



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Institutionen för ekonomi

Diversifiering i spannmålsodlande jordbruksföretag

- Bakomliggande faktorer och det sociala nätverkets betydelse

Diversification in grain farming businesses

- Underlying factors and importance of the social network

Angelica Lindkvist

Johan Löfgren

Cornelia Nilsson

Diversifiering i spannmålsodlande jordbruksföretag
Diversification in grain farming businesses

*Angelica Lindkvist
Johan Löfgren
Cornelia Nilsson*

Handledare: Johan Gaddefors, SLU,
Institution för ekonomi

Examinator: Richard Ferguson, SLU,
Institution för ekonomi

Omfattning: 15 hp

Nivå och fördjupning: G2E

Kurstitel: Självständigt arbete i företagsekonomi

Kurskod: EX0812

Program/utbildning: Agronomprogrammet - ekonomi

Fakultet: Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap (NJ)

Utgivningsort: Uppsala

Utgivningsår: 2017

Serienamn: Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi

Nr: 1106

ISSN 1401-4084

Elektronisk publicering: <http://stud.epsilon.slu.se>

Nyckelord: Diversifiering, Jordbrukare, Entreprenör, Push-pull, Bricolage, Socialt kapital, Lönsamhet, Resurs, Nätverk



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Institutionen för ekonomi


Förord

Vi vill rikta ett stort tack till Johan Stiernstedt, Anders Karlsson, Clas-Göras Eklund, Lena Eklund, Gustaf Olsson, Tobias Johansson och Kristian Svensson som varit delaktiga i vår studie och ställt upp på intervjuer. Vi vill tacka våra kurskamrater på SLU Ultuna som har korrekturläst uppsatsen och kommit med relevanta kommentarer. Slutligen vill vi tacka Johan Gaddefors för handledning under arbetets gång.

Uppsala, juni, 2017


Angelica Lindkvist


Johan Löfgren


Cornelia Nilsson

Abstract

In an annual investigation by LRF Konsult, named *Lantbruksbarometern 2016*, 60 % of the participating farmers state that their profitability is low or very low. 36 % of the farmers state that they are going to diversify their farm business. Farm diversification is not a new phenomenon and has been used in agricultural business for a long time and it is a strategy to increase profitability in farm businesses.

The purpose of this study is to examine farmers underlying factors to diversify their business and how the social network affects the diversification. The study has conducted six interviews with farm businesses to provide a deeper knowledge in the subject. A qualitative method with an inductive research approach has been used. The geographic location of the businesses is restricted to the region Uppland.

This study can not argue that one factor solely affects the diversification. Underlying factors in this study are; a more efficient use of resources and time, economy, spreading of risk, interest, volition to acquire new knowledge, volition to work at your own farm, and a high demand in the surrounding environment. Strong ties seem to be more important in on-farm diversification and weak ties seem to be more important in off-farm diversification. This study distinguishes that on-farm business use existing buildings to diversify, and off-farm business use different types of machines and tools to diversify.

This study is a contribution to a deeper knowledge of the underlying factors that affects the diversification in grain farming businesses, and how the social network affects the business.

Sammanfattning

I LRF Konsults undersökning *Lantbruksbarometern 2016* anger 60 % av de 1000 medverkande jordbrukarna att lönsamheten idag är dålig eller mycket dålig. Flera spannmålsodlande jordbruksföretag är idag alltså i ett sådant skede där verksamheten inte bär sig. Det finns då olika strategier som företagen kan tillämpa för att öka lönsamheten och således överleva. En vanligt förekommande strategi för att öka lönsamheten är att diversifiera verksamheten genom att starta en verksamhet vid sidan av jordbruket. Diversifiering kan delas in i on-farm diversifiering samt off-farm diversifiering beroende på om verksamheten sker i anslutning till den egna gården eller inte. Det sociala nätverket är en nyckelfaktor för att utvecklandet av nya verksamhetsgrenar i jordbruksföretag skall lyckas.

Syftet med denna uppsats är att undersöka vilka bakomliggande faktorer som påverkar diversifieringsverksamheten i studiens fallföretag. Genom personliga intervjuer med sex fallföretag skapas en djupare förståelse för de bakomliggande faktorerna samt för hur det sociala nätverket påverkar diversifieringen. Den induktiva forskningsansats som tillämpas i studien möjliggör en bredare tolkning av empirin samt skapar en förståelse för den sociala kontexten, vilken den intervjuade personen befinner sig i.

Denna studie finner inte en enskild faktor som påverkar diversifieringen hos alla fallföretag. Faktorerna är mycket komplexa och påverkas av varje företags unika situation. De faktorer som framkommer är ett effektivare resursutnyttjande, ekonomi, överloppstid, riskspridning, intresse, viljan att lära sig något nytt, en hög efterfrågan i omgivningen, samt viljan att arbeta hemma på gården. Det sociala nätverket har påverkat samtliga fallföretag och diversifieringen har även i samtliga företag lett till en ökad lönsamhet. I studien framkommer vissa skillnader i on-farm och off-farm diversifiering. Resursutnyttjande skiljer sig åt genom att on-farm diversifierade företag huvudsakligen använder utnyttjade utrymmen medan off-farm diversifierade företag använder maskiner och verktyg. Även det sociala nätverkets påverkan skiljer sig åt. On-farm diversifierade företag använder i större utsträckning starka kontakter i form av familj och off-farm diversifierade företag använder svagare kontakter i form av vänner och närliggande jordbrukare då diversifieringen sker.

Innehållsförteckning

1 INTRODUKTION	1
1.1 BAKGRUND.....	1
1.2 PROBLEM	2
1.2.1 Teoretiskt problem	2
1.2.2 Empiriskt problem	2
1.3 SYFTE OCH FORSKNINGSPRÅGOR.....	2
1.4 AVGRÄNSNINGAR	3
1.5 UPPSATSENS DISPOSITION	3
2 TEORI OCH BEGREPP.....	4
2.1 PUSH-PULL-TEORI	4
2.2 BRICOLAGE	5
2.3 SOCIALT KAPITAL	5
2.4 DIVERSIFIERING	6
2.5 TEORETISK SYNTES	7
3. METOD.....	9
3.1 FORSKNINGSMETOD.....	9
3.2 LITTERATURGENOMGÅNG	9
3.3 FALLSTUDIE	10
3.3.1 Urval.....	10
3.3.2 Intervjuer	10
3.4 METOD FÖR ANALYS	11
3.5. TROVÄRDIGHET OCH ÄKTHET	11
3.6 ETISKA ASPEKTER.....	12
3.7 KRITISK REFLEKTION	13
4 EMPIRI	14
4.1 GÅRD 1, AGRIOST AB	14
4.1.1 Bakgrundsbeskrivning	14
4.1.2. Diversifieringsverksamhet.....	15
4.1.3. Bakomliggande faktorer till diversifiering.....	15
4.1.4 Process och framtid.....	15
4.2 GÅRD 2, DIVAGRI AB	16
4.2.1 Bakgrundsbeskrivning	16
4.2.2. Diversifieringsverksamhet.....	16
4.2.3. Bakomliggande faktorer till diversifiering.....	16
4.2.4 Process och framtid.....	16
4.3 GÅRD 3, EKLUNDS LANTBRUK & ENTREPRENAD AB	17
4.3.1 Bakgrundsbeskrivning	17
4.3.2. Diversifieringsverksamhet.....	17
4.3.3. Bakomliggande faktorer till diversifiering.....	17
4.3.4 Process och framtid.....	18
4.4 GÅRD 4, FREDRIKSLUNDS GÅRD AB.....	18
4.4.1 Bakgrundsbeskrivning	18
4.4.2. Diversifieringsverksamhet.....	18
4.4.3. Bakomliggande faktorer till diversifiering.....	19
4.4.4 Process och framtid.....	19
4.5 GÅRD 5, ÅBY AGRO AB.....	19

4.5.1 Bakgrundsbeskrivning	19
4.5.2. Diversifieringsverksamhet	20
4.5.3. Bakomliggande faktorer till diversifiering.....	20
4.5.4 Process och framtid.....	20
4.6 GÅRD 6, ÖSTERBY GÅRD	21
4.6.1 Bakgrundsbeskrivning	21
4.6.2. Diversifieringsverksamhet.....	21
4.6.3. Bakomliggande faktorer till diversifiering.....	21
4.6.4 Process och framtid.....	21
5 ANALYS OCH DISKUSSION.....	23
5.1 PUSH-PULL-TEORIN	23
5.1.1 Push-faktorer.....	23
5.1.2 Pull-faktorer	25
5.1.3 Bakomliggande faktorer beroende på on-farm och off-farm diversifiering	26
5.2 BRICOLAGE.....	27
5.3 SOCIALT KAPITAL	28
5.3.1 Det sociala nätverkets påverkan vid uppstarten av diversifieringen	28
5.3.2 Det sociala nätverkets påverkan efter uppstart av diversifieringen	29
5.3.3 Diversifieringsverksamhetens påverkan på det sociala nätverket.....	30
5.3.4 Det sociala nätverkets betydelse beroende på on-farm eller off-farm diversifiering	30
6 SLUTSATSER	32
6.1 STUDIENS SLUTSATS	32
6.2 FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING	33
6.3 KRITISK REFLEKTION	33
REFERENSER.....	34
BILAGA 1 - INTERVJUGUIDE	37

Figur- och tabellförteckning

<i>FIGUR 1. UPPSATSENS DISPOSITION. EGEN BEARBETNING.</i>	<i>3</i>
<i>FIGUR 2. NÄTVERKETS UPPBYGGNAD BASERAT PÅ PUTNAM'S (2000) OCH LANDSTRÖM OCH LÖWEGRENS (2009) STUDIER. EGEN BEARBETNING.</i>	<i>6</i>
<i>FIGUR 3. STUDIENS SYNTES MELLAN TEORI, TEORETISKA BEGREPP OCH DIVERSIFIERING. EGEN BEARBETNING.</i>	<i>8</i>
<i>TABELL 1. PUSH- OCH PULL-FAKTORER BASERAT PÅ KIRKWOODS (2009) STUDIE. EGEN BEARBETNING.</i>	<i>4</i>
<i>TABELL 2. SAMMANSTÄLLNING AV FALLFÖRETAGEN. EGEN BEARBETNING.</i>	<i>14</i>
<i>TABELL 3. SAMMANSTÄLLNING AV BAKOMLIGGANDE FAKTORER. EGEN BEARBETNING.</i>	<i>26</i>
<i>TABELL 4. SAMMANFATTNING AV ON-FARM OCH OFF-FARM DIVERSIFIERING. EGEN BEARBETNING.</i>	<i>26</i>
<i>TABELL 5. ÖVERSIKTLIG TABELL AV ANALYS OCH DISKUSSION. EGEN BEARBETNING.</i>	<i>31</i>

1 Introduktion

I detta kapitel beskrivs bakgrunden till uppsatsens ämne följt av en problemformulering vilken övergår till ett teoretiskt och ett empiriskt problem. Sedan presenteras studiens syfte och forskningsfrågor, en redogörelse för vilka avgränsningar som gjorts samt uppsatsens struktur.

1.1 Bakgrund

Flera spannmålsodlande jordbruksföretag är idag i ett skede där verksamheten inte bär sig och det finns då flera olika strategier som jordbrukaren kan använda för att lösa problemet (McElwee, 2006). En strategi är att avveckla verksamheten och börja arbeta med en helt annan verksamhet. Ytterligare en strategi är att öka produktionen genom att utöka den odlade arealen och en tredje strategi är att diversifiera den befintliga verksamheten.

Diversifiering är inget nytt fenomen, utan har länge använts av jordbruksföretag som kombinerat jordbruket med andra verksamheter (Alsos et al., 2003). Det finns dock ingen allmänt vedertagen definition av vad diversifiering innebär (Illbery, 1991; Nickerson et al., 2001; Barbieri & Mahoney, 2009; Hansson et al., 2013). McElwee (2004) definierar diversifiering som en strategisk planerad förflyttning från företagets kärnverksamhet i ett försök att få företaget att överleva och växa. Denna definition innefattar båda huvudgrupper som Vik och McElwee (2011) samt Amanor-Boadu (2013) har delat in diversifiering i, *on-farm diversifiering* och *off-farm diversifiering*.

On-farm diversifiering är aktiviteter som sker på eller i anslutning till den egna gården, till exempel vedtillverkning, uthyrning av jakt- och fiskemöjligheter, uthyrning av lokaler samt olika typer av försäljning på gården (Vik & McElwee, 2011). *Off-farm diversifiering* är aktiviteter som sker utanför gården där befintliga resurser i företaget används för att generera ett värde. Olika typer av maskinkontrakt, byggnadsarbete och konsulttjänster är exempel på off-farm diversifiering. Det är viktigt att skilja på diversifiering och mångsyssleri eftersom den sistnämnda inte innebär att företagets resurser används (Hansson et al., 2010). Diversifiering ses som en väg till att öka tillväxten och antalet anställda på landsbygden (Hansson et al., 2013). En av orsakerna till att jordbruksföretag diversifierar sig är strävan att öka företagets lönsamhet (Nickerson et al., 2001; Hansson et al., 2013).

I LRF Konsults undersökning *Lantbruksbarometern 2016*, tror 53 % av de 1000 jordbrukare som deltog att framtiden kommer innebära dålig eller mycket dålig lönsamhet (Larsson et al., 2016). Undersökningen visar att 66 % av de tillfrågade jordbrukarna att deras konkurrenskraft är ganska eller mycket dålig och 60 % uppger att lönsamheten idag är dålig eller mycket dålig. Vidare anger 36 % av jordbrukarna att de planerar att diversifiera sin verksamhet och allt större fokus riktas idag således på entreprenad, turism, friluftsliv och annan verksamhet. För att upptäcka möjligheter som kan leda till ett mer lönsamt företag krävs samarbete och bra nätverk (Vik & McElwee, 2011).

