övervinna ett hinder. Ett problem vars hinder anses omöjligt att övervinna blir oftast svårare att fullborda eller initiera. Den låga motivation som en individ känner för att övervinna ett svåröverkomligt hinder kan enkelt appliceras på teorin som Ajzen (1991) presenterar där alla individer har en viss mängd energi för att utföra ett beteende.

#### 4.4. Prisets makt

Flera av de intervjuade nämner även att priset spelar en avgörande roll till varför de inte köper mer ekologiskt, men att det samtidigt kan inneha ett mervärde för konsumenten att konsumera mer eller enbart ekologiska livsmedel. En aspekt som flera respondenter inräknade i kalkylen av prisbilden på olika livsmedel var kvaliteten på varorna. Det föll naturligt för många medverkande att kvalitet kunde kosta extra. En produkt som såg attraktiv ut och lyckades även förmedla kvalitet ansågs skapa en mindre priskänslighet hos respondenterna än produkter som inte förmedlade någon sådan känsla. En annan aspekt som påverkade hur priskänslig en individ är grundar sig i dess fritidsintressen. Ett personligt intresse för hälsomässiga och ekologiska produkter gör att dessa livsmedel prioriteras högre än andra livsmedel. Ett intresse gör att det ställs högre krav på livsmedlet som således bör förmedla en högre kvalitet då det faktiskt är produktens kvalitetsattribut som avgör produktvalet för individen.

Intervjupersonerna upplever priset som ett stort problem för en ökad ekologisk konsumtion oavsett den ekonomiska stabilitet som urvalet innehar, något som även tidigare studier påvisat (Padel och Foster, 2005; Holmberg et al., 2007). Det bör dock poängteras att det förekom respondenter som ansåg att det krävdes ett märkbart högre pris innan de skulle uppleva ett behov av att avstå ifrån de ekologiska motsvarigheterna till de konventionella varorna. Det förekom även de respondenter som förklarade att priset ej var en avgörande faktor då de såg den ekologiska konsumtionen som en del av ett ansvarstagande för hållbarhet som alla borde efterfölja. En intressant aspekt som grundar sig i det högre priset men även kan sammankopplas med sociala faktorer är att ekologiska livsmedel kan upplevas som en statussymbol. Med statussymbol menas att det är de som har råd som kan köpa dessa varor för att uttrycka sin ekonomiska starka ställning inför andra menar en av deltagarna i studien. En respondent uttrycker sina reflektioner kring att ekologi har fått nya innebörder där varken hållbarhet eller hälsan bidrar till ett köp utan kan istället ses som en självbildsfrämjande konsumtion. Respondenten menar på att det finns många individer som ej tänker på hållbarhet utan konsumerar endast ekologiska varor för att uttrycka sin förmögenhet eller status som bakomliggande motiv.

*”Sen är det nog en klassfråga, ekologiskt är status men det kostar mer. Det kanske är därför många rika köper ekologiskt, för att det är en statusgrej, inte för att dem vill miljön väl. /.../ Dem köper ekologiskt och så har dem gjort sitt.”*  
(Respondent 5, 2015-04-30)

Enligt respondenten så kan den prestige som en ekologisk och hållbar konsumtion leder till, vara ett av de primära skälen till att en individ konsumerar ekologiska livsmedel.

## 4.5 Social makt

### 4.5.1 Medmänsklighet

Ur respondenternas svar så tydliggörs en viktig motivering som får deltagare att överväga de ekologiska eller liknande varor är en medmänsklig faktor, vilket inte kan kategoriseras som varken ekonomiska- eller hållbarhetsfaktorer, utan är sociala aspekter som motiverar individen till ett köp. Medverkande i studien anser att ekologi och andra markeringar bidrar till andras välbefinnande, vilket många nämner är något ovärderligt. Den respons som individen framför utgör inte enbart ekologi utan många upplever och delar även en mycket positiv respons gentemot markeringar som exempelvis ”Fairtrade”. Sådana markeringar går ofta ”hand i hand” under intervjuerna och respondenter nämner gärna båda dessa markeringar i olika exempel och sammanhang.

*”/.../ jag såg ju att ett livsmedelsföretag börjar ju sälja ekologiska Fairtradebananer igår. Men sen finns ju exempelvis ett konkurrerande företag som inte säljer ekologiska bananer och sånt kan störa mig när jag vill ha bananer. För idag har det ju blivit så stort att man ska köpa ekologiska bananer och jag kan har svårt att köpa en oekologisk banan så även om det är det jag är sugen på så går jag oftast där ifrån för jag vet om konsekvenserna och jag kan inte med för jag vet ju vad konsekvenserna av en oekologisk banan är för individerna som besprutar dem och.. Nämen det är jättebra med märkning”. (Respondent 4, 2014-04-28)*

### 4.5.2 Social påverkan

En återkommande aspekt som flera respondenter reflekterar över som påverkar deras val är sociala faktorer. En respondent uttrycker den sociala påverkan som förändrar individens val av livsmedel med en återberättad upplevelse.

*”/.../Jag mötte henne på Ica, hon bara ”står du här och tittar på såna grejer?” Jag bara, ”tänkte grilla fläskfilé liksom...” - ”Vet du, vad dem här, du vet..” Så jag bara lade tillbaks det och tog det svenska köttet..”. (Respondent 2, 2015-04-20)*

Reflektionen på den sociala påverkan stämmer även överens med Wardes teori, vilket diskuterar hur ens frihet att konsumera också frambringar en viss skyldighet att konsumera såsom normer föreskriver. Reflektionen ovan handlar om när deltagaren blir ertappad i butiken då hon möter en bekant, som påpekar de negativa aspekterna som i detta fall gäller

de utländska köttprodukterna. Händelsen som respondenten upplevde under tiden då val av livsmedel skulle utföras var såpass avgörande att det överskred alla andra faktorer som tidigare utgjorde grunden för livsmedelsvalet. En sådan förändring av val påvisar att sociala faktorer utgör en essentiell funktion kring individens köpbeteende. Händelsen ovan är ett tydligt exempel på hur konsumenter formar sin konsumtion baserat på sociala normer. Känslan att göra fel val överstiger således den prismässiga förlusten som individen upplever. Ur detta påvisas ett tydligt samspel mellan ekonomisk vinning och sociala samhörighet, något som inte uppmärksammats i tillräckligt hög utsträckning i tidigare studier. Sociala influenser från bekantskapskretsen en aspekt som samtliga respondenter nämner att dem påverkas av. Familj och vänner som konsumerar en hög andel ekologisk påverkar respondenter i form av en snöbollseffekt till att få individen att konsumera mer ekologiskt. Den sociala aspekten är en viktig faktor som även går att urskilja ur tidigare citat där individens val förändras på grund av starka sociala påtryckningar.

#### 4.6 Kunskapens makt

Ett tydligt tema som uppmärksammades är att de flesta anser att det krävs en högre grad av kännedom kring ekologiska livsmedel för att skapa ett större intresse för ämnet. Enligt tidigare studier har det funnits en tendens att människor med högskoleutbildning har haft ett större intresse för de ekologiska livsmedelsvalen (Aertsens et al., 2010). De intervjuade upplevdes ej följda detta mönster då det förekom de som hade intresse och de som ej hade intresse oavsett tidigare utbildning, varpå författarna anser att en sådan aspekt ej har någon relevans till studien. Vad som däremot vore mer intressant är att studera individernas beteende ur ett specifikt sammanhang i form av etnografiska studier ur individens vardag.

Respondenter uttrycker att det är svårt att fastställa vad som verkligen är bra eller mindre bra, även om informationen kan först tolkas som någonting bra. En respondent exemplifierar den komplicerade avvägningen som konsumenterna ofta måste stå inför.

