



Förtroende i skogliga affärsrelationer

skogsägarens förtroende för virkesköparen beroende av skogsägarens generationstillhörighet

Trust in forest business relationships

*private forest owners trust for the timber purchasers depending by the
private forest owners generational affiliation*

Anna Henckel

Arbetsrapport 474 2017
Examensarbete 30hp A2E
Jägmästarprogrammet

Handledare:
Dianne Staal Westerlund

Förtroende i skogliga affärsrelationer skogsägarens förtroende för virkesköparen beroende av skogsägarens generationstillhörighet

Trust in forest business relationships

*private forest owners trust for the timber purchasers depending by
the private forest owners generational affiliation*

Anna Henckel

Nyckelord: trygghet, generation, skoglig kompetens, kundanpassning, kommunikation, lojalitet

Examensarbete i Skogshushållning vid Institutionen för skoglig resurshushållning, 30 hp
EX0768 A2E

Jägmästarprogrammet

Handledare: Dianne Staal Wästerlund, SLU, Institutionen för skoglig resurshushållning

Biträdande handledare: Elias Andersson, SLU, Institutionen för skoglig resurshushållning

Extern handledare: Elin Olofsson, Köpcoach, SCA Skog AB

Examinator: Ljusk Ola Eriksson, SLU, Institutionen för skoglig resurshushållning

Förord

Det här examensarbete genomfördes vid Sveriges lantbruksuniversitet i Umeå, Institutionen för skoglig resurshushållning, på uppdrag av SCA Skog AB. Examensarbetet motsvarar 30 högskolepoäng och är en del av jägmästarprogrammet.

Jag vill tacka mina handledare på Sveriges Lantbruksuniversitet, Dianne Staal Wästerlund och Elias Andersson (Institutionen för skoglig resurshushållning) och min externa handledare Elin Olofsson (SCA Skog AB) för erat stöd, goda råd och engagemang under arbetets gång. Jag vill även rikta ett stort tack till alla de skogsägare som jag träffat under intervjuerna. Tack för att ni släppte in mig i era hem och delade med er av era upplevelser.

Anna Henckel
Umeå 2017-04-28

Sammanfattning

Konkurrensen om skogsägarna och deras virke är bland de skogliga aktörerna stor. Ett effektivt sätt att möta konkurrens från andra aktörer är genom att vara en förtroendefull samarbetspartner i de affärsrelationer företaget ingår, detta eftersom lojaliteten till den andra parten i affärsrelationen är beroende av förtroendet för denna. I skogliga affärsrelationen innebär det att den skogliga aktören ska sträva mot att vara en förtroendefull samarbetspartner till skogsägaren.

Den stora konkurrensen om skogsägarna bland de skogliga aktörerna och förtroendets avgörande roll för lojaliteten i affärsrelationen ligger till grund för studien som genomfördes i samarbete med SCA Skog AB. Studiens syfte var att studera skogsägarnas förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen utifrån skogsägarnas generationstillhörighet. Dessutom undersöktes hur variablerna virkesköparens skogliga kompetens, virkesköparens vilja att kundanpassa och kommunikationen mellan parterna påverkade skogsägarens förtroende för virkesköparen samt hur skogsägarens lojalitet påverkades av hans förtroende för virkesköparen.

Studien genomfördes genom kvalitativa intervjuer av tio skogsägare som var födda under 40- och 80-talet, boende i Medelpads skogsförvaltning och som genomfört en skoglig affär med SCA Skog AB under åren 2012 till 2016. Resultatet visar att skogsägarens förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen skapas genom olika förtroendeskapande processer beroende av skogsägarens livssituation. Skogsägarnas förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen innefattade, enligt skogsägarna, att virkesköparen höll avtal och löften, att virkesköparen var skogligt kompetent, ärlig och att virkesköparen värnade om skogsägarens bästa i affären. Resultatet visar också att skogsägarens lojalitet till den skogliga aktören är beroende av skogsägarens förtroende för virkesköparen och virkesköparens arbetsgivare.

Nyckelord: trygghet, generation, skoglig kompetens, kundanpassning, kommunikation, lojalitet

Abstract

The competition for private forest owners and their timber is high among the forest business companies. One effective way to meet competition from other companies is to be a trusted co-operator in the company's business relationships, since loyalty to the other part in the business relationship is depending of trust to the other part. According to this, the forest company should aim to be a trusted co-operator in the forest business relationship with the private forest owner.

The strong competition of the private forest owners and their timber among the forest companies and the essential role trust plays to loyalty in a business relationship are the underlying scope of this study which was made in co-operation with SCA Skog AB. The purpose of this study was a) to scrutinize private forest owners trust in the timber purchaser in the forest business relationship depending on the private forest owners generational affiliation, b) to analyse how the variables forest competence and willingness to customize of the timber purchaser and communication between the parties in the relationship affect the private forest owners' trust in the timber purchaser, and c) how the private forest owner's loyalty is affected by trust in the forest business relationship.

The study was conducted using qualitative interviews with ten private forest owners born during the 40's and the 80's, living in *Medelpads skogsforvaltning* and who had made a forest business deal with SCA Skog AB during the years 2012 to 2016. The results show that the private forest owners' trust to the timber purchaser in the forest business relationship is shaped through different trust building processes depending on the private forest owners' life situation. The private forest owners' trust in the timber purchaser in the forest business relationship contains, according to the private forest owners, that the timber purchaser keeps the agreements and promises made, that the timber purchaser have forest competence, is honest and has the private forest owners best in mind during the business process. The results also show that the private forest owners loyalty to the forest company depend on the private forest owners' trust to the timber purchaser and the timber purchaser's employer.

Keywords: security, generation, forest expertise, customisation, communication, loyalty

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	7
1.1 Bakgrund.....	7
1.1.1 Den skogliga affärsrelationen.....	7
1.1.2 Skogsägaren	7
1.1.3 Virkesköparen	8
1.1.4 Skogsägarens val av virkesköpare i den skogliga affären.....	8
1.2 Tidigare forskning	9
2. Teori	10
2.1 Förtroende.....	10
2.2 Generationstillhörighet	12
2.3 Variabler som påverkar förtroendeskapandet	13
2.3.1 Virkesköparens skoglig kompetens.....	13
2.3.2 Virkesköparens vilja att kundanpassa	14
2.3.3 Kommunikation mellan parterna.....	14
2.3.4 Skogsägarens lojalitet.....	14
2.4 Syfte.....	15
3. Material och metod.....	16
3.1 SCA Skog AB.....	16
3.2 Kvalitativa metoder	16
3.3 Urval av skogsägare.....	17
3.4 Urval av variabler	18
3.5 Intervjuguide.....	19
3.6 Intervjuerna.....	20
3.7 Analys av intervjumaterialet.....	20
4. Resultat	22
4.1 Skogsägarnas mål	22
4.2 Kommunikationen mellan parterna	22
4.3 Virkesköparens egenskaper	24
4.4 Förtroende och trygghet i den skogliga affären.....	25
4.5 Val av virkesköpare i den skogliga affären	27
5. Diskussion	31
5.1 Material och metod	31

5.2 Resultat	33
5.2.1 Förtroendeskapande processer	33
5.2.2 Virkesköparens skogliga kompetens	34
5.2.3 Virkesköparens vilja att kundanpassa	35
5.2.4 Kommunikation mellan parterna.....	35
5.2.5 Skogsägarens lojalitet.....	37
5.3 Framtida studier och forskning.....	40
5.4 Slutsatser.....	40
Referenslista	42
Bilaga 1. Brev till skogsägarna inför intervjuerna	45
Bilaga 2. Intervjuguide	46

1. Inledning

Sveriges totala landareal uppgår till 40,7 miljoner hektar (ha) och av dem består 23,2 miljoner ha av produktiv skogsmark. År 2012 ägdes 50 procent av den produktiva skogsmarken av drygt 330 000 privata skogsägare. Skogsägarna består av både yngre och äldre, kvinnor och män som kan vara både åbor och utbor (Skogsstyrelsen, 2014). Utifrån ålder kan människor delas upp i generationer där varje generation motsvarar en grupp individer födda under samma tidsperiod (Campbell, et al., 2015). De mål och värderingar skogsägaren har för brukandet av sin skogsfastighet är ofta bundet till den generation skogsägaren tillhör (Karppinen, 2012). Genom det pågående och kommande generationsskiftet av skogsfastigheten från äldre till yngre skogsägare kommer dagens skogsägarstruktur och deras sätt att agera och värdera att förändras.

Konkurrensen om skogsägarna och deras virke är bland de skogliga aktörerna stor eftersom de är beroende av skogsägarnas virke för försörjning till deras verksamhet och deras industri (Jonsson, 2009; Lundberg, 2016; Staal Wästerlund & Kronholm, 2016). Ett effektivt sätt att möta konkurrens från andra aktörer är genom att vara en förtroendefull samarbetspartner i de affärsrelationer företaget ingår (Morgan & Hunt, 1994). Den hårda konkurrensen mellan de skogliga aktörerna om skogsägarna och deras virke i kombination med kommande förändringar i skogsägarnas sätt att agera och värdera skapar ett intresse av att studera hur skogsägarnas förtroende för deras samarbetspartner i den skogliga affärsrelationen skapas. SCA Skog AB:s intresse i frågan ligger till grund för denna studie som studerat skogsägarnas förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen beroende av skogsägarens generationstillhörighet.

1.1 Bakgrund

1.1.1 Den skogliga affärsrelationen

Ett sätt att införskaffa virke bland de skogliga aktörerna är genom köp av virke från de privata skogsägarna (Roth, 2010). Då det finns fler skogliga aktörer som är beroende av skogsägarna och deras virke är konkurrensen om skogsägarna mellan de skogliga aktörerna hård (Jonsson, 2009; Lundberg 2016; Staal Wästerlund & Kronholm, 2016). Doney och Cannon (1997) menar att konkurrens mellan företag och aktörer har tvingat fram kreativa och flexibla sätt att bemöta konkurrens bland de konkurrerande företagen där uppbyggandet av förtroendefulla affärsrelationer är ett sådant sätt. Även Morgan och Hunt (1994) menar att företag kan bemöta konkurrens från andra aktörer genom att i sina affärsrelationer vara förtroendefulla samarbetspartners. I skogsbranschen innebär det att de skogliga aktörerna kan bemöta konkurrensen genom att vara förtroendefulla samarbetspartners i de skogliga affärsrelationer de har tillsammans med skogsägarna.

1.1.2 Skogsägaren

Skogsägarna i Sverige består av både yngre och äldre kvinnor och män. Skogsägarna kan också vara både åbor och utbor. En skogsägare som är åbo bor i samma kommun som den där skogsfastigheten är belägen i medan en skogsägare som är utbo bor i en annan kommun än den där skogsfastigheten är belägen i (Skogsstyrelsen, 2014). Åbor benämns fortsättningsvis i den här studien som närskogsägare och utbor som distansskogsägare. Skogsägarna kan utifrån sin ålder

delas upp i olika generationer. Det finns stora skillnader i olika generationers sätt att värdera och agera (Jonsson, 2009; Campbell, et al., 2015; Gullestad, 2005; Karppinen, 2012). Generationerna skiljer sig också åt i livssituation, alltså vart individen befinner sig i livet med familj, utbildning och jobb.

Andelen självverksamma skogsägare är idag låg. Det gör att skogsägarna ofta erbjuder olika tjänster kopplade till avverkning, transport och skogsvård när de genomför skogliga affärer med de skogliga aktörerna. Det gör att skogsägarna i den skogliga affärsrelationen blir både säljare och köpare eftersom de säljer virke till virkesköparen samtidigt som de köper tjänster av denna. Omvänt är också virkesköparna både kunder och säljare då de köper virke av skogsägaren samtidigt som de säljer tjänster till skogsägaren (Roth, 2010; Staal Wästerlund & Kronholm, 2016). Intäkterna för skogsägaren kan vid en avverkning bli stora, från hundra tusen upp till miljontals kronor (Öberg, 2016). Detta får för många anses vara en stor affär och i och med skogens långa omloppstider genomför skogsägaren skogliga affärer relativt sällan (Lönstedt, 1997; Öberg, 2016). Hur ofta skogsägare genomför skogliga affärer är till stor del beroende av skogsfastighetens storlek men också av skogsägarens mål med skogsfastigheten, virkespriset på marknaden, under hur lång period skogsägaren har varit skogsägare med mera (Lönstedt, 1997).

1.1.3 Virkesköparen

När skogsägaren vänder sig till en skoglig aktör för att få hjälp med till exempel avverkning, skogsskötsel eller ekonomisk rådgivning kopplat till skogsfastigheten tar skogsägaren oftast kontakt med en virkesköpare, skogsrådgivare eller skogsinspektör (Lundberg, 2016).

Virkesköpare, skogsrådgivare och skogsinspektör är benämningar på i stort sätt samma arbetsroll och i studien benämns arbetsrollen fortsättningsvis som virkesköpare. Virkesköparen har ett operativt ansvar för den virkesaffären hen har ingått med skogsägaren. Virkesköparen ska bevara de affärsrelationer som sedan tidigare finns och bidra till att öka företagets köpverksamhet. Att köpa virke av skogsägare och etablera och utveckla relationer till skogsägare genom daglig kontakt är virkesköparens huvudsakliga arbetsuppgifter. I virkesköparens arbetsuppgift kan det också ingå att hen ska ha kontakt med myndigheter, traktplanera, medverka vid skogsvård, slutreglering och avverkning av köpta poster, upprätta budget och ha miljö- och uppföljningsansvar för sina köp och genomföra administrativt arbete (Öberg, 2016).

Skogsägarnas val av virkesköpare är för virkesköparen och virkesköparens arbetsgivare avgörande för att de ska kunna säkra försörjning av råvara till egen industri (Staal Wästerlund & Kronholm, 2016.). Det gör att konkurrensen om skogsägarnas virke är stor mellan virkesköparna och deras arbetsgivare (Jonsson, 2009; Lundberg 2016; Staal Wästerlund & Kronholm; 2016).

1.1.4 Skogsägarens val av virkesköpare i den skogliga affären

Vilken virkesköpare skogsägaren väljer som samarbetspartner i den skogliga affären beror av flera variabler. Enligt Jacobsson (2016) väljer skogsägarna samarbetspartner utifrån virkesköparnas erbjudna pris, skogsägarnas relation till virkesköparen, skogsägarens förtroende för virkesköparen, virkesköparens tidigare prestationer, virkesköparens kompetens och vilket företag virkesköparen arbetar för. Även Waern och Wikberg (2013) tar upp virkesköparens erbjudna pris och virkesköparens kompetens som variabler som skogsägaren tar i beaktande vid val av samarbetspartner men även virkesköparens bemötande av skogsägaren och att virkesköparen är ärlig. Skogsägarens relation till virkesköparen, att virkesköparen är ärlig, virkesköparens erbjudna pris, virkesköparens tidigare prestationer och skogsägarens förtroende

för virkesköparen tas av Enander och Melin (2008) upp som avgörande variabler då skogsägaren ska välja samarbetspartner i den skogliga affären. Att skogsägaren har förtroende för virkesköparen fungerar enligt Enander och Melin (2008) och Lundberg (2016) som en avgörande variabel för skogsägarens val av samarbetspartner i den skogliga affärsrelationen. Även Doney och Cannon (1997) menar att förtroende fungerar som en avgörande variabel vid valet av samarbetspartner i en affärsrelation. Kopplas detta samman med skogliga affärsrelationer innebär det att skogsägaren väljer bort virkesköpare som denne saknar förtroende för, oavsett dennes erbjudna pris, tidigare prestation och kompetens. Skogsägaren väljer istället att kontakta en annan virkesköpare i den kommande skogliga affären, en virkesköpare som skogsägaren har förtroende för. Finns det istället flera parter som den första parten känner förtroende för menar Doney och Cannon (1997) att valet av affärspartner styrs av olika kontrollvariabler så som säljarens tidigare prestation och säljarens erbjudna pris.

1.2 Tidigare forskning

Det finns tidigare studier gällande förtroende i affärsrelationer och studier om vilka variabler som påverkar skapandet av förtroendet i dessa relationer (Doney & Cannon, 1997; Rousseau, et al., 1998; Li, 2007; Morgan & Hunt, 1994). Det finns också tidigare studier gällande generationsegenskaper och hur olika generationer värderar och agerar (Campbell, et al., 2015; Gullestad, 1996; Jonsson, 2009; Karppinen, 2012; Lindgren, et al., 2005). Även relationen mellan skogsägare och virkesköpare i den skogliga affärsrelationen, virkesköparens egenskaper och skogsägarens val av samarbetspartner i den skogliga affären tas upp i ett flertal tidigare studier (Du Rietz & Ekman, 2005; Enander & Melin, 2008; Jacobsson, 2016; Lundberg, 2016; Roth, 2010; Staal Wästerlund & Kronholm, 2016; Waern & Wikberg, 2013). Däremot är skogsägarens förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen, skapandet av skogsägarens förtroende och vilka variabler som påverkar skapandet av skogsägarens förtroende ännu ett outforskat område. Det gäller även förtroende i skogliga affärsrelationen utifrån skogsägarens generationstillhörighet. Avsaknaden av tidigare studier om skogsägarens förtroende för virkesköpare i skogliga affärsrelationer utifrån skogsägarens generationstillhörighet gör att det finns ett behov av denna studie.

