



# Förtroende i skogliga affärsrelationer

## Skogsägarens förtroende till virkesköparen beroende av skogsägarens kön

*Trust in forest business relationships*  
*Forest – owners trust for the timber purchasers depending by the forest – owners gender*

**Agnes Källman**

**Nyckelord:** skoglig kompetens, kommunikation, vilja att kundanpassa, trygghet

**Arbetsrapport 478 2017**  
**Examensarbete 30hp A2E**  
**Jägmästarprogrammet**

**Handledare:**  
**Dianne Staal Wästerlund**

---

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



ISSN 1401-1204  
ISRN SLU-SRG-AR-478-SE



# Förtroende i skogliga affärsrelationer

## Skogsägarens förtroende till virkesköparen beroende av skogsägarens kön

*Trust in forest business relationships*  
*Forest – owners trust for the timber purchasers depending by the forest – owners gender*

**Agnes Källman**

**Nyckelord:** skoglig kompetens, kommunikation, vilja att kundanpassa, trygghet

Examensarbete i Skogshushållning vid Institutionen för skoglig resurshushållning, 30 hp

EX0768 A2E

Jägmästarprogrammet

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

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

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

Extern handledare: Elin Olofsson, Köpcoach, SCA

## **Förord**

Det här examensarbete har skrivits på uppdrag av SCA på institutionen för Skoglig resurshushållning vid Sveriges Lantbruksuniversitet i Umeå. I en intervjustudie intervjuades tio skogsägare om förtroende till virkesköparen i skogliga affärsrelationer. Studien utfördes i Norrbottens län.

Jag vill tacka mina handledare vid Sveriges Lantbruksuniversitet, Dianne Staal – Wästerlund och Elias Andersson, för deras engagemang och hjälp under arbetets gång. Elin Olofsson, min externa handledare från SCA för hennes engagemang och möjlig att få skriva det här examensarbetet. Jag vill också tacka mina examenjobbskollegor Anna Henckel och Erika Nylander för ett bra samarbete. Slutligen ett stort tack till alla skogsägarna som tog sig tid att träffas för en intervju.

Agnes Källman  
Piteå 2017-05-26

## Sammanfattning

I Sverige finns det ungefär 330 000 privata skogsägare och konkurrensen om skogsägarnas virke bland de skogliga aktörerna är stor. Skogsbolagens virkesköpare måste anskaffa virke genom köp av privata skogsägare för att skogsbolagen ska kunna försörja de svenska industrierna med virke. För effektivisera det kan det krävas att det skapas förtroende mellan parterna.

Studien baserades på kvalitativa intervjuer med privata skogsägare och studiens syfte var att studera skogsägarnas förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen beroende av om skogsägaren var kvinna eller man samt att studera hur variabelerna virkesköparens vilja att kundanpassa, virkesköparens skogliga kompetens och kommunikation mellan parterna påverkade skogsägarens förtroende för virkesköparen i den skogliga affärsrelationen. Studien har gjorts i samarbete med SCA, som vill vara det självklara valet för privata skogsägare.

Intervjuernas geografiska område var Norrbottens län och totalt intervjuades fem kvinnor och fem män. Samtliga skogsägare skulle ha genomfört en virkesaffär med SCA mellan januari 2010 - juni 2016

Resultatet visar på att samtliga variabler är viktiga för att skapa förtroende mellan skogsägaren och virkesköparen i den skogliga affärsrelationen. Det finns skillnader i hur virkesköparen bemöter skogsägaren beroende på könet. Det visade också att alla processer formas på något sätt av kön, de är så kallade könade.

Fortsatta studier bör göras för att kunna studera detaljer i en större utsträckning och se det från ett organisationsperspektiv. Och inte enbart från virkesköparens bemötande med skogsägaren.

**Nyckelord:** skoglig kompetens, kommunikation, vilja att kundanpassa, trygghet

## **Abstract**

There are approximately 330 000 private forest owners and the competition for the timber among the timber buyers is great. The buyers has to purchase timber from the private forest owners so that timber buying companies can provide the swedish industries with timber. For the business between the owner and the buyer to be effective, trust between the parties might be needed.

This study was based on qualitative interviews with private forest owners. The purpose of this study was to study the owners trust in the buyers depending on whether the buyer was a woman or a man. The purpose of the study was also to study how the variables; (i) the willingness of the buyers to adapt depending on the owner, (ii) the buyers competence in forestry and (iii) the communication between the owner and the buyer, affected the owners trust in the buyer. This study has been made in cooperation with SCA who wants to be the obvious choice for private forrest owners.

The geographical area of the study was Norrbotten County and a total of five women and five men were interviewed. A requirement was that the forest owners who were interviewed had sold timber to SCA sometime between January 2010 and June 2016.

The result show that all of the variables is important to create trust between the forrest owner and the timber buyer in the business relationship. There are differences in how the buyer meets the owner of the forest depending on the gender. It also showed that all processes are formed in some way by gender, called gendered.

Continuous studies should be done to study details to a greater extent and see it from an organizational perspective. And not only from the timber byers treatment with the forest owner.

**Keywords:** forest expertise, communication, willingness to customize, security

## Innehållsförteckning

1	Inledning.....	7
1.1	Bakgrund.....	7
1.2	Virkesköparens betydelse i skogliga affärer.....	7
1.3	Kvinna och skogsägare idag .....	8
2	Teoretisk bakgrund.....	9
2.1	Förtroende.....	9
2.2	Genusteori.....	10
2.2.1	Genus och kön .....	10
2.2.2	Könad .....	11
2.3	Variabler som påverkar förtroendeskapande .....	11
2.3.1	Kommunikation mellan virkesköparen och skogsägaren.....	11
2.3.2	Virkesköparens skogliga kompetens .....	12
2.3.3	Virkesköparens vilja att kundanpassa.....	12
2.4	Syfte och frågeställningar .....	12
2.5	Avgränsningar.....	12
2.6	Hypoteser .....	13
3	Material och metoder.....	14
3.1	SCA.....	14
3.2	Kvalitativ metod .....	14
3.3	Urval av skogsägare.....	14
3.4	Kontakt.....	15
3.5	Intervjuguide och intervjuerna.....	15
3.6	Bearbetning av data .....	15
4	Resultat.....	16
4.1	Skogsägarna .....	16
4.2	Kontakten med virkesköparen i den skogliga affären.....	16
4.3	Förtroende för virkesköparen i skogliga affärer .....	17
4.4	Den skogliga affären .....	18
4.5	Virkesköparens egenskaper .....	19
4.6	Val av virkesköpare i skogliga affärer .....	21
4.7	Kvinna och skogsägare i skogliga affärer .....	23
5	Diskussion .....	26
5.1	Material och metod .....	30
5.2	Slutsatser.....	31
5.2.1	Förslag till fortsatt forskning:.....	31

6	Referenser.....	32
7	Bilaga 1 – Slumpade skogsägare med Excelslumpvariator.....	34
8	Bilaga 2-Utskickat brev till skogsägaren.....	35
9	Bilaga 3 - Gemensam intervjuguide – underlag till intervjun .....	36
10	Bilaga 4 - Gemensam intervjuguide för skogsägaren.....	39



# 1 Inledning

Det råder stor konkurrens om råvarorna till industrierna i Sverige och i och med att olika bolag satsar på att utöka sin produktion krävs det mer från virkesanskaffningen. SCA har ett antal industrier i norra Sverige och har exempelvis valt att satsa 7,8 miljoner på en av sina massafabriker som ligger i Östrand (SCA, 2017). Det betyder att SCA måste öka sina virkesköp från privata skogsägare då virke enbart från egen skog inte räcker till för att försörja industrierna. SCA är Europas största privata skogsägare (SCA skog AB, 2017) och ett av SCA:s tre mål för deras organisation är att långsiktigt försörja sina industrier med virke. Virkesanskaffningen kan ske genom avverkning från egen skog, byten med andra företag samt lokala köp från privata skogsägare. För att hålla deras industrier med virke måste SCA bli det självklara valet för skogsägarna.

## 1.1 Bakgrund

Sverige har en landareal på 41 miljoner hektar varav 23 miljoner hektar är skogsmark (Skogsstyrelsen, 2016) med ungefär 330 000 privata skogsägare (Skogsstyrelsen, 2014). Dessa äger cirka hälften av Sveriges produktiva skogsmarksareal (Mattsson, Boman, & Kindstrand, 2004). Ungefär tre femtedelar av dessa är män medan resterande två femtedelar är kvinnor (Skogsstyrelsen, 2014). Eftersom cirka hälften av all skog ägs av privata skogsägare är det viktigt för de stora skogsbolagen att vara ett attraktivt företag och samarbetspartner för dessa skogsägare. Skogsbolagens ansikte utåt vid skogliga affärer med privata skogsägare är virkesköparen varför det är viktigt att virkesköparen skapar en bra affärsmässig relation med den privata skogsägaren. På så sätt kan virkesköparen bli konkurrenskraftig gentemot andra skogsbolag som också vill anskaffa virke genom lokala köp, något som är en stor del i de flesta skogsbolagens sätt att anskaffa virke ifrån. Förtroende är en komponent för att bygga en långsiktig relation mellan virkesköparen och den privata skogsägaren (Lundberg, 2016).

## 1.2 Virkesköparens betydelse i skogliga affärer

Det är virkesköparen som är skogsbolagets ansikte utåt vid skogliga affärer med den privata skogsägaren. Vissa skogsägare bryr sig om vem som tar första kontakten medan vissa påstår att första kontakten inte har någon betydande roll (Waern & Wikberg, 2013). En del skogsägare påstår att det är de själva som i slutändan bestämmer och beslutar om det blir någon affär eller inte, oavsett hur virkesköparen tagit kontakt med dem (Waern & Wikberg, 2013). Det handlar om att skogsägaren inte vill bli tvingad till något, utan ha makten att bestämma själv (Waern & Wikberg, 2013). När det handlar om långsiktiga relationer mellan virkesköparen och den privata skogsägaren gäller det att skapa förtroende mellan parterna (Lundberg, 2016).

En påverkande faktor är inte bara virkesköparens roll utan samspelet inom organisationen. Det gäller att de tjänster som de privata skogsägarna beställer från skogsbolaget sköts på rätt sätt, något som är grunden till att kunna etablera ett långsiktigt förhållande och bygga på förtroende mellan parterna. Det krävs att kvaliteten blir bra efter utförd åtgärd och att administrationen kring ekonomin stämmer i slutändan med vad som avtalats. Brister det i det skedet kan det minska virkesköparens chans till fortsatt förtroende och möjligheterna till en långsiktig relation. Kommunikation mellan parterna är viktigt i sådant skede om brister uppkommer för att ha en möjlighet att reparera förtroendet (Lundberg, 2016). Virkesköparen är en viktig komponent i skogsbolagens strategi när det gäller virkesanskaffning. De är företagets ansikte utåt och dem som privata skogsägarna kommer att möta under deras skogliga affär med skogsbolagen.

### ***1.3 Kvinna och skogsägare idag***

Längre tillbaka i tiden har det varit främst männen som fått ärva skogen efter sina föräldrar. Men i och med att tiden går förändras detta och det har kommit fler kvinnor som är skogsägare. Kvinnor anser sig själv ha mindre kunskap om skog än vad männen har, vilket gör de mer benägna att vilja infinna sig i en relation och förlita sig på någon. Enligt författarna till boken *Kvinna och skogsägare* menar de att kunskap skapar tillit och förtroende utåt. De menar på att kvinnor anser sig själv ha mindre kunskap om skogen men att de är villiga att lära sig mer. Men de vill slippa, för att citera en kvinna ur boken; *”herrar som skrattar åt vår okunskap”*. Kvinnor menar på att skogen fortfarande känns som männens platser och att fler kvinnor bör söka sig till kurser för att kunna föra en diskussion. På så sätt kan även kvinnor kännas sig med i ”gänget” och bidra till mer jämställdhet i skogen (Lidestav, Engman, & Wästerlund, *Kvinna och skogsägare*, 2000).