*”Det är ju media vi måste utgå ifrån och sen kan vi ju inte alltid förlita oss på media. Så kanske närproducerat behöver ju inte alltid vara det bästa alternativet. Men långa transporter är kanske inte det bästa alternativet i andra fall men det är svårt för oss konsumenter att veta vad som är bra”. (Respondent 4, 2015-04-28)*

Intervjupersonen menar på att det är svårt att garantera att någonting är bra för miljön, även om produkten uttrycker att så skall vara fallet. Respondenten nämner även att det är svårt att veta vilken ”kanal” som är en trovärdig källa till information. Många deltagare intygar att de inte vet hur de ska garantera att en produkt är vad den uttrycker att den ska vara. Vissa menar på att även om ekologi är positivt så kan produkten medföra andra konsekvenser för klimatet i form av exempelvis långa frakter, vilket då kräver en avvägning för konsumenten. Respondenterna uttrycker ett visst motstånd som grundar sig i ekologiska produkter som inte produceras inom landet eftersom livsmedlet då behöver fraktas en större sträcka än det konventionellt odlade alternativet. Den långa frakten leder till att konsumenterna ser det importerade ekologiska alternativet med skepticism, och kan således skapa en form av misstroende för produkten. Respondenterna menar på att det är svårt att

veta vad som är bäst mellan en ekologisk produkt som fraktats långt eller ett konventionellt odlat livsmedel med kortare frakt. De här reflektionerna och ständiga avvägningarna går att finna hos de som konsumerar ekologi men även hos de som ej konsumerar ekologi lika rikligt.

Flera av respondenterna som deltog i undersökningen uttryckte sig på sådant sätt att en hög kunskap inom ekologiområdet kunde utrönas. Den höga kunskapen som innefattades hos intervjudeltagarna bör korreleras med deras intresse och utbildningsval, vilket var utbildningar som behandlade ämnet ekologi och hälsa. Det bör därmed poängteras att den höga kunskapsnivån kan sammankopplas med val av utbildning, vilket hos denna respondent behandlade livsmedel och hälsa. Vad en ökad kännedom leder till torde vara att individers fördjupade kunskap bidrar till att intresset för ekologiska livsmedel ökar i takt med att personen i fråga får ett ökat intresse kring ämnet.

## 4.7 Nyttans Makt

### 4.7.1. Varaktighet

Individer upplever skillnader mellan de ekologiska varorna kontra de livsmedel som är konventionellt odlade om dessa varor ställs bredvid varandra. En individ i intervjun nämnde dels att ekologiska produkters hållbarhet ofta upplevs som sämre, eftersom de innehåller mindre kemiska motståndsmidlen mot bakterier vars avsaknad kan skapa ett mindre attraktivt utseende. Utseende och konsumtionsval bör inte ses som något nytt hos konsument, utan individer kommer tidigt i kontakt med en viss norm kring utseendet på produkter och livsmedel och får således kännedom om hur olika objekt bör se ut, vilket inte alltid stämmer överens med ett hållbarhetstänk då mer livsmedel kommer att slängas. Vid vidare utfrågning av andra intervjupersoner fann skribenterna inte någon tydlig skildring till denna aspekt, men som samtidigt kan anses vara intressant för fortsatt forskning. Respondenter förklarar att det finns viss problematik med besprutade grödor. Respondenterna uttrycker att de icke ekologiska varorna kan generera mer svinn då rädslan för restämnen från besprutningar tvingar dem att skära bort skal från grönsaker innan förtäring. Att behöva skala grönsaker innan användning blir också mer tidskrävande än om rädslan för bekämpningsmedel ej skulle ha funnits. Respondenterna menar på att rädsla för bekämpningsmedel blir irrelevant vid ekologiska inköp och på så sätt sparar individen tid.

### 4.7.2. Hälsan

Många respondenter delger under intervjuer att de upplever att ekologiska produkter är en stimulerande väg till en mer hälsosam livsstil. Att hälsoaspekterna motiverade respondenterna att handla ekologiskt var framträdande, dock kunde ej hälsoaspekterna fastställas som majoritet hos någon specifik åldersgrupp, utan förekom som motivation hos många oavsett ålder. Individer i samhället idag har ett starkt intresse av en hälsosam konsumtion och nya hälsotrender är ett ständigt återkommande inslag i människors vardag. Intresset för en hälsosam livsstil eller en hälsosam konsumtion har fått ett ökat intresse på senare tid.



## 4.8 Sammanställning av analys

Individer konsumerar och inhandlar varor baserat på flera faktorer som påverkar varje gång ett val görs. Dessa faktorer inkluderas i följande tabell och är utformad utefter denna studies respondenters insikter:

Begrepp	Förklaring
Intern och extern social påverkan	Hur individen rationaliserar sitt beslut utifrån sin egna ideala självbild samt den sociala ideala självbilden. Externa faktor är exempelvis kunskap om Fairtrade och viljan att skapa social hållbarhet globalt.
Ekonomisk påverkan	Priset på en ekologisk vara är nästan uteslutande högre, och detta påverkar individens köpbeslut mycket.
Vanans påverkan	Hur vanan påverkar konsumenten till att köpa samma produkter utefter dess tidigare vanor. Vanan är ofta ett hinder för ekologisk konsumtion.
Kunskapens påverkan	Hur individens kunskaper kring ekologi och hållbarhet påverkar konsumentens beslut.
Påverkan genom miljöfaktorer	Här samspelar de faktorer som innefattar miljön. Ofta är denna en faktor som påverkas av intern och även externt socialt samspel.
Påverkan av upplevd uppoffring	Avvägningar av fördelar och nackdelar mellan ekologiskt och konventionellt odlade livsmedel, exempelvis hållbarhetstiden, avsaknaden av besprutningsmedel i produkten eller den ekonomiska uppoffringen.

Tabell 6.1 Förklaring för olika påverkningar som individen utsätts för vid ekologisk konsumtion

Tidigare analyserade studier som berör ekologi har fokuserat övervägande på de ekonomiska aspekterna kring och hur individer konsumerar livsmedel. Denna studie syftar till att förminska de ekonomiska aspekterna för att komma underfund med de bakomliggande aspekterna kring hur individer konsumerar ekologiska livsmedel. Flera olika aspekter styr individens val av livsmedel, och i tabellen står det beskrivet de mest relevanta.

## 5. Diskussion

*I detta kapitel reflekterar författarna över studiens empiriska delar och för diskussion över insamling av data.*

---

### 5.1 Inledning

I det här kapitlet diskuteras och författarna reflekterar över uppsatsens samtliga delar. Denna studie fokuserade på att försöka få en ytterligare fördjupad bild över den ekologiska framfarten på marknaden. Att finna fler avvikelser som påverkar konsumenter till att bortse från de ekologiska livsmedlen är viktigt. Att studera de som befinner sig i en ekonomisk stabil situation har varit en metod som underlättar att minimera de ekonomiska faktorerna så att de andra faktorerna fördjupas.

### 5.2 Metoddiskussion

En ständig fråga i de kvalitativa studierna är att veta när det insamlade materialet är mättat. En mättad insamling innebär att datainsamlingen är i en så hög kvalitet att nya insikter ej genereras ifall fler intervjuer skulle utföras (Bryman och Bell, 2013).

Ekologi är ett mycket aktuellt ämne i samhällsdebatter och kommer ofta på tal i diskussioner. Det faktum att ekologi är aktuellt i debatter bör beaktas och ej bortses ifrån i en studie. Att ekologi är ett laddat ämne och att deltagare i studien är medvetna om att de intervjuas kan skapa ett behov hos respondenten att förmedla de svar som tros är det mest korrekta. Ett sådant beteende är ett erkänt faktum då en intervju förekommer i en konstlad miljö, vilket inte hör till respondentens vanliga sysslor (Bryman och Bell, 2013). Ett försök till att minimera dessa effekter har tillämpats av ansvariga för studien via att börja intervjun med generella frågor att besvara som ej berör ämnet ekologi. En förhoppning med de mer generella frågorna har varit att intervjupersonen intar en mer avslappnad roll inför intervjun och skall ej känna behov av att generera de "korrekta" svaren. För att inte frambringa känslan av en konstgjord miljö har också miljövalet beaktats under studien. Utförda intervjuer har fullgjorts i respondentens naturliga miljö i ett försök att få intervjupersoner att kunna slappna av. Lantz (2007) skriver att ett vanligt misstag i studier med intervjumetoder är att själva datainsamlingsprocessen påbörjas i för tidiga faser i studien. Det är lätt att de intervjuer som utfördes för tidigt blir bristfälliga och inte besvarar alla frågeställningar som skall besvaras. Ett försök att minimera denna problematik gjordes via att utföra pilotintervjuer innan de riktiga intervjuerna utfördes med förhoppning att minimera denna typ av hinder.