2. Teori

2.1 Förtroende

Förtroende är ett komplext och svårdefinierat begrepp. Det finns ingen universellt accepterad definition av begreppet förtroende (Li, 2007; Rousseau, et al., 1998) utan en mängd olika definitioner. Förtroende kan till exempel definieras som:

”... a psychological state comprising the intention to accept vulnerability based upon positive expectations of the intentions or behaviour of another.” (Rousseau, et al., 1998, s 395)

eller som:

”... the perceived credibility and benevolence of a target of trust.” (Doney & Cannon, 1997, s 36)

Enligt Doney och Cannon (1997) kan förtroende delas upp i två dimensioner: trovärdighet (*credibility*) och välvilja (*benevolence*). Den första dimensionen, trovärdighet, syftar till den andra partens tillförlitlighet och förväntan om att det hen säger i ord och text är sant. Den andra dimensionen, välvilja, syftar till i vilken grad den andra parten i relationen är intresserad av den första partens välfärd och hur motiverad den andra parten är att söka efter en gemensam vinst för båda parter. Förtroende kommer i denna studie att analyseras utifrån definitionen av Doney och Cannon (1997). För att förtroendet i en relation ska uppstå och för att förtroendet ska ha någon funktion krävs det att resultatet av samarbetet mellan parterna är viktigt men osäkert för alla parter och att parterna i relationen är sårbara inför varandra. Skapandet av förtroendet för en annan part är beroende av de förväntningar som den ena parten i relationen har på den andra, förväntningar om hur hen kommer att agera och vilka motiv hen har (Doney & Cannon, 1997; Li, 2007, Rousseau, et al., 1998). Enligt Doney och Cannon (1997) är förtroendet för den andra parten en grundsten i parternas relation och avgörande för att relationen mellan parterna ska fungera. Kundens förtroende till den säljande parten kan i affärsrelationer vara kopplat till säljaren och dennes personlighet, till företaget som säljaren arbetar för genom företagets policys, verksamhet och personal, eller till både företaget och säljaren (Doney & Cannon, 1997). I den skogliga affärsrelationen kan detta jämföras med att skogsägaren kan ha förtroende för virkesköparen, virkesköparens arbetsgivare eller både virkesköparen och dennes arbetsgivare, något som tas upp även av Enander och Melin (2008). Förtroende mellan parterna i en affärsrelation innebär stora konkurrensfördelar för den säljande parten då köparens förtroende för säljaren i många fall är avgörande för köparens framtida lojalitet till den säljande parten (Dagger, et al., 2009; Doney & Cannon, 1997; Du Rietz & Ekman, 2005; Lundberg, 2016; Morgan & Hunt, 1994, Öberg, 2016). Förtroendet i en affärsrelation kan enligt Doney och Cannon (1997) skapas genom fem processer. Dessa är beräknande-, förutsägelse-, trovärdighets-, intentions- och överföringsprocessen. Förtroendet för den andra parten i affärsrelationen kan skapas genom en eller flera av dessa processer (Doney & Cannon, 1997). De variabler som påverkar skapandet av förtroendet i affärsrelationen varierar mellan de olika processerna (tabell 1).

I beräkningprocessen (*the calculative process*) ser den första parten i relationen över de vinster och kostnader den andra parten kan få av att fuska eller bedra den första parten. Den första parten i relationen får förtroende för den andra parten om fördelarna med att fuska eller bedra inte överväger kostnaderna den andra parten skulle få betala av att bli påkommen. Detta eftersom att fuska eller bedra då inte vore till den andra partens fördel (Doney & Cannon, 1997). De variabler som påverkar förtroendeskapaandet i beräkningprocessen, anpassat till den skogliga affärsrelationen, är storleken på virkesköparens arbetsgivare, virkesköparens rykte, virkesköparens vilja att kundanpassa och relationens längd mellan parterna i den skogliga affärsrelationen, alltså mellan skogsägare och virkesköpare och skogsägare och virkesköparens arbetsgivare.

I förutsägelseprocessen (*the prediction process*) bygger förtroendeskapaandet på förmågan hos den första parten att förutse den andra partens beteende. Förtroendet för den andra parten bygger på hur den första parten bedömer den andra partens trovärdighet och välvilja. Det gör att det krävs information om den andra partens tidigare löften och beteende. Genom upprepad interaktion mellan parterna blir det möjligt att förutsäga den andra partens beteende. Förtroende som skapas genom förutsägelseprocessen växer då parterna upplever saker tillsammans (Doney & Cannon, 1997). De variabler som påverkar förtroendeskapaandet i förutsägelseprocessen, anpassat till den skogliga affärsrelationen, är relationens längd mellan parterna i den skogliga affärsrelationen, alltså mellan skogsägare och virkesköpare och skogsägare och virkesköparens arbetsgivare, att skogsägaren upplever virkesköpare som sympatisk, att virkesköparen och skogsägaren har liknande intressen och värderingar och att skogsägaren och virkesköparen har frekvent kommunikation.

Vid förtroendeskapaande genom trovärdighetsprocessen (*the capability process*) är trovärdighetsdimensionen av förtroende i fokus. Den första parten ser över den andra partens förmåga att uppfylla de löften som parterna har kommit överens om, alltså hur trovärdig den andra parten är (Doney & Cannon, 1997). De variabler som påverkar förtroendeskapaandet i trovärdighetsprocessen, anpassat till den skogliga affärsrelationen, är virkesköparens kompetens och virkesköparens genomslagskraft där virkesköparens genomslagskraft innebär dennes möjlighet att påverka hans arbetsgivare.

I intentionsprocessen (*the intentionality process*) skapas förtroende för den andra parten i relationen genom att den första parten tolkar och bedömer den andra partens ord och agerande för att avgöra dennes intentioner. De parter vars motiv är att hjälpa och belöna andra parter är mer betrodda än de vars motiv är att utnyttja andra parter för egen vinning. Förtroendeskapaande genom intentionsprocessen kan också ske då parterna i relationen delar värderingar och normer med varandra och på så sätt gör det möjligt för dem att förstå varandras motiv och mål (Doney & Cannon, 1997). De variabler som påverkar förtroendeskapaandet i intentionsprocessen, anpassat till den skogliga affärsrelationen, är virkesköparens vilja att kundanpassa, att skogsägaren upplever virkesköparens som sympatisk, att virkesköpare och skogsägare har liknande intressen och värderingar och att skogsägare och virkesköpare har frekvent kommunikation.

Skapas förtroende genom överföringsprocessen (*the transference process*) får den första parten förtroende för den andra parten genom en betrodd tredje parts omdöme av att den andra partens trovärdighet. Förtroendet för den andra parten, som den första parten saknar erfarenheter av, överförs alltså genom den tredje betrodda parten (Doney & Cannon, 1997). Variablerna som

påverkar förtroendeskapaandet i överföringsprocessen, anpassat till den skogliga affärsrelationen, är virkesköparens rykte och skogsägarens förtroende för den tredje parten.

Tabell 1. De fem förtroendeskapaande processerna och de variabler som påverkar skapaandet av förtroende i respektive process (anpassning från Doney & Cannon (1997) till den skogliga affärsrelationen)

Table 1. The five trust-building processes and the variables affecting the development of trust in each process (adjusted from Doney & Cannon (1997) to the forest business relationship)

Förtroendeskapaande processer	Variabler som påverkar respektive process
<i>Beräknanprocessen</i>	Storleken på virkesköparens arbetsgivare Virkesköparens rykte Virkesköparens vilja att kundanpassa Relationens längd mellan skogsägare och virkesköpare Relationens längd mellan skogsägare och virkesköparens arbetsgivare
<i>Förutsägelseprocessen</i>	Relationens längd mellan skogsägare och virkesköpare Relationens längd mellan skogsägare och virkesköparens arbetsgivare Skogsägaren upplever virkesköparen som sympatisk Virkesköpare och skogsägare har liknande intressen och värderingar Frekvent kommunikation mellan skogsägare och virkesköpare
<i>Trovärdighetsprocessen</i>	Virkesköparens kompetens Virkesköparens genomslagskraft
<i>Intentionsprocessen</i>	Virkesköpare vilja att kundanpassa Skogsägaren upplever virkesköpare som sympatisk Virkesköpare och skogsägare har liknande intressen och värderingar Frekvent kommunikation mellan skogsägare och virkesköpare
<i>Överföringsprocessen</i>	Virkesköparens rykte Skogsägarens förtroende för tredje part

2.2 Generationstillhörighet

Utifrån ålder kan människor delas upp i generationer där varje generation motsvarar en grupp människor födda under samma tidsperiod och som upplevt en liknande kulturell kontext (Campbell, et al., 2015). Det finns stora skillnader i olika generationers sätt att värdera och agera (Jonsson, 2009; Campbell, et al., 2015; Gullestad, 1996; Karppinen, 2012). Dessutom följer de värderingar och tankar som utvecklas i ungdomen ofta med längre upp i åren och genom livet (Lindgren, et al., 2005). Vidare är de mål och värderingar som skogsägarna har i många fall bundna till den generation skogsägarna tillhör (Karppinen, 2012).

Studiens syfte är att studera skogsägarnas förtroende för virkesköparen i den skogliga affären beroende av skogsägarens generationstillhörighet. Detta eftersom det finns skillnader mellan olika generationer, skillnader som kan påverka skogsägarens förtroende för virkesköparen. Äldre och yngre skogsägargenerationer har olika utbildningsnivå och som ett resultat av det också olika sysselsättning (Karppinen, 2012; Nordlund & Westin, 2011). Utifrån utbildningsnivå och sysselsättning värderar och agerar individer och generationer olika. Generationerna skiljer sig också åt i livssituation, alltså vart de befinner sig i livet med utbildning, familj och arbete. Jonsson (2009) menar att det kommer att innebära stora skillnader då 80-talisterna blir den nästa

stora skogsägargenerationen och då 40-talisterna gått i pension eftersom dessa generationer har växt upp med olika värderingar och beteenden. Enligt Jonsson (2009) är den generella bristvaran bland 80-talisterna tid istället för pengar. 80-talisterna är överlag professionella konsumenter och medvetna om deras betydelse som kunder (Jonsson, 2009; Lindgren, et al., 2005). Lindgren, et al., (2005) menar att 80-talisterna som ett resultat av detta förväntar sig en kundpassning av den andra parten i affären i större utsträckning än andra generationer. Enligt Gullestad (1996) har 20-talister i Norge agerat under lydning av äldre generationer och i stor utsträckning lyssnat på äldre generationer i frågor gällande till exempel utbildnings- och yrkesval. Gullestad (1996) menar vidare att 70-talister i Norge istället har haft större möjligheter att välja fritt vad de vill satsa på när det till exempel handlar om utbildning och framtida yrke och att de har växt upp med ett större ifrågasättande av andra individer. 70-talisterna har istället växt upp i ett samhälle där tävling om framgång och bekräftelse varit en större del av vardagen och där de till skillnad från 20-talisterna lyssnat och fått stöd från föräldrar och äldre generationer men själva varit dem som fattat besluten. 70-talisterna har blivit uppmuntrade till att vara sig själva och att vara mer självständiga. Kopplas ovanstående samman med skogliga frågor kan det tänkas att äldre generationer ärvt skogsfastigheten oavsett deras egen vilja, medan yngre generationer i större utsträckning fått avgöra arvet själva. Det kan i sin tur leda till att de individer som själva har fått välja om de ska bli skogsägare är mer intresserade av sin skogsfastighet och har tydligare mål med brukandet av fastigheten.

Skillnaderna i kulturen som samma generation i olika skandinaviska länder har växt upp med får anses vara liten (Lindgren, et al., 2005). Samma generationer i olika nordiska länder får därför antas värdera och agera på liknande sätt. Generationers värderande och agerande har inom svenska studier inte beforskats i någon större utsträckning. Det har i denna studien lett till att även litteratur från Norge och Finland nyttjats. Skillnaderna mellan olika generationers sätt att värdera och agera är enligt Campbell, et al., (2015) gradvis och inte något som sker abrupt. Det får därför antas vara större skillnad i generationernas sätt att värdera och agera ju längre tid som skiljer mellan dem och mindre ju kortare tid som skiljer mellan dem. Det innebär att de värderingar de olika generationerna växt upp med och tar med sig in i vuxen ålder är likartade för generationer nära varandra och åtskilda för generationer långt ifrån varandra. De värderingar som Gullestad (1996) tar upp bland 20-talister borde därför i viss mån vara desamma bland 40-talister och på samma sätt borde också de värderingar som Gullestad tar upp bland 70-talister i viss mån vara desamma bland 80-talister. Då det saknats information om en specifik generations värderingar och agerande har därför istället information om närliggande generationer använts.

2.3 Variabler som påverkar förtroendeskapandet

2.3.1 Virkesköparens skoglig kompetens

Ämnesspecifika kunskaper kan enligt Jensen och Ulleberg (2013) användas för att skapa förtroende mellan parterna i en relation. Det innebär att skogsägaren kan få förtroende för virkesköparen genom att virkesköparen visar att hen har ämneskunskaper inom skog, skogsförvaltning och skogliga affärer, alltså skoglig kompetens, i den skogliga affärsrelationen. Skogsägare anser enligt Waern och Wikberg (2013) att den viktigaste egenskapen bland virkesköpare är skoglig kompetens. Enligt Doney och Cannon (1997) är kompetens en av de

variabler som påverkar skapandet av förtroende i affärsrelationen. I studien motsvarar virkesköparens skogliga kompetens virkesköparens kunskap inom skog, skogsförvaltning och skogliga affärer.

2.3.2 Virkesköparens vilja att kundanpassa

Jensen och Ulleberg (2013) menar att det finns två olika sätt att föra dialog i det professionella arbetet, antingen genom expertmodellen eller genom relationsmodellen. I expertmodellen är klienten ett objekt för den professionelles agerande och handlingar och dialogen förs mer i form av en monolog. I relationsmodellen kan istället båda parter, i dialog med varandra, påverka det som sker i relationen mellan parterna och det önskade resultatet (Jensen & Ulleberg, 2013). Expertmodellen i den skogliga affärsrelationen innebär att skogsägare endast har en liten chans att påverka avtal och resultat medan relationsmodellen istället innebär att virkesköparen är lyhörd för skogsägarens önskemål och krav och att skogsägaren och virkesköparen i dialog tillsammans kan påverka avtal och resultat. Enligt Jonsson (2009) har 80-taliterna en stor medvetenhet om deras betydelse som kunder och konsumenter. Det kan leda till att de har en större förväntan om att virkesköparen ska visa vilja att kundanpassa affären utefter skogsägarens önskemål än 40-talisterna. Skogsägare anser enligt Waern och Wikberg (2013) att det är viktigt att virkesköparna lyssnar på skogsägarnas önskemål i den skogliga affären. Enligt Doney och Cannon (1997) är säljarens vilja att kundanpassa en av de variabler som påverkar skapandet av förtroende i en affärsrelation. Virkesköparens vilja att kundanpassa motsvarar i studien virkesköparens lyhördhet och anpassningsförmåga till skogsägaren och skogsägarens möjlighet att påverka avtal och resultat i den skogliga affären.

2.3.3 Kommunikation mellan parterna

En relation mellan två eller fler parter fungerar inte utan kommunikation mellan dem och för att relationen mellan parterna ska fungera krävs det att båda parter bidrar till kommunikation (Jensen & Ulleberg, 2013). Enligt Dagger et al., (2009) förstärks relationen mellan parterna genom upprepad kommunikation. God kommunikation mellan parterna i en relation, i en privat så väl som en affärsrelation, kan leda till att förtroende mellan parterna skapas (Doney & Cannon, 1997; Jensen & Ulleberg, 2013; Lundberg, 2016; Morgan & Hunt, 1994). I den skogliga affärsrelationen innebär detta att god kommunikation mellan skogsägare och virkesköpare kan leda till en stark och fungerande relation. Kommunikationen i den skogliga affärsrelationen kan som ett resultat av det leda till förtroende mellan parterna. Kommunikation mellan parterna motsvarar i studien kontakten skogsägaren har med virkesköparen genom olika kanaler så som telefon, personliga möten, mail med mera.

