



Förtroende i Skogliga Affärsrelationer

Skogsägarens förtroende för virkesköparen beroende av skogsägarens avstånd till skogsfastigheten

Trust in Forest Business Relationships

Private forest owners trust for the timber purchasers depending on the private forest owners distance to the forest property

Erika Nylander

Arbetsrapport 475 2017
Examensarbete 30hp A2E
Jägmästarprogrammet

Handledare:
Dianne Staal Westerlund

Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för skoglig resurshushållning
901 83 UMEÅ
www.slu.se/srh
Tfn: 090-786 81 00



ISSN 1401-1204
ISRN SLU-SRG-AR-475-SE

Förtroende i Skogliga Affärsrelationer

Skogsägarens förtroende för virkesköparen beroende av skogsägarens avstånd till skogsfastigheten

Trust in Forest Business Relationships

Private forest owners trust for the timber purchasers depending on the private forest owners distance to the forest property

Erika Nylander

Nyckelord: skoglig kompetens, kommunikation, viljan att kundanpassa, lokal anknytning, trygghet

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

Jägmästarprogrammet

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

Bitr. handledare: Elias Andersson, SLU, Institutionen för skoglig resurshushållning, resursanalys

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

Extern handledare: Elin Olofsson, Köpcoach, SCA Skog AB

Förord

Det här examensarbetet har skrivits på Institutionen för skoglig resurshushållning vid Sveriges Lantbruksuniversitet i Umeå och på uppdrag av SCA Skog AB.

Jag vill tacka mina handledare på SLU, Dianne Staal Wästerlund och Elias Andersson, för ert engagemang och all hjälp jag fått under arbetets gång. Jag vill även tacka min externa handledare på SCA Skog, Elin Olofsson, för möjligheten att genomföra studien och för all feedback och stöttning jag fått. Ett tack ska också riktas till alla respondenter som avsatte värdefull tid för att ställa upp på intervjuerna.

Slutligen vill jag tacka mina kursare och exjobbskollegor, Anna Henckel och Agnes Källman för samarbetet under arbetets gång.

Erika Nylander
Umeå, 2017-05-26

Sammanfattning

Den här studien genomfördes i samarbete med SCA Skog AB eftersom att de upplevde ett behov av att förstå hur skogsägare resonerar kring begreppet förtroende i skogliga affärsrelationer.

Konkurrensen bland virkesköpande organisationer om skogsägares virke ökar i takt med industriernas ökade efterfrågan på råvara och i och med urbaniseringen och den skiftande skogsägarstrukturen. På grund av detta har skogsföretag intresse i att bygga långsiktiga relationer med privata skogsägare. Långsiktiga och starka affärsrelationer bidrar till ökade marknadsandelar, ökad försäljning och därmed större vinst.

Syftet med den här studien var att studera skogsägares förtroende för virkesköpare i den skogliga affärsrelationen beroende om skogsägaren är närskogsägare eller distansskogsägare. Syftet var också att studera hur variablerna *virkesköparens skoglig kompetens*, *kommunikationen mellan parterna*, *virkesköparens vilja att kundanpassa* och *virkesköparens lokal anknytning* påverkar skapandet av skogsägares förtroende för virkesköparen i en skoglig affärsrelation beroende om skogsägaren är närskogsägare eller distansskogsägare.

Studien genomfördes med hjälp av kvalitativa djupintervjuer med nio skogsägare, fyra närskogsägare och fem distansskogsägare. Resultatet från studien visar att både närskogsägares och distansskogsägares förtroende skapas genom förutsägelseprocessen. Skogsägarnas förtroende för virkesköparen innefattar framförallt att de kan lita på att virkesköparen håller avtal och är ärlig. Skogsägarna anser också att förtroende beror av virkesköparens vilja att kundanpassa och dennes förmåga att kommunicera vad som händer under affären med skogsägaren.

Nyckelord: skoglig kompetens, kommunikation, viljan att kundanpassa, lokal anknytning, trygghet

Abstract

This study was done in cooperation with SCA Skog AB because they experienced a need to understand how forest owners think about trust in forest business relationships.

Competition among timber-buying organizations about forest owners is increasing in line with industry's increased demand for raw materials and through urbanization and the changing forest owners' structure. Because of this, forest companies have an interest in building long-term relationships with private forest owners. Long-term and strong business relationships contribute to increased market shares, increased sales and thus higher profits.

The purpose of this study was to study forest owners' trust in timber purchasers in the forest business relationship, depending on whether the forest owner is resident forest owner or non-resident forest owner. The purpose was also to analyse how *forest competence by the timber purchaser, communication between the parties, willingness to customize by the timber purchaser* and the timber purchasers local connection affect the private forest owners trust for the timber purchaser in a forest business relationship, depending on whether the forest owner is a resident forest owner or non-resident forest owner.

The study was done by qualitative deep interviews with nine forest owners, four resident forest owners and five non-resident forest owners. The result of the study shows that trust in both forest owners and district forest owners is created through the prediction process. Forest owners trust in the timber purchaser means that they can rely on the timber purchaser and that they are honest. Forest owners also believe that trust depends on the timber purchasers willingness to customize and its ability to communicate what happens during the affair with the forest owner.

Keywords: forest expertise, communication, willingness to customize, local knowledge, security

Innehållsförteckning

Förord	2
Sammanfattning	3
Abstract.....	4
1. Inledning.....	7
1.1 Bakgrund	7
1.1.1 Skogsägares mål och attityder kring skogsbruk	7
1.1.2 Virkesköparen.....	8
1.1.3 Den skogliga affärsrelationen.....	8
1.2 Tidigare forskning	9
1.3 Syfte och avgränsning	9
2.1 Förtroende.....	11
2.2. Variabler som påverkar de förtroendeskapande processerna	14
2.2.1 Skoglig kompetens	14
2.2.2 Kommunikation	14
2.2.3 Viljan att kundanpassa.....	15
2.2.4 Lokal anknytning	15
3. Material och metod	17
3.1 SCA Skog AB.....	17
3.2 Urval av skogsägare.....	17
3.3 Intervjuguide.....	18
3.4 Intervjuernas genomförande	19
3.5 Bearbetning av intervjumaterialet	19
3.6 Material.....	19
3.6.1 Skogsägarna.....	19
4. Resultat	21
4.1 Skogsägarnas mål	21
4.2 Kontakten med virkesköparen	22
4.3 Virkesköparens egenskaper	23
4.4 Trygghet och förtroende i skogliga affärer.....	25
4.5 Valet av virkesköpare	26
5. Diskussion och analys	30
5.1 Material och metod.....	30
5.2 Resultat	31
5.3 Förslag på framtida studier och forskning	34
5.4 Slutsatser.....	34

Referenser	36
Bilaga 1. Brev till skogsägare	39
Bilaga 2. Intervjuguide	40

1. Inledning

Av Sveriges totala landareal är 23,2 miljoner hektar produktiv skogsmark och det totala virkesförrådet är cirka tre miljarder skogskubikmeter (m³sk). Den produktiva skogsmarksarealen ägs till 50 procent av drygt 330 000 stycken privata skogsägare. Av antalet brukningsenheter¹ (som ägs av fysiska personer) är 68 procent närboägda², 25 procent utboägda³ och sju procent delvis utboägda⁴ (Nordlund & Westin, 2010; Skogsstyrelsen, 2014; Swedbank och Sparbankerna & LRF Konsult, 2016). Som en konsekvens av att fler och fler skogsägare beslutar sig för att flytta från landsbygden och därmed från den ort som deras skogsfastighet är belägen i, gör att dagens skogsägarstruktur håller på att förändras. Antalet skogsägare som är utbor, det vill säga de skogsägare som inte bor i samma kommun som deras skogsfastighet finns i, ökar (Nordlund & Westin, 2010). Framåt i studien benämns åbo som närskogsägare och utbo för distansskogsägare.

I och med den skiftande skogsägarstrukturen i Sverige med ett stort antal generationsskiften från äldre till betydligt yngre skogsägare, en ökning av kvinnliga skogsägare och en ökning av antalet distansskogsägare, förändras och varierar också skogsägars attityder, behov och mål (Nordlund & Westin, 2010). Det blir därför allt viktigare för virkesköpande organisationer att försöka förstå vilka mål och behov privata skogsägare har med sin skog för att kunna förbli konkurrenskraftig på marknaden (Jonsson, 2009). Genom att vara en förtroendefull affärspartner kan företag effektivt möta den ökade konkurrensen från andra aktörer på marknaden (Morgan & Hunt, 1994). Inom skogsbranschen råder hård konkurrens mellan de skogligena aktörerna om skogsägars virke för att kunna försörja sina industrier. På grund av detta finns ett intresse av att studera hur förtroende utvecklas och kan bibehållas i affärsrelationer och specifikt i skogligena affärsrelationer mellan skogsägare och virkesköpare.

1.1 Bakgrund

1.1.1 Skogsägars mål och attityder kring skogsbruk

Synen på traditionellt skogsbruk förändras i samband med att värderingar i samhället förändras (Hugosson & Ingemarsson, 2004; Karppinen, 1998). Som tidigare konstaterats är skogsägarstrukturerna idag under förändring; antalet kvinnor som är skogsägare ökar samtidigt som antalet skogsägare som inte bor på sin skogsfastighet gör detsamma. Distansskogsägare innehar större fastigheter än närskogsägare. De har även signifikant högre inkomst och är i större utsträckning anställda, medan en stor del av närskogsägarna är egenföretagare där skogen är en stor del av företaget. Detta tyder på att närskogsägare i större utsträckning är beroende av skogen som en inkomstkälla än vad distansskogsägarna är (Nordlund & Westin, 2010; Swedbank och Sparbankerna & LRF Konsult, 2016). Enligt Nordlund & Westin (2010) värderar skogsägare generellt sett timmerproduktion och

¹ Definitionen av en *brukningsenhet* är ”den produktiva skogsmark inom en kommun som tillhör samma ägare” (Skogsstyrelsen, 2014).

² En fastighet är *närboägd* ”om samtliga ägare bor i samma kommun som brukningsenheten är belägen” (Skogsstyrelsen, 2014).

³ En fastighet är *utboägd* ”om samtliga ägare bor i en annan kommun än den där brukningsenheten är belägen” (Skogsstyrelsen, 2014).

⁴ En fastighet är *delvis utboägd* ”om minst en ägare bor i en annan kommun än den där brukningsenheten är belägen” (Skogsstyrelsen, 2014).

ekologiska värden högt. Närskogsägare värderar ökad timmerproduktion i större utsträckning än vad distansskogsägare gör samt att produktion är mycket viktigare för närskogsägare. Attityderna kring skogsskötsel följer samma mönster som deras värderingar av skogen, det vill säga närskogsägare anser, i större utsträckning än distansskogsägare, att de ekonomiska aspekterna av skogsskötsel är viktigast. När det gäller rekreation och miljömässiga aspekter har Nordlund & Westin (2010) inte funnit några skillnader mellan närskogsägare och distansskogsägare. Enligt Skogsbarometern (2016) anser 40 procent av de tillfrågade skogsägarna att mjuka värden med skogen är viktigare än hårda värden. Med mjuka värden menas bland annat känslan av att äga skog (Swedbank och Sparbankerna & LRF Konsult, 2016). Dock är forskningen kring detta begränsad och skulle därmed behöva undersökas ytterligare.

1.1.2 Virkesköparen

Den första kontakten skogsägare får med skogs företag är oftast genom virkesköparen. Virkesköparen har det yttersta ansvaret för den skogliga affären med skogsägaren. Centrala arbetsuppgifter för virkesköpare är att etablera nya affärsrelationer samt utveckla och bevara befintliga affärsrelationer för att kunna köpa virke från privata skogsägare. Andra huvudsakliga arbetsuppgifter är bland annat traktplanering, myndighetskontakt, miljö- och uppföljningsansvar för sina köp, upprätta budget och administrativt arbete såsom slutregleringar av köp. Varje virkesköpare arbetar mot uppsatta köpmål och ska stämma av resultatet mot målen (Öberg, 2016).

Enligt en studie av Waern & Wikberg (2013) är de viktigaste egenskaperna hos en virkesköpare för att skapa förtroende att hen är kompetent, ärlig och pedagogisk. Genom virkesköparens handlande ska hen vinna skogsägares förtroende (Öberg, 2016) och därför är det otroligt viktigt för skogs företag att deras virkesköpare har förmåga att förstå skogsägares behov och tankesätt vid valet av affärspartner.