Den kvalitativa metoden får utstå kritik som är viktigt att ta i beaktande tidigt i studiefasen. Forskningsmetoden får kritik för att kunna bli subjektiv. När en forskning blir subjektiv så innebär detta att egna uppfattningar gjorda av författarna eller deras åsikter lyser igenom studien (Bryman och Bell, 2013). Att ingen påverkan sker i studien är näst intill omöjligt att exkludera helt, men har försökt motverkas i största mån under studiens samtliga faser. Ansvariga för denna studie har tidigt uppmärksammat att eventuella förkunskaper kan förekomma och försökt minimera den eventuella påverkan de kunskaperna kan göra på

studieresultatet. Att hitta litteratur som är neutral, kritiserar och hyllar den ekologiska framfarten är en viktig process inför att inta en neutral inställning gentemot ämnet.

En intervju och i synnerlighet de mindre strukturella intervjuformerna kan enkelt påverkas av intervjuare vilket kan ske både medvetet men även omedvetet vilket också bör tas i beaktning. I en semistrukturerad intervju som nyttjades i denna studie förekommer en interaktion mellan respondent och studieansvarige. Interaktionen kan enkelt påverkas via hur den ansvarige uppmärksammar respondentens svar (Kvale och Brinkmann, 2009). De svar som anses intressanta uppmärksammas och de svar som respondenten delger som ej anses relevanta minimeras, vilket avgörs av ansvariges förkunskaper till ämnet. I en intervju sker en social kommunikation där både verbala ord och kroppsspråk används. Det sker en förståelse mellan intervjuperson och respondent, vilket också påverkar hur berikande intervjun blir (Lantz, 2007). En sådan kommunikation gör att det kan bli svårt att veta när intervjun påverkas av intervjuansvarige, men även när respondenten påverkar intervjun. En medvetenhet att en påverkan kan ske är en viktig process för att undvika denna eventuella påverkan.

Denscombe (2009) skriver att semistrukturerade intervjuer har en tendens att ge icke standardiserade svar och kan därmed bli svår att uppnå objektivitet då varje intervju är unik när den inte har tydlig struktur. Objektivitet tros ha uppnåtts då opartisk inställning alltid intagits i största möjliga mål. Det förekommer alltid en viss påverkan i alla studier, vilket bör tas i beaktande då alla kvalitativa studier kräver utrymme för tolkning. Men en medvetenhet kring processen torde ha reducerat den grad av påverkan som inkluderas.

Bryman och Bell (2013) skriver även i sin bok att kritik finns gentemot den kvalitativa metodens förmåga att bli replikerad av senare forskare. Författarna menar på att strukturen ej är tillräckligt tydlig och det är svårt att inkludera alla bakomliggande emotioner i en rapport. De understryker också det faktum att egenintresset av de som utför studien genomsyrar forskningsresultatet då det är de ansvariga som uppmärksammar den data som anses mest relevant för resultatet. Att använda semistrukturerade intervjuer gör även att replikationer försvåras för andra som skall kunna återskapa studien. Ingen intervju kan se likadan ut då en intervju bygger på en social interaktion med många interna och externa faktorer som påverkar hur intervjun fortskrider. Med hjälp av en noggrann analys av transkriberingar har deltagares emotioner och åsikter försökt analyseras så neutralt som möjligt där ansvariga för studien ständigt eftersträvat en neutralitet för att inte applicera egna tolkningar på svaren i intervjun.

Under flertalet av intervjuerna uppmärksammades att flera respondenter upplevde ett behov av att säkerhetsställa att de införskaffade ekologiska livsmedel. Behovet tros härstamma ifrån det faktum att frågan är laddad, vilket kan göra att intervjupersoner som deltar i studien upplever intervjun som kritisk gentemot deras icke ekologiska konsumtion. Ett försök att minimera denna effekt gjordes genom att säkerhetsställa för respondenterna att intervjun ej försökte vara kritisk gentemot individers icke ekologiska konsumtion. En annan metod för att säkerställa att inte deltagare upplevde kritik gentemot deras konsumtion var att framföra intervjufrågor vars formulering ej erfor kritiska för deltagare i studien. Att vara objektiv under en intervju är en viktig insikt, utan objektivitet kan resultatet påverkas.

I denna studie så valdes ett urval från populationen med hjälp av ett bekvämlighetsurval, vilket är ett urval som motiveras för dess tillgänglighet och även för att den underlättar processen att enkelt finna lämpliga deltagare, men även ett snöbollsurval för att expandera antalet lämpliga respondenter nyttjades. Ett snöbollsurval ansågs lämpligt för att accelerera processen att hitta lämpliga deltagare (Bryman och Bell, 2013). Ett bekvämlighetsurval kan få utstå kritik då det är problematiskt att avgöra hur representativt urvalet kan anses vara när slumpen har avgjort vilka som deltar i studien. Trost (2007) poängterar dock att kvalitativa studier ej har samma intresse för att skapa en statistiskt representativt urval. I kvalitativa studier bygger data på reflektioner och individers egna sociala upplevelser, vilket motiverar för mer variation i urvalet och det viktigaste kan istället vara att hitta olika typer av individer. Istället motiverar Trost (2007) att det angivna urval som är representativt för studien skall vara heterogent inom den utgivna ramen av urvalet. Författaren menar på att det viktigaste är att de som utför en studie är medvetna om vilken ramen för population eller urvalet är och att de som deltar i studien är några som passar in i denna ram. Därför ansågs ej bekvämlighetsurval påverka utfallet av studien ifall studien höll sig inom ramen, vilket var att reducera ekonomiska incitament i respondentens reflektioner.

### 5.2.1 Validitet, replikation och studiens trovärdighet

Att uppnå en god validitet bör eftersträvas i alla studier. Utan en god validitet är det omöjligt att presentera slutsatser som kan anses respektabla eller trovärdiga (Esaiasson et al., 2012). Att begränsa populationen med ett bekvämlighetsurval problematiserar validitet och även replikation, det blir således mer problematiskt att garantera att urvalet är representativt. För att sammankoppla urvalet med populationen skapades en grupp som ansågs vara representativ den population som skulle studeras i denna studie. Med hjälp av en sådan grupp så garanteras att de som deltar har ett kriterium innan de inkluderas i studien och de som ej ansågs representera urvalet kunde enkelt på detta sätt förbises.

Ett bekvämlighetsurval som nyttjades i denna studie motiverades då processen att finna lämpliga kandidater lätt blir en resurskrävande del av uppsatsen. Den begränsade tiden önskades användas till att generera empiri och slutsatser. Ansvariga för studien ansåg att urvalet hade en tydlig ram, vilket ansvariga för studien höll sig inom. På så sätt ansågs urvalet vara representativt. Urvalet var att söka individer med en stabil ekonomi och som motsvarades av en heltidsanställning som enda krav. Då urvalet var tydligt fastställt och inte heller i stort behov för slumpmässighet ansågs ej ett slumpmässigt genererat urval behövas. Anledningen till att behovet ej ansågs finnas berodde på att en replikation på ett sådant urval kan anses vara mindre komplicerat än andra urval då enda kravet var en heltidstjänst.