2.3.4 Skogsägarens lojalitet

Enligt flertalet studier kan förtroende mellan parterna i en affärsrelation leda till lojalitet (Dagger, et al., 2009; Doney & Cannon, 1997; Du Rietz & Ekman, 2005; Lundberg, 2016; Morgan & Hunt, 1994, Öberg, 2016). Doney och Cannon (1997) visar detta genom att påtala att den andra partens trovärdighet och välvilja har stor betydelse för den första parten då hen ska välja affärspartner för kommande affärer. Utifrån Doney och Cannons (1997) definition av förtroende innebär det att den första parten utgår från förtroendet hen har eller saknar för den andra parten vid valet av affärspartner. Förtroende i en affärsrelation fungerar som en avgörande variabel för att den första parten ska välja att kontakta och vara lojal till den andra parten. Om den första parten saknar förtroende för den andra parten väljer denne istället att kontakta en annan part i den

kommande affären, en annan part som denne har förtroende för. Det innebär att den andra parten kommer att väljas bort för andra, oavsett vilket pris, kvalitet eller vilken service hen erbjuder om förtroendet för denna parten saknas. Finns det flera parter som den första parten har förtroende för utgår den första parten utifrån olika kontrollvariabler, så som den andra partens tidigare prestation, den första partens tidigare erfarenhet av att göra affärer med den andra parten, den andra partens erbjudna pris, service och typ av varor eller tjänster vid valet av affärspartner (Doney & Cannon, 1997). Enligt tidigare studier är skogsägarens val av virkesköpare, och därigenom dennes lojalitet, i skogliga affärer bland annat beroende av virkesköparens pris, skogsägarens relation till virkesköparen, skogsägarens förtroende för virkesköparen, virkesköparens tidigare prestation, kompetens och ärlighet, virkesköparens bemötande av skogsägaren och virkesköparens arbetsgivare (Du Rietz & Ekman, 2005; Enande & Melin, 2008; Jacobsson, 2016; Waern och Wikberg, 2013). Skogsägarens lojalitet motsvarar i denna studie skogsägarens vilja att återkomma till virkesköparen och virkesköparens arbetsgivare då skogsägaren står inför valet av affärspartner i kommande skogliga affärer.

2.4 Syfte

Mot bakgrund av den redovisade forskningen är studiens syfte att studera:

1. genom vilka processer skogsägarens förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen skapas beroende av skogsägarens generationstillhörighet och
2. hur variablerna virkesköparens skogliga kompetens, virkesköparens vilja att kundanpassa och kommunikation mellan parterna påverkar skogsägarens förtroende för virkesköparen samt hur skogsägarens lojalitet påverkas av dennes förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen beroende av skogsägarens generationstillhörighet

Utifrån ovanstående teorier och påverkande variabler har sex hypoteser utformats:

Hypotes 1: Bland skogsägare födda under 40-talet skapas förtroendet för virkesköparen framförallt genom förutsägelseprocessen

Hypotes 2: Bland skogsägare födda under 80-talet skapas förtroendet för virkesköparen framförallt genom överföringsprocessen

Hypotes 3: Virkesköparens skogliga kompetens är en viktig variabel för att skogsägarens förtroende för virkesköparen ska skapas

Hypotes 4: Virkesköparens vilja att kundanpassa är en viktig variabel för att skogsägarens förtroende för virkesköparen ska skapas

Hypotes 5: Kommunikation mellan parterna är en förutsättning för att skogsägarens förtroende för virkesköparen ska skapas

Hypotes 6: Skogsägarens lojalitet till den skogliga aktören är beroende av skogsägarens förtroende för virkesköparen och virkesköparens arbetsgivare

3. Material och metod

3.1 SCA Skog AB

Studien genomfördes i samarbete med SCA Skog AB, som i studien fortsättningsvis benämns som SCA, då de upplevde ett behov av att studera hur skogsägarnas förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen skapas.

SCA är en av de största virkesköpande organisationerna i Sverige och har försörjningsansvar för koncernen SCA AB:s industrier. SCA, med sitt huvudkontor i Sundsvall, är verksam i större delen av Norrland med sin verksamhet uppdelad i fem skogsförvaltningar: Medelpads, Jämtlands, Ångermanlands, Västerbottens och Norrbottens skogsförvaltning (SCA Skog AB, 2016). Inom respektive skogsförvaltning finns det mellan 12 till 15 virkesköpare utplacerade på lokalkontor där de är skogsägarnas främsta kontakt med SCA (Olofsson, 2016, muntlig kommentar). SCAs virkesköpare anskaffar årligen cirka 2,3 miljoner m³f genom köp av avverkningsuppdrag hos de privata skogsägarna, en volym som motsvarar cirka 45 procent av SCA:s totala årliga avverkningsvolym. Utöver avverkningstjänster erbjuder SCA skogsägarna olika tjänster som bland annat skogsskötsel, transport och olika skogliga aktiviteter som resor och temadagar där skogsägarna kan delta (SCA Skog AB, 2016).

Skogsägarnas behov av varor och tjänster från de skogliga aktörerna har förändrats över tid i takt med att självverksamhetsgraden bland skogsägarna har minskat. SCA upplever att det från skogsägarnas sida finns ett behov av ett utökad samarbete mellan parterna i den skogliga affärsrelationen, ett samarbete som inte endast handla om virkesköp utan också om rådgivning i skogliga och ekonomiska frågor. SCA, liksom andra företag inom skogsbranschen, strävar efter att gå från att vara en råvaruleverantör för egen industri till att i allt större utsträckning också bli en tjänsteleverantör för skogsägarna (Olofsson, 2016, muntlig kommentar).

3.2 Kvalitativa metoder

I studien användes en kvalitativ metod i form av semi-strukturerade intervjuer med tio skogsägare då kvalitativa metoder används när syftet är att försöka förstå hur individer agerar, tänker och upplever saker (Trost, 1993; Kvale, 1997; Bryman, 2001; Svensson & Starrin, 1996). I kvalitativa intervjuer kan den som intervjuas med egna ord förmedla åsikter utifrån sitt eget perspektiv (Kvale, 1997). En kvantitativ studie i ämnet hade genom till exempel en enkät kunnat fånga upp skogsägares förtroende för virkesköpare i den skogliga affären, oavsett skogsägarnas ålder, vart skogsägarna bodde eller vilken skoglig aktör skogsägarna valde att kontakta i den skogliga affären. Förutsättningarna för att skicka ut enkäter till skogsägare för att studera deras förtroende för virkesköpare är dock att det på förhand finns kunskap om till exempel de egenskaper skogsägarna upplever som viktiga för att förtroende ska skapas och vad skogsägarna utgår från vid valet av virkesköpare i den skogliga affären. Då kunskapen om detta var begränsad var det inte möjligt att genomföra studien som en kvantitativ enkätstudie. En kvantitativ studie hade inte heller gett någon djupare förståelse för hur skogsägarna resonerade kring förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen, varför vissa egenskaper hos virkesköparen ansågs

viktiga för skogsägarens förtroende eller hur skogsägare resonerade i valet av virkesköpare inför den skogliga affären.

3.3 Urval av skogsägare

Skogsägarna som intervjuades i studien togs fram från SCAs skogsägarregister. För att få en stor bredd av skogsägare med avseende på skogsägarnas ålder, kön, bostadsort och storleken på skogsägarnas fastighet valdes skogsägarna ut genom ett strategiskt urval. Vid ett strategiskt urval avgör vissa förutbestämda variabler vilka individer som ska väljas ut för att kunna delta i studien. De variabler som styrde urvalet av skogsägare var vilken skogsförvaltning skogsfastigheten fanns registrerad i, vilken skogsförvaltning skogsägaren bodde i, skogsfastighetens storlek, slutredovisningsdatum för den senast genomförda skogliga affären samt skogsägarens ålder.

Den viktigaste variabeln för studien var ålder eftersom ålder gör det möjligt att studera skillnader och likheter i hur skogsägarnas förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen skapas utifrån skogsägarens generationstillhörighet (se studiens syfte, kapitel 2.4). Generationerna som valdes ut till denna studie var 40- och 80-talister, detta på grund av att det finns skillnader mellan dessa generationer och på grund av att äldre skogsägare allteftersom tiden går kommer att lämna över skogsfastigheten till yngre generationer skogsägare med andra värderingar (Nordlund & Westin, 2011). Det innebär bland annat att andelen skogsägare som är födda under 40-talet kommer att minska medan andelen skogsägare som istället är födda under 80-talet kommer att öka. 40- och 80-talister valdes dessutom ut till studien då båda generationerna tillhör den vuxna generationen samtidigt som de befinner sig i skilda livssituationer. Det finns därför ett intresse för företag som SCA att studera hur yngre och äldre skogsägargenerationer ser på förtroendet för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen och hur de värderar virkesköparens skogliga kompetens, virkesköparens vilja att kundanpassa och kommunikationen mellan parterna samt hur förtroendet påverkar skogsägarnas lojalitet. Vilken skogsförvaltning skogsfastigheten fanns registrerad i och i vilken skogsförvaltning skogsägaren bodde i valdes ut för att göra det möjligt att begränsa den geografiska spridningen på vart skogsägarna bodde och på vart skogsägarnas skogsfastighet fanns belägen. Att minska den geografiska spridningen på tidigare nämnda variabler gör att de skogsägare som slutligen intervjuas får mer liknande förutsättningar och att mindre tid behöver läggas på transport vid intervjuerna. Skogsfastighetens storlek användes som en styrande variabel för att varken alltför stora eller alltför små skogsägare skulle kunna delta i studien. Förutsättningarna och målsättningen med brukandet av skogen skiljer mycket mellan små och stora skogsägare och därför bestämdes för den här studien att endast skogsägare med en skogsfastighet om 50 ha till 1500 ha skulle kunna delta. Slutredovisningsdatum för den senaste genomförda skogliga affären med SCA valdes ut som en variabel för att affären inte skulle vara genomförd alltför långt tillbaka i tiden och kanske därför svår att minnas samtidigt som variabeln skulle garantera att alla deltagande skogsägare hade genomfört och avslutat en affär med SCA.

Det strategiska urvalet resulterade i en lista om 240 skogsägare där samtliga skogsägarna var födda under 40- eller 80-talet, bodde och hade skogsfastigheten registrerad i Medelpads skogsförvaltning, avslutat en skoglig affär med SCA under perioden första januari 2012 till första juni 2016 och där skogsfastighetens storlek varierade mellan 50 ha till 1500 ha. Bland de 240

skogsägarna slumpades totalt tio skogsägare fram med hjälp av Excels slumpgenerator, fem från respektive generation. Till dessa skogsägare skickades ett brev med en kort introduktion av studien och information om att de inom kort skulle bli kontaktade via telefon (bilaga 1). Brevet innehöll också information om att skogsägarnas svar under intervjuerna behandlades strikt konfidentiellt för att skydda deras identitet (Trost, 1993; Kvale 1997; Svensson & Starrin, 1996). Det innehöll dock ingen information om studiens inriktning på generationsskillnader då detta hade kunnat styra skogsägarnas svar under intervjuerna. Då de tio skogsägarna kontaktades via telefon fick de återigen en kort introduktion av studien och dess syfte, att deras svar hanterades strikt konfidentiellt och därefter frågan om de var intresserade av att ställa upp på en intervju. Information om studiens inriktning på generationsskillnader gavs inte heller ut under telefonsamtalet. Sju av tio skogsägarna ville ställa upp på en intervju varpå tid och plats för intervjun bestämdes. Tre av de tillfrågade skogsägarna ville inte ställa upp på en intervju vilket gjorde att tre nya skogsägare slumpades fram utifrån listan. För dessa tre skogsägare följde samma procedur med brev och telefonsamtal. Samtliga av de tre senast kontaktade skogsägarna var intresserade av att ställa upp på en intervju varpå tid och plats för intervjun bestämdes. Totalt bokades, och genomfördes tio intervjuer, fem intervjuer med respektive generation, varav fyra skogsägare var kvinnor och sex var män (tabell 2). Andelen kvinnor var högre bland 40-talisterna än bland 80-talisterna. Den absoluta majoriteten av skogsägarna var närskogsägare, endast en skogsägare var distansskogsägare. Storleken på skogsägarnas skogsfastighetens varierade från 80 ha till 400 ha (avrundat till närmaste tiotal).

Tabell 2. Fördelning av de deltagande skogsägarnas generationstillhörighet, kön, boende i förhållande till skogsfastigheten och skogsfastighetens storlek

Table 2. The distribution of the participated private forest owners generational affiliation, gender, location in relation to the forest property and the size of the forest property

Skogsägarnas generationstillhörighet	Antal		
	40-talister	80-talister	
	5 stycken	5 stycken	
Skogsägarnas kön	Män	Kvinnor	
	6 stycken	4 stycken	
Skogsägarnas boende i relation till skogsfastigheten	Närskogsägare	Distansskogsägare	
	9 stycken	1 styck	
Storleken på skogsägarnas skogsfastighet	50–100 ha	100–300 ha	300–400 ha
	1	7	2

3.4 Urval av variabler

Flertalet variabler kan påverka skapandet av förtroende i affärsrelationer. I studien begränsades antalet variabler till fyra då tiden som fanns avsatt för arbetet var begränsad. De variabler som valdes ut var virkesköparens skogliga kompetens, virkesköparens vilja att kundanpassa, kommunikationen mellan parterna och skogsägarens lojalitet. Virkesköparens skogliga kompetens, som i studien motsvarar virkesköparens kunskap inom skog, skogsförvaltning och skogliga affärer, valdes ut som en variabel då kompetens är en av de variabler som kan påverka de förtroendeskapande processerna (tabell 1; Doney & Cannon, 1997). Variabeln valdes dessutom ut då det finns ett intresse av att se över vilken vikt respektive skogsägargeneration upplever att virkesköparens skogliga kompetens har, ett resultat som kan påverka vilken typ av

utbildning skogliga aktörer efterfrågar bland sina virkesköpare. Virkesköparens vilja att kundanpassa motsvarar i studien virkesköparens lyhördhet och anpassningsförmåga till skogsägaren och skogsägarens möjlighet att påverka avtal och resultat i den skogliga affären. Virkesköparens vilja att kundanpassa valdes ut som en variabel i studien då det är en variabel som kan påverka de förtroendeskapande processerna (tabell 1; Doney & Cannon, 1997). Variabeln valdes även ut då den bild respektive generation har av sig själv som kund och konsument kan varierar (Jonsson, 2009; Lindgren, et al., 2005). Det gör att det finns ett behov av att se över hur viktigt det är för respektive generation att virkesköparen visar vilja att kundanpassa i den skogliga affären. Kommunikation mellan parterna motsvarar i denna studie kontakten skogsägaren har med virkesköparen genom olika kanaler så som telefon, personliga möten, mail med mera. Kommunikation mellan parterna valdes som en variabel i studien då kommunikation är en av de variabler som kan påverka de förtroendeskapande processerna (tabell 1; Doney & Cannon, 1997). Skogsägarens lojalitet motsvarar i studien skogsägarens vilja att återkomma till virkesköparen och virkesköparens arbetsgivare då skogsägaren står inför valet av affärspartner i kommande skogliga affären. Variabeln lojalitet valdes ut på grund av att lojalitet i affärsrelationen kan vara beroende av förtroendet för den andra parten i affärsrelationen (Dagger, et al., 2009; Doney & Cannon, 1997; Du Rietz & Ekman, 2005; Lundberg, 2016; Morgan & Hunt, 1994).

3.5 Intervjuguide

Intervjuerna styrdes av en i förväg framställd intervjuguide (bilaga 2). Intervjuguiden var semi-strukturerad och innehöll en översikt av ämnen som skulle tas upp under intervjun samt förslag på frågor kopplade till respektive ämne (Bryman, 2001; Kvale, 1997; Starrin & Renck, 1996). Frågorna i guiden behövde inte nödvändigtvis ställas i den ordning som de var angivna i. Uppstod det ett behov av frågor som inte finns med i intervjuguiden kunde de ställas så länge de var kopplade till de ämnen som fanns med i intervjuguiden (Bryman, 2001). Intervjuguiden lästes igenom innan intervjuerna av andra personer för att undvika missförstånd vid intervjuerna och för att säkerställa att frågorna var korrekt formulerade. Guiden var utformad med enklare och mer allmänna frågor i början som rörde skogsägaren och hans ägande av skog. Att ha den typen av frågor i början gör enligt Svensson och Starrin (1996) att den som intervjuas får chansen att uttrycka sig mer spontant, att hen känner sig säker på vad och hur hen ska svara samtidigt som hen kan känna sig bekväm med personen som håller intervjun. Efter de mer allmänna frågorna kom frågor som rörde relationen mellan skogsägaren och virkesköparen, kontakten mellan dem, virkesköparens egenskaper, val av virkesköpare och förtroende och trygghet i den skogliga affären. Tanken med frågorna var att de skulle fånga upp skogsägarnas tankar kring förtroende, genom vilken process skogsägarens förtroende för virkesköparen skapats genom, hur variabelerna virkesköparens skogliga kompetens, virkesköparens vilja att kundanpassa och kommunikationen mellan parterna påverkar skogsägarens förtroende för virkesköparen samt hur skogsägarens lojalitet påverkades av hans förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen. Frågorna var öppna där skogsägarna fick möjlighet att reflektera fritt.

