



Institutionen för skogens produkter och marknader

**Vad tycker skogsägare om virkesinköpare och
inköpsorganisationer?**

Utveckling av ett skogsbolags tjänster och
köpverksamhet till privata skogsägare

*Private forest owners' opinion about forest purchaser
and wood supply organisations*

*Development of services and purchase activities towards
private forest owners*

Jörgen Bergh



Institutionen för skogens produkter och marknader

**Vad tycker skogsägare om virkesinköpare och
inköpsorganisationer?**

Utveckling av ett skogsbolags tjänster och
köpverksamhet till privata skogsägare

*Private forest owners' opinion about forest purchaser
and wood supply organisations*

*Development of services and purchase activities towards
private forest owners*

Jörgen Bergh

*Examensarbete 10 poäng, B-nivå i ämnet skogshushållning
Jörgen Bergh, skogsingenjörsprogrammet 02/05*

*Handledare SLU: Lars Hedman
Handledare Sveaskog: Lars Lundh*

Förord

I utbildningen till skogsmästare ingår ett 10-poängs examensarbete, som en del av utbildningen. Detta examensarbete har utförts på uppdrag av Sveaskog och bygger på en enkätundersökning gjord vintern 2005. Enkätundersökningen har vänt sig till tvåhundra femtio privata skogsägare i Västmanland, Dalarna, Uppland och Södermanlands län. I studien ingår skogsägare, såväl åbor som utbor, vilka valts slumpmässigt ur fastighetsregistret.

Inom Sveaskog pågår ett intensivt arbete på nationell nivå för att förbättra kundrelationer och service till privata skogsägare. Resultatet och analysen av detta examensarbete kommer förhoppningsvis att påverka denna process och ge nya idéer och infallsvinklar i det fortsatta utvecklingsarbetet.

Rapportens resultat och slutsatser finns även som en PowerPoint presentation.

Jag vill tacka värdföretaget och alla som hjälpt mig under arbetets gång. Framför allt vill jag tacka min handledare Lars Lundh, kundansvarig på Norra Bergslagens distrikt för nyttiga tips och idéer och Mattias Forsberg, Sveaskog, Östersund som snabbt och enkelt försåg mig med ett urval av markägare. Jag vill också tacka Lars Hedman, institutionen för skogens produkter och marknader i Uppsala som varit min handledare vid SLU.

Jörgen Bergh

Skinnskatteberg, december 2005

Abstract

The private forest owners play a key role in the supply of round wood to the Swedish forest industry. Today it is a keen competition between forest companies about the wood from private forest owners. In order to get access to the wood from the private forestry you need to be an attractive collaboration partner, who can offer long-term collaboration, service at top-level, and acting for good prices to the forest owners.

This work aims at analysing the situation on the market today. It gives Sveaskog purchase department a good view of the forest owners' opinion in general about the existing purchase activities.

Forestry service level and timber prices are determining factors for a successful relationship between forest company and forest owner. Today's methods for purchasing round wood works pretty well but could be improved by more active purchasers.

The possibility to see the timber flow online should be able to develop further.

Only to pay the highest price for the wood will not be a good strategy for the future. The purchasing organisations have to support and strengthen other services to the private forest owners. Examples of such activities are guidance in forestry matters and tax rules and also to provide resources for forestry services besides harvesting (e.g. silviculture, forest management planning).

The trademark Sveaskog should be strengthened through information campaigns in media to inform the general public as well as the private forest owners what services Sveaskog has offer.

Sammanfattning

Inom den svenska skogindustrin spelar råvaruanskaffning genom köp av privata skogsägare en nyckelroll i verksamheten. Idag råder stenhård konkurrens om skogsråvaran från privata skogsägare. För att klara försörjningen till skogindustrin krävs att man är en attraktiv samarbetspartner som kan erbjuda långsiktigt samarbete och hög skoglig servicegrad till privata skogsägare. Man bör även vara prisledande på virkesmarknaden för att nå framgång.

Undersökningen syftar till att analysera situationen på marknaden idag och den ger Sveaskogs inköpsorganisation en bild av vad skogsägarna tycker i allmänhet om inköpsverksamheten, i dess nuvarande omfattning.

Enkätundersökningen, utförd under vintern 2005, har slumpmässigt oavsett kön omfattat 250 privata skogsägare i Dalarna, Uppland, Västmanland och Södermanland. Skogsägarnas svar har varit helt anonyma. Detta torde vara ett bra sätt att få uppriktiga och betydelsefulla svar.

Resultatet av undersökningen visar att skoglig servicegrad och virkespriset är avgörande faktorer för en lyckad relation med skogsägaren. Dagens köpformer fungerar ganska bra, men en mer aktiv uppsöksverksamhet av inköparna mot skogsägarna efterfrågas. En förenkling av uppdragsredovisningen efterfrågas. En möjlighet att se virkesflöden "online", bör kunna utvecklas vidare. Skogsägarna är överlag positiva till ett fortsatt samarbete med skogsbolagen. Skogsägarna tycker överlag att relationen till virkesköparen fungerar bra. Genom att vara långsiktig i relationen med skogsägare får inköparen bättre kunskaper om de behov som efterfrågas, och blir därigenom en tryggare samarbetspartner.

Framtidens strategi för att bli framgångsrika på köpsidan är inte förmågan att enbart kunna betala högsta pris för virket. Dagens och morgondagens skogsägare har allt mindre kunskaper om skog och dess skötsel. Detta kommer att leda till ökad efterfrågan på skogliga tjänster och skogsekonomisk rådgivning av bolagen och deras virkesköpare. Allt mer tid kommer att krävas för olika typer av rådgivningsfrågor samt tillhandahållande av resurser för skogliga tjänster. Eftersom efterfrågan är stor på skatte- och deklarationsrådgivning, bör virkesinköpare ha aktuella grundkunskaper i dessa frågor samt kunna hänvisa skogsägare till "Sveaskogs experter". Inom just dessa områden bör fokus bibehållas eller ökas.

En ökad marknadsföring av Sveaskog genom olika typer av media krävs för den breda allmänheten och tillika skogsägarna för att de ska få upp ögonen för vad Sveaskog har att erbjuda. Därtill kommer en ökning av antalet skogs dagar/familjedagar och kurser att vara av stor betydelse för framtida virkesaffärer. Målet måste vara att bli en trygg och långsiktig samarbetspartner för skogsägarna.

Ökad fokusering på hög skoglig servicegrad mot kunderna i form av kompetent personal och ett brett utbud av tjänster, av hög kvalitet, i både erbjudanden och utföranden, kommer att leda till ökat antalet leverantörer och volymer på lång sikt. Därigenom kan mindre fokus läggas på virkespriset.

Innehållsförteckning

Förord	1
Abstract	2
Sammanfattning	3
1 Inledning.....	5
1.1 Bakgrund	5
1.2 Syfte	5
1.3 Ägarstrukturer och traditionella köpformer inom privatskogsbruket	6
1.4 Köpformer som tillämpas av Sveaskog.....	7
1.5 Motiv för avverkning	8
2 Material och metoder	9
3 Resultat.....	11
3.1 Allmän information	11
3.2 Resultat från del 1. Allmänna uppgifter	11
3.3 Resultat från del 2. Uppgifter om skogligt affärsmässigt samarbete.	15
3.4 Resultat från del 3. Skoglig service och rådgivning för kunden.	21
3.5 Resultat från del 4, Om ni har haft kontakt med inköpare, (inspektor på Säf).	28
4 Diskussion	36
4.1 Hur ser resultatet ut av undersökningen	36
4.2 Fastighets och ägarstruktur.....	36
4.3 Marknaden.....	37
4.3 Vad avgör valet av affärspartner	38
4.4 Slutsatser	39
5 Referenser.....	41
5.1 Litteratur.....	41
5.2 Hemsidor	41
Bilaga 1	42
Bilaga 2	47
Bilaga 3	48

1 Inledning

1.1 Bakgrund

Uppdragsgivare för detta examensarbete är Sveaskog. Allt intensivare strukturförändringarna i skogsbruket har lett till att man gått från att avverka virke mestadels vintertid till att idag bedriva skogsavverkning året runt för att klara industrins råvarubehov. Konkurrensen om vedråvaran är för närvarande påtagligt i stora delar av landet, vilket i sin tur kräver nya och kostnadseffektiva lösningar. För att klara industrins försörjningsbehov hela året är råvaruanskaffning genom de lokala köpen en väldigt viktig del i verksamheten. Det gör att skogsbolaget är beroende av sina privata leverantörer för inköp av skogsråvara. För att kunna säkerställa råvaruförsörjningen måste bolaget vara en attraktiv samarbetspartner som kan erbjuda trygghet och god service till privata skogsägare, samt vara prisdrivande på virkesmarknaden.

Virkesanskaffning genom köp av privata skogsägare är ingen ny företeelse. Även i AssiDomän AB anskaffades virke genom köp av privata skogsägare. I december 2001 blev staten genom Sveaskog AB ägare till samtliga aktier i Assidomän AB varvid Sveriges största skogsbolag bildades. För att klara den hårdnande konkurrensen har man sedan en tid intensifierat utvecklingen av köpverksamheten inom skogsbolaget. Behovet av att skapa långsiktiga och goda relationer med privata skogsägare är en viktig faktor för bolaget.

Uppgiften i detta examensarbete är att konkretisera behovet för ett servicelämnande företag.

1.2 Syfte

Enkätundersökningen syftar till att analysera dagens situation på marknaden i Mellansverige, samt ge Sveaskogs inköpsorganisation en bild av vad skogsägarna tycker om inköpsverksamheten, i dess nuvarande omfattning.

Följande frågeställningar belyses i detta arbete:

- *Hur fungerar marknaden för privata skogsägare idag?*
- *Vilken typ av skogliga tjänster efterlyser skogsägarna?*
- *Vilket rådgivningsbehov finns bland privata skogsägare?*

Informationen har inhämtats via en enkätundersökning som genomförts under vintern 2005. Den har omfattat 250 privata skogsägare i Dalarna, Uppland, Västmanland och Södermanland.

Syftet är även att ge nya infallsvinklar till skogsbolaget i sitt fortsatta utvecklings- och strukturarbete av köpverksamheten och hur servicen mot privata skogsägare kan förbättras och tydliggöras.

1.3 Ägarstrukturer och traditionella köpformer inom privatskogsbruket

Efter avskaffandet av arvs- och gåvobeskattningen från och med 1 januari, 2005 blev möjligheterna goda till ett ekonomiskt fördelaktigt arvs- eller gåvoskifte av skogsfastigheter. Förändringarna i jordförvärvslagen har gett nya ägargrupper möjlighet att köpa skogsmark. Detta kommer troligtvis att påskynda de redan påbörjade förändringar inom ägarstrukturerna i svenskt skogsbruk. Det pågår även en strukturuomvandling där man går mot större enheter, samt att urbaniseringen medför att många skogsägare idag är utboägare.

Skogsägarens avverkningsintensitet beror på bland annat virkespriser, skattelagstiftning, den ekonomiska situationen och fastighetens skogstillstånd (Lönner & Lönnstedt 1997). Förutom dessa faktorer påverkar faktorer av mer ickemonetar karaktär, exempelvis ägarens boendesituation, social tillhörighet samt inflytande från familj och vänner (Eriksson, 2005). Skogsbolagets virkesköpare måste sätta sig in i skogsägarens beslutssituation för att kunna påverka den enskilde skogsägaren att avverka. Då konkurrensen på virkesmarknaden mellan de olika skogsbolagen ökar, är det viktigt att man vet vad som ligger bakom skogsägarens agerande. För att vara lyckosam på den marknaden så måste man kunna erbjuda de tjänster som skogsägaren efterfrågar, och veta varför skogsägarna agerar som dom gör.

Det finns en rad frågor som rör en aktör på virkesmarknaden idag, t ex:

- Vilka är kraven som dom privata virkesleverantörerna har på sin samarbetspartner?
- Vad vill skogsägaren ha i motprestation mer än ett högt rotnetto?
- Hur man skall utveckla samarbetet utifrån skogsägarens krav och målsättning?

En enligt min mening relevant frågeställning blir då. Blir produktionsmålet och därmed de ekonomiska grunderna i produktionsskogsbruket lidande om för stort fokus läggs på miljömålet?

Vid inköp av skogsråvara från privata skogsägare finns traditionellt följande köpformer för rundvirke.

1. Leveransvirke: Skogsägaren levererar virket liggande vid väg och betalas efter volym och kvalitet. Virket mäts och värderas vid industrin.
2. Avverkningsuppdrag (AU): virket mäts och värderas vid industrin, betalningen sker efter gällande prislista. avdrag för drivnings- och avverkningskostnader görs.
3. Leveransrotköp (LRK): Köp av rotstående skog. priset sätts per kubikmeter uppmätt vid industri, totalt eller sortimentsvis. Kostnaderna är beaktade i prissättningen.
4. Rotpost: Stämplingslängd upprättas där samtliga träd som skall avverkas inom avverkningsområdet märks och mäts. Volym och värde beräknas med hjälp av stämplingslängden.

1.4 Köpformer som tillämpas av Sveaskog

När man gör virkesaffärer talar man om olika ursprung. Dvs. på vilket sätt affären ska läggas upp. Det förekommer idag sex olika ursprung i Sveaskogs värld (www.sveskog.se). Här nedan följer en kort presentation av dem.

Rotpost: Stämplingslängd upprättas där samtliga träd som skall avverkas inom avverkningsområdet märks och mäts. Volym och värde beräknas med hjälp av stämplingslängden.

Leveransvirke vid väg: Avtal fastställs vilken prislista som skall ligga till grund för beräkningen av virkesvärdet. Skogsägaren avverkar och transporterar själv virket fram till väg. Virkesköparen ombesörjer transport till industri där virkets volym och värde fastställs.

Avverkningsuppdrag: I avtal fastställs en avverkningskostnad samt vilken prislista som skall ligga till grund för beräkning av virkesvärdet. Virkesköparen ombesörjer sen avverkning och transport till industri där virkets volym och värde fastställs.

Avverkningsuppdrag: I avtal fastställs vilken prislista som skall ligga till grund för beräkning av virkespriserna. Virkesköparen ombesörjer sen avverkning och transport till industri där virkets volym och värde fastställs. För beräkning av avverkningsuppdragets nettovärde används den efter avverkning beräknade verkliga avverkningskostnaden

Leveransrotköp: I avtal fastställs ett fast nettopris antingen per sortiment eller som ett snittpris totalt per m³fub. Virkesköparen ombesörjer sen avverkning och transport till industri där virkets volym fastställs

Leveransvirke i skog: I avtal fastställs vilken prislista som skall ligga till grund för beräkningen av virkesvärdet. Skogsägaren avverkar själv virket. I avtal fastställs en kostnad för skotning av virket fram till väg. Virkesköparen ombesörjer skotning fram till väg samt transport till industri där virkets volym och värde fastställs.

1.5 Motiv för avverkning

För att en skogsägare skall avverka finns det främst tre motivationsfaktorer enligt Törnqvist (1995). De tre motivationsfaktorerna är skogstillståndet, ägarhushållets behov och omvärldsfaktorer.

Skogstillståndet: En bedömning av skogstillståndet innefattar både nu realiserbara värden och framtida värden. De främsta måtten för att bedöma skogstillståndet är åldersammansättningen, huggningsklasser, virkesförråd och tillväxt. Därtill kommer naturliga och onaturliga kalamiteter så som stormfällningar, insektshärjningar och rötskador som är av mer tvingande natur. Ägarens intressen som till exempel viltvård och rekreation påverkar också valet av åtgärd. Ägaren måste finna en avvägning av målen som stämmer med skogens möjligheter (Törnqvist, 1995).

Ägarhushållets behov: Innebär att skogsägaren avverkar för sina ekonomiska behov, i form av tillfälliga utgifter såsom investeringar, och löpande utgifter till underhåll, räntor och amorteringar (Törnqvist, 1995).

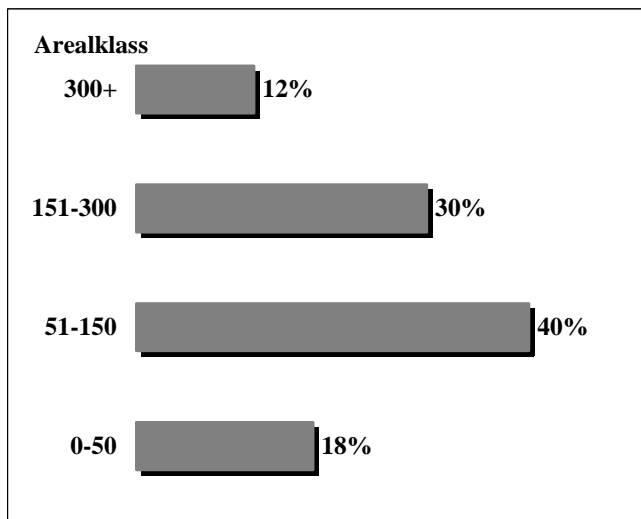
Omvärldsfaktorer: Här är det framförallt tre viktiga faktorer som påverkar, virkesmarknaden, skogspolitiska åtgärder (lagstiftning samt bidrag) och skattesystemet. Virkesmarknaden anger priset och erbjudanden och det påverkar beslutet att avverka. Det diskuteras hur kraftig påverkan av priset är för en enskild avverkning, då det vid den enskilda avverkningen finns flera bedömningsgrunder av mer tvingande slag. Skogsägaren är då inte så styrd av virkespriset (Törnqvist, 1995). Ju större valfrihet skogsägaren har avseende tidpunkt och beståndsval desto större är möjligheterna att utnyttja prisvariationer på marknaden.

2 Material och metoder

För att uppnå en relevant spridning och mix av skogsägare har jag delat upp skogsägarna i fyra kategorier, baserat på fastighetens skogsmarksareal. För att kunna kategorisera dessa grupper har jag tittat på hur fördelningen och ägarstrukturen ser ut över hela landet. Det har gett mig en bra bild över hur många skogsägare det finns i varje arealkategori och även den generella ägarbilden i undersökningsområdet. Medelfastigheten i Sverige ligger på ca 50 ha. Den fördelningen som framkommit har sedan fungerat bra som referensmaterial i min igen kategorisering av antalet utskick i respektive arealkategori. Då det gäller intervallet för fastighetsstorleken ansåg jag att fyra arealkategorier skulle räcka för att kunna sammanställa ett underlag som uppfyller studiens syften.

För att kunna identifiera fastigheterna och dess ägare, i den region som den här enkäten skulle skickas ut till användes uppgifter ur fastighetsregistret. I samarbete med en person på Sveaskog med behörighet till detta register slumpades 300 fastighetsägare i respektive arealkategori och län fram. Dessa 300 fastighetsägare i respektive arealkategori bearbetades sedan i Excel. För att få fram önskat antal fastigheter i varje kategori tilldelade jag varje markägare ett slumptal, detta slumptal multiplicerades med antalet markägare i samplet för varje arealkategori (300/kategori). Resultatet adderades med talet 1 och decimalerna tog bort. På så sätt kunde jag plocka ut det antal markägare som skulle ingå i undersökningen oavsett könstillhörighet eller andra parametrar.