1.1.3 Den skogliga affärsrelationen

Som tidigare konstaterats finns det cirka 330 000 privata skogsägare i Sverige. De svenska industriernas förbrukning av råvara försörjs till mer än hälften av rundvirke från privata skogsägare (Skogsstyrelsen, 2014). Konkurrenten bland virkesköpande organisationer om skogsägares virke ökar i takt med industriernas ökade efterfrågan på råvara och i och med urbaniseringen och den skiftande skogsägarstrukturen (Jonsson, 2009; Staal Wästerlund & Kronholm, 2016). På grund av detta har skogs företag intresse i att bygga långsiktiga relationer med privata skogsägare. Långsiktiga och starka affärsrelationer bidrar till ökade marknadsandelar, ökad försäljning och därmed större vinst (Morgan & Hunt, 1994; Dagger, et al., 2009). Den skogliga affärsrelationen mellan skogsägare och virkesköpare är speciell på det sättet att skogsägare och virkesköpare både kan ses som säljare och kunder (Staal Wästerlund & Kronholm, 2016). Virkesköpare köper virke från skogsägare och samtidigt erbjuder hen skogsägaren olika typer av tjänster, som till exempel plantering och markberedning, skogsbruksplaner, ekonomisk rådgivning och rådgivning kring skogsskötsel.

Intäkterna från en skoglig affär kan bli stora för privata skogsägare, från några hundra tusen upp till flera miljoner kronor. Det anses vara en stor affär för privata skogsägare och i och med långa omloppstider i skogen genomför dessa affärer inte särskilt ofta (Öberg, 2016). Hur ofta skogsägare genomför sina skogliga affärer beror bland annat av skogsfastighetens storlek, skogsägarens mål med skogen. Många privata skogsägare ser även långsiktigt på ägandet av skogen, det vill säga flera generationer framåt (Lönstedt,

1997; Staal Wästerlund & Kronholm, 2016). I och med detta finns stora möjligheter för skogsföretag att skapa långsiktiga affärsrelationer med privata skogsägare och genom att vara en förtroendefull affärspartner kan virkesköpande organisationer effektivt möta den ökade konkurrensen från andra aktörer (Morgan & Hunt, 1994).

Det har tidigare genomförts ett antal studier om förtroende i affärsrelationer och vilka faktorer som kan påverka förtroendeskapandet (Andreasson, et al., 2015; Dagger, et al., 2009; Doney & Cannon, 1997; Morgan & Hunt, 1994; Rousseau, et al., 1998). Tidigare studier om den skogliga affärsrelation mellan skogsägare och virkesköpare, skogsägars val av affärspartner och virkesköparens egenskaper har också gjorts (Enander & Melin, 2008; Jacobsson, 2016; Lundberg, 2016; Staal Wästerlund & Kronholm, 2016; Waern & Wikberg, 2013; Öberg, 2016). Det finns också en hel del tidigare forskning kring skogsägars mål, behov och attityder kring skogsbruk och som har fokuserat på skillnader mellan närskogsägare och distansskogsägare (Hugosson & Ingemarsson, 2004; Karppinen, 1998; Lönnstedt, 1997; Nordlund & Westin, 2010; Staal Wästerlund & Kronholm, 2016). Dock är skapandet av skogsägars förtroende för virkesköpare och vilka variabler som påverkar förtroendeskapandet alltså ett relativt outforskat område. Bristen på tidigare studier kring skogsägars förtroende till virkesköpare i skogliga affärsrelationer utifrån närskogsägare och distansskogsägars perspektiv, gör att det finns behov av en sådan studie. Detta examensarbete ska därför undersöka hur förtroende skapas mellan skogsägare och virkesköpare i en affärsrelation och beroende om skogsägaren är närskogsägare eller distansskogsägare.

1.3 Syfte och avgränsning

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

- 1) vilka processer som påverkar skapandet av skogsägars förtroende för virkesköparen i en skoglig affärsrelation beroende om skogsägaren är närskogsägare eller distansskogsägare
- 2) hur variablerna *skoglig kompetens*, *kommunikation*, *viljan att kundanpassa* och *lokal anknytning* påverkar skapandet av skogsägars förtroende för virkesköparen i en skoglig affärsrelation beroende om skogsägaren är närskogsägare eller distansskogsägare

Utifrån teorierna som beskrivs i avsnitt 2. *Teorier* och variablerna *skoglig kompetens*, *kommunikation*, *viljan att kundanpassa* och *lokal anknytning* har sex hypoteser formulerats.

Hypotes 1: Förtroende mellan närskogsägare och virkesköpare i en skoglig affärsrelation skapas genom förutseendeprocessen

Hypotes 2: Förtroende mellan distansskogsägare och virkesköpare i en skoglig affärsrelation skapas genom överföringsprocessen

Hypotes 3: Virkesköparens skogliga kompetens är viktig för att både närskogsägare och distansskogsägare ska få förtroende för virkesköparen i en skoglig affärsrelation

Hypotes 4: Kommunikation mellan skogsägaren och virkesköparen är viktigt för att både närskogsägare och distansskogsägare ska få förtroende för virkesköparen i en skoglig affärsrelation

Hypotes 5: Virkesköparens vilja att kundanpassa är viktig för att både närskogsägare och distansskogsägare ska få förtroende för virkesköparen i en skoglig affärsrelation

Hypotes 6: Virkesköparens lokala anknytning är viktig för att både närskogsägare och distansskogsägare ska få förtroende för virkesköparen i en skoglig affärsrelation

2. Teorier

2.1 Förtroende

Nedan diskuteras hur begreppet *förtroende* definieras. Det kommer också redogöras för vilka variabler som i denna studie anses vara viktiga för förtroendeskapandet mellan skogsägare och virkesköpare.

Begreppet förtroende är i allmänhet ett svårdefinierat och komplext begrepp (Andreasson, et al., 2015; Rousseau, et al., 1998). Det finns ingen allmänt accepterad och vetenskaplig definition av begreppet förtroende. Dock är många eniga om att förtroende är viktigt på många olika sätt. Det möjliggör samarbete och främjar anpassningsbara organisationsformer, som till exempel relationer via internet och nätverk. Förtroende kan också minska och förhindra konflikter och det minskar transaktionskostnader. För att få förståelse för vad förtroende egentligen innebär, krävs en tydlig avgränsning och en klar definition. Det underlättar också teoriutveckling kring förtroende samt fortsatt forskning kring ämnet (Rousseau, et al., 1998). I en artikel av Rousseau et al. (1998) diskuteras förtroendets olika betydelse i tidigare skrivna artiklar och författarna föreslår därefter en bred definition av förtroende:

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

Definitionen ovan är allmängiltig och kan appliceras inom många olika användningsområden. Doney & Cannon (1997) har utifrån litteratur i socialpsykologi och marknadsföring definierat förtroende som:

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

Det vill säga förtroende är ett mål av den upplevda trovärdigheten (*credibility*) och välviljan (*benevolence*). Deras definition av förtroende har två olika dimensioner. Den första dimensionen fokuserar på trovärdigheten till den andra parten i en relation, det vill säga förväntningar att den andra partens ord går att lita på. Den andra dimensionen, välvilja, fokuserar på i vilken utsträckning den ena parten i en relation är genuint intresserad av den andra partens välfärd och hur motiverad denne är att söka finna gemensam vinst för parterna (Doney & Cannon, 1997).

I en affärsrelation mellan köpare och säljare står köparen inför en viss grad av risk eftersom att hen måste tro på att säljaren utför sitt uppdrag effektivt och tillförlitligt och att denne är intresserad av kundens intressen och vill kundens bästa (Doney & Cannon, 1997). Om detta sätts i ett virkesköpande sammanhang är skogsägaren både en säljare och en kund, en säljare i det avseende att hen säljer råvara och en kund i det avseende att hen köper tjänster från det virkesköpande företaget. Virkesköparen i sin tur är också både en kund och en säljare, hen är en kund eftersom att hen köper råvara och en säljare genom att hen erbjuder olika typer av tjänster. I den här studien kommer förtroende analyseras utifrån Doney & Cannons (1997) definition.

Utvecklingen av förtroende bygger på vilka förväntningar parterna i en affärsrelation har på varandra, förväntningar på hur motparten kommer agera och vilka motiv hen har. För att förtroende i en affärsrelation ska kunna uppstå krävs att parterna kan visa sig sårbara inför varandra och att resultatet av samarbetet är viktigt samt osäkert för båda parter (Doney & Cannon, 1997)

Förtroende är en nödvändig förutsättning för att parterna i en affärsrelation ska kunna bygga en långsiktig affärsrelation. Kunder kan utveckla förtroende både till säljaren och till dennes arbetsgivare (Doney & Cannon, 1997). Detta kan appliceras på den skogliga affärsrelationen, där skogsägaren kan ha förtroende för virkesköparen, virkesköparens arbetsgivare eller både för virkesköparen och dennes arbetsgivare. Genom att utveckla förtroende mellan parterna i en affärsrelation ökar sannolikheten att köparen kommer vilja göra affärer med säljaren även i framtiden, vilket även ökar den säljande partens konkurrensfördelar gentemot konkurrerande aktörer. Kundens förtroende för säljaren i en affärsrelation är också avgörande för kundens framtida lojalitet (Doney & Cannon, 1997; Dagger, et al., 2009; Morgan & Hunt, 1994).

Enligt Doney & Cannon (1997) kan förtroende i affärsrelationer skapas genom fem olika processer; *beräknande-*, *förutsägelse-*, *duglighets-*, *intentions-* och *överföringsprocessen*. Förtroende i affärsrelationen kan skapas genom en eller flera av de nämnda processerna.

Beräknanprocessen innebär att parterna i en affärsrelation beräknar kostnader och vinster som motparten kan få av att fuska eller att bedra den andra parten. Förtroende kan skapas mellan parterna om fördelarna med att fuska inte överväger kostnaderna av att bli påkommen. Uppskattar den ena parten att nackdelarna med att fuska överväger fördelarna kan denne lita på den andra parten (Doney & Cannon, 1997). Variablerna som påverkar förtroendeskapaandet i beräknanprocessen (anpassat till den skogliga affärsrelationen) är virkesköparens rykte, storleken på virkesköparens arbetsgivare, virkesköparens vilja att kundanpassa, relationens längd mellan skogsägaren och virkesköparens arbetsgivare samt relationens längd mellan skogsägaren och virkesköparen.

I *förutsägelseprocessen* bygger förtroendeskapaandet på ena partens förmåga att förutse den andra partens beteende. Eftersom att förtroende kräver en bedömning av den andra partens trovärdighet och välvilja, krävs det att den ena parten har information om den andra partens tidigare beteende och löften. Genom att genomföra affärer med samma motpart upprepade gånger blir det lättare att förutse resultatet av dennes beteende. Förtroendet mellan parterna i en affärsrelation förstärks genom att dela flera erfarenheter med varandra och genom att utveckla förmågan att förutse varandras beteende (Doney & Cannon, 1997). De variabler som påverkar förtroendeskapaandet i förutsägelseprocessen (anpassat till den skogliga affärsrelationen) är relationens längd mellan skogsägaren och virkesköparens arbetsgivare, relationens längd mellan skogsägaren och virkesköparen, att skogsägaren upplever virkesköparen som sympatisk, att virkesköparen och skogsägaren har liknande intressen och värderingar samt att virkesköparen och skogsägaren har frekvent kommunikation.

Trovärdighetsprocessen fokuserar främst på trovärdighetsdimensionen av förtroende. Det gäller för ena parten att avgöra den andra partens förmåga att uppfylla sina skyldigheter och löften, det vill säga hur trovärdig den andra parten är (Doney & Cannon, 1997). Variablerna som påverkar förtroendeskapaandet i duglighetsprocessen (anpassat till den skogliga affärsrelationen) är virkesköparens kompetens och virkesköparens

genomslagskraft. Med genomslagskraft menas virkesköparens förmåga att påverka skogsägaren samt att påverka sin arbetsgivare.

Med hjälp av *intentionprocessen* kan parterna i en affärsrelation tolka och bedöma varandras motiv och avsikter och på så sätt få förtroende för varandra. De som är motiverade att hjälpa andra är mer tillförlitliga än de som misstänks utnyttja andra för sin egen vinnings skull. När två parter utvecklar gemensamma värderingar och normer i en affärsrelation blir det möjligt för dem att förstå varandras avsikter och mål. De blir medvetna om vad det är som driver den andra partens beteende och kan därigenom utveckla förtroende för varandra (Doney & Cannon, 1997). Variablerna som påverkar förtroendeskapaandet i intentionprocessen (anpassat till den skogliga affärsrelationen) är virkesköparens vilja att kundanpassa, att skogsägaren upplever virkesköparen som sympatisk, att virkesköparen och skogsägaren har liknande intressen och värderingar samt att virkesköparen och skogsägaren har frekvent kommunikation.