3.6 Intervjuerna

Intervjuerna genomfördes i ostörda miljöer. I åtta fall genomfördes de som enskilda intervjuer och i två fall som gruppintervju med två skogsägare då två av skogsägarna hade med sig sin partner under intervjun. Innan respektive intervju påbörjades tillfrågades samtliga skogsägare om de godkände att intervjun spelades in. Då samtliga skogsägare godkände inspelning användes diktafon och inspelningsprogram på mobiltelefon under samtliga intervjuer. Att spela in intervjuerna gjorde det möjligt att referera informationen som kom fram under intervjuerna på ett korrekt sätt och att i efterhand uppfatta tonfall och ordval i skogsägarnas svar (Trost, 1993; Kvale, 1997; Bryman, 2001). Ytterligare ett argument för att spela in intervjuerna istället för att ta anteckningar var för att minimera risken att påverka skogsägarens svar. Den som intervjuas kan uppleva hans svar på en fråga som extra viktigt eller konstigt då anteckningar tas av den som håller i intervjun, eller omvänt som oviktigt om anteckningar inte tas (Trost, 1993). Att endast ta anteckningar under intervjun kan enligt Lantz (1993) göra att den som håller i intervjun endast hör det hen vill höra och omedvetet filtrerar bort information under intervjun som i och med det går förlorad. Att ta anteckningar är dessutom en process som tar tid och något som kan uppfattas som störande. Genom att spela in intervjuerna med både diktafon och inspelningsprogram på mobiltelefon kunde materialet från inspelningseenheterna komplettera varandra.

Skogsägarnas svar på respektive fråga varierade i längd. Längden var framförallt beroende av hur länge skogsägaren varit skogsägare och antalet skogliga affärer hen genomfört. Vissa skogsägare höll sig till att endast svara på den aktuella frågan medan vissa av dem även tog upp andra saker som de kom att tänka på under intervjuernas gång. Under intervjuerna fick skogsägarna svara fritt på frågorna utan att bli avbrutna. Det ledde till att intervjuernas längd varierade mellan 20 minuter till en timme och 30 minuter. När intervjuerna startade fick skogsägarna inte information om studiens inriktning på generationsskillnader. Information om detta gavs först då intervjuerna var avslutade för att minimera risken för att påverka skogsägarnas svar på hur de trodde att de skulle svara utifrån deras ålder. Frågor kopplade till ålder togs upp först i slutet av intervjuerna för att skogsägarens svar skulle vara neutral under större delen av intervjuerna.

3.7 Analys av intervjumaterialet

Efter intervjuerna transkriberades intervjumaterialet från ljudupptagningarna. Intervjumaterialet från de två gruppintervjuerna hanterades på samma sätt som intervjumaterialet från de enskilda intervjuerna eftersom båda parter under gruppintervjuerna hade samma uppfattningar och synpunkter om virkesköparen, förtroende och den skogliga affären. Intervjumaterialet från de två gruppintervjuerna kunde alltså hanteras som om materialet kom från en enskild person. Materialet kodades och analyserades sedan utifrån de tidigare beskrivna teorierna. För att underlätta hanteringen av analysen reducerades materialet så att endast det relevanta materialet för studien fanns kvar (Lantz, 1993). Efter reduceringen genomfördes en meningskoncentrering av skogsägarnas svar där långa, utsvävande eller osammanhängande svar sammanfattades mer koncist. För att göra det möjligt att se och upptäcka mönster i skogsägarnas svar fördes meningskoncentreringarna in under olika teman, till exempel virkesköparens egenskaper eller förtroende i den skogliga affärsrelationen (Kvale, 1997; Lantz, 1993). Skogsägarna tog till exempel upp förtroende vid flera tillfällen under intervjuerna. Genom att koppla samman koncisa

sammanfattningar av hur de uttalade sig om förtroende till ett gemensamt tema var det möjligt att få ett resultat av hur skogsägarna uppfattade förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen. Citaten som användes i rapporten justerades för att undvika talspråk och för att minska risken för att de skulle uppfattas som osammanhängande eller förvirrade (Trost, 1993; Kvale, 1997) men inte i sådan grad att betydelsen av dem påverkades.

4. Resultat

4.1 Skogsägarnas mål

Den absoluta majoriteten av skogsägarna hade en personlig koppling till sin skogsfastighet då de på något sätt tagit över den av familj eller släkt. På frågan vad skogsägarna ville uppnå och få ut av skogsägandet svarade de bland annat att skogen skulle förvaltas och föras vidare till nästa generation, att den skulle användas som en ekonomisk buffert, att den skulle tillgodose skogsägarens skogliga intressen, att skogsägaren skulle kunna bedriva jakt och nyttja skogen för rekreation, svamp- och bärplockning. Då skogsägarna fick beskriva betydelsen av att vara skogsägare svarade de bland annat att skogsägandet innebar mycket jobb men också glädje och ekonomisk trygghet. Kopplat till dessa två frågor framhöll 40-talisterna i större utsträckning än 80-talisterna att skogen skulle bidra till skogsägarens ekonomi och att ägandet förde med sig mycket jobb. 80-talisterna framhöll i sin tur vikten av att bruka skogen på ett hållbart sätt, att skogen innebar glädje och att skogsägaren ägde skogen för att hen hade ett skogligt intresse i större utsträckning än 40-talisterna. Att förvalta skogsfastigheten till nästa generation var något som framhölls i lika stor utsträckning av båda generationerna.

4.2 Kommunikationen mellan parterna

Kontakten mellan skogsägaren och virkesköparen varierade bland de skogsägare som intervjuades. Vissa skogsägare uppgav att de inte kunde svara på hur ofta parterna hade kontakt men att kontakten nästan endast var kopplad till den skogliga affären. Vissa skogsägare menade istället att de hade kontakt med virkesköparen en till flera gånger per år. De flesta skogsägarna tyckte att kontakten med virkesköparen i huvudsak skulle gälla och ske kopplat till den skogliga affären. De skogsägare som svarade att de hade kontakt med sin virkesköpare en till flera gånger per år tyckte i större utsträckning att kontakten mellan parterna utöver den skogliga affären även kunde ske i samband med skogliga uppdrag hos andra skogsägare eller kopplat till parternas gemensamma intressen, så som jakt och skidåkning. Kontakten mellan dem kunde också handla om verksamheten som virkesköparens arbetsgivare bedrev eftersom vissa skogsägare själva var verksam inom branschen. Utifrån resultatet verkar det inte finnas någon koppling mellan hur ofta skogsägarna ville ha kontakt med virkesköparen och storleken på skogsägarens skogsfastighet. Två av 80-talisterna hade endast genomfört en skoglig affär då intervjuerna hölls och hade därför endast haft kontakt med virkesköparen kopplat till en skoglig affär. Majoriteten av skogsägarna uppgav att kommunikationen mellan parterna fungerade bra och att parterna hade kontakt tillräckligt ofta. De flesta av dem svarade också att det var skogsägaren som var den part som tog kontakt och att hen oftast gjorde det genom telefon eller mail. Den första kontakten i den skogliga affären följdes i de flesta fall upp genom ett möte med virkesköparen hemma hos skogsägaren, på virkesköparens kontor eller ute på skogsfastigheten. Några skogsägare påpekade också att det i vissa fall var virkesköparen som kontaktade skogsägaren om virkesköparen hade affärer med andra skogsägare i samma område eller om virkesköparens arbetsgivare hade skogsmaskiner i området. De skogsägare som påpekade detta upplevde det som positivt i och med att flyttkostnaderna för den enskilde skogsägaren minskade. Några av skogsägarna uttryckte till och med en önskan om att virkesköparen skulle kontakta skogsägaren om hen hade andra affärer i samma område.

Jag har ju sagt åt dem att ”om ni har någonting i närheten, hör av er”.

Finns det en affär i samma geografi som man själv har sin fastighet i, eller i ett skifte som ligger nära, då kan det ju vara idé för virkesköparen att höra av sig. Även om man pratade ett kvartal tidigare så kan det ju vara idé för dem att höra av sig.

Under majoriteten av intervjuerna nämnde skogsägarna, lika många 80-talister som 40-talister, att en eller flera virkesköpare som skogsägaren varit i kontakt med slutat som virkesköpare i området. Det kunde bero på att virkesköparen gått i pension, flyttat till ett annat område eller position inom företaget, blivit föräldraledig eller blivit uppsagd. Några skogsägare trodde också att det berodde på virkesköparens vilja ta sig upp i karriären eller att denne slutat på grund av en för hög arbetsbelastning. Flera skogsägare tyckte att virkesköparens arbetsgivare behövde arbeta med att minska omsättningen av virkesköpare och för att få dem att bli mer långvarig i området. Drygt hälften av de skogsägare som tog upp omsättningen av virkesköpare upplevde det som ett problem på grund av risken för informationsbortfall och på grund av att parterna inte hann lära känna varandra när relationen mellan dem blev alltför kort. I resultatet finns det tendenser som visar att fler 40-talister i förhållande till 80-talister upplevde omsättningen av virkesköpare som negativt. En skogsägare beskrev detta genom att säga:

De bytte virkesköpare mitt i affären. Så då fick jag en annan virkesköpare och då blir det ju inte samma relation riktigt. (...) Och vid byten så finns det ju information som faller bort. (...) Sedan blev det en tredje virkesköpare i och med att nummer 2 gick på föräldraledighet. (...) Ja jag har ju varit i kontakt med 3 olika virkesköpare, under samma affär. Och det är väll det som man kan säga är nackdelen då.

På grund av att ett skogsägarpar haft kontakt med flera virkesköpare som en efter en försvunnit från området kände de att de inte kunde förvänta sig att nya virkesköpare skulle bli tillräckligt långvariga för att parterna skulle hinna bygga upp en relation till varandra.

Kvinna: De har ju bytt virkesköpare bra många gånger.

Man: De byter ju då och då och man får ju inte räkna med att virkesköparen är kvar här så länge. Men vi har ju inte haft några problem med de nya heller, det tycker jag inte.

Kvinna: Nej men jag vet inte hur många virkesköpare vi har haft. (...)

Man: Virkesköparen får inte bara vara här i 2 år och sedan sticka iväg. (...) De måste vara här ett tag.

Några skogsägare tog under intervjuerna upp hur skogsägaren blev bemött och behandlad av virkesköparen i förhållande till andra skogsägare. Det finns i resultatet tendenser som visar på att virkesköparens bemötande av skogsägaren i förhållande till andra skogsägare påverkar skogsägarens förtroende för virkesköparen. Några skogsägare svarade att de upplevde att de behandlades på samma sätt som andra skogsägare, oberoende av skogsfastighetens storlek:

Det är ju bra ändå att varje skogsägare verkar få ganska stor plats och ganska mycket tid. Så upplevs det i alla fall. Att det inte bara är de allra största skogsägarna som får tillgång till virkesköparens tid.

De gör ju inte skillnad på folk. Tycker jag i alla fall. För den som har 50 hektar eller 5 hektar får ju samma service och det är bra tycker jag... Så känner jag i alla fall. Och jag ser ju mycket av det när jag är ute och kör i jobbet.

De skogsägare som upplevde att de blev behandlade och bemötta på samma sätt som andra skogsägare nämnde ingenting om att deras förtroende för virkesköparen påverkades positivt eller negativt av detta. En skogsägare med den motsatta uppfattningen, att skogsägare behandlades olika beroende av skogsfastighetens storlek, menade att det påverkade hans förtroende:

De skulle avverka förra vintern men det hann de inte sa de. Och vi är lite besvikna att de inte gjorde det. För de var ju där i trakten och avverkade åt andra skogsägare. Så då måste jag säga att då förstår jag det som att de inte gjorde riktigt rätt. För de tog åt de större skogsägarna men inte för oss. Och jag vet inte varför. (...) Så det är lite grus i maskineriet.

4.3 Virkesköparens egenskaper

Då skogsägarna fick svara på vilka egenskaper som de upplever att virkesköparen hade framhöll nästan alla att virkesköpare var kunnig och kompetent, både skogligt och socialt. Virkesköparens skogliga kompetens bidrog enligt drygt hälften av skogsägarna till förtroende för virkesköparen i den skogliga affären. En skogsägare född under 80-talet underströk att:

Virkesköparen är ju väldigt kunnig i och med att [hen] har hållit på med det här länge. Och det känns ju tryggt.

I intervjumaterialet finns det tendenser som tyder på att virkesköparens skogliga kompetens hade större betydelse för 80-talisternas förtroende för virkesköparen i den skogliga affären än bland 40-talisterna. En 80-talist tog upp detta genom att säga att hen kände förtroende för virkesköparen då virkesköparen kunde ge skogsägaren råd i skogliga frågor. Två andra 80-talister beskrev det som att de kände förtroende för virkesköparen för att virkesköparen hade skoglig kunskap. Flera skogsägare upplevde också virkesköparen som lyhörd, flexibel och anpassningsbar för skogsägarens önskemål. En skogsägare, som själv arbetade inom skogsbranschen, menade att virkesköparen var lyhörd för skogsägarens vilja och önskemål och att hen, genom sitt jobb, såg att det även gällde för andra skogsägare. En annan skogsägare beskrev virkesköparens lyhördhet som att:

Virkesköparen lyssnar på mig, vad jag vill ha och vad jag vill ha hjälp med.

Några skogsägare, både 40- och 80-talister, framhöll också att virkesköparen var engagerad och intresserad av skogsägaren och dennes skogsfastighet. En skogsägare menade att virkesköparen visade att hen var engagerad genom att alltid ta sig tid att följa med skogsägaren ut i skogen. Att virkesköparen var intresserad och engagerad kunde enligt en annan skogsägare visa sig genom att virkesköparen var påläst på skogsfastigheten, hur fastigheten såg ut och vilka behov som fanns då hen tog kontakt med skogsägaren. Samma skogsägare uppgav också att virkesköparen ingav förtroende genom att vara påläst och engagerad. Knappt hälften av skogsägarna, lika många 40- som 80-talister, upplevde att deras virkesköpare var förtroendefull. Att virkesköparen var

förtroendefull hade överlag samma betydelse för både 40- och 80-talister, nämligen att virkesköparen var ärlig, skogligt kunnig och kompetent, att virkesköpare höll det som avtalats och att virkesköparen värnade om skogsägarens bästa i affären. Att virkesköparen var förtroendefull beskrev en skogsägare som:

Att jag kan lita på att det [hen] säger är sant. (...) Det känns förtroendefullt för att det känns ärligt. Och att det är det bästa för mig.

På frågan om vilka egenskaper som skogsägaren istället upplevde att virkesköparen saknade eller behövde utveckla var svaren varierande. Flera skogsägare menade att de inte haft kontakt med virkesköparen tillräckligt länge för att kunna svara på frågan eller att de egenskaper som virkesköparen saknade eller behövde utveckla inte var kopplade till deras affärsrelation. De skogsägare som kunde svara på frågan tog bland annat upp virkesköparens tillgänglighet, brist på erfarenhet och brist på teknisk kompetens för att kunna använda de tekniska hjälpmedel och program som fanns tillgängliga. Kontaktskapande upplevdes av ett fåtal skogsägare som en egenskap som virkesköparen behövde utveckla. En av skogsägarna beskrev det som att virkesköparen kunde bli mer uppsökande och ta kontakt med skogsägaren i större utsträckning än idag då skogsägaren var den som tog kontakt då hen ville genomföra en skoglig affär. Skogsägaren menade att möjligheten fanns att hen valde att kontakta andra skogliga aktörer i kommande skogliga affärer om den nuvarande virkesköparen inte blev mer uppsökande. Att inte få kontakt med den mest erfarna virkesköparen i området utan istället med virkesköparen som var under inläring upplevdes av en skogsägare som negativt. Skogsägaren kopplade ihop detta med kontaktskapande och menade att den mest erfarna virkesköparen skulle bli mer kontaktsökande istället för att skicka andra virkesköpare i sitt ställe, något som skogsägaren menade hände i alltför stor utsträckning idag.