### 5.2.2 Litteratur och teori

Författarnas huvudsyfte med denna uppsats har varit att belysa ett konsumentbeteende kring ekologi och hur ekologiska produkter kan hamna i periferin hos konsumenter. Ekologi är ett frekvent omtalat ämne och debatteras ständigt i olika konstellationer. Ett omdebatterat ämne gör processen av datainsamling mer komplex och långvarig då ett omtalat ämne resulterar till ett stort sållande kring litteratur och forskning. Med hjälp av tydliga frågeställningar och viktiga nyckelord blev resultatet en avsevärt underlättad litteratursökning. Att hitta välformulerade rapporter eller uppsatser för att sedan läsa

källförteckningar bidrog till en tydlig bild om vilka källor som refererades ofta. Att hitta väl refererade källor tyder på att dessa källor är essentiella för att få en korrekt bild av den ekologiska debatten. Ett annat viktigt sätt för att sälla bland källor har varit att nyttja onlinetjänster vars tjänst presenterar hur många gånger olika källor citerats i andra arbeten. Att analysera litteratur eller artiklar som citerats ofta har underlättat avsevärt för att få en överblick över originella men även relevanta källor.

En eftersträvan som varit i åtanke under hela studien var artiklars ålder. Att inkludera för gamla studier tycktes vara tämligen problematiskt då den ekologiska debatten funnit mycket mer utrymme för diskussion de senaste åren. Det bör dock noteras att omdebatterade källor oftast varit av äldre karaktär. Det bör poängteras att den ekologiska konsumtionen kanske ej utgör en väldigt stor andel av livsmedelsinköpen ännu, men dock har troligtvis attityder gentemot ekologi förändrats drastiskt sedan 90-talet. En sådan förändring gör att denna studie har haft stor reservation för att använda för att använda statistik och procentuella enheter från gamla studier, utan nyttjat äldre data som referat för att understryka påståenden istället. Fokus har istället varit att hitta de studier som är mer i framfarten i den ekologiska diskussionen och därmed nyare studier som tar upp ämnet till debatt.

### 5.2.3 Källkritik

De nyttjade källorna i den här studien har i största möjliga mån bearbetats från primärkällor och endast nyttjat information från vad som ansetts som trovärdiga organisationer för att finna kunskap kring den ekologiska debatten. Dock bör det poängteras att i den ekologiska debatten är det oerhört viktigt att inta en kritisk ställning gentemot litteratur innan påläsning i ämnet börjar. Det är oundvikligen så att studier som utförts har gjorts med största passion för det studerade ämnet. En sådan passion kan skapa en inställning vars attityd genererar en färgning, vilket naturligtvis påverkar studiens samtliga beståndsdelar. Denna påverkan kan leda till att studiens författare antar en partisk inställning gentemot det debatterade ämnet. Ansvariga för denna studie anser att det förekommer en viss avsaknad av litteratur vars syfte är att kritisk belysa eventuella hinder eller problematik med den ekologiska framfarten som troligtvis existerar, något som både vore intressant och nyttigt att ta del av. Sådana insikter är essentiella till att få en helhetsbild i ämnet och för att generera nya kunskaper.

## 5.3 Resultatdiskussion

### 5.3.1 Inledning

Denna studie har som tidigare nämnts utgått från ett attityd- och beteendeteoretiskt synsätt, vilket leder till att de teorier som beskrivits är mer eller mindre korrelerade mellan varandra då samtliga teorier förklarar individers psykologiska tillvägagångsätt. Denna korrelation är tydlig att uppmärksamma vid exempelvis det som benämns som attityd-beteende gapet. Studien har fastställt att en individ kan ha viljan och en positiv attityd till konsumtion av ekologiska livsmedel. Den positiva inställningen till ekologiska livsmedel grundas i individens självbild och hur personen vill bli sedd av andra individer i samhället. Beroende på hur viktigt individen anser att en hållbar konsumtion är, kan de ekonomiska incitamenten till att inte handla ekologiskt minskas och således kan gapet mellan attityd och beteende reduceras.

### 5.3.2 Konsumentens vanor och markeringars betydelse

I studien framkommer det i flera intervjuer att det är svårt för konsumenten att särskilja och notera de olika markeringarna som förekommer i dagligvarubutikerna. Precis som Padel och Foster (2005) skriver så förekommer en viss skepticism eller kritik gentemot loggor av ekologi i dagligvarukedjorna. Många olika markeringar bidrar till en skepticism som även påverkar konsumentens "vanemönster", vilket skapar ett avstånd från att börja konsumera ekologiskt. Undvikande sker ifall konsumenten upplever att de inte har tillräcklig information för betydelser som olika markeringar innefattar. Att skepticism och brist på information frambringar ett reducerat upplevt behov för ekologiska varor kan även samföras med tidigare studier och denna tendens kan även urskiljas ur denna uppsats respondenter. Med ett vanemönster menas att konsumenten har en tendens att välja varor som har en hög igenkänningsdom. Tidigare studier visar oftast på ett gap mellan attityden och beteendet kring ekologisk konsumtion i form av det högre priset för den ekologiska varan. Detta gap är mycket lätt att förstå på grund av att ekologiska varor nästan uteslutande är dyrare än sin konventionellt odlade motsvarighet, men att vanekonsumtion däremot är svårare att mäta. Holmberg, Steingrimsdottir och Svensson (2007) skriver i en rapport kring konsumentens köpvanor av ekologiskt att konsumenten sällan betar sig rationellt i en butik, istället köper konsumenten utefter ett fast vanemönster. Det kan upplevas som komplext och förvirrande för konsument till att initiera den ekologiska konsumtionen när det förekommer många olika organisationer och markeringar i butikshyllorna vars uppgift kan för konsumenten upplevas som snarlika, samtidigt som kunden har en vana att köpa andra produkter.

Denna studie påvisar att en ökad kunskap inom ekologi minskar den upplevda tröskel som konsumenten har gentemot ekologi. Holmberg, Steingrimsdottir och Svensson (2007) konstaterar även att vanor är svåra att bryta för konsumenten och att det krävs ett engagemang av konsument för att individen skall bryta ett starkt vanemönster. Att motivera och stimulera konsumenten till att få ekologiska produkter till ett vanemönster skulle troligtvis frambringa en snöbollseffekt där konsumenten påverkar andra konsumenter till att

initiera en ekologisk konsumtion. Vidare är det viktigt att analysera styrkan hos en individs inställning, eller attityd kring ekologi, varpå ett specifikt konsumtionsmönster kan utrönas. Om respondenternas utläggande bearbetas så tyder deras svar på att en individ som har en stark attityd för ekologiska livsmedel att införskaffa betydligt mycket mer ekologiska varor än en person med en svagare attityd i ämnet. Detta hör även samman med en individs olika attitydkomponenter gentemot ekologiska livsmedel. Tidigare erfarenheter, egna tankar och inställning till ekologiska produkter är mycket viktigt för att en individ ska skapa ett behov för ekologiska matvaror, som också ligger till grund för hur människan rent allmänt agerar.

### 5.3.3 Ekologisk självbild

Den här studien presenterar det faktum att människan är mycket mån om att passa in i den sociala samvaro som individen omges av och baserar till stor del sina beslut utefter sin omgivning. Individens självbild, och dess olika dimensioner är mycket viktig i skapandet av ett ekologiskt konsumtionsmönster. Individen vill framstå som en god samarit i samhället, men också uppvisa denna omtänksamhet för att få gehör för sitt beteende. Det här tyder alltså på att om ens sociala omvärld upplever att ekologisk konsumtion är viktig så borde deras upplevda passion för ämnet skapa fler individer som tycker samma sak. Detta torde leda till ytterligare en snöbollseffekt för konsumtionen gällande ekologiska livsmedel. Vidare går det att diskutera om detta faktiskt skulle leda till den snöbollseffekt som argumenteras för, eller om det skulle kunna hänföras till gapet mellan individers attityd och beteende, något som tidigare varit en bidragande orsak till individers konsumtion av ekologiska livsmedel.