Det sociala kapitalet kan ses som en del av det sociala nätverket och enligt Johannisson och Mønstad (1997) är det en väsentlig faktor vid utvecklandet av ett företag där andra resurser saknas såsom trovärdighet och legitimitet. Det sociala nätverket är en nyckelfaktor för att utvecklandet av nya verksamhetsgrenar i jordbruksföretag ska lyckas (Meert et al., 2005). Ett

starkt socialt nätverk tillsammans med en stabil interaktion på gällande marknad är något som Meert et al. (2005) menar är avgörande för jordbruksföretags lönsamhet. Nätverk kan delas in i affärsmässiga och sociala relationer (Landström & Löwegren, 2009) vilka är påverkande faktorer till att jordbruksföretag diversifierar sig (Vik & McElwee, 2011). Forskning har visat att det sociala nätverket innehåller viktiga komponenter för entreprenörer, till exempel att nätverket kan fungera som en slags rådgivare, förebild, socialt stöd samt kunskaps- och resurskälla (Johannisson & Mønstad, 1997; Dubini & Aldrich, 1991; Larsen & Starr, 1993).

1.2 Problem

I följande avsnitt presenteras det teoretiska och empiriska problemet som ligger till grund för studiens syfte och frågeställning.

1.2.1 Teoretiskt problem

Antalet gårdar med diversifieringsverksamheter har ökat under de senaste åren och enligt Agrifood (2012) är ämnet endast behandlat i begränsad omfattning i tidigare litteratur. Både Hansson et al. (2013) samt Pietola och Lansik (2001) belyser att mer forskning behövs för att förstå de bakomliggande motiven kring diversifiering. Forskning på nätverk (Johannisson & Mønstad, 1997; Dubini & Aldrich, 1991; Larsen & Starr, 1993) samt på diversifiering (Hansson et al., 2010) finns sedan tidigare. Dock kan luckor i forskningen kring nätverkets betydelse vid diversifiering i spannmålsodlande jordbruksföretag hittas med hjälp av neglected gap-spotting (Sandberg & Alvesson, 2011). Det teoretiska problemet är således att tidigare forskning inte studerat hur sociala nätverk påverkar diversifiering.

1.2.2 Empiriskt problem

Det är vanligt förekommande i spannmålsodlande jordbruksföretag att aktiviteten minskar under vinterhalvåret. Därför ökar benägenheten i dessa företag att hitta annan sysselsättning genom att diversifiera sin verksamhet (Hansson et al., 2010). Eftersom spannmålspriserna och de producerade kvantiteterna inom jordbruket fluktuerar, krävs även diversifiering för att sprida riskerna (Mishra et al., 2004; Barbieri & Mahoney, 2009). Lönsamheten hos spannmålsodlande jordbruksföretag upplevs vara dålig (Larsson et al., 2016) och eftersom diversifiering är en vanligt förekommande strategi är det empiriska problemet att undersöka bakomliggande faktorer samt hur det sociala nätverket påverkar diversifieringen.

1.3 Syfte och forskningsfrågor

Syftet är att undersöka vilka bakomliggande faktorer som påverkar diversifieringen i spannmålsodlande jordbruksföretag, samt vilken betydelse det sociala nätverket har för diversifieringen.

Vilka faktorer påverkar diversifieringen hos spannmålsodlande jordbruksföretag i Upplandstrakten?

Hur påverkar det sociala nätverket diversifieringen?

1.4 Avgränsningar

Studien avgränsas till sex stycken spannmålsodlande jordbruksföretag som har diversifierat verksamheten. Antalet avgränsas till sex fallföretag på grund av kursens tidsram. Anledningen till att endast spannmålsodlande jordbruksföretag intervjuas är att dessa företag tenderar ha ökad benägenhet att diversifiera sin verksamhet jämfört med jordbruksföretag som bedriver animalieproduktion, vilka i större utsträckning är tidsmässigt bundna året om. Vidare avgränsas jordbruksföretagens geografiska läge till Upplandstrakten på grund av författarnas ekonomi, kursens tidsram samt för att det finns flera företag som visat sig bedriva diversifieringsverksamhet utöver spannmålsodlingen i detta område.

I denna studie väljer författarna att se jordbrukare som entreprenörer. Shane och Venkataraman (2000) definierar entreprenörskap som en kreativ process, där en entreprenör upptäcker nya möjligheter och använder nya eller befintliga resurser för att skapa ett värde. Vid diversifiering inom jordbruksföretag sker, liksom vid entreprenörskap, en kreativ process menar Hansson et al. (2013). Trots att diversifieringen i jordbruksföretag inte alltid är lika innovativ som andra entreprenöriella verksamhetsutvecklanden, är det en kreativ process att sluta avtal med nya köpare och leverantörer samt att omorganisera företaget. Diversifiering av verksamheten kan ses som ett kreativt sätt att implementera nya ideér. I denna uppsats tillämpas McElwees (2004) definition av jordbrukare, vilket är en person som arbetar på heltid eller deltid och är engagerad i en rad olika aktiviteter som är beroende av gårdens resurser. Jordbrukaren erhåller sin huvudsakliga inkomst genom att bruka jorden, odla grödor och föda upp boskap.

1.5 Uppsatsens disposition

Uppsatsen är uppdelad i sex kapitel där det första kapitlet presenterar bakgrunden till ämnet följt av ett teoretiskt och empiriskt problem. Därefter förklaras syftet samt forskningsfrågorna. Kapitel 2 beskriver de teorier och begrepp som författarna väljer att använda. Det efterföljande kapitlet, kapitel 3, presenterar den metod som författarna tillämpar i undersökningen. I kapitel 4 visas en sammanställning av empirin som sedan i kapitel 5 analyseras och diskuteras med hjälp av teorierna. Slutligen presenteras författarnas slutsatser och uppsatsens forskningsfrågor besvaras, följt av en kritisk reflektion i kapitel 6 (Se Figur 1).



Figur 1. Uppsatsens disposition. Egen bearbetning.

2 Teori och begrepp

Detta kapitel presenterar och förklarar de teorier och begrepp som används i uppsatsen. Push-pull-teorin, bricolage, socialt kapital samt diversifiering är de teorier och begrepp som studien utgår ifrån.

2.1 Push-pull-teori

Push-pull-teorin beskriver motivationsfaktorer vilka ligger till grund för att starta en ny verksamhet (Hansson et al., 2010). Dessa faktorer delas upp i två kategorier, push-faktorer och pull-faktorer. Det är viktigt att förstå de bakomliggande orsakerna till varför jordbrukare väljer att diversifiera sin verksamhet, då diversifiering bidrar till regional utveckling samt skapar arbetstillfällen (Barbieri & Mahoney, 2009).

Push-faktorer ses ofta som påtryckande negativa faktorer vilka kan vara personliga eller externa. Exempel på sådana faktorer är missnöje, arbetslöshet, en förändrad livssituation, eller brist på pengar (Kirkwood 2009; Segal et al., 2005). Dessa faktorer "knuffar" i flera fall in individen i valet att starta en ny verksamhet (Segal et al., 2005). En reducerad risk kan även vara en push-faktor (Hansson et al., 2010). Pull-faktorer är de faktorer som påverkar människor till att vilja starta en ny verksamhet och "drar" till sig dem (Segal et al., 2005). Exempel på sådana faktorer är viljan att vara självständig eller att nya möjligheter uppstår (Kirkwood 2009; Segal et al., 2005; Hansson et al., 2010).

Kirkwood (2009) kommer i sin studie fram till att pull-faktorerna är mer vanligt förekommande än push-faktorerna. Vidare menar författaren att det finns fem pull-faktorer som är väsentliga. Dessa är självständighet, monetära medel, utmaning, livsstil samt att entreprenören ser möjligheter. De väsentliga push-faktorerna är enligt Kirkwood (2009) missnöje med nuvarande arbete, förändring i nuvarande arbete, hjälp av en tidigare kollega att starta eget företag och en förändrad livssituation, ofta i form av barn (se Tabell 1).

Tabell 1. Push- och pull-faktorer baserat på Kirkwoods (2009) studie. Egen bearbetning.

Push-faktorer	Pull-faktorer
Missnöje (med t.ex. jobbet)	Självständighet
Förändring inom arbetet	En bättre ekonomisk ställning
Hjälp av kollega att starta eget	Utmaning
Förändrad livssituation	Livsstil
	Möjlighet

2.2 Bricolage

Bricolage är en teori med flera olika tolkningar och definitioner (Baker & Nelson, 2005; Levi-Strauss, 1966). Baker och Nelson (2005) definierar bricolage som förmågan att skapa nya möjligheter genom att kombinera de unika och befintliga resurser som finns tillgängliga, men även för att lösa nya problem som uppstår. Kreativitet och innovation är viktiga faktorer för att lyckas. Levi-Strauss (1966) beskriver bricolage som något individen är istället för något individen utför. En bricoleur kan hantera ett stort antal olika uppdrag och klarar sig med de resurser som finns tillgängliga. Eftersom båda dessa synsätt kan urskiljas i empirin väljer författarna i studien att inte utesluta något av synsätten. Detta för att få ett bredare perspektiv, samt för att ta hänsyn till fallföretagens och företagarnas unika situation och på så vis skapa en bättre förståelse inom ämnet.

Bricolage kan kopplas samman med entreprenörskap, då entreprenörer i flera fall har knappa resurser att hushålla med (Baker & Nelson, 2005). Det är därför viktigt för entreprenörer att kombinera sina befintliga resurser på ett optimalt sätt och hitta nya användningsområden samt syften för resurserna. Baker och Nelson (2005) menar att entreprenören inte accepterar de begränsningar som finns i den omkringliggande miljön. Istället för hinder, ser entreprenörer möjligheterna att göra något med befintliga resurser. En entreprenörs viktigaste egenskaper är kompetens, drivkraft och förmågan att vara riskbenägen att starta nya projekt (Landström & Löwegren, 2009). Enligt Landström och Löwegren (2009) är kompetens förmågan att medverka till utveckling av företag. För att utveckla och starta upp ett företag är nätverk en väsentlig faktor (Johannisson & Mønstad, 1997).

Baker et al. (2003) definierar nätverksbricolage som det sociala nätverket entreprenörer använder sig av för att starta upp företag. Redan befintliga möjligheter, som entreprenören inte har märkt, kan hittas med hjälp av det sociala nätverket.

2.3 Socialt kapital

Entreprenörskap är inte möjligt utan social interaktion och därför är socialt kapital en viktig del inom entreprenörskap (Cope et al., 2007). Socialt kapital är ett komplext begrepp och kan definieras på olika sätt. Lin (2001) definierar begreppet som investeringar i sociala nätverk, vilka förväntas ge ökad lönsamhet. Stam et al. (2014) menar att socialt kapital påverkar mindre företags lönsamhet positivt, och definierar socialt kapital som de resurser individen kan få tillgång till genom sitt sociala nätverk. Enligt Stam et al. (2014) kan det sociala kapitalet hjälpa entreprenören att se nya möjligheter, införskaffa resurser och skapa legitimitet. Portes (1998) definierar socialt kapital som nyttjande av sociala nätverksrelationer.

Putnam (2000) menar att det sociala nätverket består av tre olika typer av kapital (se Figur 2). *Humankapitalet* förklaras som kunskapen inom individen, det *fysiska kapitalet* är resurser i form av verktyg, byggnader, och maskiner. Det *sociala kapitalet* är de resurser som relationerna i ett socialt nätverk kan generera. För att socialt kapital ska uppstå krävs det tillit och förtroende människor emellan.

Halpern (2005) förklarar att socialt kapital inte kan förbrukas på samma sätt som ekonomiskt kapital. Till exempel kan det ekonomiska kapitalet ta slut samtidigt som socialt kapital alltid

existerar om tillit och förtroende finns mellan individerna. Kim och Aldrich (2005) menar att viktiga sociala nätverk måste vårdas för att kunna generera socialt kapital.

Landström och Löwegren (2009) definierar nätverk som en relation mellan flera olika parter vilket skapas när aktörer och individer bygger upp relationer med varandra. Det sociala nätverket anses vara en viktig komponent vid utvecklandet av ett företag, särskilt där andra resurser såsom trovärdighet och legitimitet saknas (Johannisson & Mønstad, 1997). Dubini och Aldrich (1991) beskriver att det sociala nätverket kan bestå av olika starka bindningar och att ju starkare bindningar ett nätverk har, desto större betydelse får resurserna som nätverket kan generera.

Nätverk kan delas in i sociala samt affärsmässiga nätverk (se Figur 2) där det sociala nätverket handlar om att stödja varandra med hjälp av kunskap, resurser, rådgivning och socialt stöd (Landström & Löwegren, 2009). Sociala nätverk kan leda till affärsmässiga nätverk (Larsen & Starr, 1993) vilka handlar om strategiska allianser och samarbetsavtal med kunder, leverantörer och revisorer (Landström & Löwegren, 2009). De affärsmässiga nätverken kan även leda till sociala nätverk (Larsen & Starr, 1993). Landström och Löwegren (2009) menar att entreprenörer i första hand nyttjar det sociala nätverket och i andra hand det affärsmässiga nätverket.



Figur 2. Nätverkets uppbyggnad baserat på Putnams (2000) och Landström och Löwegrens (2009) studier. Egen bearbetning.

2.4 Diversifiering

Diversifiering är ett svårt begrepp att definiera då det finns flera olika tolkningar och typer av diversifiering. Tidigare forskning har definierat diversifiering som ett sätt att minimera risk, ofta genom att utveckla fler verksamheter inom jordbruket (Mishra et al., 2004; Barbieri & Mahoney, 2009). Hansson et al. (2010) menar att senare litteratur smalnar av begreppet diversifiering till verksamheter som inte ingår i den konventionella och primära produktionen för ett jordbruksföretag, alltså aktiviteter som inte producerar livsmedel.

Barbieri och Mahoney (2009) delar upp begreppet diversifiering i olika kategorier för jordbruksföretag. Odling av icke-traditionella grödor, maskinentreprenad, turism samt leasing och uthyrning av resurser är alla olika exempel på hur jordbrukare diversifierar sin verksamhet. Illbery (1991) delar upp begreppet i *strukturell diversifiering*, vilket omfattar aktiviteter som är riktade ut från gården mot allmänheten, och *jordbruksdiversifiering*, vilket omfattar aktiviteter inom jordbruket som skiljer sig från det traditionella arbetet.