I figur 2.1 finns resultatet av andelen utskickade enkäter per fastighetsstorlek.



Figur. 2.1. Enkäternas procentuella fördelning på arealklasser

I valet av metod för detta examensarbete har jag använt mig av den kvalitativa metoden, för att försöka förstå och analysera helheter. Datainsamlingen har skett med hjälp av en enkätundersökning, som skickats till skogsägare i Västmanland, Dalarna, Uppland och Södermanlands län. Skogsägarnas svar har varit helt anonyma, vilket torde ge ärliga och sanningsenliga svar. Studien omfattar 250 stycken, privata virkesleverantörer, med varierande fastighetsstorlekar.

Alla fastighetsuppgifter respektive fastighetsägare har behandlats konfidentiellt.

Frågeställningarna i enkäten är framtagna av författaren, som efter granskning och justeringar av handledaren sammanställts till en enkät, innehållande fyra delar, om totalt 31 frågor. I brevet klargjordes syftet med enkäten och vem författaren var. I brevet fanns även e-post uppgifter och telefonnummer om de skulle vilja kontakta författaren. Ingen numrering av enkäterna har förekommit, för att på så sätt skydda skogsägarnas anonymitet. Inkomna enkäter har sammanställts i en databas i kalkylprogrammet Excel för vidare bearbetning. Där kan man med hjälp av sortering och filtrering ordna kraftfulla analyser på ett enkelt sätt. Den fortsatta analysen har genomförts så att författaren analyserat det sammanställda materialet och presenterat det i tabeller och diagram. De områden som efter analys av enkätaterialet ansågs vara viktiga för studiens syfte valdes ut. På dessa områden lades det största analytiska arbetet.

3 Resultat

3.1 Allmän information

Totalt skickades 250 enkäter ut, jämt fördelade mellan Västmanland, Dalarna, Uppland och Södermanlands län. Totalt inkom 163 enkäter, vilket ger en svarsfrekvens på 65,2 %. Resultatredovisningen kommer att följa enkätens mönster och rubriksammansättning.

I resultatet redovisas de svar som framkom från enkätundersökningen.

3.2 Resultat från del 1. Allmänna uppgifter

- Den första delen i enkäten behandlar allmänna uppgifter. Den består av sju stycken frågor, som redovisas i nummerordning.

Fråga 1. Ange kön?

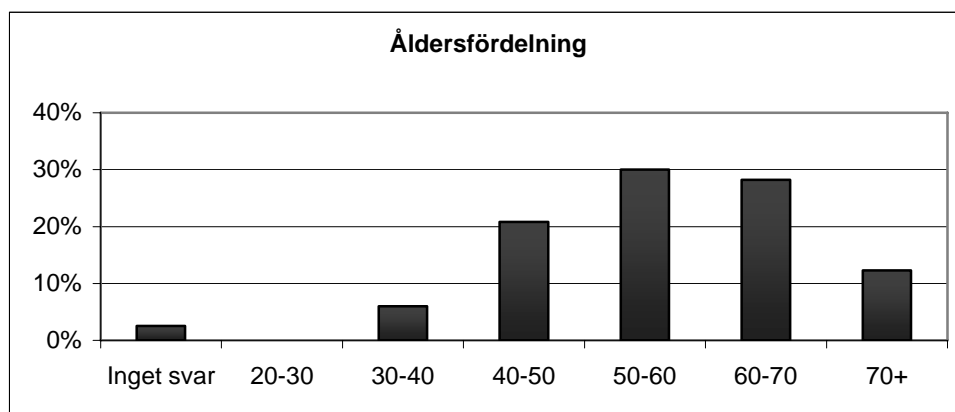
Resultatet av könsfördelningen stämde väl överens med ägarförhållandena sett i ett nationellt perspektiv, vilket framgår av tabell 3.2.1

Tabell 3.2.1 Andelen manliga och kvinnliga skogsägare i enkätsvaren resp i hela riket.

	Enligt enkäten	Hela riket
Manliga skogsägare	61 %	62 %
Kvinnliga skogsägare	36 %	38 %
Inget svar	3 %	

Fråga 2. Ange ålder?

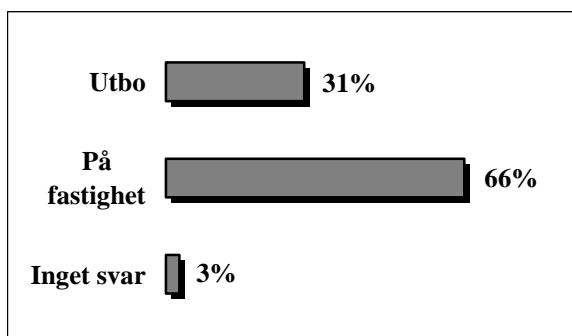
Skogsägarnas åldersfördelning i undersökningen visar att andelen som är 60 år och äldre är ca 40 % vilket är högt med tanke på att andelen 60 år och äldre på nationell nivå är, cirka 28 %. Medelåldern bland skogsägarna ligger på ca 57 år. Figur 3.2.2 visar skogsägarnas åldersfördelning



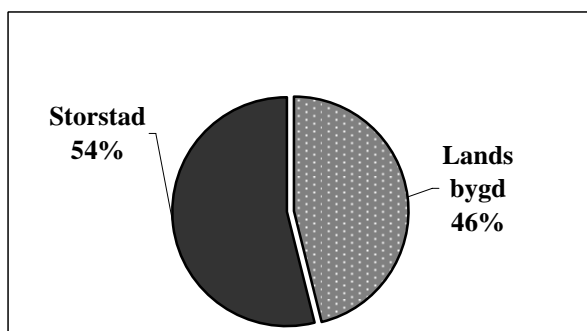
Figur 3.2.2. Åldersfördelningen bland skogsägare i undersökningen.

Fråga 3. Ange boendeform?

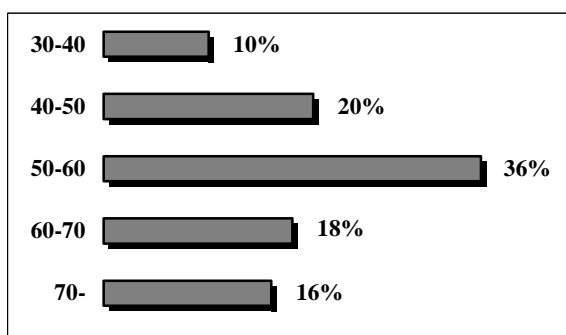
Boendeformen är uppdelad på utbo och boende på fastigheten. Som utbögt företag betecknas företag vars ägare bor utanför den kommun där skogsfastigheten är belägen. Tittar man på fördelningen över landet så överensstämmer den ganska väl med mitt resultat. I hela landet är andelen skogsägare som klassas som utbo idag 34 % och resterande 66 % bor på, eller i samma kommun som fastigheten. Resultatet visar att 46 % av utborna bor på landsbygden och resterande i storstad. Utbornas fastighetsstorlek domineras av små och medelstora fastigheter. När det gäller större fastigheter så tenderar utböghandlet att minska.



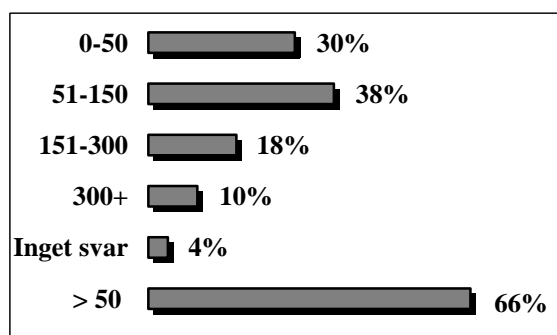
Figur 3.2.3. Skogsägarnas boendeform.



Figur 3.2.4. Utböghandlets hemvist.



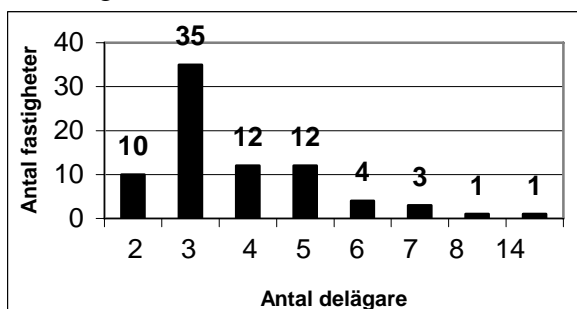
Figur 3.2.5. Andelen utbo per ålderskategori.



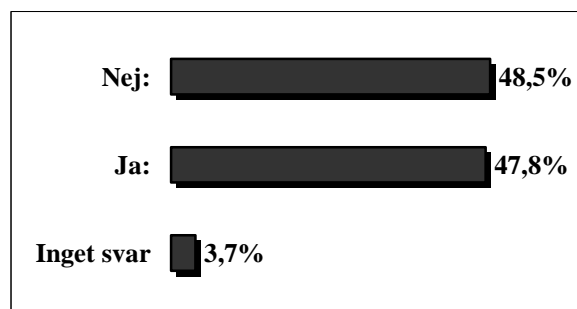
Figur 3.2.6. Utbofastigheternas storlek.

Fråga 3b. Är fastigheten samägd?

Skogsfastigheter som har flera delägare är vanligt förekommande i den region som undersökningen ägt rum i. Hela 47,8 % av fastigheterna ägs av mer än en person. Ser man i det nationella perspektivet så ligger andelen skogsfastigheter som ägs av två eller fler på ca 41 %. Se figur 3.2.7 och 3.2.8.



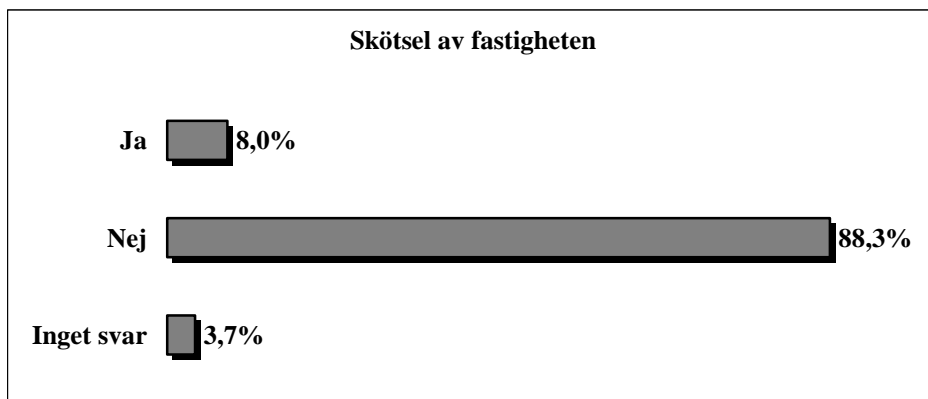
Figur 3.2.7. Antal delägare på samägda skogsfastigheter.



Figur 3.2.8. Andel skogsfastigheter som är samägda (ja) resp enskilt ägda (nej).

Fråga 4. Är din huvudsakliga sysselsättning skötsel av fastigheten?

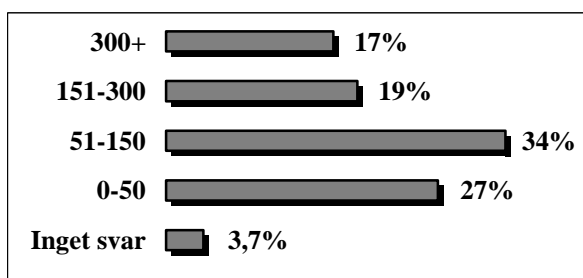
Skogsägare som har sin huvudsakliga sysselsättning i skogsbruket ligger på 8 % av dom tillfrågade. Utboägare samt skogsägare som har sin huvudsakliga förvärvsinkomst från annat arbete ligger på drygt 88 % enligt figur 3.2.9.



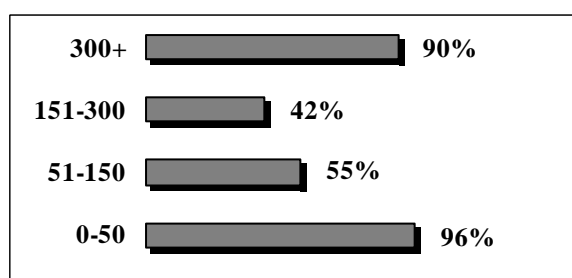
Figur 3.2.9. Andelen fastigheter med huvudsaklig sysselsättning på den egna fastigheten (Ja) resp utanför fastigheten (Nej).

Fråga 5. Ange fastighetens skogsmarksareal i hektar?

Av de 163 enkäter som inkom, är fördelningen av skogsmarksarealen och svarsfrekvensen från respektive arealkategori i figur 3.2.10 och 3.2.11. Tyngdpunkten i undersökningen ligger på små och medelstora fastigheter, vilket är ett medvetet val i den här undersökningen. I undersökningsområdet är det just dessa kategorier som dominerar och är mest representativa. Bäst svarsfrekvens har de största och minsta fastigheterna. Fastigheternas medelareal skiljer sig inte från landet i övrigt, den är ca 50 hektar. Materialets omfattning tillåter inte några statistiskt säkra slutsatser när det gäller fördelningen av skogsmarksarealen inom området.



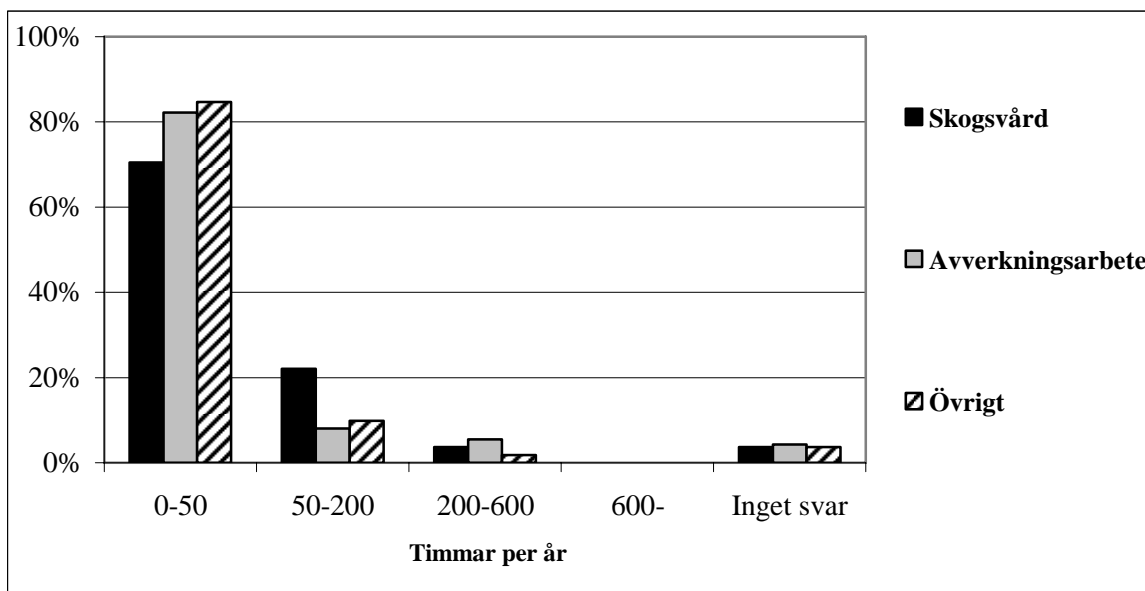
Figur 3.2.10. Andelen skogsägare per arealklass



Figur 3.2.11. Svarsfrekvens i respektive arealgrupp.

Fråga 6. Ange antalet årsarbetstimmar i skogsbruket?

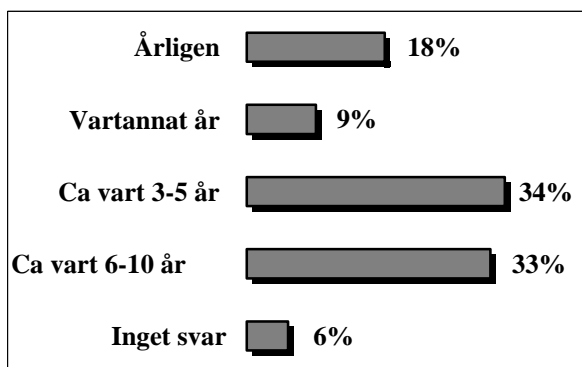
I figur 3.2.12 visas mängden nedlagd tid i skogsbruket. Över 70 % av markägarna lägger ner 0-50 timmar på olika skogliga åtgärder per år. Andelen som lägger ned 200-600 timmar på olika skogliga åtgärder är som mest 5 % beroende på kategori och innehåller många kombinerade jord- och skogsfastigheter. I kategorin övrigt lägger 85 % ner 0-50 timmar.



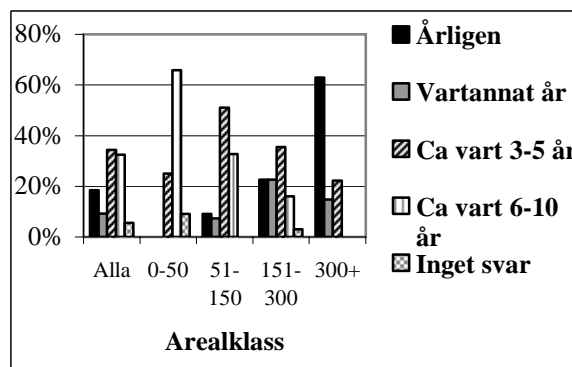
Figur 3.2.12. Antalet årsarbetstimmar som skogsägarna ägnar åt skogsarbete.

Fråga 7. Hur ofta avverkar du/ni skog för försäljning på fastigheten?

Här är tendens tydlig, ju större fastighet man har desto mer kontinuerligt avverkar man. Det hänger givetvis samman med fastighetens skogstillstånd där bedömt virkesförråd, ålderssammansättning och tillväxt avgör. Därtill kommer yttre faktorer såsom stormfällningar, insekter och rötskador som är av mer tvingande natur. Se figur 3.2.13 och 3.2.14.



Figur 3.2.13. Hur ofta skogsägarna avverkar.



Figur 3.2.14. Avverkningsintensitet per arealklass.

3.3 Resultat från del 2. Uppgifter om skogligt affärsmässigt samarbete.

- I den här delen behandlas och redovisas resultatet som handlar om skogligt affärsmässigt samarbete.

