



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Institutionen för skogens biomaterial och
teknologi

Rådgivning till distansskogsägare – En marknadsundersökning i Norrlands kustland

*Counselling to distance forest owners – A market survey in
North Sweden coastal area*

Simon Andersson, Karl Magnusson

Självständigt arbete • 15 hp

Jägmästarprogrammet

Rapport från Institutionen för skogens biomaterial och teknologi, 2017:17

Umeå 2017

Rådgivning till distansskogsägare – En marknadsundersökning i Norrlands kustland

Counselling to distance forest owners – A market survey in North Sweden coastal area

Simon Andersson, Karl Magnusson

Handledare: Elias Andersson, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för skoglig resurshushållning

Examinator: Anders Roos, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för skogens produkter

Omfattning: 15 hp

Nivå och fördjupning: Grundnivå, G2E

Kurstitel: Kandidatarbete i skogsvetenskap med företagsekonomisk inriktning

Kurskod: EX0593

Program/utbildning: Jägmästarprogrammet

Utgivningsort: Umeå

Utgivningsår: 2017

Serienamn: Rapport från Institutionen för skogens biomaterial och teknologi, 2017:17

Delnummer i serien: 2017:17

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

Nyckelord: Distans, skogsägare, utbor, åbor, Norra Skogsägarna, enkät, Stockholm, avstånd

Sveriges lantbruksuniversitet

Fakulteten för skogsvetenskap

Institutionen för skogens biomaterial och teknologi

Sammanfattning

Målet med denna studie är att undersöka begreppet distansskogsägare i en nordlig kontext och hur avstånd till fastigheten, mål och kunskap påverkar skogsägarskapet samt vilka rådgivningstjänster de efterfrågar. Datasamlingen till studien har skett med kvantitativ postenkät samt digital enkät som skickats ut till 500 distansskogsägare, boende i Norrlands kustland. Enkäten har sammanställts och analyserats utifrån insamlad data och jämförts med tidigare studier.

Resultatet i studien visar att distansskogsägarna tycker att kvalitén på tjänsterna och förtroende till rådgivaren är det viktigaste hos en skoglig samarbetspartner. Studien visar även att de två vanligaste målen med fastigheten är hög ekonomisk avkastning och att ha bra möjlighet till jakt och rekreation. Kompetensbrist är viktigaste orsaken till att distansskogsägare köper rådgivning. Besöken på fastigheten och antalet arbetsdagar på fastigheten minskar med ett ökat avstånd till skogsfastigheten.

Distansskogsägarna från Norrland i studien tar inte alltid hjälp av någon extern rådgivare medan alla tillfrågade Stockholmarna i en annan studie alltid gör det vid skoglig rådgivning. Efterfrågan på ekonomiska tjänster som t.ex. bokföring och skatteplanering ser ut att öka i framtiden relativt andra tjänster medan skogsbrukstjänsterna ser ut att vara kvar på samma nivå som tidigare, enligt respondenterna.

Nyckelord: Distans, skogsägare, utbor, åbor, Norra Skogsägarna, enkät, Stockholm, avstånd

Abstract

The purpose of this thesis is to examine the concept of distance forest owners in a northern context, and how distance to the forest property, goals with the ownership and how knowledge about forest impact the ownership. Further, one look at what kind of counselling that is requested by these forest owners. Empirical data of the study is collected through a quantitative survey, which has been sent to 500 distance forest owners in the coastal country area in the northern part of Sweden. The survey was compiled and analyzed. The result of this study shows that the quality of the services and trust to the advisor are the most important factors for the forest owners. The main goals with the forest property are high financial return and good access to hunting and recreation. Lack of expertise and knowledge are the most common reason for forest owners to buy consulting services. Visits to the property and days of work decreases with increased distance. The distance forest owners in northern Sweden do not always take advice from foresters; in comparison to distance forest owners in Stockholm, which always consult a forester - concluded in a previous study. The proportion of economic services, e.g. accounting tax advices, that is requested increases, while the proportion of traditional forest services is constant.

Keywords: Counselling, Forest, Distance, Forest owners, Inquiry, Stockholm

Förord

Arbetet är en kandidatuppsats vilket motsvarar en C-uppsats på 15 högskolepoäng som skrivits vid Sveriges lantbruksuniversitet inom Jägmästarprogrammet. Uppsatsen är skriven i samarbete med Norra Skogsägarna.

Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Elias Andersson vid SLU, Mauritz Öjbrandt på Norra skogsägarna, Dimitris Athanassiadis vid SLU och sist men inte minst alla skogsägare som tagit sig tiden att besvara vår enkät.

Simon Andersson och Karl Magnusson

Umeå, april 2017

Innehållsförteckning

1	Inledning	1
1.1	Problembakgrund	1
1.2	Norra Skogsägarna	1
1.3	Problembeskrivning	2
1.4	Syfte	2
1.5	Frågeställningar	3
1.6	Avgränsning	3
1.7	Disposition	3
1.8	Begreppsförklaring	3
2	Litteratur	5
2.1	Tidigare studier om distansskogsägare	6
2.2	Teori	7
3	Metod	9
3.1	Forskningsstrategi	9
3.2	Datainsamling	9
3.3	Register och Urval	10
	3.3.1 Studiens register	10
	3.3.2 Teori och urval till studien.	10
3.4	Enkätutformning	11
	3.4.1 Enkätutskick	12
	3.4.2 Digital Enkät	12
3.5	Svarsandel och bortfallsanalys	13
3.6	Databearbetning och analys	13
3.7	Etiska forskningsprinciper	14
3.8	Validitet och Reliabilitet	15
4	Resultat	16
4.1	Respondenterna	16
4.2	Aktivitet på fastigheten	17
4.3	Rådgivning och målsättningar	17
5	Diskussion och analys	19
5.1	Metodkritik	19
5.2	Svar och bortfallsanalys	20

5.3	Avståndets betydelse	21
5.4	Regionala skillnader	23
5.5	Ägarstrukturella skillnader	24
5.6	Utveckling av tjänstebehovet	27
5.7	Sammanfattande diskussion	28
5.8	Framtida forskning	29
6	Slutsats	31
	Referenser	32
	Bilagor	34
	Tabeller	34
	Frågeformulär	36
	Följebrev	39
	Norras verksamhetsområdet	40

1 Inledning

1.1 Problembakgrund

I norra Sverige ägs 42 % av den produktiva skogsmarksarealen av privata skogsägare, vilket gör dem till en viktig grupp för utveckling av skogslandskapet och svensk bioekonomi. Utav dessa privata skogsägare, så är drygt en fjärdedel utbor, det vill säga skogsägare som bor i en annan kommun än sin skogsfastighet (Skogsstyrelsen, 2012). Anpassad skoglig rådgivning till segmentet distansskogsägare är inte något som varit prioriterat bland skogliga aktörer. På senare år har det blivit en ökad efterfrågan med anpassad rådgivning och marknadsföring till detta segment av skogsägare.

Fler och fler flyttar från landsbygden och urbaniseringen kommer troligtvis att fortsätta framöver enligt Boverkets prognos: andelen personer i storstäder ökar och befolkningen i glesbygdskommuner minskar (Boverket, 2012). Därför är en rimlig följd att andelen distansskogsägare ökar, då största delen av den produktiva skogsmarksarealen i norra Sverige företrädesvis finns i glesbygdskommuner.

Generellt antas skogsägare i dagsläget, jämfört med tidigare, ha lägre kännedom och kunskap om skog och skogsskötsel. Bidragande faktorer till detta är lägre grad av självverksamhet, ökat antal ägare per fastighet samt ökad urbanisering (Lindroos et. al, 2005). Antagandet kan därför appliceras på distansskogsägare vilket gör denna grupp av skogsägare intressant för forskare, skogsförvaltare, banker, skogsstyrelsen samt andra skogsföretag.

1.2 Norra Skogsägarna

En av norra Sveriges största skogliga aktörer är Norra Skogsägarna. De är norra Sveriges största skogsägarförening, vilken ägs av cirka 17 000 medlemmar som tillsammans äger drygt en miljon hektar skogsmark, från Ångermanland i söder till Torneälven i norr. Detta område är indelat i åtta köpområden (Norra Skogsägarna, 2017). En skogsägarförening är en medlemsorganisation där förtroendevalda medlemmar sitter med i styrelsen.

Eventuell vinst delas mellan medlemmarna och hur mycket av vinsten en medlem får beror på hur mycket kapital personen har i föreningen och hur mycket virke personen levererat under året. Till skillnad från ett aktiebolag som ofta ägs av ett fåtal aktieägare som delar på företagets vinst efter hur mycket kapital som de satt in i företaget (Normark, 1994). Norra äger två sågverk, två hyvlerier och en stolpfabrik, industrierna tillsammans tillverkar 430 000 kubikmeter trävaror om året. Norra har cirka 350 anställda och sysselsätter lika många inom transport och skogsentreprenad (Norra Skogsägarna, 2017)

1.3 Problembeskrivning

Tidigare studier visar på att skogsägare som inte bor på sin skogsfastighet oftast har andra värderingar än skogsägare boende på fastigheten och har t.ex. generellt lägre krav på att fastigheten ska ha en bra ekonomisk avkastning (Nordlund & Westin, 2011).

Olika typer av skogliga aktörer, t.ex. inspektor eller virkesköpare, har relativt låg kännedom om dessa skogsägare; t.ex. kring deras mål, intressen, kunskaper, värderingar etc., både generellt och i Norrlands kustland specifikt. I relation till skogsägarföreningar kan detta bero på att andelen förtroendevalda som är distansskogsägare är betydligt lägre än den faktiska andelen distansskogsägare (Kronholm, 2015). Samtidigt har skogsägarna olika mål med sina fastigheter vilket gör rådgivningen och marknadsföringen mer komplex (Andersson et. al., 2013). Ett företag med industrier är naturligtvis intresserade av att skogsägaren är villig att ha en hög virkesproduktion på sin fastighet. Tidigare studier har visat att segmentet distansskogsägare är en målgrupp som är mindre intresserade, av en hög virkesproduktion på fastigheten jämfört med den generella skogsägaren. Därför är det ytterligare intressant för ett företag med skogsindustri att nå detta segment på ett mer effektivt sätt då de, i detta segment, har en stor potential att öka sin virkesproduktion (Gunnarsson & Mårtensson, 2004). Den låga kännedomen om dessa distansskogsägare i norra Sverige beror på att tidigare, studier har fokuserat på personer bosatta i Mellansverige.

1.4 Syfte

Syfte med studien är att undersöka begreppet distansskogsägare i en nordlig kontext och undersöka hur avstånd, mål och kunskap om fastigheten påverkar skogsägarskapet samt vilken typ av rådgivningstjänster de efterfrågar. Ämnet är delvis studerat tidigare och resultaten kommer därför att ha betydelse för framtida rådgivningstjänster och skogliga organisationers arbete mot denna grupp av skogsägare.

1.5 Frågeställningar

- Hur påverkar avståndet till fastigheten skogsägarskapet?
- Hur ser behovet av rådgivningstjänster ut för norrländska distansskogsägare?
- Hur påverkar fastighetens ägarstruktur distansskogsägares behov av tjänster?
- Finns regionala skillnader mellan distansskogsägare boende i Norrlands kustland och Mellansverige?

1.6 Avgränsning

Studien avgränsar sig till fysiska privata skogsägare som är folkbokförda samt äger skog i kommuner som är geografiskt belägna i Norrland, då värd företaget har sitt verksamhetsområde i de ovan nämnda området. Författarna har valt att undersöka skogsägare med en ålder upp till och med 55 år. Detta för att samtliga skall vara i yrkesverksam ålder samt anses vara en del av både dagens och framtidens skogsägare.

1.7 Disposition

Första delen av uppsatsen behandlar problembakgrund för skogliga rådgivningstjänster till distansskogsägare. Utifrån problembeskrivning har frågeställningar och syfte ställts i slutet av kapitlet. Tidigare studier och teori behandlas i kapitel två. I tredje kapitlet beskrivs metoden för studien samt hur det insamlade datamaterialet hanterades och behandlades. Fjärde kapitlet redovisar resultatet från studiens undersökning. Diskussions- och analyskapitlet, tillika femte kapitlet, diskuterar resultatet samt metod-genomförandets styrkor och svagheter.

Analys av empirin och jämförande med tidigare studier görs i femte kapitlet. I sjätte kapitlet beskrivs och lyfts de viktigaste resultaten i form av uppsatsens slutsats.

1.8 Begreppsförklaring

Två begrepp som är centrala i denna studie är distansskogsägare och skoglig rådgivning. Distansskogsägare benämns också som utbo i uppsatsen. Dessa två begrepp har samma innebörd men författarna har valt att använda benämningen distansskogsägare då det anses vara mer modernt och kopplar an mer tydligt till studiens huvudfokus: avstånd. Definition på distansskogsägare är en person som äger skog i en annan kommun än där personen är folkbokförd (Skogsstyrelsen, 2013). Utbo är ett äldre begrepp som är synonymt med distansskogsägare. Åbo är ett

äldre begrepp som syftar på de skogsägare som bor inom samma kommun som skogsfastigheten är belägen.

Skoglig rådgivning - i begreppet skoglig rådgivning ingår såväl skogliga tjänster såsom avverkning, röjning, plantering, planering och allmänna råd likväl som ekonomiska tjänster såsom bokföring, skatteplanering, fastighetsrådgivning och investeringskalkyler. Begreppen skoglig rådgivning och förvaltning är likvärdiga med varandra men rådgivning anser författarna vara ett ord som är mer kommunikationsinriktat.

2 Litteratur

Inom området rådgivning till distansskogsägare som denna studie behandlar, finns det endast begränsad forskning om och det som är skrivet inom ämnet är till stor del studentarbeten. Dessa tidigare arbeten har främst berört Svealand, vilket medför att kunskapen kring detta ämne i norra Sverige är begränsad. Det finns enstaka vetenskapliga artiklar och rapporter som berör ämnet men även dessa har fokus på Svealand. Av de få studier som finns inom detta ämne så har författarna valt ut dem som har störst relevans för detta arbete, vilket är studier som studerar den grupp som även författarna valt att studera. Vilka är distansskogsägare och där empirin till studierna är insamlade genom enkäter.

I Sverige finns det cirka 300 000 privata skogsägare. Tidigare var skogsägarkåren nästan uteslutande män med lägre utbildningsnivå, som bodde i glesbygden och hade skogen som en del av sin försörjning. Men skogsägarkåren har förändrats, idag består den av 38 % kvinnor och 62 % män, utbildningsnivån skiljer sig inte mycket från landets medelsnitt (Lidestav et al. 2002). Dryga fjärdedelen av skogsägarna bor inte längre på sina fastigheter utan de är bosatta i staden då dem eller generationen före dem flyttat till staden pga. faktorer som arbetstillfällen m.m. (Ingemarsson et. al, 2006).

Utbor är sällan ekonomiskt beroende av skogen då de försörjer sig på annat arbete. En stor enkätundersökning med 2100 skogsägare har visat att skogsägarnas attityd blir mer och mer lik allmänhetens attityd till skog, som håller rekreation och naturvärden högt. Skogsägarna håller fortfarande skogsproduktionen högst men är mer och mer positivt inställda till rekreation och bevarande av naturvärden mm. Detta kan förklaras av att skogsägare som vuxit upp i staden ser mest skogens rekreativvärden och dess ekologiska värden som viktiga medan de som vuxit upp på landsbygden ser mer produktionsvärdet av skogen som viktigt (Nordlund & Westin, 2011).

2.1 Tidigare studier om distansskogsägare

De studier som tidigare gjorts på detta ämne är övervägande delen enkätstudier (Alström 2015; Eriksson 2014; Sundby 2013; Lidestav et al. 2002). Antalet respondenter som valts ut i undersökningarna har varierat mellan 400 (Alström 2015; Eriksson 2014; Sundby 2013) till 2500 respondenter (Lidestav et al. 2002). De geografiska områden som dessa studier undersökt är Sverige (Lidestav et al. 2002), Stockholm (Alström 2015), Skogssällskapets verksamhetsområde öst och väst, d.v.s. Svealand och norra Götaland (Eriksson 2014), samt skogsägare i mälardalsregionen (Sundby 2013).

Tidigare studier har t.ex. tittat på skogsägarstrukturen, hur det ser ut med ägarförhållanden, könsfördelning, självverksamhet, andel åbor respektive utbor och hur personen har förvärvat fastigheten (Lidestav et al. 2002; Sundby 2013; Eriksson 2014; Alström 2015). Dessa har även tittat på vilka tjänster som skogsägare vill ha beroende på var de är bosatta, t.ex. i en storstad eller på sin fastighet och hur de har förvärvat fastigheten (Sundby 2013; Eriksson 2014; Alström 2015). Eriksson (2014) har studerat på betalningsviljan för olika tjänster och tjänstepaket medan Alström (2015) även har undersökt vilken plats skogsägaren vill ha olika tjänster.

Lidestav et al. (2002) visar att åbor och utbor utgör lika stora ägargrupper. Studien visar att 30 % av skogsägarna är ensamägare till fastigheten och att samägandet har ökat kraftigt, jämfört med tidigare studier. 64 % av skogsägarna i studien har köpt, ärvt eller fått fastigheten från föräldrar eller släktingar medan 14 % förvärvat den på öppna marknaden. De skogliga kunskaper som skogsägarna besitter har de främst fått av sin far eller lärt sig själva. Frekvensen av skogsbruksåtgärder är högre på större och medelstora fastigheter i förhållande till de mindre. Frekvensen är också högre hos skogsägare som är medlemmar i en skogsägarförening, än de som ej är medlemmar (Berlin et al. 2006; Lidestav et al. 2002).

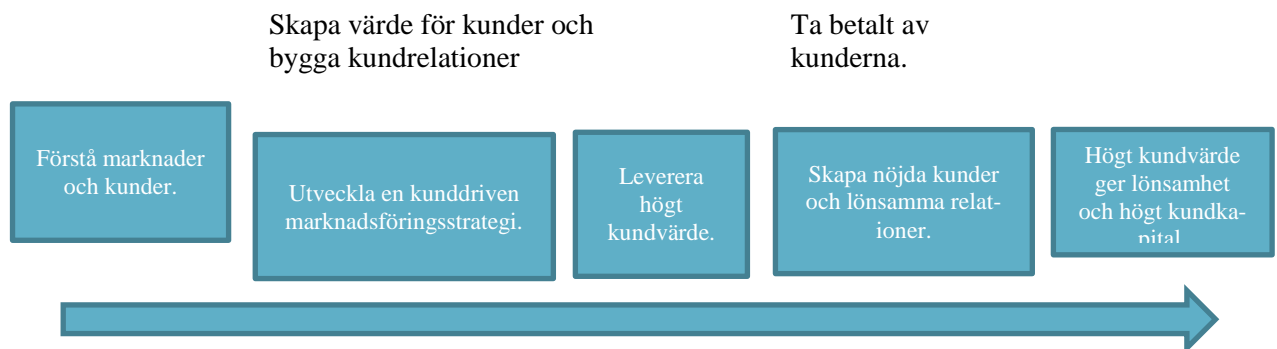
Skogsägarna värderar rekreation och ved/virke till husbehov högt, även tidigare studier visar på detta. Stora och medelstora skogsägare värderar inkomsterna från skogsbruket högre än de med små fastigheter. Tre av fyra av skogsägarna uppger att de är självverksamma vad gäller röjning och i kontakter med virkesköpare. Medan två tredjedelar är självverksamma i allt från avverkning till bokföring. Självverksamheten är högre bland skogsägare i medlemsföreningar än de som ej är medlemmar. Ägare till stora brukningsenheter är självverksamma i lägre grad än de medelstora och små fastighetsägarna. Medelstora ägarna 50-399 hektar särskiljer sig i flera avseenden. De bor i högre grad på sin fastighet, är oftare mångsysslare och har också i högre grad förvärvat fastigheten från föräldrar eller släkt. De är mer självverksamma och i högre utsträckning medlemmar i skogsägarföreningar. Detta tyder på att många av de traditionella skogsägarna finns på medelstora brukningsenheter. De mindre ägarna 5-49 ha kan tänka sig att avsätta >20 % till naturvård utan kompensation i högre utsträckning än skogsägare till stora fastigheter. Skogsinkomsten värderas högre ju större fastigheten är. Nyttor som rekreation, ved/virke, bär/svamp värderas i lika oberoende av fastighetens storlek. (Lidestav et al. 2002).

Alström (2015) visade att det finns trender som tyder på ökat intresse för rådgivning och användning av webbaserade verktyg bland yngre skogsägare. Vilket pekar mot att framtida skogsägare troligtvis kommer att vilja ha mer webbaserade hjälpmedel för att hålla ordning på sitt skogsägande. Studien visade även att det framförallt är ålder som styr hur och var distans-skogsägarna vill ha sin rådgivning. De äldre är traditionella och vill träffas på fastigheten, medan de yngre kan tänka sig att ses lite där det passar för tillfället, på fastigheten, kontoret eller i deras hem. Studien visar även att utbor är villiga att betala mest för skogsbruksplan följt av deklaration och skatteplanering. Respondenterna i undersökningen anlitar i första hand en skogsägarförening för sin skogliga rådgivning.

Eriksson (2014) studien visade att betalningsviljan var högst för finansiella tjänster. Medelvärde av betalningsviljan var högre för de skogliga tjänsterna. Samägare är villiga att betala mer för förvaltning både i dagsläget och i framtiden, än vad enskilda fastighetsägare är. Skogsägare med mycket stora fastigheter (601-1000 hektar) var de som hade störst betalningsvilja för samtliga tjänster. Det fanns en signifikant skillnad mellan valet av skoglig partner och viljan att betala för skogs- och full förvaltningstjänster. De som vill betala mest är de som i dagsläget anlitar fristående förvaltare, medan de med minst betalningsvilja sköter skogen själva.

Utbor är i regel mer villiga att betala skogliga tjänster än åbor medan åborna är mer villiga att betala för finansiella tjänster. Sundby (2013) visade att, investeringsrådgivning var det område där de flesta skogsägare är intresserade av rådgivning. Intresset var högst för de som ärvt skogen eller köpt ut den av en släkting. Rådgivning vid köp av skogliga tjänster var högst bland de som bodde i en tätort med mer än 30 000 invånare, för dessa skogsägare var rådgivning vid virkesförsäljning också viktigare än för de som bodde på landsbygden

2.2 Teori



Figur 1. Marknadsföringsprocessen och dess fem steg.
Figure 1. Marketing process and its five steps.
 (Egen bearbetning efter Kotler, Armstrong & Parment 2013)

Det första steget i marknadsföringsprocessen är att förstå och bilda sig en uppfattning om marknader och kunder (Figur 1). Inom marknadsföring är begreppet kundvärde centralt. Begreppet syftar på skillnaden mellan den upplevda nyttan och den upplevda uppoffringen för konsumenten, som i huvudsak är pengar men även tid. En tjänste-leverantör som skapar ett stort kundvärde för konsumenten får en stor framgång i en affärsverksamhet. Samtidigt måste verksamheten gå med vinst för att vara hållbar.

Fyra kärnformer för att skapa kundvärde är identifierat, där relations värde är en form. Inom servicesektorn är att skapa ett bra relations värde med kunden viktigt. För att vara framgångsrik i sektorn är en kundorienterad strategi av största vikt, att först analysera vad kunden efterfrågar för tjänster och sedan skapa dessa (Fahy & Jobber, 2012; Kotler, Armstrong & Parment, 2013).

En del av kundvärdet är relationsmarknadsföring, när konsument och tjänsteleverantör har en bra relation och högt förtroende till varandra. Det ger att konsumenten sparar tid och energi då den inte behöver leta ny leverantör varje gång och att leverantören också sparar tid och energi på att leta efter nya kunder. Relationsmarknadsföringen är mest applicerbar för organisationer som har kunder som kan välja mellan olika leverantörer och där ett återkommande köp är aktuellt. Fördelarna med en stark kundrelation är främst sex olika faktorer: Ökat köp, kunder tenderar att köpa mer tjänster om de har tillit till leverantören. Lägre kostnader, uppstartskostnaden för nya kunder är oftast mycket högre än att behålla tidigare kunder. Livstidsvärde, om kunden är trogen leverantören hela livet blir det många köp. Hållbart konkurrensavancemang, marknadsandelar tas från konkurrenter. Rykte, kunden pratar gott om leverantören med bekanta. Personalnöjdhet, trogna kunder tenderar till en låg omsättning på personal vilket sänker anställningskostnaderna (Fahy & Jobber, 2012).

3 Metod

3.1 Forskningsstrategi

Den samhällsvetenskapliga strategin inom forskning kan definieras i två olika typer, kvalitativ och kvantitativ forskning. Viktigt att poängtera är att ingen klar definition råder mellan de olika strategierna och att författare är oense om det verkligen finns någon skillnad (Bryman, 2011). Kvalitativ forskning lägger vanligtvis vikt vid ord och fokusera på hur individerna tolkar och uppfattar sin verklighet. Tyngdpunkt ligger i att generera nya teorier. Relationen mellan teori och forskning är att teorin är ett resultat av forskningen, induktivt synsätt. Kvantitativ forskning betonar att kvantifiering av data kan göras och att statistiska samband kan utläsas samt att prövning av befintliga teorier görs. Relationen mellan teori och forskning är att teorin styr forskningen, deduktivt synsätt (Bryman, 2011). Denna studie syfte är i synnerhet att analysera eventuella skillnader mellan distansskogsägare i Norrland jämfört med Stockholm genom att använda tidigare studier tillsammans med empirin från denna studie. Ansatsen kräver därmed ett deduktivt synsätt, vilket leder till en kvantitativ forskningsstrategi.

3.2 Datainsamling

Forskningsinstrument inom kvantitativ forskningsstrategi är främst strukturerade intervjuer och enkäter. Strukturerad intervju är när standardiserade frågor används, även vid registrering av svaren är syftet att få så lite intervju relaterade felaktigheter som möjligt. Intervjun kan genomföras ansikte mot ansikte eller via telefon. Enkäter är frågeformulär som respondenter fyller i på egen hand. Vanligtvis utan att forskaren är närvarande, vilket ställer höga krav på tydlighet i formuleringen av dess frågor. Enkäter är snabbare och billigare att administrera än strukturerade intervjuer. Nackdel med enkäter, och då framförallt postenkäter, är att det ofta medför ett stort svarsbortfall (Trost 2012; Bryman, 2011).

Författarna valde att använda sig av postenkät. De bakomliggande faktorerna till beslutet är studiens relativt korta tidsperiod och begränsade budget. En enkät skickades ut till samtliga respondenter. Brevet bestod av ett inledande följebrev,

frågeformulär och ett frankerat svarskuvert. I följebrevet skrevs en internetlänk in för att respondenter som föredrog att svara digitalt fick möjlighet att göra det, författarna ansåg att det kunde höja svarsandelen.

3.3 Register och urval

3.3.1 Studiens register

Ett register med distansskogsägare erhöles från Norra skogsägarna där både medlemmar i skogsägarföreningen och skogsägare som inte är medlemmar men någon gång haft en virkesaffär med skogsägarföreningen finns med. Registrets källa benämns som urvalsram och det finns alltid en risk att urvalsramen inte är uppdaterad på ett tag, det kan leda till att svarsbortfallet blir högt då t.ex. en del av populationen kan ha avlidit eller flyttat till en annan adress (Trost, 2012).

Den grupp studien undersöker är distansskogsägare som uppfyller följande kriterier:

- Skogsfastigheten ska vara belägen i en annan kommun än den folkbokförda kommunen.
- Skogsfastighetsägarens ålder ska vara till och med 55 år.
- Skogsägaren ska vara folkbokförd i Luleå, Piteå, Skellefteå, Umeå, Örnsköldsvik, Härnösand eller Sundsvalls kommun.
- Äga en fastighet med en areal som överstiger 20 hektar produktiv skogsmark.
- Fastighet ska vara belägen inom Norras verksamhetsområde (se bilaga 4).
- Ägandeform ska vara en fysisk privatperson med fastighet som är ägd av en eller flera personer.

Efter att ovanstående kriterier tillämpats med registret erhöles ett utfall på 502 medlemmar och 1059 icke medlemmar, vilket ger totalt en population på 1561 personer. Registret innehöll information om distansskogsägare, som namn, ålder, adress, skogsfastighetens adress och skogsfastighetens arealstorlek.

3.3.2 Teori och urval till studien.

Det finns olika typer av sannolikhetsurval; obundet slumpmässigt urval, systematiskt urval, stratifierat slumpmässigt urval och klusterurval i flera steg. Obundet slumpmässigt urval är det mest grundläggande sannolikhetsurvalet, den bygger på att alla i populationen har samma möjlighet att komma med i urvalet. Systematiskt urval är en typ av obundet slumpmässigt urval, där urvalet valts direkt ur populationen utifrån urvalsramen utan att använda någon slump eller dylikt. Exempelvis väljs bara var tjugonde individ i populationen.

Stratifierat slumpmässigt urval väljer ut ett antal individer, efter en egenskap som kan känneteckna urvalet. Antalet individer i urvalet skall vara i proportion till antalet individer som finns i ett visst strata i förhållande till totalen. Vid klusterurval i flera steg väljs det ut grupper av individer, d.v.s. aggregat av populationen. Dessa väljs ut slumpmässigt eller systematiskt. Antalet kluster och storleken på dessa kan styras för att minimera t.ex. resekostnader (Bryman, 2011).

Om enkäten skulle skickas ut till samtliga som föll ut i registret hade tidsomfattning och kostnad blivit för stort med hänsyn till att studiens begränsningar. Därför har författarna gjort ett urval från registret. Studiens stickprovsstorlek; mängden personer från populationen som ska vara kvar efter urval, bestämdes till 500. Även tidigare arbeten inom ämnet låg till grund för val av antalet respondenter.

I denna studie har författarna valt att använda sig av ett klusterurval, d.v.s. de har valt ut grupper av individer. Sedan har det bestämts hur många individer det skall finnas i varje kluster. Urvalet är alltså inte i proportion till hur totala populationen ser ut. De två kluster som använts i studien är medlemmar i Norra skogsägarna och skogsägare som inte är medlemmar men någon gång haft en virkesaffär med denna. Ur dessa två kluster valdes 250 respondenter ut ur respektive, totalt 500 respondenter vilket är studiens stickprovsstorlek. Respondenter valdes ut genom att alla skogsägare i registret fick ett slumptal mellan 0 och 1. Därefter sorterades personerna i listorna efter slumpalen i fallande ordning och de 250 översta i respektive lista valdes ut till att delta i undersökningen. Personerna som valdes ut att delta i enkätundersökningen blir därmed respondenter.

3.4 Enkätutformning

Vid utformning av en enkät är det viktigt att lägga vikt vid den estetiska delen, så att enkäten ser tilltalande ut och ser strukturerad ut då detta ger ett seriöst intryck. Det är även viktigt att frågorna är skrivna på ett sätt som är anpassat till respondenterna (Bryman, 2011). I studiens enkät är det både frågor med fasta svar och frågor med fritext. I frågor med fasta svar finns det förutbestämda alternativ att välja emellan, medan vid frågor med fritext, så får respondenten besvara frågan genom att skriva med ord. Studiens enkät har utformats med utgångspunkt i tidigare arbeten av Alström (2015), Eriksson (2014) och Sundby (2013) för att möjliggöra en komparativ analys.

Jacobsen et al. (2002) lyfter fram ett antal punkter som skall tas i beaktan på vid utformning av enkätens frågor:

- Eftersträva enkelhet i frågorna.
- Samma begrepp kan tolkas olika av olika uppgiftslämnare.
- Människor minns inte särskilt långt tillbaka i tiden.
- Försök undvik ledande frågor.
- Överväg noga om du skall ha med en mitten kategori eller en vet inte kategori bland svarsalternativen.
- Använd gärna öppna frågor vid sidan av de slutna.
- Inled frågeformuläret "ofarligt" och avsluta med känsligare frågor.
- Var försiktig med filter frågor.
- Svaret på en fråga kan starkt påverkas av de tidigare ställda frågorna.
- Variera frågornas riktning.
- Testa formuläret.

Frågorna i enkäten är uppdelade i två delar. Första delen består till stor del av frågor om ägarförhållandet på fastigheten. Den andra delen av enkäten har utformats på ett sätt som fångar upp respondentens behov av skogliga rådgivningstjänster, dåtida som framtida. Mål med skogsägandet behandlas också i denna del.

3.4.1 Enkätutskick

Utskicket av enkäten gjordes i samarbete med Institutionen för skogens bio-material och teknologi vid Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU), med kuvert som var märkta med institutionens och SLU:s logotype. Detta valdes för att respondenterna inte ska tro att det är ett reklamutskick från något företag, utan istället från en mer neutral part. I kuvertet fanns ett följebrev (Bilaga 3) där studien beskrevs och hur respondenterna valts ut. I följebrevet informerades det om att det är frivilligt att delta i studien, att deras deltagande uppskattas och att det inte kostar något att delta i undersökningen. Studiens syfte och mål förklarades kortfattat samt att även kontaktuppgifterna till författarna stod med i följebrevet. I kuvertet fanns ett frågeformulär (Bilaga 2) och ett svarskuvert som var frankerat, för att respondenten skulle kunna skicka tillbaka enkäten kostnadsfritt.

3.4.2 Digital Enkät

För att undersökningen eventuellt skulle få en ökad svarsfrekvens gjordes en digital enkät på internet med hjälp av en undersöknings plattform som har avtal med SLU. För att respondenterna skulle få en kortare och mer användarvänlig URL att skriva in i webbläsaren användes ett URL-förkortnings verktyg.

3.5 Svansandel och bortfallsanalys

I de flesta statistiska undersökningar så förekommer någon form av bortfall, detta kan försämra undersökningens resultat. Oavsett om en person är beställare eller producent av en undersökning, är bortfallet viktigt för att kunna säga något om kvaliteten på undersökningen. Detta är framförallt viktigt när det arbetas med enkäter, bortfallet vid enkätutskick är oftast över 50 % (Statistikfrämjandet, 2005).

Svansandel beräknas med följande formel: $SA = ns/(ns+nb+no)$

SA = svansandel ns = Antal svar nb = Antal bortfall no = Antal med okänd status

Formel hämtad från Statistikfrämjandet (2005)

Av de enkäter som kom tillbaks definierades en (1) som överteckning, personen bodde på sin fastighet nu och föll därmed utanför avgränsningarna, denna kategoriserades som överteckning. Fem brev returnerades d.v.s. att respondenten inte bodde på den angivna adressen, dessa noterades som överteckning. Svansvägran bland respondenter var 1 till antalet, personen ringde och sa att han inte ville delta i undersökningen. Antalet bortfall blev 393 personer, varav 10 personer har svarat efter datamaterialet började analyseras och är därför inte med i kategorin svar. Vid beräkning av svansandel räknas inte överteckning med. Efter att överteckning och postreturer tagits bort så har vi ett stickprov på 493 stycken, vilket framgår i tabell 1

Tabell 1. Bortfallsanalys

Table 1. Number of no returns

Stickprovsstorlek (efter bortfallsanalys)	Svar, ns	Ej distansskogsägare (överteckning)	Postreturer (överteckning)	Svansvägran, nb	Bortfall, nb
500 (491)	100	1	5	1	393

Svansandelen i studien blev 20,3 %, vilket beräknas på 100 svar och 393 bortfall.

3.6 Databearbetning och analys

Enkäterna sammanställdes i Excel, i den svansmatris som författarna utformat. I Excel gjordes sedan statistiska beräkningar. Tabeller och diagram för den deskriptiva prestationen av studiens resultat togs fram i Excel.

3.7 Etiska forskningsprinciper

Vid behandling av personuppgifter t.ex. vid enkätutskick finns det en speciell lag att ta hänsyn till, personuppgiftslagen (1998:204) (PUL). Denna lag syftar till att skydda människors integritet så att den inte kränks när deras personuppgifter behandlas. Information som kan härledas direkt eller indirekt till en viss fysisk person som är i livet anses vara personuppgifter. Lagen innefattar bearbetning, lagring, insamling, spridning och upplåtning av personuppgifter (Datainspektionen, 2017).

Enkäten utformades med PUL i åtanke, så att inga personuppgifter som kan kopplas ihop med personen får lagras. Enkäterna behandlas konfidentiellt så ingen vet vem som besvarat enkäten eller inte, enkäten är alltså anonym.

Forskning är viktigt för samhällets utveckling och dess medlemmar, vilket kallas forskningskravet. Medlemmarna i samhället är dock berättigade att skyddas från överdriven insyn i livsförhållandena för respektive individ. Fysisk skada, psykisk skada samt kränkning får individerna självklart inte utsättas för, det kallas för individskyddskravet och är utgångspunkt för forskningsetik. Forskningskravet och individskyddskravet ska vägas mot varandra i etiska överväganden.

Konkret kan individskyddskravet sammanfattas i fyra olika huvudkrav, vilka är informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet samt nyttjandekravet (Vetenskapsrådet, 1990). Författarna har valt att använda sig av följande kriterier i sitt arbete:

Informationskravet - ska informera de berörda om vad forskningen ska uppfylla för syfte. Konkret menas att vilka villkor som gäller för deltagarna ska vara klart lagat samt att medverkan ska vara frivillig och medverkan ska kunna avbrytas.

Samtyckeskravet - behandlar att deltagaren i undersökningen själv har rätt att bestämma över sin medverkan. De ska kunna avbryta sin medverkan utan det får negativa konsekvenser för deltagaren.

Konfidentialitetskravet - innebär att personuppgifter ska förvaras på ett sådant sätt att obehöriga inte får tillgång till dem. Framförallt gäller detta uppgifter som kan anses vara etiskt känsliga.

Nyttjandekravet - innefattar att personliga uppgifter insamlade i forskningen endast får användas för forskningens ändamål.

Författarna anser sig följa de forskningsetiska principerna då det i följebrevet till respondenterna tydligt informeras om att deltagandet är frivilligt. I och med att ingen specifik kod användes till en viss respondent är det för författarna inte möjligt att koppla ihop respondentens svar med en specifik individ. Deltagarna i undersökningen är även medvetna om att deras svar skulle komma att publiceras i detta kandidatarbete.

3.8 Validitet och Reliabilitet

Bryman (2011) tar upp olika kriterier som används för att bedöma samhällsvetenskapliga undersökningar. Huvudkriterierna för detta är validitet och reliabilitet. Validitet anses vara det viktigaste kriteriet i forskningssammanhang, då det går ut på att bedöma om begreppet verkligen mäter begreppet ifråga. Enligt Bryman (2011) finns det olika typer av validitet:

Begreppsvaliditet: kallas också teoretisk validitet, det handlar om hur ett visst mått verkligen mäter det som författaren tror det mäter.

Intern validitet: har med orsakssamband att göra mellan olika variabler d.v.s. kan författarna vara säkra på att det är y som ger variationen i x.

Extern validitet tar upp frågan om resultaten från en undersökning kan generaliseras.

Ekologisk validitet: handlar om ifall samhällsvetenskapliga resultat kan tillämpas i olika människor sociala miljö och i deras vardag d.v.s. fångar studien upp attityder värderingar mm hos dem som studeras i deras naturliga miljö.

Begreppet reliabilitet säger något om pålitligheten, överensstämmelsen och följdriktningen hos olika mått på olika begrepp. Enligt Bryman (2011) finns tre olika faktorer som är inblandade för att se om ett mått är reliabelt.

Stabilitet: här tittar författarna på om måttet är så stabilt att det över tid, kan det vara säkert att resultaten inte kommer skilja sig alltför mycket från varandra om studien görs om på samma grupp individer.

Intern reliabilitet: här analyseras om olika skalor och rangordningar är relaterade till deras rangordning på de andra indikatorerna.

Interbedömarreliabilitet: är att olika observatörer ska ha samma tolkning när data från frågor med fritext skall sättas in i olika kategorier.

Författarna anser att studien uppfyller samtliga kriterier på validitet och reliabilitet förutom kravet på extern validitet. För att detta kriterium skulle varit uppfyllt hade det krävts en högre svarsandel för att kunna dra mer generella slutsatser.

4 Resultat

4.1 Respondenterna

Av de som svarade på enkäten var 79 % män och 21 % kvinnor. Andelen av respondenterna som besvarade enkäten elektroniskt var 22 %. Medlemsandelen bland respondenterna är 53 % samt 11 % som inte vet om de är medlemmar, vilket innebär att medlemmar varit mer benägna att besvara enkäten jämfört med icke-medlemmar. Nästan hälften av de som besvarat enkäten bor i Luleå kommun och bara ett fåtal är bosatta i Sundsvall-, Örnsköldsvik- eller Härnösands kommun (Bilaga 1, Tabell 1). Två tredjedelar av dem är äldre än 46år och bara ett fåtal är yngre än 35år (Bilaga 1, Tabell 2). Hälften av respondenterna har 101-300 km mellan bostad och skogsfastighet (Tabell 2). Andelen skogsägare i studien som äger sin skog ensamma är drygt 40 % medan de som samäger med någon annan än make eller maka är knappt hälften (Bilaga 1, Tabell 3).

Tabell 2. Avstånd till skogsfastighet respondent

Table 2. Distance to forest property respondents

Avstånd	Andel
<30 km	2,0%
31- 100 km	35,5%
101 – 300 km	50,0%
>300 km	12,5%

Respondenternas sammanlagda arealstorlek på fastigheterna är 17 268 ha. Medianvärdet på 80 ha speglar studiens medel fastighet bättre då ett fåtal av respondenterna har väldigt stora fastigheter, vilket gör att medelvärdet på 173 ha är betydligt högre än medianvärdet (Bilaga 1, Tabell 4). Andelen av studiens deltagare som förvärvat fastigheten genom köp på öppen marknad är 17 % samtidigt som köp eller arv av fastigheten från närmaste familjemedlemmarna är 70 % (Bilaga 1, Tabell 5).

4.2 Aktivitet på fastigheten

Respondenterna besöker i genomsnitt sin fastighet 17 gånger per år, med ett medianvärde på 10 ggr/år. Antalet arbetsdagar bland de tillfrågade i studien är i medel 11 dagar/år och som medianvärde 5 dagar/år (Tabell 3). Anledningen till att medelvärdet är betydligt högre än medianvärdet bör vara att en del respondenter angav många arbetsdagar. Träff med skoglig rådgivare gör respondenterna i medeltal 1,5 ggr/år, där medianvärdet är 1 gång per år.

Tabell 3. Arbetsdagar per år på skogsfastigheten

Table 3. Working days a year at forest property

Arbetsdagar	Antal
Medelvärde	11
Medianvärde	5

4.3 Rådgivning och målsättningar

Enkättagarna tar i första hand kontakt med skogsägarförening vid rådgivning. Andelen som kontakter virkesköparorganisation i första hand är bara 1/3 av andelen som kontakter skogsägarförening (Tabell 4). Den viktigaste egenskapen som en rådgivare bör ha är enligt många av studiens deltagare att det är en hög kvalitet på de utförda tjänsterna (Tabell 5). När respondenterna fick välja de tre viktigaste egenskaperna hos en samarbetspartner b är regelbunden kontakt, lågt pris och långsiktigt samarbete bland de egenskaper som prioriterades lägst (Bilaga 1, Tabell 8).

Tabell 4. Förstahandskontakt vid skoglig rådgivning

Table 4. Primary contact about forestry advice

Rådgivare	Andel
Skogsägarförening	34,8%
Annan	17,6%
Ingen	17,2%
Virkesköparorganisation	13,0%
Skogsstyrelsen	12,3%
Fristående större förvaltare	1,5%
Fristående mindre förvaltare	3,5%
Bank	0,0%

Tabell 5. Viktigaste egenskapen hos en skoglig samarbetspartner
Table 5. The most important skills from a forest adviser

Egenskap	Andel
Kvalite på utförda tjänster	32,8%
Förtroendeingivande förvaltare	18,3%
Största möjliga ersättning vid virkesaffär	16,6%
Skogsförvaltning efter dina mål	12,4%
Helhetsperspektiv	11,3%
Långsiktigt samarbete	3,3%
Inget svar	3,0%
Lågt pris	2,3%
Regelbunden kontakt	0,0%

Andelen av studiens deltagare som anger högsta ekonomiska avkastning som viktigaste målet är drygt 30 % och där rekreativsvärdet med t.ex. jakt som viktigaste mål är knappt 30 %. För en dryg tiondel är naturvärdena det viktigaste målet (Bilaga 1, Tabell 6). Frågan hade även svarsalternativet annat med fritext, där några exempel på syfte var att: "förvalta ett arv", "pensionsförsäkring", "äga skog" samt "en kombination av faktorer".

Kompetensbrist är bland studiens respondenter den största orsaken till varför de köper rådgivning, med knappt en tredjedel som anger att de saknar kompetens inom ekonomi samt en tredjedel som anger att de saknar kompetens inom skogs-skötsel. Tidsbrist anger var fjärde som anledning till varför rådgivning har köpts eller kommer att köpas i framtiden (Bilaga 1, Tabell 7). Möjlighet till att skriva fritext på frågan fanns för respondenterna, där exempel på syftet med rådgivningen var att:

"Öka min kunskap.", "Bolla idéer.", "Bra med en extern kunskap ibland. Ny infallsvinkel." och "Vill diskutera skogliga frågor och skogsekonomi."

En del av respondenterna verkar inte anlita rådgivare därför att de inte känner att de inte kan något utan för att ha någon att diskutera sina idéer med.

5 Diskussion och analys

5.1 Metodkritik

Kritik på utformning av frågeformuläret kan riktas mot frågor där respondenten skulle rangordna sitt svar. Här blev det att vissa respondenter misstolkade frågan och istället för att numrera så kryssade de i alternativen, vilket gjorde det omöjligt att utläsa respondentens rangordning. Författarna borde ha varit ännu tydligare med att fälten skulle fyllas i med ett rangordningsnummer, för att försäkra sig om att alla respondenter förstår till fullo hur frågan ska besvaras. Författarna kunde exempelvis haft informationen i fetstil då det sticker ut och uppmärksammas bättre. Något som författarna missat i enkätutformning är att somliga respondenter kan äga flera fastigheter, vilket kan leda till olika avstånd, besök, mål osv. Här borde det ha förtydligats i inledningen att har du flera fastigheter så svara för din största fastighet och endast för den.

I den digitala enkäten är det några respondenter som inte har fyllt i svar till några frågor. Detta kunde ha lösts genom att göra frågorna obligatoriska d.v.s. att för att gå vidare i enkäten måste frågan ha besvarats. Författarna gjorde några frågor i enkäten obligatoriska då respondenten var tvungen att scrolla ner på skärmen för att se alla delar av frågan. En avvägning gjordes av författarna innan publicering att inte göra samtliga frågor i enkäten obligatoriska, motivet var att respondenten möjligtvis skulle avslutat att besvara enkäten då den kanske inte skulle förstå innebörden av en fråga.

Arealavgränsningen i studien på minst 20 hektar produktiv skogsmark kan diskuteras, om att den kanske borde ha varit högre då större fastighetsägare tenderar att lägga större vikt vid att bruka skogen aktivt samt att den har ett viktigare ekonomiskt värde då och därmed ha en högre kunskap om skogsägande, vilket är en fördel för att kunna besvara frågorna i enkäten. En population som har högre kunskap om skogsbruk och där fastigheten har en högre ekonomisk betydelse bör också vara mer villiga att besvara enkäten vilket resulterar i ett lägre svarsbortfall.

Undersökningsmetoden i form av postenkät och en digitalenkät skulle kunna kompletteras med intervjuer med personer som jobbar med distansskogsägare i Norrland. Detta för att se om de svar vi får fram i vår enkätundersökning motsvarar deras upplevelser och intryck när de jobbar med distans skogsägarna d.v.s. visar vår undersökning samma bild som de som jobbar på fältet har över vad som efterfrågas inom rådgivnings? Ser dom samma mönster som oss? Detta skulle vara intressant att komplettera studien med.

5.2 Svar och bortfallsanalys

Av de 500 enkäter som skickades ut återkom 100 stycken enkäter med användbara svar och 9 enkäter noterades som överteckning, vilket motsvarar en svarsfrekvens på 20,3 %. Bortfallet blev för högt för att kunna generalisera och studera statistiska samband.

En anledning till att svarsfrekvensen blev låg kan bero på att tiden för att besvara enkäten var en kort period på drygt två veckor. Hade författarna haft längre tid på sig så kunde en påminnelse skickats ut till de respondenter som inte svarat inom de första veckorna, det hade kunnat höja svarsfrekvensen, jämfört med Alström (2015).

Författarna hade även kunnat ha något incitament till respondenten. T.ex. skulle deltagarna kunnat ha möjlighet att vinna en gratis skogskurs eller dylikt. Detta är en ganska effektiv metod för att öka svarsfrekvensen i olika undersökningar där fysiska personer skall delta, jämfört med Eriksson (2014).

Av de respondenter som svarade var det två stycken som svarade att de hade än areal mindre än den som författarna satt som minimigräns vid enkätutskick, det kan bero på att de har räknat ut sin andel av skogsinnehavet då bägge dessa skogsägare har angett att fastigheten är samägd med annan.

Det var även fyra stycken respondenter som inte uppgav hur stor deras fastighet var, troliga orsaker till detta är att de har missat frågan eller bara inte vet hur stor deras fastighet är. I de frågor där respondenten skulle rangordna sitt svar har några respondenter enbart satt kryss i rutorna. Vilket har gjort det omöjligt att veta vilket alternativ som är satt på plats 1 eller plats 2. I dessa fall så har författarna valt att väga svaren d.v.s. har respondenten kryssat i ruta 4 och 6 så har det registrerats som 0,5 på 4 och 0,5 på 6 på både plats ett och 2. På vissa frågor så har författarna valt att slopa rangordningen och t.ex. valt att redovisa de två vanligaste målen istället för att redovisa det vanligaste och näst vanligaste. Detta för att få en lättare bearbetning av datamaterialet som är insamlat under studien.

5.3 Avståndets betydelse

Ett antal enkätfrågor analyserades med avståndet till skogsfastigheten och de tillfrågade i studien minskade besöken (Tabell 6), arbetsdagarna (Tabell 7) och träff med skoglig rådgivare (Tabell 8) om det har längre avstånd till skogsfastigheten. Avståndsklasserna 101-300 km och >300 km påvisar ingen större skillnad, den största skillnaden var i studien mellan 0-100 km och 101-300 km. P-Värde=0,04 vilket tyder på en signifikant skillnad, på femprocent-nivån, om skogsägaren bor längre bort än hundra kilometer från sin fastighet.

Tabell 6. Antal besök per år på fastigheten uppdelat på avstånd till fastighet

Table 6. Visits per year at property divided by distance to property

Besök	0-100 km	101-300 km	>300km
Medel	26	11	9
Median	14	10	10

Tabell 7. Arbetsdagar per år på fastigheten uppdelat på avstånd till fastighet

Table 7. Working days per year at property divided by distance to property

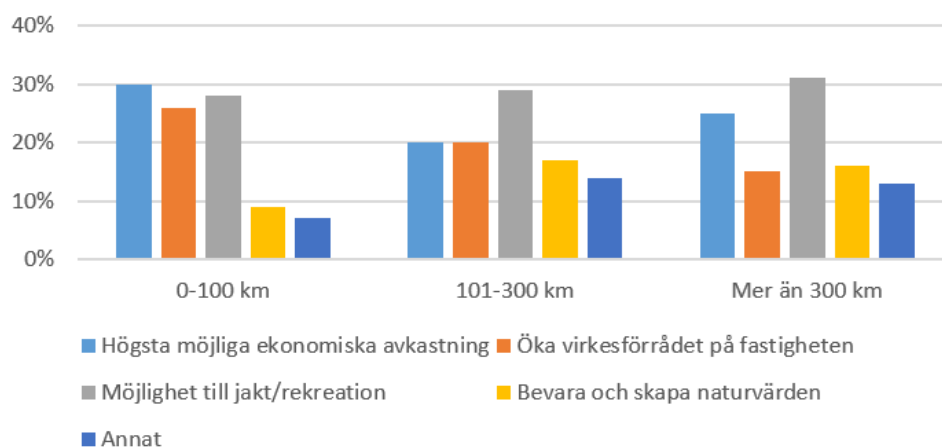
Arbetsdagar	0-100 km	101-300 km	>300km
Medel	17	8	5
Median	7,25	5	5

Tabell 8. Antal träffar per år med skoglig rådgivare uppdelat på avstånd till fastighet

Table 8. Meetings per year with forestry adviser divided by distance to property

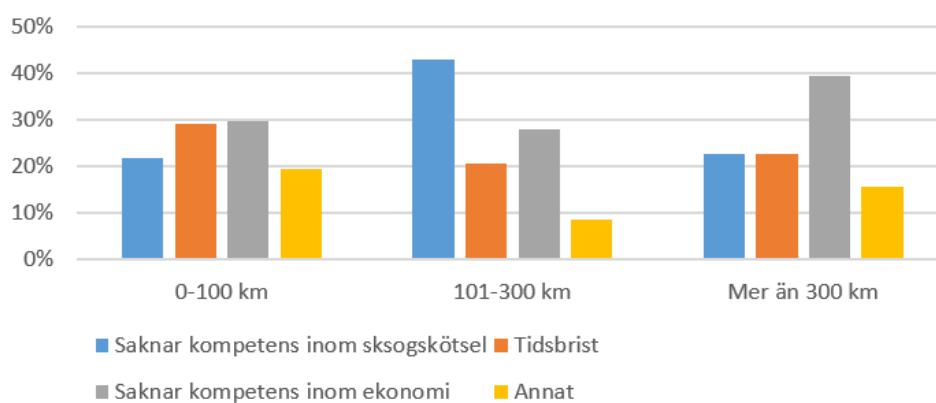
Träffar	0-100 km	101-300 km	>300km
Medel	1,79	1,34	1,08

Värderingarna bland distansskogsägare i studien skiljer sig beroende på avståndet till skogsfastigheten (Figur 2). En hög ekonomisk avkastning samt ett ökat virkesförråd tenderar att minska med ett ökat avstånd till fastigheten. Rekreativsvärdet som t.ex. jakt är oberoende av avståndet. Värdering av att bevara och skapa naturvärden ökar med ett längre avstånd. En möjlig orsak till att naturvärdes-målsättningen ökar med avståndet är att det är en målsättning som kräver relativt liten insats från skogsägaren. I och med att ett ökat avstånd till fastigheten tenderar till ett minskat aktivt skogsägande är målsättningen en enkel lösning då lite arbete krävs av skogsägaren.



Figur 2. Målsättning med skogsägandet fördelat på avstånd till fastigheten.
 Figure 2. Ambitions with the forest property divided by distance to property

Vid jämförelse av varför rådgivning köps kan inget tydligt mönster uppdelat på avstånd hittas. Författarna trodde på förhand att t.ex. tidsbrist skulle bli större en faktor för de med långt avstånd till fastigheten men det mönstret uteblev bland de tillfrågade i studien (Figur 3).



Figur 3. Faktorer för köp av rådgivning uppdelat på avstånd till fastigheten.
 Figure 3. Factors to buy counselling divided by distance to property

5.4 Regionala skillnader

Jämförelseanalys har genomförts mot Alström (2015), det arbetet studerade distansskogsägare boende i Stockholm. Jämförelsen visar att de tillfrågade skogsägarna i Stockholm i högre grad vill ha rådgivning på orten där fastigheten är belägen jämfört med deltagarna i den här studien (Tabell 9). Däremot är deltagare i den här studien mer villiga att få rådgivning vid lokala kontoret där de bor. Författarna har exkluderat gruppen inte intresserad i Tabell 9 från jämförelse då det anser att resultaten i så fall blir svårare att jämföra med data från Alström (2015). Orsakerna till att stockholmarna önskar rådgivning i högre grad på orten där fastigheten är belägen är något som behövs undersökas djupare. Möjligtvis kan det förklaras med att stockholmarna vill besöka sin fastighet inför ett rådgivningsmöte för att vistas i en liknande omgivning som skogsfastigheten.

Tabell 9. Var distansskogsägaren vill ha sin rådgivning utifrån ålder
Table 9. Where distance forest owner requests counselling divided by age

Rådgivningsplats	Alström 0-45	A&M 0-45	Alström 46-55	A&M 46-55
På orten där fastigheten är belägen	55,5%	27%	47,7%	24%
Via webbaserat verktyg	27,8%	19%	20,5%	33%
På rådgivarens kontor där jag bor	16,7%	32%	13,6%	34%
Fysiskt på plats i mitt hem	0,0%	21%	11,4%	10%
Inget svar	0,0%		6,8%	

Vid jämförelse om vem distansskogsägarna väljer att kontakta vid rådgivning har 0 % svarat *ingen* i Alströms studie medan i denna studie har 17,2 % svarat *ingen* (Tabell 10). Det tyder på att de tillfrågade norrlänningarna i högre grad förvaltar sitt skogsinnehav helt på egen hand jämfört med stockholmarna i Alströms studie. Dock kan anledningen möjligtvis vara att stockholmarna i Alströms studie har en större medel fastighet (se Tabell 11) och därigenom ett högre ekonomisk värde, vilket i sin tur gör det viktigare med extern och professionell rådgivning, det har påvisats tidigare av Lidestav et al. (2002).

Tabell 10. Vem skogsägaren kontaktar i första hand vid rådgivning
Table 10. Who forest owner contacts in first choice when advicer

Rådgivare	Andersson & Magnusson, 2017	Alström, 2015
Skogsägarförening	34,8%	34,6%
Annan	17,6%	19,5%
Ingen	17,2%	0,0%
Virkesköparorganisation	13,0%	23,2%
Skogsstyrelsen	12,3%	8,6%
Fristående större förvaltare	1,5%	12,9%
Fristående mindre förvaltare	3,5%	0,5%
Bank	0,0%	0,5%

Tabell 11. Fastighetsstorlek

Table 11. Property size

Skogsinnehav	Andersson & Magnusson, 2017	Alström, 2015
Medelvärde	173 ha	373 ha
Median	80 ha	90 ha
Total areal	17 268 ha	58 983 ha

En vanligt förekommen föreställning är att distansskogsägare bosatta i Stockholm besöker sin fastighet färre jämfört med distansskogsägare i Norrland. Deltagarna i de respektive undersökningarna visar dock att ingen skillnad kan urskiljas mellan de två studierna (Tabell 12).

Tabell 12. Besöksfrekvens på fastigheten

Table 12. Visits at the property

Besök	Andersson & Magnusson, 2017	Alström, 2015
Medelvärde	17	20
Medianvärde	10	7,5

5.5 Ägarstrukturella skillnader

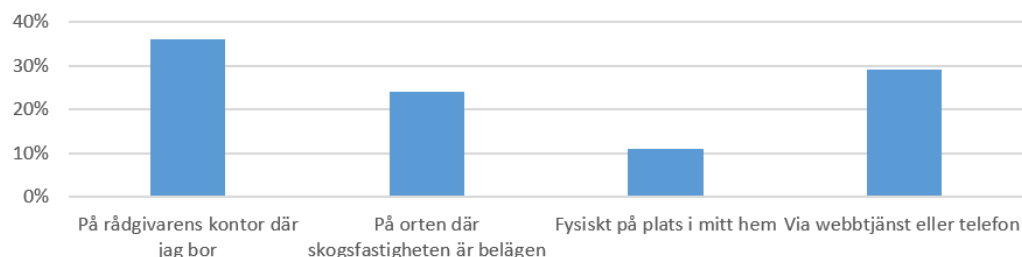
Deltagarna i studien fick ange de två viktigaste målen av fem möjliga alternativ. Av svaren framgår att respondenter som är delägare i fastigheter har vissa skillnader i målsättningen med sitt skogägandet jämfört med respondenter som är ensamägare (Tabell 13). Ekonomisk avkastning och rekreationsvärden är viktigare för ensamägare medan naturvärden och andra målsättningar än de angivna är viktigare för enkättagare som har samägd fastighet.

Tabell 13. De två viktigaste målen med skogsägandet

Table 13. The two most important goals when own a forest property

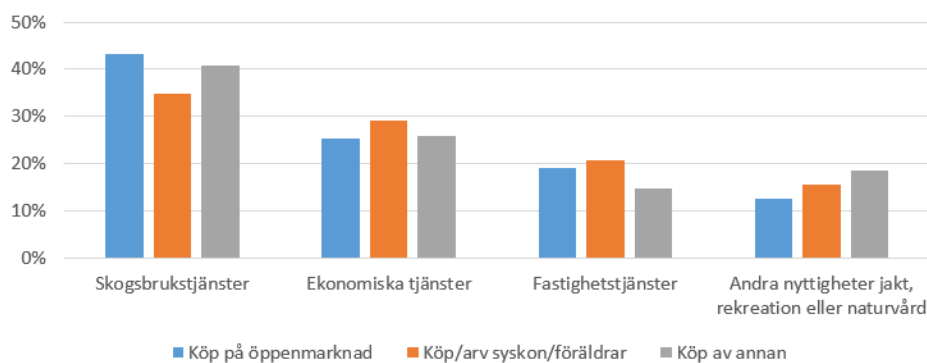
Mål	Ensamägda	Samägda
Högsta ekonomiska avkastning	30,0%	22%
Jakt eller/och rekreation	34,3%	25%
Öka virkesförrådet	20,7%	20%
Annat	7,9%	14%
Bevara och skapa naturvärden	7,1%	19%

Distansskogägare som har samägda fastigheter i studien vill främst ha rådgivning på sin bostadsort och via webbtjänst eller telefon (Figur 4), förmodligen för att de anser att resan till fastigheten är för lång och ev. svår att samordna med alla delägare i relation till rådgivningen. Webbtjänst är bra då alla ägarna till fastigheten kan ha en överblick på skogen utan att själva vara med varje gång någon delägare på fastigheten träffar en rådgivare. Här kan de även ha skogsbruksplan för fastigheten så den eller de ägarna kan se över vad som behöver göras i skogen utan att behöva åka dit – och därigenom överbrygga avstånden med hjälp av olika typer av tekniska hjälpmedel.



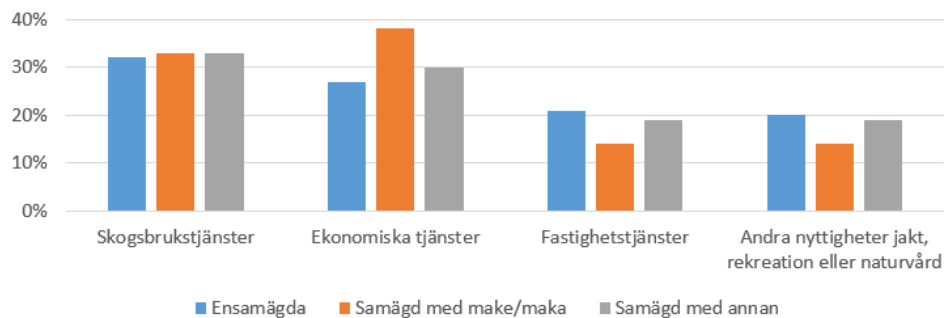
Figur 4. Var de tillfrågade distansskogägare med samägda fastigheter vill ha sin rådgivning.
 Figure 4. Where this study distance forest owners want to have their counselling.

Deltagare i studien som förvärvat sin fastighet genom köp är mer villiga att anlita skogsbrukstjänster jämfört med deltagare som ärvt eller köpt av föräldrar eller syskon medan de är mindre villiga att anlita ekonomiska tjänster än de som har ärvt eller köpt av föräldrar eller syskon (Figur 5).



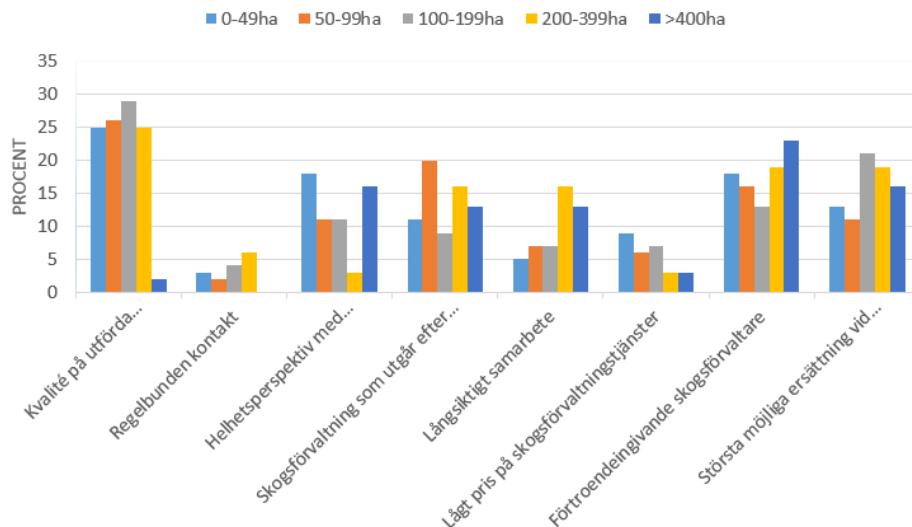
Figur 5. Fördelning över vilka tjänster respondenterna efterfrågar uppdelat på förvärvsform.
 Figure 5. Percentage by which services the respondents asks divided by acquisitions form.

I jämförelsen av behov mellan olika typer av tjänster mellan ensamägd och samägd med annan visar att dessa grupper inte skiljer sig nämnvärt (Figur 6). Samägd med make eller maka kan enligt författarna betraktas som ett mellanting mellan ensamägd och samägd med annan, då det oftast är den ena av make eller maka som är dominant i skogsägandet, och då i princip är ensamägare medan ibland är båda make eller maka engagerade vilka kan betraktas som samägda.



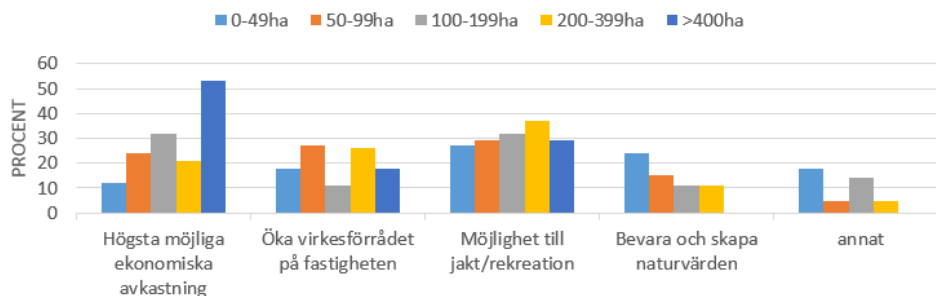
Figur 6. Fördelning över vilka tjänster respondenterna efterfrågar uppdelat på ägandeform.
 Figure 6. Percentage by which services the respondents asks divided by owner form.

Stora distansskogsägare i studien ser ut att värdera följande mål högre jämfört med mindre skogsägare; förtroendeingivande skogsförvaltare och långsiktigt samarbete som viktiga faktorer hos en skoglig samarbetspartner. De tillfrågade distansskogsägarna med mindre fastigheter tenderar att värdera följande faktorer högre jämfört med distansskogsägarna med stora fastigheter; kvalitet på utförda tjänster och lågt pris (Figur 7).



Figur 7. Viktigaste egenskaperna hos en skoglig samarbetspartner uppdelat på fastighetsstorlek.
 Figure 7. The most important characteristics at a forest co-worker divided by area size.

För de tillfrågade är målsättningar som rekreationsvärdet och att öka virkesförrådet oberoende av fastighetens storlek (Figur 8). De mindre fastighetsägarna i studien värderar naturvärden högre jämfört med större fastighetsägare. En hög ekonomisk avkastning är ett allt viktigare mål för större fastighetsägare jämfört med mindre skogsägarna. Lidestav et. al. (2002) visar på ett liknande mönster i målsättningar uppdelat på skogsfastighetens storlek.



Figur 8. Viktigste målsättningarna uppdelat på fastighetsstorlek.
Figure 8. The most important goals divided by area size.

5.6 Utveckling av tjänstebehovet

Utifrån tabell 14 har analys av var de tillfrågade vill ha sin rådgivning gjorts. Det tenderar mot att en mindre andel av de tillfrågade vill ha rådgivning på orten där fastigheten är belägen medan övriga platsers attraktivitet ökar något.

Tabell 14. Förhållande mellan rådgivningsplats
Table 14. Distribution between counselling place

Rådgivningsplats	Föregående 10 år	Kommande 10 år
På orten där fastigheten är belägen	34%	25%
Via webbaserat verktyg	23%	29%
På rådgivarens kontor där jag bor	31%	33%
Fysiskt på plats i mitt hem	11%	13%

Fördelning mellan de fyra olika tjänsttyperna (Tabell 15) visar på att rådgivning för fastighetstjänster och andra nyttigheter som t.ex. jakt, rekreation, naturvård har lika andel mellan de två perioderna. Det intressanta är att andelen för skogsbruks-tjänster bland de tillfrågade i studien minskar i framtiden medan andelen för ekonomiska tjänster ökar.

Tabell 15. Förhållande mellan rådgivningstjänster

Table 15. Distribution between counselling type

Rådgivningstjänst	Föregående 10 år	Kommande 10 år
Skogsbrukstjänster	34%	25%
Ekonomiska tjänster	23%	29%
Fastighetstjänster	31%	33%
Rådgivning för andra nyttigheter	11%	13%

De tillfrågade i studien uppger att de har ett ökande behov av samtliga fyra tjänster de kommande 10 åren, jämfört med föregående 10-års period. Ökningen är 50-90% på samtliga tjänster, sett till förhållandet mellan de olika tjänsterna, uppges de ekonomiska tjänsterna av respondenterna att öka mest procentuellt.

5.7 Sammanfattande diskussion

Ur en företagsekonomisk synvinkel är det viktigt för en tjänsteleverantör att förstå vilka behov en kund har och hur marknaden ser ut. Det här arbetet har genom att undersöka och analysera försökt förstå kundens behov och marknads utformning, det är viktigt att förstå därför att det är första steget i en marknadsföringsprocess (Fahy & Jobber, 2012).

Ska tjänster utvecklas utifrån studiens resultat rekommenderar författarna att det i framtiden kommuniceras mer med webbtjänster för så väl skogsbruks- och ekonomitjänster samt att rådgivaren träffar distansskogsägaren på det lokala kontoret där personen bor. Om de nämnda rekommendationerna efterföljs anser författarna att distansskogsägarnas behov tillmötesgås i en högre utsträckning vilket ger skogsägaren ett ökat kundvärde, vilket i sin tur förhoppningsvis gör att tjänsteleverantören får sälja mer rådgivning och göra kunderna nöjdare.

Viktigt för utveckling av framtida tjänster blir att kunna överbrygga den fysiska plats som oftast saknas då skogsägaren, rådgivaren och fastigheten är åtskilda från varandra. Verktyg för att överbrygga den fysiska platsen kan t.ex. vara genom att internetbaserade plattformar där distansskogsägaren kan ha kontakt med sin rådgivare och se vad som händer på fastigheten och vad som behövs göras på den samma. Studiens respondenter är en del av dagens distansskogsägare och antas att vara det även i framtiden och därför är det en fördel för tjänsteleverantören att ha hög kännedom om gruppens rådgivningsbehov så att ett högt kundvärde kan skapas för framtiden och därmed förhoppningsvis utökade marknadsandelar för tjänsteleverantören.

Deltagarna i studien fick ange vilka tjänster de var intresserade för i framtiden och utan att behöva ange hur mycket de var villiga att betala. Viktigt att påpeka är förmodligen att en hög andel av deltagarna som säger att de vill anlita en tjänst kanske inte kommer göra det i verkligheten då det är en helt annan sak att säga något än att betala för det. Därför bör det ökade tjänstebehovet som studien visar på tas med tillförsikt.

En intressant iakttagelse från studien är att de som bor mer än tio mil från sin fastighet tenderar att vara mindre aktiva på sin fastighet och besöker den mer sällan, än de som bor mer mindre än tio mil från fastigheten. Att göra en riktad insats mot distansskogsägargruppen med mer än tio mil till fastigheten kan vara värt ett försök från olika skogliga aktörer så att aktiviteterna förhoppningsvis ökar på fastigheterna och då kunna sälja fler tjänster till denna grupp. Exempel på sådana insatser kan vara att ha utbildningsdagar och skogskvällar inriktade till den segmentgruppen, förslagsvis med teman som handlar om hur skogen påverkas av ett inaktivt brukande och lyfta fram fördelar för ett aktivt ägande och brukande, så som att det ger en bättre ekonomi både vad gäller avkastning och värdet på fastigheten. Även här gäller det att hitta ett bra sätt för att överbrygga den fysiska platsen då alla kanske inte kan delta på skogskvällar mm. För distansskogsägare som bor långt bort från sin skogsfastighet kan en idé vara att anordna någon form av webbaserad utbildning för att motivera denna att bruka skogen samt för att kunna överbrygga saknaden av den fysiska platsen.

Att använda sig av något från det nämnda ovan i affärsrelationen med skogsägaren (kunden) ger förhoppningsvis en bättre relation mellan tjänsteleverantör och kund. Detta skulle enligt relationsmarknadsföringsteorin ge t.ex. tjänsteleverantören lägre kostnader och ökade köp från kunden.

5.8 Framtida forskning

En studie som skulle kunna vara intressant är om det görs kvalitativa intervjuer med personer från olika skogsbolag och skogsägarföreningar som dagligen jobbar med distansskogsägare, för att se om de uppfattar att distansskogsägarna vill ha någon annan form av rådgivning eller på vilken plats de helst vill ha sin rådgivning. För att sedan jämföra med denna studie och se om det skiljer sig något i vad de som jobbar med detta dagligen uppfattar och vad distansskogsägarna faktiskt efterfrågar.

Ett annat intressant scenario att undersöka är betalningsviljan hos distansskogsägare i Norrlands kustland för olika tjänster som olika skogsbolag och skogsägarföreningar erbjuder. För det är en sak och säga att en potentiell kund kan tänka sig anlita en tjänst de kommande åren, men det är en helt annan sak att faktiskt köpa och betala för en tjänst. Jämförelse kan sedan göras med denna studie hur många som faktiskt kan tänka sig att betala för en viss tjänst och vad de är villiga att betala för tjänsten i förhållande till hur många som uppgav att de kan tänka sig att köpa en viss tjänst.

Här kan det tänkas att när det väl kommer till att betala för tjänsten så är det många som kommer backa undan och inte vilja anlita tjänsten i fråga.

Andra studier som bör vara intressanta är att intervjua tjänstemän från skogsbranschen som jobbar med inköpsorganisationen på olika skogsbolag och skogsägarföreningar för att se om de funderar på att ändra sin inköpsorganisation, för att kunna möta distansskogsägarnas behov, t.ex. genom att ha kontor utanför sitt verksamhetsområde där det finns många distansskogsägare, förslagsvis i våra större svenska städer Stockholm, Göteborg och Malmö. Detta för att se om det går att överbrygga de avstånd som annars kan uppstå, mellan skogsägaren och dess skogliga kontaktperson när kontaktpersonen är stationerad där fastigheten är belägen.

Att undersöka verktyg och plattformar som är optimerade för distansskogsägare bör vara intressant därför att när en social närhet saknas måste något driva dem att bli aktiva och ta sig till webbtjänsterna vilket kommer öka kundvärdet

6 Slutsats

- Resultatet av denna undersökning visar att andelen som efterfrågar ekonomiska tjänster kommer att öka, medan fastighetstjänster och rådgivning för andra nyttigheter verkar vara oförändrat och andelen rådgivning inom skogsbruk tjänster verkar minska något relativt andra tjänster. Alla tjänster bedöms dock öka kommande 10-års period.
- Vid jämförelse mot en studie med distansskogsägare boende i Stockholm var stockholmarna mer benägna med att få rådgivning på kontoret där skogsfastigheten är belägen medan de tillfrågade norrlänningarna var mer benägna att få rådgivning på kontoret där de bor.
- Distansskogsägare i studien med stora fastigheter värderar förtroendeingivande skogsförvaltare och långsiktigt samarbete högre jämfört mot ägare med mindre fastigheter. Lågt pris och kvalitet på utförda tjänster är viktigare för skogsägare med mindre fastigheter jämfört mot skogsägare med stora fastigheter, enligt respondenterna.
- De som bor längre än tio mil från sin fastighet tenderar att besöka den mer sällan och vara mindre självverksamma på sin fastighet jämfört med de som har kortare än tio mil till sin fastighet.
- Distansskogsägare i studien med samägda fastigheter värderar högre att bevara naturvärden jämfört med ensamägda fastigheter medan de ensamägda värderar en hög ekonomisk avkastning mer än de samägda.

Referenser

Alström, F. (2015). *Framtidens rådgivning till skogsägare*. Sveriges Lantbruksuniversitet. Institutionen för Skogens Biomaterial och Teknologi/Jägmästarprogrammet (Arbetsrapport 2015:21)

Andersson, M., Boman, M & Peichen, G. (2013). *Vad vill skogsägaren satsa på?*. Umeå: SLU, fakulteten för skogsvetenskap. (Fakta Skog 2013:10)

Berlin C., Lidestav G. & Holm S. (2006) Values placed on forest property benefits by Swedish NIPF owners: Differences between members in forest owner associations and non-members. *Small-scale Forest Economics, Management and Policy* (vol 5, no.1), ss 84-94.

Boverket (2012). *En urbaniserad värld*. Tillgänglig: <http://sverige2025.boverket.se/en-urbaniserad-varld.html> [2017-03-03]

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2. Uppl. Malmö: Liber AB.

Datainspektionen (2017) *Personuppgiftslagen* Tillgänglig: <http://www.datainspektionen.se/lagar-och-regler/personuppgiftslagen/> [2017-02-16]

Eriksson, F. (2014). *Privata skogsägars betalningsvilja för skogsförvaltning*. Sveriges Lantbruksuniversitet. Institutionen för skogens produkter/Jägmästarprogrammet (Examensarbeten 2014:132)

Gunnarsson, F. & Mårtensson, C. (2004) *Vilka mål och behov har olika typer av skogsägare kring sitt skogsägarande?* Sveriges Lantbruksuniversitet. Institutionen för skogens produkter och marknader/Skogsvetarprogrammet (Examensarbeten 2004:40)

Fahy, J. Jobber, D. (2012). *Foundations of marketing*. Spanien: Grafo Industrias Gráficas.

Ingemarsson, F., Lindhagen, A. och Eriksson, L (2006). A typology of small-scale private forest owners in Sweden. *Scandinavian Journal of Forest Research*, vol. 21, ss 249-259.

Jacobsen, D.I., Sandin, G. & Hellström, C. (2002). Vad, hur, varför: om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen: Studentlitteratur.

Kotler, Armstrong och parment (2013) *Marknadsföring teori, strategi och praktik*. Harlov: Pearson

Kronholm, T. (2016). *Skogsägarföreningar i ett föränderligt samhälle*. Umeå: SLU, fakulteten för skogsvetenskap (Fakta Skog 2016:4).

Lindroos, O., Lidestav, G. och Nordfjell, T. (2005). Swedish non-industrial private forest owners – a survey of selfemployment and equipment investments. *Small-scale forest management, policy and economics*, 4(4), ss 409-423.

Lidestav, G. & Nordfjell, T (2002). *Med skogsägaren i fokus*. LRF Skogsägarna, ss. 4- 31.

Nordlund, A. Westin, K. (2011). Forest Values and Forest Management Attitudes among Private Forest Owners in Sweden Forests. *Forests*, (vol. 2), ss 31-46.

Normark P. (1994) *Medlemsägda företag: organisering av strategiska förändringar*, Stockholm: Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan.

Norra Skogsägarna (2017). *Om Norra*. Tillgänglig: <http://www.norra.se/omnorra/Pages/default.aspx> [2017-04-13]

Skogsstyrelsen (2013). *Fastighets- och ägarstruktur*. Tillgänglig: <http://www.skogsstyrelsen.se/Myndigheten/Statistik/Amnesomraden/Fastighets--och-agarstruktur/Fastighets--och-agarstruktur/> [2017-02-21]

Statistikfrämjandet (2005) *Bortfallsrapport*. Tillgänglig: <http://statistikframjandet.se/survey/wp-content/uploads/2011/05/bortfallsrapport.pdf> [2017-02-26]

Trost, J. (2012). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur AB.

Vetenskapsrådet (1990) *Forskningsetiska principer*. Tillgänglig: <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf> [2017-03-06]

Bilagor

Tabeller

Tabell 1. Bostadskommun respondenter

Table 1. Home municipality respondents

Kommun	Andel
Luleå	49,0%
Umeå	27,3%
Piteå	14,0%
Skellefteå	6,0%
Sundsvall	2,0%
Örnsköldsvik	1,0%
Härnösand	1,0%

Tabell 2. Åldersfördelning respondenter

Table 2. Age respondents

Åldersklass	Andel
<= 35 år	3,5%
36 – 45 år	29,5%
46 – 55 år	67,0%

Tabell 3. Ägarförhållandet bland respondenterna

Table 3. Ownership form among respondents

Ägarförhållande	Andel
Ensamägare	40,5%
Samägd med make eller maka	11,5%
Samägd med annan	48,0%

Tabell 4. Fastighetsstorlek

Table 4. Property size

Skogsinnehav	Areal
Medelvärde	173 ha
Median	80 ha
Total areal	17 268 ha

Tabell 5. Förvärvstyp av fastighet

Table 5. Type of acquisition

Förvärvsform	Andel
Öppen marknad	17,0%
Köp eller arv av föräldrar eller syskon	70,0%
Köp av annan	13,0%

Tabell 6. Viktigaste målet med skogsägandet

Table 6. Most important goal when own a forest property

Mål	Andel
Högsta ekonomiska avkastning	30,3%
Jakt och/eller rekreation	27,3%
Öka virkesförrådet	16,7%
Annat	13,6%
Bevara och skapa naturvärden	12,1%

Tabell 7. Varför distansskogsägarna har köpt eller kommer köpa rådgivning

Table 7. Why distance forest owner will buy och have bought counselling

Faktorer	Andel
Saknar kompetens inom ekonomi	32,8%
Saknar kompetens inom skogsskötsel	32,1%
Tidsbrist	24,8%
Annat	10,2%

Tabell 8. De tre viktigaste egenskaperna hos en skoglig samarbetspartner

Table 8. The three most important skills from a forestry adviser

Egenskap	Andel
Kvalité på utförda tjänster	27,0%
Förtroendeingivande förvaltare	14,8%
Största möjliga ersättning vid virkesaffär	14,1%
Skogsförvaltning efter dina mål	15,4%
Helhetsperspektiv	12,2%
Långsiktigt samarbete	7,4%
Lågt pris	6,4%
Regelbunden kontakt	2,6%

Frågeformulär

Enkät om rådgivningstjänster till skogsägare med skog i en annan kommun än hemkommunen

Kryssa för det alternativ som passar in bäst på dig och din skog

1. Är du man eller kvinna?
 Man
 Kvinna
2. Hur gammal är du?
 <= 35 år
 36 - 45 år
 46 - 55 år
3. Vilken kommun bor du i?
 Luleå
 Piteå
 Skellefteå
 Umeå
 Örnsköldsvik
 Härnösand
 Sundsvall
4. Hur långt från din skogsfastighet bor du?
 Mindre än 30 km från fastigheten
 31 - 100 km från fastigheten
 101 - 300 km från fastigheten
 Mer än 301 km
5. Hur ser ägarförhållandet ut på din skogsfastighet?
 Ensam ägare
 Samägd med make/maka
 Samägd med annan
 Vet inte
6. Hur många hektar produktiv skogsmark är din fastighet på?
_____ hektar
7. Hur många gånger per år besöker du din fastighet?
_____ ggr/år
8. Hur har du förvärvat din fastighet?
 Köp på öppen marknad
 Köp/Arv av föräldrar/syskon
 Köp av annan
9. Hur många arbetsdagar per år är du självverksam på fastigheten (arbetsdag=8h)?
_____ dagar/år

10. Vem kontaktar du i första hand vid skogliga rådgivningstjänster?

- Skogsägarförening t.ex. Norra Skogsägarna
- Virkesköparorganisation
- Fristående större förvaltare
- Fristående mindre förvaltare
- Bank
- Skogsstyrelsen
- Annan
- Ingen

11. Vilka är de främsta målen med ditt skogsägarande? Rangordna med 1-2 de två faktorer som du tycker är viktigast (1 är viktigast).

- Högsta möjliga ekonomiska avkastning
- Öka virkesförrådet på fastigheten
- Möjlighet till rekreation och jakt
- Bevara och skapa naturvärden
- Annat, vad? _____

12. Hur ofta träffar du en skoglig rådgivare? _____ ggr/år

13. Vilka tjänster har du använt dig av vid rådgivning de senaste 10 åren? Och var har ni träffats? Flera svar är möjliga.

	På rådgivarens kontor där jag bor	På orten där skogsfastigheten är belägen	Fysiskt på plats i mitt hem	Via webbtjänst eller telefon	Inte använt tjänsten
Skogsbruketstjänster t.ex. skogsbruksplanläggning, skoglig rådgivning, skogsvård och avverkning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonomiska tjänster t.ex. bokföring, deklaration, eller skatteplanering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fastighetstjänster t.ex. vid generationsskifte, hantering av intrång eller fastighetsförmedling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rådgivning för andra nyttigheter som t.ex. naturvård, jakt eller rekreation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Vilka tjänster önskar du anlita inom rådgivning de kommande 10 åren? Och var vill du ha dem? Flera svar är möjliga.

	På rådgivarens kontor där jag bor	På orten där skogsfastigheten är belägen	Fysiskt på plats i mitt hem	Via webbtjänst eller telefon	Inte intresserad
Skogsbrukstjänster t.ex. skogsbruksplanläggning, skoglig rådgivning, avverkning eller skogsvård	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekonomiska tjänster t.ex. bokföring, deklaration, eller skatteplanering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fastighetstjänster t.ex. vid generationsskifte, hantering av intrång eller fastighetsförmedling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rådgivning för andra nyttigheter t.ex. naturvård, jakt eller rekreation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Vad är viktigaste orsakerna till att du har köpt/kommer köpa rådgivning? Flera svar är möjliga.

Saknar kompetens inom skogsskötsel

Tidsbrist

Saknar kompetens inom ekonomi

Annat, vad? _____

16. Saknar du något i din nuvarande rådgivning?

17. Nedan följer olika faktorer hos en skoglig samarbetspartner. Rangordna med 1-3 de tre faktorer som du tycker är viktigast (1 är viktigast).

Kvalité på utförda skogsförvaltningstjänster

Regelbunden kontakt

Helhetsperspektiv med skog, ekonomi, juridik samlat hos en aktör

Skogsförvaltning som utgår efter dina mål

Långsiktigt samarbete

Lågt pris på skogsförvaltningstjänster

Förtroendeingivande skogsförvaltare

Största möjliga ersättning vid virkesaffär

18. Är du medlem i Norra Skogsägarna?

Ja

Nej

Vet inte

Skicka tillbaka enkäten i svarskuvertet, tack för din medverkan!

Följebrev



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Hej!

Vill just du vara med och utveckla framtidens rådgivningstjänster till skogsägare i Norrland?

Vi är två Jägmästarstudenter vid Sveriges Lantbruksuniversitet i Umeå, som skriver en kandidatuppsats om rådgivning till skogsägare i Norrlands kustland. Studien görs i samarbete med Norra Skogsägarna.

Du är en av 500 utvalda skogsägare i denna studie och ditt deltagande är frivilligt. Du har slumpats ut från Norra Skogsägarnas databas eller Lantmäteriets fastighetsregister samt för att du har en skogsfastighet som är belägen i en annan kommun än där du bor. Enkäten tar ca: 5-10 minuter att fylla i. Vi uppskattar mycket om just du svarar, när du har fyllt i enkäten så skickar du tillbaka den med det medföljande svarskuvertet, helst innan **14 Mars** och det är helt kostnadsfritt.

Enkäten finns även elektroniskt på internet, vill du istället svara på enkäten via internet får du mer än gärna göra det på följande länk: <http://bit.ly/2m1XNad>

Dina svar kommer att behandlas konfidentiellt så ingen kommer kunna se vad just du svarar.

Har du frågor angående enkäten så är du välkommen att kontakta oss via telefon eller mail.

Telefon: 070-5113681

Mail: klma0002@stud.slu.se

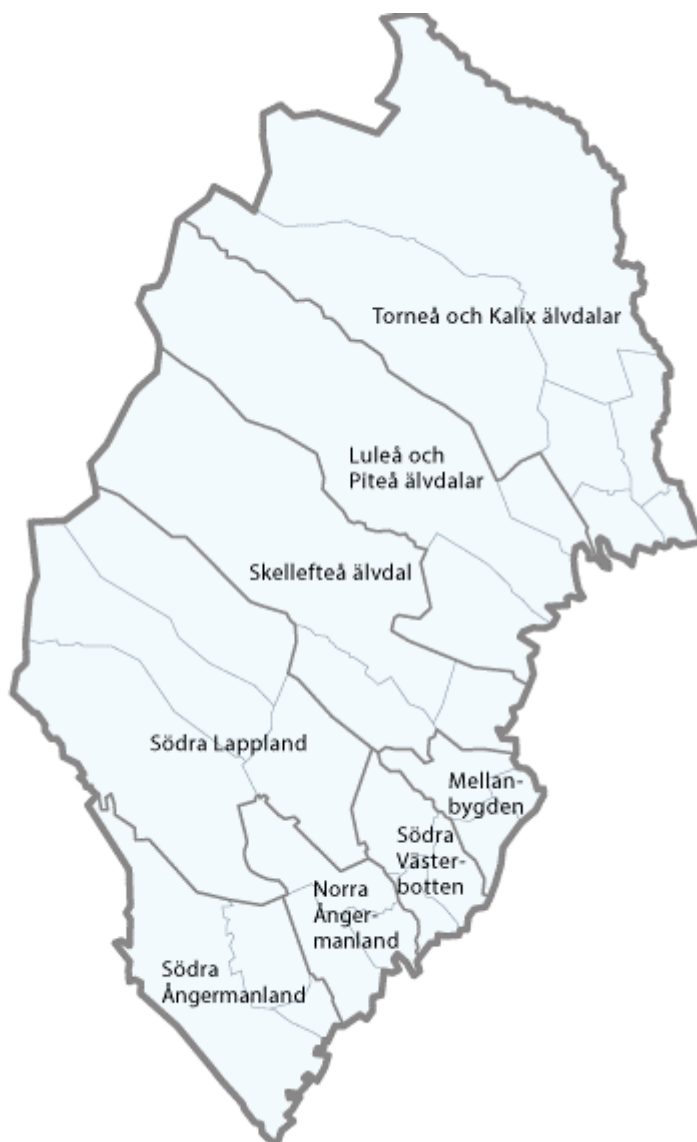
Tack på förhand!

Med Vänlig Hälsning

Karl Magnusson och Simon Andersson, Jägmästarprogrammet 14/19

Umeå 2017-02-27

Norras verksamhetsområde



Källa: <http://www.norra.se/kontakt/virkesomraden/Pages/default.aspx>