### 5.3.4 Kritiska punkter gentemot ekologi

Jordbruksverket (2015) skriver att ogräs är ett frekvent återkommande fenomen inom ekologisk odling, vilket är ett problem eftersom några kemiska bekämpningsmedel inte används för att hindra dess framfart. Samtidigt skriver jordbruksverket om metoder eller strategier som motverkar förekomsten av oönskad växtlighet i odlingen. Det hade varit intressant att veta hur odlare förhåller sig till denna fråga med ekologi och hållbarhet om detta ställer högre krav på strategier och metoder med risk för en reducerad odling. Författarna till denna studie anser att det bör noteras att allt som analyseras och allt som diskuteras kan ha negativa samt positiva punkter att framföra, oavsett ämne. Trots att den ekologiska odlingen löper högre risk för ogräs är de positiva aspekterna oerhört många fler. Den ekologiska framfarten ger exempelvis en mer hållbar utveckling och skapar förhoppningsvis ett utrymme för fler tjänster i Sverige.

Aertsens et al., (2010) hävdar att information och kunskap är en viktig och kritisk barriär och är i dagsläget ett skäl till förekommande skepticism gentemot ekologi. Det kan därmed tyckas förekomma även externt ansvar utöver konsumenten för ett ökat hållbart samhälle. Ett ökat politiskt ansvar kan vara förmånligt men även att utbildning kring hållbarhet sker i tidiga åldrar för att öka förståelsen för behovet av ekologi. Att ha lära kring hållbarhet borde även reducera en ohållbar vana som blir svårare att bryta i äldre åldrar. Även denna studie tycks peka på att information och kritik mot ekologiska varor har en tydlig korrelation. En ökad kunskap till ämnet skulle även bidra till att konsumenten reducerar sin fientliga

inställning gentemot ett högre pris då de har en större förståelse till varför ekologi kräver ett högre pris.

### 5.3.5 Prisets makt

Flera respondenter uttrycker att de tycker att priset för ekologiskt är högt men samtidigt att kvalitet är en egenskap som många gärna prioriterar och lägger extra pengar på. Att arbeta fram budskap som samför kvalitet och ekologiskt borde därmed öka priselastiteten för de ekologiska varorna, i alla fall hos de som värdesätter kvalitet men inte ekologi lika högt. Kvalitet är dock en subjektiv egenskap och kvalitet anses vara olika egenskaper för olika varugrupper, vilket gör attributet kvalitet till en svår marknadsföringsmetod.

### 5.3.6 Kunskapens makt och vanor

Studien har påvisat att tidigare resonemang kring individers utbildning har en stark korrelation med attityden kring ekologiska livsmedel inte har någon grund i de undersökningar som genomförts som grund till denna studie. Detta stämmer överens med Aertsens et al (2009) resonemang om att kunskaps- eller utbildningsnivå inte har någon korrelation med individernas beteende. Därför bör inte utbildning automatiskt samföras med en ökad förståelse för ekologi. Utbildning och ett ekologiskt intresse bör ej samföras i allt för hög grad, utan bör istället sammanföras med individers intresse och kunskap för de hållbarhetsmässiga aspekterna utifrån individens specifika engagemang. En individ som intresserar sig för ekologi och hållbarhet kommer att leta och ta sig an information som berör ämnet, varpå det är betydligt mer komplicerat att få samma gensvar från någon som ej har ett intresse för frågan. Vidare vill författarna betona att det är viktigt att ta i beaktande att individer som ej vidareutbildat sig även eftersträvar kunskap kring ämnen hållbarhet och ekologi, vilket åter tycks tyda på att det är intresset som är den största enskilda anledningen för att individen vill konsumera en större andel ekologiska livsmedel.

Individer framför även att de oftast redan har utfört sitt livsmedelsval innan de når hyllan och handlar endast de varor de redan bestämt de skall handla. Därför är det betydligt svårare att få individen att handla nya varor när de redan handlar utan att få en konsument att bryta sin vana bör istället ske innan de når butiken. Individer uttrycker att deras omgivning men även sociala nätverk är där som utrymmet är som störst för att påverka individer till ett nytt beteende och således locka till nya livsmedelsval.

Då det är enligt många respondenter är svårt att bryta sitt vanehandlade samt att det blivit ett mönster i individers vardag bör åtgärder utföras mot dessa vanor. Att förmedla en hållbar konsumtion i tidigare åldrar för att skapa tidig kunskap kring ekologi skulle både öka kunskapsnivån samt skapa en vana för hållbarheten. På så sätt skulle negativa vanor inte uppstå som är svåra och näst intill omöjliga för individen i äldre åldrar när vanan väl har etablerats. Sätt att lära unga individer om en hållbar konsumtion kan exempelvis vara att skapa mer skolmaterial i ämnet eller att få föräldrar att presentera ämnet hållbarhet i de ungas vardag.



## 6. Slutsatser

*I detta kapitel presenteras de slutsatser som författarna anser vara de mest relevanta inom ramen för den forskningsfråga som valts.*

---

### 6.1 Svar på frågeställning

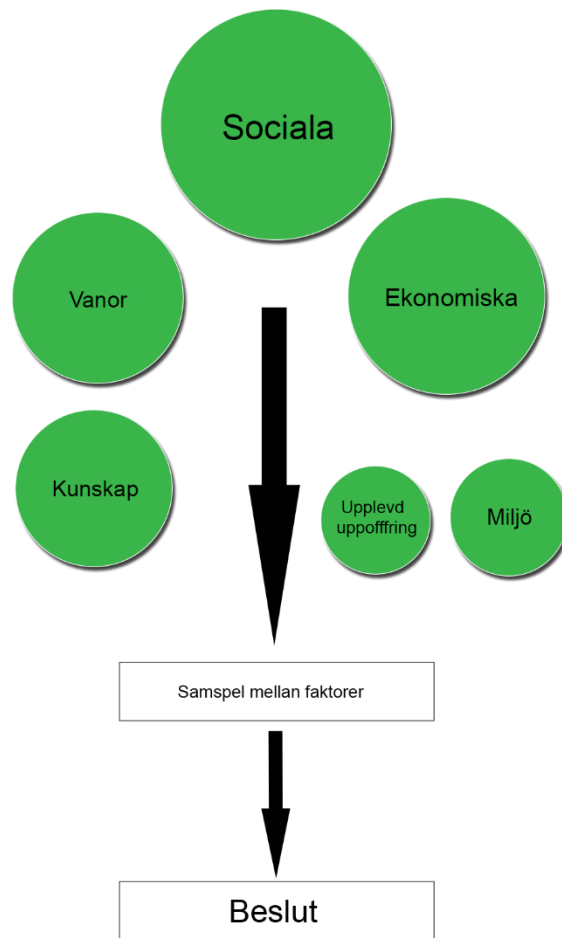
De sociala faktorerna som styr individer vid val av livsmedel har fått låg prioritet i hänsyn till den ekonomiska faktorn som styr individer. De ekonomiska faktorerna styrs även av de sociala faktorer som individer har i sin vardag. Det bör därför ske ökat fokus på sociala faktorer i studier som analyserar ekologi då denna studie presenterar dess vitala relevans i individers beslutsprocess när de väljer ekologiska livsmedel. Även om individer upplever ekonomi som ett hinder för ekologi så visar denna studie att ekonomiska faktorer grundas i de sociala faktorer som avgör "smärtgränsen" för det ekonomiska. Denna sociala faktor kan enkelt ses som en gemensam nämnare till de olika attityd- och beteendeteoretiska ämnen som framställts i denna studie. Ett exempel

En intressant iakttagelse kan göras som styrker värdet av sociala faktorer är att de som kritiserade ekologi och alla markeringar kritiserade endast produkterna i när inte frågan kring ekologi ställdes rakt ut. Besvarades frågor kring ekologiska markeringar och pris eller dylikt upplevdes respondenterna mer kritiska gentemot ämnet. Dock vid frågor som var mer "strukturerade" eller raka kring inställningar gentemot ekologi så uppfattades respondenter påtagligt mer positiva gentemot ämnet. Förändring av deltagares attityd beroende på typ av fråga kan även bero på att konsument frånskiljer livsmedelsval med sina åsikter, men kan även bero på att ekologi är ett känsligt ämne och intervjupersonerna vill ej delge felaktiga svar under intervjun. Respondentens strävan efter de korrekta svaren är en effekt som kritiserar i kvalitativa studier och denna effekt måste ständigt tas i beaktande.