Diversifiering innebär att företagaren hittar nya verksamheter och arbetar vid sidan av jordbruket med något helt annat, till exempel snickeri (AgriFood, 2012). Det kan även vara att företagaren använder outnyttjade resurser till att starta en helt ny verksamhet, till exempel en gårdsbutik. Diversifiering är därmed ett mångtydigt begrepp som inte är helt lätt att definiera på grund av de många olika typer, indelningar och synsätt som finns. I denna uppsats används McElwees (2004) definition som menar att diversifiering är en strategisk planerad förflyttning från kärnverksamheten i företaget i ett försök att få företaget att överleva och växa.

2.5 Teoretisk syntes

I detta avsnitt förklaras hur teorierna i studien kombineras, för att tillsammans analysera den insamlade empirin på ett djupare plan. Figur 3 tydliggör vilka teorier författarna har tillämpat som grund för att diskutera diversifiering. Push-pull-teorin förklarar vilka faktorer som ligger bakom diversifieringen och med hjälp av bricolage tydliggörs hur befintliga resurser kan användas till nya verksamheter. Slutligen förklaras hur resurser kan bli åtkomliga via tillgång på socialt kapital. De tre teorierna sammanfogas sedan med de teoretiska begreppen resurser, lönsamhet samt nätverk, vilka är centrala delar av teorierna. Författarna har även lagt särskild vikt vid dessa teoretiska begrepp för att diskutera diversifiering.

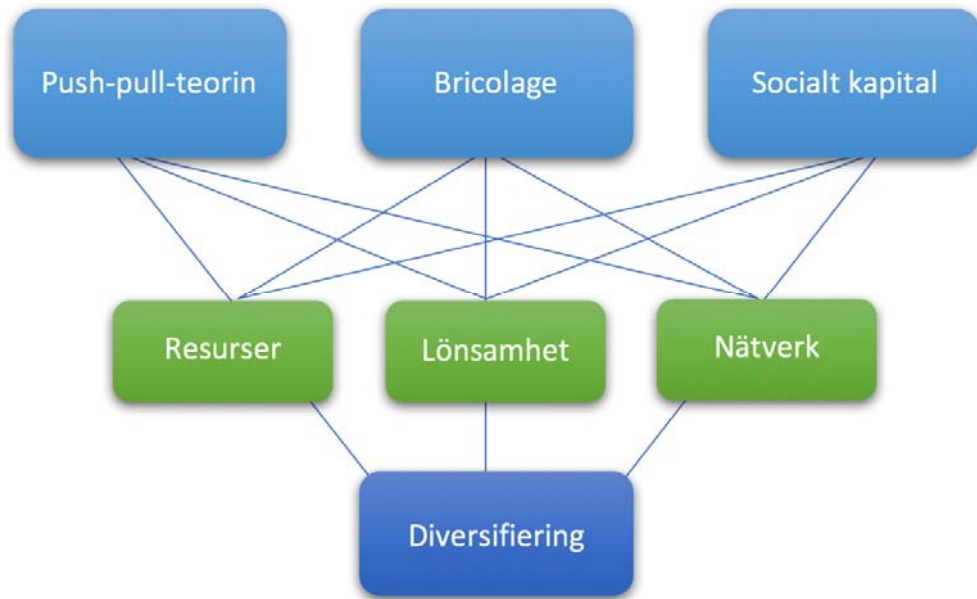
Eftersom en stor del av spannmålsodlande jordbruksföretag idag diversifierar verksamheten är det intressant att förstå vilka faktorer som påverkar diversifieringen. Push-pull-teorin beskriver bakomliggande faktorer vilka ligger till grund för att starta en ny verksamhet (Hansson et al., 2010).

Bricolage definieras enligt Baker och Nelson (2005) som förmågan att skapa nya möjligheter genom att kombinera de unika och befintliga resurserna som finns tillgängliga, men även för att lösa nya problem som uppstår. Då jordbrukare idag anser lönsamheten som dålig (Larsson et al., 2016) är det viktigt att utnyttja befintliga resurser på ett effektivt sätt.

Det sociala kapitalet är en viktig del för entreprenörer då betydande resurser kan erhållas genom just nätverket (Landström & Löwegren, 2009). Detta gäller även för jordbrukare eftersom flera olika aktörer är inblandade och involverade i verksamheten. Vid diversifiering av jordbruksföretag är det sociala nätverket av stor betydelse för att starta, utveckla och styra diversifieringsverksamheten i rätt riktning.

I Figur 3 knyts teorierna samman genom de tre gemensamma teoretiska begreppen resurser, lönsamhet och nätverk. Inom push-pull-teorin ses dessa begrepp som bakomliggande faktorer till diversifieringen. I bricolage ses resurser som centrala och används genom det sociala nätverket för att öka lönsamheten. Det sociala nätverket kan användas till att hitta nya möjligheter för företaget samt olika användningsområden för resurser och på så sätt generera socialt kapital. Detta kan i sin tur leda till en ökad lönsamhet. Med ovanstående resonemang sammanfogar författarna i denna studie ihop teorierna med varandra genom de teoretiska

begreppen. Begreppen är väsentliga inom samtliga tre teorier och påverkar alla diversifieringen.



Figur 3. Studiens syftes mellan teori, teoretiska begrepp och diversifiering. Egen bearbetning.

3. Metod

I detta kapitel presenteras studiens tillvägagångssätt. Kapitlet inleds med argumentation för samt val av forskningsmetod, följt av en kort beskrivning av litteraturgenomgången. Därefter beskrivs hur empirin har analyserats. Etiska aspekter samt uppsatsens trovärdighet kommer diskuteras i kapitlet och slutligen en kritisk reflektion för metoden.

3.1 Forskningsmetod

Bryman och Bell (2013) beskriver kvantitativ samt kvalitativ forskningsstrategi. En kvantitativ forskningsstrategi innebär att numeriska data samlas in och strategin tillämpar vanligen en deduktiv ansats. Deduktion kan förklaras som att forskaren drar logiska slutsatser och prövar teorin. Ansatsen lämpar sig bättre i en kvantitativ forskning eftersom forskaren kategoriserat data före den samlas in (Jacobsen, 2002). Frågeställningen samt svarsalternativen är redan bestämda i en deduktiv metod vilket gör att datainsamlingen begränsas. Författarna i denna studie har valt att tillämpa en kvalitativ forskningsstrategi som innebär att forskaren fördjupar sig i enstaka fallstudier och drar slutsatser från erfarenheter. En önskan om fördjupad kunskap är också ett motiv till att en kvalitativ strategi tillämpas i denna studie. En induktiv metod lämpar sig bättre än en deduktiv i denna studie eftersom den möjliggör tolkning samt ökar förståelsen för den sociala kontexten vid intervjuerna (Bryman & Bell, 2013). Den induktiva ansatsen innebär i denna studie att insamlad empiri leder till sannolika svar. Detta genererar i sin tur en mer heltäckande bild av den aktuella situationen (Yin, 2013).

En ontologisk ståndpunkt handlar om hur individer ser på den yttre verkligheten (Bryman & Bell, 2013; Jacobsen, 2002). Ontologi innefattar de två olika synsätten objektivism och konstruktionism (Bryman & Bell, 2013). Objektivismen menar att observatören inte tar hänsyn till de sociala företeelserna och att verkligheten inte kan påverkas. Författarna i denna studie tar hänsyn till den sociala verkligheten som är i ständig förändring, samt till individens omgivning vilket kan härledas till Bryman och Bells (2013) definition på konstruktionistiskt synsätt.

3.2 Litteraturgenomgång

För att författaren ska kunna skapa sig en bild av och förståelse för det aktuella ämnet, är en litteraturgenomgång viktig (Bryman & Bell, 2013). I denna studie genomförs en narrativ litteraturgenomgång, vilket innebär att sökningen fortgått löpande under studiens gång. Det finns inte några tydliga ramar för hur sökningen ska gå till. Målet med litteraturgenomgången är att kartlägga befintliga studier och teorier inom det aktuella området. En narrativ litteraturgenomgång är att föredra i en kvalitativ studie eftersom empiri styr insamlad teori. Författarna kan på så sätt vara mer flexibla och byta riktning under uppsatsens gång, beroende på vad som upplevs intressant och relevant för studien. Litteratur som används i uppsatsen är främst vetenskapliga artiklar, rapporter samt uppsatser från sökningar i databaserna Primo och Google Scholar. Vid sökning efter relevanta artiklar och studentlitteratur användes nyckelorden diversification, farmers, social network, profitability, resources och entrepreneur.

3.3 Fallstudie

Fallstudier fokuserar på att undersöka specifika fenomen och möjliggöra en djupare förståelse för fallet (Yin, 2013). Fallstudier skapar även utrymme för tolkning av individers åsikter samt deras omgivning (Merriam, 1994). Begreppet kan definieras som en undersökning av en specifik företeelse, där den specifika företeelsen kan vara en händelse, en person eller en social grupp. För att forskaren ska komma så nära studiens ämne som möjligt är en fallundersökning att föredra då denna metod tenderar ha ett bredare fokus och möjliggör att all data kan samlas in. En fallstudie passar denna undersökning, eftersom det är komplexa sociala företeelser som studeras. Intervjuerna med de olika fallföretagen sker i individens omgivning där det finns möjlighet till att uttrycka sig fritt.

3.3.1 Urval

För att rätt data ska erhållas vid datainsamling är det viktigt att beakta hur urvalet utförs (Bryman & Bell, 2013; Merriam, 1994). Sannolikhetsurval och icke-sannolikhetsurval är två typer av urval som båda används vid fallstudier. Icke-sannolikhetsurval innebär att de som ingår i urvalet inte har valts ut slumpmässigt, det vill säga att alla i populationen inte har samma chans att väljas ut (Bryman & Bell, 2013). Merriam (1994) menar att ett icke-sannolikhetsurval är det som i första hand används i fallstudier. Sannolikhetsurval passar bättre för en undersökning där målet är att generalisera resultatet. Målinriktat och ändamålsinriktat urval är de mest förekommande urvalen vid icke-sannolikhetsurval, där målinriktat urval innebär att forskaren önskar upptäcka, förstå samt få en insikt i det undersökta fallet (Bryman & Bell, 2013; Merriam, 1994). Merriam (1994) beskriver ändamålsinriktat urval som att forskaren utgår från uppsatta kriterier vilka respondenterna ska uppnå för att få ingå i urvalet.

I denna studie tillämpar författarna ett icke-sannolikhetsurval eftersom målet inte är att generalisera resultatet. Fallföretagen har valts ut för att uppfylla uppsatsens syfte samt besvara forskningsfrågorna. Ett ändamålsinriktat urval är att föredra då författarna utgår ifrån bestämda kriterier. Urvalet består av sex spannmålsodlande jordbruksföretag vilka bedriver en eller flera diversifieringsverksamheter i Upplandstrakten. Kriterierna är således att jordbruksföretagen odlar spannmål, bedriver en eller flera diversifieringsverksamheter samt är belägna i Upplandstrakten. Sex fallföretag väljs ut för att författarna ska kunna jämföra och finna mönster mellan de olika företagen. Den geografiska begränsningen utförs dels på grund av kursens tidsram och dels för att det finns flera företag som visat sig bedriva diversifieringsverksamhet utöver spannmålsodling. Närheten till Uppsala och Stockholm kan vara en bidragande faktor till att flera företag bedriver diversifieringsverksamhet då det finns stor efterfrågan på till exempel snöröjning i dessa områden.

3.3.2 Intervjuer

Empiri har samlats in genom semistrukturerade intervjuer med sex olika fallföretag. Inledningsvis kontaktades fallföretagen via telefon där författarna presenterade studien och frågade om tänkbar medverkan. En intervjuguide upprättades före intervjutillfällena med förutbestämda frågor vilka var kopplade till undersökningens ämne. Frågorna i intervjuguiden utgår ifrån ett större frågeområde för att låta respondenten, i viss utsträckning, välja vilken riktning frågorna tar (Bryman & Bell, 2013).

Semistrukturerade intervjuer underlättar i denna studie, då författarna kan ställa frågor på ett mer flexibelt sätt men fortfarande ha en viss styrning på frågorna (Bryman & Bell, 2013). Utan styrning på frågorna kan det bli svårt att erhålla relevanta svar som kan kopplas till studiens frågeställningar. Intervjuerna genomfördes hemma hos fallföretagarna vilket kan uppfattas som positivt då författarna får möjlighet att uppfatta miljön i respektive fallföretag. Intervjuerna varade cirka en timme med respektive respondent vid olika tillfällen. För att säkerställa att allt material finns tillgängligt för analys, spelades varje intervju in efter godkännande av respondenterna (Merriam, 1994). Efter respektive intervju genomfördes en transkribering av det insamlade materialet. Därefter gjordes en sammanställning av empirin som skickades till respektive fallföretag för att säkerställa att datan tolkats rätt.

3.4 Metod för analys

Att strukturera upp data i kvalitativa undersökningar är svårt då det finns få accepterade metoder för att analysera kvalitativa data (Bryman & Bell, 2013). Semistrukturerade intervjuer genererar mycket information på en kort tid, vilket leder till att textmaterialet som skall analyseras lätt blir ostrukturerat. För att skapa en struktur på den insamlade datan i uppsatsen, delas empirin för respektive fallföretag in i kategorierna *Bakgrundsbeskrivning*, *Diversifieringsverksamhet*, *Bakomliggande faktorer till diversifiering* samt *Process och framtid*. Endast data som anses vara relevant för studien beskrivs under respektive kategori.

Författarna har för att analysera empirin använt verktyg som ingår i metoden grundad teori. Kodning är ett viktigt verktyg inom metoden och i denna studie har öppen kodning använts (Bryman & Bell, 2013). Denna typ av kodning innebär att författarna bryter ner, studerar, jämför och kategoriserar data, för att sedan skapa begrepp. Dessa begrepp leder till kategorier, som ligger på en högre abstraktionsnivå och som kan representera företeelser i verkligheten. I denna uppsats kan det sociala nätverket, lönsamhet och resurser ses som begrepp och författarna har även använt dessa som memon. Memon är ett redskap inom grundad teori och fungerar som påminnelser för författarna genom att de förklarar vad författarna menar med använda termer i undersökningen. De utgör en grund för reflektion och används för att generera relevanta begrepp från empirin.