4.4 Förtroende och trygghet i den skogliga affären

Under intervjuerna fick skogsägarna definiera vad trygghet respektive förtroende kopplat till virkesköparen i den skogliga affärsrelationen innebar för dem. Majoriteten av skogsägarna tyckte att trygghet och förtroende var samma sak och att det innebar att virkesköparen höll avtal och löften, att virkesköparen var ärlig, skogligt kunnig och kompetent och att virkesköparen värnade om skogsägarens bästa. Samtliga skogsägare sa att virkesköparen i tidigare affärer genomfört det som avtalats. Skogsägarna menade att de i vissa fall behövde påpeka fel eller misstag som inte var enligt avtal och att virkesköparen då åtgärdade de fel eller misstag så att avtalet uppfylldes. Enligt några skogsägare kunde bristande kommunikation mellan virkesköpare och entreprenörer, drivnings- eller transportledare leda till att den skogliga affären inte genomfördes enligt avtal. Ett fåtal skogsägare som svarat att virkesköparen genomfört det som avtalats menade att de dock varit med om att just entreprenören, drivnings- eller transportledare inte genomfört den skogliga affären enligt avtal. Att virkesköparen skulle vara kunnig och kompetent förklarade flera skogsägare genom att de ville att virkesköparen skulle komma med korrekt information eller råd då skogsägaren efterfrågade det. Att virkesköparen var ärlig och värnade om skogsägarens bästa tog skogsägarna upp genom att betona att virkesköparen inte fick utnyttja skogsägarens skogliga okunskap för egen vinning och att alltid genomföra den skogliga affären på så sätt att den

resulterade i det bästa för båda parter, inte endast för virkesköparen, aktieägare eller virkesköparens arbetsgivare. En skogsägare beskrev förtroende kopplat till sin virkesköpare som:

Det är kunnande ihop med att man upplever dem som ärliga. Att man som skogsägare ändå kan gå därifrån och ha gjort en bra affär. (...) Man ska inte behöva känna att det enda som är viktigt det är att de ska tjäna så mycket pengar som möjligt. Och att ju mindre kunnig jag är, för det måste det ju vara väldigt många skogsägare som är okunniga, att man inte ska behöva bli blåst för det. Utan att det finns en yrkesstolthet bland virkesköparna.

En annan skogsägare beskrev det som:

Jag känner ju att de inte har något egenvärde av att lura mig. (...) De kan ju i regel mer om skog än mig, än gemeneman, men jag har ju inte upplevt att de har försökt att lura någon på någonting. Och jag har ju alltid varit nöjd med de affärer som vi har gjort. Och det gör ju att det finns förtroende i vår relation.

Att virkesköparen värnade om skogsägarens bästa i affären var något som 80-talisterna i större utsträckning än 40-talisterna lyfte in i begreppet förtroende. 40-talisterna lyfte istället in vikten att virkesköparen höll det som avtalats mellan parterna och möjligheten att ha kontakt med en och samma virkesköpare under en längre tid i större utsträckning. 80-talisterna la även vikt vid att virkesköparen hade ett gott rykte, att hen var populär hos andra skogsägare och att virkesköparen var villig att kundanpassa. Detta var variabler som 40-talisterna inte alls tog upp. Virkesköparens skogliga kunnande och kompetens lyftes in i förtroendet av båda generationerna, dock i större utsträckning av 80-talisterna än 40-talisterna.

Vad respektive generation lyfte in i förtroendet kan ge indikationer på genom vilken process skogsägarens förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen skapats. Att 80-talisterna lyfte in vikten av att virkesköparen var populär och hade ett gott rykte hos andra skogsägare indikerar på att förtroendet för virkesköparen i stor utsträckning skapats genom kontakt med andra skogsägare, alltså genom överföringsprocessen. Ett exempel på detta var en skogsägare, född under 80-talet, som menade att hen kände förtroende för virkesköparen då skogsägarens pappa under sin tid som skogsägare haft kontakt med samma virkesköpare. Att skogsägare födda under 80-talet la stor vikt vid att virkesköparen värnade om skogsägarens bästa i affären för att känna förtroende för virkesköparen tyder på att förtroendet mellan parterna också kan skapas genom intentionsprocessen. Bland 40-talisterna fanns det inte lika tydligt mönster för vilken eller vilka förtroendeskapande processer som låg till grund för skogsägarens förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen. Detta då skogsägarna födda under 40-talet lyfte in en större variation av variabler än skogsägarna födda under 80-talet. 40-talisterna vägrade in relationens längd, vikten av att virkesköparen värnar om skogsägarens bästa i affären och virkesköparens skogliga kompetens. Det finns därför indikationer på att 40-talisternas förtroendet för virkesköparen skapades genom beräknande-, förutsägelse-, intentions- och trovärdighetsprocessen.

Samtliga skogsägare hade förtroende för sin affärspartner i den senaste skogliga affären. Majoriteten av skogsägarna hade förtroende för sin virkesköpare medan ett fåtal skogsägare istället hade förtroende för virkesköparens arbetsgivare. Det finns tendenser till att 40-talisterna i

större utsträckning än 80-talisterna hade förtroende för virkesköparen och att 80-talisterna å andra sidan hade förtroende för virkesköparens arbetsgivare.

4.5 Val av virkesköpare i den skogliga affären

Då skogsägarna inför den skogliga affären valde virkesköpare sa skogsägarna att valet var beroende av flera variabler. Variablerna var bland annat vilket pris virkesköparen erbjöd i förhållande till andra aktörer, att skogsägaren var nöjd med virkesköparens tidigare prestationer, virkesköparens bemötande och kompetens och skogsägarens förtroende för virkesköparen. Vissa skogsägare vägde även in virkesköparens lokalkännedom, vilja att kundanpassa och om virkesköparens arbetsgivare var ett ekonomiskt stabilt företag. En skogsägare menade att hen valde sin virkesköpare på grund av att virket från den skogliga affären slutligen skulle till virkesköparens arbetsgivare. Genom att genomföra affären med slutkunden direkt istället för att sälja virket till någon form av mellanhand menade skogsägaren att hen kunde få ett bättre virkespris. Majoriteten av skogsägarna sa att det var virkesköparens erbjudna pris i kombination med andra faktorer som avgjorde vilken virkesköpare som skogsägaren slutligen valde att kontakta. Att priset var viktigt för skogsägarna blev också tydligt då flera av dem, både 40- och 80-talister, sa att de någon gång eller inför varje skoglig affär genomförde någon form av upphandling. Vid upphandlingen tog skogsägaren in avverkningskostnader och virkespriser från flera virkesköpare och skogliga aktörer för att jämföra och se vilket erbjudande som gav skogsägaren den största ekonomiska vinsten. Bland de skogsägare som inför varje skoglig affär genomförde någon form av upphandling var andelen 40-talister något större än andelen 80-talister.

Jag tar kontakt med olika virkesköpare och så beskriver jag vad det gäller. Och så säger jag att de får räkna på det. Sedan tittar jag på avverkningskostnader och på priser och så jämför jag.

Vid den pågående affären just nu så har jag vänt mig till tre olika företag. Ja man ska ju göra så, man ska kolla priset och lite så.

Flera av de skogsägare som någon gång eller inför varje skoglig affär genomförde någon form av upphandling sa att de använde priset ifrån upphandlingarna tillsammans med någon eller några andra variabler för att välja virkesköpare. De andra variablerna var bland annat om skogsägaren var nöjd med virkesköparens tidigare prestationer, virkesköparens bemötande mot skogsägaren, virkesköparens skogliga kunnande och kompetens och skogsägarens förtroende för virkesköparen. Det finns tendenser som tyder på att skogen inte hade lika stor ekonomisk betydelse bland de skogsägare som sa att de inte genomförde upphandling inför den skogliga affären. Dessa skogsägare satte dessutom ett högre värde på känslan av att virkesköparen värnade om skogsägarens bästa i affären än de skogsägare som genomförde upphandlingar inför den skogliga affären. Flera andra skogsägare sa att virkesköparens bemötande och skogsägarens förtroende för virkesköparen hade större betydelse än det erbjudna priset i den skogliga affären. Det kan tolkas som att vissa av de övriga variablerna, till exempel förtroende och virkesköparens bemötande, fungerar som avgörande variabler vid valet av virkesköpare. En skogsägare förklarade detta som att skogsägaren skulle välja bort virkesköparen för andra om skogsägaren

inte fick känslan av att virkesköparen skulle genomföra arbetet på ett bra sätt vid första kontakten, även om virkesköpare gav skogsägaren det bästa priset. En annan skogsägare sa:

Det som är viktigt det är att man får en bra känsla av virkesköparen. (...) Och sedan så är det ju vad de har att komma med, vad de har att erbjuda rent pengamässigt och hur de utför jobbet och hur deras resultat har blivit på andra ställen som man kanske har sett.

Flera skogsägare tog också upp virkesköparens tidigare prestationer och om virkesköparen i tidigare affärer hållit sina löften. Att skogsägaren skulle välja att kontakta virkesköparen i en kommande affär var mer sannolikt om skogsägaren var nöjd med virkesköparens tidigare prestationer eller om virkesköparen i tidigare affärer hade åtgärdat de brister och fel som dykt upp så att båda parter i affären blev nöjda. De skogsägare som råkat ut för att virkesköparens tidigare prestation varit dålig eller att virkesköparen inte åtgärdat fel så att skogsägaren blev nöjd tog inte kontakt med den specifika virkesköparen eller virkesköparens arbetsgivare alls eller under en lång tid framöver.

Ingen av skogsägarna, varken 40- eller 80-talisterna, svarade att de skulle välja virkesköpare utifrån andra variabler om de hade en annan ålder eller livssituation. De flesta 40-talisterna sa att de nuförtiden hade mer tid att engagera sig i skogen och i de skogliga affärerna. Då 40-talisterna inte längre hade jobbtider att ta hänsyn till tyckte de flesta av dem att det nu var mycket lättare att ha kontakt med virkesköparen. En skogsägare beskrev det som:

Nu har jag ju mycket större möjligheter att gå ut i skogen, alltså på veckorna. Förut så skulle man ta ledigt från jobbet och det var inte alltid så enkelt. (...) Det är ju lättare nu när man har mer tid, mycket lättare. Och man kan ju vara mycket mer engagerad också i det hela, och kontrollera på ett annat sätt.

En annan skogsägare uttryckte det som att virkesköparen och dennes arbetsgivare, riktat in sig på att ta kontakt med skogsägare som var pensionärer eftersom de aktiviteter som virkesköparens arbetsgivare anordnade inte var anpassade till tider som skogsägare med arbeten vid sidan av skogen kunde närvara på.

Mycket av det här där företaget har haft bjudningar och vi har varit inbjudna så har det ju varit på dagtid. Och då har det ju varit nästan bara pensionärer. De andra har ju inte tid. Så att de har ju egentligen inriktat sig väldigt mycket på sådana som oss tror jag.

Några av 40-talisterna menade också att de fick ett bättre bemötande från virkesköparen idag än vad de hade fått om de varit yngre. De menade att de genom sin ålder och sina erfarenheter, både privat och som skogsägare, fått ett bättre självförtroende och ingav mer respekt. De menade därför att virkesköparen hade ett bättre och ärligare bemötande mot dem och behandlade dem med större respekt. Att yngre och mer oerfarna skogsägare skulle bli bemötta och behandlade på ett sämre sätt eller med mindre respekt var inget som någon av 80-talisterna tog upp. Några av 80-talisterna tog istället upp att tidsbrist påverkade deras relation med virkesköparen. En skogsägare sa att hen inte hade tid att träffa virkesköparen i den utsträckning som skogsägaren ville på grund av hens arbetstider. En annan skogsägare sa att det var bra ju mer moment i den skogliga affären som virkesköparen kunde underlätta för att skogsägaren skulle spara tid. Några skogsägare sa också att de såg det som positivt om virkesköparen kunde vara flexibel gällande de

tider som skogsägaren och virkesköparen skulle träffas på eftersom skogsägaren behövde anpassa sig till arbetstider och familj. En av skogsägarna födda under 80-talet sa att hen fick ökat förtroende för virkesköparen om virkesköparna visade flexibilitet för skogsägarens livssituation.

Vikten av virkesköparens lokalkännedom och anknytning till området där skogsfastighet var belägen i sågs på olika sätt av skogsägarna utan något mönster beroende av skogsägarens generationstillhörighet. Några skogsägare tyckte att det var viktigt att virkesköparen hade lokalkännedom i området. Det kunde virkesköparen ha genom att ha kontakt eller genomförda affärer med andra skogsägare i området, ha information om vad som hände i området och kunskap om hur skogen i området växte. En skogsägare sa att hen istället hellre tog kontakt med en virkesköpare som inte hade alltför god lokalkännedom eller kontakt med andra skogsägare i området på grund av att skogsägaren då hade större tillit till att få ett ärligt virkespris. Denna skogsägaren menade att en virkesköpare med alltför god lokalkännedom och många kontakter i området kunde bli invand vid att det alltid var ett visst pris som gällde i området och att skogliga affärer löstes utifrån en standardmall. Skogsägaren menade att det fanns en risk för att virkesköparen skulle genomföra affären utan att anpassa den efter skogsägarens önskemål och krav. Några skogsägare såg istället virkesköparens lokalkännedom som en fördel, men inte som direkt avgörande vid valet av virkesköpare. Gällande virkesköparens lokala anknytning tyckte de flesta skogsägarna inte att det hade någon betydelse av vart virkesköparen ursprungligen kom ifrån. Vad som var betydelsefullt var istället att skogsägaren hade jobbat i området under en längre tid. De flesta skogsägarna sa också att det var viktigt att virkesköparen visade ett intresse för skogsägaren och var påläst på skogsägarens fastighet. En skogsägare sa att:

Om virkesköparen har anknytning till det område där jag bor och att virkesköparen är väldigt duktig på det området det tycker jag inte är så viktigt. Bara de läser på om min fastighet när vi ska dit och titta så att de vet hur det ser ut.

Om den virkesköpare som skogsägaren hade kontakt med idag skulle byta arbetsgivare svarade ingen av skogsägarna att de automatiskt skulle följa med till virkesköparens nya arbetsgivare. De flesta skogsägarna, lika många 80-talister som 40-talister, sa att de skulle stanna kvar hos det företag som virkesköparen jobbade för idag. Flera skogsägare sa också att de skulle genomföra upphandling om de ställdes inför situationen att deras nuvarande virkesköpare bytte arbetsgivare men att de troligen ändå skulle ta kontakt med den som tog över efter den nuvarande virkesköparen. Alla skogsägare förutom en sa att de kände sig fria i valet av företag inför nästa skogliga affär varav en skogsägare sa att hen kände sig fri i valet av företag men inte i valet av virkesköpare eftersom virkesköparna jobbade med fasta områden. Den skogsägare som inte kände sig fri i valet av företag menade att det berodde på att andra skogliga aktörer i området enligt skogsägaren inte kunde konkurrera med skogsägarens nuvarande affärspartner i pris. Skogsägaren menade på så sätt att det inte fanns några konkurrerande företag att vända sig till och att hen därför inte hade någon frihet i valet av partner inför nästa skogliga affär.

I nästa skogliga affär skulle majoriteten av skogsägarna ta kontakt med samma virkesköpare som tidigare. Att skogsägarens nuvarande virkesköpare bytte arbetsgivare eller gick i pension kunde enligt en skogsägare vara anledning till att ta kontakt med en annan virkesköpare i nästa skogliga affär. Andra skogsägare sa att de skulle ta kontakt med en annan virkesköpare i nästa affär om någon annan aktör skulle erbjuda ett bättre virkespris, om den nuvarande virkesköparen skulle göra skogsägaren missnöjd eller om skogsägaren skulle få ett förändrat förtroende för

virkesköparen i förhållande till andra aktörer genom egna eller grannars upplevelser. Två skogsägare sa att:

Om de skulle sköta någonting dåligt så att jag skulle vara missnöjd efteråt, eller om det skulle bli någonting under tiden. Någonting som jag är missnöjd med och sedan att vi inte kommer överens om det. Då skulle jag nog inte ha dem i åtanke inför nästa affär.

Det skulle kunna vara att jag hörde att någon har haft en dålig erfarenhet av min virkesköpare. Eller att någon har haft en bra relation med en virkesköpare som jag själv inte tänkt på. Och att jag får höra det från flera. (...) Alltså någonting som gör att jag känner att förtroende sjunker eller att förtroendet lyfter.

Detta indikerar på att skogsägarens förtroende för virkesköparen, det pris som virkesköparen erbjuder, virkesköparens skogliga kompetens och virkesköparens tidigare prestationer är några av de faktorer som avgör skogsägarens val av virkesköpare i den skogliga affären.