Förtroende kan också skapas genom *överföringsprocessen*. Den ena parten kan få förtroende för den andra parten genom en betrodd tredje parts omdöme av den andra partens trovärdighet. Förtroende för den andra parten kan då överföras från tredje part till den första parten eftersom att denne saknar eller har lite erfarenheter av den andra parten. Det kan även gälla det omvända, det vill säga misstro kan överföras om annan information saknas (Doney & Cannon, 1997). Variablerna som påverkar förtroendeskapaandet i överföringsprocessen (anpassat till den skogliga affärsrelationen) är virkesköparens rykte och att skogsägaren har förtroende för en tredje part.

Tabell 1. Förtroendeskapaande processer och variabler som påverkar skapaandet av förtroende i respektive process (anpassning från Doney & Cannon (1997) till skogliga affärsrelationen mellan skogsägare och virkesköpare)

Table 1. Trust-building processes and variables that affects each trust-building process (adjustment from Doney & Cannon (1997) to forest business relationship between forest owner and timber purchaser)

Förtroendeskapaande processer	Variabler som påverkar respektive process
<i>Beräknandeprocessen</i>	Virkesköparens rykte Storleken på virkesköparens arbetsgivare Virkesköparens vilja att kundanpassa Relationens längd mellan skogsägaren och virkesköparens arbetsgivare Relationens längd mellan skogsägaren och virkesköparen
<i>Förutsägelseprocessen</i>	Relationens längd mellan skogsägaren och virkesköparens arbetsgivare Relationens längd mellan skogsägaren och virkesköparen Skogsägaren upplever virkesköparen som sympatisk Virkesköparen och skogsägaren har liknande intressen och värderingar Frekvent kommunikation mellan virkesköparen och skogsägaren
<i>Trovärdighetsprocessen</i>	Virkesköparens kompetens Virkesköparens genomslagskraft
<i>Intentionprocessen</i>	Virkesköparens vilja att kundanpassa Skogsägaren upplever virkesköparen som sympatisk

	Virkesköparen och skogsägaren har liknande intressen och värderingar Frekvent kommunikation mellan virkesköparen och skogsägaren
<i>Överföringsprocessen</i>	Virkesköparens rykte Skogsägarens förtroende för tredje part

2.2. Variabler som påverkar de förtroendeskapande processerna

Doney & Cannon (1997) beskriver ett stort antal variabler (tabell 1) som påverkar förtroendeskapandet. Den här studien fokuserar på fyra variabler; *skoglig kompetens, kommunikation, viljan att kundanpassa* och *lokal anknytning*.

2.2.1 Skoglig kompetens

Virkesköparens skogliga kompetens valdes ut som en variabel i studien eftersom att det var intressant att se hur närskogsägare och distansskogsägare värderar det och om det värderas olika av dem. Kompetens är en individs förmåga och vilja att nyttiggöra och tillämpa kunskap (Bruzelius & Skärvad, 2011). Genom att besitta kunskaper inom specifika ämnesområden kan förtroende skapas i en relation (Jensen & Ulleberg, 2013). Det betyder att skogsägare kan få förtroende för sin virkesköpare genom att virkesköparen besitter skogliga kunskaper, det vill säga skoglig kompetens. Enligt Waern & Wikberg (2013) anser skogsägare att skoglig kompetens är en viktig egenskap hos virkesköpare för att förtroende ska kunna skapas. Jacobsson (2016) konstaterar att skogsägare väljer affärspartner bland annat utifrån virkesköparens skogliga kompetens.

2.2.2 Kommunikation

Kommunikation mellan parterna i en skoglig affärsrelation valdes ut som en variabel i studien eftersom att det var intressant att se hur närskogsägare och distansskogsägare värderar det och om det värderas olika av dem. Kommunikation är ett brett begrepp. Enligt Nationalencyklopedin (2016) definieras kommunikation som:

”överföring av information mellan människor...” (Nationalencyklopedin, 2016)

Enligt Jacobsen & Thorsvik (2014) är kommunikation en process där personer utbyter och förmedlar information. En relation fungerar inte utan kommunikation mellan parterna i relationen. Det krävs också att båda parterna i relationen bidrar till kommunikationen (Jensen & Ulleberg, 2013). En affärsrelation kan förstärkas genom frekvent kommunikation (Dagger, et al., 2009). Genom god kommunikation i en affärsrelation kan förtroende mellan parterna skapas (Doney & Cannon, 1997; Lundberg, 2016; Morgan & Hunt, 1994). Detta kan även appliceras på den skogliga affärsrelationen. Om skogsägare och virkesköpare har god kommunikation kan det stärka deras affärsrelation och god kommunikation mellan parterna kan också leda till att skogsägaren får större förtroende för virkesköparen. Vanliga kommunikationskanaler som används för kommunikation mellan virkesköpare och skogsägare är telefon, e-post och personliga möten. I den här studien avses kommunikation som all interaktion som sker mellan skogsägare och virkesköpare i en skoglig affärsrelation.

2.2.3 Viljan att kundanpassa

Virkesköparens vilja att kundanpassa valdes ut som en variabel i studien eftersom att det var intressant att se hur närskogsägare och distansskogsägare värderar det och om det värderas olika av dem. Det är viktigt att virkesköpare lyssnar till skogsägares önskemål. Skogsägare vill också känna sig delaktiga i den skogliga affären (Waern & Wikberg, 2013). Genom att arbeta tillsammans mot gemensamma mål kan förtroende mellan parter skapas (Morgan & Hunt, 1994; Staal Wästerlund & Kronholm, 2016). Är säljaren villig att göra investeringar och uppoffringar i en affärsrelation kan kunder lita på att säljaren mår om deras affärsrelation. Visar säljaren att hen är villig att utsätta sig själv och företaget för risk genom att investera i kunden underlättas samarbetet mellan parterna (Doney & Cannon, 1997). Enligt Doney & Cannon (1997) kan det resultera i att kunden upplever säljarens motiv som välvilliga. För att sätta detta i ett virkesköpande sammanhang, visar det på att virkesköparens vilja att kundanpassa påverkar skogsägarens välvilja gentemot virkesköparen och virkesköparen upplevs som pålitlig. Virkesköparens vilja att kundanpassa innebär i den här studien virkesköparens lyhörighet och anpassningsförmåga gentemot skogsägaren. Det innebär också skogsägarens möjlighet att påverka den skogliga affären.

2.2.4 Lokal anknytning

Virkesköparens lokala anknytning valdes ut som en variabel i studien eftersom att det var intressant att se hur närskogsägare och distansskogsägare värderar det och om det värderas olika av dem. Lokal anknytning motsvarar i studien att virkesköparen är väletablerad i området där skogen finns och har stort kontaktnät och känner till hur området ser ut. Bakgrunden till begreppet lokal anknytning ligger i att det är intressant att studera hur platsperspektivet, den fysiska miljön och skogsägarens avstånd till sin fastighet och till samarbetspartnern påverkar affärsrelationen.

I dagens samhälle sker allt fler affärer på distans, vilket innebär att kunder och säljare inte behöver träffas fysiskt för att kunna genomföra affären. Distanshandel är egentligen inget nytt fenomen, eftersom att distanshandel via till exempel postorder har funnits relativt länge. E-handel där affärer görs via internet är däremot relativt nytt (Johansson, 2007). När det gäller stora affärer såsom virkesaffärer är det dock svårt att komma ifrån att den personliga och fysiska kontakten mellan skogsägare och virkesköpare är viktig för att affärerna ska kunna genomföras. Hur viktigt är plats och avstånd egentligen i skoglig bemärkelse och hur viktigt är det i en skoglig affärsrelation? Det är centrala frågor i den här studien för att kunna förstå hur distansskogsägare och närskogsägare utvecklar förtroende till sin virkesköpare i skogliga affärsrelationer.

Marknadsföring och kundservice är av stor betydelse för företagens försäljning (Fitchett & McDonagh, 2001). Studier visar att organisationer måste marknadsföra det som kunder vill ha och behöver. Relationsmarknadsföring baseras däremot på att båda parter i en affär ska dra ömsesidig nytta av affären. Enligt relationsmarknadsföringens grunder är kundservice det enda sättet att klara av konkurrens och att säkerställa organisationens överlevnad på den befintliga marknaden (Fitchett & McDonagh, 2001). Att bygga långsiktiga relationer med kunder är svårt och det är också en utmaning att anpassa tjänstebudet till kunders behov och förväntningar, utan att offra rationalitet och kostnadseffektivitet i organisationen (Ritzer & Stillman, 2001; Fitchett & McDonagh, 2001). Enligt Ritzer & Stillman (2001) finns fördelar med att använda system som sköter kundservice (till exempel internet och olika typer av digitala system) istället för personlig och fysisk kundservice. Fördelarna med systembaserad kundservice är att det är mer kostnadseffektivt och lättare att

kontrollera än personorienterad kundservice. Däremot skapas förtroende mellan parterna i en affärsrelation bäst genom personlig och fysisk kontakt (Ritzer & Stillman, 2001).

3. Material och metod

Studien genomfördes i samarbete med SCA Skog AB eftersom att de upplevde ett behov av att förstå hur skogsägare resonerar kring begreppet förtroende i skogliga affärsrelationer. Många av dagens skogsägare bor inte längre på sina skogsfastigheter och därför var det intressant att studera om det fanns skillnader mellan närskogsägare och distansskogsägare. Studien baserades på kvalitativ metod i form av intervjuer med nio skogsägare, varav fyra närskogsägare och fem distansskogsägare.

3.1 SCA Skog AB

SCA Skog AB (benämns vidare i studien som SCA) är Europas största privata skogsägare med ett totalt skogsinnehav om 2,6 miljoner hektar (ha), varav 2,0 miljoner ha brukas. SCA har till uppgift att förvalta SCA-koncernens egna skogsinnehav samt att långsiktigt försörja SCAs industrier i norra Sverige med virkesråvara. SCA har sitt huvudkontor i Sundsvall och är verksam från Medelpad i söder till Norrbotten i norr. Verksamheten är uppdelad i fem skogsförvaltningar; Medelpads, Jämtlands, Ångermanlands, Västerbottens och Norrbottens skogsförvaltning. För SCA bygger försörjningsstrategin för de egna industrierna på lika delar avverkning på egen skog och genom köp av virke och avverkningsrätter av privata skogsägare i Norrland. Därav är SCA även en virkesköpande organisation. SCA har ett stort antal virkesköpare som är utplacerade på ett antal lokalkontor på respektive skogsförvaltning. Det är i första hand virkesköparna som har kontakt med de privata skogsägarna vid skogliga affärer (SCA, 2013). Årligen avverkar SCA cirka (ca) 2,3 miljoner m³f från privata skogsägare vilket motsvarar ca 45 % av de totala avverkningarna. Utöver avverkningstjänsterna erbjuder SCA även andra skogliga tjänster till skogsägare, såsom skogsbruksplaner, markberedning, plantering och förvaltning. Kvalitet och kundfokus är viktiga parametrar som SCA arbetar efter (SCA, 2016).

3.2 Urval av skogsägare

Skogsägarna som intervjuades togs fram från SCAs skogsägarregister. I registret fanns omfattande personuppgifter, såsom namn, ålder, kön, bostadsadress, telefonnummer, e-postadress och fastighetsstorlek. För att få en variation/bredd i skogsägarnas svar valdes skogsägarna ut genom ett strategiskt urval. Det innebar att ett antal förutbestämda variabler, som var teoretiskt viktiga för studien, avgjorde vilka skogsägare som var potentiella deltagare i studien. På detta sätt erhöles en tillräckligt stor variation av skogsägare utifrån den mindre grupp som var intressant att studera (Trost, 1993). Variablerna som styrde urvalet av skogsägare till intervjuerna var att skogsfastigheten skulle vara registrerad inom Jämtlands län, skogsägarnas bostadsort skulle vara i Jämtlands-, Västernorrlands- eller Västerbottens län, skogsfastighetens storlek begränsades till minst 50 ha och max 1000 ha samt senaste skogliga affären med SCA skulle vara genomförd och slutreglerad mellan januari 2012 och juni 2016. Variablerna bestämdes av författaren till denna studie.

Strategiska urvalet resulterade i två listor, en lista med närskogsägare boendes på skogsfastigheten eller inom samma kommun som skogsfastigheten fanns i och en lista med distansskogsägare boendes i Jämtlands-, Västernorrlands- eller Västerbottens län.