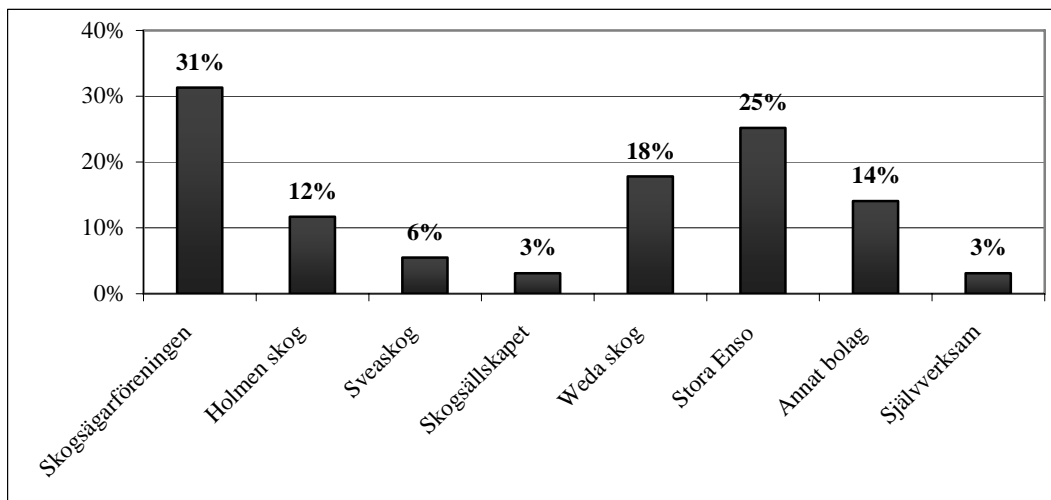
Fråga 8. Vem anlitar du/ni för skogliga tjänster? (Flera alternativ kan väljas)?

I undersökningsområdet har Mellanskog, Holmen och Stora Enso ett starkt fäste, framförallt i Dalarna och Uppland vilket också speglas i den höga andelen företag som man har affärsmässigt samarbete med. Under "Annat bolag" finner man olika privata köpsågverk samt Korsnäs. De markägare som angett att dom är självverksamma har inte lämnat några uppgifter om vilka de säljer virket till, det var totalt 5 st eller 3 % av deltagarna. Figur 3.3.1 visar vilken marknadsandel respektive bolag har i skogliga rådgivningsfrågor.

Andel som levererar till flera aktörer på virkesmarknaden är ca 14,7 %.

Den vanligaste kombinationen är:

- Skogsägarföreningen och Weda skog
- Skogsägarföreningen och Stora Enso



Figur 3.3.1. Skogliga aktörer som anlitas av skogsägarna för skogliga tjänster.

Resultatet i fråga 8, visar samtliga ägarkategorier och fastighetsstorlekar. Jag har efter analys av resultatet inte kunnat påvisa någon skillnad på vem man väljer som samarbetspartner vare sig man är man eller kvinna, bor på fastigheten eller är utboägare vid anlitan av skogliga tjänster. Spridningsmättet mellan bolagen är likartat vare sig man är kvinna eller man eller utbo eller inte. Det finns alltså inget som tyder på att något bolag är populärare än något annat om man har olika boendeform eller kön.

Fråga 9. Vilken är andledningen till att du/ni valde någon från fråga 8, som affärspartner?

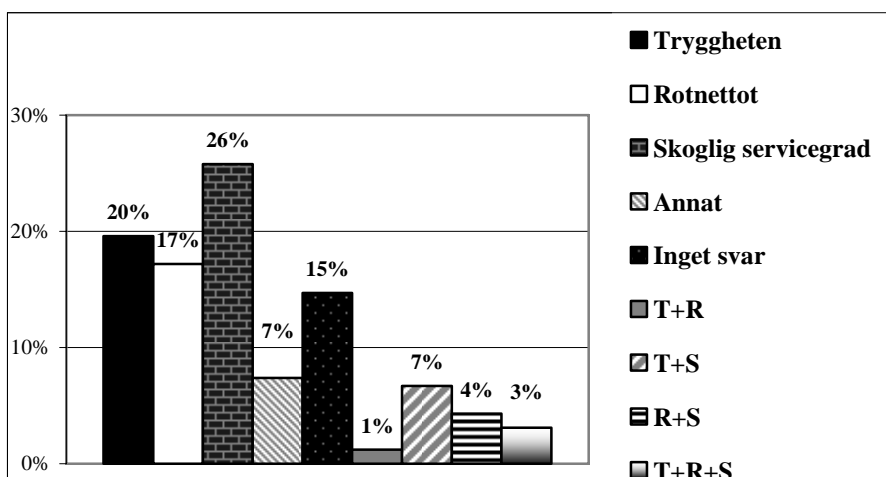
Som enskilt största faktor vid valet av samarbetspartner är skoglig servicegrad, följt av tryggheten och rotnettot. Som exempel under kategorin ”Annat” fanns t ex bra kvalité, tradition, bra utförda gallringar, släkt och tillfällighet mm. Se figur 3.3.2 för resultat.

Förklaringar till förkortningarna i figur 3.3.2, 3.3.3 och 3.3.4.

T = Tryggheten

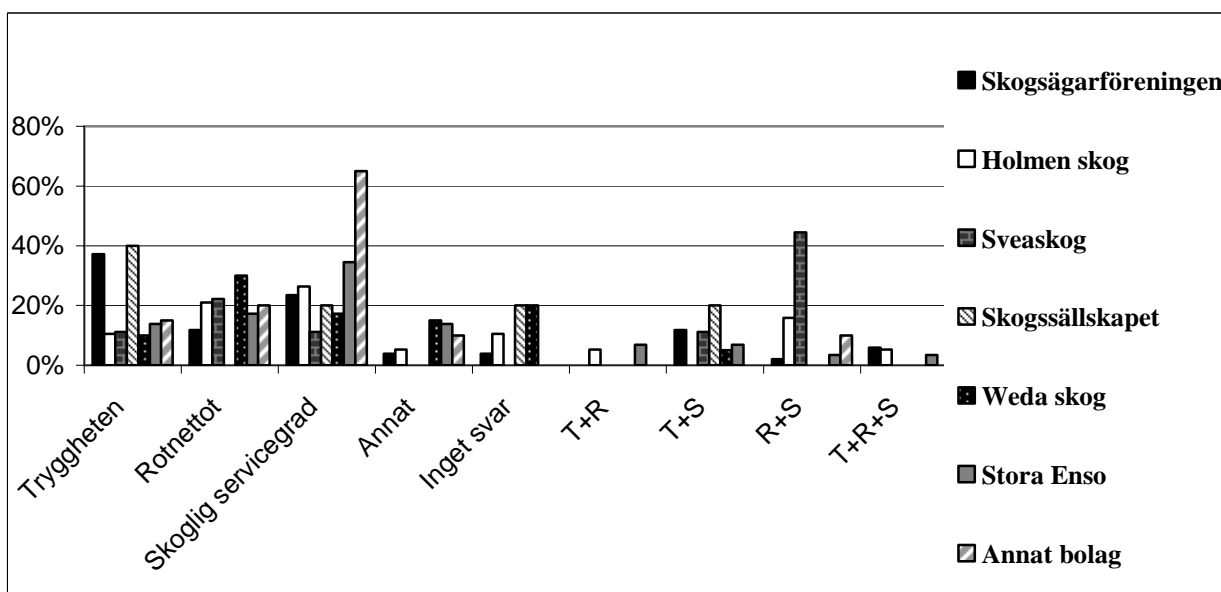
R = Rotnettot

S = Skoglig servicegrad



Figur 3.3.2. Motiv till valet av affärspartner.

Gör man analysen per bolag blir resultatet omvänt, där tryggheten är främsta orsak till samarbete framförallt om man levererar till skogsägarna eller skogssällskapet och till bolagen är fokus stort på rotnettot och skoglig servicegrad. Resultatet pekar på att skoglig servicegrad är av mycket stor betydelse. Här syns det tydligt att skoglig servicegrad är något man från kategorin ”Annat bolag” lyckats väldigt väl med, se figur 3.3.3.



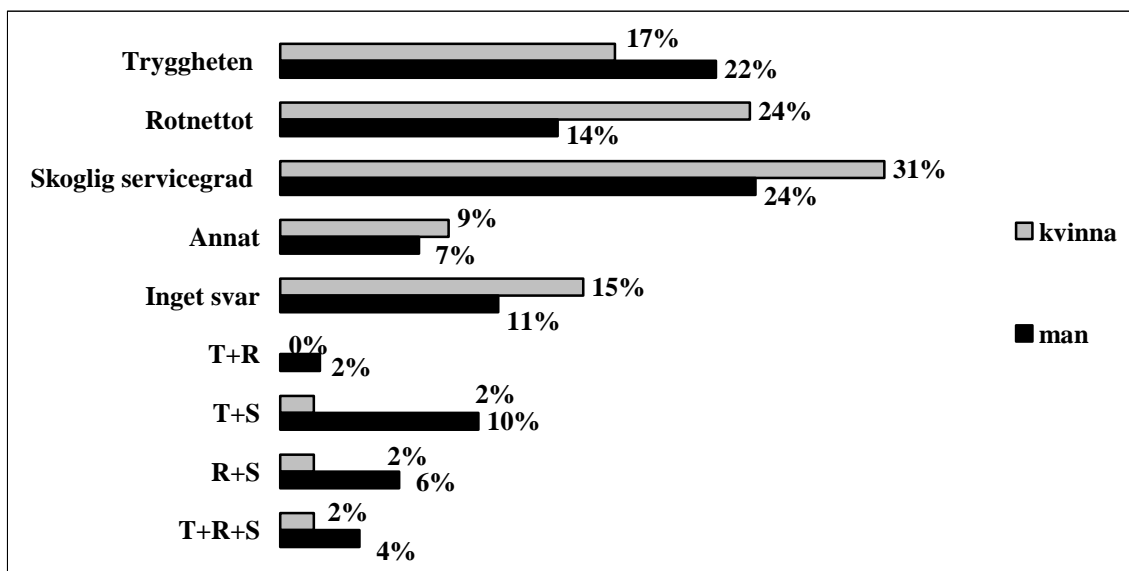
Figur 3.3.3. Andledningen till valet av bolag fördelat på de olika virkesköparna.

I tabellen har jag rangordnat samtliga bolag efter den faktor som vägt tyngst vid valet av skogsbolag. Resultatet utgår endast från enskilda val eftersom man kunde välja flera alternativ i den här frågan. Noterbart är att anledningen till att man valde Sveaskog är kombinationen rotnetto + skoglig servicegrad. Här pekar återigen resultatet på att tryggheten är av mindre betydelse.

Tabell 3.3.1. De bolag som fått högst procentandel i respektive kategori vid valet av affärspartner.

	Tryggheten	Rotnettot	Skoglig servicegrad	T+R	T+S	R+S	T+R+S
1.	Skogs sällskapet	Weda skog	Annat bolag	Stora Enso	Skogs sällskapet	Sveaskog	Skogsägar föreningen
2.	Skogsägar föreningen	Sveaskog	Stora Enso	Holmen skog	Skogsägar föreningen	Holmen skog	Holmen skog
3.	Annat bolag	Holmen skog	Holmen skog	Inget bolag	Sveaskog	Annat bolag	Stora Enso
4.	Stora Enso	Annat bolag	Skogsägar föreningen	Inget bolag	Stora Enso	Stora Enso	Inget bolag
5.	Sveaskog	Stora Enso	Skogs sällskapet	Inget bolag	Weda skog	Skogsägar föreningen	Inget bolag

I figur 3.3.4, visar på skillnaden mellan manligt/kvinnligt, där är tryggheten viktigare för män än för kvinnor medan kvinnorna anser att skoglig servicegrad är största enskilda faktor till varför man väljer just detta bolag, tätt följd av rotnettot. Man ser även att kombinationen trygghet + rotnetto är av mindre betydelse oberoende av kön. Kanske är det så att kvinnliga skogsägare är mer affärsdrivande.



Figur 3.3.4. Skillnaden mellan kvinnligt och manligt vid val av affärspartner.

Fråga 10. Vad tycker du/ni avgör valet av samarbetspartner vid en virkesförsäljning?

På fråga 10 kunde flera alternativ väljas vid val av samarbetspartner. I tabellen visas de som enbart angett en orsak till val av samarbetspartner och de är rangordnade efter den ”viktighetspoäng” svaren fått. Resultatet framgår av tabell 3.3.2 - 4.

Tabell 3.3.2. Procentuell rangordning efter kategorier vid valet av samarbetspartner, amtliga svar

	Samtliga
1. Virkespriset	22 %
2. Virkesköparens engagemang och service	16 %
3. Virkespriset + Virkesköparens engagemang och service	11 %
4. Erbjudande av skoglig rådgivning & service	10 %
5. Virkespriset + Erbjudande av skoglig rådgivning & service + Virkesköparens engagemang	7 %
6. Virkespriset + Möjlighet att få andra jobb utförda + Erbjudande av s. + Virkesköparen	6 %
7. Virkespriset + Erbjudande av skoglig rådgivning och service	5 %
8. Inget svar	5 %
9. Möjligheten att få andra jobb utförda	3 %
10. Annat	1 %
11. Övriga kombinationer, varians 0,6 – 2,5 %	14 %
12. Kooperation eller bolag	0 %

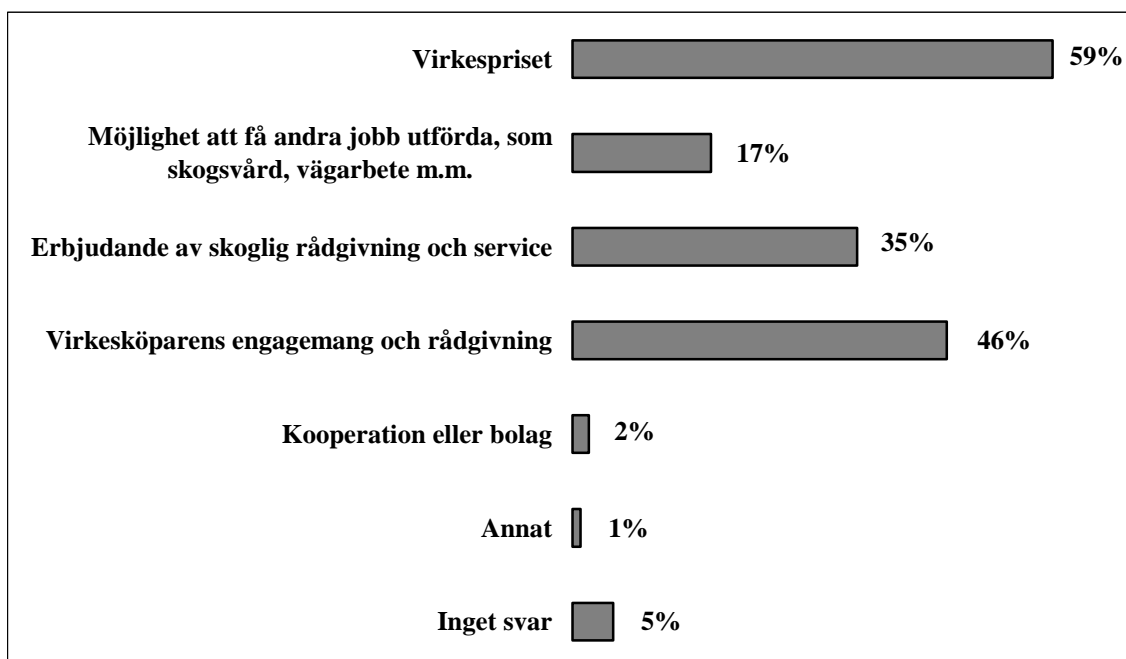
Tabell 3.3.3. Procentuell rangordning efter kategorier vid valet av samarbetspartner, kvinnor.

	Kvinna
1. Virkespriset	24 %
2. Virkesköparens engagemang och service	14 %
3. Virkespriset + Virkesköparens engagemang och service	10 %
4. Inget svar	10 %
5. Virkespriset + Erbjudande av skoglig rådgivning & service + Virkesköparens engagemang	9 %
6. Virkespriset + Erbjudande av skoglig rådgivning och service	7 %
7. Erbjudande av skoglig rådgivning & service	5 %
8. Möjligheten att få andra jobb utförda	5 %
9. Virkespriset + Möjlighet att få andra jobb utförda + Erbjudande av s. + Virkesköparen	3 %
10. Övriga kombinationer, varians 0,6 – 2,5 %	13 %
11. Annat	0 %
12. Kooperation eller bolag	0 %

Tabell 3.3.4. Procentuell rangordning efter kategorier vid valet av samarbetspartner, män.

	Man
1. Virkespriset	21 %
2. Virkesköparens engagemang och service	18 %
3. Erbjudande av skoglig rådgivning & service	13 %
4. Virkespriset + Virkesköparens engagemang och service	12 %
5. Virkespriset + Erbjudande av skoglig rådgivning och service	9 %
6. Virkespriset + Möjlighet att få andra jobb utförda + Erbjudande av s. + Virkesköparen	8 %
7. Virkespriset + Erbjudande av skoglig rådgivning & service + Virkesköparens engagemang	7 %
8. Övriga kombinationer, varians 0,6 – 2,5 %	2 %
9. Annat	1 %
10. Inget svar	0 %
11. Möjligheten att få andra jobb utförda	0 %
12. Kooperation eller bolag	0 %

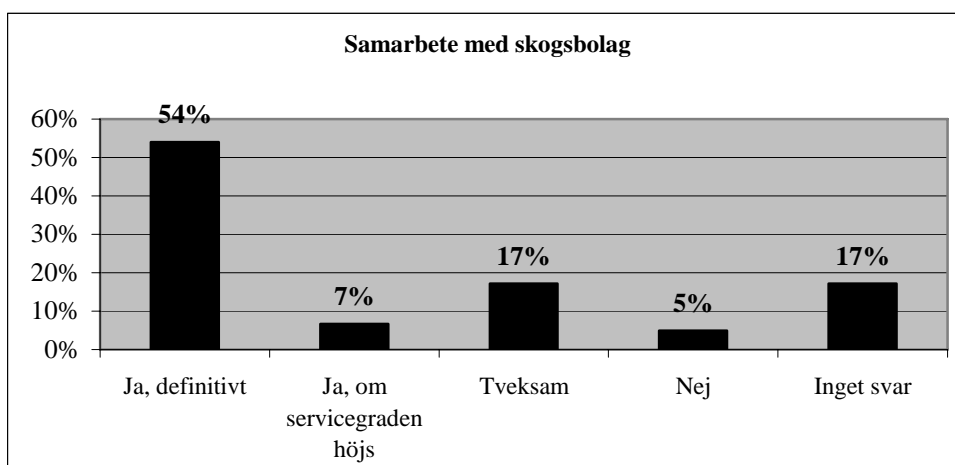
Virkespriset dominerar kraftigt om man väger in samtliga deltagare. Inte bara de som angav en orsak utan även de som angav flera alternativ. Virkespriset är viktigaste andledningen vid val av samarbetspartner. Se figur 3.3.5.



Figur 3.3.5. Andledning till valet av samarbetspartner för samtliga skogsägare.

Fråga 11. Om du/ni tidigare valt att samarbeta med skogsbolag, kommer du/ni att fortsätta med detta?