5. Diskussion

5.1 Material och metod

Kunskapen om skogsägarnas förtroende för virkesköparen i skogliga affärsrelationer var inför studien begränsad då ämnet inte tidigare studerats i någon större utsträckning. Förtroende kopplat till generationstillhörighet hittades inte i några studier från Sverige, Skandinavien eller Europa. Hur skogsägare utifrån generationstillhörighet ser på förtroende eller vilka variabler som kan påverka skapandet av skogsägarens förtroende för virkesköparen var därför inte beforskat. På grund av kunskapsbristen om skogsägares förtroende för virkesköparen genomfördes studien som en kvalitativ intervjustudie (jmf. Trost, 1993; Kvale, 1997; Bryman, 2001; Svensson & Starrin, 1996). Under intervjuer fick tio skogsägarna med egna ord svara på frågor om bland annat deras förtroende för virkesköparen, virkesköparens egenskaper och hur skogsägarna resonerade vid valet av virkesköpare i den skogliga affären. Hade studien istället genomförts som en kvantitativ studie hade det varit möjligt att genom en enkät kontakta fler skogsägare och på så sätt få en bredare bild av skogsägarnas förtroende för virkesköparen, oberoende av skogsägarens ålder, vart skogsägaren bodde eller vilket företag skogsägaren valde att kontakta inför den skogliga affären. Att genomföra studien som en kvantitativ enkätstudie var inte möjligt då kunskapen om till exempel de egenskaper skogsägarna upplever som viktiga för att förtroende ska skapas inte fanns tillgängligt. En annan metod hade varit att hålla kvalitativa intervjuer med samma skogsägare ett flertal gånger. Med denna metod hade skogsägarna fått chansen att vid ett flertal tillfällen fått beskriva och diskutera deras förtroende för virkesköparen. Denna metod hade varit bra att använda sig av då förtroende är något som är personligt och något som för skogsägarna kan upplevas som svårt att sätta ord på. Att hålla flera intervjuer med samma skogsägare hade kanske gett en djupare förståelse för förtroendet för virkesköparen bland de skogsägare som intervjuades men kanske inte skogsägare som grupp då antalet deltagande skogsägare då hade begränsats. Denna metod hade dock inte varit något alternativ för denna typ av examensarbete som genomförs under en begränsad tidsperiod.

Kvale (1997) menar att kvalitativ forskning ofta möts av skepticism och kritik kring validitet, generaliserbarhet och tillförlitlighet. Det kan till exempel vara att resultaten inte anses vara tillförlitliga då de har skapats genom ledande intervjufrågor, att intervjuresultaten inte kan generaliseras eftersom det är för få medverkande intervjupersoner eller att resultaten inte är trovärdiga och saknar validitet då de bygger på subjektiva tolkningar. Gällande generaliserbarhet ser man vid kvalitativa studier varje person och situation som unik och individuell. Det finns alltså ingen standardiserad lag för hur olika personer ska svara eller bete sig (Kvale, 1997). Variationen i svaren från de skogsägare som deltog i studien var relativt liten. Överlag gav skogsägarna en samlad bild av hur de resonerade kring förtroende för virkesköparen, vilka egenskaper de upplevde som viktiga för att förtroende skulle skapas och hur de resonerade i valet av virkesköpare i den skogliga affären. På de frågor som ställdes under intervjuerna svarade endast någon eller några skogsägare annorlunda än majoriteten. Därför borde inte intervjuer med fler skogsägare, utvalda genom samma strategiska urval, ge någon större variation av resultatet. Hade studien inkluderat skogsägare som tagit kontakt med virkesköpare anställda av andra aktörer än SCA eller skogsägare som saknat förtroende för virkesköparen hade resultatet troligen blivit annorlunda. På grund av den låga variationen i de deltagande skogsägarnas svar är det möjligt att generalisera studiens resultat till hur skogsägares förtroende för virkesköparna skapas

bland skogsägare som har kontakt med SCA i Medelpads skogsförvaltning och är födda under 40- och 80-talet. För att det ska vara möjligt att generalisera och dra slutsatser om hur skogsägare som grupp tänker kring förtroende i den skogliga affärsrelationen, oavsett ålder, geografi och vilket företag virkesköparen arbetar för, behövs framtida studier inom ämnet. Gällande resultatens tillförlitlighet i kvalitativa studier så går det att ställa sig kritiskt till hur de frågor som ställs under intervjun påverkar den intervjuandes svar och sätt att formulera sig (Kvale, 1997). Genom att i denna studie undvika ledande frågor i intervjuguiden kan resultatets tillförlitlighet anses vara hög. Skogsägarna har i studien utifrån öppna frågor svarat på hur de resonerar kring och uppfattar relationen till virkesköparen och olika händelser i den skogliga affären. Vid analys av intervjumaterialet finns det alltid en viss risk att materialet tolkas utifrån de tankar, perspektiv och intressen som den som genomför analysen har. Genom att tematisera materialet och använda sig av på förhand skapade teorier kan ändå resultaten i denna studie anses vara trovärdiga, ha hög validitet och ge en transparens till analysprocessen. Att genomföra studier genom kvalitativa intervjuer innebär dock vissa svagheter då de svar som de intervjuade ger är den bild de vill ge av sig själva. Det innebär att det svar som skogsägarna gett under intervjuerna kan vara den bild de vill ge av sig själva som skogsägare, utifrån de normer och förväntningar som finns på hur skogsägare agerar och värderar i skogliga affärsrelationer. Det är utifrån detta som materialet måste förstås.

Endast skogsägare som var intresserade av att delta i studien och skogsägare som genomfört och avslutat en skoglig affär med SCA någon gång under den tidigare angivna tidsperioden inkluderades i studien. Om skogsägarregistret från SCA istället innehållit skogsägare som valt virkesköpare anställda av både aktiebolag och skogsägareföreningar hade skogsägarnas upplevelser och sätt att värdera vid valet av virkesköpare troligen varit mer varierande (jmf. Staal Wästerlund & Kronholm, 2016). Bland de tio skogsägare som slutligen deltog i studien var majoriteten av dem lojala till SCA vid valet av affärspartner i den skogliga affären men det fanns också skogsägare som vände sig till andra skogliga aktörer. Av de tio skogsägarna som först kontaktades svarade tre av dem att de inte ville delta i studien. Dessa tre skogsägarna ersattes då med tre nya skogsägare som ville delta. Det är möjligt att de första tre skogsägarna som inte ville delta hade bidragit med andra åsikter och svar gällande förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen, hur virkesköparens skoglig kompetens, virkesköparens vilja att kundanpassa och kommunikationen mellan parterna påverkade förtroendet mellan parterna samt hur skogsägarens lojalitet påverkades av skogsägarens förtroende för virkesköparen. Att endast genomföra intervjuer med skogsägare som var intresserade av att delta kan leda till att studiens resultat formas utifrån detta. Samtliga skogsägare framhöll under intervjuerna att de hade förtroende för virkesköpare eller virkesköparens arbetsgivare som de hade kontakt med i den skogliga affären. Med andra ord saknades det skogsägare som inte hade förtroende för virkesköparen eller dennes arbetsgivare. Att endast intervju skogsägare som hade förtroende för virkesköparen eller dennes arbetsgivare får anses vara studiens svaghet. Om resultatet även innehållit svar från skogsägare som uttryckte sig negativt eller som saknade förtroende för virkesköparen eller virkesköparens arbetsgivare hade studiens resultat varit bredare. Resultatet hade då kunnat visa på vilka faktorer som gjorde att skogsägaren förlorade förtroendet för virkesköparen och hur ett förlorat förtroende påverkade den skogliga affärsrelationen. Dessa skogsägare hade då kunnat svara på om de faktorer som i denna studie studerats som drivande i de förtroendeskapande processerna även var det för dem eller om det för dem var andra faktorer. Det är möjligt att de tre skogsägarna som inte ville delta i studien saknade eller hade ett lågt förtroende för virkesköparen eller virkesköparens arbetsgivare. Om så var fallet hade de haft

möjlighet att ge svar på vilka faktorer som gör att förtroendet för virkesköparen minskar eller går förlorat.

Den intervjuguide som användes i studien kan ha påverkat skogsägarnas svar då frågorna och dess formulering styr skogsägarnas svar. Under intervjuerna svarade vissa skogsägare endast på de frågor som ställdes medan andra skogsägare tog upp sådant som de kom att tänka på kopplat till frågorna. Omsättning av virkesköpare och virkesköparens bemötande av skogsägaren i förhållande till andra skogsägare är exempel på ämnen som inte fanns med i intervjuguiden men som ändå togs upp av flera skogsägare. Om intervjuguiden innehållit frågor om detta hade intervjumaterialet innehållit svar på hur alla tio skogsägare upplevde omsättningen av virkesköpare och virkesköparens bemötande istället för endast de skogsägare som nu frivilligt tog upp detta. De skogsägare som under intervjuerna inte tog upp till exempel omsättningen av virkesköpare har kanske inte upplevt det och därför inte reflekterat över det likväl som de kan ha upplevt och tycker att det är ett problem eller det omvända, inget problem. Flera intervjuer med samma skogsägare hade gjort det möjligt att få svar från samtliga skogsägare på de frågor som dök upp under intervjuernas gång.

De variabler som studerades i studien var virkesköparens skogliga kompetens, virkesköparens vilja att kundanpassa, skogsägarens lojalitet och kommunikationen mellan parterna. Variablerna valdes ut utifrån deras koppling till förtroende (Dagger, et al., 2009; Doney & Cannon, 1997; Du Rietz & Ekman, 2005; Jensen & Ulleberg, 2013; Lundberg, 2016; Morgan & Hunt, 1994). Virkesköparens skogliga kompetens, virkesköparens vilja att kundanpassa och kommunikationen mellan parterna valdes dessutom ut med hänsyn till deras förändringsförmåga då skogliga aktörer utifrån resultatet har möjlighet att förändra arbetet med dessa variabler för att på bästa sätt öka skogsägarnas förtroende för samarbetspartnern i den skogliga affärsrelationen. Det kan dock finnas variabler som i ännu större utsträckning påverkar förtroende men som det i dagsläget saknas information om.

Förtroende och trygghet är för de skogsägarna som deltog i studien samma sak. Utifrån resultatet innefattar skogsägarens förtroende för virkesköparen att denna håller avtal och löften, att virkesköparen är kunnig, kompetent, ärlig och att virkesköparen värnar om skogsägarens bästa. Skogsägarnas beskrivning av förtroende stämmer bra överens med definitionen som ges av Doney och Cannon (1997), att förtroende för en annan part inkluderar både trovärdighet och välvilja. Det finns en mängd olika definitioner av förtroende (Doney & Cannon, 1997; Morgan & Hunt, 1994; Rousseau, et al., 1998; Schoorman, et al., 2007; Tschannen-Moran & Hoy, 2000). Då skogsägarnas beskrivning av förtroende stämmer bra överens med definitionen som ges av Doney och Cannon (1997) visar det på att valet av definition av förtroende för studien är korrekt.

5.2 Resultat

5.2.1 Förtroendeskapande processer

Bland skogsägare födda under 40-talet skapas förtroendet för virkesköparen enligt hypotes 1 framförallt genom förutsägelseprocessen. Hypotes 1 är delvis korrekt då resultatet visar att 40-talisternas förtroende för virkesköparen, utifrån de variabler som 40-talisterna lyfter in i

förtroende för virkesköparen, skapas genom förutsägelse-, beräknande-, intentions- och trovärdighetsprocessen (tabell 1.; jmf. Doney & Cannon, 1997). Bland skogsägare födda under 80-talet skapas förtroendet för virkesköparen enligt hypotes 2 framförallt genom överföringsprocessen. Hypotes 2 är delvis korrekt då resultatet visar att 80-talisternas förtroende för virkesköparen, utifrån de variabler de lyfter in i förtroende för virkesköparen, skapas genom överförings- och intentionsprocessen (tabell 1.; jmf. Doney & Cannon, 1997). Att skogsägarnas förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen skapas genom en kombination av processer får anses rimligt då förtroende i en affärsrelation enligt Doney och Cannon (1997) kan skapas genom en eller flera processer. En större variation av förtroendeskapa-processer bland 40-talisterna kan bero på att 40-talisterna genom sin ålder i många fall varit skogsägare under en längre tid än 80-talisterna och på grund av det varit med om fler händelser som skogsägare. Under tiden som skogsägare har de förmodligen hunnit genomföra både bra och mindre bra skogliga affärer med virkesköparen. Den stora variationen av förtroendeskapa-processer bland 40-talisterna tyder på att det inte är skogsägarens generationstillhörighet som styr vilken process som ligger bakom förtroendeskapa-det. Det är istället skogsägarens livssituation och personlighet, hur länge skogsägaren varit skogsägare och som ett resultat av det vad hen har varit med om och hur många skogliga affärer hen har gjort som styr vilken process som skogsägarens förtroende för virkesköparen skapas genom. Vilken förtroendeskapa-process som ligger till grund för respektive generations förtroende för virkesköparen kan i denna studie ha påverkats av att endast skogsägare som genomfört skogliga affärer med SCA under den tidigare angivna perioden inkluderats. Det har lett till att endast skogsägare som är villiga att ta kontakt med virkesköpare anställda av ett stort aktiebolag har intervjuats och fått göra sin röst hörd. Storleken på virkesköparens arbetsgivare är en variabel som kan påverka vilken förtroendeskapa-process som ligger till grund för skogsägarens förtroende (tabell 1.; jmf. Doney & Cannon, 1997). Att studiens resultat kan ha påverkats av detta får därför ses som en svaghet utifrån den generella gruppen skogsägare. I vilken betydelse detta har påverkat resultatet kring de förtroendeskapa-processerna är dock svårt att säga då variabeln är densamma för alla deltagande skogsägare i studien.

5.2.2 Virkesköparens skogliga kompetens

Enligt hypotes 3 är virkesköparens skogliga kompetens en viktig variabel för att skogsägaren ska få förtroende för virkesköparen. Utifrån resultatet menar majoriteten av skogsägarna att förtroende för virkesköparen bland annat innefattar att virkesköparen är skogligt kompetent. Resultatet gör att hypotes 3 består. I intervjumaterialet finns det tendenser som visar på att virkesköparens skogliga kompetens påverkade 80-talisternas förtroende för virkesköparen i större utsträckning än 40-talisternas förtroende. På så sätt kan virkesköparens skogliga kompetens anses vara viktigare för yngre skogsägare än för äldre. Det kan bero på att yngre skogsägare inte har samma skogliga erfarenhet och kompetens som äldre skogsägare inom skogliga frågor (jmf. Berg Lejon & Lidestav, 2007; Lundberg, 2016; Waern & Wikberg, 2013) och därför sätter större värde på att virkesköparen har skoglig kompetens. Omvänt är det också möjligt att yngre skogsägare sätter större värde på virkesköparens skogliga kompetens för att de själva har en högre skoglig kompetens än äldre skogsägare. Men hur kan skogsägaren bedöma virkesköparens skogliga kompetens som god eller tillräcklig för att denne ska känna förtroende för virkesköparen i den skogliga affären om skogsägaren själv saknar eller endast har begränsad skoglig kompetens? En teori är att skogsägaren tar virkesköparens anställning, utbildning eller yrkeserfarenhet som en garanti för att virkesköparen har skoglig kompetens. Med andra ord tar skogsägaren för givet att en person som jobbar som virkesköpare hos en skoglig aktör har tillräcklig skoglig kompetens för

att få jobbet som virkesköpare och på så sätt utgår från att virkesköparen kan genomföra det som avtalas i den skogliga affären. Detta är en typ av indirekt förtroende för virkesköparen. En annan teori är att skogsägaren utgår från vad virkesköparen säger till skogsägaren i skogliga frågor och med andra ord utgår från hur virkesköparen kommunicerar ut sin skogliga kompetens till skogsägaren. Utgår skogsägaren ifrån hur virkesköparen kommunicerar till skogsägaren blir det för virkesköparen viktigt att hen kan kommunicera ut sin skogliga kompetens på ett för skogsägaren begripligt sätt.

5.2.3 Virkesköparens vilja att kundanpassa

Enligt hypotes 4 är virkesköparens vilja att kundanpassa en viktig variabel för skapandet av skogsägarens förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen. Utifrån resultatet är hypotes 4 korrekt bland 80-talisterna men inte bland 40-talisterna. Flera skogsägare födda under 80-talet lyfte in virkesköparens vilja att kundanpassa i begreppet förtroende, liknande relationsmodellen enligt Jensen och Ulleberg (2013), men ingen av 40-talisterna gjorde detta. Att ingen av 40-talisterna lyfte in virkesköparens vilja att kundanpassa i förtroendet för virkesköparen kan bero på att 40-talisterna inte är vana att tänka så (jmf. Gullestad, 1996). Det kan också bero på att 40-talisterna i samtliga eller i merparten av de skogliga affärerna upplevt att virkesköparen visat vilja att kundanpassa och därför inte upplever något behov av att påpeka detta under intervjuerna. Att flera 80-talister lyfte in virkesköparens vilja att kundanpassa i begreppet förtroende visar också på 80-talisternas bild av sig själva som kunder och konsumenter och deras förväntan av att affären ska anpassas efter dem som kunder skiljer sig från andra generationer, i det här fallet 40-talisterna. Detta stämmer överens med den bild som ges av Jonsson (2009) och Lindgren, et al., (2005). Resultatet om virkesköparens vilja att kundanpassa kopplat till skogsägarens förtroende för virkesköparen gör att hypotes 4 förkastas bland 40-talisterna men kvarstår bland 80-talisterna.