Bostadsorten för distansskogsägarna begränsades till dessa tre län på grund av praktiska möjligheter att genomföra intervjuerna på plats hos skogsägarna. Sorterat fanns 1060 närskogsägare samt 64 distansskogsägare som matchade kriterierna. Bland de 1060 närskogsägare slumpades fem kandidater fram och bland de 64 distansskogsägare slumpades också fem kandidater fram, tio skogsägare totalt. Till de tio utvalda skogsägarna skickades ett brev (bilaga 1) med en kort introduktion av studien, dess syfte och av författaren till studien. Brevet innehöll även information om att skogsägarnas svar behandlades strikt konfidentiellt för att skydda deras identiteter (Kvale & Brinkmann, 2009; Svensson & Starrin, 1996; Trost, 1993). Brevet avslutades med information om att skogsägaren inom kort skulle bli kontaktad via telefon. När de tio skogsägarna kontaktades via telefon fick de än en gång information om studien, dess syfte och att deras svar behandlades strikt konfidentiellt. Författaren ställde också frågan om de var intresserade av att ställa upp på en intervju. Fem av tio skogsägare var intresserade av att ställa upp på en intervju och tid och plats bestämdes för intervjun bestämdes. Fem av tio skogsägare ville inte ställa upp på en intervju och på grund av det slumpades fem nya skogsägare ut. Samma förfarande med brev och telefonsamtal följde för dessa skogsägare. Tre av dessa skogsägare var intresserad av att ställa upp på en intervju och tid och plats för intervjun bestämdes även för dem. Därefter slumpades ytterligare två nya skogsägare ut som kontaktades på samma sätt som de tidigare skogsägarna. En skogsägare var intresserad av att ställa upp på en intervju. Det var svårt att få en sista skogsägare att ställa upp på en intervju. På grund av tidsbegränsningen för studien gjordes bedömningen att detta bortfall skulle påverka studiens resultat och utfall nämnvärt. Nio intervjuer genomfördes, fyra intervjuer med närskogsägare samt fem intervjuer med distansskogsägare.

Variablerna *skoglig kompetens*, *kommunikation*, *viljan att kundanpassa* och *lokal anknytning* valdes ut som viktiga för förtroendeskapandet i den här studien och de bestämdes av undertecknad författare. Virkesköparens skogliga kompetens valdes ut som en variabel eftersom att kompetens är en av de variabler som kan påverka de förtroendeskapande processerna (tabell 1) (Doney & Cannon, 1997). Det var även intressant att studera hur viktigt det är för närskogsägare respektive distansskogsägare att virkesköpare har skoglig kompetens samt vad de två skogsägargrupperna anser att skoglig kompetens egentligen är. Kommunikation mellan parterna i en affärsrelation valdes ut som en variabel i studien eftersom att det är en variabel som kan påverka de förtroendeskapande processerna (tabell 1) (Doney & Cannon, 1997). Kommunikation valdes även ut eftersom att det finns ett intresse av att studera hur viktigt närskogsägare och distansskogsägare tycker att det är med kommunikation i den skogliga affärsrelationen. Virkesköparens vilja att kundanpassa valdes även den ut eftersom att det är en variabel som kan påverka de förtroendeskapande processerna (tabell 1) (Doney & Cannon, 1997) och för att det är intressant att se hur närskogsägare och distansskogsägare värderar virkesköparens vilja att kundanpassa. Virkesköparens lokal anknytning valdes som en variabel att studera därför att det var intressant att se hur närskogsägare och distansskogsägare värderar betydelsen av lokal anknytning vid valet av virkesköpare i den skogliga affären.

3.3 Intervjuguide

Intervjuerna utgick från en på förhand utformad intervjuguide (se bilaga 2) som innehöll förslag på frågor som kunde ställas under intervjuerna. Intervjuguiden var semi-strukturerad och innehöll ett antal teman som baserats på studiens frågeställningar och på de valda teorierna som skulle studeras (Bryman, 2002; Kvale & Brinkmann, 2009). I och

med att intervjuguiden var semi-strukturerad behövde inte frågorna strikt ställas i den ordning som de var placerade. Följdfrågor kunde även ställas om det fanns behov, så länge de var kopplade till intervjuguidens teman (Bryman, 2002). Innan den slutgiltiga intervjuguiden fastställdes testades den på ett par personer för att säkerställa att frågorna var förståeliga och inte kunde misstolkas (Svensson & Starrin, 1996). Intervjuguiden inleddes med några enkla introduktionsfrågor som rörde skogsägaren och hans skog för att skapa trygghet hos respondenten (Svensson & Starrin, 1996). Därefter fick skogsägarna svara på frågor kring kontakten med virkesköparna, deras relation, virkesköparens egenskaper, förtroende och trygghet kopplat till den skogliga affären samt valet av virkesköpare. Målsättningen med frågorna var att försöka förstå hur skogsägare tänker kring förtroende i sina skogliga affärer, vilka processer utifrån Doney & Cannon (1997) som skapar förtroende samt hur variablerna skoglig kompetens, kommunikation, viljan att kundanpassa och lokal anknytning påverkar skogsägarnas förtroende för virkesköparen. Öppna frågor prioriterades under intervjuerna för att skapa en öppen kommunikation där skogsägaren kände sig trygg i att svara uppriktigt och reflektera fritt kring frågorna (Svensson & Starrin, 1996).

3.4 Intervjuernas genomförande

Intervjuerna hölls i skogsägarnas hem vid alla tillfällen utom två, vilka hölls i ett grupprum på Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU) och på skogsägarens arbetsplats. Skogsägarnas hemmiljö föredrogs eftersom det är en trygg och relativt ostörd plats, dock fick skogsägarna bestämma platsen för intervjun för att de skulle känna sig trygga med intervjun (Troost, 1993). I början av varje intervju presenterades återigen studiens syfte och bakgrund. Innan själva intervjun blev alla skogsägare tillfrågade om det gick bra att intervjun spelades in och samtliga skogsägare godkände det. Alla intervjuer spelades in med hjälp av en diktafon samt en mobiltelefon för att säkerställa att informationen som kom fram under intervjuerna refererades korrekt och för att underlätta efterföljande analyser (Bryman, 2002; Troost, 1993).

Intervjuernas längd varierade mellan 35 min och drygt en timme. Variationen i längd på intervjuerna berodde av hur utförliga svar skogsägarna kunde ge. Det berodde i sin tur av hur länge skogsägaren varit skogsägare och hur många skogliga affärer hen hade varit med om. Vissa skogsägare gav väldigt utsvävande svar och hamnade ofta på sidospår, medan andra endast höll sig till att svara på den aktuella frågan. Skogsägarna fick svara fritt på varje fråga utan att bli avbruten. Frågor kopplade till skogsägarnas boendesituation och till virkesköparens lokala anknytning ställdes i slutet av intervjun för att inte styra skogsägaren i någon speciell riktning. Information om studiens fokus, om hur närskogsägare och distansskogsägare ser på förtroende, gavs efter intervjun (om skogsägaren frågade) för att minimera risken att påverka skogsägarens svar.

3.5 Bearbetning av intervjumaterialet

Efter intervjuerna transkriberades och kodades intervjuerna tematiskt (Kvale & Brinkmann, 2014; Troost, 1993). Både induktiv och deduktiv metod har använts (Holme & Solvang Krohn, 1997). Skogsägarnas identiteter behandlades konfidentiellt och redan under transkriberingen avkodades dessa (skogsägare 1, skogsägare 2, skogsägare 3 osv.)

för att ingen person skulle kunna kännas igen (Kvale & Brinkmann, 2014). Citat användes i rapporten för att öka förståelsen samt för att styrka och illustrera resultaten (Trost, 1993). Justeringar av citaten gjordes för att undvika talspråk, dock inte i sådan utsträckning att innebörden påverkades (Kvale & Brinkmann, 2014; Trost, 1993).

Av de nio intervjuade skogsägarna var sex av dem män och tre av dem kvinnor. Sex stycken av skogsägarna hade förvärvat sin skogsfastighet genom arv från släktingar. De övriga tre skogsägarna hade förvärvat skogsfastigheten genom köp, dock uteslutande genom köp från familj och släkt. Det var enbart ett fåtal av respondenterna som hade förvärvat ytterligare skogsfastigheter genom köp från andra än släktingar. Av de intervjuade skogsägarna var fyra närskogsägare och fem distansskogsägare, sex av dem var män och tre av dem var kvinnor. Alla närskogsägare var män. En sammanställning av detta finns redovisat i tabell 2 nedan.

Tabell 2. Sammanställning av information om skogsägarna

Table 2. Summary of information about the forest owners

Respondenter	Kön	Ålder (år)	Närskogsägare/ Distansskogsägare	Förvärv	Fastighetsstorlek (ha)	Avstånd från bostadsort till fastighet (mil)
Skogsägare 1	Man	20–30	Närskogsägare	Arv	150–200	0–5
Skogsägare 2	Man	40–50	Närskogsägare	Arv	450–500	0–5
Skogsägare 3	Man	50–60	Närskogsägare	Köp	200–250	0–5
Skogsägare 4	Man	50–60	Närskogsägare	Arv	50–100	0–5
Skogsägare 5	Kvinna	40–50	Distansskogsägare	Arv	50–100	15–20
Skogsägare 6	Kvinna	60–70	Distansskogsägare	Köp	400–450	5–10
Skogsägare 7	Man	70–80	Distansskogsägare	Köp	150–200	10–15
Skogsägare 8	Man	60–70	Distansskogsägare	Arv	400–450	35–40
Skogsägare 9	Kvinna	60–70	Distansskogsägare	Arv	500–550	30–35

4. Resultat

4.1 Skogsägarnas mål

På frågan vad skogsägarna hade för mål med sin skog och vad de ville få ut av sitt skogsägande svarade några bland annat att skogen skulle förvaltas på ett sådant sätt att den kunde föras vidare till nästa generation. Detta var viktigt oavsett om skogsägaren var närskogsägare eller distansskogsägare. Möjligheter till jakt, rekreation och arbete i skogen var andra mål som skogsägarna tog upp som viktiga. Majoriteten av skogsägarna nämnde att skogen var en ekonomisk trygghet och att det var viktigt för dem att skogen sköts på bästa sätt. En skogsägare poängterade att:

”Det är en ekonomisk trygghet och sedan handlar det väldigt mycket om att kunna förvalta en naturresurs på ett så bra sätt som möjligt”

och en annan menade att:

”Det ska se bra ut och eftersom att jag äger så lite så ska man väl kunna sköta om det med hjälp av skogsbolag som har kunnandet och sedan kanske det blir lite pengar när man blir pensionär, att man kan dryga ut pensionen med några kronor ibland”

En stor del av skogsägarna hade också som mål att förvalta skogen för sina barn. En skogsägare uttryckte att

”Det är inte pengarna utan det är mer att man har något som är sitt eget och sedan att man har något att förvalta till ungarna”

och en annan sa att

”Mitt mål med att ta över skogen var ju också för att mamma ville att den skulle bli kvar i släkten, att den inte skulle säljas vidare och då var det väl mig hon kände att det blev bäst med och jag har ju två barn, så jag kände att den här skogen ska ju kunna gå i arv även till dem”

En skogsägare uttryckte att hen inte hade något specifikt mål med sitt skogsägande. När skogsägarna fick beskriva betydelsen av att vara skogsägare svarade flera, majoriteten närskogsägare, att skogsägandet innebar mycket arbete både när det gällde det praktiska arbetet i skogen samt mycket administration. Majoriteten av skogsägarna poängterade att det är viktigt för dem att sköta och bruka skogen på ett hållbart sätt. Det var också av betydelse för majoriteten av skogsägarna att ha skogen som en ekonomisk trygghet. Skogsägarna som definierades som närskogsägare betonade att det var viktigt för dem att få arbeta i sin egen skog (olika grad av självverksamma) och att den var en ekonomisk trygghet i större utsträckning än skogsägarna som var distansskogsägare. Distansskogsägarna betonade i sin tur vikten av att bruka skogen på ett hållbart sätt och att vistas i skogen som gav välbefinnande. Närskogsägarna framhöll i större utsträckning att de var beroende av skogen som ekonomisk källan än distansskogsägarna. Att förvalta skogsfastigheten till kommande generationer var av nästan lika stor vikt för både närskogsägare och distansskogsägare. Resultatet i den här studien följer samma mönster som tidigare forskning och litteratur om

skogsägares mål med skogen. Utifrån tidigare forskning kan det därför konstateras att det finns vissa skillnader i vilka behov och mål som närskogsägare och distansskogssägare har.