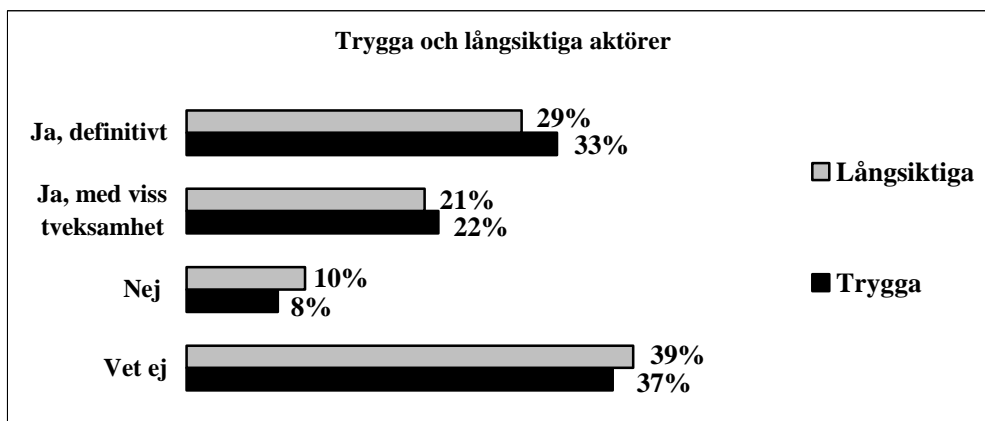
Över hälften 54 % har sin uppfattning klar, samarbetet kommer att fortsätta. När det gäller ökad servicegrad anser sig 7 % vilja fortsätta om servicegraden höjs, här dominerar leverantörer till Skogsägarföreningen med en andel på 54 %. Av dom 17 % som är tveksamma är hela 43 % leverantörer till skogsägarföreningen, och ytterligare 43 % leverantörer till Stora Enso. Övriga 14 % som är tveksamma levererar till Wedaskog och skogssällskapet. Av dom 5 % som inte kommer att fortsätta samarbetet kommer 37,5 % från Skogsägarföreningen, 25 % från Skogssällskapet, 25 % Annat bolag och 12,5 % från Sveaskog.



Figur 3.3.6. I vilken utsträckning vill man fortsätta sitt samarbete med skogsbolaget.

Fråga 12. Ser du/ni skogsbolagen som trygga och långsiktiga aktörer på virkesmarknaden?

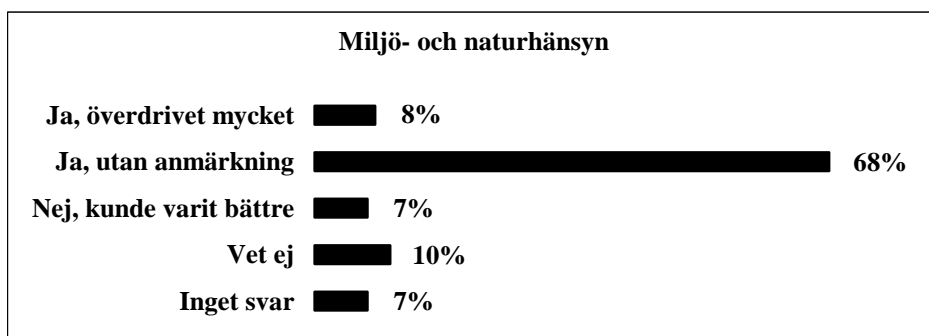
Andelen som inte ville ta ställning till frågan eller inte kunde bedöma den enskilda aktörens trygghet och långsiktighet var hög. Resultatet ”ja, definitivt” är inte speciellt högt, här finns det mycket att förbättra som diagrammet visar. Under svaret ”Nej” anser 6 % att Sveaskog inte är en långsiktig aktör och 71 % tycker att Skogsägarföreningen inte är en långsiktig aktör. Övriga 23 % är spridda på Weda och Stora. Då det gäller tryggheten har 69 % svarat att Skogsägarföreningen inte är en trygg aktör, 8 % att Sveaskog inte är trygga och övriga 23 % är jämnt spridda på Weda, Stora och Annat bolag.



Figur 3.3.7. Skogsägarnas syn på trygghet och långsiktighet hos de skogliga aktörerna.

Fråga 13. Anser ni att er skogliga samarbetspartner tar tillräcklig miljö- och naturhänsyn?

Enligt figur 3.3.8 anser hela 68 % att deras skogliga samarbetspartner sköter miljöhänsynen utan anmärkning. 8 % anser att man tar överdrivet mycket naturhänsyn, här finns alla bolag jämnt representerade.



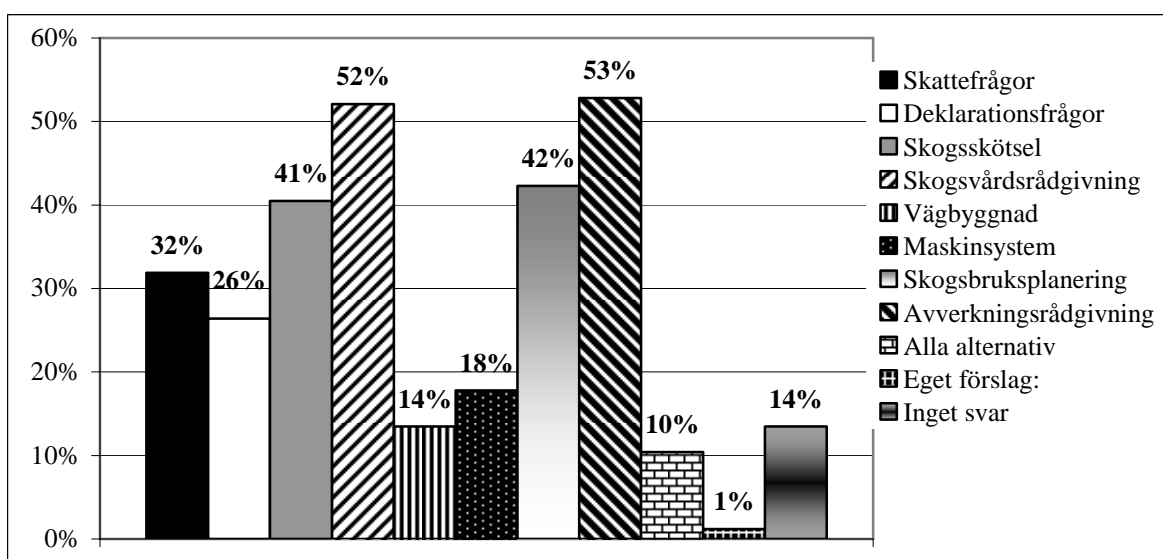
Figur 3.3.8. Skogsägarnas syn på om bolagen tar tillräcklig miljö- och naturhänsyn.

3.4 Resultat från del 3. Skoglig service och rådgivning för kunden.

- I den här delen behandlas och redovisas resultatet som skogsägarna har behov av, i form av service och rådgivning i skogliga frågor.

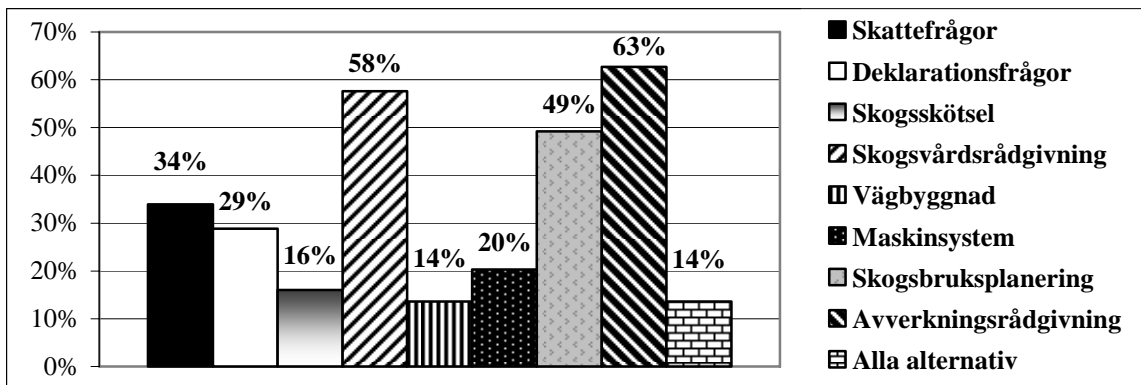
Fråga 14. Vilka skogliga rådgivningsfrågor skulle du/ni ha behov av att få hjälp med?

Här är resultatet väldigt tydligt, det är inom avverkningsrådgivning (53 %) och skogsvårdsrådgivning (52 %) behovet är störst. Därefter följer klart skogsbruksplaner (42 %) och rådgivning om skogsskötsel (41 %). Även skatte- och deklarationsfrågor efterfrågas i stor utsträckning. I figur 3.4.1 har skogsägarnas alla val tagits med, eftersom man i den här frågan kunde ange flera alternativ, vilket också de flesta har gjort.

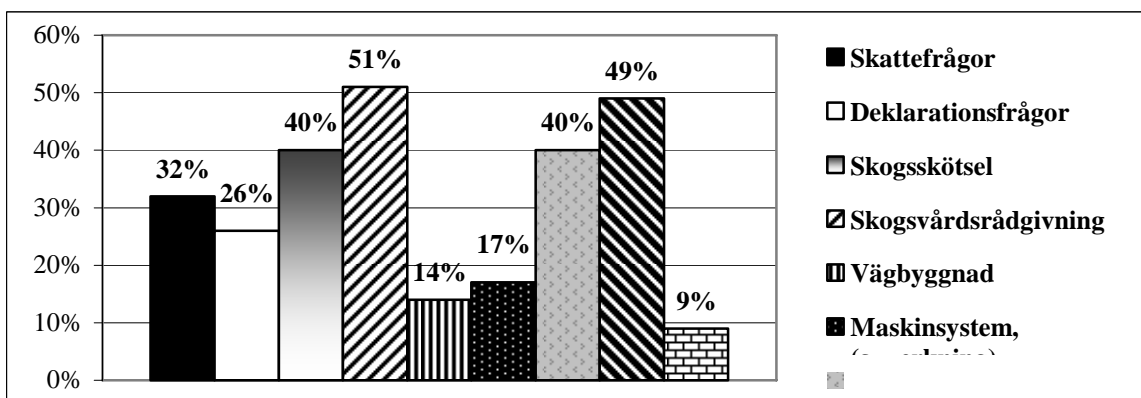


Figur 3.4.1. Vilka skogliga rådgivningsfrågor önskar skogsägarna hjälp med?

Skillnaderna i rådgivningsbehov mellan manliga och kvinnliga skogsägare är inte så stora, störst skillnad återfinns i ämnet skogsskötsel. Rådgivningsbehovet domineras i båda grupperna av skogsvård-, avverknings- och skogsbruksrådgivning (skogsbruksplaner).

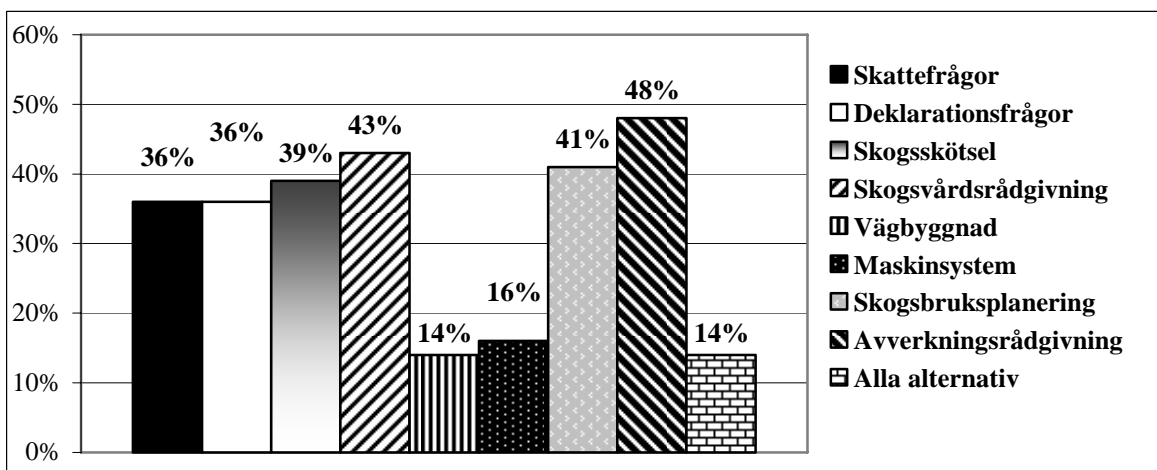


Figur 3.4.2. Kvinnliga skogsägars rådgivningsbehov.

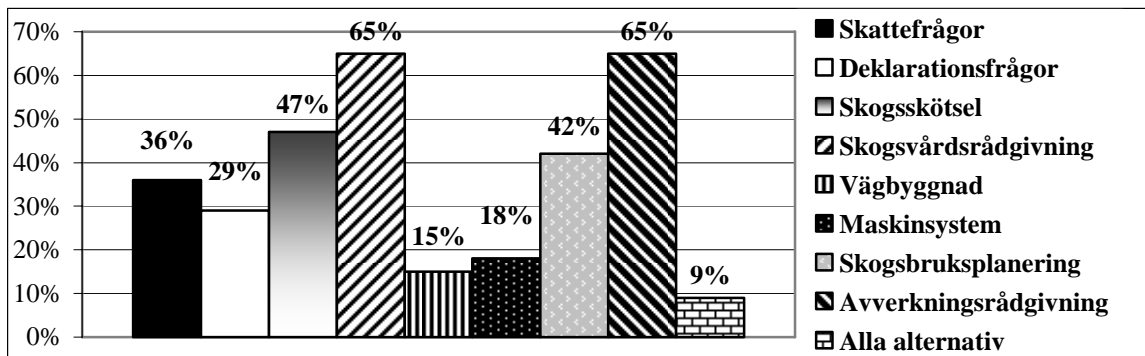


Figur 3.4.3. Manliga skogsägars rådgivningsbehov.

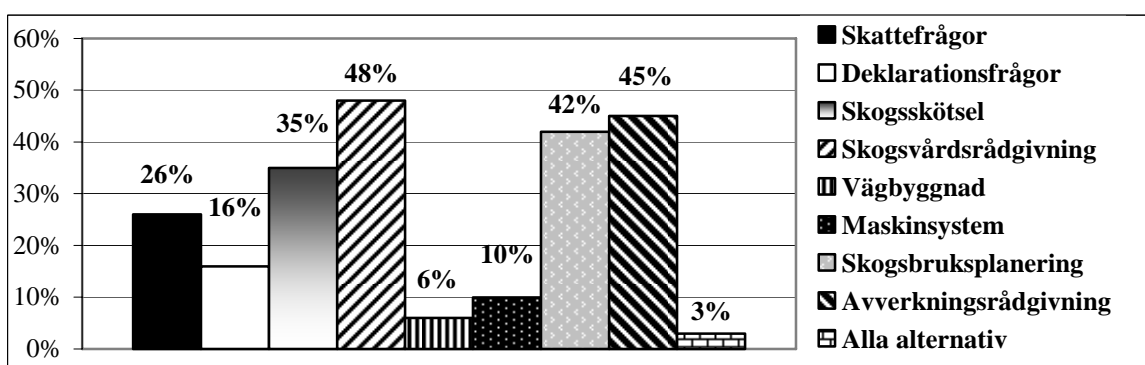
Analyserar man behovet av rådgivningsfrågor efter fastighetsstorleken blir spridningen något annorlunda, men faktum kvarstår att oavsett fastighetsstorlek så hamnar tydligt fokus på fyra frågor, nämligen Skogsvårdsrådgivning, avverkningsrådgivning, skogsbruksplaner och skogsskötsel. Resultatet framgår av figur 3.4.4 - 3.4.7.



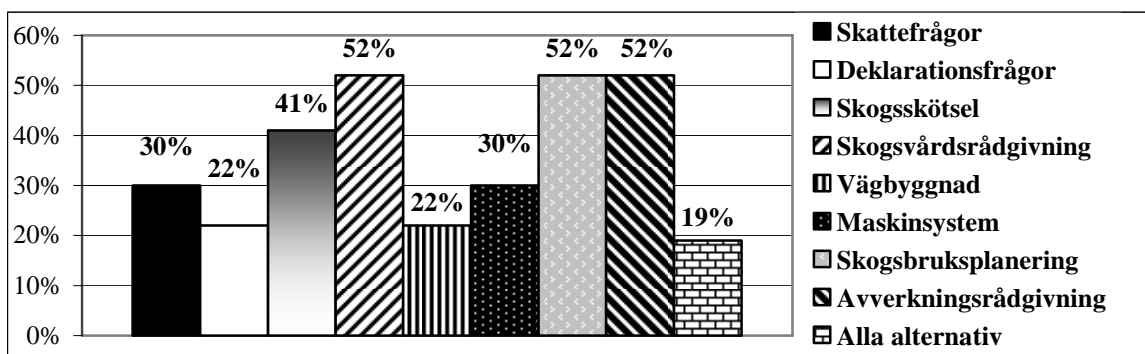
Figur 3.4.4. Rådgivningsbehov för fastigheter mellan 0–50 hektar.



Figur 3.4.5. Rådgivningsbehov för fastigheter mellan 51-150 hektar.

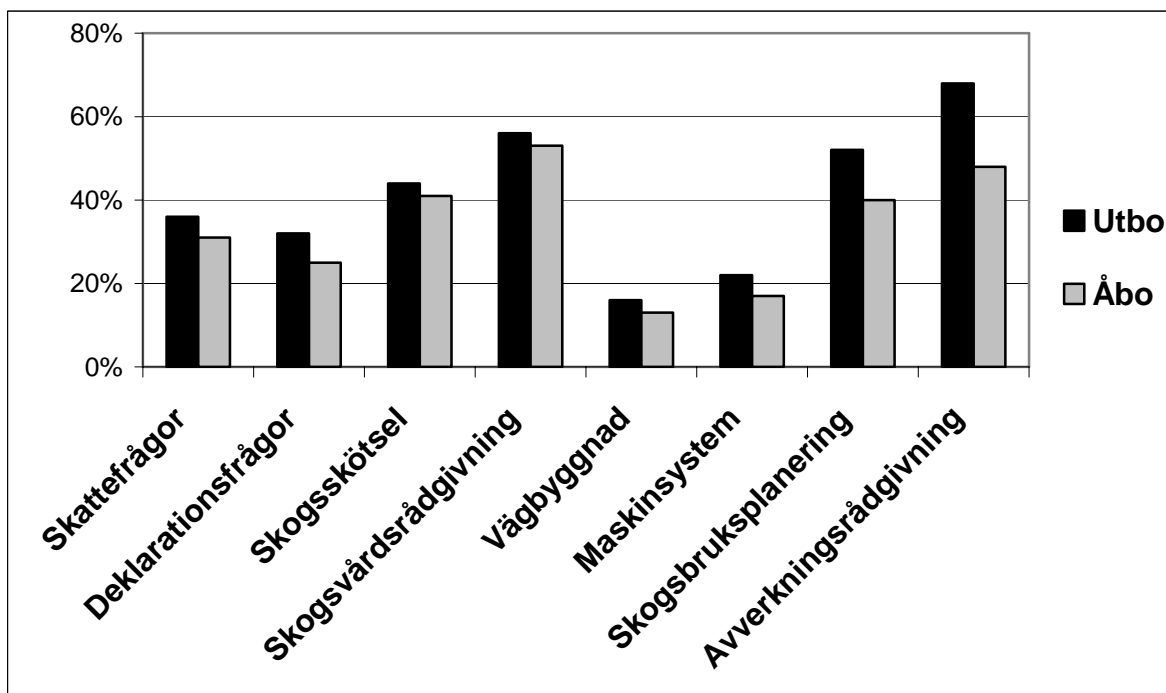


Figur 3.4.6. Rådgivningsbehov för fastigheter mellan 151-300 hektar.