Genom att koda empirin har olika underrubriker skapats. Dessa rubriker har sedan, genom att författarna använt memon, lett fram till relevanta begrepp för uppsatsen. Kodning och memon är verktyg från metoden grundad teori som har använts för att analysera empirin i denna uppsats.

3.5. Trovärdighet och äkthet

Trovärdighet behandlar de fyra delkriterierna tillförlitlighet, överförbarhet, pålitlighet samt konfirmering och beskriver hur kvalitet kan mätas i kvalitativ forskning (Bryman & Bell, 2013). Det förstnämnda kriteriet *tillförlitlighet* erhålls i denna uppsats genom en så kallad respondentvalidering, vilket innebär att den insamlade empirin bekräftas av respondenten. Efter varje intervjutillfälle gjordes en sammanställning av det empiriska materialet som skickades via e-mail till respektive fallföretag. *Överförbarheten* undersöker om samma resultat skulle gälla för ett annat fall och *pålitligheten* kan mätas genom att låta någon annan granska materialet. Denna studie granskas av de intervjuade företagarna, kurskamrater samt

av handledare för att uppnå ett mer pålitligt resultat. Det sistnämnda kriteriet *konfirmering* säkerställer att forskarna tillämpat ett objektiva synsätt. Detta kan vara svårt att uppnå i en kvalitativ studie eftersom det är lätt att låta privata uppfattningar påverka resultatet. Författarna har alla deltagit i samtliga intervjuer för att försöka genomföra så objektiva intervjuer som möjligt och inte låta enskilda värderingar påverka datan.

Äkthet innefattar olika kriterier där kriteriet *rättvis bild* handlar om att rätt personer blir intervjuade och att respondenten ger en tillräckligt rättvis bild för undersökningen (Bryman & Bell, 2013). Respondentvalidering som ska öka tillförlitligheten i studien, säkerställer även att en rättvis bild erhålls genom samtycke och godkännande från respondenterna. *Pedagogisk autenticitet* är ett kriterium som ska ge respondenten en ökad förståelse för hur andra personer upplever den sociala verkligheten. *Ontologisk autenticitet* innebär att respondenterna genom studien ska få en ökad förståelse för den sociala verkligheten som de verkar inom. På grund av dessa kriterier skickas slutversionen av denna uppsats till samtliga respondenter för att de ska få en ökad förståelse för hur jordbruksföretag påverkas vid diversifiering.

3.6 Etiska aspekter

Det är av stor betydelse vid kvalitativ undersökning att som forskare vara medveten om aktuella etiska principer (Bryman & Bell, 2013; Kvale & Brinkmann, 2014). Kvale och Brinkmann (2014) tar upp de fyra olika etiska riktlinjerna *informerat samtycke*, *konfidentialitet*, *konsekvenser* och *forskarens roll*. Genom att vara medveten om vilka etiska frågor som är aktuella för undersökningen kan välgrundade beslut tas.

Respondenterna i denna studie medverkar av egen fri vilja och insamlade data används endast för att uppnå studiens syfte. Det är viktigt att respondenterna har tagit del av syftet med uppsatsen innan intervjun sker (Bryman & Bell, 2013). För att undvika besvär och brist på samtycke från respondenterna, spelades intervjuerna in efter respondenternas godkännande. Före intervjuerna redogörs även för respondenterna vilka som kommer få tillgång till den insamlade datan. För att inte inkräkta på respondenternas privatliv, ställdes frågan om de ville vara anonyma eller ej. Det är viktigt att tänka på vilka konsekvenser respondenten kan komma att drabbas av, men även vilka vetenskapliga fördelar som kan komma från intervjun (Kvale & Brinkmann, 2014). Deltagare i vetenskapliga studier kan komma att ångra saker som sägs i intervjuer eftersom frågorna i en kvalitativ studie kan avslöja privata och intima företeelser. På grund av detta är det viktigt med en respondentvalidering. I denna studie var det inte någon respondent som återkopplade med klagomål på felaktigt tolkad empiri.

Genom undersökningens gång är författarens roll viktig för de etiska beslut som tas (Kvale & Brinkman, 2014). Att som författare försöka uppnå en så hög vetenskaplig kvalitet som möjligt, hör till de etiska krav som ställs på forskare. En hög vetenskaplig kvalitet uppnås bland annat genom att publicera så korrekta och representativa resultat som möjligt, där resultaten skall vara kontrollerade och validerade (Bryman & Bell, 2013). I denna uppsats genomförs en respondentvalidering för att bidra till en högre vetenskaplig kvalitet samt av etiska skäl.

3.7 Kritisk reflektion

Vid en kvalitativ studie finns det en risk för feltolkningar då den grundas på insamlad empiri (Bryman & Bell, 2013). Den subjektiva empirin samlas in genom intervjuer och det är viktigt att reflektera över hur intervjuerna genomförs samt vilka frågor som ställs för att få en så rättvis bild av verkligheten som möjligt. Bryman och Bell (2013) förklarar att kvalitativa undersökningar är för subjektiva, enligt kvantitativa forskare. Eftersom kvalitativa forskare startar brett och först efter en tid smalnar av frågeställningarna kan det vara svårt att förstå varför ett specifikt ämne har valts.

Ytterligare förekommande kritik är att det är svårt att replikera en kvalitativ undersökning då forskaren själv är det viktigaste redskapet vid datainsamlingen (Bryman & Bell, 2013). Det har visat sig vara svårt för oss människor att vara helt objektiva, det vill säga att samla in data med helt öppet sinne utan några tecken på antaganden eller förväntningar. Den kvalitativa undersökningen påverkas dels av vad forskaren registrerar vid intervjun och dels av forskarens eget intresse. Den ostrukturerade datan påverkas sedan ytterligare av forskaren, när datan tolkas. Detta leder till att det blir problematiskt att replikera en kvalitativ studie. Även kontexten har stor betydelse i kvalitativa studier, vilket gör att resultatet är svårt att generalisera och överföra till ett annat fall (Kvale & Brinkmann, 2014). I denna studie har alla tre författare varit med under alla intervjuer, vilket minskar risken för att den enskilda forskarens intresse påverkar datan. Då intervjuerna har skett hemma hos respondenterna kan kontexten omedvetet ha påverkat författarna, som har en begränsad erfarenhet. Ekonomi kan vara ett känsligt ämne att diskutera, därför har författarna visat respekt för respondenterna genom att inte fråga detaljerade frågor angående lönsamheten i fallföretagen, och författarna har inte heller granskat bokföring och liknande. Detta leder till att de slutsatser som framkommer i studien inte är baserade på faktiska siffror, utan på företagarens generella upplevelse av hur diversifieringen har påverkat lönsamheten.

En bristande transparens är ett problem som kvalitativa forskare idag försöker åtgärda i allt större omfattning (Bryman & Bell, 2013). Det kan även vara problematiskt att beskriva hur urvalet av intervjuobjekt har gått till. En av de svåraste delarna i en kvalitativ uppsats är enligt Bryman och Bell (2013) att konkret beskriva hur analysen har genomförts, och därmed hur forskaren har kommit fram till sin slutsats. Även i denna studie är det svårt att förklara exakt hur analysen har skett, eftersom analysen till viss del bygger på en förståelse av fallföretagens unika situation.

Författarna ämnar skapa en djupare förståelse inom ämnet genom att intervjua fallföretag och sedan dra slutsatser utifrån den insamlade datan. På grund av att den insamlade datan är subjektiv och den sociala kontexten således påverkar studien anses ändå den kvalitativa metoden som bäst lämpad för denna studie.

4 Empiri

Under detta avsnitt kommer studiens empiri att presenteras. Empirin består av sex intervjuer med spannmålsodlande jordbruksföretag belägna i Upplandstrakten (se Tabell 2). Företagen presenteras individuellt och inleds med en bakgrundsbeskrivning, följt av en beskrivning av företagets diversifieringsverksamhet. Därefter redogörs de bakomliggande faktorerna som ligger till grund för diversifieringen. Till sist beskrivs fallföretagets process till diversifieringen samt hur de intervjuade jordbrukarna ser på företagets framtid.

Tabell 2. Sammanställning av fallföretagen. Egen bearbetning.

Fallföretagare	Jordbruksföretag	Diversifiering
Johan Stiernstedt	Agriöst AB Spannmål, 460 ha.	Snickeriverksamhet Förtroendeuppdrag Jordbruksentreprenad Fastighetsuthyrning
Anders Karlsson	DivAgri AB Spannmål, 500 ha.	Snöröjningsverksamhet Jordbruksentreprenad
Clas-Göran & Lena Eklund	Eklunds Entreprenad & Lantbruk AB Spannmål, 63 ha.	Yttre fastighetsskötsel Snöröjningsverksamhet Övrig entreprenadverksamhet
Gustaf Olsson	Fredrikslunds Gård AB Spannmål, 90 ha.	Gårdsbutik
Tobias Johansson	Åby Agro AB Spannmål, 490 ha	Snöröjningsverksamhet Jordbruksentreprenad Grävmaskinsentreprenad Skogsbruksentreprenad
Kristian Svensson	Österby Gård Spannmål, 345 ha.	Gårdsbutik Snöröjningsverksamhet

4.1 Gård 1, Agriöst AB

4.1.1 Bakgrundsbeskrivning

Agriöst AB är ett driftsbolag som är beläget cirka två mil sydost om Uppsala och grundades 2007 av kusinerna Johan Stiernstedt och Gustaf Silén. Företaget brukar idag 460 hektar jordbruksmark och består av två gårdar. Johan Stiernstedt äger gården Risberga som har en areal på 130 hektar, och Gustaf Silén äger gården Östhamra som har en areal på 110 hektar. Utöver Johan Stiernstedt och Gustaf Silén hjälper även Johans pappa Lars-Johan Stiernstedt till. Jordbruksmarken arrenderas ut till Agriöst AB från Johan och Gustafs respektive enskilda firmor. Utöver denna mark arrenderas ytterligare 220 hektar av externa arrendatorer. Det är huvudsakligen spannmål som odlas, men även cirka 30 hektar vall. Johan som intervjuats är utbildad ekonomagronom.

4.1.2. Diversifieringsverksamhet

Utöver spannmålsodlingen arbetar Johan som snickare under vinterhalvåret och har ett antal förtroendeuppdrag inom Lantmännen och Landshypotek. Uthyrning av ett antal fastigheter är även en mindre bisyssla. Dessutom körs en del jordbruksentreprenad som till exempel pressning av ensilage, sprutning samt sådd.

4.1.3. Bakomliggande faktorer till diversifiering

En bakomliggande faktor till att Johan inledde sin snickeriverksamhet var att en vän hade en snickeriverksamhet utöver sitt jordbruk och behövde hjälp med att lägga nytt tak på en ladugård. Johan som hade ett intresse för snickeribranschen, och tid till övers, kände att den extra inkomsten arbetet genererade var välkommen. Dessutom var det ett sätt att sprida riskerna från jordbruket. Mer flexibla arbetstider och en stor efterfrågan på hantverkare i omgivningen var två faktorer som Johan lyfte fram. Andra bidragande faktorer var att Johan tyckte det kostade mycket att anställa hantverkare, och ville gärna lära sig mer inom yrket eftersom han även har stor nytta av kunskapen hemma på gården.

Jordbruksentreprenaden startade främst för att hjälpa närliggande jordbrukare som själva inte hade tid eller de resurser som var erforderliga, men även för att utnyttja de maskiner som finns på gården på ett effektivare sätt. Arbetstiden för jordbruksentreprenaden uppskattas till ungefär 230 timmar per år. Även de befintliga byggnaderna som finns på fastigheten vill Johan att skall utnyttjas istället för att bara stå. De hyrs idag ut på årsbasis och skapar ingen större arbetsbörda, men kan ändå ses som en diversifiering, då de bidrar till att skapa ett värde.

De förtroendeuppdrag Johan har idag inom Lantmännen och Landshypotek är viktiga för Johan, även om de tar upp en stor del av Johans fritid. Genom Landshypotek får han möjlighet till utbildning inom till exempel fastighetsvärdering, men det är inte bara utbildning och kompetens han får i utbyte genom dessa förtroendeuppdrag, utan även det sociala nätverket. Det är det sociala inslaget som är den främsta anledningen till att Johan utför de förtroendeuppdrag han gör idag.

4.1.4 Process och framtid

Snickeriverksamheten inleddes år 2012 då Johan hjälpte en vän med ett snickeriarbete. Johan har genom goda kontakter i sin omgivning och nöjda kunder skapat sig ett gott rykte. Från början hade Johan inte någon större kunskap inom snickeribranschen men med tiden har kunskapen ökat. En del av resurserna som erfordrades för snickeriverksamheten var redan tillgängliga på gården och någon större investering behövde således inte göras. Risker att spannmålsodlingen blir lidande på grund av diversifieringsverksamheten förekommer eftersom tiden är en knapp resurs menar Johan. Detta kan skapa problem vid åtagande av till exempel större snickeriprojekt. Idag arbetar Johan mestadels ensam men eftersom han erbjuder flera snickerijobb finns det planer att inom en snar framtid anställa en person som skulle kunna hjälpa till både inom jordbruket och med snickeriverksamheten.

4.2 Gård 2, DivAgri AB

4.2.1 Bakgrundsbeskrivning

DivAgri AB bildades år 2004 och är beläget fem mil sydväst om Uppsala. Företaget drivs av Anders Karlsson och kusinen Mats Karlsson. Anders och Mats innehar varsin gård med tillhörande spannmålsanläggning där Anders äger 70 hektar jordbruksmark och Mats 120 hektar. Denna mark arrenderas i sin tur ut till aktiebolaget DivAgri AB. Utöver detta har de gemensamt köpt en jordbruksfastighet som består av 90 hektar jordbruksmark. Tillsammans med externa arrenden brukas totalt cirka 500 hektar där de odlar spannmål samt lite vallfrö.