Olika kunskapsnivåer i ämnet genererar olika infallsvinklar hur material/budskap bör förmedlas (vilket ställer krav på de som ansvarar för ekologiska varor). De som har ett intresse i ämnet behöver få höra medmänskliga faktorer och andra mer "högenagemang"-faktorer. Anledningen till att vissa faktorer kan ses som mer högenagemang är att de punkterna kräver tidigare kunskap i ämnet. De vars inställning är mer skeptisk gentemot ekologi behöver andra faktorer som motiverar dem, detta kan vara pris eller hälsoaspekter som kanske är lättare att ta till sig. Att kombinera flera faktorer i en kampanj mellan informativt och engagerande genererar en kampanj som skapar delaktighet för flera olika kundgrupper.

Människor upplever ekologiska produkter och hälsa med hög samhörighet. En sådan upplevelse kan ej appliceras på en viss generation, vilket tidigare studier hävdar (Magnusson et al., 2001). Hälsoaspekter är en av många bidragande faktorer som motiverar för konsumtion men samspelar tillsammans med sociala och ekonomiska perspektiv.

## Individens beslutsprocess vid val av livsmedel.



Figur 8.1, Figur över hur konsumenten analyserar sitt livsmedelsval. Figuren är formad utefter insikter som generats i denna studie.

Dessa faktorer leder gemensamt till det som i modellen benämns för "Beslut", och det är i den fasen som ett köp genomförs. Samtliga faktorer driver individen till ett produktval, samtidigt som de olika delarna vägs och samspelar med varandra för att göra det bästa valet för personen. Detta leder till en avvägning mellan de olika faktorerna, och är inte nödvändigtvis samma vid varje givet tillfälle, eftersom varje situation kräver sin egen avvägning som kan leda till ett annorlunda val. Som tidigare nämns så samspelar flera faktorer med varandra, och ett tydligt exempel på detta torde vara de ekonomiska aspekterna och de miljömässiga aspekterna, eftersom ett miljömedvetet val ofta leder till ett högre pris för konsumenten, vilket då leder till en bedömning mellan de olika uppöftringarna som krävs.

Figuren tydliggör de barriärer som samspelar i individers beslutsprocess om en ekologisk vara känns motiverad eller ej. Beroende på intressen och värderingar prioriteras och samspelas dessa faktorer något annorlunda men samtliga tros vara med i beslutsprocessen. De ekonomiska aspekterna som presenteras i modellen finns kvar, men kan samtidigt

överskuggas av den sociala aspekten. Externa sociala aspekter påverkar individen till att vilja framställa sig själv som en medveten människa mot sin omgivning.

*Sociala faktorer* innefattar de värderingar ens omgivning har gentemot ekologi och extern påverkan av exempelvis släkt och vänner, men även andra sociala faktorer spelar roll. Vilket kan vara bättre förhållanden för de som arbetar i produktionen, eller andra sociala krav som respondenten upplever.

Kategorin *upplevd uppoffring* innefattar allt som respondenten upplever som en kostnad som det ekologiska valet innefattar. Olika faktorer som samspelar i denna kategori kan vara ett högre pris eller om respondenten upplever att ekologiskt har en lägre hållbarhet.

Kategorin *miljö* är den variabel som innefattar miljöfaktorer och den upplevda plikt eller sitt intresse som individen har gentemot miljön. Alla dessa kategorier samspelar med varandra vid varje val och olika kategorier kan påverka individen till olika beslut beroende på externa händelser varje gång beslut behöver tas.

## 6.2 Relevans

Denna studie ger insikter i den ekologiska konsumtionen och vad individer upplever som barriärer till en mer ekologisk livsstil. Många eller de flesta intervjupersonerna upplever att de vill bidra till ökad hållbarhet och att förstå de upplevda hinder till att nå denna hållbarhet underlättar till att minimera de svårigheter som respondenter uttrycker. Att både studera negativa samt positiva aspekter till konsumtion möjliggör att de som arbetar kring hållbarhet kan få en neutral insikt i ämnet.

Många studier som tidigare gjorts har inte haft något specificerat urval, utan har använt sig utav ett urval där individens ekonomi inte har varit utgångspunkt för valet av respondenter. Då ekonomiska hinder kan upplevas som olika stort för olika individer beroende på individens ekonomiska situation ansågs det vara relevant att försöka minimera den ekonomiska barriären för att förstå vad som utöver ekonomin hindrar en konsument till en ekologisk livsstil. Som tidigare nämnts så har denna studie haft som utgångspunkt att förminska reflektioner kring de upplevda ekonomiska barriärerna till att inte köpa ekologiska livsmedel via att intervjua individer med ekonomisk stabilitet.

Studiens undersökning skildrar data vars fokusering har varit att ta avstånd ifrån de ekonomiska faktorer som bidrar till att avvisa en ekologisk konsumtion hos respondenterna. De ekonomiska faktorerna är ett frekvent studerat område i den ekologiska debatten och en förhoppning med att ta avstånd från denna faktor har varit att få en ökad förståelse för de andra omständigheterna som påverkar konsumentens val. Att bredda insikter kring de andra viktiga aspekterna som bidrar till ekologisk konsumtion ger insikt i essentiell information till att kunna utöka den ekologiska konsumtionen då det blir enklare att kartlägga individer.

Flera respondenter uttrycker behovet av en hållbar konsumtion och att de anser att ekologi behöver utökas och för att en mer vardaglig produkt i livsmedelsaffärer. Det upplevda behovet tyder på att ämnet behöver studeras ytterligare för att hitta fler stimulerande metoder för att motivera konsumenten till att inhandla mer ekologiskt. Att öka förståelsen för ekologi underlättar både för de som studerar konsumentbeteende men även för de som arbetar med livsmedel och vill förstå konsumentens barriärer till en mer ekologisk livsstil.

### 6.3 Bidrag till ämnet

Denna studie har bidragit med en djupare förståelse kring hur individer väljer ekologiska livsmedel. Studiens huvudsakliga bidrag är att generera en bredare förståelse för de som arbetar kring konsumtion och ekologi. Då många studier presenterar de ekonomiska faktorerna är denna studie även relevant för de som vill studera de andra barriärer som respondenterna uttrycker. Denna studie skulle vara till gagn för både forskarområdet likväl som för marknadsförare som arbetar med ekologiska livsmedel. En djupare förståelse för hur individer väljer att konsumera ekologiskt eller inte är viktigt att ha kunskap om, och således kunna utveckla sitt produktutbud. Att förstå individens djupliggande attityder till ämnet är viktigt vid utveckling av ett företags produkter för att kunna hålla sitt produktutbud uppdaterat. Vidare har studien visat att prismässiga hinder till en ekologisk konsumtion inte längre kan anses vara den ensamt framstående aspekten, utan att de sociala faktorerna samspelar i en högre grad än vad tidigare påvisats. Sociala faktorer integrerar och berör samtliga faktorer vid beslut i en högre grad än vad de ekonomiska faktorerna integrerar med övriga barriärer. Därmed vill studien hävda att ekonomiska och sociala faktorerna utgör de mest avgörande beslutsfaktorerna men på mycket olika sätt.

