

# Slutrapportering

---

Glada Bonden är en nystartad producentförening som verkar för Sveriges mjölkbönder. Syftet med föreningen är att lyfta mjölkkråvarans pris genom förhandlingar direkt med dagligvaruhandeln. Under våren 2015 anslöt sig 90 mjölkproducenter till föreningen och ytterligare 20 står på väntelista. Initialt kommer Glada Bonden att arbeta med så kallade ”split-leveranser” där medlemmarna förbinder sig att leverera mjölk till Glada Bonden vid föreningens behov. Det ekonomiska överskottet i föreningen ska fördelas i förhållande till varje enskild producents leveransvolym.

Glada Bonden har i uppgift att sänka transaktionskostnaderna för sina medlemmar, då medlemmarna upplever att intäkterna från mjölkkråvaran inte täcker deras produktionskostnad. Föreningen har i dagens läge inte utvecklat någon formell verksamhetsplan. Denna affärsplan måste stämma överens med medlemmarnas uppfattningar, målsättningar, investeringsvilja, framtidsplaner, sociala relationer, och många andra socialpsykologiska faktorer. Det är därför av intresse att utreda vad som ligger bakom medlemmarnas engagemang i Glada Bonden och hur medlemmarna kan tänkas vilja att föreningen utvecklas.

I denna studie riktas fokus mot de olika relationer, som Glada Bondens medlemmar har – till varandra, till föreningens ledning och till andra mejeriföretag. Med hjälp av variabler såsom engagemang, förtroende, nöjdhet och lojalitet söks kunskap om medlemmarnas syn på Glada Bonden, andra mejeriföretag och andra aktörer på mejerimarknaden. En central fråga är om föreningen ska fungera såsom en producentorganisation, som ägnar sig åt endast förhandling med andra aktörer i värdekedjan för mjölk, eller om den ska engagera sig i egen förädlingsverksamhet. På basis av detta kan studiens syfte formuleras såsom:

*Studiens syfte är att med utgångspunkt i medlemmarnas uppfattningar om föreningen identifiera utvecklingsmöjligheter för Glada Bonden.*

Studien utfördes genom ett web-baserat frågeformulär till Glada Bondens medlemmar. Resultaten visar på att Glada Bondens medlemsbas består av en grupp individer som tidigare känner varandra och medlemmarna känner sig engagerade i Glada Bonden, men agerar även på forum utanför föreningen. Föreningen har ett genererat socialt kapital som bygger på förtroende, nöjdhet och en visad lojalitet mot föreningen. Övervägande delen av medlemmarna anser att föreningen ska fortsätta att vara en producentförening som förhandlar med aktörer på mjölkmarknaden för att dels skapa ett mervärde i den svenska mjölken men främst att förhandla ett avtal med ett höjt avräkningspris.