4.2.2. Diversifieringsverksamhet

DivAgri AB arbetar utöver spannmålsodlingen med snöröjningsverksamhet samt en del jordbruksentreprenad i form av körslor. Företaget äger två traktorer, varav den ena ägs tillsammans med en granne. Den gemensamma traktorn används främst till snöröjning, då DivAgri AB och grannen delar på ett snöröjningskontrakt. DivAgri AB äger även en lastbil som används till snöröjningen, samt till en del extern körning. Jordbruksentreprenaden innefattar en del körslor, såsom gödselspridning, tröskning och sådd.

4.2.3. Bakomliggande faktorer till diversifiering

En av anledningarna till att just snöröjning blev en diversifieringsverksamhet var att Anders hjälpte sin farbror för ett antal år sedan som då hade snöröjningskontrakt i Stockholm. DivAgri AB investerade i en ny traktor och för att betala av investeringen valde Anders att själv starta med snöröjning, då det var en bra inkomst. Ytterligare en påverkande faktor till att det blev snöröjning var att en granne till Anders hade ett snöröjningskontrakt men hade inte tillräckligt med tid för att hinna med all körning. Snöröjningen är flexibel gentemot spannmålsodlingen menar Anders och eftersom växtodlingen tar upp en stor del av arbetstiden på sommaren tycker Anders att det är skönt att inte vara helt uppbokad på vintern. På så sätt är snöröjningsverksamheten ett bra komplement till spannmålsodlingen och samtidigt ger det en möjlighet att sprida riskerna på flera verksamheter.

Jordbruksentreprenaden startade på grund av att maskinerna som finns på gården ska nyttjas effektivare, samt för att det finns en efterfrågan på jordbruksentreprenad hos närliggande jordbrukare som själva inte har de resurser eller den tid som erfordras.

4.2.4 Process och framtid

DivAgri AB har sitt fokus på spannmålsodlingen men har under åren investerat i både traktor och lastbil som nyttjas inom snöröjningsverksamheten. Både snöröjningsverksamheten och jordbruksentreprenaden är idag av sådan omfattning att spannmålsodlingen inte blir lidande. Anders menar att de båda diversifieringsverksamheterna skulle kunna utökas för att öka intäkterna men då finns det en risk att spannmålsodlingen påverkas negativt.

DivAgri AB har en önskan om att expandera spannmålsodlingen istället för att satsa på och utöka diversifieringsverksamheterna. Större areal krävs då, vilket i dagsläget är svårt eftersom

det säljs relativt lite jordbruksmark i området. En strävan om att köpa högkvalitativ jord hellre än en stor kvantitet är något Anders betonar.

I dagsläget finns det inte några anställda i DivAgri AB mer än kusinerna Anders och Mats som tillsammans driver firman. Om spannmålsodlingen skulle utökas i framtiden, skulle en anställd vara erforderligt och detta skulle eventuellt leda till att diversifieringsverksamheterna kommer att behöva utvecklas för att kunna sysselsätta den anställda även på vintern.

Nätverket och de samarbeten som företaget har tillsammans med närliggande jordbrukare och andra entreprenadfirmor är något som påverkar en del av de beslut som tas i företaget. Styrkor företaget besitter är tillförlitligheten samt att finnas tillgängliga när det behövs, menar Anders.

4.3 Gård 3, Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB

4.3.1 Bakgrundsbeskrivning

Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB är sedan år 1994 ett familjeägt aktiebolag som drivs av paret Clas-Göran och Lena Eklund. Gården är belägen 1,5 mil nordväst om Uppsala och det var år 1980 som gården hamnade i Lena och Clas-Görans ägor. Gården består idag av 54 hektar jordbruksmark och 110 hektar skog. Totalt brukar företaget 63 hektar jordbruksmark, då 9 hektar arrenderas. När gården togs över 1980 var arealen på drygt 100 hektar. Under åren har dock arealen minskat eftersom diversifieringsverksamheterna blivit de allt mer centrala delarna av företaget, då de visat sig vara mer lönsamma.

4.3.2. Diversifieringsverksamhet

Diversifieringsverksamheterna i Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB består idag av yttre fastighetsskötsel, snöröjningsverksamhet och övrig entreprenadverksamhet. I den övriga entreprenadverksamheten ingår sandsopning och ogräsbekämpning. Den yttre fastighetsskötseln innefattar 12 fasta kontrakt på olika typer av fastighetsskötselobjekt. Därtill utför företaget snöröjning till cirka 35 olika fastigheter.

4.3.3. Bakomliggande faktorer till diversifiering

Den främsta anledningen till att Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB startade sina diversifieringsverksamheter var av ekonomiska skäl. Spannmålsodlingen i företaget var inte av den storleken för att generera tillräcklig avkastning. Att det blev fastighetsskötsel de riktade in sig på var bland annat på grund av slumpen då de stötte på en annons där de sökte fastighetsskötare. Företaget valde sedan att satsa på att utveckla den yttre fastighetsskötseln för att den är mer lönsamt och lättare att arbeta med i jämförelse med jordbruket menar Clas-Göran. Genom allt fler bestämmelser och regleringar från stat och myndigheter känner Clas-Göran att de blir allt mer motarbetade inom jordbruket.

Anledningen till att diversifieringen utvecklades till snöröjning och den övriga entreprenaden var att resurser från jordbruket redan fanns tillgängliga samt resurser som företaget investerat i till fastighetsskötseln kunde utnyttjas till fler aktiviteter. Både snöröjningen och företagens

övriga entreprenadverksamhet är tjänster som det är hög efterfrågan på, dessutom genererar de bra inkomster.

4.3.4 Process och framtid

Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB började med den yttre fastighetsskötseln år 1990. I starten hade företaget endast ett fåtal fastighetsskötselkontrakt vilka har ökat under åren på grund av ett gott rykte samt goda samarbeten med övriga aktörer inom branschen. Varken Lena eller Clas-Göran hade tidigare erfarenhet eller utbildning inom yttre fastighetsskötsel. Genom ett genuint intresse samt en stark vilja har de utvecklat sin kompetens och skapat ett brett nätverk som varit till stor hjälp vid utvecklingen av verksamheten.

Till en början utnyttjades de resurser som redan fanns tillgängliga i den befintliga verksamheten till de nya verksamhetsgrenarna. Under processens gång har ytterligare investering av resurser varit nödvändigt då bland annat kontrakten på fastighetsskötsel blivit allt fler. Flera kunder väljer Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB på grund av deras pålitlighet, goda service samt deras goda rykte. Paret menar att det goda ryktet beror på just tillförlitligheten och att de verkligen vill kunna ge kunden allt. Om en kund vill få ett arbete utfört som ligger utanför Clas-Göran och Lenas område, har Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB som styrka att med hjälp av sina kontakter och nätverk, ordna fram en lämplig hantverkare.

I företaget finns idag fyra anställda, varav Lena och Clas-Göran är två av dem. Spannmålsodlingen utgör idag endast 10 % av den totala verksamheten och resterande 90 % utgörs av diversifieringsverksamheterna. På grund av intresset för jordbruket är paret Eklund inte beredda att lägga ner spannmålsodlingen helt, utan vill fortfarande ha kvar den som en del av företaget.

Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB har inte några konkreta planer på att utveckla eller expandera verksamheten i dagsläget. Paret Eklund menar att efter ett eventuellt generationsskifte ska övertagaren ha möjligheten att välja hur verksamheten ska utvecklas i framtiden.

4.4 Gård 4, Fredrikslunds Gård AB

4.4.1 Bakgrundsbeskrivning

Fredrikslunds Gård är belägen cirka en mil söder om Uppsala i Kungshamn-Morga naturreservat och ägs idag av en stiftelse. Gården som är en arrendegård bedrivs som ett aktiebolag sedan 32 år tillbaka av paret Gustaf och Agneta Olsson. Arrendet består av Fredrikslund och Kungshamn och är på totalt 150 hektar odlingsbar mark samt 50 hektar betesmark.

4.4.2. Diversifieringsverksamhet

Fredrikslunds Gård AB har förutom spannmålsodling en gårdsbutik där det säljs kläder av varumärken som i huvudsak härstammar från England och som inte är så vanliga i Sverige.

“Butiken på landet” är en sammanslutning av totalt 15 olika fristående butiker belägna i Sverige, Finland och Norge.

4.4.3. Bakomliggande faktorer till diversifiering

År 2004 stannade paret Olsson till vid en gårdsbutik i Småland. Denna butik låg i ett gammalt magasin som liknade parets egna magasin hemma på gården. Både Gustaf och Agneta blev inspirerade till att starta upp en liknande butik på sin gård. Idén om en gårdsbutik hade sedan tidigare funnits i parets tankar men då med inriktning på försäljning av livsmedel. Nu såg de nya möjligheter att starta en gårdsbutik med försäljning av kläder i det gamla magasinet. Diversifieringen i sig var inte ekonomiskt nödvändig för paret Olsson men de ville öka lönsamheten för att kunna arbeta på gården hela året. Att arbeta hemma resulterade i att hela familjen fick möjlighet att spendera mer tid tillsammans vilket var önskvärt. Det var inte möjligt för paret att öka lönsamheten genom att utöka spannmålsodlingen då det inte fanns möjlighet att köpa mer mark. Detta var en bakomliggande faktor till att paret bestämde sig för att diversifiera verksamheten.

4.4.4 Process och framtid

Samma år som paret Olsson stannat till vid gårdsbutiken i Småland startade renoveringen av magasinet hemma på gården. Åtta månader senare var renoveringen slutförd och “Butiken på landet” öppnades år 2004. För att genomföra renoveringen och starta upp gårdsbutiken krävdes en del större investeringar i bland annat material samt kläder att ha på lager i butiken. Paret Olsson har under åren haft kontinuerlig kontakt med sammanslutningen “Butiken på landet” vilka de kunnat ha ett utbyte med i form av kompetens, idéer och socialt stöd. För att få fart på verksamheten och få kunder till gårdsbutiken har marknadsföring varit en viktig del för företaget och annonser om “Butiken på landet” har konstant synts i Uppsala Nya Tidning och Svenska Dagbladet.

År 2012 byggdes gårdsbutiken ut och i den nya delen var planen från början att sälja olika livsmedel. Under samma tidpunkt utvecklades “Bondens marknad” och konceptet att sälja livsmedel i butiken blev allt mer ointressant. Kläder och presentartiklar blev istället varor som fick pryda den nya delen av gårdsbutiken.

Eftersom Gustaf och Agneta Olsson idag närmar sig pensionen vill de inte genomföra några större förändringar i gårdsbutiken eller i resterande verksamhet. Deras önskan är att ett eventuellt generationsskifte ska ske, där övertagaren får möjlighet till att utveckla butiken.

4.5 Gård 5, Åby Agro AB

4.5.1 Bakgrundsbeskrivning

Åby Agro AB är beläget sju mil väster om Uppsala i samhället Saladamm. Aktiebolaget som är ett familjeföretag drivs av fadern Sune Johansson som äger 34 % och sönerna Tobias och Håkan Johansson som äger 33 % vardera. År 1971 tog fadern Sune över släktgården och år 1992 skedde en typ av generationsskifte där sönerna Tobias och Håkan blev delägare. Det finns inga ytterligare anställda i företaget utan fadern och sönerna driver gården tillsammans.

Åby Agro AB består idag av 240 hektar jordbruksmark och 360 hektar skog. Tillsammans med arrenden och skötselavtal brukar företaget totalt 490 hektar. Genom ett samarbete med granngården som odlar 300 hektar fördelas arbetsuppgifter mellan gårdarna. Åby Agro AB sår all areal och utför den kemiska bekämpningen medan granngården harvar all areal.

4.5.2. Diversifieringsverksamhet

Utöver spannmålsodlingen bedriver Åby Agro AB snöröjningsverksamhet, jordbruksentreprenad, grävmaskinsentreprenad samt skogsbruksentreprenad. Snöröjning genomförs på byvägar i samhället Saladamm och jordbruksentreprenaden innefattar en del körslor åt andra jordbrukare. Grävmaskinsentreprenaden består av en del dikningsarbeten och omfattar två grävmaskiner. Inom skogsbruksentreprenaden finns två skotare och en skördare, som används för att hjälpa skogsägare i närområdet med röjning, gallring och avverkning.

4.5.3. Bakomliggande faktorer till diversifiering

Åby Agro AB diversifierade sin verksamhet främst för att öka lönsamheten i företaget. Jordbruksentreprenaden startade på grund av att företaget ville nyttja sina maskiner på ett mer effektivt och lönsamt sätt samt för att hjälpa jordbrukare i närheten som var i behov av körslor. Investeringen i skogsmaskinerna gjordes för att kunna utföra tjänster till skogsägare i närområdet samt för att öka lönsamheten i företaget. Likaså gällde för grävmaskinerna men dessa köptes även in på grund av intresse. Snöröjningsverksamheten inleddes på grund av den höga efterfrågan på tjänsten samtidigt som det var en lönsam aktivitet.

4.5.4 Process och framtid

Åby Agro AB startade skogsbruksentreprenaden år 1970 då en skotare köptes in. Under åren valde företaget att utveckla kapaciteten när det gällde uppdrag i skogen. År 1998 köptes en skördare till företaget. Sedan har verksamheten utvecklats med ytterligare en skotare som köptes år 2008. År 2006 startade grävmaskinsentreprenaden då den första grävmaskinen köptes in. Detta år inleddes även snöröjningsverksamheten genom att flera avtal ingicks, där snöröjningen gällde på flera platser utanför Stockholm. Åby Agro AB har ett gott rykte och detta har medfört att företaget kontinuerligt har fått nya uppdrag, vilket i sin tur inneburit att maskinerna utnyttjas effektivt. Snöröjningsverksamheten är inte en flexibel aktivitet och har med åren minskat, allt eftersom Tobias och Håkan bildat familjer och fått mindre tid över.

Eftersom spannmålsodlingen successivt ökat i storlek under åren är företagets framtidsplaner att minska grävmaskins- och skogsbruksentreprenaden och istället utveckla jordbruksentreprenaden som idag innefattar körslor på 150 hektar. På så vis kan företagets egna jordbruksmaskiner nyttjas effektivare för att öka lönsamheten. Det är enklare att hjälpa jordbrukare i närheten då maskinerna samtidigt används på den egna gården eftersom redskapen redan är påkopplade och servade. En ny spannmålstork är i uppbyggnadsfas och förväntas bli klar till skörden 2018.