4.2 Kontakten med virkesköparen

Hur frekvent kontakt skogsägaren har med virkesköparen varierar bland respondenterna. Majoriteten av skogsägarna uppgav att de hade kontakt med virkesköparen främst i samband med den skogliga affären. Det var svårt för vissa skogsägare att svara på hur ofta de hade kontakt med sin virkesköpare, dock uppgav de flesta skogsägarna att kontakten med virkesköparen skedde en till flera gånger per år. Skogsägarna som svarade att de hade kontakt med virkesköparen flera gånger per år uppgav att kontakten ofta togs i samband med arbetsrelaterade uppdrag eftersom att de var verksamma inom samma bransch. Samtliga skogsägare uppgav att den huvudsakliga kontakten med virkesköparen togs via telefon och mail, dock poängterade flera att det var viktigt att träffa virkesköparen personligen för att det ska kunna leda till en affär. En distansskogssägare berättade att hen inte hade träffat sin virkesköpare personligen på grund av tidsbrist, men att hen hade en önskan om att någon gång få tid över för att kunna mötas upp på fastigheten. Dock ansåg hen att det hittills fungerat väldigt bra att enbart kommunicera via telefon och mail.

”[Hen] åker ju dit och kollar till skogen och [hen] hör av sig till mig om det är något”

Majoriteten av skogsägarna svarade att de var nöjda med kontakten med sin virkesköpare och hur ofta den skedde. De flesta svarade också att i de allra flesta fallen så var det skogsägaren själv som kontaktade virkesköparen. Dock påpekade några skogsägare att det i vissa fall var virkesköparen som kontaktade skogsägaren och då var det oftast i samband med att virkesköparen hade andra affärer i samma område eller att skogsmaskiner redan fanns i närheten.

”Ibland hör de av sig själv /.../ i synnerhet om våraarna så brukar de höra om man har skrivit något kontrakt /.../ så de är ganska generös att höra av sig”

De skogsägare som påpekade detta upplevde det som väldigt positivt i och med att flyttkostnaderna för maskinerna oftast blev billigare. En skogsägare berättade att det var hans pappa som hade tagit första kontakten med virkesköparen. Anledningen till detta var att skogsägaren inte hade varit skogsägare så länge och litade på sin pappas kunskap.

”Jag litar ju på företaget för de är ju härifrån. Min morfar har haft mycket kontakt med dem och min pappa har haft det /.../ man ärver ju tillit på det sättet kan man säga”

Majoriteten av skogsägarna påpekade, lika många närskogsägare som distansskogssägare, att den eller de virkesköpare som skogsägaren varit i kontakt med slutat som virkesköpare i det område där skogen fanns. Det berodde bland annat på att virkesköparen bytt företag, gått i pension, blivit föräldraledig eller bytt befattning inom företaget. Några få skogsägare antog att det berodde på virkesköparens vilja att göra karriär, medan andra skogsägare trodde att det berodde på virkesköparens arbetssituation med för hög arbetsbelastning och för stora köpkrav. Av de skogsägare som påpekade detta, upplevde ungefär hälften av dem att det var ett stort problem och att skogsföretagen därmed behövde arbeta mer med att få virkesköparna att stanna kvar i samma område under en längre tid och med att minska personalomsättningen på sikt. Lika många närskogsägare som distansskogssägare upplevde den höga omsättningen av

virkesköpare som ett problem. En skogsägare uttryckte tydligt sitt missnöje med den höga personalomsättningen som var idag:

”Från början var det inte så /.../ då var det bara några virkesköpare så man hade jättebra kontakt med dem. Idag byter de och far emellan /.../ det tror jag att de förlorar litegrann på”

Den här skogsägaren hade haft affärer med i princip samma företag under alla år som skogsägare, men på grund av den höga omsättningen på virkesköpare de senaste åren i kombination med att den nya virkesköparen i området inte hade hört av sig än, funderade hen på att ta kontakt med andra företag och virkesköpare verksamma i samma område.

Det fanns även skogsägare som påpekade att omsättningen på virkesköpare var hög, men att de inte upplevde det som något större problem.

”Det känns ju ändå bäst med [hen] /.../ jag har fått en bra kontakt med [hen], men jag har ju inte haft några bekymmer med dem andra heller /.../ det känns ju enklast att ha samma som redan vet allt än att hoppa till andra så man måste förklara allting, men som sagt det har inte varit några problem”

4.3 Virkesköparens egenskaper

När respondenterna fick beskriva vilka egenskaper som de upplevde att deras virkesköpare hade svarade samtliga att virkesköparna var kompetenta. Majoriteten av skogsägarna pratade om att skoglig kompetens var viktigt, men även den sociala kompetensen var viktig för de flesta. Mer än hälften av skogsägarna, samtliga distansskogsägare, svarade att virkesköparens skogliga kompetens var en viktig faktor för att de skulle känna förtroende och trygghet till virkesköparen.

”De hjälper mig med skogen så att jag känner mig trygg /.../ Jag tycker det är viktigt att man har en bra och trygg relation med dem som ska ta hand om skogen”

”Det är viktigt att virkesköparen är skogligt kompetent. Jag menar jag kan ju ingenting, inte mycket i alla fall och att man då kan lita på att det dem säger är riktigt”

”[Hen] har lång erfarenhet så jag har förtroende för [hens] kompetens /.../ [hen] är ju vår expert!”

Drygt hälften av respondenterna, majoriteten distansskogsägare, påpekade att deras virkesköpare hade god lokalkännedom. Skogsägarna tyckte att det var en fördel, men dock ingen nödvändighet för att virkesköparen skulle göra ett bra arbete. En närskogsägare tonade ner betydelsen av god lokalkännedom:

”God lokalkännedom behöver man inte idag, det finns ju paddor och kartor”

Två skogsägare, båda arbetandes inom skogsbranschen och boendes på sina fastigheter, svarade att deras virkesköpare var väletablerad i området där deras skog fanns. Båda skogsägarna tyckte också att det var viktigt att virkesköparen var väletablerad i området eftersom att de då hade ett stort kontaktnät och att avverkningarna kunde samordnas med grannar. Ena skogsägaren tryckte på att kontinuitet var väldigt viktigt:

”Är man väletablerad så vet man om de andra fastigheterna /.../ om de ska göra något på fastigheten /.../ Man har lite mer koll. Det är svårt för en ny virkesköpare /.../ Det tar flera år innan dem kan få den här kunskapsbanken. Det går inte på ett år, utan det tar flera år”

Ungefär hälften av skogsägarna, lika många närskogsägare som distansskogsägare, upplevde virkesköparen som lättillgänglig. De menade att även om virkesköparen är upptagen när de ringer, så ringer virkesköparen alltid upp när hen får tid. En skogsägare beskrev lättillgänglig så här:

”Lättillgänglig är de ju också, skulle dem inte svara omedelbart när man ringer så ringer de alltid upp när dem kan”

Flera skogsägare upplevde att deras virkesköpare var samarbetsvillig, anpassningsbar och lyhörd när det gällde skogsägarens önskemål. En skogsägare menade att som skogsägare har man oftast en idé om vad som ska göras och hur det ska göras och då är det viktigt att virkesköparen är samarbetsvillig och kan anpassa sig lite efter vad skogsägaren vill. En annan skogsägare tyckte att samarbetet mellan skogsägare och virkesköpare och viljan att försöka förstå varandra och varandras situation var väldigt viktigt. Skogsägaren beskrev virkesköparens anpassningsbarhet som:

”[Hen] förstår mina egenheter. Vi har diskuterat fram och tillbaka det här med att spara områden och att spara enstaka träd och så vidare. Trots att [hen] inte själv håller med mig alla gånger så har [hen] ändå gått med på att göra som jag vill ha det”

Nytänkande var också en egenskap som några skogsägare, lika många närskogsägare som distansskogsägare, uppskattade hos sin virkesköpare. Majoriteten av dessa menade att nytänkande innebar att virkesköparen är uppdaterad i den utveckling som sker inom skogen och att de inte tänker i gamla banor bara för att vissa saker alltid har gjorts på samma sätt tidigare. En skogsägare underströk att:

”Nytänkande är ju att de inte går på gamla banor utan man hänger med i utvecklingen inom skogen och att man har det med i tanken”

En annan beskrev nytänkande som:

”Nytänkande både när det gäller skogsbruksmetoder och hur man tänker kring vilka värden som är viktiga med skogen, alltså inte bara de ekonomiska värdena /.../ flexibilitet när det gäller typen av avverkning och att man kan diskutera det mer än bara traditionell kalavverkning”

Huvuddelen av de intervjuade skogsägarna, marginellt fler distansskogsägare än närskogsägare, upplevde att deras virkesköpare var förtroendefull. Drygt hälften av dessa beskrev att förtroendefull och ärlighet var kopplat till varandra. Om virkesköparen var ärlig så fick skogsägarna förtroende för denne. Några skogsägare svarade att förtroendefull och skoglig kompetens var kopplat till varandra. En skogsägare beskrev att hen får förtroende genom att virkesköparen är duktig på det skogliga och sedan kan förmedla det på ett bra sätt så skogsägaren förstod. En skogsägare ansåg att virkesköparen var förtroendefull både genom att vara skogligt kompetent och ärlig. En skogsägare ansåg att virkesköparen måste vara ordningsam och lugn för att skogsägaren skulle få förtroende:

”Det finns de som blir alldeles lyriska när de kommer ut för att dem så gärna vill göra en affär, så att dm är alldeles för uppstressade. De ska vara lugna för att man ska få förtroende för dem”

På frågan om vilka egenskaper som skogsägaren ansåg att virkesköparen saknade eller behövde utvecklade varierade svaren. Några skogsägare kunde inte svara på frågan eftersom att de inte hade haft kontakt med virkesköparen tillräckligt länge för att kunna uttala sig. En skogsägare menade att hen inte kunde uttala sig eftersom att hen inte kände virkesköparen tillräckligt väl eftersom att hen inte hade huvudansvaret (delägare till skogsfastigheten) för kontakten med virkesköparen.

”Det är en annan sak om jag hade ägt skogen ensam och tagit alla steg själv, gjort många avverkningar och hållit på länge då hade man självklart utvecklat en annan relation”

De skogsägare som däremot kunde svara på frågan ansåg bland annat att virkesköparen skulle bli bättre på att se andra värden med skogen än de rent produktionsmässiga och de ekonomiska värdena. Naturvärden, miljö och att förvalta skogen som ett arv var några exempel på andra värden som skogsägarna förde fram som viktiga för dem. Några skogsägare upplevde att kontaktsökande och kommunikativ var två egenskaper som virkesköparen behövde utveckla. En skogsägare hade en önskan att virkesköparen skulle bli bättre på att ta kontakt med alla skogsägare på en fastighet och inte bara en person. En annan skogsägare tyckte att virkesköparen kunde vara lite väl nonchalant och att hen inte hörde av sig. Därför önskade skogsägaren att virkesköparen skulle bli mer kontaktsökande och ta kontakt med skogsägaren i större utsträckning än vad denne gjorde idag. Ett fåtal skogsägare, samtliga distansskogsägare, upplevde ibland att de inte fick tillräckligt med information från virkesköparen kring till exempel en pågående avverkning. De önskade därför att virkesköparen vore lite mer kommunikativ och villig att informera skogsägarna om pågående åtgärder. Några få skogsägare, fler distansskogsägare än närskogsägare, hade en önskan om att virkesköparen skulle bli bättre på att lyssna på skogsägarens synpunkter och vara mer anpassningsbar till skogsägarnas mål. En skogsägare uttryckte till och med att virkesköparen skulle tänka mindre på sin egen vinning och mer på vad skogsägaren ville med sin skog:

”De vill ha sitt virke och nu sålde jag när jag klev av /.../ Så de har ju försökt påverka mig att avverka”

4.4 Trygghet och förtroende i skogliga affärer

De intervjuade skogsägarna fick definiera vad trygghet och förtroende innebar för dem och då kopplat till den skogliga affären och deras virkesköpare. Majoriteten av skogsägarna, fler distansskogsägare än närskogsägare, ansåg att trygghet och förtroende var samma sak. Trygghet och förtroende för dem var framförallt att de kunde lita på att virkesköparen höll avtal och var ärlig. De ansåg också att trygghet och förtroende berodde av virkesköparens vilja att kundanpassa och dennes förmåga att kommunicera vad som händer under affären med skogsägaren. Skogsägare som ansåg att trygghet och förtroende inte var samma sak, menade att trygghet är en förutsättning för att kunna känna förtroende. Finns inte tryggheten, kan inget förtroende skapas mellan skogsägare och virkesköpare. En skogsägare påstod att det krävs långsiktighet för att bygga upp trygghet och att det tar många år, men på lång sikt har

företagen igen det eftersom att det inget förtroende och stabilitet gentemot skogsägarna. En skogsägare som ansåg att trygghet och förtroende var svårt att skilja åt:

”Trygghet för mig är att det blir bra gjort och att jag litar på dem /.../ Förtroende är samma sak som trygghet”

En annan skogsägare som inte tyckte att trygghet och förtroende var samma sak, beskrev trygghet som:

”Trygghet är att det är som de säger och om det händer någonting som de inte kan rå för då måste man ta det och tycka att det är okej”

Samma skogsägare beskrev förtroende som:

”Förtroende är att man känner att de bryr sig och att de vill att det ska bli bra. Särskilt när man har så lite skog och man har ärvt en gård så tänker man: ' Ja men nu ska vi sköta om den på ett bra sätt och få ett så stort utfall som möjligt '. När det inte blir så, då får man dåligt förtroende”

Samtliga skogsägare ansåg att virkesköparen i tidigare affärer genomfört det som avtalats och att de var mycket nöjda med resultaten. En skogsägare påpekade dock att i den senaste affären hade det inte alls fungerat bra och enligt hen hade det ekonomiska utfallet inte alls varit i enighet med avtalet. Skogsägaren ansåg också att hen hade blivit dåligt behandlad och dumförklarad av de personer som hen haft kontakt med i och med att sluträkningen inte stämde med avtalet. Hen ansåg däremot att det inte var virkesköparens fel, utan hen menade att virkesköparen hade försökt göra allt den kunde för att rätta till det som gått snett. På frågan om skogsägaren hade förtroende för sin virkesköpare svarade hen:

”Jag har förtroende för [hen], [hen] sa ju själv att hen hade gjort lite fel. Men jag har inte förtroende för dem som sitter i ledningen inne i stan, så de gillar jag inte och jag har absolut inget förtroende för dem”

Alla skogsägare utom en uppgav att de hade känt sig trygga i den senaste affären med virkesköparen. Den skogsägare som inte kände sig helt trygg i affären menade att det var ett nytt företag och en ny virkesköpare som hen hade anlitat och att hen ännu inte sett vad resultatet av affären blev och därför kände hen en viss oro kring att det kanske inte skulle bli som hen tänkt. Skogsägaren kände också en viss oro kring att bli särbehandlad på grund av sitt kön. På frågan om skogsägaren hade förtroende för virkesköparen svarade hen att det var hen tvungen att ha eftersom att hen anlitat just den virkesköparen. En annan skogsägare svarade att hen kände sig trygg i affären, men att hen inte var helt nöjd med resultatet. På frågan om hen hade förtroende för virkesköparen svarade hen att förtroende måste man ha för att annars blir det ingen affär. Alla övriga skogsägare svarade att de absolut hade förtroende för sin affärspartner, hälften hade förtroende för sin virkesköpare och andra hälften hade förtroende för virkesköparens arbetsgivare. Distansskogsägare hade i större utsträckning förtroende för virkesköparen och närskogsägare hade förtroende för virkesköparens arbetsgivare.

4.5 Valet av virkesköpare

När skogsägarna fick svara på vad som de ansåg var viktigast i valet av virkesköpare inför en skoglig affär svarade de att det var beroende av flera faktorer. Bland annat uppgav flera skogsägare att det var beroende av vilket pris virkesköparen kunde erbjuda i jämförelse med andra, att de kunde lita på att virkesköparen tänkte på skogsägarnas bästa, virkesköparens skogliga kompetens och skogsägarens förtroende till virkesköparen. Några skogsägare påpekade också att det var viktigt för dem att samordna de skogliga åtgärderna med grannar för att minska flyttkostnaderna. Ett fåtal av dessa skogsägare menade då att så länge det gick att samordna med grannar så spelade det inte så stor roll vilken aktör affären gjordes i samarbete med bara priset var bra. En skogsägare sa att hen valde att anlita ett stort skogsbolag som affärspartner för att de är pålitliga och stabila. Hen menade att anledningen till att de stora företagen har blivit stora är för att skogsägare har velat göra affärer med dem tidigare och därför är dem pålitliga. Majoriteten av skogsägarna ansåg ändå att virkesköparens kompetens och det erbjudna priset, i kombination med att skogsägaren hade förtroende och litade på virkesköparen var det absolut viktigaste vid valet av affärspartner.

Majoriteten av skogsägarna ansåg att deras relation med virkesköparen påverkades av deras boendesituation. Samtliga närskogsägare svarade att kontakten med virkesköparen underlättades av att de bodde i närheten av sin skog eftersom att det då var mycket lätt för dem att träffa virkesköparen och kolla på skogen tillsammans. En skogsägare beskrev det som:

”Det är nog ganska mycket lättare eftersom att man träffar dem lite nu och då i och med att man bor på plats”

Bland distansskogsägarna var åsikterna mer delade. Några skogsägare svarade att boendesituationen påverkade och att relationen med virkesköparen underlättades av att bo nära varandra. En skogsägare underströk att:

”Jag tror det är lättare för vår del att prata skog med en virkesköpare för oftast kommer virkesköparen ut och så kan man gå en sväng”

Några andra skogsägare ansåg däremot att boendesituationen inte alls påverkade deras relation med virkesköparen, dock hade en skogsägare en önskan om att hen kunde ta sig tid att åka till sin fastighet och träffa virkesköparen. En distansskogsägare som inte alls tyckte att boendesituationen påverkade beskrev det som:

”Jag tror inte att det påverkar. Det finns ju telefon och om det har varit någonting så har vi träffats på plats”

Majoriteten av skogsägarna ansåg att det var viktigt att virkesköparen hade lokal anknytning till området där deras skog fanns. Lokal anknytning behövde dock inte betyda att virkesköparen var tvungen att ursprungligen vara från området, utan det viktiga var att virkesköparen hade jobbat i området under en längre tid och på så sätt etablerat sig och skapat ett kontaktnät. Lokal anknytning kunde virkesköparen även ha genom god kontakt med andra skogsägare i området, stort kontaktnät och goda kunskaper om hur markerna i området såg ut och hur skogen växte där. För flera skogsägare var det viktigt att virkesköparen hade lokal anknytning eftersom att det underlättade samordning av avverkningar med andra skogsägare. Några skogsägare fick också större förtroende för virkesköparen om hen var lokalt etablerad. En distansskogsägare ansåg att det var ganska viktigt att virkesköparen hade lokal anknytning, men det var dock inte nödvändigt. Hen beskrev det som:

”Det är halvviktigt, det är inte nödvändigt men det är bra. Det är förtroendeskapande”

En annan distansskogsägare ansåg däremot att det inte hade någon betydelse alls eftersom att det idag finns så mycket hjälpmedel såsom olika typer av kartor till exempel.

Endast ett fåtal skogsägare kände sig helt fria i valet av virkesköpare/affärspartner, medan majoriteten av skogsägarna kände sig mer eller mindre påverkade i valet av virkesköpare i en skoglig affär. På vilket sätt skogsägarna kände sig påverkade varierade och var oberoende av om skogsägaren var distansskogsägare eller närskogsägare. Några skogsägare kände sig påverkade av sina släktingars/föräldrars val av affärspartner. Ett fåtal skogsägare kände en viss lojalitet till ett visst företag och därigenom bundna.

”Vi känner nog oss inte riktigt fri, vi har jobbat mycket med det här företaget och de har hjälpt oss så mycket med vindfällena så vi känner oss lite skyldiga till att göra våra flesta virkesaffärer med dem /.../ Därför att man känner en lojalitet”

En skogsägare kände sig tvingad att anlita ett skogsbolag eftersom att dem ägde all skog runt hens fastighet.

”Egentligen är det väl inte så i och med att det här företaget äger all mark runt de små bondskiftena och därför känns det som att de vill att man ska anlita dem”

Om den virkesköparen som skogsägarna hade kontakt med idag skulle byta arbetsgivare svarade ingen att de automatiskt skulle följa med virkesköparen till det nya företaget. Dock svarade en skogsägare att hen hade gjort det några gånger tidigare. Anledningen till att skogsägaren hade fortsatt att anlita virkesköparen även efter att den bytt arbetsgivare var för att skogsägaren litade på virkesköparens förmåga att alltid göra ett bra arbete. Av alla distansskogsägare uppgav majoriteten att de skulle kunna tänka sig att följa med virkesköparen till ett nytt företag, men det berodde helt på vilket pris det nya företaget kunde ge och om skogsägaren hade tillräcklig tillit och förtroende till virkesköparen. Hälften av närskogsägarna svarade också att de skulle kunna tänka sig att följa med virkesköparen till en ny arbetsgivare. Det som krävdes för att de skulle stanna kvar på det ”gamla” företaget var att den nya virkesköparen var tvungen att bevisa att den var minst lika skogligt kunnig och kompetent som den tidigare virkesköparen var. En närskogsägare som svarade att hen skulle stanna kvar på företaget, ansåg att virkesköparna där var likvärdiga och att det var företagets värderingar som hen attraherades av samt att hen ville vara lojal gentemot företaget. Den andra närskogsägaren som svarade att hen skulle vara kvar på företaget, menade att det dels var på grund av att hen arbetade åt företaget och därigenom ville vara lojal och dels på grund av att hen ansåg att företag erbjöd marknadsmässigt riktigt bra priser.

Majoriteten av skogsägarna var osäkra på vem de anlitar i nästa skogliga affär. Endast ett fåtal skogsägare svarade att det helt säkert skulle anlita den tidigare virkesköparen. Flera skogsägare ansåg att om den nuvarande virkesköparen gick i pension eller bytte arbetsgivare så var det en anledning till att kontakta en ny virkesköpare i nästa skogliga affär. Andra skogsägare sa att om den nuvarande virkesköparen skulle göra något så att skogsägaren tappade förtroendet för denne så skulle de kontakta en annan virkesköpare vid nästa skogliga affär. Andra skäl som skulle kunna få skogsägarna till att kontakta en annan virkesköpare kunde vara att virkesköparen inte höll det som avtalats, skogsägaren blev missnöjd över

virkesköparens arbete eller att någon annan aktör gav ett mycket bättre pris. En skogsägare sa att:

”Det är om jag blir missnöjd /.../ om det inte ser bra ut, om dem har tagit för mycket eller för lite eller att det inte blev som vi kommit överens om. Och sedan om det blir ett dåligt netto så kanske man känner sig lite lurad”

En annan sa:

”Om vi får ett radikalt bättre bud! Det är ju business /.../ Eller om vi skulle anse oss vara lurade på något vis /.../ Att vi känner oss utnyttjade på något vis”

5. Diskussion och analys

Generellt kan konstateras att majoriteten av de intervjuade skogsägarna har förtroende för sin affärspartner. Syftet med studien har varit att undersöka hur skogsägares förtroende till virkesköpare skapas beroende om skogsägaren är närskogsägare eller distansskogsägare samt hur variablerna *skoglig kompetens*, *kommunikation*, *viljan att kundanpassa* och *lokal anknytning* påverkar skapandet av skogsägarens förtroende för virkesköparen i en skoglig affärsrelation beroende om skogsägaren är närskogsägare eller distansskogsägare. Därför läggs störst fokus vid detta i diskussionen.

5.1 Material och metod

Tidigare studier om skogsägares förtroende för virkesköpare i en skoglig affärsrelation var begränsad eftersom att ämnet inte tidigare studerats i större utsträckning. Hur skogsägares förtroende till virkesköpare skapas beroende om skogsägaren är närskogsägare eller distansskogsägare kunde inte hittas i några tidigare gjorda studier. Därför är närskogsägares och distansskogsägares förtroende till virkesköpare ett utforskat ämne. På grund av den kunskapsbrist om skogsägares förtroende till virkesköpare och vilka variabler som påverkar förtroendet, så valdes en kvalitativ metod (Bryman, 2002; Kvale & Brinkmann, 2009; Svensson & Starrin, 1996; Trost, 1993). Nio skogsägare, fyra närskogsägare och fem distansskogsägare, fick svara med egna ord på frågor (se bilaga 2 för Intervjuguiden) kring ämnet som handlade bland annat om virkesköparens egenskaper, skogsägarens förtroende till virkesköparen och kontakten med virkesköparen. Målet med den här studien var att just se om det finns någon skillnad beroende på om skogsägaren är närskogsägare eller distansskogsägare. Hade en kvantitativ enkätstudie istället gjorts så hade det varit möjligt att få svar från fler skogsägare och på så vis få ett större underlag och därmed en större spridning av skogsägare, oberoende av ålder, kön, bostadsort med mera. Dock var en kvantitativ enkätstudie inte möjlig i det här fallet eftersom att det fanns för lite underlag och tidigare forskning inom ämnet för att enkäten skulle bli tillräckligt förankrad. Ett alternativ hade varit att komplettera de kvalitativa djupintervjuerna med en enkät för att få en bredd. Ett annat alternativ hade varit att upprepa djupintervjuerna med respondenterna. Det hade kunnat ge en djupare förståelse för vad förtroende i skogliga affärsrelationer är och hur skogsägare utvecklar förtroende till virkesköpare. Förtroende är personligt och är beroende av skogsägarnas personlighet och upplevs som svårt att sätta ord på. En kvantitativ enkätstudie hade inte kunnat besvara den här studiens syfte på ett korrekt sätt. Därför var en kvalitativ metod det bästa alternativet.