Figur 3.4.7. Rådgivningsbehov fastigheter >300 hektar.

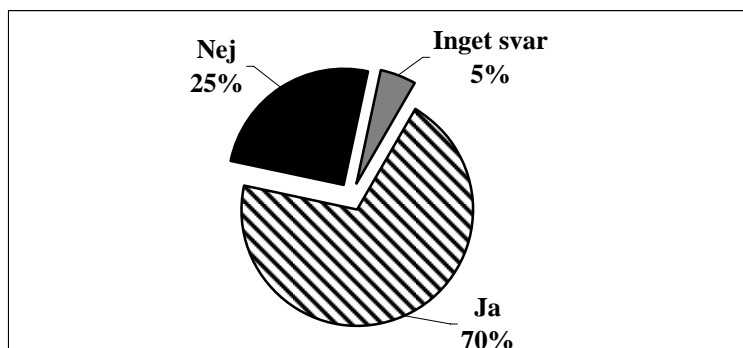
Ungefär ett likartat resultat får man vid en jämförelse mellan utboägda fastigheter och åboägda fastigheter. Bland utboägarna finns en tendens att avverkningsrådgivning och skogsbruksplaner väcker extra intresse jämfört med dom som bor på fastigheten. Man kanske endast besöker fastigheten ett fåtal gånger per år, därför är dessa två kategorier väldigt intressanta. Man kan också konstatera att skogsvårdsrådgivning har oförändrat stort intresse. Resultatet åskådliggörs i figur 3.4.8.



Figur 3.4.8. Skillnader i rådgivningsbehov mellan utbo- och åboskogsägarna.

Fråga 15. Har du någon gång rådfrågat en virkesinköpare på ett skogsbolag?

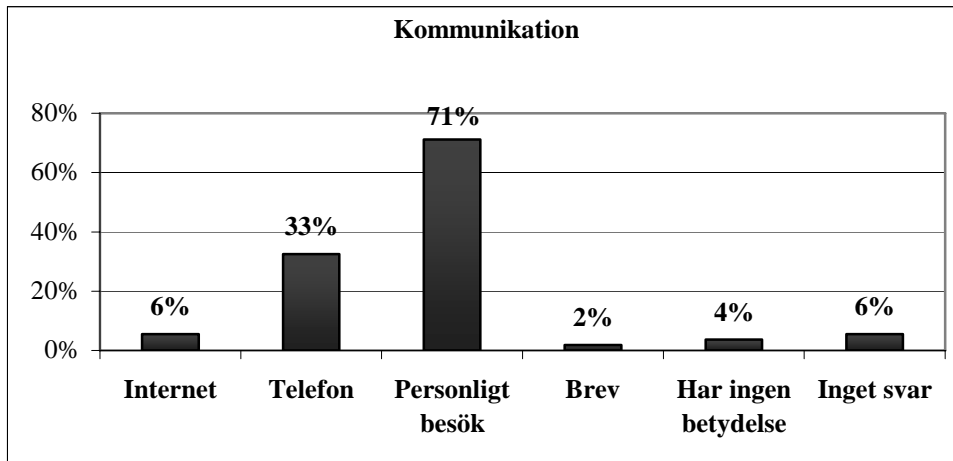
Av resultatet i figur 3.4.9 är det väldigt vanligt att man rådfrågar virkesinköpare. Med ett så hög resultat borde teoretiskt sett antalet virkesaffärer öka om man från skogsbolagets sida profilerade rådgivningsfrågorna i större utsträckning. Dom 25 % som inte rådfrågat virkesinköpare har förmodligen andra rådgivningskanaler t ex skogsvårdsstyrelsen.



Figur 3.4.9. Figuren visar hur många som rådfrågat en virkesinköpare.

Fråga 16. Vilken typ av kommunikation anser du/ni är enklast att använda vid skoglig rådgivning?

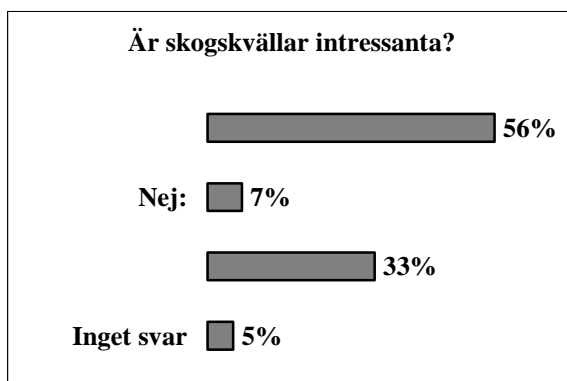
Personligt besök är överlägset det populäraste kommunikationssättet skogsägarna vill använda för skoglig rådgivning. Förmodligen upplevs det bekvämare och mer socialt att få träffa rådgivaren antingen på kontoret eller på fastigheten för att dryfta olika skogliga frågor och få praktiska skogsskötsel tips. Även telefonrådgivning får hög andel 33 %. Övriga typer av kommunikationsmetoder är enligt min undersökning relativt ointressanta. Som figur 3.4.10 visar.



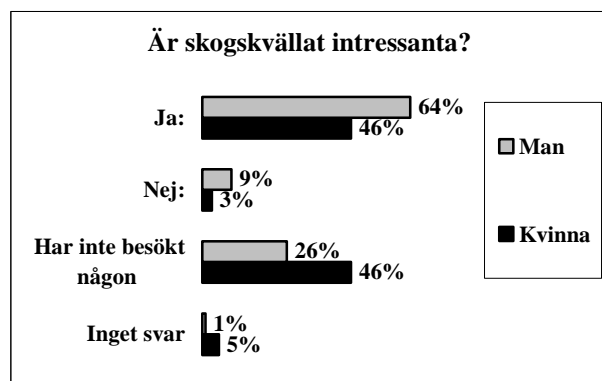
Figur 3.4.10. Kommunikationssätt vid skoglig rådgivning.

Fråga 17. Anser du/ni att skogs dagar/kvällar för privata skogsägare är intressanta?

Här råder en bestämd uppfattning att skogs dagar/kvällar är intressanta. Det är ett ypperligt tillfälle att kunna samla många olika skogsägare. Där kan man tillsammans bekanta sig med skogsbolaget och dess personal och nya affärskontakter kan ta sin början. Dessutom är det ett mycket bra sätt för skogsbolaget att visa upp sina resurser vad gäller avverkningar, skogsvård, vägar mm. Samt vilken skoglig service och rådgivning som erbjuds. Resultatet visar att det är männen som tycker skogs dagarna är mest intressanta, vilket framgår av figur 3.4.11 & 3.4.12.



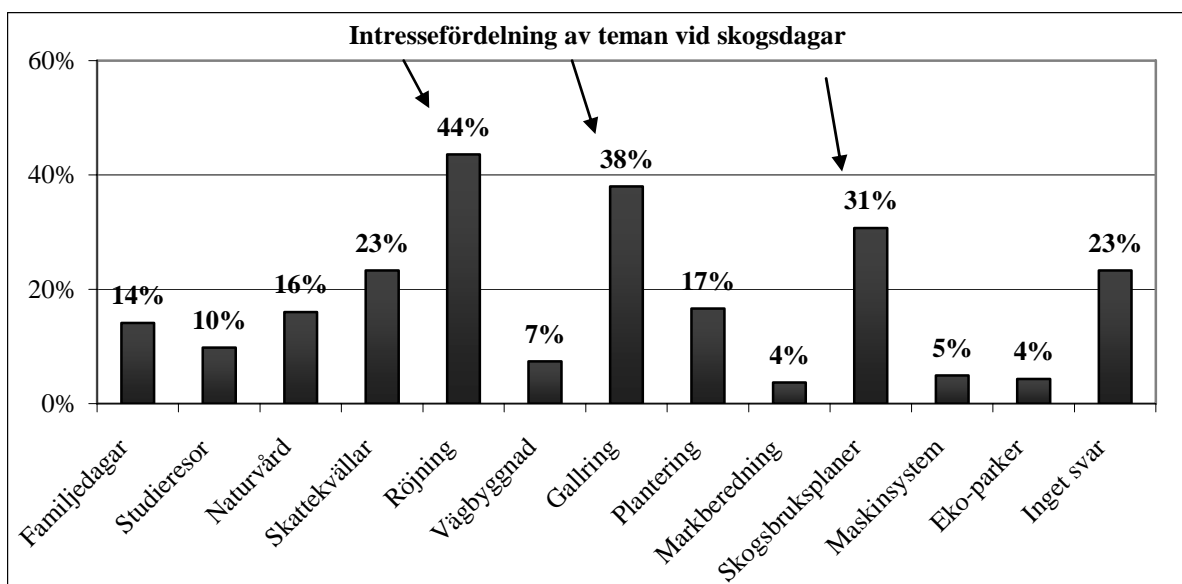
Figur 3.4.11. Intresse för skogs dagar/kvällar.



Figur 3.4.12. Skillnad i intresse för skogs dagar/kvällar mellan kvinnor och män

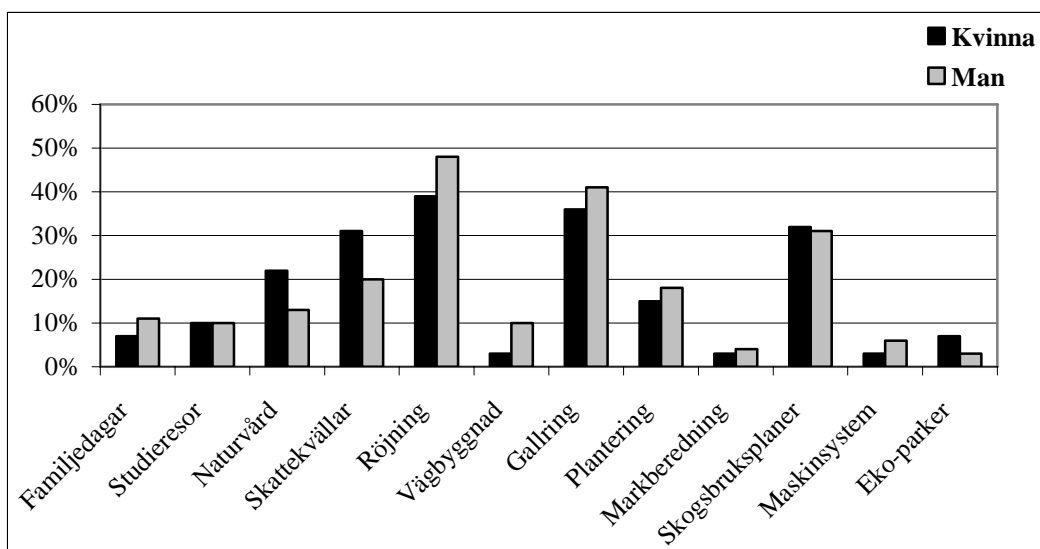
Fråga 18. Vilket eller vilka av följande teman bör det satsas mer på?

Resultatet visar enligt figur 3.4.13 att röjning (44 %) och gallring (38 %) och skogsbruksplaner (31 %) är teman som skogsägare vill se på skogs dagar.



Figur 3.4.13. Vilka ämnen tycker skogsägarna ska behandlas och visas mer vid skogs dagar.

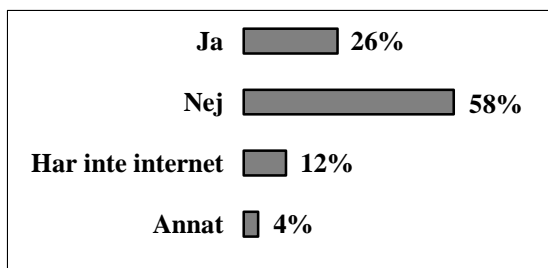
Man kan se att en uppdelning könsvis inte ger så stor skillnad. Båda dessa ägarkategorier efterfrågar likartade teman vid skogs dagar, som figur 3.4.14 visar. Man kan också se att intresset för skogsbruksplaner ligger marginellt högre för kvinnor än män.



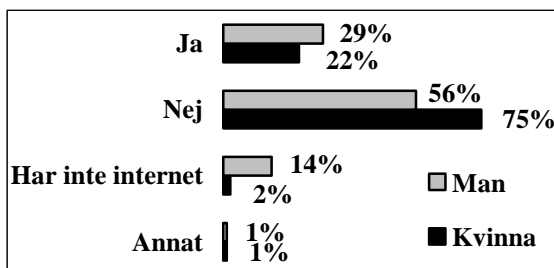
Figur 3.4.14. Vilka teman skulle skogs dagar innehålla set ur ett manligt/kvinnligt perspektiv.

Fråga 19. Har du/ni besökt någon av skogsbolagens hemsidor på Internet?

Resultatet visar att 58 % aldrig besökt någon hemsida. Tittar man könsvis är det hela 75 % av kvinnorna som aldrig varit inne på skogsbolagens hemsidor och 56 % av männen. Se figur 3.4.15 & 16.



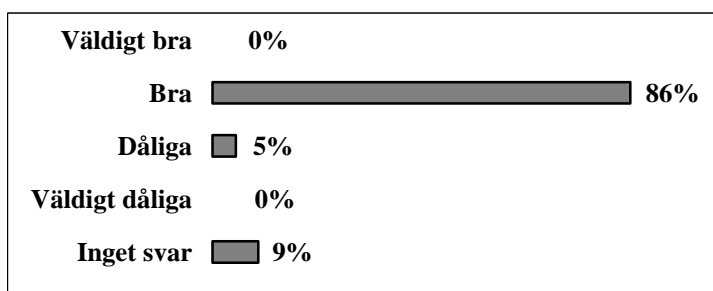
Figur 3.4.15. Visar hemsidornas besöksfrekvens.



Figur 3.4.16. Besöksfrekvensens fördelning på kön..

Fråga 20. Vad tycker du/ni om hemsidorna?

Av de cirka 26 % som varit inne på hemsidorna tyckte 86 % att de var bra, endast 5 % ansåg att hemsidorna var dåliga. Ingen svarade att hemsidorna var väldigt bra eller väldigt dåliga. Se figur 3.4.17.



Figur 3.4.17. Skogsägarnas betyg på företagens hemsidor.

Övriga kommentarer till fråga 8-20.

Undersökningens övriga kommentarer till fråga 8-20, finns i tabell 3.4.1.

Tabell 3.4.1. Övriga kommentarer till frågeställningarna 8 - 20.

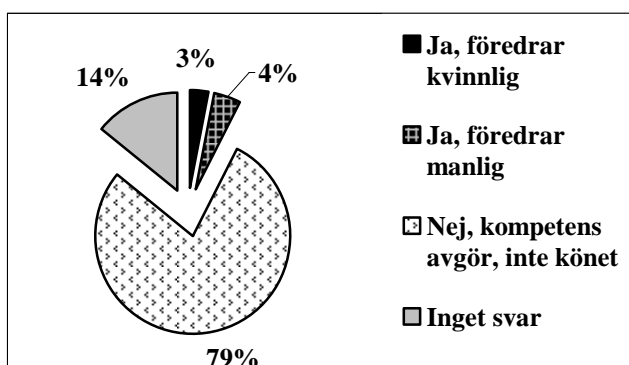
➤ Vi gillar inte skogsbolagens inköpsmodell = kartell!
➤ Har inte så stor erfarenhet av bolagen, endast kontakt med ett par än så länge
➤ Högre virkespriser för att det ska vara intressant att avverka.
➤ Varje år aptering/aktuellt "läge" på marknaden - framtiden
➤ Jag kommer att byta bolag från Stora Enso till annat
➤ Skatteplanering och deklarationshjälp behövlig för att få några pengar kvar.
➤ Viktigt att skogsbolagen har kunnig personal inom skatte- och deklarationsfrågor
➤ Vore intressant veta i vad mån hörseln begränsar tillvaratagandet av utbudet

3.5 Resultat från del 4, Om ni har haft kontakt med inköpare, (inspektor på Säf).

- I den här delen redovisas resultatet av skogsägarnas kontakter med virkesinköpare.

Fråga 21. Har det någon avgörande betydelse om det är en kvinnlig eller manlig inköpare som sköter den skogliga kontakten?

Resultatet visar att kompetensen hos inköparen är viktigast (79 %) vid skogliga kontakter.

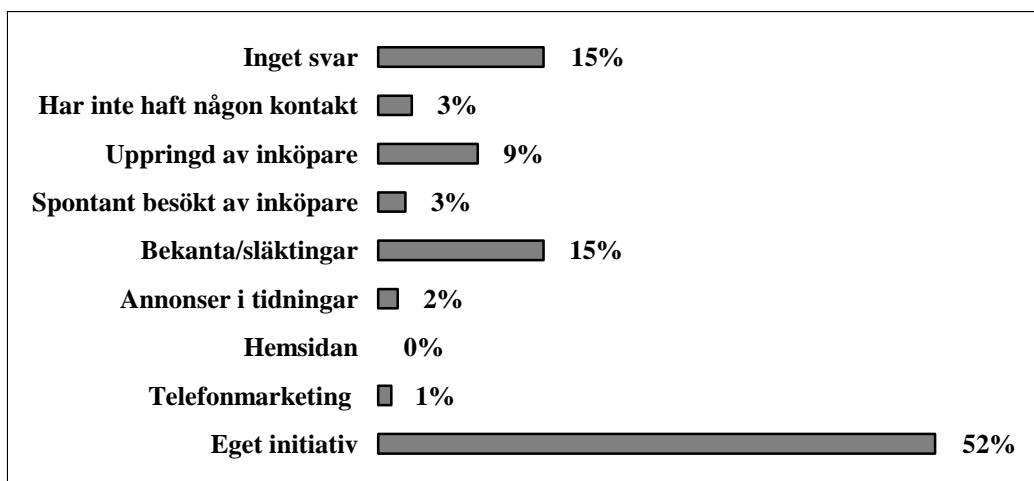


Figur 3.5.1. Är kön eller kompetens avgörande vid val av inköpare?

Det finns ingenting som tyder på att kvinnliga skogsägare hellre ser kvinnliga inköpare eller vice versa. Resultatet visar att den äldre generationen skogsägare i större utsträckning föredrar manliga inköpare.