4.6 Gård 6, Österby Gård

4.6.1 Bakgrundsbeskrivning

Österby Gård är belägen mellan Stockholm och Uppsala, endast några kilometer utanför Sigtuna. Gården ägs och drivs av paret Kristian Svensson och Saga Planting Svensson. Som 12-åring flyttade Kristian till gården som då ägdes av styvfadern Johan och år 2005 tog Kristian över driften på gården och drev den till en början som arrendegård. År 2010 flyttade frun Saga in och år 2013 köpte de arrendegården som då bestod av 110 hektar åkermark. På gården som idag bedrivs som enskild firma odlas 345 hektar spannmål vilket står för ungefär en fjärdedel av den totala verksamheten. Utöver spannmålsodlingen har firman en stor hästfoderproduktion samt en mindre djurbesättning där köttet säljs i gårdens egna butik.

4.6.2. Diversifieringsverksamhet

Diversifieringsverksamheterna består idag av jordbruksentreprenad, snöröjningsverksamhet och en gårdsbutik. Jordbruksentreprenaden innefattar en del körslor åt jordbrukare i närheten och snöröjningen består av fyra traktorer som körs i Stockholmsområdet. I gårdsbutiken säljs det allt ifrån kött, chokladpraliner, egensydda barnkläder, honung, marmelader och tavlor till skinnfällor från gårdens egna får.

4.6.3. Bakomliggande faktorer till diversifiering

Österby Gård utvecklade jordbruksentreprenaden på grund av att jordbrukare i närheten efterfrågat körslor. Genom denna verksamhetsgren har Österby Gård sedan blivit erbjuden att arrendera den mark de tidigare haft körslor på och således har spannmålsarealen utökats. Snöröjningsverksamheten inleddes redan före Kristian tog över driften och har utvecklats med åren på grund av god lönsamhet samt efterfrågan från omgivningen.

Anledningen till att gårdsbutiken bildades var att Saga behövde ett heltidsarbete efter att ha varit föräldraledig. Gårdsbutiken utvecklades genom Sagas djurintresse, och köttlådorna som tidigare sålts på gården skulle istället säljas i gårdsbutiken. Visionen om att kunna kontrollera hela kedjan, från uppfödning av djuren till försäljning var även en bidragande faktor till att idén om en gårdsbutik föddes.

4.6.4 Process och framtid

Jordbruksentreprenaden innefattar körslor åt andra närliggande jordbrukare och har under åren successivt minskat på grund av att marken de haft körslor på övergått till arrenden. Därmed har jordbruksentreprenaden minskat och spannmålsodlingen ökat. Snöröjningsverksamheten som inleddes redan före Kristian tog över driften, omfattar idag cirka en fjärdedel av den totala verksamheten. Efterfrågan på just snöröjning har under åren ökat och därmed har även Österby Gård ökat sin snöröjningsverksamhet.

Idén om gårdsbutik startade runt år 2015 då Saga ville utveckla försäljningen av det egna köttet på gården. Processen från det att idén föddes till att de öppnade gårdsbutiken, tog ungefär ett år och det var således år 2016 som butiken öppnades. Det började med att lokalen

som tidigare varit ett gammalt stall, rustades upp. Tanken med gårdsbutiken var dock inte att den skulle bli så pass avancerad som den visat sig bli då det idag säljs allt ifrån kött, chokladpraliner, honung, marmelader och tavlor till egensydda barnkläder.

Vid öppnandet av gårdsbutiken satte Kristian och Saga upp ett femårigt mål, vilket redan under första året visat sig ha uppnåtts. Nu finns det istället planer på att anställa en person som arbetar på heltid i gårdsbutiken samt idéer kring att bygga ut butikens lager och kylrum.

5 Analys och diskussion

I detta kapitel analyseras och diskuteras den insamlade empirin med stöd av tidigare nämnda teorier för att komma fram till en slutsats och besvara syftet samt forskningsfrågorna.

5.1 Push-pull-teorin

Push-pull-teorin beskriver bakomliggande faktorer till att starta en ny verksamhet (Hansson et al., 2010). Fallföretagen som intervjuats i denna studie har framfört flertalet bakomliggande faktorer till diversifieringen (Se Tabell 3).

5.1.1 Push-faktorer

Push-faktorerna är de bakomliggande motiv som "knuffar" in individen i valet att starta en ny verksamhet (Segal et al., 2005). Missnöje, arbetslöshet, förändrad livsstil eller en bristande ekonomi är exempel på push-faktorer vilka kan leda till att individen väljer att diversifiera sin verksamhet (Kirkwood, 2009; Segal et al., 2005). Hansson et al. (2010) menar att riskspridning även kan ses som en push-faktor.

Resursutnyttjande

Diversifiering av verksamheten på grund av ett effektivare resursutnyttjande är en vanlig bakomliggande faktor till diversifiering i fallföretagen. Detta ses som en push-faktor eftersom företagen tidigare varit missnöjda med resursanvändningen (Kirkwood, 2009). Jordbruksentreprenad möjliggör för flera av fallföretagen att använda sina jordbruksmaskiner på ett effektivare sätt, eftersom det ofta är samma typ av körslor och redskap som efterfrågas av närliggande jordbrukare. Sådd är en väsentlig del inom jordbruket och att förbereda såmaskinen tar tid. Att så till närliggande jordbrukare genom körslor kan därför effektivisera användningen av såmaskinen och på så vis kan jordbrukare utnyttja sina maskiner fler timmar per år utan att behöva byta redskap, vilket sparar tid.

Uthyrning av fastigheter ses som en resursutnyttjande åtgärd. Istället för att låta byggnader stå och förfalla, hyr Agriöst AB ut torp samt hus. Detta skapar en extra inkomst samtidigt som byggnaderna hålls i ett fortsatt bra skick. På Fredrikslunds Gård AB och Österby Gård finns resurser i form av utnyttjade utrymmen. Ett gammalt magasin på Fredrikslunds Gård AB stod tomt och utnyttjas idag till en gårdsbutik. På Österby Gård gjordes delar av ladugården om till en gårdsbutik. Resursutnyttjande kopplas ihop med bricolage längre fram i uppsatsen.

Ekonomiska faktorer

Diversifiering på grund av ekonomiska orsaker är en bakomliggande faktor hos flera fallföretag. Ekonomi kan ses både som en push- och en pull-faktor. Om det råder brist på ekonomiska medel är ekonomin en push-faktor, eftersom diversifieringen ses som nödvändig för att företaget skall leva vidare (Kirkwood, 2009). Om den extra inkomsten från diversifieringen istället ses som en möjlighet för att utöva nöjen och förbättra sin ekonomiska ställning, är ekonomin en pull-faktor. Flera av fallföretagen nämner att de är i behov av en diversifieringsverksamhet för att införskaffa tillräckligt med monetära medel för att företaget skall fortleva och därför rubriceras ekonomi i dessa fall som en push-faktor. Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB menar att bristen på jordbruksmark leder till att företaget måste

diversifiera sig för att överleva, då spannmålsproduktionen inte genererar tillräckliga inkomster. Detta är ett problem som även Fredrikslunds Gård AB betonar.

En intressant företeelse är då fallföretagen uppger att de genom diversifieringsverksamheten vill generera en större inkomst för att investera i jordbruket. Rimligtvis bör detta ses som en pull-faktor då jordbruket är ett intresse och en livsstil (Kirkwood, 2009). Däremot kan det också ses som en push-faktor, eftersom det råder ett missnöje med hur dagens verksamhet ser ut. En bakomliggande faktor till att Österby Gård diversifierar företaget är att Kristian vill införskaffa kapital för att investera i nya ekonomibyggnader. I detta fall ses ekonomin som en pull-faktor eftersom Kristian investerar i sitt intresse och sin livsstil. Exemplet kan även kopplas ihop med att Kristian inte är helt nöjd med hur verksamheten ser ut idag. Motiven bakom diversifieringen är inte alltid enkla att kategorisera. Dessutom påverkar flera bakomliggande faktorer varandra, vilket gör det hela mer komplext.

Överloppstid

Fallföretagen menar att den överblivna tiden under vinterhalvåret är en bakomliggande faktor till diversifieringen vilket understöds av Hansson et al. (2010) i tidigare forskning. Flera företagare känner sig rastlösa och vill därmed vara sysselsatta under denna tid på året. I kombination med det sociala nätverket, efterfrågan från omgivningen, ekonomiska faktorer samt olika resurser utnyttjar företagen överloppstiden för att starta olika typer av diversifieringsverksamheter. Överloppstiden påverkar den rastlösa jordbrukaren till att fördriva tiden. Därmed ses överloppstiden som en push-faktor då jordbrukaren är missnöjd med nuvarande situation (Kirkwood, 2009). I fallföretaget DivAgri AB kan denna typ av överloppstid identifieras då Anders menar att han under vinterhalvåret inte hade någon sysselsättning innan diversifieringsverksamheten utvecklades.

Riskspridning

Tidigare litteratur anger riskspridning som en bakomliggande faktor till att företag diversifierar verksamheten (Mishra et al., 2004; Barbieri & Mahoney, 2009). Flera fallföretag i denna studie nämner denna faktor som bakomliggande till diversifieringen. Johan på Agriöst AB anser att snickeriverksamheten är ett bra sätt att sprida riskerna från jordbruket, eftersom branscherna är helt oberoende av varandra och kan ske under olika tid på året. Anders på DivAgri AB menar att snöröjning är ett bra komplement till jordbruket som minskar riskerna, då snöröjningen sker vintertid. Tobias på Åby Agro AB framhåller vikten av att sprida riskerna som jordbruket innebär. Riskspridning är en bakomliggande faktor till att företaget införskaffar en grävmaskin. Intresset i kombination med riskspridning påverkar vilken typ av diversifieringsverksamhet som fallföretagen väljer.

I denna studie urskiljs ett större risktagande i on-farm diversifiering än i off-farm diversifiering. Österby gård och Fredrikslunds Gård AB som driver gårdsbutiker, vilka är on-farm diversifiering, visar sig vara mer riskbenägna då de gör stora investeringar för att rusta upp befintliga byggnader. En gårdsbutik behöver inte innebära större ekonomisk investering än till exempel en tröska. Däremot kan investeringen i gårdsbutiken innebära en högre risk eftersom en tröska har ett andrahandsvärde, kan säljas och jordbrukaren vet att den kommer till nytta. En gårdsbutik medför en större osäkerhet eftersom det är svårt att veta exakt hur stor efterfrågan är på produkterna i butiken. En gårdsbutik är fast egendom och kan inte förflyttas från gården om den ligger i en ladugård eller annan byggnad.

5.1.2 Pull-faktorer

Pull-faktorer påverkar människor till att vilja starta en ny verksamhet och “drar” till sig individen (Segal et al., 2005). Att individen i fråga startar en ny verksamhet på grund av viljan att vara självständig ses som en pull-faktor (Kirkwood, 2009).

Ekonomiska faktorer

Under föregående kapitel diskuteras de ekonomiska faktorernas påverkan. Där förklaras att ekonomiska faktorer också kan vara en pull-faktor (Kirkwood, 2009). En del av fallföretagen diversifierar inte verksamheten på grund av att det är nödvändigt för företagets fortlevnad. De ser istället diversifieringen som ett sätt att tjäna extra kapital för att utöva nöjen på fritiden. Företagaren ser genom diversifieringen en möjlighet till en bättre ekonomisk ställning och detta kan härledas till Shane och Venkatamarans (2000) definition av en entreprenör, som ser nya möjligheter och använder olika resurser för att skapa ett värde.

Intresse samt viljan att lära sig något nytt

Ett intresse samt viljan att lära sig nya saker är i Agriöst AB och Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB en bakomliggande faktor till diversifieringsverksamheten. Flera företagare hade inte någon tidigare erfarenhet eller kunskap inom branscherna de diversifierade sina företag inom, men lyckas ändå utveckla verksamheterna genom intresse samt viljan att lyckas. Detta kan hänvisas till Baker och Nelson (2005) vilka menar att entreprenören inte accepterar några begränsningar eller hinder, utan istället ser möjligheterna med sina resurser. Ytterligare en teoretisk koppling kan härledas till Landström och Löwegren (2009) som menar att en av entreprenörens viktigaste egenskaper är att vara riskbenägen och driven. Viljan att lära sig något nytt och hitta nya möjligheter ses som pull-faktorer (Kirkwood, 2009).

Efterfrågan i omgivningen

Flera företag har uppmärksammat att det finns en hög efterfrågan efter en specifik vara eller tjänst i närområdet. I Agriöst AB noterade Johan en hög efterfrågan på snickeritjänster, då det inte var svårt att hitta jobb. Fallföretagen som kör snöröjning har också påtalat att det finns en stor efterfrågan, vilket har varit en bakomliggande faktor till att de startade diversifieringsverksamheten. Närheten till Uppsala och Stockholm kan vara en bidragande faktor till den stora efterfrågan på snöröjningen. Uppstarten av jordbruksentreprenad har påverkats av att närliggande jordbrukare har efterfrågat hjälp, vilket har lett till att flera fallföretag idag kör jordbruksentreprenad i stor omfattning. Efterfrågan anses vara en pull-faktor eftersom den “drar” till sig jordbrukaren (Segal et al., 2005). En hög efterfrågan i omgivningen påverkar off-farm diversifiering i större utsträckning än on-farm diversifiering. Detta påvisas genom att fallföretagen som diversifierar sig off-farm betonar efterfrågan som en bakomliggande faktor, samtidigt som fallföretagen som diversifierar sig on-farm inte betonar efterfrågan som en bakomliggande faktor.

Viljan att arbeta hemma

Fredrikslunds Gård AB samt Österby Gård, vilka båda bedriver gårdsbutiker, påtalar möjligheten att arbeta hemma på gården som en bakomliggande faktor till att de har diversifierat verksamheten. Genom gårdsbutikerna kan de själva bestämma hur mycket resurser i form av tid och pengar som investeras. Detta tolkas som en pull-faktor eftersom de är självständiga (Kirkwood, 2009).