5.2.4 Kommunikation mellan parterna

Enligt hypotes 5 är kommunikation mellan parterna en förutsättning för att skogsägarens förtroende för virkesköparen ska skapas. Intervjuresultatet visar att de flesta skogsägare var nöjda med kommunikationen i den skogliga affären. Majoriteten av skogsägarna tyckte att kontakten med virkesköparen framförallt skulle gälla och vara kopplad till den skogliga affären. Att majoriteten tyckte detta kan tyda på att de inte ville ha en alltför privat relation till virkesköparen. Längre fram under intervjuerna sa några skogsägare att de upplevde kontaktskapande som en av de egenskaperna som virkesköparen behövde utveckla, trots att de tidigare sagt att kontakten mellan parterna fungerade bra och att parterna hade kontakt tillräckligt ofta. Vad menar då dessa skogsägare? En teori är att de ville ha en bättre och tätare kontakt med virkesköparen genom flera kanaler, kanske en kontakt av den mer privata typen som inte endast rör den skogliga affären, i större utsträckning än övriga skogsägare. En annan teori är att de önskade att virkesköparen skulle ta mer kontakt jämfört med idag då skogsägaren i huvudsak var den part som tog kontakt. Detta visar att olika skogsägare och kunder vill ha olika tät kontakt.

Att en eller flera av skogsägarnas virkesköpare slutat som virkesköpare i det området som skogsfastighet var belägen i togs upp av majoriteten av skogsägarna under intervjuerna, trots att detta inte berördes i någon fråga i intervjuguiden. Flera skogsägare som tog upp detta upplevde det som ett problem och något som påverkade relationen mellan parterna negativt eftersom byten av virkesköpare alltför ofta ledde till att parterna inte hann lära känna varandra på grund av en alltför kort kontakt och för att det fanns risk för att information föll bort vid byte av virkesköpare.

Enligt Dagger, et al (2009) hänger relationens längd mellan två parter samman med relationens styrka där en lång relation mellan parterna har en positiv påverkan på relationen. Detta verkar också gälla i relationen mellan skogsägare och virkesköpare då en alltför kort relation mellan parterna enligt skogsägarna påverkar relationen negativt. Då förtroende mellan parterna bland annat är beroende av relationens längd (Doney & Cannon, 1997; Lundberg, 2016) är det möjligt att en alltför kort relation och kontakt mellan parterna gör att skogsägaren inte hinner skapa förtroende för virkesköparen. Flera skogsägare tog upp detta indirekt genom att säga att de inte hann lära känna virkesköpare eller hann få en relation till denne vid byte av virkesköpare alltför ofta. Att säljare frekvent byter arbetsgivare, område eller arbetsroll tas även upp av Doney och Cannon (1997). De menar att omsättningen av säljare leder till att kundens förväntningar och framtida kontakt i större utsträckning kopplas till säljarens arbetsgivare istället för säljaren. Med detta menar Doney och Cannon (1997) inte att kundens förtroende för säljaren inte har någon betydelse för kundens val av affärspartner i kommande affärer utan att kundens förtroende för säljaren verkar genom förtroendet för säljarens arbetsgivare. Att kunden kan ha förtroende för sin affärspartner trots en hög omsättning av säljare visar sig även i denna studie. Intervjuresultatet visar att samtliga skogsägare hade förtroende för sin samarbetspartner, trots att flera skogsägare upplevde omsättningen av virkesköpare som negativ. Majoriteten av skogsägarna hade förtroende för virkesköparen medan ett fåtal istället hade förtroende för virkesköparens arbetsgivare (jmf Doney & Cannon, 1997; Enander & Melin, 2008). Det finns i resultatet tendenser som tyder på att 80-talisterna i större utsträckning hade förtroende för virkesköparens arbetsgivare och att 40-talisterna å andra sidan i större utsträckning hade förtroende för virkesköparen. Detta kan möjligen bero på att flera av skogsägarna födda under 80-talet inte varit skogsägare under lika lång tid som skogsägarna födda under 40-talet. Det i sin tur gör att 80-talisterna inte har haft lika lång kontakt och relation till virkesköparen som 40-talisterna och av den anledningen inte hunnit bygga upp ett förtroende för virkesköparen på samma sätt som 40-talisterna.

Med en fortsatt hög omsättning av virkesköpare i framtiden kommer skogsägarens kontakt och relation till virkesköparen att bli allt kortare, liknade den kontakt och relation som 80-talisterna har med sin virkesköpare. I och med det kan andelen skogsägare med förtroende för virkesköparens arbetsgivare i framtiden komma att öka samtidigt som andelen skogsägare med förtroende för virkesköparen i framtiden komma att minska. En förutsättning för detta är dock att företaget arbetar för att skapa förtroende bland skogsägarna. Lyckas virkesköparens arbetsgivare med det förtroendeskapande arbetet kan skogsägarna få förtroende för dem istället. Får skogsägarna förtroende för virkesköparens arbetsgivare i större utsträckning blir företaget inte lika beroende av skogsägarens relation till och förtroende för virkesköparen. Att få skogsägarna att få förtroende för virkesköparens arbetsgivare är alltså något som företaget sannolikt tjänar på. Det mesta tyder på att de skogliga aktörerna i framtiden måste anpassa sig till en hög omsättning av virkesköpare inom ett område, då vi i dagens samhälle blir alltmer flyttbara och benägna att prova nya saker. De skogliga aktörerna måste anpassa sig till detta för att skogsägarna även i framtiden ska ha förtroende för och förbli lojala till sin samarbetspartner i den skogliga affärsrelationen. De skogliga aktörerna kan hantera omsättningen av virkesköpare till exempel genom att lägga större fokus på att marknadsföra och profilera företaget som en förtroendefull samarbetspartner i den skogliga affärsrelationen istället för den enskilda virkesköparen. På så sätt skulle det bli möjligt för de skogliga aktörerna att gå från en personbaserad affärsrelation mellan skogsägare och virkesköpare till en affärsrelation mellan skogsägare och företag där virkesköparen fungerar som ombud för företaget.

40- och 80-talisternas livssituation skiljer sig åt. De flesta 40-talisterna är idag pensionerade och lever i en boendesituation utan barn. De flesta 80-talisterna är istället mitt uppe i sin jobbkarriär och har eller är på väg att starta egen familj. Beroende av livssituationen har 40- respektive 80-talisterna olika mycket uppbundna tider att ta hänsyn till vid kontakt med virkesköparen eller då de ska ta sig till skogsfastigheten. Detta var något som flera av de deltagande skogsägarna belyste under intervjuerna. Majoriteten av 40-talister upplevde att de nu för tiden hade mer tid att engagera sig i skogen och de skogliga affärerna och att de hade lättare att få tid till att träffa virkesköparen då de som pensionärer inte behövde ta hänsyn till arbetstid och familj på samma sätt som de behövde göra då de var yngre. En 40-talist belyste detta genom att säga att hen upplevde att virkesköparen och virkesköparens arbetsgivare riktat in sig på pensionärer då de erbjöd aktiviteter som hölls på sådana tider så att nästan endast pensionärer kunde delta. Om så är fallet belyste skogsägaren genom detta uttalande en viktig punkt om att virkesköparen och virkesköparens arbetsgivare på vissa områden inte är anpassade för skogsägare i alla åldrar och livssituationer. Det är viktigt att virkesköparen och hans arbetsgivare anpassar aktiviteter och virkesköparens arbetstider så att även yngre skogsägare kan delta på aktiviteter och framför allt så att alla skogsägare, oavsett ålder eller livssituation, har möjlighet att träffa och på så sätt får chans att bygga upp ett förtroende för virkesköparen eller dennes arbetsgivare. Förslagsvis kan virkesköparen och hans arbetsgivare ha aktiviteter där det passar bra att skogsägarens familj och barn följer med eller anpassa virkesköparens arbetstider så att skogsägaren får möjlighet att träffa virkesköparen efter det att skogsägaren avslutat arbetsdagen. Att virkesköparen är anpassningsbar för skogsägarens livssituation och på så sätt visar en vilja för att träffa skogsägaren kan leda till att skogsägaren tar kontakt med just den virkesköparen i nästa skogliga affär. Utifrån resultaten om kommunikationen mellan parterna i den skogliga affärsrelationen är det svårt att säga om hypotes 5 är korrekt eller inte. För att kunna avgöra detta hade det behövts tydligare svar från skogsägarna om kommunikationen mellan parterna och hur den påverkade skogsägarens förtroende för virkesköparen alternativt svar på hur kommunikationen påverkade den skogliga affärsrelationen bland skogsägare som saknade förtroende för sin virkesköpare. Utifrån att de flesta skogsägarna upplevde omsättningen av virkesköpare som negativ då relationen mellan parterna påverkades negativt tyder det dock på att kontakten och kommunikationen mellan parterna är viktigt för skogsägarens förtroende för virkesköparen.

5.2.5 Skogsägarens lojalitet

Enligt hypotes 6 är skogsägarens lojalitet till den skogliga aktören beroende av skogsägarens förtroende för virkesköparen och virkesköparens arbetsgivare. Bland de skogsägare som deltog i studien är hypotes 6 korrekt. Detta visade sig då valet av virkesköpare diskuterades under intervjuerna. Majoriteten av skogsägarna betonade då först vikten av ekonomi och det pris som virkesköparen erbjöd i förhållande till andra virkesköpare. Utöver priset menade skogsägarna att de också valde virkesköpare utifrån virkesköparens tidigare prestationer, virkesköparens bemötande, skogliga kompetens och skogsägarens förtroende för virkesköparen. Allteftersom kom flera skogsägare under intervjuerna fram till att dessa variabler faktiskt var viktigare än virkesköparens erbjudna pris vid valet av virkesköpare. Att de flesta skogsägarna under diskussionen av valet av virkesköpare i den skogliga affären först tog upp virkesköparens erbjudna pris som den avgörande variabeln men efterhand sedan insåg att de även tog med andra variabler vid valet av virkesköpare kan bero på att virkespriset är mer konkret, mätbart och jämförbart än skogsägarens förtroende för virkesköparen. Det kan vara så att majoriteten av skogsägarna betonade vikten av virkesköparens erbjudna pris vid valet av virkesköpare på grund av att det enligt vissa personer anses mer korrekt och försvarbart att välja virkesköpare utifrån

sådant som går att mäta istället för något som är en upplevelse eller en känsla av någonting. Detta tas även upp av Doney och Cannon (1997). De menar att kunder är lärda och tränade till att fokusera på objektiva bevis som kan tjäna till att stödja argumentet för valet av affärspartner istället för att valet av affärspartner ska utgå ifrån subjektiva bedömningar om förtroendet för den andra parten. Deras teori om att kunder är tränade i att välja utifrån objektiva och mätbara variabler kopplar samman med bilden av ”den goda konsumenten” som finns i dagens konsumtionssamhälle (Baudrillard, 1998) där ”den goda konsumenten” väljer det alternativ som ger konsumenten det bästa alternativet till det mest förmånliga priset. Det kan också vara så att skogsägarnas förtroende för virkesköparna fungerar som en avgörande variabel vid valet av virkesköpare (jmf. Doney & Cannon, 1997). Skogsägarna överväger därför inte ens att genomföra affärer med virkesköpare som de saknar förtroende för. För dem blir det därför till stor del virkesköparens erbjudna pris som avgör valet av virkesköpare i den skogliga affären. Att skogsägarna fått information om att studien genomfördes i samarbete med SCA kan också påverka dem till att betona virkesköparens erbjudna pris vid valet av virkesköpare. Detta i tron om att priset ska ses som den viktigaste variabeln för att virkesköparen ska bli vald, och som ett resultat av det få SCA att höja virkespriserna för att SCA även i fortsättningen kunna genomföra skogliga affärer med skogsägarna. På frågan om vem skogsägarna skulle ta kontakt med i nästa skogliga affär om den nuvarande virkesköparen bytte arbetsgivare svarade ingen av skogsägarna att de automatiskt skulle följa med virkesköparen till den nya arbetsgivaren. De flesta skogsägarna sa att det skulle stanna kvar hos virkesköparens nuvarande arbetsgivare. Detta tyder på att skogsägarna även har förtroende för företaget virkesköparens jobbar för och därför är lojal till det företaget. I nästa skogliga affär skulle majoriteten av skogsägarna ta kontakt med samma virkesköpare som tidigare, förutsatt att hen inte bytte arbetsgivare. För att undersöka skogsägarens lojalitet beroende av skogsägarens förtroende för virkesköparen hade det varit bra om någon av de skogsägare som deltog i studien inför nästa skogliga affär skulle byta virkesköpare eller skoglig aktör eller att några skogsägare saknade förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen. Det hade gett underlag för om skogsägarens lojalitet faktiskt var beroende av skogsägarens förtroende för virkesköparen eller inte.

Virkesköparens bemötande av skogsägaren i förhållande till andra skogsägare var något som togs upp av flera skogsägare, trots att det i intervjuguiden saknades frågor om detta. Majoriteten av de skogsägare som tog upp detta upplevde det som att de behandlades på samma sätt som andra skogsägare, oavsett skogsfastighetens storlek. Dessa skogsägare sa inte något om att virkesköparens bemötande påverkade skogsägarnas förtroende för denne. Det är dock troligt att förtroendet för virkesköparen bland dessa skogsägare påverkades eftersom skogsägarna själva tog upp detta under intervjuerna. En skogsägare som upplevde det motsatta, att hen behandlades på ett annat sätt i förhållande till andra skogsägare på grund av storleken på hans skogsfastighet, menade att detta påverkade hans förtroende för virkesköparen negativt. Upplevelsen av att bli annorlunda bemött och behandlad kan leda till ett förlorat eller minskat förtroende för virkesköparen. Det kan i sin tur leda till att skogsägaren väljer att inte kontakta den nuvarande virkesköparen inför nästa skogliga affär då förtroende är en förutsättning för lojalitet (Doney & Cannon, 1997; Morgan & Hunt, 1994). Kopplas skogsägarnas upplevelse av virkesköparens bemötande samman med skogsägarnas förtroende för virkesköparen kan virkesköparens bemötande ses som en hygienfaktor för att skogsägaren ska känna förtroende. Bruzelius och Skärvad (2011) beskriver hygienfaktorer som variabler som ses som självklara och som måste vara uppfyllda för att en relation ska fungera. Det innebär att hygienfaktorerna endast uppmärksammas när de saknas så som för den skogsägare som upplevde sig annorlunda bemött

och behandlad av virkesköparen. Eftersom hygienfaktorerna ses som självklara innebär det inte någon direkt fördel då de är närvarande. Som tidigare nämnts är det ändå troligt att förtroendet för virkesköparen även påverkades bland de skogsägare som upplevde att de blev bemötta och behandlade på samma sätt som andra skogsägare, alltså där hygienfaktorn att bli lika bemött och behandlad var närvarande. Upplevelsen av att bli uppmärksam, rättvist behandlad och sedd leder troligen till att förtroendet för virkesköparen inte försämras. Förtroendet kanske i dessa fall istället nyskapas eller förstärks trots att skogsägarna själva inte uttryckte det. Detta visar på vikten av att virkesköparen får skogsägaren att känna sig speciell, sedd och rättvist behandlad för att skogsägarens förtroende för virkesköparen ska skapas eller förstärkas. Intervjuguiden innehöll inte någon fråga om hur skogsägaren blev bemött eller behandlad av virkesköparen i förhållande till andra skogsägare. Om intervjuguiden innehållit frågor om detta hade det i resultatet funnits information om hur samtliga skogsägare upplevde virkesköparens bemötande av skogsägaren i förhållande till andra skogsägare och om det påverkade skogsägarens förtroende för virkesköparen. Kopplat till bemötande upplevde några 40-talister i studien att de blev bättre bemötta på grund av sin ålder. Att de upplevde detta kan bero på att det var en större skillnad i hur äldre och yngre människor blev bemötta då de var yngre jämfört med idag eller på att de skogliga aktörernas bemötande generellt har förändrats över tid. En annan förklaring kan också vara att de ser saker ur ett annat perspektiv idag än vad de gjorde då de var unga. Det kan också vara så att det finns en skillnad i hur virkesköpare bemöter skogsägare beroende av skogsägarens ålder men att ingen av 80-talisterna tog upp detta.