Eftersom 38 procent av privata skogsägarna är kvinnor (Skogsstyrelsen, 2014) gäller det för virkesköparna att bemöta dem på ett korrekt och professionellt sätt, något som de blivit bättre på (Lidestav & Andersson, *Fokusgruppsanalyser av kvinnliga skogliga nätverk*, 2011). Det gäller för skogsbolagen att se kvinnor i sin roll som skogsägare. En kvinna som är skogsägare idag kan känna sig mindre sedd av virkesköparen, uppleva att virkesköparen tycker att de är mindre kompetenta och känna att de inte blir tagna på allvar (Lidestav & Andersson, *Fokusgruppsanalyser av kvinnliga skogliga nätverk*, 2011). Män som är skogsägare har i större grad ett väletablerat nätverk i skogsvärden än kvinnorna (Andersson & Lidestav, *Creating alternative spaces and articulating needs: Challenging gendered notions of forestry and forest ownership through women's networks*, 2016). Män som skogsägare är normaliserat i skogsbruket, eftersom den manliga normen anses som det ”normala” i skogsbranschen (Acker, 2009). Skogsägare som är kvinnor får oftast representera hela könet och inte enbart sig själv som skogsägare, vilket gör det svårare för kvinnor att passa in i den skogliga normen (Andersson, o.a., 2015).

Adelswärd (1999) understryker:

*”...feminismens uppgift är att skapa ett samhälle där det faktum att någon är kvinna ska kunna vara något omarkerat”*

Som dagens samhälle ser ut finns det skillnader mellan könen och kvinnor är något markerat, annorlunda och frånskilt från dagens maskulina norm, vilket även gäller i skogssektorn.

## 2 Teoretisk bakgrund

### 2.1 Förtroende

För att kunna förstå sig på begreppet *förtroende* gäller det att börja med att definiera det. Nedantill tas det upp två definitioner av begreppet förtroende. Det första som Doney och Cannon använder sig av och som är grunden till det här arbetet:

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

Det andra exemplet som förtroende kan definieras som är:

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

Enligt Doney och Cannons (1997) definition av förtroende är det den trovärdighet och välvilja som upplevs. Förtroende innehåller två dimensioner. Trovärdighet handlar om att tro på den andra partners ord. Välvilja, som står i fokus i den andra dimensionen handlar om intresset att bidra till välfärd hos den andra partnern.

Doney och Cannons (1997) beskriver ett relationsramverk mellan säljaren och köparen. Den innefattar fem processer som illustreras i Tabell 1, som skapar förtroende mellan parterna. Processerna kan trigga igång en annan process vilken menar på att de är sammanlänkande. Det här teoretiska ramverket kring förtroendeskapande visar på en bas hur säljaren ska skapa förtroende mellan parterna.

De fem olika processerna är: *beräknande processen*, *förutsägande processen*, *trovärdighetsprocessen*, *intensionsprocessen* och *överföringsprocessen*. Varje process har variabler som triggar igång processerna som skapar förtroende och varje process har olika antal variabler som påverkar (Doney & Cannon, 1997).

Genom den *beräknande processen* kalkyleras kostnaderna för en annan part att fuska. Kostnaderna skall vara så att det inte är till motpartens fördel att fuska. Den *förutsägande processen* visar på förmåga att förutsäga andra parternas beteende. Förtroende kräver att ena partens har information om den andra parten för att kunna utvärdera dess välvilja och trovärdighet i form av information om partens beteende sedan tidigare. *Trovärdighetsprocessen* innebär att den ena parten bedömer den andra partens förmåga att hålla det man lovar och vara trovärdig. Det gäller i denna process att vara handlingskraftig, att utföra det motparten önskar och fått ett löfte om (Doney & Cannon, 1997).

I *Intensionsprocessen* blir parterna medvetna om varandra. Med hjälp av processen kan de bedöma och tolka varandras motiv. För att göra det möjligt för båda parterna att förstå varandras mål och avsikter med affären utvecklar de värderingar och normer som de båda står för. Denna process gör att de som vill hjälpa varandra blir mer tillförlitliga, medan de som endast är ute efter att själv få hela vinsten själv ses som mindre tillförlitliga (Doney & Cannon, 1997).

I överföringsprocessen kan förtroende föras över. Om någon exempelvis hör gott om en organisation från en annan person som varit i kontakt med dem så kan det innebära att personen som hör det får samma förtroende för organisationen (Doney & Cannon, 1997).

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

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

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

## 2.2 Genusteori

### 2.2.1 Genus och kön

Under 1960 - talet i England introducerades för första gången ordet genus, eller som det heter på engelska – gender. Det för att särskilja på det biologiska könet och könsidentiteten (Nationella sekretariatet för genusforskning, 2016). Nationalencyklopedin (NE) beskriver genus som:

”...ett annat ord för människors sociala kön” (Nationalencyklopedin, 2017)

Med det menas att det är social och kulturell konstruerat (Nationella sekretariatet för genusforskning, 2016). Det biologiska könet är uppdelat, i det manliga könet och det kvinnliga. Utifrån olika normer, egenskaper och uttryck formas vår förståelse av kön utav genus (Nationella sekretariatet för genusforskning, 2016). Genus är något som kan förändras med tiden och kön något som ses som statiskt, det förändras inte med samhället. Kön är något som människor delas in efter och kallas för det biologiska könet (Nationalencyklopedin, 2017). Genus är viktigt att förstå för att kunna förstå vad som formar oss som människor och vårt handlande. Därför ger genusperspektivet oss kunskap om samhällsstrukturer och institutioner. Samhällsstrukturer som håller isär kvinnor och män,

genom att använda sig av könssegregerade platser, som exempelvis arbetsmarknaden. Maktrelationen på arbetsplatsen eller i vardagen mellan kvinnor och män ty sig lättare att förstå sig på och forska mer kring om genus och samhällsstrukturer först kommer ner på en förståelig nivå (Nationella sekretariatet för genusforskning, 2016).

### **2.2.2 Könad**

Könad är det som sker mellan genus och kön. Det är processen som kodar och gör att något är kvinnligt eller manligt. Något som binder samman den bild som de flesta har av skogsbruket är typer av maskulinitet som kan kopplas till den kultur som finns i skogsbruket. Denna förståelse av skogsbruk upprätthålls genom olika praktiker, strukturer och symboler (Acker, 2009). Men i dagsläget är det fler och fler kvinnor som blir skogsägare. Det är en förändring som skogsbranschen måste hänga med på eftersom det är andra behov som måste tillgodoses till skogsägarna än dem som är traditionella och är kopplade till maskulina normer och maskulint könade organisationer och relationer. Det som också förändras med tiden i och med att fler kvinnor blir skogsägare är könsmönstret inom skogsägandet<sup>1</sup> Detta blir dock problematiskt då studier visar att det krävs en viss maskulinitet för att tillhöra den grupp som är dominerande i skogsbranschen och känna sig som en av dem (Andersson, o.a., 2015). De som avviker från normen blir därigenom ignorerad och exkluderad. För att motverka detta krävs det en ökad medvetenhet kring hur olika processer, organisationer och relationer könas för att kunna motverka dessa och göra skogsbruket mer inkluderande (Acker, 2009).

## **2.3 Variabler som påverkar förtroendeskapande**

Doney och Cannon (1997) har i sitt ramverk med ett antal variabler som påverkar skapandet av förtroende (tabell 1). I den här studien ingår tre olika variabler (*skoglig kompetens, kommunikation, kundanpassa*) som kan påverka skapandet av förtroende mellan parterna i affärsrelation:

### **2.3.1 Kommunikation mellan virkesköparen och skogsägaren**

När det handlar om en dialog mellan två parter, i det här fallet mellan virkesköparen och skogsägaren gäller det att fokusera på hur virkesköparens ord kommuniceras mellan parterna. Det gäller att virkesköparen försöker anpassa sina ord efter mottagaren för att förhindra missförstånd. Men i slutändan är det ändå mottagaren som väljer hur virkesköparens ord uppfattas (Backlund, 2006). Förståelsen över virkesköparens situation måste beaktas. Hur virkesköparens kommunikation kommer att bemötas och uppfattas är lika mycket upp till lyssnaren, skogsägaren i det här fallet. Eftersom det finns en rad olika skogsägare med alla olika personligheter kommer virkesköparens kommunikation alltid uppfattas olika. Kunskap och erfarenhet är parametrar som kommer påverka hur mottagaren kommer ta sig an språksignalerna från virkesköparen (Backlund, 2006). Därför är det viktigt att lära sig bemöta olika sorters skogsägare genom att kommunicera på olika sätt, för att bli konkurrenskraftig. I skapandet av förtroende mellan två parter i affärsrelationer så finns kommunikation med som påverkade variabel i Doney och Cannons (1997) ramverk (tabell 1) om processerna som – på vilket sätt är kommunikation en viktig variabel för att skapa förtroende mellan virkesköparen och skogsägaren?

---

<sup>1</sup> Muntlig källa Elias Andersson

### **2.3.2 Virkesköparens skogliga kompetens**

Enligt Jensen och Ulleberg (2013) om kompetens menar de att förtroende kan skapas i en relation genom att ena partnern har kunskaper inom specifika ämnesområden. Skoglig kompetens motsvara i den här studien kunskap om skog och skogliga affärer, med fokus på virkesköparens skogliga kompetens inom skogssektorn. Wearn och Wikberg (2013) menar också att den viktigaste egenskapen hos virkesköparen enligt skogsägarna är skoglig kompetens. I skapandet av förtroende mellan två parter i affärsrelationer så finns kompetens med som påverkade variabel i Doney och Cannons (1997) ramverk (tabell 1) om processerna.

### **2.3.3 Virkesköparens vilja att kundanpassa**

Kundanpassa motsvara i den här studien virkesköparens vilja att anpassa sig efter skogsägarens önskemål från första kontakten, avtal och slutresultatet. Viljan att kundanpassa finns med som påverkade variabel i skapandet av förtroende i affärsrelationen i Doney och Cannons (1997) ramverk. Genom att anpassa sig efter kunden kan det ge hög kundnöjdhet. Enligt Erlandsson (2016) är det viktigt för kunden att rätt kvantitet inom rätt tidsram levereras för att nå kundnöjdhet. Att lyssna på skogsägarens önskemål är betydande för att skapa förtroende (Wearn & Wikberg, 2013).

## ***2.4 Syfte och frågeställningar***

Studiens syfte är att, gentemot presenterad forskningsbakgrund studera:

1. vilka processer som skapar förtroende mellan skogsägaren och virkesköparen i en skoglig affärsrelation beroende på om skogsägaren är kvinna eller man
2. hur variablerna skoglig kompetens, kundanpassa och kommunikation påverkar skogsägarens förtroende för virkesköparen i en skoglig affärsrelation beroende på om skogsägaren är en kvinna eller man

## ***2.5 Avgränsningar***

Studiens geografiska avgränsning var Norrbotten. Fem kvinnor och fem män intervjuades och det för att kunna analysera och jämföra mellan könen. Samtliga deltagare var privata skogsägare och de ägde samt brukade skog med minst 50 hektar. De skulle ha gjort en virkesaffär med SCA någon gång mellan perioden 2011–2015 för att få med aktiva skogsägare.

## 2.6 Hypoteser

Med utgångspunkt från teorier om förtroende och genus samt de valda variablerna skoglig kompetens, kommunikation och kundanpassa har fem hypoteser utformats:

*Hypotes 1:* Virkesköparens förmåga att *kommunicera* är viktig för förtroendeskapaandet mellan skogsägaren och virkesköparen i skoglig affärsrelation.

*Hypotes 2:* Virkesköparens *skogliga kompetens* är viktig för förtroendeskapaandet mellan skogsägaren och virkesköparen i skoglig affärsrelation

*Hypotes 3:* Virkesköparens förmåga att *kundanpassa* är viktig för förtroendeskapaandet mellan skogsägaren och virkesköparen i skoglig affärsrelation.

*Hypotes 4:* Kvinnor som är skogsägare skapar förtroende för virkesköparen genom förutsägandeprocessen och överföringsprocessen

*Hypotes 5:* Män som är skogsägare skapar förtroende för virkesköparen genom intentions processen

## 3 Material och metoder

### 3.1 SCA

Studien genomfördes i samarbete av SCA Skog AB, vilket är Europas största privata skogsägare och har sitt huvudkontor i Sundsvall (SCA Skog AB, 2015). Inom SCA finns det fem olika skogsförvaltningar; Norrbotten, Västerbotten, Ångermanland, Jämtland och Medelpad. De är, som de andra skogsbolagen, en virkesköpande organisation som köper virke av privata skogsägare.