Tabell 3. Sammanställning av bakomliggande faktorer. Egen bearbetning.

Push-faktor	Pull-faktor
<i>Resursutnyttjande</i>	<i>Ekonomi, icke nödvändigt</i>
<i>Ekonomi, nödvändigt för överlevnad</i>	<i>Intresse & Viljan att lära sig något</i>
<i>Överloppstid</i>	<i>Efterfrågan</i>
<i>Riskspridning</i>	<i>Viljan att arbeta hemma</i>

5.1.3 Bakomliggande faktorer beroende på on-farm och off-farm diversifiering

I de sex fallföretag som intervjuas finns totalt tio olika typer av diversifieringsverksamheter (Tabell 4). Dessa olika verksamheter kan delas in i on-farm eller off-farm diversifiering beroende på om diversifieringsverksamheten sker i anslutning till den egna gården eller inte (Vik & McElwee, 2011; Amanor-Boadu, 2013). Analys har genomförts för att undersöka om de bakomliggande faktorerna skiljer sig åt beroende på om diversifieringsverksamheten sker on-farm eller off-farm (Se Tabell 5).

Tabell 4. Sammanfattning av on-farm och off-farm diversifiering. Egen bearbetning.

	<i>On-farm</i>	<i>Off-farm</i>
<i>Diversifieringsverksamhet</i>	Gårdsbutik Fastighetsuthyrning	Jordbruksentreprenad Snickeriverksamhet Förtroendeuppdrag Snöröjningsverksamhet Fastighetsskötsel Skogsbruksentreprenad Grävmaskinsentreprenad Övrig entreprenad
<i>Fallföretag</i>	Agriöst AB Fredriklands Gård Österby Gård	Agriöst AB DivAgri AB Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB Åby Agro AB Österby Gård

För de fallföretag som ingår i gruppen on-farm diversifiering är en gemensam bakomliggande push-faktor strävan efter ett effektivt resursutnyttjande. De tre företagen har någon form av utnyttjade utrymmen i ladugårdar, magasin eller övriga byggnader som jordbrukaren ser potentiella möjligheter i. Även i gruppen off-farm diversifiering är resursutnyttjande en bakomliggande faktor till diversifieringen. Det som skiljer resursutnyttjandet mellan on-farm och off-farm diversifiering är att det istället för utnyttjade utrymmen är maskiner samt verktyg som nyttjas.

Att sprida riskerna är en push-faktor som förekommer mer frekvent i off-farm diversifiering. Flera jordbrukare betonar att jordbruket är en volatil bransch och om skörden är sämre ett år

påverkas ekonomin i företaget kraftigt. Detta är en anledning till att flera av jordbrukarna väljer att diversifiera sina företag off-farm, i en bransch utanför den egna gården.

Viljan att arbeta hemma på gården är en pull-faktor som betonas av företagen som bedriver on-farm diversifiering i form av gårdsbutik. Denna faktor betonas inte i samma utsträckning av de off-farm diversifierade fallföretagen. I studien är det Agriöst AB samt Österby Gård som har diversifierat sig både on-farm och off-farm.

5.2 Bricolage

Bricolage är ett begrepp som beskriver förmågan att skapa nya möjligheter genom att kombinera befintliga resurser, men även för att lösa nya problem som uppstår (Baker & Nelson, 2005). Levi-Strauss (1966) menar att en bricoleur kan hantera ett stort antal olika uppdrag och klara sig med de resurser som finns tillgängliga. Bricolage kan kopplas samman med entreprenörskap, då entreprenörer i flera fall har knappa resurser att hushålla med (Baker & Nelson, 2005). Nätverksbricolage innebär att befintliga möjligheter kan hittas med hjälp av det sociala nätverket (Baker et al., 2003).

Entreprenörskap handlar om att upptäcka nya möjligheter samt använda befintliga resurser för att skapa ett värde (Shane & Venkataraman, 2000). Detta kan kopplas till de flesta jordbrukarna i denna studie då de visar ett stort engagemang och driv inom sina verksamheter. Entreprenörskap kan identifieras i samtliga fallföretag, däremot på olika sätt. Österby Gård och Fredrikslunds Gård AB bedriver gårdsbutiker. De skapar ett värde genom att se möjligheterna att använda outnyttjade byggnader och utvecklar på så sätt sina gårdsbutiker. Detta ses som en kreativ process då det sluts avtal med nya köpare och leverantörer samt att en omorganisering sker i företaget (Hansson et al., 2013). Dessa två företagare utför således en entreprenöriell handling då de skapar värde genom befintliga resurser (Shane & Venkataraman, 2000).

Johan i Agriöst AB kan ses som en bricoleur då han hanterar flera olika uppdrag genom sina diversifieringsverksamheter. Ett motstånd mot begränsningar kan identifieras då Johan ser möjligheter istället för hinder vid åtagandet av ett uppdrag. Till exempel ses möjligheter med snickeriverksamheten genom viljan att lära sig och utveckla kompetensen inom branschen trots att tidigare kunskap och erfarenhet saknas.

Att använda befintliga resurser kan kopplas både till begreppet bricolage samt till entreprenörskap (Landström & Löwegren, 2009; Baker & Nelson, 2005). Gemensamt för fallföretagen i denna studie är att alla på ett eller annat sätt utnyttjar de resurser som finns tillgängliga. Agriöst AB, DivAgri AB, Åby Agro AB och Österby Gård använder sina befintliga maskiner på ett mer effektivt sätt genom jordbruksentreprenaden. Fredrikslunds Gård AB och Österby Gård utvecklar sina gårdsbutiker med hjälp av outnyttjade byggnader och Agriöst AB nyttjar sina befintliga byggnader till fastighetsuthyrning.

Det sociala nätverket kan användas som en resurs (Baker et al., 2003) och nyttjas av flera av fallföretagen i denna studie. Nätverksbricolage har för flera av fallföretagen en betydande roll vid uppstart av diversifieringsverksamheten. Genom det sociala nätverket ser Agriöst AB möjligheten att starta upp en snickeriverksamhet, då det inleds med att en vän behöver hjälp med ett arbete. Johan menar att det är de sociala kontakterna som är bidragande till en lyckad uppstart. Även Åby Agro AB har stor nytta av det sociala nätverket vid utveckling av

snöröjningsverksamheten, jordbruks-, grävmaskins-, och skogsbruksentreprenaden. Diversifieringsverksamheterna utvecklas på grund av att närliggande jordbrukare förlitar sig på Åby Agro AB och efterfrågar deras tjänster. DivAgri AB startar snöröjningen på grund av sitt sociala nätverk då möjligheten introduceras av Anders farbror och en granne. Samtidigt använder Österby Gård sitt sociala nätverk för att utföra körslor till jordbrukare i närheten. Genom goda relationer med närliggande jordbrukare har en del jordbruksmark som Österby Gård tidigare utfört körslor på övergått till arrendemark. De sociala relationer har således stor betydelse för jordbruksföretaget och dess diversifieringsverksamhet, då den egna spannmålsodlingen ökar i omfattning samtidigt som jordbruksentreprenaden minskar.

Samtliga fyra ovannämnda fallföretag bedriver jordbruksentreprenad och använder i diversifieringen liknande resurser som i jordbruksföretaget. Fallföretagarna har nyttjat det befintliga sociala nätverket, främst i form av närliggande jordbrukare, vid uppstart av jordbruksentreprenaden. Detta kan härledas till Baker et al. (2003) som menar att befintliga möjligheter kan hittas med hjälp av det sociala nätverket. Fredrikslunds Gård AB och Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB har inte påverkats av sitt sociala nätverk i samma utsträckning, då deras diversifieringsverksamheter ligger utanför deras befintliga sociala nätverk. De har således själva upptäckt möjligheten till att diversifiera företaget.

5.3 Socialt kapital

5.3.1 Det sociala nätverkets påverkan vid uppstarten av diversifieringen

Socialt kapital definieras som investeringar i sociala nätverk vilka förväntas ge ökad lönsamhet (Lin, 2001). Kim och Aldrich (2005) menar att det sociala kapitalet endast är tillgängligt genom sociala nätverk. Inom entreprenörskap är socialt kapital viktigt eftersom entreprenörskap inte kan ske utan social interaktion (Cope et al., 2007). Vid utvecklandet av företag där trovärdighet och legitimitet saknas, utgör det sociala nätverket en betydande roll (Johannisson & Mønstad, 1997). Gemensamt för fallföretagen i denna studie är att det sociala nätverket, främst jordbrukarnas familjer, närliggande jordbrukare samt vänner, påverkar uppstarten av diversifieringsverksamheterna.

Familj och vänners påverkan

Johan i Agriöst AB får hjälp av familjen inom jordbruket, vilket gör att Johan får mer tid över till annat. Detta är en bakomliggande faktor för utveckling av diversifieringen. Johan har inom sitt sociala nätverk en vän som arbetar inom snickeribranschen. Vännen känner tillit och förtroende för Johan och begär hjälp med en byggnation. Utöver att familjen bidrar till att skapa överloppstid, är relationen till vännen i sig en påverkande faktor till att diversifieringen i Agriöst AB utgörs av snickeriverksamhet. Relationen kan ses som en resurs för Agriöst AB eftersom Johan utvecklat sin kompetens samt ökat lönsamheten i företaget, genom att använda gårdens resurser i form av verktyg och maskiner, samt det sociala nätverket.

En bakomliggande faktor till att DivAgri AB startar snöröjningsverksamheten, är den höga efterfrågan på tjänsten. Det sociala nätverket påverkar uppstarten genom att Anders farbror utförde snöröjning i Stockholm och behövde hjälp. Även en granne var i behov av viss hjälp och Anders valde att själv starta med snöröjningsverksamheten då det fanns en hög efterfrågan.

För paret i Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB är det viktigt att arbeta tillsammans vilket påverkar valet av diversifieringsverksamhet. Fastighetsskötseln möjliggör för Lena och Clas-Göran att arbeta tillsammans. Det sociala nätverket utgör därmed en begränsning för valet av diversifiering, till skillnad från fallet i Agriöst AB och DivAgri AB. Agneta och Gustaf på Fredrikslunds Gård AB vill arbeta hemma på gården, vilket är en bidragande faktor till att gårdsbutiken utvecklas. I likhet med Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB bildar det sociala nätverket en begränsning för val av diversifieringsverksamhet.

Åby Agro AB uppmärksammar genom sitt sociala nätverk en hög efterfrågan på snöröjning samt grävmaskinsentreprenad i Uppsala och Saladamm. Den höga efterfrågan är en av orsakerna till att diversifieringen sker. I likhet med Agriöst AB och DivAgri AB bidrar det sociala nätverket till att påvisa den höga efterfrågan för jordbrukaren.

Familjen på Österby Gård vill hitta sysselsättning till Saga, som är mammaledig. Att hitta en sysselsättning är en bakomliggande faktor som påverkar uppstarten av gårdsbutiken. Det sociala nätverket skapar i detta fall en möjlighet för företaget att diversifiera verksamheten då en gårdsbutik möjliggör för Saga att arbeta hemma på gården. Snöröjningsverksamheten på Österby Gård bedrevs tidigare av Kristians styvfar och det är på grund av honom som Kristian startade snöröjningen.

Närliggande jordbrukares påverkan

En likhet kan urskiljas mellan Agriöst AB, DivAgri AB, Åby Agro AB och Österby Gård, som alla bedriver jordbruksentreprenad. Likheten bottnar i att fallföretagen upptäcker möjligheten att diversifiera verksamheten genom närliggande jordbrukare. Det sociala nätverket påverkar fallföretagen på liknande sätt då närliggande jordbrukare har tillit till företagarna. Denna tillit till företagarna möjliggör att jordbruksentreprenaden kan utvecklas genom att fler körslor erbjuds av närliggande jordbrukarna. Tillit är viktigt för att det sociala nätverket skall generera socialt kapital (Putnam, 2000). Socialt kapital kan genom denna analys identifieras i relationen mellan närliggande jordbrukare och företagarna då jordbrukarna har tillit till företagarna och erbjuder dem körslor.

I ovanstående analys bidrar det sociala nätverket på tre olika sätt i fallföretagen. Nätverket visar möjligheter, skapar begränsningar och i ett fall "påtvingar" nätverket företaget till diversifiering.

5.3.2 Det sociala nätverkets påverkan efter uppstart av diversifieringen

Gemensamt för samtliga fallföretag är att det sociala nätverket bidrar till att sprida ett gott rykte om respektive diversifieringsverksamhet. Ett bra rykte underlättar för fallföretagen att förse sig med nya jobb, som i sin tur kan leda till ökad lönsamhet. Både Johan i Agriöst AB och paret i Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB visar sig ha ett gott rykte då de idag måste tack nej till en del jobb eftersom tiden inte räcker till.

I flera fallföretag bidrar det starka sociala nätverket till att en del körslor inom jordbruksentreprenaden övergår till arrendeavtal. Denna övergång påverkar företagen genom att den egna spannmålsodlingen ökar, samtidigt som jordbruksentreprenaden minskar. Det sociala nätverket bidrar således till att fallföretagen får tillgång till en större areal jordbruksmark, vilket är en väsentlig resurs i företaget.

Ett samband mellan Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB och Fredrikslunds Gård AB är att deras arvingar inom en snar framtid kommer ta över diversifieringsverksamheten. Arvingarna tillhör det sociala nätverket och bidrar i fallföretagen till att utvecklingen i diversifieringsverksamheterna har avstannat. De nuvarande företagarna vill inte själva utveckla verksamheten då de önskar låta sina arvingar välja hur utvecklingen ska ske i diversifieringsverksamheten.

5.3.3 Diversifieringsverksamhetens påverkan på det sociala nätverket

Diversifieringsverksamheten påverkar i flera fall det sociala nätverket. Fredrikslunds Gård AB får ett bredare socialt nätverk genom att gårdsbutiken är med i sammanslutningen "Butiken på landet". Detta sociala nätverk genererar socialt kapital i form av relationer med de inblandade. Nätverket möjliggör för individerna att dela med sig av idéer, kompetens, rådgivning samt agera som bollplank.