Utifrån litteraturen finns det skillnader i olika generationers möjligheter att göra egna val och vilka förväntningar som finns på dem från familj och anhöriga (Gullestad, 1996). Äldre generationer agerar i större utsträckning än yngre generationer utifrån vad äldre familjemedlemmar förväntar sig när det gäller bland annat utbildning och yrkesval medan yngre generationer har haft större möjligheter att fritt välja det som de vill satsa på utifrån vad de upplever som roligt och intressant (Gullestad, 1996). I studien av Gullestad (1996) motsvarar den äldre generationen 20-talister och den yngre generationen 70-talister. Skillnader mellan olika generationer sker enligt Campbell, et al., (2015) inte abrupt utan gradvis. Det innebär att det är möjligt att 40-talisterna på samma sätt som 20-talisterna i större utsträckning än yngre generationer agerat utifrån övriga familjemedlemmars förväntningar kopplat bland annat till utbildning- och yrkesval medan 80-talister på samma sätt som 70-talister istället har haft större möjlighet att fritt välja vad de vill satsa på gällande utbildning- och yrkesval. Under intervjuerna framkom det att den absoluta majoriteten av skogsägarna hade en personlig koppling till skogsfastigheten då de på något sätt tagit över den av familj eller släkt. Kopplas förvärvet av skogsfastigheten samman med de olika generationernas möjligheter att göra egna val och de förväntningar som finns på dem kan det tolkas som att 40-talisterna i större utsträckning än 80-talisterna tagit över skogsfastigheten för att det är det som förväntas av familjemedlemmar och släktingar medan 80-talisterna i större utsträckning tagit över skogsfastigheten av egen fri vilja. I resultatet finns det tendenser som visar på att detta stämmer då 40-talisterna inte ser på skogen eller skogsägandet med samma glädje och intresse som 80-talisterna då samtliga fick svara på frågorna vad de ville få ut av skogen samt skogens betydelse för skogsägaren. På frågorna om vad skogsägarna ville få ut av skogen och betydelsen av att vara skogsägare svarade 40-talisterna i större utsträckning än 80-talisten att skogen skulle bidra till skogsägarens ekonomi och att ägandet medförde mycket jobb. Även Nordlund och Westin (2011) menar att äldre skogsägare lägger större vikt vid de ekonomiska aspekterna än yngre skogsägare. 80-talisterna svarade istället i större utsträckning än 40-talisterna att de ville bruka skogen på ett hållbart sätt och att

ägandet innebar glädje och en chans att stimulera deras skogliga intresse. Att 80-talisterna ser skogen och skogsägandet som något roligt och som ett intresse och att 40-talisterna istället ser skogen som en ekonomisk inkomstkälla och ägandet som något som för mycket jobb och arbete med sig förstärker teorin om att generationerna har haft olika förutsättningar att själva välja att förvärva skogsfastigheten. Hur skogsägarnas inställning till skog och skogsägandet påverkat skogsägarens förtroende för virkesköparen kan denna studie inte svara på men resultatet visar dock att det finns skillnader i generationernas inställning till skog och skogsägande.

5.3 Framtida studier och forskning

För att det ska vara möjligt att dra slutsatser om hur skogsägare som grupp tänker kring förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen krävs fortsatta studier inom ämnet. Det finns här ett behov av att se över om det finns skillnader i hur olika skogsägargrupper ser på förtroende i den skogliga affärsrelationen, till exempel om det finns skillnader mellan män och kvinnor, närskogsägare och distansskogsägare, mellan skogsägare med andra generationstillhörigheter än 40- och 80-talister och mellan skogsägare som är medlemmar i skogsägareföreningar och skogsägare som istället tar kontakt med skogsbolag. Det finns också ett behov av att studera om det finns geografiska skillnader beroende på vart skogsägarna bor, om antalet affärer eller antalet aktiva år som skogsägare påverkar skogsägarens förtroende för virkesköparen samt hur skogsägarnas inställning till skogen och skogsägandet påverkar deras förtroende för virkesköparen. Det finns också ett behov av att studera hur andra variabler, utöver virkesköparens skogliga kompetens, virkesköparens vilja att kundanpassa, skogsägarens lojalitet och kommunikationen mellan parterna, spelar in på skogsägarens förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen. Exempel på variabler som kan studeras i framtida studier är virkesköparens bemötande av skogsägaren och omsättningen av virkesköpare då resultatet i denna studie visar på att dessa variabler kan påverka skogsägarens förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen.

5.4 Slutsatser

- Skogsägarens förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen skapas genom överförings- och intentionsprocessen bland skogsägare födda under 80-talet och genom förutsägelse-, beräknande-, intentions- och trovärdighetsprocessen bland skogsägare födda under 40-talet. Resultatet tyder på att det inte är skogsägarens generationstillhörighet som avgör vilken process förtroendet skapas genom utan att det istället avgörs av skogsägarens livssituation, hur länge skogsägaren varit skogsägare, hur många skogliga affärer hen har gjort och som ett resultat av det vad hen har varit med om som skogsägare.
- Skogsägarens förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen är bland annat beroende av virkesköparens skogliga kompetens, virkesköparens bemötande av skogsägaren, virkesköparens tillförlitlighet och ärlighet och att virkesköparen värnar om skogsägarens bästa i den skogliga affären. Enligt 80-talisterna är dessutom förtroendet för virkesköparen i den skogliga affären beroende av virkesköparens vilja att kundanpassa.

- Skogsägarens förtroende för virkesköparen eller dennes arbetsgivare är i den skogliga affärsrelationen avgörande för skogsägarens val av affärspartner och därigenom hans lojalitet.
- I framtiden måste de skogliga aktörerna arbeta med förtroendeskapande bland skogsägarna, detta för att skogsägarna även i framtiden ska ha förtroende för och förbli lojala till sin affärspartner i de skogliga affärerna, oavsett omsättningen av virkesköpare.

Referenslista

- Baudrillard, J., 1998. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: SAGE.
- Berg Lejon, S. & Lidestav, G., 2007. *Självverksamhetsanalys- som utgångspunkt för kommunikativa strategier*, Umeå: Sveriges Lantbruksuniversitet, Nr 184
- Bruzelius, L. H. & Skärvad, P.-H., 2011. *Integrerad organisationslära*. 10:5 red. Lund: Studentlitteratur AB.
- Bryman, A., 2001. *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber Ekonomi.
- Campbell, K. W., Campbell, S. M., Seidor, L. E. & Twenge, J. M., 2015. Generational Differences Are Real and Useful. *Industrial and Organizational Psychology*, 8(3), pp. 324-408.
- Dagger, T. S., Danaher, P. J. & Gibbs, B. J., 2009. How Often Versus How Long, The Interplay of Contact Frequency and Relationship Duration in Customer-Reported Service Relationship Strength. *Journal of Service Research*, Volym 11, pp. 371- 388.
- Doney, P. M. & Cannon, J. P., 1997. An Examination of Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, Vol 61, No 2, pp. 35-51.
- Du Rietz, M. & Ekman, J., 2005. *Större skogsägares val och förutsättningar - självverksamhet, skogskonsult eller skogsägarförening?*, Uppsala: Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för ekonomi. Nr 392
- Enander, J. & Melin, A., 2008. *Skogsägarens val av affärspartner - Om skogsägarens syn på skogsägarföreningar*, Uppsala: SLU, Institutionen för ekonomi, Företagsekonomi. Nr 527
- Gullestad, M., 1996. From Obedience to Negotiation: Dilemmas in the Transmission of Values Between the Generations in Norway. *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, 2(1), pp. 25-42.
- Jacobsson, L., 2016. *En marknadsundersökning av privata skogsägares val av samarbetspartner.*, Umeå: Sveriges Lantbruksuniversitet, Institutionen för skogsekonomi. Nr 30
- Jensen, P. & Ulleberg, I., 2013. *Mellan orden- Kommunikation i praktiken*. 1:1 red. Lund: Studentlitteratur AB.
- Jonsson, E., 2009. *En samlad spaning*, Umeå: Norra Skogsägarna.
- Karppinen, H., 2012. New forest owners and owners-to-be: apples and oranges?. *Small-scale Forestry*, pp. 15-26.
- Kvale, S., 1997. *Den kvalitativa forskningsintervjun, upplaga 1:16*. u.o.:Studentlitteratur.
- Lantz, A., 1993. *Intervjumethodik*. Lund: Studentlitteratur.
- Lindgren, M., Lüthi, B. & Fürth, T., 2005. *The Me-We Generation- what business and politics must know about the next generation*. 3:rd printing red. Stockholm: Bookhouse Publishing.

- Li, P. P., 2007. Towards an Interdisciplinary Conceptualization of Trust: A Topological Approach. *Management and Organization Review*, 3(3), pp. 421-445.
- Lundberg, A., 2016. *Förtroendeskapande kommunikation i virkesaffärer- En fallstudie inom Sveaskog*, Umeå: Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för skoglig resurshushållning. Nr 457
- Lönnstedt, L., 1997. Non-industrial Private Forest Owners' Decision Process: A Qualitative Study about Goals, Time Perspective, Opportunities and Alternatives. *Scandinavian Journal of Forest Research*, Volym 12, pp. 302-310.
- Morgan, R. M. & Hunt, S. D., 1994. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, Vol 58, No 3, pp. 20-38.
- Nordlund, A. & Westin, K., 2011. Forest Values and Forest Management Attitudes among Private Forest Owners in Sweden. *Forests*, Volym 2, pp. 30-50.
- Olofsson, E., 2016. *Köpcoach, SCA Skog AB (muntlig kommentar)* [Intervju] (08 09 2016).
- Roth, M., 2010. *Ledtidens betydelse för privata skogsägares kundnöjdhet i samband med gallring*, Umeå: Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för skoglig resurshushållning. Nr 274
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S. & Camerer, C., 1998. Introduction to Special Topic Forum: Not so Different after All: A Cross-Discipline View of Trust. *The Academy of Management Review*, 23(3), pp. 393-404.
- SCA Skog AB, 2016. *SCA Skog*. [Online]
Available at: <http://www.sca.com/skog>
[Använd 14 10 2016].
- Schoorman, F. D., Mayer, R. C. & Davis, J. H., 2007. An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present, and Future. *The Academy of Management Review*, 32(2), pp. 344-354.
- Skogsstyrelsen, 2014. *Skogsstatistisk årsbok 2014*. Jönköping: Skogsstyrelsen.
- Staal Wästerlund, D. & Kronholm, T., 2016.. Family Forest Owners' Commitment to Service Providers and the Effect of Association Membership on Loyalty. *Small-scale Forestry (accepted for publication in Small-scale forestry 28 10 2016)*.
- Starrin, B. & Renck, B., 1996. Den kvalitativa intervjun. i: P. S. o. B. Starrin, red. *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur, pp. 52 - 78.
- Svensson, P.-G. & Starrin, B., 1996. *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur.
- Trost, J., 1993. *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur.
- Tschannen-Moran, M. & Hoy, W. K., 2000. A Multidisciplinary Analysis of the Nature, Meaning, and Measurement of Trust. *Review of Educational Research*, 70(4), pp. 547-593.

Waern, S. & Wikberg, M., 2013. *Vad efterfrågar en skogsägare hos en förvaltare och förmedlare? -En kundundersökning av Meraskogs kunder*, Umeå: Sveriges Lantbruksuniversitet, Institutionen för skogens ekologi och skötsel. Nr 37

Öberg, M., 2016. *Virkesköparnas arbetssätt, inställning och strategi- en fallstudie hos SCA Skog Ångermanlandsförvaltning, Timber buyers´work approach, attitude and strategy- a case study from Ångermanlands district of SCA Forest*, Umeå: Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för skoglig resurshushållning. Nr 461

Bilaga 1. Brev till skogsägarna inför intervjuerna



Hej Skogsägare!

Att göra en virkesaffär är för många skogsägare en stor händelse eftersom det ofta handlar om stora värden både emotionellt och ekonomiskt. Som skogsägare vill du känna dig trygg i affären och ha förtroende för din affärspartner. Men vad är det som påverkar att du kan känna förtroende för din virkesköpare när du väljer att sälja virke från din skog?

Jag heter Anna Henckel och studerar nu mitt sista år på Jägmästarprogrammet vid Sveriges Lantbruksuniversitet i Umeå. Under det här året skriver jag mitt examensarbete som syftar till att undersöka hur förtroende skapas i en skoglig affärsrelation. Examensarbetet kommer att resultera i en rapport och görs som en del i jägmästarutbildningen på uppdrag av SCA Skog AB.

För att kunna genomföra studien tillfrågar jag nu ett fåtal slumpvis utvalda skogsägare med sin skogsfastighet i Medelpad om de vill hjälpa mig undersöka frågan genom att ställa upp på en intervju. Du är en av dem!

Din medverkan i studien är naturligtvis helt frivillig, men för att kunna genomföra min studie är jag i stort behov av just din medverkan. Mina frågor är bland annat kopplade till dig som skogsägare, din senaste virkesaffär, din relation till din virkesköpare och dina tankar kring begreppet förtroende. Intervjun hålls på en tid och plats som passar för dig.

Det samlade resultatet från intervjuerna med dig och de andra skogsägarna kommer att hanteras strikt konfidentiellt. Det innebär att det inte kommer vara möjligt att koppla kommentarer eller citat till just dig!

Jag kommer inom kort att kontakta dig via telefon då du kan meddela mig om du är intresserad av att medverka i min studie och ställa frågor. Vi kommer även då överens om datum, tid och plats för intervjun.

Vi hörs inom kort!

Med vänlig hälsning

Anna Henckel
aahl0002@stud.slu.se
Umeå 2016-10-19

Bilaga 2. Intervjuguide

Du och din skog

1. Skulle du kunna ge en kort beskrivning av dig själv?
2. Hur har du förvärvat din skogsfastighet?
3. Vad vill du få ut av ditt skogsägande?
4. Kan du beskriva vad det betyder att vara skogsägare för dig?

Kontakten med din virkesköpare

5. Kan du beskriva hur den senaste kontakten med din virkesköpare vid en skoglig affär gick till?
6. Varför vänder du dig till din virkesköpare i skogliga affärer?
7. Hur och när kom du i kontakt med din virkesköpare?
8. Har du haft kontakt med någon annan virkesköpare tidigare? Om ja, vad fick dig att byta till den virkesköparen du har kontakt med idag?

Virkesköparens egenskaper

9. Vilka egenskaper upplever du att din virkesköpare har? Rangordna de 5-7 viktigaste egenskaperna utifrån tabellen.
10. Vilka egenskaper upplever du att din virkesköpare saknar eller behöver utveckla? Rangordna de 5-7 viktigaste egenskaperna utifrån tabellen.

Tabell 1. Vilka egenskaper upplever du att din virkesköpare har samt vilka egenskaper upplever du att din virkesköpare saknar eller behöver utveckla (fråga 9 och 10).

Snäll	Ärlig	Utåtriktad	Skogligt kompetent	Sympatisk
Trevlig	Kommunikativ	Professionell	Anpassningsbar	Optimistisk
Följsam	Entusiastisk	Målinriktad	Strukturerad	Förtroendefull
Lyhörd	Sakkunnig	Väletablerad i området	Samarbetsvillig	Kontaktskapande
Envis	Positiv	Nytänkande	Skicklig	Flexibel
Socialt kompetent	Lättillgänglig	Ordningsam	God lokalkännedom	Erfaren

Den skogliga affären

11. Kände du dig trygg i den senaste skogliga affären som du och din virkesköpare genomförde? Ge gärna ett exempel?
12. Kan du beskriva vad trygghet, kopplat till din virkesköpare, är för dig?
13. Upplever du att virkesköparen genomför det ni avtalat? Ge gärna ett exempel?

Förtroende

14. Har du förtroende för din virkesköpare i skogliga affärer?
15. Kan du beskriva vad förtroende, kopplat till din virkesköpare, är för dig?

Val av virkesköpare

16. Vad är viktigt för dig när du ska välja virkesköpare i en skoglig affär?

17. Om din virkesköpare skulle byta arbetsgivare, skulle du då också byta företag eller stanna kvar hos det företaget som din virkesköpare är anställd av idag?
18. Känner du dig fri i valet av vilken virkesköpare du ska välja vid nästa skogliga affär?
19. Hur påverkas din relation med din virkesköpare av din livssituation?
20. Hur viktigt är det för dig att din virkesköpare har lokal anknytning (att virkesköparen är väletablerad med god lokalkännedom och bekantskapskretsar i området) till det området som din skogsfastighet finns i?
21. Vem vänder du dig till i din nästa skogliga affär?
22. Vad skulle få dig att ta kontakt med en annan virkesköpare eller ett annat skogsföretag vid nästa skogliga affär?

Övrigt

23. Är det något ytterligare som du vill lägga till som inte tagits upp i övriga frågor?