Inom varje skogsförvaltning finns det ett antal virkesköpare som är utplacerade på lokalkontor. De är SCA:s ansikte utåt och sköter all kontakt med skogsägarna. Cirka 47 % av SCA:s totala årliga avverkningsvolym är virke som SCA:s virkesköpare anskaffar via lokala köp från privata skogsägare, vilket motsvarar cirka 2.3 miljoner m<sup>3</sup>f årligen (SCA Skog AB, 2016). Förutom att köpa virke av privata skogsägare erbjuder SCA tjänster av olika slag som syftar till att täcka en skogsägars behov för att kunna sköta om sin skog (SCA Skog AB, 2016). SCA vill utvecklas och inte enbart vara en råvaruleverantör, utan också vara en tjänsteleverantör, i likhet med andra skogsbolag. SCA arbetar efter kundfokus och kvalitet. Med den här studien vill SCA utveckla sig i frågan hur förtroende skapas mellan två parter i en skoglig affärsrelation för att bli det självklara valet för skogsägaren och fortsätta försörja de svenska industrierna med virke.

### 3.2 Kvalitativ metod

Den metod som användes till studien var semistrukturerade intervjuer, vilket är en kvalitativ metod. Det är fördelaktigt att använda en kvalitativ metod när studien fokuserar på att skapa mening (Kvale & Brinkmann, 2014). Metoden valdes främst för att fördjupa förståelsen av begreppet förtroende (Trost, 1993). En intervjuguide som används till semistrukturerade intervjuer ska enbart innehålla frågeområden istället för exakta detaljerade frågor. Det är därför upp till den som intervjuar att avgöra hur mycket svaren ska följas upp. Detta gör att intervjupersonerna till viss mån själv kan styra samtalet, på så sätt kommer intervjupersonernas syn på sin verklighet fram. Det finns flera faktorer som spelar in för att intervjupersonerna ska känna sig fria att prata och uttrycka sig om privata ting, exempelvis platsen för intervjun. Det är viktigt att få en bra balans mellan att få fram användbart material och respektera den som blir intervjuad (Kvale & Brinkmann, 2014).

### 3.3 Urval av skogsägare

Antalet semistrukturerade intervjuer brukar ligga mellan 5–25 stycken beroende på resurser samt hur mycket tid som kan disponeras på intervjuerna. I denna studie slumpades tio privata skogsägare ut från SCA:s kundregister med hjälp av en slumpgenerator i Excel. Kundregistret delades upp i två listor innan slumpningen. Variabeln som särskilde listorna från varandra var skogsägarrens kön. En lista med kvinnor som gjort affär med SCA samt en lista med män, samtliga ägare av en skogsfastighet i Norrbotten. Därefter gjordes en enskild slumpning av båda listorna. Fördelningen på deltagarna var 50 % procent kvinnor och 50 % män. Det fanns ingen övre gräns på hur mycket hektar skog varje deltagare äger för att kunna delta, men ett krav var att deltagaren minst hade 50 hektar skog och gjort en skoglig affär mellan januari 2012 och juni 2016. Åldern på skogsägaren fick vara mindre eller lika med 75 år.



### ***3.4 Kontakt***

De tio deltagare som slumpats fram kontaktades via brev (bilaga 2) som innehöll information om studien. Brevet informerade även att skogsägarens svar hanteras strikt konfidentiellt och att medverkan var frivillig. Efter ett antal dagar efter brevet skickats så kontaktades deltagarna på nytt via telefon för att fråga om de ville delta. Information om studiens syfte och att deras svar hanteras strikt konfidentiellt togs upp i samband med kontakten. Om en deltagare tackade nej så skickades nya brev ut och samma process upprepades igen tills antalet deltagare hade kommit upp till tio stycken där fem stycken var kvinnor och fem var män. Totalt kontaktades 21 skogsägare varav elva tackade nej.

### ***3.5 Intervjuguide och intervjuerna***

Innan intervjuerna så arbetades en intervjuguide fram, vilken baserades på tidigare studier och forskning (bilaga 3). Det var viktigt att intervjuguiden var genomarbetat och innehöll relevanta och genomtänkta frågor vilka kunde användas som underlag vid intervjuerna. Det för att få så bra svar som möjligt. Intervjuerna hölls i intervjupersonernas hemmiljö eller arbetsplats och var mellan 20 till 60 minuter. Det är viktigt att intervjupersonerna ska känna sig fri att prata och uttrycka sig om privata ting, därför är det av betydelse val av plats för intervjun (Kvale & Brinkmann, 2014). Istället för att skriva ner alla svar för hand spelades intervjun in med hjälp av en diktafon. Det medförde att mer fokus kunde läggas på att lyssna på vad deltagarna sa och flika in med andra relevanta frågor utöver intervjuguidens frågor. Inspelningen möjliggjorde även att transkribering av materialet kunde utföras efter intervjuerna och eventuella citeringar av deltagarna kunde användas till studien. Innan intervjun satt igång informerades det om studiens syfte, att deltagande deltar frivilligt samt att materialet skulle hanteras konfidentiellt.

### ***3.6 Bearbetning av data***

Efter avslutad intervju transkriberades och kodades intervjumaterialet. Utifrån de teorier som förklarats tidigare i arbetet bearbetades materialet. Materialet sorterades i olika teman utifrån intervjuguiden för att göra det mer lätthanterat, överskådligt och för att underlätta analys – och resultatdelen av materialet (Kvale & Brinkmann, 2013; Trost, 1993). För att styrka resultaten användes citat från skogsägarna (Trost, 1993). Teorier samt resultatet från intervjuerna användes sedan för att arbeta fram en diskussion kring ämnet och eventuella studier som kan göras i framtiden.

## 4 Resultat

### 4.1 Skogsägarna

Skogsägarna som deltog i studien var hälften kvinnor och hälften män. Totalt deltog 10 skogsägare. Majoriteten av skogsägarna hade ärvt sin fastighet. Alla män som deltog ägde skogen med sin fru eller bror. Hos kvinnorna var variationen större där två av fem ägde skogen själv och tre av fem ägde den tillsammans med någon. Åldern på deltagarna varierade mest bland kvinnorna, som yngst var en deltagare 38 år och som äldst 69 år. Bland männen var åldern inte lika varierande, där var de flesta cirka 70 år. Den yngsta mannen som deltog var 60 år och den äldsta 72 år. Storleken på skogsmarken var den variabeln som varierade mest bland skogsägarna. Störst skogsmark hade en man på cirka 911 hektar. En kvinna hade den skogsmark som var 122 hektar, vilket var den minsta. Inom könen varierade skogsmarken mindre hos kvinnorna och mer hos männen (se tabell. 2).

När frågan om vad de vill få ut av sitt skogsägarande kom upp var det den ekonomiska avkastningen viktigt liksom känslan att äga skogen. Jakt, svamp – och bärplockning var viktigt för en del av skogsägarna. Att bruka och förvalta skogsfastigheten på bästa sätt var viktigt för samtliga. Alla skogsägare som deltog i studien hade ett intresse att tjäna pengar på sin skog men samtidigt var rekreation och biologisk mångfald också något som låg skogsägarna varmt om hjärtat.

**Tabell 2.** Kön, ålder, förvärv, skogsmark samt ägande på skogsägarna som deltog i studien.

**Table 2.** Gender, age, acquisition, woodland and ownership of the forest owners who participated in the study

Kön	Ålder (år)	Förvärv	Skogsmark (ha)	Ägande
Kvinna	56	Ärvt	135	Själv
Kvinna	38	Köpt	122	Med sin man
Kvinna	56	Ärvt	160	Själv
Kvinna	55	Ärvt	387	Med sin bror
Kvinna	69	Ärvt	187	Med sin syster
Man	72	Ärvt?	156	Med sin fru
Man	70	Ärvt	316	Med sin fru
Man	71	Ärvt	654	Med sin bror
Man	71	Ärvt	226	Med sin fru
Man	60	Köpt	911	Med sin fru

### 4.2 Kontakten med virkesköparen i den skogliga affären

Kvinnorna som ingick i studierna menade på att de vände sig till sin virkesköpare på grund av virkesköparens kunskap. En kvinna menade på att hon inte skulle kunna ta ett beslut om skogsskötseln utan virkesköparens hjälp. Eftersom kvinnan ärvt skogen så känner hon ett ansvar att förvärva den på bästa sätt liksom skogens tidigare ägare gjort. Genom kunskap och den hjälp skogsägaren får av virkesköparen gav det en känsla att skogsägaren kan lita på virkesköparen. En kvinna menade att hon hade den biologiska kunskapen kring skogen men att hon saknade kunskapen om hur den ska skötas för att förädla skogens produktivitet på bästa sätt. Genom att kunna komplettera skogsägarens kunskap med virkesköparens kunskap vidareutvecklades känslan som gjorde att skogsägaren kände så. Vidare trycker kvinnorna i studien på att kunskapen är en faktor som gör att de vänder sig till sin

virkesköpare i skogliga affärer och för att känna förtroende. Praktiska bitar som att ”för att sälja skogen” är något en kvinna nämner men tar sedan upp vilken betydelse kring kunskapen som virkesköparen besitter:

*”Han frågade oss och han gjorde ju förslag och vi tittade och det där såg ju jättebra ut. Om än man gått kurser så har man ju inte de kunskaperna.”*

När de män som var med i studien fick frågan om varför de vänder sig till sin virkesköpare i skogliga affärer var det mer rakt på sak. Den personliga kontakten samt pengar var något som stack ut. En man menade på att han inte hade någon speciell virkesköpare. Det som särskilde den skogsägaren från majoriteten var att han fullt ut valde vem han sålde virket till beroende på skogsbolagets underentreprenör, entreprenören som genomförde slutavverkningen eller gallringen samt att det slutliga nettot påverkade.

Merparten av skogsägarna (män som kvinnor) skickade ut anbud och fick på så sätt kontakt med virkesköpare från olika företag. Därefter fanns det olika faktorer som påverkade valet av virkesköparen. Faktorer som priset, tidigare erfarenheter, rykte samt den känsla som skogsägaren fick vid första mötet med virkesköparen påverkade. Majoriteten av skogsägarna som var män kom i kontakt med sin virkesköpare genom att de kände varandra sedan tidigare medan majoriteten skogsägarna som var kvinnor kom i kontakt genom anbud.

### **4.3 Förtroende för virkesköparen i skogliga affärer**

Nio av tio skogsägare, män som kvinnor, angav att de känner förtroende för sin virkesköpare i skogliga affärer. Ingen av männen nämner kunskap som viktig faktor till förtroendet medan tre av fem kvinnor nämner kunskap när de ska beskriva vad förtroende är för dem. Kommunikation, ärlighet, trygghet, kunskap samt att virkesköparen håller sig till det hen sagt är faktorer som i denna studie visade sig ha betydelse för att skogsägarna skulle känna förtroende för virkesköparen.

Det var en kvinna som inte hade förtroende för sin virkesköpare fullt ut. När listan med egenskaper som virkesköparen bör utveckla eller sakna så hamnade förtroendefull högst upp. Skogsägaren önskade att hon känt mer förtroende för virkesköparen men på grund av bristande känsla för, enligt skogsägaren, nytänkande och förståelse för att kvinnor också kan ha skogen som intresse så kände hon inte fullt förtroende för virkesköparen. Kvinnan underströk sitt behov av förtroende och menade:

*”Jag önskar att jag känt mer förtroende. Jag önskar att jag hade känt mig så här inbäddad i trygghet, kunskap, värme, omtänksamhet”*

Anledningen att hon inte hade förtroende var att virkesköparen inte respekterade hennes intresse för skog. Även om hon inte tänker arbeta fysiskt i skogen så menar hon på att hennes intresse för skogen och skogsbruket ändå kan vara stort. Hon menar också på att virkesköparen saknade känslan för att känna in vart hen hamnat i för hushåll, hur människor ska bemötas. Skogsägaren fick en känsla av att det endast var pengarna som virkesköparen ville prioritera men för skogsägaren var det inte det stora målet. Allt detta tillsammans skapade bristande förtroende för virkesköparen. Skogsägaren i det här sammanhanget hade redan gett virkesköparen två chanser som virkesköparen inte förvaltade på bästa sätt men andra praktiska saker kring virkesköpet gjorde att skogsägaren ändå valde att behålla samma

virkesköpare. Hon menar på att rent faktamässigt så känns det lugnt men att den känslomässiga biten som hon vill känna inte fanns där.