Fråga 22. Hur fick du/ni första kontakten med inköparen?

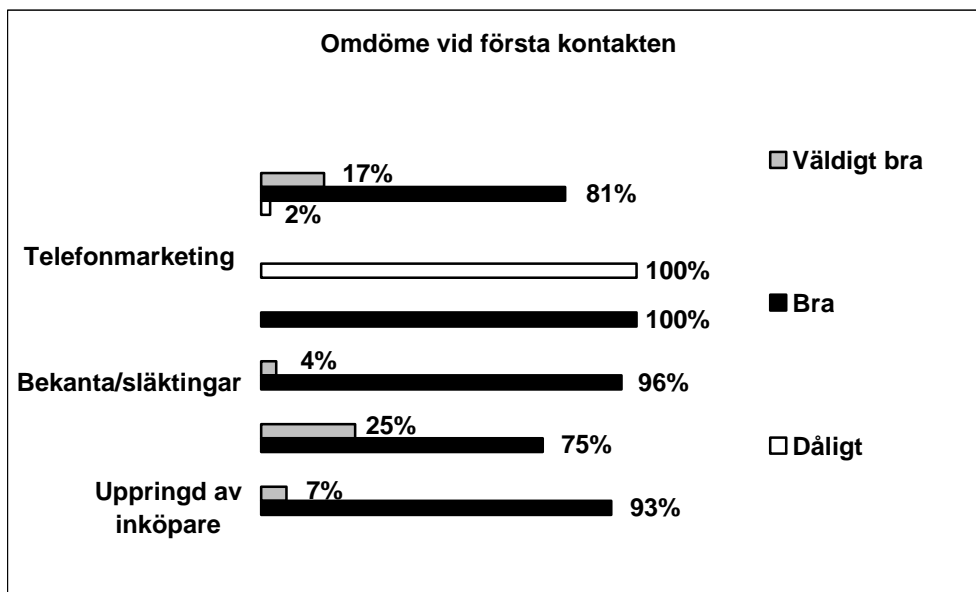
Hela 52 % av skogsägarna tar första kontakten på eget initiativ. Andelen kontakter av uppsökande karaktär, såsom att skogsägaren blir uppringd eller besökt utgör endast 11 % av sättet att ta första kontakten, enligt figur 3.5.2.



Figur 3.5.2. Figuren visar hur första kontakten med inköparen togs.

Fråga 23. Vilket omdöme ger du/ni tillvägagångssättet i fråga 22?

Att bli uppringd eller spontant besökt av en inköpare visar sig vara ett uppskattat tillvägagångssätt vid kontakt med skogsägare. Annonser i tidningar uppfattas också som bra av skogsägarna.



Figur 3.5.3. Skogsägarnas betyg på olika tillvägagångssätt vid första kontakten.

Fråga 24. Vilket bemötande/intryck fick du/ni av virkesinköparen angående?

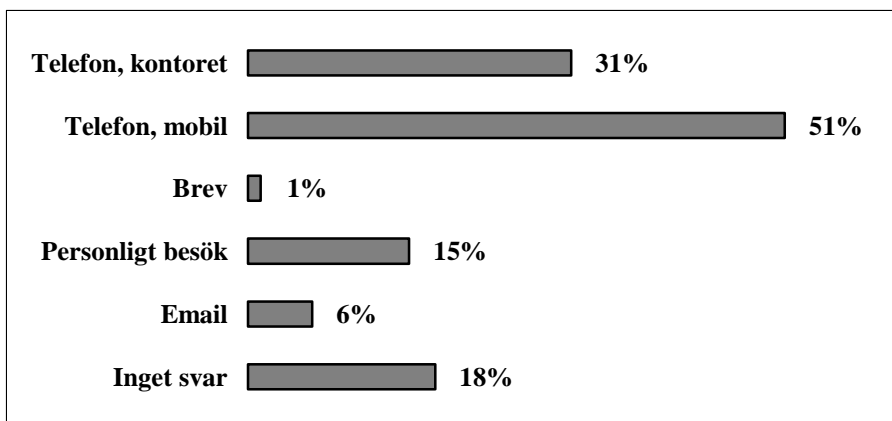
Nästan 30 % av deltagarna i undersökningen har valt att inte avge något svar på den här frågan. Skogsägarna är nöjda eller mycket nöjda med de bemötande/intryck virkesinköparen gett, vilket kan ses i tabell 3.5.1.

Tabell 3.5.1. Vilket bemötande/intryck fick du/ni av virkesinköparen angående?

	Vändigt bra	Bra	Dåligt	Vändigt dåligt	Inget svar
1. Social kompetens	16 %	55 %	1 %	1 %	28 %
2. Trovärdighet	17 %	56 %	1 %	0 %	26 %
3. Kompetent i sin yrkesroll	18 %	55 %	1 %	0 %	26 %
4. Respekten för era åsikter och förslag	17 %	54 %	2 %	1 %	26 %
5. Passade tider	22 %	48 %	4 %	0 %	27 %
6. Hålla löften	15 %	50 %	5 %	1 %	29 %

Fråga 25. På vilket sätt tycker du/ni det är lättast att komma i kontakt med inköpare?

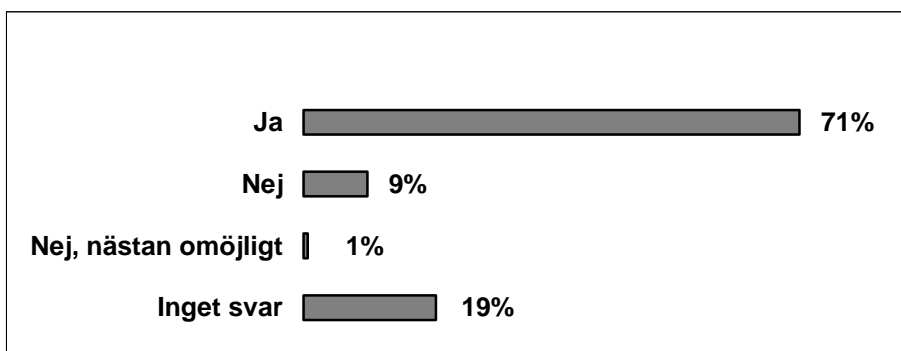
Idag är telefonen överlägset enklaste sättet att komma i kontakt med inköpare. Majoriteten ca 51 % tycker att mobiltelefonen är lättaste sättet att komma i kontakt med inköpare. Användandet av e-mail ligger på en låg nivå.



Figur 3.5.4. På vilket sätt är det lättast att kontakta en virkesinköpare?

Fråga 26. Tycker du/ni att inköparen är lätt att få tag på?

71 % anser att inköparen var lätt att nå. 9 % tyckte inte att inköparen var lätt att få tag på. Av de som svarat "Nej" är samtliga leverantörer till Skogsägareföreningen, Weda skog och Stora Enso.

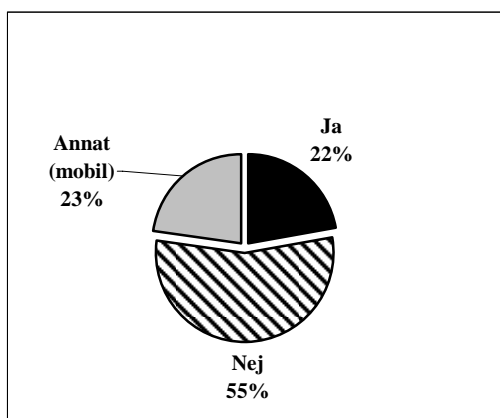


Figur 3.5.5. Tycker skogsägarna att inköparnas är lättillgängliga.

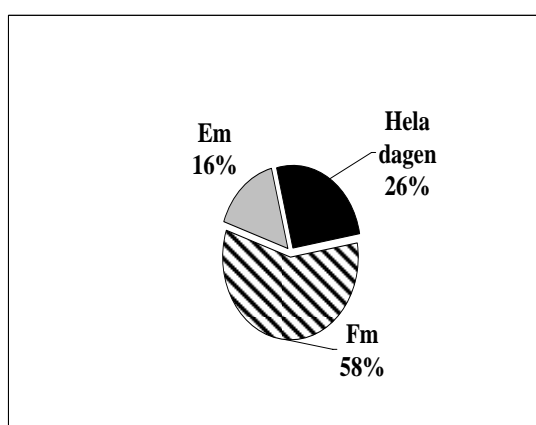
Fråga 27. Tycker du/ni att en inköpare bör vara anträffbar på fast telefontid?

Dagens kommunikativa samhälle skapar en större frihet och rörlighet och påverkar inte möjligheterna att vara anträffbar negativt. Det gör att resultatet i denna fråga inte bör betraktas som speciellt anmärkningsvärt. Endast 22 % tycker att fast telefontid är nödvändigt, medan majoriteten 55 % inte anser det nödvändigt med fast telefontid. Under kategorin ”Annat” återfinns de som anser att mobiltelefon är ett alternativ till fast telefontid. Se figur 3.5.6 och 3.5.7.

När det gäller tidpunkten för fast telefontid var spridningen alltifrån kl. 06 00 på morgonen till kl.19 00 på kvällen. Majoriteten 58 % ansåg dock att förmiddagar var bäst. Medelvärdet för telefontiden anges efter inkomna förslag och blev förmiddagar mellan kl 08 00 till kl 10 00.



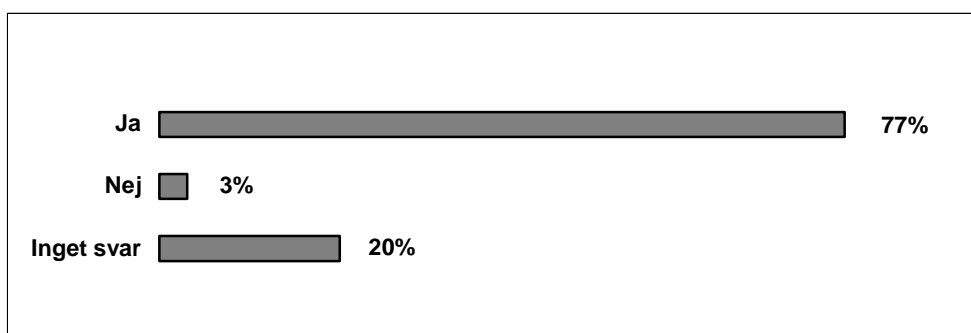
Figur 3.5.6. Skall inköpare ha fast telefontid?



Figur 3.5.7. Tidpunkt för fast telefontid.

Fråga 28. Har inköparen gett den information som ni förväntat?

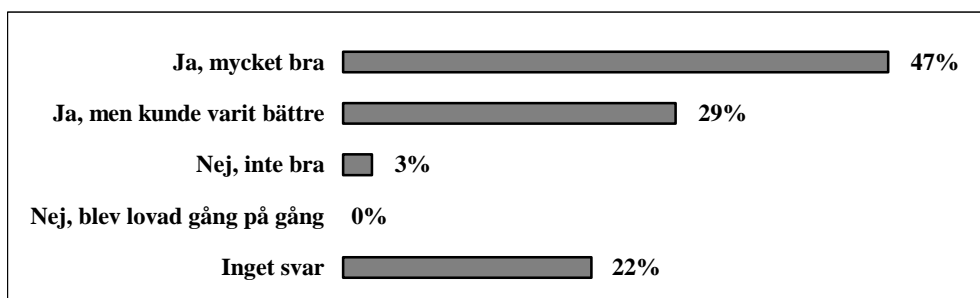
Andelen skogsägare som fått den förväntade informationen av inköparen var hela 77 %. Av dem som svarat nej (3 %), kunde man ange vad som saknas, där återfinns svar som skogsnetto, räntespekten, konsekvenser vid ändringar av virkesvolymen och en angav att allt saknades. Se figur 3.5.8.



Figur 3.5.8. Fick skogsägarna den förväntade informationen från inköparen?

Fråga 29. Höll virkesinköparen utlovad tidsplan för avtalad åtgärd?

När tidsplaner för avtalade åtgärder bestäms med markägaren utgår man bl a från rådande marknadsläge samt vilka resurser man har tillgängliga. Ett dilemma är att en rad yttre faktorer såsom t ex väder, industribehov och resurser m m, kan förskjuta utlovade tidsplaner som inte virkesköparen råder över. Trots det så tycker 47 % att man höll utlovad tidsplan mycket bra och 29 % ja, men kunde bli bättre. Resultatet framgår av figur 3.5.9.

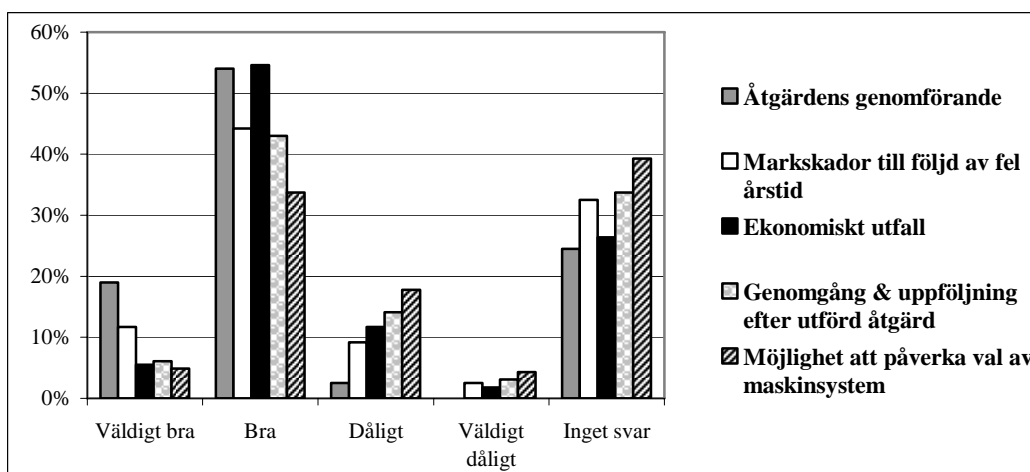


Figur 3.5.9. Kunde inköparen hålla upprättad tidsplan för utlovad åtgärd?

Fråga 30. Hur blev följande faktorer tillgodosedda?

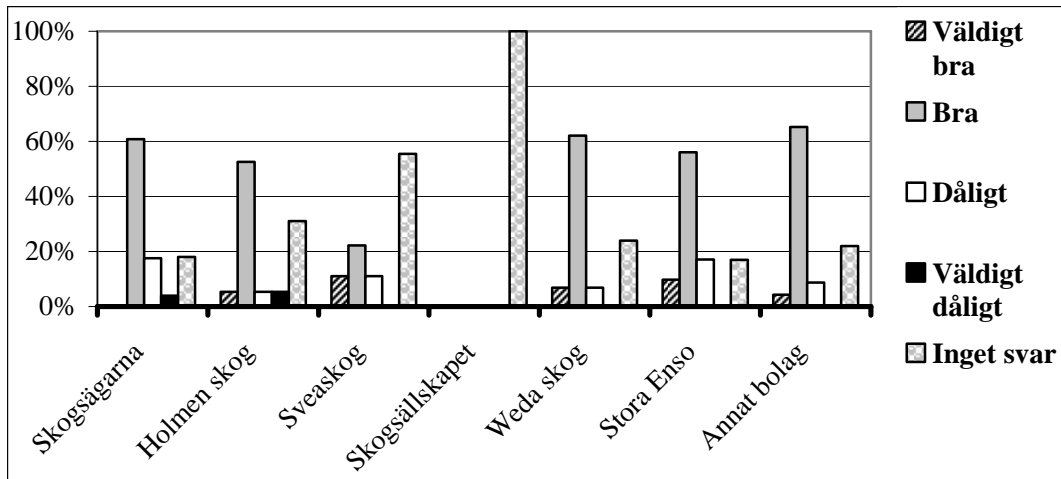
En viktig del i relationen till skogsägarna är att arbetet blir väl utfört samt ett gott ekonomiskt utfall uppnås. Nedanstående faktorer är bra grundstenar till en fortsatt god affärsrelation. Resultatet av faktorerna finns i figur 3.5.10.

- Åtgärdens genomförande
- Markskador till följd av fel årstid
- Ekonomiskt utfall
- Genomgång & uppföljning efter utförd åtgärd
- Möjlighet att påverka val av maskinsystem



Figur 3.5.10. Olika faktorer som påverkar resultatet vid genomförande av åtgärder.

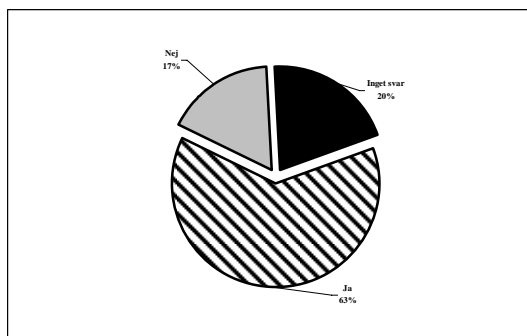
Resultatet av det ekonomiska utfallet blev för Sveaskogs del tillfredsställande, där cirka 33 % av leverantörerna tycker det blev bra eller väldigt bra. Leverantörer till skogsällskapet har inte gett något svar på frågan. I övrigt verkar majoriteten av alla leverantörer enligt figur 3.5.11 tycka att det ekonomiska utfallet är bra.



Figur 3.5.11. Ekonomiskt utfall vid avverkning, sorterat bolagsvis.

Fråga 31. Har den ekonomiska redovisningen av uppdraget varit lätt att ta del av?

I min analys tycker 17 % att redovisningen är svårtolkad. 63 % anser att redovisningen är lätt att ta del av. Vilket också figur 3.5.12 visar. Däremot finns en stor skillnad beroende på vilket skogsbolag man anlitat. Ingen större skillnad finns när hänsyn tagits till könstillhörighet, utbo, åbo eller fastighetsstorlek.



Figur 3.5.12. Är uppdragsredovisning lättöverskådlig?

Övriga synpunkter och åsikter om frågorna 21 – 31?

Tabell 3.5.2. Övriga synpunkter.

➤ Stora svårigheter att svara på frågorna då jag inte varit med vid senaste kontakten/avverkningen. Den för flera år sedan var jag mycket nöjd med (<i>Stora Enso</i>)
➤ Har sålt det mesta av fastigheten till Stora Enso 2004.
➤ Köparen borde bearbeta leverantörerna mera aktivt. Köparen kan alltid vara tillgänglig med hjälp av mobilsvår (<i>Holmen skog</i>).
➤ Har nyligen blivit delägare i fastigheten genom arv, kan inte svara på alla frågor.
➤ Lite svårt att vara insatt i listorna av leveranser, allt för många (<i>Stora Enso</i>).
➤ Kan inte svara på dom två sista frågorna pga. ej utfört arbete, allmänt missnöjd (<i>Skogsägarföreningen och Weda Skog</i>)
➤ Har endast sålt leveransvirke. Avverkning i egen regi (<i>Stora Enso</i>).
➤ Mer lättförståliga leveransbesked (<i>Skogsägarföreningen</i>).
➤ Gärna kontakt på kvällar och helger, skogsvandringar med köpare på helger (<i>Annat bolag</i>).
➤ Sålt på rot för flera år sedan, plantering utfört av köparen samt även röjningen som gjordes i år (<i>Stora Enso</i>).
➤ Privata eller företagshemligheter (<i>skogsklippare?</i>).
➤ Kan för lite själv för att ha någon åsikt. Har ej följt upp tidsplan, eventuella markskador etc. (<i>Weda skog</i>).
➤ Har ingen vetskap om frågorna 21-31, så kan tyvärr ej besvara frågorna.