### 6.4 Förslag till fortsatt forskning

Det finns flera lämpliga kvalitativa metoder för att generera empiri som fokuserar på individens uppfattningar om dess omvärld. Den litteratur eller de uppsatser som analyserats inför denna studie har i flera fall tillämpat en kvalitativ metod där deltagare intervjuas. Andra sätt att generera insikter kan vara fokusgrupper, vilket ger nya insikter i ett omdebatterat ämne. Fokusgrupper kan skapa ett lämpligt forum där en förvald fråga diskuteras, vilket kan frambringa nya infallsvinklar hos respondenterna

Etnografi är en kvalitativ metod av datainsamling som kan generera en djup insikt hos en given konsumentgrupp. Etnografi är en kvalitativ metod vars empiriinsamling kan kräva väldigt mycket tid, vilket ej fanns att bistå i denna examensuppsats. Att fokusera på hur konsumenten bearbetar ekologi på ett mer analytiskt plan utöver en intervju torde ge en djupare insikt kring de bakomliggande orsakerna till att avvisa ekologiska produkter. Konsumentval är en komplex process som inte alltid är rationell, vilket motiverar behovet att analysera processen på ett djupare plan. Risken med exempelvis intervjuer är att de bakomliggande orsakerna till valen döljs bakom att respondenterna eftersträvar att ge de mest korrekta svaren.

Det hade varit av stort intresse att studera och analysera den ekologiska framfarten med professioner som arbetar med ekologiska produkter. Professioner innefattar exempelvis butiksarbetande, producenter eller personer med beslutsfattande roller kring ekologi. Deras infallsvinklar är mycket viktiga att inkludera i förståelsen kring ekologi. De som arbetar med ekologi har en mycket viktig roll!

En trend som uppdagades under intervjuerna var fenomenet "matkassar", som är livsmedelskonsumtion via online handeln. Det hade varit intressant att utöka och se hur människor tar sig an ekologi på internet och hur det skulle skilja sig ifrån butikskonsumtion. Hur förändras prioritering och val när det ej går att se varan mer än online på en bild? Att analysera internet och konsumentbeteende är troligtvis ett växande forum som kan ge många insikter kring hur individer tar sig an information kring ekologi.

En annan viktig del att ta i beaktande vid analys av konsumtion av livsmedel är sensoriska egenskaper. En konsument använder både rationella och irrationella beslut vid val av livsmedel och använder upplevd sensorisk vid val av livsmedel. Det hade varit av största intresse att se hur sensorisk påverkar val av livsmedel och då med ekologisk fokusering. En sådan studie skulle kunna utföras med olika blindtest eller dylikt där individer får prova konventionella och ekologiska varor.

## Referenser

### Tryckt litteratur:

- A**ertsens, J., Mondelaers, K., Verbeke, W., Buysse, J., Van Huylenbroeck, G., 2010. The influence of subjective and objective knowledge on attitude, motivations and consumption of organic food, *British Food Journal*, vol. 113, nr. 11, sid. 1358-1378.
- Aertsens, J., Verbeke, W., Mondelaers, K., Van Huylenbroeck, G., (2009), Personal determinants of organic food consumption: a review, *British Food Journal*, Vol. 111, sid. 1140 – 1167.
- Ajzen, I., 2001, Nature and operation of attitudes, *Annual review of psychocology*, Vol. 52, sid. 27-58.
- Ajzen, I., 1991, The theory of planned behavior, *Organizational behavior and human decision processes*, Vol. 50, sid. 179-211.
- Armitage, C. J., Conner, M., 2001, "Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A Meta-Analytic Review", *British Journal of Social Psychology*, vol. 40, no. 4, pp. 471-499.
- B**assil, K. L., Vakil, C., Sanborn, M., Cole, D. C., Kaur, J. S., Kerr, K. J., 2007, Cancer Health Effects of Pesticides, Systematic review; *Canadian Family Physician*; Vol. 53, sida 1704-1711.
- B**ryman, A., Nilsson, B., 2011, Samhällsvetenskapliga metoder, Liber, Malmö
- Bryman, A., Bell, E., 2013, Företagsekonomiska forskningsmetoder, Liber, Stockholm.
- C**hristensen, L., 2001, Marknadsundersökning: en handbok, Studentlitteratur, Lund.
- C**onnor, D. J., 2008, Organic Agriculture Cannot Feed the World, *Field Crops Research*, Vol. 107, Issue 2, pp. 187-190
- Corbin, J., Strauss, A., 1990, Grounded Theory Research: Procedures, Canon and Evaluative Criteria, *Zeitschrift für Soziologie*, Vol. 19, Nr. 6, s. 418-427
- D**enscombe, M., 2009, Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna, Studentlitteratur, Lund.
- Dysthe, O., Hertzberg, F., Hoel, T.L., 2011, Skriva för att lära: skrivande i högre utbildning, Studentlitteratur, Lund.

**E**saiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Wängnerud, L., 2012, Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad, Norstedts juridik, Stockholm.

**F**orman, J., Silverstein, J., 2012, Organic Foods: Health and Environmental Advantages and Disadvantages, *PEDIATRICS*, Vol. 130, Oct, sida 1406-1415.

**G**rubb, E. L., Grathwohl, H. L., 1967, Consumer Self-Concept, Symbolism and Market Behavior: A Theoretical Approach, *Journal of Marketing*, Vol. 31, No. 4, sid.. 22-27

**H**ill, H. och Lynchehaun, F. 2002, "Organic milk: attitudes and consumption patterns", *British Food Journal*, vol. 104, no. 7, pp. 526-542.

**H**olmberg, U., Steingrimsdottir, H., Svensson, Å., 2007, Konsumenters köp av ekologisk mat, en forskningsöversikt, Centrum för konsumentvetenskap, Göteborg.

**J**ohar, J. S., Sirgy, M. J., (1992), Value-expressive versus utilitarian advertising appeals: when and why to use each appeal. *Journal of Advertising*, Vol. 20, Nr. 3, september 1991, sid. 23-3  
Jordbruksverket, 2009, Livsmedelskonsumtionen 1960-2006, Jönköping.

**K**areklas I., Carlson J. R., & Muehling, D. D., (2014) "I Eat Organic for My Benefit and Yours": Egoistic and Altruistic Considerations for Purchasing Organic Food and Their Implications for Advertising Strategists, *Journal of Advertising*, Vol. 43, sid. 18-32

**K**atz, Daniel; 1960, The functional approach to the study of attitudes, *Public Opinion Quarterly*, 24 (1960), 163-204

Krav, 2015, Marknadsrapport 2015, Uppsala.

Kvale, S., Brinkmann, S., 2014, Den kvalitativa forskningsintervjun, Studentlitteratur, Lund.

Kvale, S., Brinkmann, S., 2009, Den kvalitativa forskningsintervjun, Studentlitteratur, Lund.

**L**antz, A., 2007, Intervjumetodik, Studentlitteratur, Lund.

LaPiere, Richard T, 1934, Attitudes vs. Actions, *Social Forces*, Vol. 13, Nr. 2 (Dec., 1934), sid. 230-237

**M**agkos, F., Arvaniti, F., Zampelas, A., (2006) Organic Food: Buying More Safety or Just Peace of Mind? A Critical Review of the Literature, *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, vol. 46, sid. 23-56.

Magnér, Jörgen., Wallberg, Petra., Sandberg, Jasmin., Palm Cousins, Anna., 2015, Human exponering av bekämpningsmedel från livsmedel: en pilotstudie, IVL Svenska Miljöinstitutet, Stockholm.

Magnusson, M. (2004): Consumer Perception of Organic and Genetically Modified Foods: Health and Environmental Considerations. Doktorsavhandling Uppsala universitet, Samhällsvetenskapliga fakulteten

Magnusson, M., Biel, A. 2005, Konsumentens val av miljövänliga livsmedel, Sveriges lantbruksuniversitet, Uppsala.

Magnusson, Maria K. Arvola, Anne. Koivisto Hursti, Ulla-Kaisa. Åberg, Lars. Sjöden, Per-Olow. (2001) "Attitudes towards organic foods among Swedish consumers", *British Food Journal*, Vol. 103 Iss: 3, pp.209 – 227

**N**aturskyddsföreningen, 2013a, 100 % ekologiskt - det agroekologiska och ekologiska jordbrukets roll för livsmedelstrygghet och miljö, Stockholm.

Naturskyddsföreningen, 2013b, Ekologisk mat i Sverige och Danmark, skillnader och likheter i försäljning och styrmedel, Stockholm.

**O**ECD (2011), Greening Household Behaviour: The Role of Public Policy, OECD Publishing.

**P**adel, S., Foster, C. 2005, "Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food", *British Food Journal*, vol. 107, no. 8, pp. 606-625.

Pedersen, L. H., (2000), The dynamics of green consumption: a matter of visibility?, *Journal of Environmental Policy & Planning*, 2:3, 193-210

**S**hafie, F. A., Rennie, D., 2009, Consumer Perceptions towards Organic Food, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 49, sid. 360 - 367

Smil, V. 2001, Enriching the earth: Fritz Haber, Carl Bosch, and the transformation of world food production, *MIT Press*, Cambridge, Mass. sid. 360

**T**rost, J., 2005, Kvalitativa intervjuer, Studentlitteratur, Lund.

**V**ermeir, I., Verbeke, W., 2006, Sustainable food consumption: Exploring the consumer "attitude - behavioral intention" gap, *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, Vol. 19, sid. 169 - 194.



**W**att Boolsen, M., Kärnekull, B., 2007, Kvalitativa analyser: forskningsprocess, människa, samhälle, Gleerup, Malmö.

Warde, A., 1994, Consumption, Identity-formation and Uncertainty, *Sociology*, Vol. 28, Nr. 4, sid. 877-898

Williams, C. M., 2002, Nutritional quality of organic food: shades of grey or shades of green? *Proceedings of the nutrition society*, vol. 61, sid. 19-24

### **Elektroniska källor**

Jordbruksverket, 2015, <http://www.jordbruksverket.se/amnesomraden/odling/ekologiskodling/ogras.4.510b667f12d3729f91d80008212.html> Hämtad 2015-04-13

Jordbruksverket, 2014, <http://www.jordbruksverket.se/amnesomraden/odling/ekologiskodling/vadarekologiskproduktion.106.510b667f12d3729f91d80008069.html> Hämtad 2015-04-13

Krav, 2014, <http://www.krav.se/nyhet/ekologisk-odling-vagen-till-battare-halsa> Hämtad 2015-04-29

Livsmedelsverket, 2015, <http://www.livsmedelsverket.se/produktion-handel--kontroll/produktion-av-livsmedel/kontroll-och-markning-av-ekologisk-mat/> Hämtad 2015-04-23

TNS Sifo, 2010, [http://www.krav.se/sites/www.krav.se/files/20101007krav\\_sifo.pdf](http://www.krav.se/sites/www.krav.se/files/20101007krav_sifo.pdf) Hämtad 2015-05-01

## Bilagor

### Bilaga 1 - Personligt brev

#### Bilagor - Kontaktbrev

Hej! Vi är två studerande med målsättning att bli ekonomer med inriktning mot marknadsföring och marknadskommunikation. Vi heter Richard Sandberg och Mattias Lindblom och studerar just nu ekonomi och kommunikation vid Handelshögskolan, beläget i Göteborg. Vi är just nu aktiva i vår skrivprocess i examensuppsatsen, vilket vi båda tycker är en väldigt spännande och berikande utmaning. För att få ny kunskap och förståelse för vårt ämne, vilket är konsumtion, behöver vi individer eller familjer som konsumerar och köper livsmedel.

Vi tar kontakt med er i detta mejl med förhoppningar om att ni kan tänkas delta i vår examensprocess och på så sätt bidra till ny kunskap och nya insikter. Ifall ni vill delta söker vi just nu intervjupersoner som konsumerar och har ett eget eller delat ansvar för inköpet av livsmedel till hushållet. Att vara med i en examensuppsats är en berikande upplevelse och vi är naturligtvis mycket tacksamma för ert deltagande. Vi är självklart måna om deltagares integritet och låter inga namn eller personliga uppgifter publiceras. De som deltar får också när som helst välja att inte längre delta i studien om så önskas. Intervjun förväntas ta runt 45 minuter sammanlagt och frågorna berör ens upplevelser kring livsmedelskonsumtion.

Tycker ni att en intervju om livsmedelskonsumtion låter spännande så hoppas vi båda att ni vill delta, svara sådana fall på detta mejl så bestämmer vi tillsammans ett lämpligt datum för en intervju.

Med vänliga hälsningar!

Richard Sandberg och Mattias Lindblom

---

## Bilaga 2 - Intervjuguide

### Intervjuguide

---

Den här intervjun handlar om konsumtion och inköp av livsmedel. Vi är tacksamma för att du tar dig din tid. Det är viktigt att du vet att det inte finns några fel svar och alla reflektioner är vi tacksamma för.

#### Del I - Introduktionsfrågor

- Introduktion av respondent och bisittare, (Nämna att fokus ligger kring livsmedelskonsumtion)
- Kan du berätta lite om dig själv?
- Kan du berätta om några intressen du har?
- Vad tycker du det viktigaste i ditt liv just nu är?
  - Tror du det skulle skilja sig från någon annan tid i ditt liv?
  - Hur tror du andra ser dig som person?
  - Ser du några problem i samhället idag?

#### Del II - Frågor om konsumtion

- Hur ser du dig själv som konsument? (Storkonsument, värnar om naturen osv.)
  - Kan du berätta lite om dina köprutiner?
- Om jag säger ordet hållbarhet, vad tänker du först och främst på då? (Kanske först?)
- Hur ser du på hållbarhet och miljöfrågor allmänt? (Tre jordar vid svensk konsumtion)
- Tror du att dagens konsumtionssamhälle medför några problem? (Tre jordar vid svensk konsumtion)
  - Ser du något direkt hot som kan drabba nästa generation
  - Kan du nämna något som du bidrar med till ett hållbart samhälle? (Källsortering bra exempel, miljöbil osv.)
- Hur handlar du dina livsmedel?
- Hur tar du an dig information kring olika livsmedel och produkter? (påverkan)
- När du väljer en produkt, i tex mataffären, tänker du på något särskilt då? (Kvalitet, pris, osv.)

#### Nu går vi över på nästa del i intervjun

#### Del III - Frågor om ekologisk konsumtion och hållbarhet i allmänhet

- Känner du till några olika ekologiska och/eller rättvisa märkningar för livsmedel?
- Vad är din spontana reaktion eller tanke när du ser en ekologisk vara?
- Vad tycker du om ekologiska varor?
- Vad för känslor får du av ekologiska varor?
- Vad skulle du säga är negativt eller ett hinder kring ekologiska varor?
  - Varför tror du att det är så?
- Hur tror du att ekologiska livsmedel borde utvecklas för att sporra individer att köpa det mer?
  - Vad skulle få dig att köpa mer ekologiska varor? (Om pris är ett alternativ, försök få personen att spåna om något annat)

- Vad för skillnader upplever du att det finns mellan icke ekologiska och ekologiska varor? (Ekologiska varor kan anses vara mindre "vackra" än sina normalt odlade syskon, tankar på det?)
- Kan du tänka dig att det finns någon norm/påtryckning från samhället att handla ekologisk? (PK)
- Om dina nära vänner/familj handlar mer ekologiskt, vad tror du det kan ha för en påverkan på din konsumtion?
- Finns det fler som har ansvar för en hållbar utveckling av ekologisk konsumtion än konsumenterna själva, om ja, vilka?

### Avslutande del

- Tack så mycket för en givande intervju!
  - Har du något att tillägga såhär i efterhand?