Mindre än hälften av männen nämnde att återkoppling var något som kunde förbättras inom kommunikationen mellan skogsägarna och virkesköparen. Inget av resultaten från intervjun tyder på att männen skulle få större förtroende för virkesköparen om återkoppling skulle förbättras men båda påpekar hur viktigt det är med återkoppling för framtida affärer, så en viss påverkan har återkoppling för den skogliga affären i helhet mellan de båda parterna. Kvinnorna i studien nämner inte lika tydligt återkoppling som en variabel som bör förbättras, men de vill ha tydlig kommunikation där virkesköparna återkommer med svar om deras skog om de lovat det att göra det.

Återkoppling eller feedback, i det här sammanhanget mellan virkesköparen och skogsägaren handlade inte om att virkesköparen var tvungen att ringa och säga något kring hur avverkningen gick utan skogsägarna skulle uppskatta om virkesköparen enbart hörde av sig efter avslutad affär och hörde ”hur är det”. För att göra det mer professionellt skulle denna typ av samtal kunna kombineras med en dialog kring avverkningen och kundnöjdheten. Denna studie visade på att återkoppling är något skogsägarna gärna ser mer av, både man som kvinna. En skogsägare som var man påpekade att han ansåg att det dröjer för länge efter avslutad affär som virkesköparen hör av sig för att höra om skogsägaren är nöjd med affären.

#### **4.4 Den skogliga affären**

Merparten av skogsägarna kände sig trygg i den senaste skogliga affären. Det fanns en tendens till osäkerhet hos kvinnorna när de svarade på om de kände sig trygga. De menade på att ”pengarna är ju på kontot” och därefter kände de en trygghet. Trots att de svarade ja på frågan kring tryggheten så finns det en osäkerhet som klarnas upp när de ”får pengarna på kortet”, vilket visar på att skogsägarna i fråga känner en osäkerhet kring betalningen. Att virkesköparen med hjälp av återkommande kommunikation med skogsägaren visar att hen har kontroll över situationen genom att informera skogsägaren kring förändring i avverkningen, eller liknande. Där skogsägarna kände en trygghet till virkesköparen var då hen var noga med att informera och trycka på att det bara var för skogsägaren att själv gå ut och kolla på avverkningen. Känslan av trygghet infann sig när virkesköparen själv sa att de borde fara ut och kolla själv och hela tiden höll kontinuerlig kontakt med den och informerade om eventuella ändringar.

*” Ja alltså det var bara känslan som jag fick i och med att han hela tiden tog kontakt med oss. Kontakten är jätteviktig. Och han ville att vi skulle åka dit flera gånger.”*

En skogsägare som var kvinna påpekade vikten av att skriva ett utförligt avtal för att kunna känna tryggheten i affären. I föregående affär hade hon inte skrivit något avtal kring när avverkningen skulle utföras, utan enbart sagt till virkesköparen att de inte fick köra på ofrusen mark – vilket de gjorde ändå, något som hon menar att hon måste ha mer kontroll över framöver. Utan kontrakt framhåller hon att:

*” Ja, man vet ju aldrig. De kan ju chansa”*

Hon menar också i efterhand att hon inte hade varit säker i kommande affärer om hon saknat kunskapen kring vad som bör vara med i ett avtal.

Många pratade om tryggheten att ha virkesköparen som jobbade åt företaget som är stabila ekonomiskt. De menade på om en virkesköpare skulle göra misstag eller avvika från avtalat så är ett stort företag mer synligt utåt, de måste ofta vara snabba med att rätta till sina misstag. Ett starkt företag skulle kunna hålla sig på benen och inte gå i konkurs mitt under affären, innan den är klar. En skogsägare som är kvinna understryker detta:

*”Virkesköparen kanske vill det bästa men det blev inte som man hade tänkt sig och då känns det också väldigt tryggt att ha ett större företag för det. För det är ju faktiskt, som jag säger, din enda chans till att faktiskt tjäna pengar på din skog kanske under många år framöver”*

Hon menar ändå att hon skulle kunna gå från ett stort företag till något annat om hon får förtroende för personen som är virkesköpare och får känslan att det kan bli en bättre affär. Många säger att priser är det viktigaste, man som kvinna, och avgör vem de gör affär med. Men efter en fördjupad diskussion kommer det fram att de måste känna förtroende för personen som de ska göra affär med och att känslan ska kännas rätt.

Majoriteten av kvinnorna och männen som är skogsägarna vill ha en bra känsla för personen som de ska göra affären med och om de gör bort sig genom hur de uppför sig så kan skogsägarna tänka sig att byta fast priset är lägre hos någon annan – men priset får inte skilja för mycket, då måste de tänka igenom valet än en gång. Att de känner förtroendet och de får tag på personen i fråga var något som var viktigt för dem i den skogliga affären med sin virkesköpare.

#### **4.5 Virkesköparens egenskaper**

Vilka egenskaper som skogsägarna tyckte att deras virkesköpare hade varierade, men variationen var inte så stor. Skoglig kompetent ansågs som den viktigaste egenskapen som deras virkesköpare hade när de skogsägarna som var kvinnor blev tillfrågade. Majoriteten av skogsägarna som var män nämnde aldrig skogligt kompetens när de svarade kring de egenskaper de ansåg att deras virkesköpare hade. De män som nämnde att deras virkesköpare hade skoglig kompetens värderade den egenskapen i det högre spannet än andra egenskaper när de skulle ranka vilken som var viktigast. Det kan vara svårt i detta sammanhang att definiera vad som krävs för att anses som skogligt kompetent. Vissa skogsägare menade att de hellre ser att de hör av sig i efterhand och svarar på en fråga istället för att chansa på ett svar och det är fel. Nivån på den skogliga kompetensen behövde inte vara så hög för att skogsägarna skulle tycka att virkesköparen hade en skoglig kompetens. Fakta kring avsättning och miljöhänsyn var sådan kunskap som skogsägarna ville ha från virkesköparen. I övrigt var det ganska oklart vilken nivå på kunskap som skogsägarna ville ha. Det gick bra om virkesköparen återkom med svar på frågor som skogsägaren vill ha svar på. Men mer än hälften av personerna som intervjuades hade valt skoglig kompetent som en egenskap som de ansåg att deras virkesköpare hade. Åtta av tio skogsägare hade med sakkunnig eller skoglig kompetens som en egenskap som de ansåg att deras virkesköpare hade. Det tyder på

att skogsägaren bör känna att virkesköparen har en viss skoglig kompetens för att få förtroende för sin virkesköpare. Dock så är nivån på kompetensen svår att definiera.

Sakkunnig var en egenskap som fanns med där skogligt kompetent inte hade blivit valt, det tyder på att skogsägaren känner att virkesköparen har en viss typ av kunskap ändå. Men att den inte specifikt var skoglig. Det styrker påståendet att någon sorts kunskap kräver skogsägaren av virkesköparen för att känna förtroende, men att den kunskapen kan definieras eller nivå angivas i den här studien går inte.

Ärlig var också en återkommande egenskap som skogsägarna tyckte att deras virkesköpare hade. Bland de skogsägarna som var män tyckte majoriteten att deras virkesköpare var ärlig medans skogsägarna som var kvinnor inte tog upp det lika mycket. Skogsägarna skulle ta det hårt om de fick veta i efterhand att virkesköparen inte hade varit helt ärlig, de vill ha ärlighet i både hur skogen skall skötas och i själva affären. En av skogsägarna underströk betydelsen av ärlighet:

*”Ärlig är superviktig när det gäller virkesaffärer. Annars har virkesköparen nog gjort sin sista affär.”*

Majoriteten av skogsägarna skulle hellre vilja att virkesköparen skulle vara ärlig direkt om något hade gått snett i affären och säga som det är, istället för att få reda på det i efterhand. En skogsägare berättar om en händelse när det gick lite snett och det kom ett annat maskinlag än vad de kommit överens om, men att virkesköparen var ärlig och sa som det var och tog på sig det som gått snett. Detta handlande sågs som positivt av skogsägaren, och underströk att han ändå skulle handla av samma virkesköpare nästa gång fast det blivit fel i denna affär:

*”Ja då skulle jag nog handla av samma virkesköpare. Bara för att han är ärlig och säger att det här blev fel. Det är som det som hände som jag berättade, det blev fel men det var han som ringde upp till mig och sa vad det var för fel... Han sa att egentligen fick han inte berätta det men han berättade för att han hade lovat mig, [...] det är ju inte till hans nackdel till nästa gång, det är de inte.”*

Tre av fem av kvinnorna ansåg att deras virkesköpare hade erfarenhet som toppegenskap. Männerna nämnde ingenting om erfarenhet. Det pekar på att erfarenhet inte är en uppenbar egenskap hos virkesköparen för att skogsägarna ska kunna känna förtroende för dem. Att utesluta att erfarenhet inte har en betydande roll är svårt att göra eftersom vissa av skogsägarna ansåg att de hade erfarna virkesköpare. De andra skogsägarna som inte valde att ta upp erfarenhet som en egenskap som deras virkesköpare hade måste inte betyda att deras virkesköpare saknar den egenskapen. Däremot är erfarenhet inte den egenskap som sticker ut och har en stor betydelse för att få förtroende för sin virkesköpare. Det måste betyda att skogsägare i stort sett är öppna mot nya virkesköpare som kommer in i branschen och att andra egenskaper som de har betyder mer för att skogsägaren ska förlita sig på dem och välja dem till sin virkesköpare i den skogliga affären. Erfarenhet kommer med tiden och det måste inte betyda att en virkesköpare har mindre kunskap för att de har mindre erfarenhet. Eftersom kunskap ansågs som väldigt viktigt hos skogsägare så väger det nog än åren som de jobbar som virkesköpare. En skogsägare underströk detta:

*”Han var inte så erfaren, men han var ändå jänkla bra.”*

En annan skogsägare resonerade på likartat sätt kring kunskap och erfarenhet:

*”...jag förstår ju att alla virkesköpare har väldigt bra kompetens, alltså det är ju inte som att jag skulle gå och köpa virke av folk utan jag tror att kompetensen har alla. Sen kan man vara olika erfaren men jag tycker att bland det viktigaste är bemötandet och att inte stöta bort sina kunder.”*

Förtroendefull var en egenskap som nämndes men skogsägarna hade svårt att kunna definiera vad förtroendefull var för dem, det lät som att det bara var en känsla som infann sig hos dem. Ofta en känsla som kom på direkten om den någon gång skulle infinna sig.

*”...vi kände att det var förtroende direkt.”*

Eller att de inte kunde sätta fingret på det, de menade att det var kemin som uppkommer mellan två personer. En skogsägare menade att det var att lita på virkesköparen men var inte helt säker på ordvalet:

*”Det kanske passar med ett annat ord men, när de har sagt något så står de för det, att man kan lita på det”*

Professionell, målmedveten, strukturerad, lyhörd, kommunikativ och samarbetsvillig var några egenskaper som kom upp i intervjun. Trevlig och sympatiskt också men det var något som skogsägarna förutsatte att virkesköparen var när de skulle bemöta människor i stort. Egenskaper som flexibel och lättillgänglig kom också upp men alla dessa i en icke märkbar frekvens.

Generellt beskrev kvinnorna mer utförligt de egenskaper som deras virkesköpare hade, varför de valde dem och vad som var viktigt för dem. De skogsägare som var män la inte så stor vikt i att spekulera i egenskaperna.

De flesta av skogsägarna tyckte inte att deras virkesköpare hade några utvecklingsområden med sina egenskaper. Det märkbara som kom upp var kring kommunikation så som mer återkoppling under en pågående affär om vad som sker, på så sätt hade de lättare att lita på virkesköparen och att det blev som det skulle. Efter affären ville en del också ha mer återkoppling för att inte känna sig bortglömt. Kommunikationen i efterhand behövde inte vara så utförlig utan ett samtal om hur det är med skogen och livet i sig räckte eller bara höra om skogsägaren var nöjd efter avslutad affär. I det stora hela var alla skogsägare nöjda med sina valda virkesköpare och deras egenskaper. De hade trots allt i slutändan valt just dem att göra affär med och något annat vore utstickande. Praktiska skäl gjorde att den skogsägaren som inte hade förtroende för sin virkesköparen i den skogliga affären ändå valde att fortsätta affären med honom.

#### **4.6 Val av virkesköpare i skogliga affärer**

När frågan kring vad det viktigaste är när skogsägarna ska välja sin virkesköpare i en skoglig affär blev det blandat resultat. Gemensamt för alla var att det alltid kom upp någonting som pekade på virkesköparen, antingen i frågan som handlade om just valet av virkesköpare eller tidigare under intervjun. Vissa skogsägare kunde vara bestämda med att det endast var ekonomin som påverkade, men andra intervjufrågor stödjer det antagande att andra faktorer påverkar. Det var inte övervägande många skogsägare som nämnde ekonomin som det allra

viktigaste utan svaret kunde kombineras med betydelsen att affärens process blir som parterna kommit överens om. Det var sällan som ekonomin var ensam faktor till det slutgiltiga beslutet om vilken virkesköpare som skogsägaren valde för sin skogliga affär med företaget.

Kunskap var en faktor som påverkade, att virkesköparen har den kunskapen att objektivt beskriva hur det kommer bli med skogen när det ska gallras eller avverkas. Att mötas av överraskande resultat i sin skog var ingen skogsägare ville vara med om. Tryggheten kring sin virkesköpare var viktigt och vissa föredrog att ha referenser från andra om deras upplevelser med samma virkesköpare innan de beslutade sig. Kommunikationen var även en viktig faktor vid valet av virkesköpare och noterbart är att kommunikation återkommer ganska många gånger i andra tillfällen. Att virkesköparen visar att skogsägaren är viktig i detta sammanhang och är villig att lyssna på skogsägaren är något som har stor vikt när de ska välja virkesköpare i skogliga affärer.

Samtliga skogsägare skulle inte följa med sin virkesköpare bara så där om hen skulle byta arbetsgivare. Andra parametrar än hur virkesköparen hade skött sig under affären påverkar och måste stämma för att välja något av det, att stanna eller följa med virkesköparen. Företaget påverkar men också skogsentreprenörerna. Alla skogsägarna kände sig fri i valet av vilken virkesköpare de skulle välja vid nästa skogliga affär. Ekonomin har en påverkande faktor i valet liksom personkemin till virkesköparen.

När det kom till frågan kring lokal anknytning, hur viktigt det var för skogsägarna att virkesköparen hade det blev det blandade resultat. De skogsägarna som var män var mer rak på sak, antingen var det jätteviktigt eller så var det oväsentligt när det handlade om skogliga affärer. En skogsägare menade på att det praktiska aspekterna blev enklare:

*”Ja det är ju väldigt viktigt med lokal anknytning. Både för tillgängligheten och även på andra sätt för oftast är det ju så att de känner dom andra markägarna bredvid för det är ju många gånger som man måste köra över andras marker och så där. De har stenkoll och bra kontakt [...] ”*

Skogsägarna som var kvinnor hade inte lika raka svar utan de funderade och argumenterade mer kring hur viktigt det var med lokal anknytning. När det var viktigt för skogsägarna som var kvinnor handlade de om att virkesköparen lättare skulle hitta till deras skogsfastighet och kunna lite vägar runtomkring. I och med att vissa skogsägare kände till sin skogsfastighet så bra fanns inte behovet att ha en virkesköpare som hade lokal anknytning ansåg en del av skogsägarna. Det verkade mest handla om en smaksak och vart i Norrbotten man befann sig om hur viktigt det är att virkesköparen hade lokalkännedom. Men eftersom virkesköparna oftast kom från någon by i närheten är det svårt att kunna säga något slutförligt svar på hur viktigt det egentligen är för skogsägare i Norrbotten.

När skogsägarna fick frågan kring nästa val av virkesköpare, vem de skulle vända sig till i sin nästa skogliga affär blev svaret lite spritt. Där skogsägaren märkbart var nöjd med virkesköparens jobb i föregående affär skulle de välja att vända sig till dem för ännu en affär men att priset skulle avgöra i slutändan. Märkbart var att majoriteten av skogsägarna som



var män mest troligt skulle välja samma virkesköpare eftersom det hade varit en väl fungerande affär. Förtroendet för virkesköparen sen tidigare samt att ha kännedom om vilka egenskaper virkesköparen har påverkar skogsägarens val. Det var inget negativt om virkesköparen kom från orten eftersom då hade skogsägaren redan en bild av vem det var som hen skulle göra affär med, men att det påverkade alla skogsägare som intervjuades var inget som visades.

De flesta av skogsägarna skulle välja att ta kontakt med en annan virkesköpare vid nästa skogliga affär eller ett annat skogsbolag om ekonomin skulle kunna påverka affären. Om de skulle få mer betalt på något annat ställe exempelvis. Övervägande delen av skogsägarna som var kvinnor skulle ta kontakt med en annan om de inte kände förtroende för nuvarande virkesköpare, om affären inte hade blivit som de lovat eller att de blivit lurade eller felinformerade. Männen ansåg att ekonomin var en påverkade faktor mer än vad kvinnorna gjorde. Men en skogsägare som var man menade att ärlighet hos virkesköparen är något som påverkar beslutet:

*” Ja om det gör något väldigt som jag tycker, räknar helt fel eller jag ser att de mäter fel. Hur jag nu skulle kunna mäta det vet jag inte men, om jag börjar misstänka någonting, att de inte är ärliga.”*

#### **4.7 Kvinna och skogsägare i skogliga affärer**

När frågan kring hur relationen mellan skogsägare är med virkesköparen beroende på om skogsägaren är kvinna eller man så svarade alla män att det inte hade någon betydelse. Följdfrågan blev då om de trodde att det hade varit någon skillnad om virkesköparen som de hade, hade gjort affärer med deras fru/sambo. Alla var eniga om att det inte hade varit något problem. Men en skogsägare som var man menade på att det inte alltid varit så men hoppades på att den nya generationen hade gjort att det blivit bättre;

*”...men jag tror det har varit skillnad [...] äldre personer tycker jag är väldigt konservativa. Sen får vi hoppas att de yngre har lärt sig någonting.”*

När frågan däremot riktades till de skogsägarna som var kvinnor blev svaren helt annorlunda. Majoriteten av kvinnorna upplevde att det fanns en skillnad i bemötande av vissa virkesköpare. Valet av virkesköpare hade efteråt påverkats av känsla de fått av bemötandet av virkesköparen och den virkesköparen som behandlat skogsägaren som var kvinna annorlunda på grund av könet hade inte fått fortsatt förtroende från skogsägaren. Om det var på grund av särbehandlingen eller om det var andra faktorer som påverkade valet av virkesköpare är svårt att säga men att det hade stor betydelse över valet var det ingen tvekan om. Upplevelser som att virkesköparen ringde mannen i huset fastän det endast kvinnan som ägde skogen förekom eller att när virkesköparen kom på besök hade hen endast adresserat mannen i hushållet fastän kvinnan påpekat att de är två skogsägare till fastigheten. Virkesköparen i fråga hade bara skrattat och kvinnan hade direkt tänkt att ” *den här virkesköparen får inte köpa min skog*”.

En skogsägare som var kvinna menade på att en dator var bättre i den här stunden, eftersom den inte vet om du är man eller kvinna, utan den vet bara vad du gör – vad du skriver. Utan män hade det inte funnit någon som rynkat på näsan heller menar de.

En kvinna understryker detta och menar att:

*"...bara för att jag är just kvinna så blir jag idiotförklarad. Mindre vetande, mindre intresserad...inte för att jag är okunnig i skogen utan för att jag är kvinna"*

Hon menar att genusfrågan är viktigt och påpekar än en gång att det inte ska bero på om skogsägaren är man eller kvinna. För en förändring i skogsbruket krävs ett trendbrott, enligt kvinnan, där båda könen behövs för att det ska bli bra, en obalans som måste balanseras upp.

*"Jag tycker att den här genusfrågan är superviktig och den tycker jag är den i särklass viktigaste frågan för jag förstår ju att alla virkesköpare har väldigt bra kompetens [...] virkesköpare kan vara olika erfaren men jag tycker att bland det viktigaste är bemötandet och att inte stöta bort sina kunder. Det hade kanske sett annorlunda ut om jag ensamt ägt skogen, det vet man inte. Men det blev otroligt tydligt när det var en man och en kvinna [...] att även tjejer och kvinnor ska vilja köpa mera skog och vilja vara engagerade så måste det ske ett trendbrott i det hela tycker jag"*

Till nästa affär, om avverkningen flyter på bra och resultatet blir bra, kan hon tänka sig att ta samma virkesköpare som förr fast genustänket har varit bristande. Men då ville hon inte vara med och ta kontakt med virkesköparen. Utifrån sin känsla och virkesköparens kvinnoosyn så framhåller hon att:

*" Att jag är en liten stumpa som inte förstår någonting men där både min man och jag sitter med samma lilla kunskapsbank så nej, jag kommer inte att ta kontakt. Då ska det ske något radikalt från hans sida. "*

Något förtroende för virkesköparen fanns inte hos den kvinnan, men hon menar att det skulle kunna öka om virkesköparen började rikta sig till båda två. Hon påpekade att det är en affär som båda vill vara delaktiga i, men blir det mesta av kommunikationen riktad enbart till hennes man kommer hon att backa, något som båda tycker är tråkigt.

*"Men det är inte min man heller nöjd med för han vill att vi ska göra det här tillsammans. Vi vill göra det som en häftig resa tillsammans men då jag inte får vara delaktig så ägnar jag inte så mycket energi åt det utan då kliver jag av"*

När intervjun fortsätter och samtalsämnet stannar vid samma virkesköpare kommer frågan kring hans egenskaper och om skogsägaren kan beskriva hur hon upplever att hen är skrattar hon till och säger:

*"Mossig, gammeldags – ja det räcker. En förlegad syn på samhället och genustänk tror jag inte att han kan stava till. "*

Att de utsatta kvinnorna krävde en förbättring märktes tydligt och det var något som de förväntade sig skulle bli bättre. Reklam och bra hemsidor var inget som skulle vara betydande i längden om de skulle välja virkesköparen eller inte. Det var bemötande i sig, den personliga kontakten, som påverkar mest. Att måla upp en bra bild av företaget genom reklam eller via sin hemsida och sedan inte kunna uppfylla det skulle bara göra bilden av företagen ännu sämre än att mötas av en, för att citera en kvinnlig skogsägare, "'gubbig' hemsida" men för att sedan i verkligheten få träffa en trevlig människa som inte alls

stämmer med bilden på företagets reklam eller hemsida. Därför var intern utbildning, ändrad målbeskrivning, utveckla värdegrundsfrågor och genus några förslag på förbättringar för företaget från de skogsägarna som var kvinnor och som känt sig annorlunda behandlad på grund av könet. Att företagen ser till att få med det i deras målbeskrivning menar en skogsägare som är kvinna att det skulle vara ett framgångsrecept. Med det menar hon att kvinnor vill bli sedd för den människa de är och inte för vilket kön de har. Hon argumenterar för att det är viktigt att de inte ska få det lättare än männen bara för att de är kvinnor utan att de tas på allvar oavsett kön och att virkesköparen tänker att de kan lika mycket. Det handlar om professionalism. Med värdegrundsfrågorna, gå in på djupet och inte bara ta upp att kvinnor och män ska behandlas lika. En kvinna som intervjuades menade på:

*”...utbildning, upplysning, värdegrundsfrågor, jag tänker att verkligen inte bara få läsa att vi tycker att alla människor är lika mycket värda, män och kvinnor, utan att faktiskt gå lite djupare i människorna så att man får som ruska om sig själv lite så att man har en chans att upptäcka men oj så här gör ju jag...”*

## 5 Diskussion

Att kvinnor som är skogsägare skapar förtroende för virkesköparen genom förutsägandeprocessen och överföringsprocessen är en av hypoteserna i studien. Hypotesen kan inte antas då studien inte visar på något tydligt resultat att kvinnor lyssnar på rykten. Förutsägandeprocessen har mer kopplingar till att kvinnor skapar förtroende genom den processen än vad överföringsprocessen gör i den här studien eftersom kommunikation mellan parterna är en viktig variabel för att skapa förtroende, ett resultat som studien visar på. Enligt Doney och Cannons (1997) ramverk är kommunikation mellan parterna med som en viktig variabel i den förutsägande processen.

Kvinnorna i studien menade på att de vänder sig till sin virkesköpare eftersom hen är skogligt kompetent. Majoriteten kvinnor som väljer sin virkesköpare efter skoglig kompetens visar på samma trend likt påståendet i boken *"Kvinna och skogsägare"* (2000). Författarna till boken menar på att kvinnorna anser sig själv som mindre kunniga kring skog men det finns också en ojämlikhet i kunskap mellan skogsägare och skogsorganisationer (Keskitalo & Liljenfeldt, 2014). Det kanske inte är kvinnorna som har mindre kunskap jämfört med männen men de är mer ursäktande och vågar inte ta plats i den mansdominerande branschen. Orsaken till varför männen vände sig till sin virkesköpare handlar troligen om att de själva anser att de har kunskapen och inte är i behov av virkesköparens. Intresset för utbildning är större hos kvinnor som äger skog än vad det är hos männen (Alström, 2015). Kvinnorna är hellre rationella och finner sig i att vara de som kan mindre om virkesköp och skog istället för att sticka ut från normen. I all tid har männen varit dem som ärvt skogen och varit det till majoriteten flest antalet av könet som varit skogsägare (Lidestav, Engman, & Wästerlund, Kvinna och skogsägare, 2000) och därmed "vunnit" mark över skogsbrukskretsarna och samhället har sett männen som mer bärare av skoglig kompetens. Mot bakgrund av det här finns det antydning att kvinnor kan skapa förtroende genom den förutsägande processen men inget som kan antas helt efter studien.

Den förutsägande processen visar också på att virkesköparna måste vilja jobba med andra värden än de traditionellt produktionsinriktade (Hugosson & Ingemarson, 2004). Skogsägare har andra mål med skogen än förr. Idag används den till annat än enbart det ekonomiska, som exempelvis jakt och friluftaktiviteter (Hugosson & Ingemarson, 2004). Därför är det viktigt att kundanpassa och lägga fokus på skogsägaren och dennes mål, visa skogsägaren att virkesköparen anpassat sig efter skogsägarens mål och inte skogsbolaget. Skogsägare i den här studien visar på att kundanpassning på personligt plan är viktigt. Hypotesen att virkesköparens förmåga att kundanpassa är en viktig variabel för att skapa förtroende mellan två parter i en affärsrelation kan antas.

Hypotesen att skoglig kompetens är en viktig variabel för skapandet av förtroende i skogliga affärsrelationer kan antas. Men hur en skogsägare kan dra slutsatsen om virkesköparen har skoglig kompetens eller inte går att diskutera vidare, något den här studien inte kommer fördjupa sig något mycket i. När skogsägare i studien pratar om skoglig kompetens hos sin virkesköpare säger de att hen gärna får återkomma med ett svar om virkesköparen är osäker på svaret kring affären eller skogen, istället för att svara på något som hen är osäker på och därmed finns risken att skogsägaren får ett svar som i praktiken och teorin egentligen är fel. Utifrån det här borde virkesköparen inte behöva så värst hög skoglig kompetens för att utstråla det för skogsägaren. Det gäller för virkesköparen att återkomma med information om både organisationen så som avverkningslag, tidpunkt som exempel, likt svar om skötsel

av skogsägarens skog. Innan en virkesköpare blir kallad icke kompetent av skogsägaren är det nog många påverkande händelser som måste ske innan dess.

Männen valde att kontakta virkesköparen i högre grad via den personliga kontakten än vad kvinnorna gjorde. Männen i studien tog kontakt med deras virkesköpare genom att de kände dem sedan tidigare då de var från orten, hade jobbat som underentreprenör eller genom att de träffats via jakter eller andra sociala evenemang. Eftersom männen anser det viktigare med jakt och fiske än vad kvinnorna gör (Nordlund & Kerstin, 2011) har männen större chans att skapa första kontakten med sin virkesköpare där. En studie kring kvinnors nätverk menar också att virkesköparen osynliggör kvinnan och ser inte kvinnan som ägaren av skogen (Andersson & Lidestav, *Creating alternative spaces and articulating needs: Challenging gendered notions of forestry and forest ownership through women's networks*, 2016) något som den här studien också kan styrka. Det trots att männen kanske inte i lika stor omfattning är involverade i skogen som kvinnorna eller att de heller inte äger skogen (Andersson & Lidestav, *Creating alternative spaces and articulating needs: Challenging gendered notions of forestry and forest ownership through women's networks*, 2016). Det kan göra det svårt för kvinnan att känna sig manad att ta första kontakten med virkesköparen. Har männen sedan tidigare haft kontakt med virkesköparen så tar de gärna kontakt med samma virkesköpare vid nästa tillfälle om skogsägaren haft positiv upplevelse.

Männen gick mer på rykte än vad kvinnorna påstod att de gjorde, vilket visar på att män kan skapa förtroende genom överföringsprocessen. Fler män än kvinnor är aktiva i skogsbranschen och umgås i den umgängeskretsen vilket gör det lättare för männen att komma i kontakt med källan till ryktet. Är en skogsägare mer aktiv inom ett område blir de mer insatt i vilka personer som finns med i branschen och kan på så sätt även gå mer på ryktet. Det fanns tendenser till att männen lyssnade mer på vad andra hade att säga om virkesköparerna i det aktuella området, och på så sätt valde virkesköpare efter det. Män har också ett nätverk som redan är uppbyggt inom skog och skogsägande. Det finns förutsättningar för kvinnor att skapa förtroende genom överföringsprocessen om nätverket finns och det är socialt accepterat att prata skog. Kvinnor har inte uppbyggt lika stort nätverk som männen (Andersson & Lidestav, *Creating alternative spaces and articulating needs: Challenging gendered notions of forestry and forest ownership through women's networks*, 2016).

En kvinna gav som förslag att upplysa mer inom ämnet genus. Interna utbildningar där företaget belyser hur viktigt det är att inte särskilja skogsägarna efter kön utan se dem som likvärdiga, som skogsägare. Men det kanske inte är så enkelt, fokus bör kanske ligga på att synliggöra normerna för att kunna dekonstruera dem och utifrån den kunskapen och medvetenheten utveckla mer inkluderade säljprocesser. Kvinnorna i studien menade på att de hellre möter en virkesköpare som har genuskunskaper och ett jämnlighetstänk än att möta en hemsida som säger det men verkligheten säger något annat. I boken "den öppna skogen" (2005) kapitel 6 skriver de att det har blivit den "*officiella kommunikationen*" för företag. Att det ofta är en kvinna som får pryda jobbannonserna eller vara på företagets hemsida. Det är bra att det syns på jobbannonser, men genom en fördjupning i detta område kommer insikten i att det finns annat under ytan. Vi måste lämna citatet "bara en virkesaffär" och se helheten. Det gäller att vara bäst på relationer då och i framtiden för att hålla igång en bra kommunikation och ryktesspridning mellan skogsägarna och därmed få kunder som både är män och kvinnor. En studie visar på att informationsutbytet är nyckeln till att få sälja (Marek, 2005) vilket också den här studien visar på genom variabeln kommunikation.

Tryggheten ökade när kvinnorna visste mer om affären, tryggheten ökade med ökad vetskap om hur affären skulle sluta. Men att de kände trygghet genom att pengarna kom på kontot kan kopplas till att de hade en försäkran om att de inte kunde bli utnyttjade och kvinnorna nämner också kontraktet som en koppling till varför de kände en trygghet i affären. Men det är också ganska generellt för säljprocessen, att inte vara trygg förens ”*pengarna är på kortet*” vilket gör det svårt att koppla det till kön. Men inga av skogsägarna som är män nämnde något om det när det diskuterades trygghet. Däremot kan det resultatet påverkats av att männen anser sig besitta skoglig kompetens i högre grad än kvinnorna varpå männen inte nämner någonting om osäkerhet vid affären.

Hypotesen att män skapar förtroende genom intentionsprocessen kan inte antas helt, men den kan inte heller förkastas. De flesta virkesköpare som gör affärer med en skogsägare i Norrbotten är mest troligt en man, vilket gör att det säkerligen finns något som gör att männen finner sig lättare med män i en affärsrelation. Därför skulle studien kanske fått andra resultat om fler virkesköpare var kvinnor eftersom normer och värderingar har en betydelse i intentionsprocessen. Fokus i studien låg också på det som gjorde det svårt att skapa förtroende mellan parterna med intentionsprocessen, det som är bortom normen och det som blev synligt i studiens resultat så som virkesköparens bemötande med kvinnor där normer och värderingar skiljde sig. Mäns intentionsprocess är mer normaliserad och därmed mindre synlig i studiens material. Det som blir synligt är bortom normen; som exempel kvinnor i studien som blev förbisedda av virkesköparen på grund av deras kön. Det finns brister i materialet för att kunna anta att män använder sig av intentionsprocessen, därför låg fokus på det som avvek och blev synligt för att kunna påverka och kanske bidra till en förändring i skogsbranschen.

Samtliga män som intervjuades tyckte inte att det fanns någon skillnad mellan att vara kvinna eller man i en skoglig affärsrelation. Samtidigt som en del kvinnor kände att det fanns en skillnad. Genom att det kom upp sådana saker som att de blivit bemötta olika, brev som enbart skickats till männen och synen på kvinnorna allmänt. En annan studie kring kvinnors nätverk tog också upp problemet att brev adresserats enbart till mannen i hushållet trots att de äger skogen tillsammans (Andersson & Lidestav, *Creating alternative spaces and articulating needs: Challenging gendered notions of forestry and forest ownership through women's networks*, 2016). Genom att göra det till en rutin, att adressera till båda i hushållet kan ett problem som är ganska uppmärksammat av skogsägarna komma till en lösning eftersom det fanns en viss irritation hos kvinnorna i studien kring detta. Ett administrativt problem som kan lösas för att undvika att någon känner sig utlämnad.

Något som binder samman den bild som de flesta har av skogsbruket är typer av maskulinitet som kan kopplas till den kultur som finns i skogsbruket. Men i dagsläget är det fler och fler kvinnor som blir skogsägare. Det är en förändring som skogsbranschen måste hänga med på eftersom det är andra behov som måste tillgodoses till skogsägarna än dem som är traditionella och har maskulina normer omkring sig. Det som också förändras med tiden i och med att fler kvinnor blir skogsägare är könsmönstret inom skogsägandet. Men studier visar också att det krävs en viss maskulinitet för att tillhöra den grupp som är dominerande i skogsbranschen och känna sig som en av dem (Johansson, Andersson, Johansson, & Lidestav, 2017). Det gäller att synliggöra skogsbrukets könade normer. För att virkesköparna skall kunna bemöta dem som könsneutrala krävs det av organisationen som de är anställda av att förmedla en könsneutral norm först och främst inom organisationen. Enligt Ackers (1990) är kön svårt att se, när enbart maskulinitet är det som har normaliserats inom skogsbruket. När den manliga normen ses som normalt och när en förförståelse för hur

kvinnor är bildar det ett synsätt som kommer i vägen och tar förgivet att kvinnor som är skogsägare är på ett sätt och män som är skogsägare är på ett annat sätt enligt normerna. Maskulinitet inom skogsbruket blir således det hanterbara inom virkesaffärer eftersom det är normaliserats och föreställningen kring det är kopplat till virkesköparnas handlingar gentemot de båda könen där särbehandlingen hamnar kring det icke normaliserade könet – kvinnorna.

Alla skogsägare förutom en kvinna kände fullt förtroende för sin virkesköpare. Den kvinna som inte hade förtroende för sin virkesköpare tyckte att det brast i virkesköparen bemötande med det kvinnliga könet. Bemötandet med kvinnor återkommer i studien och något som kan påverka det är att skogsbruket är könat. Även att kvinnorna reflekterar olika kring bemötandet av virkesköparen beror nog på att de är olika individer. Vissa kvinnor håller sig med sina egenskaper inom normen vad som anses som kvinnligt medans en del kvinnor kan hamna inom vad som anses som manligt och påverka deras inställning, preferenser, virkesköparens bemötande eller reflektion kring virkesaffären. Är skogsägaren kvinna visar denna studie att det finns brister i att kunna skapa förtroende genom intentionsprocessen eftersom normer och värderingar har en påverkan på förtroendeskapandet (Doney & Cannon, 1997).

Trovärdighetsprocessen och beräknandeprocessen var med i Doney och Cannons (1997) ramverk om processer för att skapa förtroende mellan två parter men inga hypoteser antogs. Material från studien kan visa på tendenser att båda processerna kan skapa förtroende mellan två parter.

Kopplat till trovärdighetprocesser hade egenskaper som gjorde att virkesköparen återkopplade och återkommer med ett svar betydelse i den skogliga affärsrelationen för skogsägarna. Ärlighet var också något som var viktigt och inte till virkesköparens nackdel. Ärlighet gjorde att skogsägaren kände förtroende för virkesköparen till viss del att hen berättade om något gick snett eller att skogsägaren kände att virkesköparen skulle berätta om det gjorde det. Brister det i ärlighet som variabel fanns det en del skogsägare som skulle fundera på att byta virkesköpare. Det finns inget som visar på att processen kopplat till variabeln ärlighet fungerar bättre på kvinnor eller män, utan bara att den är viktig och att processen kan användas i skogliga affärsrelationer. Ärlighet i den här studien visade sedan på tillit till virkesköparen.

När det handlade om egenskaper som skogsägarna tyckte att deras virkesköpare skulle kunna utveckla så var det inte många som tyckte at de behövde utveckla så mycket. Det kan bero på att de flesta var nöjda med sina virkesköpare som de valt. Återkoppling nämnde majoriteten av skogsägarna som något som borde bli mer av. Det visar på att återkoppling är något som skogsbolagen bör utveckla och använda sig mer av. Återkoppling kan kopplas till den relation som skogsägarna vill ha med virkesköparen. Skogsägarna vill ha kontroll över affären samtidigt som att lämna över det störta ansvaret till virkesköparna. Att skogsägarna vill ha mer återkoppling efter affären kan kopplas till att människor vill bli sedd och när människor blir mer synliga får de mer tillit och förtroende för den personen. Illusionen är att säljprocessen i slutändan styrs av skogsägaren som har kontrollen över affären (Marek, 2005)

Hypotesen om att kommunikation är en viktig variabel för att skapa förtroende kan antas. Variabeln kunde påverka en process genom att virkesköparen kunde visa med hjälp av kommunikation att de håller vad de lovar. Skulle en situation uppstå och skogsägaren skulle

känna sig lurad tar skogsägaren mest troligt det hårt eftersom en människa inte vill känna sig dum. Kommunikation var också något som gjorde att skogsägarna kände sig mer trygga, att de fick veta hur processen fortsatte och om det kom upp några hinder på vägen. Med kommunikation handlar det också om att kunna kommunicera ut till skogsägaren den skogligen kompetens som virkesköparen har och kunna kundanpassa genom att lägga sig på rätt nivå sett från skogsägarens kunskap sedan tidigare.

Märkbart var att majoriteten av skogsägarna sa att ekonomin styrde deras val av virkesköpare i början av intervjufrågorna, vilket kan visa på att genom beräkningprocessen kan två parter skapa förtroende mellan varandra. Men studien visar att andra variabler än ekonomin påverkar vilken virkesköpare som skogsägarna väljer i slutändan och det finns andra studier som styrker det påståendet (Lundberg, 2016; Waern & Wikberg, 2013) Personliga kontakten var otroligt viktig för dem och att organisationen var stabil var ett påstående som återkom. Priset kanske avgör om de väljer att gå vidare med en virkesköpare, men i slutändan om det står mellan olika virkesköpare så har den personliga kemin en påverkan, och kanske det som har det slutliga avgörandet. De kvinnor som resonerade om att det inte var ekonomin som påverkade ville mer ha en bra känsla i skogen och de var mer lagd åt det kvinnliga hållet som deras norm. Gemensamt för samtliga skogsägare var att de ville ha ärliga och kommunikativa virkesköpare.

## **5.1 Material och metod**

Metoden som är vald till studien har sin styrka i att ha en genomarbetad intervjuguide som fokuserar på studiens frågeställningar. Metoden som användes var semistrukturerade djupintervjuer som är en typ av kvalitativ metod (Kvale & Brinkmann, 2014).

Intervjuguiden gav stöd under intervjuerna och såg till att alla ämnen som var nödvändiga för en analys på något sätt skulle beröras. Under intervjun med skogsägarna kunde intervjupersonen konstruera fram egna frågor för att ge lite tyngd i de frågorna som redan var utarbetade i intervjuguiden. Det medförde att den som intervjuade var sitt egna verktyg i studien, där tidigare erfarenheter, kunskap i ämnet samt dagliga form påverkade vilka frågor som ställdes. Det medförde att metoden kunde ge mer eller mindre utförligt material till studien. Varje intervju blev därför olika på så vis att det personliga verktyget kunde skilja dem åt men intervjuguiden medförde att den skillnaden minskade i och med användandet av en väl genomarbetad intervjuguide.

Strukturen på intervjuguiden var en väldigt bra vägvisare, för att leda in intervjupersonerna på rätt väg. Tanken med det första temat var att få in skogsägarna på rätt känsla och fokusera på förtroendedelen inom ett virkesköp. Genom att få dem att tänka och analysera samt att ifrågasätta.

Något som var väldigt tidskrävande var att ta kontakt med skogsägarna via brev. I början slumpades tio skogsägare ut och brev skickades hem till dem. Många nej i början medförde ny slumpning och nya skogsägare som skulle ha ett brev och bli kontaktade. I efterhand skulle lösningen varit att skickat dubbelt så många brev för att tjäna tid på det, eftersom det blev mer än 50 % nej från skogsägarna. De skogsägare som kontaktades nämnde inget om att de tyckte att det var bra att det kom brev innan utan de menade på att de bestämt sig direkt de läst brevet, om de ville delta i intervjun eller inte. Därför kunde även den processen varit lite snabbare, från skickat brev till att kontakt med dem via telefon. De flesta av skogsägarna svarade i telefonen när de blev kontaktade men vissa skogsägare gjorde det inte.



Eftersom antalet nej blev så många och att det var slumpen som valde skogsägare blev den geografiska spridningen inom Norrbotten inte den bästa i studien. Det blev mest skogsägare som har skog eller bor vid kusten som deltog. Brev kring Arjeplog och Gällivare skickades också men där blev det nej.

Erfarenheten kring skogsbruk hos intervjupersonerna kan ha påverkat studiens resultat. En del av männen hade någon gång under sitt arbetsliv arbetat i skogen vilket ingen av kvinnorna hade gjort. Hur mycket hektar skogsägarna kan också haft en påverkan eftersom det kan vara i relation med hur ofta de varit i kontakt med en virkesköpare och det kan även påverka hur mycket kunskap varje skogsägare har. De flesta skogsägare var av den äldre generationen vilken kan påverkat studien i den mån att värderingar, normer och synsätt kan varit olika beroende på generation.

## **5.2 Slutsatser**

Alla processer formars på något sätt av kön, de är så kallade könade. Men i vilken utsträckning kan materialet från den studien inte säga. Det är lättare att hantera det som är normen i skogsbranschen, vilket är en den manliga normen. När det sker något bortom normen blir det synligt, där kvinnor blir förbisedda och osynliggjorda. Det gäller att lägga fokus på att synliggöra normerna för att kunna dekonstruera dem och utifrån denna kunskap samt medvetenhet utveckla säljprocessen.

Studien har visat att det finns en viss skillnad i hur kvinnor och män i Norrbotten skapar förtroende till sin virkesköpare, och detta beror främst på normer. Kommunikation mellan parterna, virkesköparens vilja att kundanpassa samt virkesköparens kompetens är variabler som är viktiga och påverkar processerna för att skapa förtroende mellan parterna oavsett kön.

Det gäller att vilja jobba med andra värden än de traditionellt produktionsinriktade och studien visar att virkesköparen inte behöver ha så hög nivå på sin kompetens. Virkesköparen måste kunna kommunicera ut den kompetens som hen har och anpassa sig efter skogsägaren men också återkoppla efter avslutad affär. Det gäller också för virkesköparen att hålla det den lovat och vara ärlig.

### **5.2.1 Förslag till fortsatt forskning:**

Forskning kring normerna i skogsbruket för att göra dessa synliga och studera dem mer på detalj. På så sätt ger det mer kunskap kring dem och vi bli medvetna om dem. Genom att se detaljer i större utsträckning och inte enbart se det från virkesköparens bemötande med skogsägaren utan också från ett organisationsperspektiv. Med en grund av det här arbetet kan studier för att synliggöra normerna och ge kunskap kring det utveckla skogsbolagens säljprocesser.

## Referenser

- Acker, J. (den 29 april 2009). Hierarchies, Jobs, Bodies: A Theory of Gendered Organizations. *Gender and Society*, ss. 139-158.
- Adelswärd, V. (1999). *Kvinnospråk och fruntimmersprat*. Brombergs.
- Alström, F. (2015). *Framtidens rådgivning till skogsägare - Hur och var vill skogsägare ha sin skogliga rådgivning*. Umeå: Sveriges Lantbruksuniversitet.
- Andersson, E., & Lidestav, G. (2013-2015). *Jämställdhet som branschgemensam strategi i skogsbrukssektorn*. Umeå: Sveriges lantbruksuniversitet.
- Andersson, E., & Lidestav, G. (2016). Creating alternative spaces and articulating needs: Challenging gendered notions of forestry and forest ownership through women's networks. *Forest Policy and Economics*, 38-44.
- Andersson, E., Lisa, A., Appelstrand, M., Dolling, A., Holmgren, S., Häggqvist, P., . . . Österlind, H. (2015). *Den öppna skogen*. Uppsala: Sveriges Lantbruksuniversitet; Luleå Tekniska Universitet.
- Backlund, B. (2006). *Inte bara ord*. Danmark: Studentlitteratur.
- Bergh, J. (2006). *Vad tycker skogsägare om virkesinköpare och inköpsorganisationer?* Skinnskatteberg: Sveriges Lantbruksuniversitet.
- Bruzelius, L. H., & Skärvad, P.-H. (2004). *Integrerad organisationslära*. Lund: Studentlitteratur.
- Buchan, N. R., Croson, R. T., & Solnick, S. (2008). Trust and gender: An examination of behavior and beliefs in the Investment Game. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 466-476.
- Doney, P., & Cannon, J. (April 1997). An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, 61(2), 35-51.
- Engquist, A. (1996). *Om konsten att samtala*. Smedjebacken: Rabén prisma.
- Erlandsson, E. (2016). *The Triad Perspective on Business Models for Wood Harvesting*. Umeå: Sveriges Lantbruksuniversitet.
- forestry, T. q. (u.d.).
- Hugosson, M., & Ingemarson, F. (2004). Objectives and Motivations of Smallscale Forest Owners; Theoretical Modelling and Qualitative Assessmen. *Silva Fennica* , 217–231.
- Johansson, K., Andersson, E., Johansson, M., & Lidestav, G. (2017). The Discursive Resistance of Men to Gender- equality Interventions; Negotiating "Unjustness" and "Unnecessity" in Swedish Forestry. *SAGE*, 1-20.
- Keskitalo, E. C., & Liljenfeldt, J. (2014). Implementation of forest certification in Sweden: an issue of organisation and communication. *Scandinavian Journal of Forest Research*, 473-484.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur .
- Lauri, F., & Fredrik, J. (2015). *Går det att utbilda bort ojämställdhet i skogsföretag?* Umeå: Sveriges Lantbruksuniversitet.
- Lidestav, G., & Andersson, E. (2011). *Fokusgruppsanalyser av kvinnliga skogliga nätverk*. Umeå: Sveriges lantbruksuniversitet.
- Lidestav, G., Engman, K., & Wästerlund, D. (2000). *Kvinna och skogsägare*. LRF skogsägarna.
- Ljunglof, J. (2010). *Mall word 2007*.
- Lundberg, A. (2016). *Förtroendeskapande kommunikation i virkesaffärer - En fallstudie inom Sveaskog*. Umeå: Sveriges lantbruksuniversitet.

- Marek, K. (2005). The Point of Selling: Capitalism, Consumption and Contradiction. *Organization*, 69-88.
- Mattsson, L., Boman, M., & Kindstrand, C. (2004). *Privatägd skog: Värden, visioner och forskningsbehov*. Alnarp: SUFOR; Brattåsstiftelsen.
- Melnik, V., M.J van Osselaer, S., & H.A Bijmolt, T. (2009). Are women more loyal customers than men? Gender differences in loyalty to firms and individual service providers. *American Marketing Association*, 82-96.
- Nationalencyklopedin. (den 9 maj 2017). *ne.se*. Hämtat från NE: <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/enkel/kön>
- Nationalencyklopedin. (den 9 maj 2017). *ne.se*. Hämtat från NE: <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/enkel/genus>
- Nationella sekretariatet för genusforskning. (den 25 September 2016). *Kunskap om genus*. Hämtat från Nationella sekretariatet för genusforskning: <http://www.genus.se/kunskap-om-genus/om-kon-och-genus/>
- Nordlund, A., & Kerstin, W. (2011). Forest Values and Forest Management Attitudes among Private Forest Owners in Sweden. *forests*, 30-50.
- Ottosson, F. (2015). *Faktorer som påverkar privata skogsägarens val av samarbetspartner*. Umeå: Sveriges Lantbruksuniversitet.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S. & Camerer, C., 1998. Introduction to Special Topic Forum: Not so Different after All: A Cross-Discipline View of Trust. *The Academy of Management Review*, 23(3), pp. 393-404.
- SCA. (den 7 Februari 2017). *Östrand*. Hämtat från SCA : <http://www.sca.com/ostrand>
- SCA Skog AB. (den 22 oktober 2015). *Ledning och staber*. Hämtat från sca.com: <http://www.sca.com/sv/skog/Kontakter/Ledning--staber1/>
- SCA Skog AB. (den 15 September 2016). *Om SCA skog*. Hämtat från SCA skog: <http://www.sca.com/sv/skog/Om-SCA-Skog/>
- SCA skog AB. (den 7 februari 2017). *Om oss: SCA skog*. Hämtat från SCA: <http://www.sca.com/sv/skog/Om-SCA-Skog/>
- Skogsstyrelsen. (2014). *Skogsstatistisk årsbok 2014*. Jönköping: Skogsstyrelsen.
- Skogsstyrelsen. (den 15 September 2016). *Fakta om skogen: Sverige är ett skogsland*. Hämtat från Skogsstyrelsen: <http://www.skogsstyrelsen.se/Upptack-skogen/Skog-i-Sverige/Fakta-om-skogen/>
- Trost, J. (1993). *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur.
- Ulleberg, I., & Jensen, P. (2013). *Mellan orden: kommunikation i praktiken*. Studentlitteratur AB.
- Waern, S., & Wikberg, M. (2013). *Vad efterfrågar en skogsägare hos en förvaltare och förmedlare? - En kundundersökning av Meraskogs kunder*. Umeå: Sveriges Lantbruksuniversitet.

## 6 Bilagor

### Bilaga 1 –Slumpade skogsägare med Excelslumpvariator

Kön	Ålder (år)	Skogsareal (ha)	Ort
Kvinna	38	122	RÅNEÅ
Kvinna	56	160	ÖVERKALIX
Kvinna	55	387	SVENSBYN
Kvinna	56	135	PITEÅ
Kvinna	69	187	ARVIDSJAUR
Man	60	911	RÅNEÅ
Man	70	316	ARVIDSJAUR
Man	71	226	ÄLVSBYN
Man	71	654	BJÖRKLIDEN
Man	72	156	ROKNÄS

## Bilaga 2 -Utskickat brev till skogsägaren



### Studie om förtroende i skogliga affärsrelationer

Bästa skogsägare,

Att göra en virkesaffär är för många skogsägare en stor händelse och som skogsägare vill Du känna Dig trygg i affären och ha förtroende för Din affärspartner. De faktorer som påverkar förtroendet mellan Dig som skogsägare och Din virkesköpare kommer jag undersöka i mitt examensarbete som jägmästarstudent vid Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU). Examensarbetet görs på uppdrag av SCA.

För att kunna genomföra min studie behöver jag Din hjälp. Jag skulle vilja intervjua Dig kring Dina erfarenheter av att vara skogsägare, genomföra skogliga affärer, Din relation till virkesköpare samt Dina tankar kring begreppet förtroende.

Din medverkan är naturligtvis helt frivillig och Du kan när som helst välja att avbryta eventuell medverkan. Allt som Du säger under intervjun kommer att behandlas konfidentiellt och enligt forskningsetiska riktlinjer.

Inom kort kommer jag kontakta Dig via telefon för att höra om Du är intresserad att medverka i studien. Jag hoppas verkligen att Du kan tänka dig att ställa upp på en intervju på en plats och tidpunkt som passar Dig.

Har Du frågor innan dess eller senare, tveka inte att höra av Dig!

Med vänlig hälsning,

---

Agnes Källman  
Umeå  
2016-10-21

Epost: [agkn0001@stud.slu.se](mailto:agkn0001@stud.slu.se)

telefon: 076-773 40 68

## Bilaga 3 - Gemensam intervjuguide – underlag till intervjun

”Vissa frågor liknar varandra men vi ber dig att i de fallen ändå att svara på frågan.”

### Du och din skog

1. Skulle du kunna ge en kort beskrivning av dig själv? *Ålder, jobb, boendesituation, familj, intressen m.m.*
2. Hur har du förvärvat din skogsfastighet? *Arv, köp, hur länge har skogsägaren ägt skogsfastigheten*
3. Vad vill du få ut av ditt skogsäggande? *Ekonomisk avkastning, rekreation/jakt, bärplockning, biologiskmångfald, föra över skogsägandet inom familjen*
4. Kan du beskriva vad det betyder att vara skogsägare för dig? *Hur känslomässigt är ägandet av fastigheten för skogsägaren*

### Kontakten med din virkesköpare

5. Kan du beskriva hur den senaste kontakten med din virkesköpare vid en skoglig affär gick till? *Få in skogsägaren på ämnet och kontakten med virkesköparen, vem tog kontakt, vad diskuterades, varför togs kontakt, vem var virkesköparen, hur var han/hon, vad tyckte skogsägaren om hen, vad la skogsägaren märke till under träffen för affären, upplever skogsägaren att affären är slutförd eller finns det saker kvar (tex markskador/ betalning/ feedback) hur ofta och på vilket sätt har du och din virkesköpare kontakt med varandra*
6. Varför vänder du dig till din virkesköpare i skogliga affärer? *Känslomässig relation, varför organisationen, blev inte nöjd med tidigare kontakt, blev tipsad, har genomfört det som avtalats innan*
7. Hur och när kom du i kontakt med din virkesköpare? *Hur länge har de haft en relation, vem kontaktade vem, varför vände sig skogsägaren till den virkesköparen*
8. Har du haft kontakt med någon annan virkesköpare tidigare? Om ja, vad fick dig att byta till den virkesköparen du har kontakt med idag? *Vad upplevde skogsägaren som gjorde att hen bytte virkesköpare För analysen: Ha koll på så att det inte är olika virkesköpare på samma bolag, hur påverkar det affären med skogsägaren om bolaget ofta byter virkesköpare på orten, har skogsägaren själv tagit initiativ att byta eller är det bolaget som bytt?*

### Virkesköparens egenskaper

9. Vilka egenskaper upplever du att din virkesköpare har? *Vilja att kundanpassa, sympati, trevlig, tydlig, oflexibel, svår att ta kontakt med, skogligt kompetent, ärlig, öppen, positiv mm... Fråga, listan, motivering*
10. Vilka egenskaper upplever du att din virkesköpare saknar eller behöver utveckla? *Egenskaper som de värderar som viktiga för att parterna ska få en god relation/ för*

*att skogsägarens behov ska bli tillfredsställt/ resultatet av åtgärderna uppnås men virkesköparen saknar tex punktlig, tillförlitlig, konsekvent, att hen håller det som avtalats/lovat mm... Fråga, listan, motivering*

### **Den skogliga affären**

11. Kände du dig trygg i den senaste skogliga affären som du och din virkesköpare genomförde? Ge gärna ett exempel. *Varför, varför inte*
12. Kan du beskriva vad trygghet, kopplat till din virkesköpare, är för dig?
13. Upplever du att virkesköparen genomför det ni avtalat? Ge gärna ett exempel. *Tillförlitlighet, blev resultatet som önskat, fick skogsägaren info om önskat resultatet inte gick att uppfylla*

### **Förtroende**

14. Har du förtroende för din virkesköpare i skogliga affärer? *Ja/nej, för att... Vilken process ligger bakom förtroendet*
15. Kan du beskriva vad förtroende, kopplat till din virkesköpare, är för dig? *Skogsägarens definition av förtroende, vad ryms inom begreppet förtroende. För analysen: Är trygghet och förtroende samma sak för skogsägaren*

### **Val av virkesköpare**

16. Vad är viktigt för dig när du ska välja virkesköpare i en skoglig affär? *Vilka egenskaper, tidigare upplevelser, rykte, vad andra har sagt mm... ändra till ist*
17. Om din virkesköpare skulle byta arbetsgivare, skulle du också byta företag eller stanna kvar hos det företaget som din virkesköpare är anställd av idag?
18. Känner du dig fri i valet av vilken virkesköpare du ska välja vid nästa skogliga affär? *Om ja/ nej, vad är det som gör att du känner dig fri/inte fri? Lyssnar skogsägaren på andra vid valet av virkesköpare, vilken process ligger bakom valet, ligger löften från virkesköparen till grund för att skogsägaren vänder sig till hen igen, ligger bonusprogram bakom valet (hur rakt på svarar skogsägaren), offertmodellen, höga transaktionskostnader (eventuella följdfrågor- tänka igenom detta)*
19. Hur påverkas din relation med din virkesköpare av din boendesituation? (Erika) Hur påverkas din relation med din virkesköpare av din livssituation? (Anna, styra in dem på sin ålder och vad som är specifikt för den åldern tex småbarnsförälder/pensionär) Hur påverkas din relation med din virkesköpare av att du är man/kvinna? (Agnes) *Finns det skillnader i hur relationen påverkas om skogsägaren är åbo/utbo, 40-/80-talist, man/kvinna?*
20. Hur viktigt är det för dig att din virkesköpare har lokal anknytning (att virkesköpare är väletablerad med god lokalkännedom och bekantskapskretsar i området) till det området som din skogsfastighet finns i? *Varför, varför inte? Definiera vad lokal*

*anknytning är, att den kan området/att den är från trakten, känner människorna i området, bra lokal kännedom*

21. Vem vänder du dig till i din nästa skogliga affär? *Lojalitet, vad styr valet av virkesköpare (förtroende/tidigare genomfört arbete, pris, kvalitet, service mm). Vad har skogsägaren upplevt som gjorde att hen ska byta virkesköpare till nästa skogliga affär*

22. Vad skulle få dig att ta kontakt med en annan virkesköpare eller ett annat skogsföretag vid nästa skogliga affär? *Vad vill skogsägaren inte uppleva vid en skoglig affär, vart går gränsen för de olika generationerna/boendeformerna/könen*

### Övrigt

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

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

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

*Här får skogsägaren ranka de 5-7 viktigaste egenskaperna hos sin virkesköpare/de egenskaperna som hen saknar eller behöver utveckla men som de anser är viktiga.*



## **Bilaga 4 - Gemensam intervjuguide för skogsägaren**

### **Du och din skog**

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

### **Kontakten med din virkesköpare**

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

### **Virkesköparens egenskaper**

32. Vilka egenskaper upplever du att din virkesköpare har?
33. Vilka egenskaper upplever du att din virkesköpare saknar eller behöver utveckla?

### **Den skogliga affären**

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

### **Förtroende**

37. Har du förtroende för din virkesköpare i skogliga affärer? *Ja/nej, för att... Vilken process ligger bakom förtroendet*
38. Kan du beskriva vad förtroende, kopplat till din virkesköpare, är för dig?

### **Val av virkesköpare**

39. Vad är viktigt för dig när du ska välja virkesköpare i en skoglig affär?
40. Om din virkesköpare skulle byta arbetsgivare, skulle du också byta företag eller stanna kvar hos det företaget som din virkesköpare är anställd av idag?

41. Känner du dig fri i valet av vilken virkesköpare du ska välja vid nästa skogliga affär?
42. Hur påverkas din relation med din virkesköpare av att du är man/kvinna?
43. Hur viktigt är det för dig att din virkesköpare har lokal anknytning (att virkesköpare är väletablerad med god lokalkännedom och bekantskapskretsar i området) till det området som din skogsfastighet finns i?
44. Vem vänder du dig till i din nästa skogliga affär?
45. Vad skulle få dig att ta kontakt med en annan virkesköpare eller ett annat skogsföretag vid nästa skogliga affär?

### Övrigt

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

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

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