Kritik kring kvalitativ forskning handlar ofta om validitet, tillförlitlighet och begränsningar i möjligheterna att generalisera (Kvale & Brinkmann, 2009). Resultatets tillförlitlighet kan till exempel ifrågasättas om intervjuguiden innehåller ledande frågor. Vid utformningen av intervjuguiden till denna studie har ledande frågor undvikits och därför kan tillförlitligheten anses hög. Skogsägarna har fått svara på öppna frågor där de haft möjlighet att svara fritt och resonera öppet kring hur de uppfattar förtroende i affärsrelationer. Vid analyseringen av intervjumaterialet finns det dock en viss risk att den som analyserat materialet tolkar det utifrån sitt perspektiv och sina egna åsikter. Denna risk kan dock minimeras genom att materialet analyseras utifrån teman och förutbestämda teorier. Materialet i den här studien har analyserats utifrån teman och teorier och kan därför anses vara både trovärdig och ha hög validitet. Under intervjuerna svarade vissa skogsägare enbart på de ställda frågorna medan

andra tog upp andra saker som de kom att tänka på kopplat till de ställda frågorna. Resultaten från den här kvalitativa studien går inte att generalisera och sätta i ett större skogsägarperspektiv. Utan de resultat som framkommer i studien kan på sin höjd appliceras och tänkas gälla för närskogsägare och distansskogsägare som har sina fastigheter i Jämtland. Resultaten kan emellertid vara en grund till fortsatta studier inom ämnet.

Det finns även vissa andra osäkerheter med att genomföra kvalitativa djupintervjuer, eftersom att skogsägare kan ge en bild av sig själva som skogsägare utifrån de normer och förväntningar som finns på skogsägare och hur de ska agera i skogliga sammanhang. De kan därför ha svarat utifrån vad de anser att författaren av den här studien vill höra och inte utifrån vad de egentligen tycker och tänker. Skogsägare vill visa sig rationella i sitt skogsäggande fast det i själva verket inte alltid är så.

Ytterligare en anledning till att studiens resultat inte går att generalisera är att endast skogsägare som var intresserade av att delta i studien och som genomfört en skoglig affär med SCA under den angivna tidsperioden (se avsnitt 3.2 ovan) inkluderades i studien. En större variation i upplevelser hade troligtvis kunnat erhållas om skogsägareregistret hade innehållit skogsägare som både anlitat virkesköpare anställda av aktiebolag och skogsägarföreningar (jmf. Staal Wästerlund & Kronholm, 2016). Många av skogsägarna som deltog i studien hade anlitat SCA under stormarbetet efter stormen Ivar, men i vanliga fall anlidade de andra företag och virkesköpare i området. Tack vare deras erfarenheter av virkesköpare på olika företag gav det en större variation i deras upplevelser och det berikade därmed denna studie.

Ett introduktionsbrev skickades ut till nio utslumpade skogsägare, vilket många av skogsägarna upplevde som bra, eftersom att de då hade möjlighet att hinna förbereda sig och fundera på om de ville delta i studien. Det var dock tidskrävande att skicka ut nya brev i och med att många av skogsägarna som blev slumpmässigt utvalda tackade nej till att delta. Det uppkom problem med att få en sista närskogsägare att vilja delta i studien och på grund av tidsbegränsningen för den här studien kom författaren tillsammans med handledare fram till att tillräckligt underlag för studien hade samlats in under de nio genomförda intervjuerna. Det går inte att förneka att den sista skogsägaren möjligtvis hade kunnat komma med andra åsikter och svar och därmed kunnat påverka studiens resultat. Mest troligt hade det dock inte gett särskilt stort utslag eftersom att de intervjuade närskogsägarnas svar hade mycket gemensamt. Att genomföra intervjuer med bara skogsägare som var intresserade av att delta kan ha påverkat resultatet. Samtliga skogsägare uppgav att de hade förtroende för virkesköparen eller virkesköparens arbetsgivare, dock var det ett fåtal skogsägare som inte var riktigt nöjda med virkesköparen eller med virkesköparens arbetsgivare. Av den anledningen att materialet innehåller skogsägare som uttryckt sig både positivt och negativt om virkesköparen eller virkesköparens arbetsgivare kan det konstaterats att studien har lyckats fånga in en bredd. Det går både att svara på vilka faktorer som skapar förtroende samt vilka faktorer som kan påverka att förtroende går förlorat.

5.2 Resultat

Enligt hypotes 1 får närskogsägare förtroende för virkesköparen genom förutseendeprocessen. Resultatet visar att närskogsägare får förtroende genom förutseendeprocessen utifrån de variabler som påverkar förtroendeskapandet (tabell 1; jmf. Doney & Cannon, 1997). Utifrån resultatet kan därför hypotes 1 anses korrekt. Enligt hypotes 2 får distansskogsägare förtroende för virkesköparen genom överföringsprocessen. Denna hypotes kan förkastas då

resultaten visar att även distansskogsägarna får förtroende för virkesköparen framförallt genom förutseendeprocessen (tabell 1; jmf. Doney & Cannon, 1997). Resultatet visar inga större skillnader mellan närskogsägare och distansskogsägare i förtroendeskapandet. Närskogsägare och distansskogsägare väger in liknande variabler i förtroendet till virkesköparen, men det som egentligen skiljer dem åt enligt resultatet är deras utgångspunkt. Närskogsägare gör en bedömning av virkesköparen utifrån vad som hänt i affären eller av tidigare erfarenheter, medan distansskogsägare bedömer utifrån den information som de får kommunicerat från virkesköparen och därmed utifrån vad de tror att virkesköparen kan och på så sätt kan de lita på virkesköparen. Både närskogsägare och distansskogsägare får förtroende till virkesköparen genom att de tror på virkesköparen och att hen är ärlig och står vid sitt ord och att hen kommer genomföra det som avtalats mellan parterna (jmf. Dagger, et al., 2009).

Enligt hypotes 3 är virkesköparens skogliga kompetens en viktig variabel för att skogsägaren ska få förtroende för virkesköparen. Resultatet visar att majoriteten av skogsägarna tycker att virkesköparens skogliga kompetens är en förutsättning för att de ska känna förtroende för virkesköparen. Fler distansskogsägare än närskogsägare väger in skoglig kompetens som en variabel i skapandet av förtroende. Därmed kan virkesköparens skogliga kompetens anses vara viktigare för distansskogsägare än för närskogsägare. En teori till varför det är så kan vara att distansskogsägarna sätter större värde på virkesköparens skogliga kompetens utifrån den skogliga kompetens som de själva har. Det kan också bero på att närskogsägare tar virkesköparens skogliga kompetens som en självklarhet och därför lyfter de inte ens fram det som en viktig variabel under intervjun (jmf. Lundberg, 2016; Waern & Wikberg, 2013). Hur kan skogsägare egentligen bedöma virkesköparens skogliga kompetens som bra eller tillräcklig för att de ska känna förtroende, om skogsägaren själv saknar eller har måttlig skoglig kompetens? En förklaring kan vara att skogsägarna tar virkesköparens utbildning, erfarenhet och befattning som en garanti för att virkesköparen har tillräcklig skoglig kompetens. Skogsägarna anser att det är självklart att en person som arbetar som virkesköpare har tillräcklig skoglig kompetens och att de därmed kan få förtroende till denne. En annan tes kan vara att skogsägare bedömer virkesköparens skogliga kompetens utifrån hur virkesköparen kommunicerar sin skogliga kompetens till skogsägaren. Om skogsägaren värderar virkesköparens skogliga kompetens utifrån hur virkesköparen kommunicerar det till skogsägaren är det väldigt viktigt att virkesköparen kan kommunicera sin skogliga kompetens på ett sådant sätt att det är begripligt för skogsägaren. Det gäller att virkesköparen kan anpassa på vilket sätt kompetensen förmedlas till skogsägaren för att det ska bli begripligt för var och en. Resultatet visar att hypotes 3 stämmer.

SCA är ett serviceföretag eftersom att de erbjuder tjänster till skogsägare, såsom till exempel avverkningstjänster, skogsvårdstjänster eller skoglig rådgivning. För att vara effektiv måste serviceföretaget anpassa sig till kunders behov och förväntningar och även prestera därefter, men det får inte ske på bekostnad av minskad effektivitet eller ökade kostnader (Kukk & Leppiman, 2016; Ritzer & Stillman, 2001). Kundnöjdhet är en nyckelaspekt i affärsrelationer mellan säljare och köpare och är en kritisk del i relationers kontinuitet. Om virkesköpare förstår vad skogsägare vill ha och om de kan förmedla sin skogliga kompetens på ett sådant sätt att skogsägaren förstår då finns det stora möjligheter till att få lojala kunder (jmf. Sörqvist, 2000; Dagger, et al., 2009). Doney & Cannons, (1997) definition av förtroende (som har varit utgångspunkten i denna studie) innehåller två dimensioner, trovärdighet och välvilja. Resultatet visar att virkesköparens välvilja att göra det bästa för skogsägaren är en viktig aspekt för att skogsägarna ska känna förtroende för sin virkesköpare.

Enligt hypotes 4 är kommunikation mellan parterna i en skoglig affärsrelation viktig för att skogsägaren ska få förtroende för virkesköparen. Resultaten visar att de allra flesta skogsägare var nöjda med den kontakt de hade med sin virkesköpare. På frågan om vad skogsägarna ansåg att virkesköparna behövd bli bättre på och utveckla svarade några skogsägare att de upplevde att virkesköparna kunde bli mer kontaktsökande och kommunikativ. Det fanns en önskan hos några skogsägare, framförallt distansskogsägare, att virkesköparna skulle vara mer kommunikativ och villig att informera skogsägarna om pågående åtgärder. Detta visar att kommunikationen är en förutsättning för att skogsägarna ska få förtroende för virkesköparen. Hypotes 4 kan därför antas stämma. Utifrån resultatet kan slutsatsen dras att skogsägare, oberoende om de är närskogsägare eller distansskogsägare, vill bli hörda och sedda. I många fall kan en ytlig men relativt kontinuerlig kontakt med skogsägarna vara tillräcklig för att de ska känna sig sedda och på så vis upprätthålla ett förtroende till sin virkesköpare. Många av respondenterna poängterade att förtroendet i affärsrelationen förstärks oftast genom vardagliga samtal och inte enbart genom de mer affärsmässiga samtalen (jmf. Lundberg, 2016). Genom att bjuda in skogsägare till skogs dagar, skogskvällar och andra skogliga aktiviteter kan bidra till att skogsägarna känner sig sedda och på så vis kan kommunikationen upprätthållas på ett lättsamt sätt. Att återkoppla till skogsägare vid skogliga affärer så att skogsägaren får större insikt i pågående affär är viktigt, kunden blir då tillfredsställd, känner sig trygg och får på så vis förtroende för virkesköparen (jmf. Lundberg, 2016; Wikberg, 2016).

Säljare får insikt i kundens förväntningar i början av säljprocessen. Det leder inte till värdemaximering eftersom att kunden utvärderar tjänsten utifrån vad som hänt under hela processen (Kukk & Leppiman, 2016). Parallellt från detta kan dras till den skogliga affären. Om virkesköparen inte har kommunikation med skogsägaren under hela affärsprocessen så kan hen missa viktig information som skogsägaren skulle vilja ha och på så vis blir hen missnöjd, vilket i värsta fall kan leda till minskat förtroende för virkesköparen. Starka relationer påverkas av kommunikationsfrekvensen (hur ofta kontakten sker) och relationens varaktighet (dvs hur länge relationen har pågått). För att kortsiktiga relationer ska bli starkare påverkas de mer av kommunikationsfrekvensen. Långsiktiga relationer blir starkare av varaktigheten och inte hur frekvent kontakten är (Dagger, et al., 2009). Några skogsägare påpekade att de upplevde den höga omsättningen på virkesköpare som ett problem. Enligt tidigare studier påverkas skogsägares trygghetskänsla av antalet virkesköpare de har kontakt med och att ha kontakt med en virkesköpare ger skogsägarna större trygghet och därmed ett ökat förtroende för virkesköparen (jmf Waern & Wikberg, 2013).