Johan i Agriöst AB utvecklar på grund av snickeriverksamheten och sina kunder ett större socialt nätverk. En strävan efter ett större nätverk var inte en bakomliggande faktor till diversifieringen, men har i efterhand varit en positiv företeelse.

På grund av fastighetsskötseln i Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB har Lena och Clas-Göran skapat ett bredare socialt nätverk. Idag består deras sociala nätverk av personer inom åtskilliga olika yrken, vilket de menar är en styrka om en kund behöver hjälp med något annat än fastighetsskötsel.

5.3.4 Det sociala nätverkets betydelse beroende på on-farm eller off-farm diversifiering

Det sociala nätverkets betydelse skiljer sig åt beroende på on-farm eller off-farm diversifiering. I diversifieringsverksamheter som sker utanför den egna gården, det vill säga off-farm, utnyttjar jordbrukarna i större grad det sociala nätverket som innefattar andra närliggande jordbrukare och vänner. Dessa sociala nätverk kan anses ha svagare bindningar än nätverk som innefattar familjen. Ett nätverk med starka bindningar kan generera mer betydelsefulla resurser (Dubini & Aldrich, 1991). Gårdsbutikerna är on-farm diversifieringar, där jordbrukare i större utsträckning ser till den egna familjens behov och intressen. Ovanstående analys visar att on-farm diversifiering påverkas mer av de starka sociala nätverken, samtidigt som off-farm diversifiering påverkats av de lite svagare sociala nätverken.

Tabell 5. Översiktlig tabell av analys och diskussion. Egen bearbetning.

	<i>On-farm</i>	<i>Off-farm</i>
Lönsamhet	Mindre viktigt.	Mer viktigt.
Nätverk	Starka nätverk. Familj påverkar mycket.	Svagare nätverk. Vänner & närliggande jordbrukare viktiga.
Resurs	Outnyttjade utrymmen i byggnader.	Effektivisera användning av maskiner, redskap och verktyg.
Rishtagande	Större risk.	Mindre risk.

6 Slutsatser

I detta kapitel framkommer studiens slutsatser. Syftet presenteras och forskningsfrågorna besvaras. Vidare ges författarnas förslag till framtida forskning. Kapitlet avslutas med en kritisk reflektion.

6.1 Studiens slutsats

Uppsatsens syfte är att undersöka vilka bakomliggande faktorer som påverkar diversifieringen i spannmålsodlande jordbruksföretag, samt vilken betydelse det sociala nätverket har för diversifieringen

Vilka faktorer påverkar diversifieringen hos spannmålsodlande jordbruksföretag i Upplandstrakten?

Enskilda faktorer som har påverkat diversifieringen hos fallföretagen är svåra att urskilja, på grund av att de bakomliggande faktorerna hänger ihop med varandra och är olika i respektive fallföretags unika situation. En effektivare resursanvändning, ekonomi, överloppstid, riskspridning samt det sociala nätverket är bakomliggande pull-faktorer som framkommer i studien. Vidare är ekonomi, intresse, viljan att lära sig något nytt, en hög efterfrågan, samt viljan att arbeta hemma på gården de push-faktorer som betonats av fallföretagen.

De outnyttjade resurserna skiljer sig åt beroende på om fallföretagen diversifierar sig on-farm eller off-farm. I de fallföretag som diversifierat sig on-farm nyttjas resurser huvudsakligen i form av oanvända befintliga utrymmen, samtidigt som off-farm diversifierade fallföretag istället nyttjar resurser i form av maskiner och verktyg.

Hur påverkar det sociala nätverket diversifieringen?

Författarna har genom analysen kommit fram till att det sociala nätverket påverkar både uppstarten samt utvecklingen av diversifieringen i fallföretagen. Ett mönster kan urskiljas i hur det sociala nätverket påverkar fallföretagen beroende på om företagen diversifierar sig on-farm eller off-farm. Undersökningen visar att de studerade fallföretagen med off-farm diversifiering upplever att det sociala nätverket har varit en viktig faktor i både uppstart samt utveckling av diversifieringsverksamheten. Genom främst svagare kontakter inom det sociala nätverket, huvudsakligen i form av vänner och närliggande jordbrukare, påvisas en hög efterfrågan. Denna efterfrågan är en bidragande faktor till att diversifieringen startade.

I de fallföretag som diversifierat sig on-farm har starkare kontakter inom det sociala nätverket, huvudsakligen familjen, spelat en betydande roll. Förändrade familjeförhållanden har påverkat diversifieringen genom att en ökad sysselsättning har eftersökts. Även utvecklingen av diversifieringsverksamheten har påverkats genom familjen då flera fallföretag betonar att deras arvingar inom en snar framtid kommer överta verksamheten, vilket leder till att fallföretagen således inte vill genomföra nya investeringar och utveckla företaget eftersom det förknippas med risk. Fallföretagens val av diversifieringsverksamhet påverkas således på olika sätt av det sociala nätverket.

Flera av fallföretagen betonar också vikten av att jordbruket är en livsstil och att spannmålsproduktionen inte får bli lidande av diversifieringsverksamheten. En balans måste således råda mellan spannmålsproduktion och diversifiering. Ekonomi är bara en liten del av

beslutet att diversifiera företaget och påverkar i första hand de företag som måste diversifiera företaget och öka lönsamheten för att överleva.

Tidigare litteratur menar att det sociala nätverket och diversifiering av jordbruksföretag kan leda till ökad lönsamhet. Samtliga av fallföretagen framhäver att diversifieringen har lett till en ökad lönsamhet och att det sociala nätverket har påverkat diversifieringen i olika utsträckning. Det sociala nätverket kan således bidra till företagets lönsamhet genom att företagets goda rykte sprids, vilket i sin tur kan leda till en högre efterfrågan. Ett annat sätt är att det sociala nätverket kan hjälpa jordbrukaren att se både nya och befintliga möjligheter till utveckling samt ett effektivare resursutnyttjande i företaget. Vidare kan diversifieringen även påverka det sociala nätverket då kontakt med kunder och andra yrkesgrupper kan erhållas genom diversifieringen.

6.2 Förslag till vidare forskning

Förslag på vidare forskning är att undersöka hur valet av diversifiering skiljer sig mellan olika regioner i Sverige. Genom att undersöka andra regioner och sedan jämföra med Uppland kan förståelsen för de bakomliggande faktorerna öka ytterligare. Ett annat intressant förslag är att beräkna hur olika diversifieringsverksamheter påverkar jordbruksföretagets lönsamhet och således möjliggöra att se vilken typ av diversifiering som är mest lönsam i en specifik region.

6.3 Kritisk reflektion

Det sociala nätverket påverkar diversifieringen på många subjektiva sätt. Flera faktorer binds ihop med varandra och gör problemet mer komplext. Dessutom blandas subjektiva faktorer med fysiska faktorer och sambanden är inte alltid lätta att förstå. En unik mix av tillgängliga resurser, tidpunkt i livet, ekonomi, riskbenägenhet, och kontaktnät påverkar alla företagets diversifiering.

I analysen utgår författarna från den intervjuade företagarens perspektiv, vilket kan leda till att hela bilden av företagets diversifiering inte framgår. Företagets geografiska läge kan bidra till att efterfrågan på till exempel snöröjning är stor. Det ekonomiska läget kan vara känsligt och därför har de intervjuade företagen möjligheten att vara anonyma. Även om denna möjlighet ges, kan data och bakomliggande faktorer till diversifieringen undanhållas.

Referenser

Böcker och tidskrifter

Alsos, G. A., Ljunggren, E. & Pettersen, L. T. (2003). Farm-based entrepreneurs: what triggers the start-up of new business activities? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(4): 435-443.

Baker, T. & Nelson, R. (2005). Creating Something from Nothing: Resource Construction through Entrepreneurial Bricolage. *Administrative science quarterly*, 50(3): 329-366.

Baker, T., Miner, A. S., & Eesley, D. T. (2003). Improvising firms: Bricolage, account giving and improvisational competencies in the founding process. *Research Policy*, 32: 255–276.

Barbieri, C. & Mahoney, E. (2009). Why is diversification an attractive farm adjustment strategy? Insights from Texas farmers and ranchers. *Journal of Rural Studies*, 25: 58-66.

Bryman, A. och Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Liber, Stockholm.

Cope, J., Jack, S. & Rose, M. (2007). Social capital and Entrepreneurship. *International small business journal*, 25(3): 213-219.

Dubini, P. & Aldrich, H. (1991). Personal and Extended Networks are Central to the Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*, 6: 305-13.

Hansson, H., Ferguson, R. & Olofsson, C. (2010). Understanding the diversification and specialization of farm business. *Agricultural and Food Science*, 19: 269-283.

Hansson, H., Ferguson, R., Olofsson C. & Rantamäki-Lahtinen, L. (2013). Farmers' motives for diversifying their farm business – the influence of family. *Journal of Rural Studies*, 32: 240-250.

Halpern, D. (2005). *Social Capital*. Polity Press, London.

Illbery, B. (1991). Farm diversification as an adjustment strategy on the urban fringe of the West Midlands. *Journal of Rural Studies*, 7(3): 207-218.

Jacobsen, D. I. (2002). *Vad, hur och varför: om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. Studentlitteratur, Lund.

Johannisson, B. & Mønstad, M. (1997). Contextualizing Entrepreneurial Networking. *International studies of Management & Organization*, 27(3): 109-136.

Kim, P. H. & Aldrich, H. E. (2005). Social Capital and Entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 1(2): 55-104.

Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 24(5): 346-364.

- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur, Lund.
- Landström, H. & Löwegren, M. (2009). *Entreprenörskap och företagsetablering*. Studentlitteratur, Lund.
- Larsson, J., Dyrendah, C. H. Iacono, H., Skargren, P. & Johansson, S. (2016). *Lantbruksbarometern 2016*. Lantbrukarnas Riksförbund (LRF), Swedbank och Sparbankerna, Stockholm.
- Larsen, A. & Starr, J. A. (1993). A network model of organization formation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(2): 5-15.
- Levi-Strauss, C. (1966). *The Savage Mind*. The University of Chicago Press.
- Lin, N. (2001). *Social Capital. A theory of Social Structure and Action*. Cambridge University Press, United Kingdom.
- McElwee, G. (2004). A segmentation framework for the farm sector. *3rd Rural Entrepreneurship Conference*, University of Paisley.
- McElwee, G. (2006). Farmers as entrepreneurs: Developing competitive skills. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(3): 187-206.
- Meert, H., Van Huylenbroeck, G., Vernimmen, T., Bourgeois, M. & Van Hecke, E. (2005). Farm household survival strategies and diversification on marginal farms. *Journal of Rural Studies*, 21: 81-97.
- Merriam, S. B. (1994). *Fallstudien som forskningsmetod*. Studentlitteratur, Malmö.
- Mishra, A., El-Osta, H. & Sandretto, C. (2004). Factors Affecting Farm Enterprise Diversification. *Agricultural Finance Review*, 64: 151-166.
- Nickerson, P. N., Black, R. J. & McCool, S. (2001). Agritourism: motivations behind farm/ranch business diversification. *Journal of Travel Research*, 40: 19-26.
- Pietola, K. S. & Lansink, A. O. (2001). Farmer response to policies promoting organic farming technologies in Finland. *European Review of Agricultural Economics*, 28: 1-15.
- Portes, A. (1998). Social Capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24: 1-24.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster paperbacks, New York.
- Sandberg, J. & Alvesson, M. (2011). Ways of Constructing Research Questions: Gap-Spotting or Problematization? *Organization*, 18(1): 23-44.
- Segal, G., Borgia, D. & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(1): 42-57.

Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217.

Stam, W., Arzlanian, S. & Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 29: 152-173.

Vik, J. & McElwee, G. (2011). Diversification and the entrepreneurial motivations of farmers in Norway. *Journal of Small Business Management*, 49: 390-410.

Yin, R. K. (2013). *Case Study Research: Design and Methods*. SAGE Publications, USA.

Rapporter

AgriFood (2012). Mål som styrmedel (Rapport 2012:1). AgriFood, Lund.
http://www.agrifood.se/Files/AgriFood_Rapport_20121.pdf

Personliga meddelanden

Namn: Johan Stjernfeldt
Position: Agriöst AB, Knivsta
Datum: 2017-04-03

Namn: Anders Karlsson
Position: DivAgri AB, Enköping
Datum: 2017-04-04

Namn: Clas-Göran Eklund och Lena Eklund
Position: Eklunds Lantbruk & Entreprenad AB, Uppsala
Datum: 2017-04-05

Namn: Gustaf Olsson
Position: Fredrikslunds Gård AB, Uppsala
Datum: 2017-04-07

Namn: Tobias Johansson
Position: Åby Agro AB, Sala
Datum: 2017-04-11

Namn: Kristian Svensson
Position: Österby Gård, Sigtuna
Datum: 2017-04-11

Bilaga 1 - Intervjuguide

Inledning

Kort beskrivning av uppsatsen och dess syfte
Fråga om anonymitet
Ljudinspelning

Bakgrund

När och hur hamnade gården i era ägor?
Gårdens areal, fördelning
Verksamhetens omfattning
Antal involverade i verksamheten
Hur ser driften ut på gården?
Arbetsfördelningen
Mål och visioner? Affärsidé?

Diversifieringsverksamheten

Vad för typ av verksamhet har ni valt att utveckla i företaget?
Varför valde ni just den verksamhetsgrenen?

När bestämde ni er för att utveckla verksamheten?
Varför valde ni att utveckla just den tidpunkten?

Vad var anledningen till diversifieringen?

Fanns det ett tidigare intresse/kompetens kring diversifieringen?

Vilka resurser/information behövde ni för att starta?

Vilka resurser/vilken information fanns redan tillgänglig?

Hur införskaffades de resurser som inte fanns tillhanda?

Hur tycker ni att omgivningen påverkat uppstarten och utvecklingen?

Har ni stött på hinder på vägen?

Vilka är era styrkor gentemot konkurrenterna?

Har ni planer på att utveckla er verksamhet ytterligare? Expandera? Minska?

Hur ser ni på framtiden?