4 Diskussion och slutsatser

4.1 Hur ser resultatet ut av undersökningen

Idag pågår ett intensivt arbete bland alla aktör på den svenska marknaden för skogsråvara, där inköpsverksamheten står under ständiga förbättringar, allt för att kunna tillmötesgå och ge god service till virkesleverantörerna.

Det man kan konstatera är den tydliga profileringen mellan skogsbolagen. Idag har i stort sett alla skogsbolagen ett likartat utbud av skogliga tjänster och rådgivning. Vilket ofta får till följd att det är virkespriset som i slutändan faller avgörandet, enligt min analys av resultatet. Den ekonomiska avkastningen för skogsägaren är en väldigt viktig del. Man kan också konstatera att desto mindre fastighet man och ju längre det är mellan avverkningstillfällena, desto viktigare blir virkespriset. Det som väldigt tydligt framgår av min undersökning oavsett ägarkategori eller fastighetsstorlek är vilka skogliga rådgivningsfrågor man vill ha hjälp med, där råder total samstämmighet fränsett några enstaka procentenheter åt det ena eller andra hållet. De frågor som är aktuella är avverknings-, skogsvårdsrådgivning, skogskötsel och skogsbruksplaner samt en del skogsekonomisk rådgivning. Dessa frågor bör prioriteras och utvecklas av skogsbolagen som ett led i att öka långsiktigheten med leverantörerna.

- Eller som en skogsägare uttryckte det: *”sålt på rot för flera år sedan, plantering ombesörjt av köparen samt även röjningen som gjordes i år”*.

Extra intressant med tanke på den stora andel skogsägare som sköter sin fastighet på hobbynivå och där endast 8 % idag har det som sin huvudsakliga sysselsättning. Den låga nivån idag torde i framtiden minska ytterliggare och behovet av skogliga tjänster samt hjälp med utförande av t ex skogsvård, kommer på sikt att öka.

4.2 Fastighets och ägarstruktur

Det har efter analys och jämförelse med ägarbilden i övriga Sverige framkommit att den här regionen överensstämmer väl med övriga landets skogsfastigheter. En stor andel av fastigheterna ägs av kvinnor (36 %). När det gäller ålderfördelningen bland skogsägarna så är andelen 60 år och äldre förhållandevis hög, jämfört med övriga landet. Det borde borga för en ökning av generationsskiftena, i synnerhet efter statens avskaffande av arvs- och gåvobeskattningen som genomfördes 1 januari, 2005. Vilket medförde stora lättnader skattemässigt vid fastighetsöverlåtelser. En negativ faktor i samband med övertagandet kan vara, att den tidigare tvingande avverkningen för att finansiera övertagandet, helt eller delvis kan komma att upphöra. Här krävs nya visioner för att driva fram nya avverkningar. En annan faktor som troligen kommer att öka i framtiden är utboägandet. Idag är utboägandet i den här regionen cirka 31 %. Med utboägande menas att ägaren inte är bosatt i den kommun där fastigheten är belägen.

Dagens utboägare har inte skogen som betydande del av hushållsekonomi utan snarare som bank eller extra investeringskapital samt en plats där de ickemonetära värdena prioriteras. Det gör att den ekonomiska avkastningen vid en avverkning blir oerhört betydelsefull.

Utbornas fastighetsstorlek domineras av små och medelstora fastigheter (upp till 150 ha) vilket gör att dom flesta inte är årligt återkommande leverantörer och därför fordrar ett långsiktigt samarbete med virkesköparen.

Gamla tiders självverksamhet på skogsfastigheterna ligger idag på en väldigt låg nivå. Därmed försvinner en stor del av kunskaperna som dom gamla skogsmännen/kvinnorna hade och nya tillskapas inte i samma utsträckning. Hur framtiden ser ut vet vi inte, men troligen kommer självverksamheten inte att öka utan snarare minska ytterligare. Det gör att samtliga aktörer på virkesmarknaden måste kunna erbjuda ett brett utbud av skogliga tjänster och kunnig personal för allehanda rådgivning, utbildning och tjänster.

En del av förklaringen ligger i att när generationsskiften sker så är det inte längre till en generation som är beroende av sina skogsinkomster i lika stor utsträckning som för 30 – 40 år sedan. Flertalet i den nya generationens skogsägare har inte längre den kunskap och tid som krävs för att sköta fastigheten. Följden blir att behovet av professionell och sakkunnig rådgivning i olika skogliga frågor kommer att öka markant.

Det är viktigt att upprätthålla en god kontakt till dess att nästa åtgärd skall utföras. Många gånger är viktigt att ha erbjudanden även under år då skogsägaren inte avser avverka skog. Såsom hjälp med skogsvård eller skogsbruksplaner etc. allt för att odla långsiktighet och hög skoglig servicegrad. När det är dags för nästa avverkning är man definitivt steget före. Andelen samägda fastigheter är stor (47,8 %), vilket för virkesköparen kan medföra en arbetsintensivare verksamhet, som kan leda till mer utdragna beslutsprocesser innan åtgärd kan genomföras. Något förvånansvärt är det låga antalet besökare på hemsidorna. Den höga medelåldern bland representanterna i undersökningen kan vara en anledning. Denna kategori har i många fall inte bekantat sig med datorer och än mindre med ”internet”. Trots allt så tycker 86 % av dem som ”surfat”, att hemsidorna är bra. Här bör en ökad marknadsföring ske så att skogsägarna lätt hittar till sidorna. På sikt borde man även utveckla någon form av leverantörswebb, där t ex virkesflöde kan bevakas.

4.3 Marknaden

För att bli en attraktiv samarbetspartner på marknaden, krävs det att Sveaskog agerar på skogens alla delmarknader såsom massavedsmarknaden, sågtimmermarknaden och biobränslemarknaden och inte bara fokuserar på en av de olika delmarknaderna. Framförallt så kommer biobränslemarknaden att ha en stor utvecklingspotential. I synnerhet då regeringens energipolitik styr mot ett ökat användande av biobränsle, framför användande av fossila bränslen. Där kommer förtroendet för Sveaskog och den service bolaget erbjuder idag och i framtiden, definitivt att utgöra en nyckelroll i virkesanskaffningen.

De aktörer som verkar i regionen idag, domineras av Skogsägarföreningen och Stora Enso, Även Weda skog och Holmen skog samt ett antal privata köpsågverk har idag ett starkt fäste i regionen. Vad man också kan utläsa är att ett allt större missnöje breder ut sig, framförallt hos leverantörer till Skogsägarföreningen och Stora Enso. Nästan hälften av leverantörerna till dessa bolag är tveksamma till fortsatt samarbete. Orsaken till det är svårt att utläsa ur min undersökning, men virkespriset och instabil ekonomi skapar troligen osäkerhet och oro, vilket kan vara en förklaring. En annan faktor är att många idag vill vara oberoende och kunna välja bland erbjudanden och själva undersöka aktuell prisbild.

Leverantörernas intryck av Sveaskog är väldigt positivt. Det man måste förbättra är skoglig servicegrad samt långsiktigheten i relationen med små och medelstora skogsägare. En ökad fokusering mot små och medelstora skogsägare genom ökad andel uppsökande verksamhet är enligt min mening en strategi som kommer att leda till ett ökat leverantörsnät. En oerhört viktig del är att man från bolagets sida agerar strikt affärsmässigt samt håller hög kvalitet i utförandet av skogliga åtgärder. Konsekvenserna av ett oprofessionellt agerande blir att man snabbt tappar ett stort antal leverantörer. Visserligen blir det svårare att planera flöden och volymer eftersom många i den här kategorin inte levererar årligen, men i gengäld får man efter ett bra utfört arbete och rätt prisnivå ett gott rykte som brukar spridda sig snabbt. För Sveaskogs del finns här stora möjligheter att öka marknadsandelen och öka virkesfångsten långsiktigt, genom att intensivifiera köpverksamheten mot dessa ägarkategorier.

I kategorin ”utbor” vilka oftast har inkomst från annat förvärvsarbete är man inte lika beroende av jämnt ekonomiskt flöde, som en del av den totala omsättningen. Man har snarare skogen som bank, där extra kapital lätt kan frigöras till olika typer av investeringar. Ökad tillgänglighet för utborna på hemortens är ett affärsstrategiskt bra incitament.

En viktig del i dagens hårda konkurrens på köpsidan är att synas i olika typer av media, men även genom engagemang och erbjudanden till skogsägare. En ökning av annonsering och anordnande av skogs dagar för alla kategorier av skogsägare är ett bra sätt att knyta en första kontakt. Det är också ett bra tillfälle för skogsbolaget att synas och visa upp den skogliga kompetens man har inom olika områden.

4.3 Vad avgör valet av affärspartner

- Rotnettot och skoglig servicegrad är dom viktigaste incitamenten vid val av affärspartner oavsett ägarkategori.
- Virkesköparens förmåga till engagemang, affärsskicklighet och skoglig rådgivning är också avgörande. Det bör prioriteras och utvecklas.
- Idag erbjuder skogsbolagen likartade skogliga tjänster och rådgivning. Det som i slutändan avgör valet av samarbetspartner är ”virkespriset” oavsett om man är manlig-, kvinnlig- eller utboskogsägare.
- Det finns i min undersökning ingenting som tyder på att *tryggheten* är en avgörande faktor. Det är endast de som valt att leverera till Skogssällskapet och Skogsägarföreningen som anger *tryggheten* som enskilt största faktor. Flertalet vill idag vara oberoende.
- En jämförelse i manligt/kvinnligt perspektiv visar att *tryggheten* är viktigare för män, än för kvinnor, medan *skoglig servicegrad* är viktigare för kvinnorna, därefter *rotnettot*.

4.4 Slutsatser

- Genom att vara långsiktig i relationen med skogsägare får inköparen bättre kunskaper om de behov som efterfrågas och blir därigenom en tryggare samarbetspartner.
- Erbjudanden som knyter skogsägaren långsiktigt till företaget t.ex. rabatterade skogsbruksplaner. Långsiktigheten ger inköparna bra kunskap om skogstillståndet och goda möjligheter till bra rådgivning.
- Marknadsför Sveaskog på ett aktivare sätt, genom skogsbilagor, ökat antal skogs dagar och fler artiklar i dagspress mm.
- Utöka tillgängligheten för utbor. Annordna träffar på deras hemort och gör det möjligt att få rådgivning på hemmaplan.
- Allt fler skogsägare har mindre kunskap om skog o dess skötsel. Efterfrågan på rådgivning kommer att öka inom alla ägarkategorier.
- Rådgivning bör fokuseras inom områdena skogsvård, avverkning, skogsbruksplaner och skogskötsel oavsett ägarkategori.
- En ökad fokusering och satsning bör göras inom biobränslesidan.
- Efterfrågan är stor på skatte- och deklarationsrådgivning. Virkesinköpare bör ha aktuella grundkunskaper i dessa frågor och kunna hänvisa skogsägare till "Sveaskogs experter".
- Använd tillgänglig kompetens i företaget inom skogsvård, markberedning, planläggning etc.
- Öka andelen leveransrotköp (LRK) eller Rotposter (RP), främst inom slutavverkning. Det blir enklare för skogsägaren att värdera affären och budgetera sina inkomster, samt ger skogsbolaget frihet att styra aptringen mot sina kunder.
- Förenkla redovisningen till skogsägaren. Internetsida med möjligheter för leverantören att följa virkesflödet "on line" kan vara ett alternativ. Skördarmätning ett annat som ger förenklad redovisning.

- Uppsökande verksamhet bör öka bl.a. med tanke på skogsägarnas positiva inställning till detta. Här finns goda möjligheter till en offensivare marknadsföring av köpverksamheten, vilket på sikt, sannolikt genererar en högre marknadsandel.
- Tydliga traktordirektiv möjliggör inrättande av separata avverkningsledare för köpverksamheten. Vilket gör att virkesköpare kan fokusera på virkesköp, rådgivning och leverantörsvård mm.
- Medelåldern bland skogsägarna är ca 57 år idag. Datoriseringen och användandet av internet, på ett aktivt sätt, torde dröja ytterligare några år eller till dess skogsfastigheterna skiftar ägare.
- En ökning av antalet fastighetsöverlåtelser kommer förmodligen att ske de närmaste åren till följd av den nya skattereformen för jord- och skogsbrukare som träde i kraft 1 januari, 2005.

5 Referenser

5.1 Litteratur

Eriksson, L. 2005. *Skogsägarens mål och åtgärder i skogsbruket*. Arbetskopia Heureka – projekt. Institutionens för skogens produkter och marknader, Sveriges lantbruksuniversitet, Uppsala.

Törnqvist, T. 1995. *Skogsrikets arvingar – en sociologisk studie av skogsägarskapet inom privat, enskilt skogsbruk*. Institutionen för skog – industri - marknad studier. Rapport nr 41. SLU. Uppsala.

Lönner, G & Lönnstedt, L. *Den svenska virkesmarknaden – en introduktion till dess funktionsrätt och prisbildning*. Undervisningskompendium nr 1. 2: a upplagan. SLU. Uppsala. Institutionen för skog – industri – marknad studier.

5.2 Hemsidor

Skogsvårdstyrelsen: Skogsstatistisk årsbok
<http://www.svo.se/>

Sveaskog
<http://www.sveaskog.se/>

Sveriges Lantbruksuniversitet
<http://www.slu.se/>

Del 2. Uppgifter om skogligt affärsmässigt samarbete.

8. Vem anlitar du/ni för skogliga tjänster? (Flera alternativ kan väljas)?

Skogsägarföreningen Skogsällskapet Stora Enso
Holmen skog Weda skog Självverksam
Sveaskog Annat bolag Vilket?

9. Vilken är andledningen till att du/ni valde någon från fråga 8, som affärspartner?

Tryggheten Rotnettot Skoglig servicegrad Annat Vilket?

10. Vad tycker du/ni avgör valet av samarbetspartner vid en virkesförsäljning?

Virkespriset
Möjlighet att få andra jobb utförda, som skogsvård, vägarbete m.m.
Erbjudande av skoglig rådgivning och service
Virkesköparens engagemang och rådgivning
Kooperation eller bolag
 Annat?

11. Om du/ni tidigare valt att samarbeta med skogsbolag, kommer du/ni att fortsätta med detta?

Ja, definitivt Tveksam
Ja, om servicegraden höjs Nej

12. Ser du/ni skogsbolagen som trygga och långsiktiga aktörer på virkesmarknaden?

	Trygga	Långsiktiga
Ja, definitivt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ja, med viss tveksamhet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nej	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vet ej	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Anser ni att er skogliga samarbetspartner tar tillräcklig miljö- och naturhänsyn?

Ja, överdrivet mycket Nej, kunde varit bättre
Ja, utan anmärkning Vet ej

Del 3. Skoglig service och rådgivning för kunden.

14. Vilka skogliga rådgivningsfrågor skulle du/ni ha behov av att få hjälp med?
(Flera alternativ kan anges)

- | | | | |
|---|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Skattefrågor | <input type="checkbox"/> | Avverkningsrådgivning | <input type="checkbox"/> |
| Deklarationsfrågor | <input type="checkbox"/> | Skogsbruksplanering | <input type="checkbox"/> |
| Skogsskötsel | <input type="checkbox"/> | Maskinsystem, (avverkning) | <input type="checkbox"/> |
| Skogsvårdsrådgivning | <input type="checkbox"/> | Vägbyggnad | <input type="checkbox"/> |
| Har inga kunskaper i skogliga frågor, önskar alla alternativ <input type="checkbox"/> | | | |

Eget förslag:

15. Har du någon gång rådfrågat en virkesinköpare på ett skogsbolag?

Ja Nej

16. Vilken typ av kommunikation anser du/ni är enklast att använda vid skoglig rådgivning?

Internet Personligt besök Har ingen betydelse
Telefon Brev

17. Anser du/ni att skogsdagar/kvällar för privata skogsägare är intressanta?

Ja Nej Har inte besökt någon

18. Vilket eller vilka av följande teman bör det satsas mer på?

Familjedagar	<input type="checkbox"/>	Röjning	<input type="checkbox"/>	Skogsbruksplanering	<input type="checkbox"/>
Studieresor	<input type="checkbox"/>	Gallring	<input type="checkbox"/>	Maskinsystem, (avverkning)	<input type="checkbox"/>
Naturvård	<input type="checkbox"/>	Plantering	<input type="checkbox"/>	Visning av Eko-parker	<input type="checkbox"/>
Skattekvällar	<input type="checkbox"/>	Vägbyggnad	<input type="checkbox"/>	Markberedning	<input type="checkbox"/>

Eget förslag

19. Har du/ni besökt någon av skogsbolagens hemsidor på Internet?

Ja Nej Har inte Internet

Annat?

20. Vad tycker du/ni om hemsidorna?

Väldigt bra Bra dåliga Väldigt dåliga

Övriga kommentarer och synpunkter till frågorna 8 – 20

.....
.....

Del 4. Om ni har haft kontakt med inköpare, (inspektor på SÄF).

21. Har det någon avgörande betydelse om det är en kvinnlig eller manlig inköpare som sköter den skogligen kontakten?

Ja, föredrar **kvinnlig** Ja, föredrar **manlig** Nej, kompetens avgör, inte könet

22. Hur fick du/ni första kontakten med inköparen?

Eget initiativ Annonser i tidningar Spontant besökt av inköpare
Telefonmarketing Bekanta/släktingar Uppringd av inköpare
Hemsidan Har inte haft någon kontakt

23. Vilket omdöme ger du/ni tillvägagångssättet i fråga 22?

Väldigt bra Bra Dåligt Väldigt dåligt

24. Vilket bemötande/intryck fick du/ni av virkesinköparen angående?

	Väldigt Bra	Bra	Dåligt	Väldigt Dåligt
Social kompetens <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Trovärdighet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kompetent i sin yrkesroll	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Respekten för era åsikter och förslag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Passade tider	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hålla löften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

25. På vilket sätt tycker du/ni det är lättast att komma i kontakt med inköpare?

Telefon, kontoret Brev Email
Telefon, mobil Personligt besök

26. Tycker du/ni att inköparen är lätt att få tag på?

Ja Nej Nej, nästan omöjligt

Annat?

27. Tycker du/ni att en inköpare bör vara anträffbar på fast telefontid?

Ja Mellan kl: Nej Annat

28. Har inköparen gett den information som ni förväntat?

Ja Nej Vad saknas?