Enligt hypotes 5 är virkesköparens vilja att kundanpassa en viktig variabel för att skogsägaren ska få förtroende för virkesköparen i en skoglig affärsrelation. Utifrån resultatet kan inga skillnader mellan närskogsägare och distansskogsägare urskiljas när det gäller vikten av viljan att kundanpassa för förtroendeskapandet. Virkesköparens vilja att kundanpassa var viktigt både för närskogsägare och distansskogsägare. Därför kan hypotes 5 kvarstå. Om virkesköparen både är skogligt kompetent och kan kommunicera det på ett begripligt sätt till skogsägaren så är det lättare att kundanpassa och på så vis få mer nöjda skogsägare. God kommunikation mellan parterna i kombination med virkesköparens skogliga kompetens mynnar ut i att det finns större chans till god kundanpassning och därmed nöjdare kunder som återkommer.

Enligt hypotes 6 är virkesköparens lokala anknytning viktig för att skogsägaren ska känna förtroende för virkesköparen i en skoglig affärsrelation. Utifrån resultaten i studien kan det konstateras att det inte har någon större betydelse för varken närskogsägare eller

distansskogsägare att virkesköparen är från trakten, utan det som är viktigt är att hen är etablerad och har ett stort kontaktnät i området. Närskogsägare värdesätter lokal anknytning i större utsträckning än distansskogsägare, på grund av att närskogsägare värdesätter lokala personer och företag i större utsträckning och att dem på så vis är lättillgängliga (jmf Waern & Wikberg, 2013). Närskogsägare ansåg i större utsträckning än distansskogsägarna att avståndet till sin skogsfastighet påverkade deras förtroende till virkesköparen eftersom att de ansåg att det var mycket lättare för dem att träffa virkesköparen personligen än det var för distansskogsägarna. Enligt Ritzer & Stillman (2001) skapas förtroende mellan partner i en affärsrelation bäst genom personlig och fysisk kontakt. Mot denna bakgrund kan en slutsats dras att förtroende i affärsrelationer lättare skapas om det fysiska avståndet mellan parterna är kort, så att personliga och fysiska möten underlättas. Det kan därför vara lättare för en närskogsägare att få förtroende för sin virkesköpare än för en distansskogsägare eftersom att avståndet till sin skogsfastighet och till virkesköparen oftast är längre för distansskogsägare. Dock krävs mer forskning kring detta för att några direkta slutsatser ska kunna dras. Med denna diskussion som underlag kan det dock konstateras att virkesköparens lokala anknytning är av underordnad betydelse för förtroendeskapandet och därmed kan hypotes 6 förkastas.

Studiens resultat visar att närskogsägare och distansskogsägare har olika mål och intressen med sin skog. Till exempel är närskogsägare mer produktionsinriktade och mer beroende av skogen som en ekonomisk inkomstkälla än vad distansskogsägarna är (jmf. Nordlund & Westin, 2010). Hur skogsägarnas inställning till skog och skogsägande påverkar deras förtroende till virkesköparen kan inte besvaras i denna studie, men resultatet visar ändå att det finns en del skillnader i närskogsägares och distansskogsägares inställning till skog och skogsägande och därigenom deras olika målsättningar med skogsbrukandet.

5.3 Förslag på framtida studier och forskning

Det finns fortfarande mycket som ännu inte är studerat när det gäller skogsägares förtroende till virkesköpare och hur de tänker vid valet av affärspartner i en skoglig affär. För att det i framtiden ska vara möjligt att dra slutsatser kring förtroende till virkesköpare i den skogligen affärsrelationen krävs fortsatta studier inom ämnet. Det vore till exempel intressant att studera vidare kring hur olika skogsägargrupper, till exempel män och kvinnor, skogsägare med olika generationstillhörighet och skogsägare med olika aktivitetsgrad, resonerar kring förtroende i affärsrelationer. Det finns också behov av att se över hur andra variabler, än de variabler som studerats här, påverkar förtroendeskapandet.

I den här studien har endast skogsägare intervjuats. I framtida studier vore det intressant att även inkludera virkesköpare för att få en uppfattning om hur de arbetar för att skogsägarna ska få förtroende för dem och hur de arbetar för att få lojala kunder.

5.4 Slutsatser

Både närskogsägare och distansskogsägare får förtroende för sin virkesköpare genom förutseendeprocessen. Enligt resultatet i den här studien kan inga större skillnader mellan närskogsägare och distansskogsägare i förtroendeskapandet hittas. De största skillnaderna syns i skogsägarnas behov och mål med sin skog och detta kan bekräftas av tidigare studier kring skogsägares målsättningar.

Skogsägarnas avstånd till sin fastighet och till virkesköparen kan vara av underordnad betydelse vid förtroendeskapandet. Utvecklingen av förtroende beror snarare av skogsägarnas intresse och aktivitetsgrad i brukandet av skogen än avståndet till skogen. Här krävs dock ytterligare forskning för att kunna dra några större slutsatser.

Frekvent kommunikation är en förutsättning för att skogsägare ska få förtroende för virkesköpare och det bottnar i skogsägares behov av att bli sedda.

Det kan också konstateras att förtroende är viktigt för att kunna bygga långsiktiga relationer till skogsägare. Virkesköparens kompetens och erbjudet virkespris i kombination med att skogsägaren har förtroende och litar på virkesköparen är viktigast vid valet av affärspartner i en skoglig affär.

Referenser

Andreasson, H., Berglund, S. & Waller, A., 2015. *En rådgivares förtroendeskapande - En studie om hur finansiella rådgivare skapar förtroende hos kunden i kundmötet*, Örebro: Örebro Universitet.

Bruzelius, L. & Skärvad, P.-H., 2011. *Integrerad organisationslära*. 10:5 red. Lund: Studentlitteratur AB.

Bryman, A., 2002. *Samhällsvetenskapliga metoder*. 1:a red. Trelleborg: Liber Ekonomi.
Carnegie, D., 1984. *Hur du vinner vänner och påverkar din omgivning*. Sverige: Natur och kultur.

Dagger, T., Danaher, P. & Gibbs, B., 2009. How Often Versus How Long. *Journal of Service Research*, Maj, 11(4), pp. 371-388.

Doney, P. & Cannon, J., 1997. An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, April, 61(2), pp. 35-51.

Enander, J. & Melin, A., 2008. *Skogsägares val av affärspartner*, Uppsala: Sveriges Lantbruksuniversitet.

Fitchett, J. & McDonagh, P., 2001. Relationship Marketing, E-commerce and the Emancipation of the Consumer. i: A. Sturdy, I. Grugulis & H. Willmott, red. *Customer Service: Empowerment and Entrapment*. Hampshire: Palgrave, pp. 191-199.

Holme, I. M. & Solvang Krohn, B., 1997. *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*. 2:a red. Lund: Studentlitteratur AB.

Hugosson, M. & Ingemarsson, F., 2004. Objectives and Motivations of Small-scale Forest Owners; Theoretical Modelling and Qualitative Assessment. *Silva Fennica*, 12 Maj.

Jacobsen, D. I. & Thorsvik, J., 2014. *Hur moderna organisationer fungerar*. 4:1 red. Lund: Studentlitteratur AB.

Jacobsson, L., 2016. *En marknadsundersökning av privata skogsägares val av samarbetspartner*, Umeå: Sveriges Lantbruksuniversitet.

Jensen, P. & Ulleberg, I., 2013. *Mellan orden - Kommunikation i praktiken*. 1:1 red. Lund: Studentlitteratur AB.

Johansson, B.-M., 2007. *Kundkommunikation vid distanshandel - En studie om kommunikationsmediers möjligheter och hinder*, Linköping: Linköpings universitet.

Jonsson, E., 2009. *En samlad spaning*, Umeå: Norra Skogsägarna.

Karppinen, H., 1998. Values and Objectives of Non-industrial Private Forest Owners in Finland. 13 Januari.

- Kukk, J. & Leppiman, A., 2016. The construct of value in knowledge-intensive business service from customers perspective. An example of a long-term training activity. *Agronomy Research*, 14(1), pp. 91-108.
- Kvale, S. & Brinkmann, S., 2009. *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2:9 red. Lund: Studentlitteratur.
- Kvale, S. & Brinkmann, S., 2014. *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2:9 red. Lund: Studentlitteratur.
- 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*, 8 April, 12(3), pp. 302-310.
- Lundberg, A., 2016. *Förtroendeskapande kommunikation i virkesaffärer - En fallstudie inom Sveaskog*, Umeå: Sveriges Lantbruksuniversitet.
- Morgan, R. & Hunt, S., 1994. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, Juli, 58(3), pp. 20-38.
- Nationalencyklopedin, 2016. *Kommunikation*. [Online] Available at: <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/kommunikation> [Använd 14 Oktober 2016].
- Nordlund, A. & Westin, K., 2010. Forest Values and Forest Management Attitudes among Private Forest Owners in Sweden. 29 December, pp. 30-50.
- Ritzer, G. & Stillman, T., 2001. From Person- To System-Oriented Service. i: A. Sturdy, I. Grugulis & H. Willmott, red. *Customer Service: Empowerment and Entrapment*. Hampshire: Palgrave, pp. 102-116.
- Rousseau, D., Sitkin, S., Burt, R. & Camerer, C., 1998. Introduction to Special Topic Forum: Not so Different after all: A Cross-Disipline View of Trust. *Academy of Management*, Juli, 23(3), pp. 393-404.
- Sörqvist, L., 2000. *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*. Lund: Studentlitteratur AB.
- SCA , 2016. *SCA Skog AB*. [Online] Available at: <http://www.sca.com/sv/skog/Om-SCA-Skog/> [Använd 30 September 2016].
- SCA, 2013. *SCA Skog AB*. [Online] Available at: <http://www.sca.com/sv/skog/For-skogsagaren/Kopformer--leveransvillkor/> [Använd 3 Oktober 2016].
- 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. *Springer*, 3 November.
- Swedbank och Sparbankerna & LRF Konsult, 2016. *lrfkonsult.se*. [Online] Available at: http://www.lrfkonsult.se/Global/Skogsbarometern%202016/Skogsbarometern_2016_final_LR.pdf [Använd 23 Mars 2017].

Svensson, P.-G. & Starrin, B., 1996. *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur.

Trost, J., 1993. *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur.

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

Wikberg, M., 2016. *Privata skogsägars inställning till alternativa kommunikationsmöjligheter i skogsbruket*, Umeå: Sveriges Lantbruksuniversitet.

Öberg, M., 2016. *Virkesköparnas arbetssätt, inställning och strategi - en fallstudie hos SCA Skog Ångermanlands förvaltning*, Umeå: Sveriges Lantbruksuniversitet.

Bilaga 1. Brev till skogsägare



Studie om förtroende i skogliga affärsrelationer

Bäste 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 Erika Nylander och studerar 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 mellan skogsägare och virkesköpare i en skoglig affärsrelation. Examensarbetet görs inom utbildningen och på uppdrag av SCA Skog AB.

För att kunna genomföra studien tillfrågar jag ett antal slumpvis utvalda skogsägare med skogsfastigheter i Jämtland om de vill ställa upp på en intervju. Du är en av dem!

Din medverkan är naturligtvis helt frivillig, men för att kunna genomföra min studie är jag i stort behov av just din medverkan. Intervjun kommer beröra Dig som skogsägare, Din senaste virkesaffär, Din relation till Din virkesköpare och vad Du tänker kring begreppet förtroende. Intervjun hålls på en tid och plats som Du bestämmer.

Den information som Du lämnar kommer behandlas strikt konfidentiellt. Det samlade resultatet från intervjuerna kommer att sammanställas i den slutgiltiga rapporten, men Dina svar kommer inte att kunna identifieras och kopplas till Dig!

Jag kommer inom kort kontakta Dig via telefon och då kan Du ge svar om Du vill medverka i studien och vi kan komma överens om datum, tid och plats för intervjun.

Med vänlig hälsning,

Erika Nylander
070-67 44 670
ernr0001@stud.slu.se

Umeå, 2016-10-21

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?
10. Vilka egenskaper upplever du att din virkesköpare saknar eller behöver utveckla?

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 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 boendesituation?
20. Hur viktigt är det för dig att din virkesköpare har lokal anknytning (att virkesköpare 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?