29. Höll virkesinköparen utlovad tidsplan för avtalad åtgärd?

Ja, mycket bra Ja, men kunde varit bättre
Nej, inte bra Nej, blev lovad gång på gång

30. Hur blev följande faktorer tillgodosedda?

	Väldigt Bra	Bra	Dåligt	Väldigt Dåligt
Åtgärdens genomförande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Markskador till följd av fel årstid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonomiskt utfall	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Genomgång & uppföljning efter utförd åtgärd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Möjlighet att påverka val av maskinsystem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

31. Har den ekonomiska redovisningen av uppdraget varit lätt att ta del av?

Ja Nej

Övriga synpunkter och åsikter om frågorna 21 – 31?

.....
.....
.....

Tack för din medverkan

Bilaga 2

Enkäten hade detta följebrev med vid utskicket.

Hej skogsägare!

Mitt namn är Jörgen Bergh. Jag studerar till skogsmästare på skogsmästarskolan i Skinnskatteberg. Jag skall göra ett examensarbete som syftar till att kartlägga privata skogsägares behov av skogliga tjänster.

Urvalet av markägare har skett helt slumpmässigt och berör, Dalarnas– Västmanlands– Upplands och Södermanlands län.

Syftet är att du som skogsägare skall kunna erbjudas efterfrågade skogliga tjänster. För att resultatet skall bli så bra som möjligt är jag i stort behov av just din medverkan.

Jag hoppas att ni har möjlighet att avsätta cirka 10 minuter av er tid, till att fylla i bifogad enkät och returnera den så snabbt som möjligt i bifogat svarskuvert.

Enkäten kommer att sammanställas i en rapport.

Har ni några frågor om enkäten, eller andra synpunkter, är ni välkommen att ringa eller maila mig. Se adress nedan.

Alla svar i enkäten kommer att behandlas konfidentiellt och inga person- eller fastighetsuppgifter kommer att lämnas ut.

Tack för din medverkan!

Bilaga 3

Under vintern gjordes två utskick av den här påminnelsen.

Hej skogsägare!

För några dagar sedan erhöll ni en enkät av mig. Den här enkäten ligger till grund för mitt examensarbete på skogsmästarskolan och jag är därför väldigt beroende av just *ditt svar*.

Jag har full förståelse för att det finns viktigare saker att göra nu inför julen, än att fylla i en enkät, men jag hoppas trots det att du tar dig tid.

Om ni redan har fyllt i och returnerat enkäten kan ni bortse från denna påminnelse.

Tack för din medverkan!

Har ni några frågor om enkäten, eller andra synpunkter, är ni välkommen att ringa eller maila mig. Se adress nedan.

Alla svar i enkäten kommer att behandlas konfidentiellt och inga person- eller fastighetsuppgifter kommer att lämnas ut.

Med vänliga hälsningar

Jörgen Bergh

Publikationer från Institutionen för skogens produkter och marknader, Sveriges lantbruksuniversitet (SLU)

Rapporter

1. Persson, E. et al., 2002. Storage of spruce pulpwood for mechanical pulping. Part 1. Effects on wood properties and industrially produced pulp. Department of Forest Products and Markets, SLU, Uppsala
2. Pape, R., 2002. Rödkärna i björk – uppkomst, egenskaper och användning. *Red heart in birch – origin, properties and utilization*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
3. Staland, J., Navrén, M. & Nylinder, M., 2002. Resultat från sågverksinventeringen 2000. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
4. Beck-Friis, M., et al., 2002. Skoglig logistik – Supply Chain Management i svensk skogssektor. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
5. Orvér, M., 2002. Stickprovsmätning av skogsråvara – en praktisk handledning. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
6. Lönnstedt, L. & Rosenqvist, H., 2002. Skatternas inverkan på skogsfastigheternas prisutveckling – Några hypoteser. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
7. Hugosson, M. & Ingemarson, F., 2003. Depicting management ideas of private forest owners' – An assessment of general trends in Sweden based on new theoretical ideas. Department of Forest Products and Markets, SLU, Uppsala
8. Lind, T., et al., 2003. Storage of spruce pulpwood for mechanical pulping. Part 2. Effects of different sprinkling parameters on wood properties and pulp produced using a laboratory grinder. Department of Forest Products and Markets, SLU, Uppsala
9. Tascón Claro, Á., 2003. Pulpwood debarking. Department of Forest Products and Markets, SLU, Uppsala
10. Hultåker, O., Bohlin, F. & Gellerstedt, S., 2003. Ny entreprenad i skogen – bredda för bättre arbetsmiljö och lönsamhet. *New services for contracting in forestry – diversifying for better work environment and profitability*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
11. Bohlin, F. & Mårtensson, K., 2004. Askåterföring till skog, vardande blir verklighet? Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
12. Lönnstedt, L. & Nordvall, H.O., 2004. *The Japanese pulp and paper industry – An analysis of financial performance 1991-2001*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
13. Vestlund, K. & Hugosson, M., 2004. Produktutveckling för lönsammare sågverk – teori och ett praktikfall. *Product development for more profitable sawmilling -theory and a case study*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
14. Eriksson, P., 2004. Pilotstudie av drivningssystemet Besten och Kuriren – Slutavverkning med förarlös skördare manövererad från skotare. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
15. Edlund, J., Lindström, H. & Nilsson, F., 2004. Akustisk sortering av grantimmer med hänsyn till utbytets hållfasthet. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
16. Roos, A., 2005. Forskning om marknadsorienterad innovation och produktutveckling inom svensk trävaruindustri – En kunskapsöversikt. *Research on market-oriented innovation and product development in the Swedish wood products industry – An overview*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
17. Wallin, A., & Nylinder, M., 2005. Träd- och virkesegenskaper hos två kloner av mikroförökad masurbjörk. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
18. Hultåker, O. & Bohlin, F., 2005. Skogsmaskinentreprenörers diversifiering – Empiriska resultat och en tolkningsmodell. *Forest machine contractors' diversification – Empirical findings and a model*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
19. Edlund, J., Lindström, H. & Nilsson, F., 2005. Successiv uttorkning av stockar – inverkan på elasticitetsmodul. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
20. Pivoriūnas, A., 2005. *Cooperation Among Private Forest Owners: Lithuania as a Case Study*. Licentiate thesis. Department of Forest Products and Markets, SLU, Uppsala
21. Tobisch, R., Hultåker, O., Walkers, M. & Weise, G., 2005. *Improvements of ergonomic assessment procedures for forest machines – A comparative evaluation of three established test methods*. Förbättringar av ergonomiska bedömningssystem för skogsmaskiner – En jämförande utvärdering av tre etablerade testmetoder. *Verbesserungen von ergonomischen Beurteilungsverfahren für Forstmaschinen – Eine vergleichende Bewertung von drei eingeführten Prüfmethoden*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
22. Roos, A., et al., 2005. *Workshop proceedings – Nordic Workshop on International Forest Processes*. Nordiskt forskarmöte om internationella skogliga processer 16-17 September, 2004. The Royal Swedish Academy of Agriculture and Forestry, Stockholm. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
23. Roos, A., Törrö, M. & Rönnberg, J., 2005. *China's forest sector – A literature review*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala

24. Lidén, E. 2005. *Benchmarks for good work organisation and successful implementation processes – Background to and working process of WORX*. Department of Forest Products and Markets, SLU, Uppsala
25. Vik, T. 2005. *Working conditions for forest machine operators and contractors in six European countries*. Department of Forest Products and Markets, SLU, Uppsala
26. Østensvik, T., et al. 2005. *Work exposure and complaints in a sample of French and Norwegian forest machine operators – A comparative field study within the ErgoWood programme*. Department of Forest Products and Markets, SLU, Uppsala

Uppsatser

1. Eriksson, L. & Woxblom, L., 2002. *Privatskogsbruk i Norrlands inland på 2000-talet*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
2. Lewark, S., 2005. *Scientific reviews of ergonomic situation in mechanized forest operations*. Department of Forest Products and Markets, SLU, Uppsala
3. Bigot, M., et al., 2005. *Implementation and socio-economic impact of mechanisation in France and Poland – Synthesis*. Department of Forest Products and Markets, SLU, Uppsala

Examensarbeten

1. Törrö, M., 2002. *Förändringar i skogsbranschens organisation på 1990-talet*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
2. Svensson, H., 2002. *Skogsbruksplanens betydelse för aktiviteten hos privata skogsägare i Älvdalen*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
3. Sundblad, K. & Ekström, M., 2002. *En marknadsundersökning om regelvirke – kvaliteter och kunduppfattningar*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
4. Alvehus, A., 2002. *Förslag till skötselplan för Uppsala högar och Tunåsen -ett exempel på medbestämmande planering*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
5. Rosén, J., 2002. *Kalkning och vitaliseringsgödning*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
6. Eriksson, J., 2002. *Integration mellan skog & förädlingsindustri*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
7. Paulsson, J., 2002. *Den icke-monetära nyttans betydelse för prisbildningen på skogsfastigheter*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
8. Paulmann, L., 2002. *Julgransodlingar i Sverige – utbud, efterfrågan och lönsamhet. Christmas tree plantations in Sweden - supply, demand and profitability*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
9. Hultåker, O., 2002. *Skogsentreprenad idag och i framtiden – En kvalitativ studie av skogsmaskinentreprenörers verksamhet och framtidsvisioner. Forest Contracting Today and in the Future – A qualitative Study of Logging Contractors' Activities and Their Visions of the Future*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
10. Ericsson, P., 2002. *Skogsägares intresse för uppdatering av Gröna planer*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
11. Warngren, K., 2002. *Askåterföring värt besväret? – En fallstudie av följderna av Stora Enso's försöksverksamhet med askåterföring. Ash recycling worth the trouble? – A case study on the consequences of Stora Enso's research and trials with ash recycling*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
12. Henriksson, J., 2003. *Förändrad aptering av massaved från 3- till 4-meters längder vid gallring inom Södra. En systemanalys av effekter från avverkning till levererad virkesråvara. Changed cross cut instruction of pulpwood from 3- to 4-meter lengths in thinning at Södra, a Swedish Forest Owner Association*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
13. Beck-Friis, M., 2003. *Förskolors inställning till och användning av stadens natur*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
14. Backman, M., 2003. *Analys av orsak till nedklassning av granträvaror. Underlag för övergång till tvåsidig sortering och automatsortering*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
15. Håkansson, B., 2003. *Mobilt internet för skogsbruket med CDMA2000 i 450 MHz – bandet*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
16. Jansson, J., 2003. *Köpare av skogsfastigheter i Småland år 2000-2001 – En undersökning hur den privata ägarstrukturen ser ut i Sverige. Buyer of forest properties in Småland the year 2000-2001 – A study of the private forestry holdings Sweden*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
17. Viklund, M., 2003. *Hinder för svenskt trä inom den italienska byggbranschen i allmänhet och produktsegmenten fönster och dörrar i synnerhet*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
18. Nilsson, F., 2003. *Förbättrat råvaruutnyttjande vid kvalitetssortering av timmer – Utvärdering av analysprogrammet Stockholm för automatiserad timmersortering i dimensions- och kvalitetsklasser hos BARO WOOD AB. Improved quality sorting of saw logs – Evaluation of the analyse program Stockholm and the quality sorting of saw logs at BARO WOOD AB*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
19. Andersson, P., 2003. *Omfattningen av icke avverkade områden i samband med slutavverkning. The extent of non-cut areas at final cut operations*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala

20. Fransila, J., 2003. Besökarstudie i Kilsbergens rekreationsområden – En metod för att utveckla rekreationsmöjligheter på Sveaskogs marker. *Visitor survey in the recreation areas of Kilsbergen – A method to develop opportunities for recreation in the forests of Sveaskog*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
21. Eriksson, U., 2003. En intervju och enkätstudie av besökare i tre tätortsnära skogsområden i Stockholmstrakten. *Interviews and surveys in three urban forest areas in the Stockholm region*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
22. Blomqvist, L., 2003. Invandrare i tätortsnära natur – Kvalitativa intervjuer angående natursyn och nyttjande samt förslag till åtgärder. *Immigrants in nature close to urban settings – Qualitative interviews concerning views and utilization and proposed measures to increase usage*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
23. Nordin, H., 2003. Virkets formförändring och dess betydelse vid postning. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
24. López, J., 2003. *Forest fires and fire management in Sweden; a comparison with Spain*. Department of Forest Products and Markets, SLU, Uppsala
25. Samuelsson, S., 2003. Uppfattningar om tryckved bland träbearbetande företag i Sverige. *Perception of compression wood among sawmills and wood-manufacturing companies in Sweden*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
26. Sjölander, H., 2003. Ändamålsanpassad TINA-sortering av sågtimmer. *Enduse orientated gamma-ray sorting of sawlogs*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
27. Toikkanen, C., 2003. Rekryteringsstrategier för företag inom skogssektorn – en undersökning om hur skogsbrukande och träförädlade företag bygger sitt arbetsgivarvarumärke. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
28. Svedberg, P., 2003. Hur uppfattas pcSKOG AB och pcSKOG-gård av privata skogsägare? En undersökning av en programvara för privatskogsbruket. *How are pcSKOG AB and pcSKOG-gård apprehended by private forest-owners? A study of a software for private forest estates*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
29. Bauer, M., 2003. Den geografiska, funktionella och processororienterade organisationen; En fallstudie av Holmen Skog, SCA Skog och Sydkraft Vattenkraft. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
30. Althoff, D., 2004. Sambandet mellan bostadsbyggandet och konsumtionen av sågade barrträvaror i några av Europas länder. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
31. Lindow, K., 2004. Ekonomisk konsekvensanalys av sprickor. I samband med avverkning och sågverksproduktion. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
32. Eriksson, H. & Kreij, E., 2004. Möjliga strategier för Holmens framtida skogsägande. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
33. Kogler, F., 2004. Färsk ved till Hallstaviks pappersbruk. *Fresh wood to Hallstaviks papermill*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
34. Forsbäck, M., 2004. Direktmarknadsföringens alternativ – En fallstudie för Logosol AB. *Direct marketing alternatives – A case study at Logosol*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
35. Jansson, A., 2004. Privata markägares attityder och inställningar till förnyrningsfrågor – En studie utförd i Mälardalen. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
36. Arvidsson, C., 2004. Attityder hos råvaruleverantörer till ett sågverksföretag – En fallundersökning av leverantörer till J.G. Anderssons Söner AB i Kronobergs län. *Attitudes among primary product suppliers to a sawmilling company – A case study among of suppliers to J.G. Andersson's Söner AB in Kronobergs län*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
37. Berggren, A., 2004. Modeller för brösthöjdsålder för tall och gran. *Prediction models for breast height age for Scots Pine and Norway Spruce*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
38. Lundin, M., 2004. En studie av besöksantalet i tre tätortsnära skogar i Stockholmsområdet med hjälp av Radio Beam Counter – Ett räkneverk baserat på radiovågsteknik. *A study of the number of visitors in three urban woods in the Stockholm area using Radio Beam Counter technique*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
39. Sigurdh, M., 2004. Mekaniserad plantering med Eco-Planter i södra Sverige. *Mechanized planting with Eco-Planter in southern Sweden*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
40. Gunnarsson, F. & Mårtensson, C., 2004. Vilka mål och behov har olika typer av skogsägare kring sitt skogsägande? *Which goals and needs have different types of forest owners?* Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
41. Carlsson, P., 2005. Möjligheter att öka effektiviteten och det ekonomiska utfallet av barkhanteringen vid Seskarö sågverk. *Possibilities to increase the efficiency and profitability regarding the bark handling at Seskarö sawmill*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
42. Lundquist, J., 2005. Kommunägd skog i Sverige – en enkät- och intervjustudie av de tätortsnära skogarnas ekonomiska och sociala värde. *Municipality owned forest in Sweden – a questionnaire and interview study of social and economic values of the urban forests*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
43. Selmeryd, O., 2005. Efterfrågan av grova sågade dimensioner och hyvlade produkter bland Wallnäs AB:s kunder – En marknadsundersökning. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
44. Norström, D. & Gustafsson, K., 2005. *Latvian logging companies – present state and development needs*. Skogsavverkningsföretag i Lettland – dagsläge och utvecklingsmöjligheter. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
45. Delavaux, H., 2005. *Cultivation of trees as a way to achieve diversification for smallholdings in Nicaragua*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
46. Göransson, P., 2005. Värdering för markåtkomst vid järnvägs- och motorvägsbyggnation En fallstudie av intrångsvärdering i området mellan Örebro och Arboga. *Valuation of ground rights when building railway and highway – A case study of infringement valuation in the area between Örebro and Arboga*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala

47. Eriksson, M., 2005. Sveaskogs möjligheter att utveckla trädbränsleverksamheten i Västerbotten och södra Norrland. *Sveaskog's possibilities to increase the wood fuel activity in Västerbotten and southern Norrland*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
48. Andersson, L. & Kumm, E., 2005. *Estonian logging companies - An exploratory survey of the Estonian logging companies*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
49. Prejer, B., 2005. Utveckling av ett skogsbolags kontaktstrategi. En kvalitativ intervjustudie bland större privata virkesleverantörer. *Development of the contact strategy of a forest company. A quality study among large timber suppliers*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
50. Johansson, P., 2005. Affärsupplägg biobränsle Västerbotten - En undersökning av större biobränsleanvändares syn på biobränslemarknaden i Västerbotten. *Business conditions for bio energy in Västerbotten - A survey of larger bio energy consumers' views of the bio energy market in Västerbotten*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
51. Andersson, C., 2005. Bioenergi från röjningsgallringar, en jämförande studie av fyra flödeskedjor från avlägg till förbrukare. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
52. Ek, K. & Furness-Lindén, A. 2005. Syns vi - finns vi!? - Marknadsföringsstrategier för Svenska FSC. *Marketing Strategies for FSC Sweden*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
53. Loré, J., 2005. Tillämpning av naturvårdsavtal. *Application of nature conservation agreements*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
54. Vidmo, M., 2005. Röjningsförbandets betydelse för avverkningsekonomin i södra Sverige. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
55. Bager, H., 2005. *An inventory of Non- Wood Forest Products used by people living in the buffer zone of a national park in the Amazonian Peru - assessment on subsistence and ecology*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
56. van Soest, M., 2005. *The European sawmill industry in a global competitive market: perspectives with regard to Monterey pine plantations in the Southern hemisphere*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
57. Wahn, J., 2005. Strategisk/Taktisk vägplan. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
58. Blicharska, M., 2005. *Using a Swedish forest biodiversity assessment under Polish conditions*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
59. Lennartsson, A., 2005. Val av tidpunkt för markberedning vid naturlig förnygring under skärm av *Pinus sylvestris* i Svealand. *Timing of scarification when using natural regeneration in seed tree stands of Pinus sylvestris in Central Sweden*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala
60. Bergh, J., 2006. Vad tycker skogsägare om virkesinköpare och inköpsorganisationer? *Private forest owners' opinion about forest purchaser and wood supply organisations*. Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala