



Värdepåverkande faktorer i lantbrukskooperativa företag

En studie om medlemmars upplevda värde av
skogs- och lantbrukskooperativ

Elisabeth Granath

Examensarbete/Självständigt arbete • 30 hp

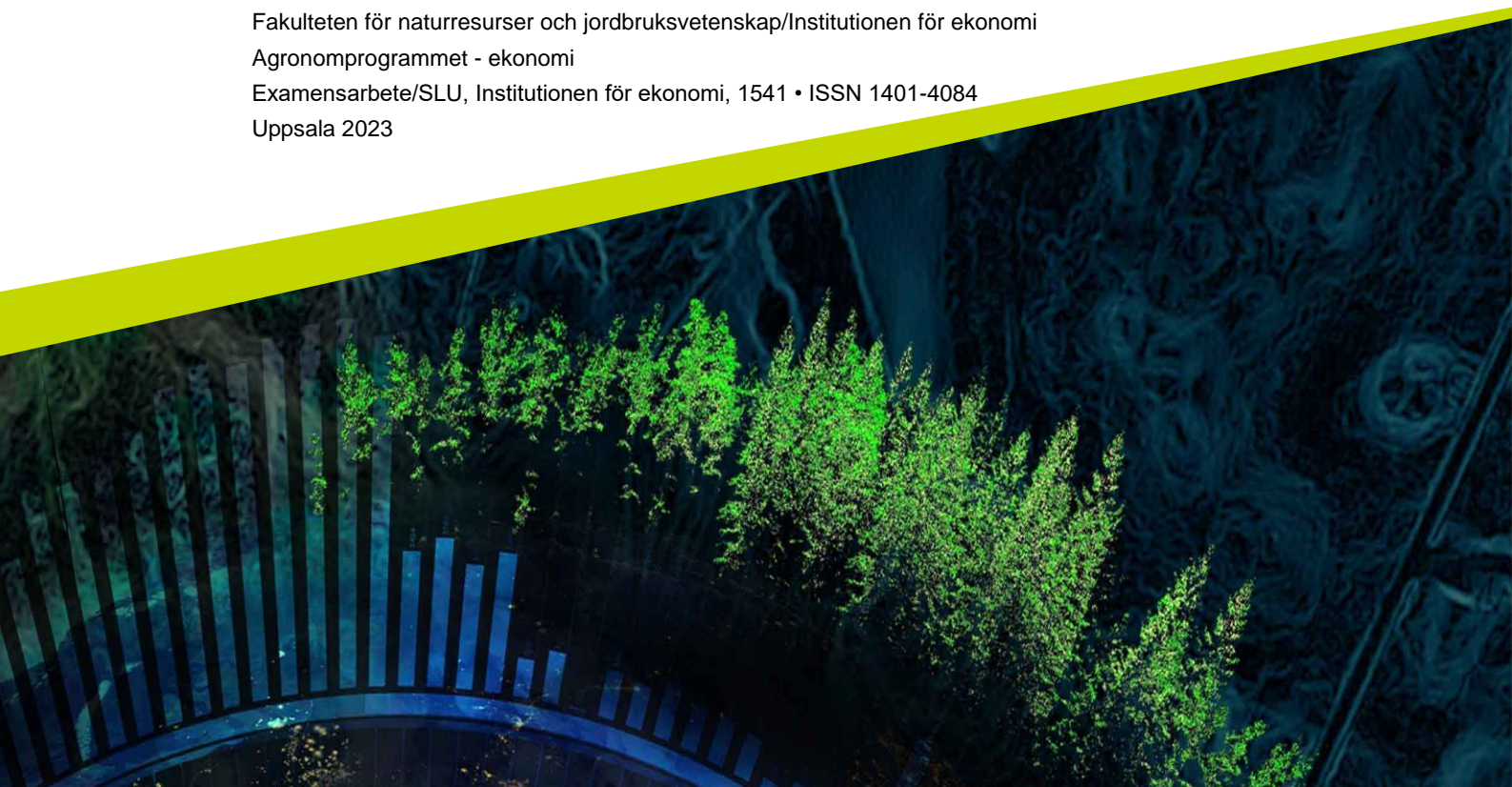
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap/Institutionen för ekonomi

Agronomprogrammet - ekonomi

Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi, 1541 • ISSN 1401-4084

Uppsala 2023



Värdepåverkande faktorer i lantbrukskooperativa företag. En studie om medlemmars upplevda värde av skogs- och lantbrukskooperativ

Elisabeth Granath

Handledare: Karin Hakelius, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för ekonomi
Examinator: Richard Ferguson, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för ekonomi

Omfattning: 30 hp
Nivå och fördjupning: Avancerad nivå, A2E
Kurstitel: Självständigt arbete i Företagsekonomi
Kurskod: EX0906
Program/utbildning: Agronomprogrammet - ekonomi
Kursansvarig inst.: Institutionen för Ekonomi
Utgivningsort: Uppsala
Utgivningsår: 2023
Upphovsrätt: Alla bilder används med upphovspersonens tillstånd.
Serietitel: Examensarbete/SLU, Institutionen för Ekonomi
Delnummer i serien: 1541
ISSN: 1401-4084

Nyckelord: Kooperativ, medlemskap, värdeskapande, skogsägarförening, lantbrukskooperativ, socialt kapital

Sveriges lantbruksuniversitet

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap
Institutionen för ekonomi

Sammanfattning

Majoriteten av Sveriges jordbruksföretag drivs av få personer, vilket till stor del är tack vare den tekniska utvecklingen av maskiner som idag ersätter mycket fysiskt arbete. Sedan år 1990 har antalet jordbruksföretag i Sverige minskat med 39 % till följd av en hård konkurrens från både utlandet och stora bolag nationellt. Det är därmed svårt för mindre jordbruk att överleva vilket förklarar varför storskaligt, mer specialiserat, produktionsjordbruk blivit alltmer utbrett. För att enskilda jordbrukare ska bli mer konkurrenskraftiga kan de öka sina förhandlingsmöjligheter genom att arbeta utifrån en kooperativ affärsmodell som bygger på den demokratiska principen att en medlem har en röst. Det innebär att kooperativet styrs av medlemmarna som i sin tur både nyttjar och äger den kooperativa organisationen. Genom att skogs- eller lantbrukaren innehar ett medlemskap i kooperativet förväntas det ge ett värde. Denna studie syftar till att undersöka vilka faktorer som medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ oberoende av inriktning upplever skapar *värde* utifrån teorin om socialt kapital.

För att besvara studiens forskningsfråga har en kvalitativ fallstudie med semistrukturerade intervjuer genomförts där totalt tre medlemmar i skogs- och/eller lantbrukskooperativ deltagit. Frågorna utgick från vilka för- och nackdelar de upplever med sitt medlemskap, hur relationen ser ut till andra medlemmar och vilka långsiktiga förväntningar de har på sitt medlemskap.

Resultatet av studien visar att trygghet och tillit är viktiga faktorer för att medlemmarna ska uppleva värde både nu och på lång sikt. Detta genom att få god ekonomisk avkastning och bra avräkningspriser för råvaran. Resultatet visar också vikten av lojalitet hos hela medlemskåren för att uppleva värde och då engagera sig i kooperativet. Resultatet visar att medlemmarna upplever tillit till kooperativet som helhet där medlemmar tillsammans bidrar till den ekonomiska avkastningen som de upplever skapar trygghet. Det var enbart en av de tillfrågade respondenterna som upplevde att denne har en relation till andra medlemmar genom möten och andra fysiska träffar. Samtidigt så visar resultatet på att det finns en stark tillit till kooperativet som helhet och andra medlemmar. Det finns en förväntan om att alla medlemmar ska bidra och göra sitt bästa för att kooperativet ska generera avkastning till sina medlemmar. Relationen mellan medlemmarna i kooperativet kan därmed ses vara viktig för kooperativet, stärka konkurrenskraften och skapa tillit trots att den inte bygger på att medlemmar ses fysiskt.

En slutsats som sammanfattar resultatet av studien är att trygghet och tillit är de faktorer som i störst utsträckning bidrar till att medlemmar upplever värde med sitt medlemskap i skogs- och lantbrukskooperativ. Trygghet i form av ekonomisk avkastning och tillit till kooperativet som helhet och medlemmarna att gemensamt stärka konkurrenskraften. För skogs- och lantbrukskooperativ som helhet är det således viktigt att på lång sikt skapa trygghet utifrån medlemmars behov och visa på kooperativets viktiga roll.

Nyckelord: Kooperativ, medlemskap, skogsägarförening, lantbrukskooperativ, socialt kapital

Abstract

Most of Sweden's agricultural companies are run by a few people, which is largely thanks to the technological development of machines that now have replaced the need of physical work. Since 1990, the number of agricultural companies in Sweden has decreased by 39% because of fierce competition from both abroad and large national companies. It is thus difficult for smaller farms to survive, which explains why large-scale, more specialized, production agriculture has become increasingly widespread. For individual farmers to become more competitive, they can increase their bargaining power by working from a cooperative business model based on the democratic principle of one member having one vote. This means that the cooperative is controlled by the members, who in turn both use and own the cooperative organization. By the forester or farmer holding a membership in the cooperative, it is expected to provide value. This study aims to investigate which factors that member of forestry and agricultural cooperatives, regardless of orientation, experience as creating value based on the theory of social capital.

To answer the study's research question, a qualitative case study with semi-structured interviews was conducted in which a total of three members of forestry and/or agricultural cooperatives participated. The questions were based on the pros and cons they experience with their membership, what the relationship looks like with other members and what long-term expectations they have of their membership.

The results of the study show that security and trust are important factors for the members to experience value both now and in the long term. This by getting a good financial return and good settlement prices for the raw material. The result also shows the importance of loyalty among the entire membership to experience value and then engage in the cooperative. The result shows that the members feel trust in the cooperative, where members together contribute to the financial return that they experience creates security. It was only one of the surveyed respondents who felt that he has a relationship with other members through meetings and other physical encounters. At the same time, the result shows that there is a strong trust in the cooperative as a whole and other members. There is an expectation that all members will contribute and do their best for the cooperative to generate returns for its members. The relationship between the members of the cooperative can thus be seen as important for the cooperative, strengthening competitiveness, and creating trust even though it is not based on members seeing each other physically.

A conclusion that summarizes the results of the study is that security and trust are the factors that contribute to the greatest extent to members experiencing value with their membership in forestry and agricultural cooperatives. Security in the form of financial returns and trust in the cooperative as a whole and the members to jointly strengthen competitiveness. For forestry and agricultural cooperatives, it is thus important to create security in the long term based on members' needs and demonstrate the cooperative's important role.

Keywords: Cooperative, membership, forest owners' association, agriculture cooperative, social capital.

Innehållsförteckning

Tabellförteckning	9
Figurförteckning.....	10
1. Inledning	11
1.1 Problembakgrund.....	11
1.2 Problem.....	14
1.2.1 Teoretiskt problem	14
1.2.2 Empiriskt problem	14
1.3 Syfte och forskningsfråga	15
1.4 Avgränsningar	15
1.5 Studiens disposition	16
2. Teori	17
2.1 Litteraturgenomgång.....	17
2.2 Kooperation.....	17
2.2.1 Kooperation som organisationsform.....	17
2.2.2 Den kooperativa verksamheten.....	18
2.3 Medlemskap.....	19
2.4 Socialt kapital.....	20
2.5 Teoretiskt ramverk	22
3. Metod.....	23
3.1 Forskningsmetod	23
3.2 Forskningsstrategi.....	23
3.3 Fallstudie.....	24
3.4 Semistrukturerade intervjuer.....	25
3.4.1 Urval.....	25
3.4.2 Datainsamling	26
3.5 Analysmetod	26
3.6 Metodkritik.....	27
3.6.1 Kvalitetssäkring.....	28
3.6.2 Etiska aspekter	29
4. Empiri	30
4.1 Företagsbeskrivning.....	30

4.1.1	Södra	30
4.1.2	Arla.....	31
4.2	Respondenter.....	32
4.2.1	Bakgrundsbeskrivning av respondenter	32
4.2.2	Varför vara medlem i Södra/Arla?	33
4.2.3	Långsiktiga förväntningar på ett medlemskap i Södra/Arla	36
5.	Analys och resultat.....	42
5.1	Analys av varför man är medlem i ett skogs- eller lantbrukskooperativ	42
5.2	Analys av långsiktiga förväntningar på ett skogs- eller lantbrukskooperativ	45
5.3	Resultat	47
6.	Diskussion och slutsatser	50
6.1	Tidigare studier	50
6.2	Slutsatser	51
	Referenser.....	53
	Populärvetenskaplig sammanfattning	57
	Tack.....	58
	Bilagor	59

Tabellförteckning

Tabell 1. Bakgrundsbeskrivning av respondenter.....	33
Tabell 2. Fördelar, enligt respondenterna, att vara medlem i Södra.....	34
Tabell 3. Fördelar, enligt respondenterna, att vara medlem i Arla.....	34
Tabell 4. Nackdelar, enligt respondenterna, att vara medlem i Södra.....	36
Tabell 5. Nackdelar, enligt respondenterna, att vara medlem i Arla.....	36
Tabell 6. Avgörande faktorer för att fortsatt vara medlem i Södra.....	39
Tabell 7. Avgörande faktorer för att fortsätta vara medlem i Arla.....	39
Tabell 8. Långsiktiga förväntningar på medlemskap i Södra.....	40
Tabell 9. Långsiktiga förväntningar på medlemskap i Arla.....	41
Tabell 10. Analys av varför man är medlem i ett skogs- och/eller lantbrukskooperativ....	44
Tabell 11. Analys av vilka långsiktiga förväntningar en medlem har på ett skogs- och/eller ett lantbrukskooperativ.....	47

Figurförteckning

Figur 1. Teoretiskt ramverk.	22
Figur 2. Reviderad teoretisk referensram.....	48

1. Inledning

Kapitel 1 inleds med en bakgrund till studien med avsikt att ge dig som läsare en inblick i ämnesområdet kooperativa organisationer. Vidare presenteras det problem som studien ämnar att lösa följt av studiens syfte, forskningsfråga, de avgränsningar som gjorts samt studiens disposition.

1.1 Bakgrund

I Sverige finns närmare 1,2 miljoner företag varav 96 % utgörs av småföretag med färre än tio anställda (Tillväxtverket 2022). Antalet stora företag, med över 250 anställda, utgör endast en promille av det totala antalet företag i Sverige. Om än att stora företag utgör en viktig arbetsgivare för den svenska arbetsmarknaden, med många arbetstillfällen att erbjuda, så är det företag med upp till 49 anställda som under de senaste tio åren har ökat mest procentuellt i antal anställda, med 21 %. Detta jämfört med de stora företagen som under samma tidsperiod har ökat antalet anställda med 7 % (Ekonomifakta 2018). Mindre företag är även de som tillsammans bidrar mest till Sveriges BNP, med ett bidrag om 43 % av näringslivets förädlingsvärde. Siffrorna visar att det är de mindre företagen, sett till antalet anställda, som driver både jobbskapande och BNP framåt i Sverige.

Av Sveriges totala landyta om 41 miljoner hektar utgör jordbruksmark och skogsmark tillsammans närmare 31 miljoner hektar motsvarande 75 % av den totala arealen (SCB 2022). Det kan därmed konstateras att Sveriges landyta till största del består av skogs- och jordbruksmark. Ur ett internationellt perspektiv är Sverige den tredje största exportören av papper, massa och trävaror tillsammans, där bara Kanada och USA är större (Skogsindustrierna 2015). Den svenska skogsindustrin har därmed en viktig roll för svensk handelsbalans med sitt bidrag om 2,5 % till Sveriges BNP (Skogsindustrierna 2021).

I Sverige finns det idag cirka 58 000 lantbruksföretag och de flesta drivs som enskild firma (Jordbruksverket 2022). Inte sällan drivs jordbruken av få personer, till stor del tack vare den tekniska utvecklingen av maskiner som ersätter fysiskt arbete. Jordbruksföretagen är därmed representerade i den kategori, småföretagarna, vilka bidrar mest till Sveriges BNP. Sedan år 1990 har antalet jordbruksföretag minskat med 39 % och mellan 2016 och 2020 är minskningen knappt 7 % (Jordbruksverket 2021). Till följd av både en hård konkurrens från

utlandet och stora bolag nationellt är det svårt för mindre jordbruk att överleva vilket förklarar varför storskaligt, mer specialiserat, produktionsjordbruk blivit mer utbrett (Edenbrandt 2012; Jordbruksverket 2020). För att enskilda jordbrukare ska bli mer konkurrenskraftiga kan de öka sina förhandlingsmöjligheter genom att arbeta utifrån en kooperativ affärsmodell (Hardman et al. 2002; Svensk Kooperation u.å). Den kooperativa affärsmodellen bygger på den demokratiska principen att en medlem har en röst. Det innebär att kooperativet styrs av medlemmarna som i sin tur både nyttjar och äger den kooperativa organisationen. Genom att lantbrukaren innehar ett medlemskap i kooperativet förväntas det ge ett värde (Nilsson 1991). Värdet kan vara (1) i form av *ekonomisk avkastning* där vinster inom kooperativet fördelas ut bland dess medlemmar, och (2) att som medlem få *utbyta varor och tjänster* med den kooperativa organisationen (Barton 2000). Kooperation bygger således på att främja ekonomiska intressen, minska transaktionskostnader och bidra till ökad lönsamhet, både för den enskilda medlemmen och hela samhället (Coompanion u.å). Med transaktionskostnad avses sådana kostnader som en vara eller tjänst för med sig och som tillkommer *utöver* priset på den faktiska varan eller tjänsten som säljs (Nationalencyklopedin u.å). Exempel på en transaktionskostnad kan vara kostanden för att samla in information och utvärdera alternativ, förhandla eller skriva kontrakt (Ekonomifakta 2006). Genom att minska transaktionskostnaderna kan lönsamheten öka. Tidigare studier har visat att i en affärsrelation där parterna har högt förtroende till varandra minskar också transaktionskostnaderna (Berggren & Jordahl 2005; Huemer 1998). Således bör förtroendeskapande åtgärder vara centrala för ett företag i sin affärsrelation till dess kunder, eller som i det kooperativa fallet – dess *medlemmar*.

Vårt samhälle går mot att bli alltmer individualiserat med följd effekten att individen i större utsträckning ser till den egna nyttan än till kollektivets nytta (Papakostas 2011). Hvenmark (2008) bekräftar den hypotesen och menar att medlemmar måste förstå vad den egna vinningen är snarare än hur dessa kan bidra till kooperativet. Den trenden kan ses vara en generationsfråga då den yngre generationen tenderar att diskutera huruvida det finns ett värde eller inte av att vara medlem, medan det för äldre lantbrukare snarare är en fråga om huruvida de ska bibehålla sitt medlemskap eller inte även efter att ha gått i pension (Hakelius 1996). I takt med att en allt yngre lantbrukarskår tar plats är det således viktigt att se till effekterna av hur det individualistiska tankesättet påverkar kooperativet. Orsaken till ett mer individualiserat samhälle kan enligt Oscarsson (2005) handla om friheten för en individ att vara oberoende någon annan då kontrollen ligger hos individen och inte kollektivet.

För den kooperativa organisationen kan viljan hos en individ att bli medlem förväntas påverkas av huruvida denna upplever mervärde av medlemskapet. Den individuella nyttan står i centrum för om en individ väljer att vara medlem i ett kooperativ eller inte (Kronholm 2015). Därmed har det blivit än viktigare för

organisationer att förstå vilka förväntningar en medlem har på kooperativet genom sitt medlemskap för att bibehålla och värva nya medlemmar (Papakostas 2011).

Som enskilt lantbruksföretag i det större perspektivet, där de tillsammans med andra småföretagare är med och bidrar till svensk välfärd, är det viktigt att se till vad den enskilde individen upplever för värde i den kooperativa organisationen. Detta för att fortsatt främja ett kooperativt arbete tillsammans, med dess många fördelar som resultat avseende ökad konkurrenskraft, minskade transaktionskostnader och ett ekonomiskt utbyte mellan kooperativet och dess medlemmar. Utifrån teorin om *socialt kapital* ämnar denna studie undersöka vilka faktorer medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ anser skapar värde. Det finns flera definitioner av innebörden av socialt kapital men den definition som återkommer i litteraturen är den av Putnam (2000: 19 se Bäck 2012) definierad enligt nedan:

Medan man med fysiskt kapital menar fysiska ting och med humant kapital individernas färdigheter och kunskaper, avser man med det sociala kapitalet förbindelser mellan individerna, sociala nätverk och normer av ömsesidighet och tillförlitlighet som dessa förbindelser skapar.

Utöver Putnam finns flera forskare på området som i olika grad framhäver *förtroende*, *tillförlitlighet* och *sociala nätverk* som viktiga faktorer i det sociala kapitalet. En av dem är Uslaner (2002 se Bäck 2012), som menar att det *sociala förtroendet* är den viktigaste beståndsdel i det sociala kapitalet. Vidare menar Coleman (1988) att socialt kapital handlar om vilken förmåga människor har att som grupp eller inom en organisation samarbeta mot gemensamt uppsatta mål.

Centralt i flera av de presenterade beskrivningarna ovan av teorin om socialt kapital är att den bygger på *förtroende*. Syftet med denna studie är att undersöka vad medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ, oberoende av inriktning, anser är de faktorer som skapar värde baserat på teorin om socialt kapital utifrån det tjänsteerbjudande lantbrukskooperativet erbjuder. Med inriktning avses att de medlemmar som i studien är utvalda respondenter från svenska skogs- och lantbrukskooperativ inte valts på grund av inom vilken bransch de verkar inom. Studien är inte knuten att undersöka *en* specifik bransch såsom enbart skogsägarföreningar eller enbart mjölkbönder. De utvalda medlemmarna som intervjuats i denna studie har som gemensam nämnare att de är medlemmar i ett svenskt skogs- och/eller lantbrukskooperativ. Totalt intervjuas tre medlemmar, varav en enbart är medlem i en skogsägarförening och de andra två är medlemmar i både en skogsägarförening och i en mejeriförening. Mot bakgrund av det har kooperativen Södra skogsägarna, vidare benämnd som Södra, och Arla Foods, vidare benämnd som Arla, valts ut. Valet av vilka medlemmar som intervjuats har skett genom urval från författarens eget kontaktnätverk. En nackdel med det är att samtliga medlemmar i Södra respektive Arla inte blivit tillfrågade att delta i studien. Ett sådant tillvägagångssätt hade varit mycket tidskrävande och ställt krav på Södra respektive Arla att få ta del av deras respektive medlemsregister. Detta kan vara

problematiskt i termer av GDPR och att skydda sina medlemmars personuppgifter. Respondenterna är utvalda på godtyckliga grunder med förhoppning om att de kan bidra till att besvara studiens forskningsfråga.

1.2 Problem

Nedan presenteras det teoretiska respektive empiriska problem som ligger till grund för studiens utformning och frågeställning. Detta i syfte att ge läsaren en förståelse för vad denna studie ska bidra med till redan befintlig forskning på området för kooperativ och värdeskapande för kooperativets medlemmar.

1.2.1 Teoretiskt problem

Grunden för den kooperativa organisationen är att arbeta tillsammans genom samverkan där demokrati kombineras med affärsutveckling och socialt ansvarstagande (Barton 2000). Jussila et al. (2012) menar att medlemmarnas behov måste främjas i ett kooperativ för att de ska behålla sitt medlemskap. För kooperativet är det därmed centralt att leverera det värde som en medlem förväntar sig. Det tjänsteerbjudande som står till förfogande för en medlem i ett lantbrukskooperativ är grunden för det utbyte där värdet skapas (Edvardsson et al. 2011). Med *tjänsteerbjudande* menar Grönroos (1996) de process- och resultatnriktade egenskaper som en tjänst innehåller. Här ingår även relationen mellan organisationen och medlemmen som en viktig faktor i hur värdet av medlemskapet upplevs. I vissa fall kan relationen vara avgörande för det värde som en medlem upplever av tjänsteerbjudandet. Här blir den faktiska tjänsten inte central utan tjänsteerbjudandet utgörs då av *relationen* (ibid.). Tidigare studier på området har bland annat undersökt hur medlemmar i skogliga kooperativ har upplevt *medlemsnytta* (Abrahamsson 2016). En annan tidigare studie har undersökt *graden av nöjdhet* hos Arlas medlemmar och vilka likheter respektive olikheter som finns inom medlemskåren med avseende på ålder, geografisk position, antal år som medlem, företagsstorlek och IT-kompetens (Olsson 2012). En mer övergripande undersökning av medlemmars upplevda värde som inte enbart tittar på *ett* skogs- eller lantbrukskooperativ motiverar en studie som avser undersöka hur medlemmar i svenska skogs- och lantbrukskooperativ *oberoende av inriktning* upplever värde utifrån teorin om socialt kapital genom det tjänsteerbjudande som ges.

1.2.2 Empiriskt problem

I syfte att effektivare nyttja ekonomiska resurser, driva affärsverksamhet och bli mer konkurrenskraftiga kan lantbrukare gå samman och arbeta genom ett kooperativ (Barton 2000). En förutsättning för den kooperativa organisationens överlevnad är att dess medlemmar upplever ett värde i att vara en del av

kooperativet. Således är det av stor vikt att det upplevda värdet synliggörs uppmärksammas och bevaras. Det upplevda värdet av ett kooperativs tjänsteerbjudande kan vara svårt att mäta då värde är en subjektiv uppfattning som kan innehålla både ekonomiska och känslomässiga aspekter. Genom att utgå från teorin om socialt kapital kan det upplevda värdet studeras utifrån det tjänsteerbjudande som står till förfogande hos ett lantbrukskooperativ.

Av de tidigare studier som finns på området fokuserar flera på att undersöka (1) graden av socialt kapital, (2) upplevd medlemsnytta eller (3) värdeskapande, men då i *en* kooperativ förening (Lager 2013; Olsson 2012; Abrahamsson 2016). Studier som jämför flera kooperativa föreningar samtidigt, vilka verkar inom både skogs- och lantbrukssektorn, är ett mindre utforskat område. Det motiverar således en studie som ämnar undersöka vad medlemmar anser skapar värde i ett kooperativ som verkar inom skogs- och lantbrukssektorn.

1.3 Syfte och forskningsfråga

Studien syftar till att undersöka vilka faktorer som medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ oberoende av inriktning upplever skapar värde utifrån det tjänsteerbjudande som ges. Med inriktning menas att ett skogs- och lantbrukskooperativ ska vara *oberoende inriktning* och därmed inte är knuten att undersöka *en* specifik bransch såsom enbart skogsägarföreningar eller enbart mejeriföreningar, utan båda tillsammans. För att uppnå studiens syfte är följande fråga formulerad att besvaras:

- Vilka är de avgörande faktorerna för att en medlem i ett skogs- och lantbrukskooperativ upplever ett värde med sitt medlemskap?

1.4 Avgränsningar

Studien syftar till att undersöka hur medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ oberoende av inriktning upplever värde utifrån kooperativets tjänsteerbjudande där ett antal avgränsningar gjorts. Då studien sker inom ramen för agronomprogrammet kommer enbart medlemmar i kooperativ inom skogs- och lantbrukssektorn undersökas. Vidare syftar studien till att undersöka lantbrukskooperativ *oberoende* av bransch varpå två kooperativ har valts ut inom två olika branscher. Det första kooperativet är Södra. De bedriver verksamhet baserat på förädling av medlemmarnas skogsråvara. Det andra kooperativet som valts ut till studien är mejerikooperativet Arla. Totalt intervjuas tre medlemmar, varav en enbart är medlem i Södra och de andra två är medlemmar i både Södra och Arla. Detta

möjliggör för de två respondenter som är medlemmar i både Södra och Arla att jämföra sina intryck av respektive medlemskap.

1.5 Studiens disposition

Uppsatsen består av totalt sex kapitel där det inledande kapitlet presenterar studiens problembakgrund följt av studiens teoretiska respektive empiriska problem, syfte forskningsfråga och avgränsningar. Vidare i kapitel två presenteras de teorier som ligger till grund för studien följt av metodvalet i kapitel tre. Det fjärde kapitlet presenterar studiens analys av det empiriska materialet som samlats in och resultatet av analysen följt av en diskussion i kapitel fem och avslutningsvis slutsatserna i kapitel sex.

2. Teori

I kapitel 2 presenteras teorier och begrepp som är centrala inom Kooperation och socialt kapital. Detta baserat på tidigare studier och forskning som gjorts inom ramen för det område studien syftar till att undersöka. Kapitellet avslutas med att presentera studiens teoretiska ramverk.

2.1 Litteraturgenomgång

Till studien har en narrativ litteraturgenomgång genomförts i syfte att ta del av tillgänglig kunskap inom forskningsområdet samt bidra till hög trovärdighet i analysen där insamlad empiri tolkas utifrån den tillämpade teorin om socialt kapital. Litteraturen som ligger till grund för teorier och kunskapsinsamling i studien är böcker, artiklar och webbaserade Internetkällor. I första hand har sökmotorerna Primo, Google Scholar och Google använts för att samla in samtlig litteratur genom att söka på nyckelorden *kooperativ*, *medlemskap*, *socialt kapital* och *värde*. Vid insamling av artiklar har urval skett baserat på studiens nyckelord och att de svarar mot studiens forskningsfråga och teori.

2.2 Kooperation

Nedan presenteras Kooperation som organisationsform följt av definitionen av vad den kooperativa verksamheten innebär.

2.2.1 Kooperation som organisationsform

Det finns en skillnad mellan definitionen av en *företagsform* respektive en *organisationsform*, även om dessa två begrepp slentrianmässigt förekommer i texter som synonymt. Det är viktigt att förstå skillnaden mellan begreppen, då kooperativ i sin tur inte bör beskrivas som både en företagsform och en organisationsform synonymt. En företagsform, som aktiebolag, ekonomisk förening eller handelsbolag, anger bland annat inom vilka ramar som ett företag ska styras, av vem och hur det ska beskattas (Fortnox u.åa). En organisationsform är på

vilket sätt ett företag väljer att samordna tillgängliga resurser inom företaget för att producera varor och tjänster utifrån gemensamt uppsatta mål (Fortnox u.åb). Det kan därmed konstateras att kooperativ inte drivs som aktiebolag eller handelsbolag. Kooperativ är ett sätt för företag eller personer att organisera sig och tillsammans driva företaget framåt, en typ av organisationsform (Verksamt 2022).

I huvudsak finns det tre former av organisationer, där kooperativ är en av dessa (Michelsen 1994). De andra två är den *kapitalstyrda* och den *centralstyrda* organisationen. En kapitalstyrd organisation kännetecknas av sådana företag som enbart arbetar för att producera individuella nyttor och den centralstyrda organisationen fokuserar enbart på att åstadkomma gemensamma nyttor. Som en sammanslagning av den kapitalstyrda och den centralstyrda organisationen arbetar den kooperativa organisationen med att både se till medlemmarnas individuella nytta som för de gemensamma nyttorna.

Ett kooperativ kan antingen bestå av företag, privatpersoner eller föreningar var för sig eller som en kombination av alla gemensamt. För att förstå varför ett företag, privatperson eller en förening väljer att vara medlem i en kooperativ organisation är det viktigt att se till de behov och förväntningar dessa har på kooperativet. En organisation som är baserad på ett medlemskap särskiljs från andra typer av organisationer genom att det finns ett ömsesidigt beroende mellan medlemmarna, att medlemskapet ska uppfylla vissa krav och att medlemmar genom sitt medlemskap ska premieras att göra affärer med organisationen (Stryjan 1994). Organisationsformen styrs således av vilken anknytning som involverade företag, föreningar eller privatpersoner har till organisationen (Stryjan 1994). Om de involverade företagen, föreningarna eller privatpersonerna i en organisation har en tydlig avgränsning mellan vilka dess ägare är respektive deras målgrupp så är organisationen ofta styrd utifrån att maximera företagets vinst, vilken sedan tillfaller företagets ägare (Bahmani et al. 2010). Företagets kunder avgör i sin tur vem de handlar med där konkurrensen på marknaden styr vilka företag som blir attraktiva. I ett kooperativ är relationen mellan involverade företag, föreningar och privatpersoner att de är medlemmar (Forsell och Ivarsson-Westerberg 2007). Gränsen mellan vem som är ägare respektive målgrupp blir därmed inte lika tydlig. Detta då medlemmarna gemensamt äger kooperativet, arbetar mot gemensamt uppsatta mål och gemensamt bidrar till kooperativets finansiering.

2.2.2 Den kooperativa verksamheten

Den kooperativa verksamheten kan till skillnad från den kooperativa organisationen förtydliga på vilket sätt medlemmar arbetar i ett kooperativ. I avsnitt 2.2.1 nämndes att den kooperativa organisationen definierar på vilket sätt företag organiserar sig, då inom ramen för vad medlemmar upplever som individuella och gemensamma nyttor. Den kooperativa verksamheten kan i stället visa på det faktiska arbetet som sker för att organisationen ska uppnå målen om att delge nytta för sina medlemmar.

Enligt Nilsson (1991) krävs omfattande resurser för att, både genom engagemang från medlemmar och som ekonomiskt bidrag, utveckla kooperativet och nå gemensamt uppsatta mål. Grunden för att motivera medlemmar till ett starkt engagemang för kooperativet är att verksamheten anses angelägen av medlemmarna. Nilsson (1991) beskriver att medlemmar visar engagemang för kooperativet under förutsättning att de upplever ett värde i sitt medlemskap. När en medlem satsar resurser som bidrar till kooperativets utveckling, vilket i förlängningen blir till fördel för dem själva, så är de också beredda att engagera sig desto mer. Företaget måste därmed, enligt Nilsson (1991), arbeta med att lösa problem som är av betydelse för medlemmen.

2.3 Medlemskap

Ett medlemskap knyter an ett företag, en privatperson eller en förening till en organisation och ömsesidigt gentemot varandra. Med ett medlemskap kommer förväntningar som medlemmen önskar få tillbaka, som ett värde av sitt medlemskap. Michelsen (1994) beskriver att medlemmars förväntningar på kooperativet handlar om att uppsatta mål förväntas nås, ekonomisk avkastning förväntas ges och tillhandahållande av varor eller tjänster från kooperativet som förväntas tilldelas. Relationen mellan organisationen och individen, vilken symboliseras genom medlemskapet, är inte statisk utan måste kunna förändras i takt med förändrade förväntningar eller behov från medlemmen.

I ett försök att förstå de bakomliggande motiven för varför ett företag, en förening eller privatperson väljer att vara medlem kan relationen mellan medlemmen och organisationen ses som central. Enligt Einarsson (2008) beskrivs relationen både från organisationen och medlemmens perspektiv, varvid de skiljer sig åt. Företrädarna för organisationen som helhet hade i en undersökning genomförd av Hvenmark (2008) svårt att förklara den specifika anledningen till att en organisation har medlemmar. Det framkom dock att det skulle vara svårt att motivera en organisations existens om medlemmarna inte, genom sitt medlemskap, visade på att organisationen är viktig och fyller en funktion som skapar värde för medlemmen genom nyttor och fördelar för den enskilde (Einarsson 2008). Utifrån medlemmens perspektiv skriver Einarsson (2008) att medlemmar i en organisation ser sitt medlemskap utifrån flera perspektiv. Dels beroende på var i organisation denne känner sig tillhöra; på lokal eller nationell nivå, dels hur dennes engagemang kan förändras över tid. Andra ser sitt medlemskap som en del av flera i deras engagemang med organisationen.

Einarsson (2008) presenterar tre relationstyper i syfte att förstå hur medlemmen ser på sitt medlemskap med organisationen, vilka är den *kalkylerande*, *idealbaserade* respektive den *genuina* relationstypen. Den kalkylerande relationstypen är en medlem som ser värde i de förmåner som medlemskapet kan inbringa i

form av stipendier, boende, resor eller genom nyttan av nätverkande. Värdet av den *personliga nyttan* är därmed central. Den idealbaserade relationstypen kännetecknas av att genom sitt medlemskap visa på att framhäva ett ställningstagande i en specifik fråga. Här förenas medlemmar genom gemensamma värderingar, idéer och ideal. Ett stort engagemang för organisationen och att bidra med nytta för samhället kan därmed anses centralt hos den idealbaserade relationstypen. Den sistnämnda relationstypen som Einarsson (2008) beskriver är den relationsbaserade som bygger på genuinitet där stark lojalitet gentemot organisationen är tydlig, ibland på grund av ett eget val men också vanligt som en efterföljd av att en familjemedlem alltid varit medlem och medlemmen då föds in i sitt medlemskap.

I syfte att förstå vilka faktorer som en medlem i ett skogs- eller lantbrukskooperativ upplever skapar värde kan hänsyn tas till vilka attityder som finns bland medlemmarna. Vilken attityd en medlem har till kooperativet kan vara avgörande för dess överlevnad, då en negativt inställd medlem kanske då väljer att söka sig utanför den kooperativa organisationen. Eftersom medlemmarna är grunden för den kooperativa verksamheten är det viktigt att bibehålla dem. En attityd kan förklaras genom att det uppstår ett behov (Eriksson & Zetterström 2002). För en medlem i ett skogs- eller lantbrukskooperativ kan behovet vara av att nyttja de materiella tillgångar eller det kontaktnät som kooperativet har i syfte att bedriva och möjliggöra en fortsatt produktion. Behovet leder sedan till att personen inhämtar information som i sin tur leder till en attityd till det som undersöks. För ett skogs- eller lantbrukskooperativ skulle attityden till kooperativet se olika ut. Genom att undersöka vilket värde som medlemmar i dessa kooperativ upplever kan deras attityder utläsas, om de är positivt inställda och upplever ett värde med sitt medlemskap, eller det motsatta. Beroende på utfallet kan attityden vara en del av huruvida det sociala kapitalet bildas och i vilken utsträckning.

2.4 Socialt kapital

Innebörden av begreppet socialt kapital finns i flera definitioner och beskrivningar i litteraturen. Inledningsvis kommer begreppet *kapital* konkretiseras. Enligt Lin (2008) myntades begreppet först av Marx som beskrev det som vinsten en individ får av en vara eller tjänst. Beskrivningen av Marx bygger på teorin om att ett klassamhälle består av arbetare och kapitalister där den ena av parterna producerar något som den andre tilldelas genom ökat kapital. Det är en kort och koncis beskrivning som tydliggör begreppet kapital, men en djupare förståelse för dess innebörd går att få. Som tidigare presenterats i avsnitt 1.1 Problembakgrund, så beskriver Putnam (2000: 19 se Bäck 2012) socialt kapital som en *förbindelse* mellan individer, normer och sociala nätverk som skapas genom *ömsesidighet* och *tillförlitlighet*. En annan beskrivning av socialt kapital är att det är ett av flera

tillgängliga kapital i samhället (Engdahl & Larsson 2014). Det sociala kapitalet ger möjligheten för en individ att samverka med andra. Det fokuserar på nätverkande och kontakten mellan människor, vilket i sin tur kan leda till att andra kapital blir möjliga. Genom samverkan kan individen då tillgodogöra sig andra önskade kapital som denne är i behov av (ibid.). Andra typer av kapital är *ekonomiskt*, *kulturellt* och *humant* vilka alla visar på någon eller några typer av tillgångar och resurser som är värdefulla i en viss kontext inom ett företag eller en organisation. Medan *ekonomiskt kapital* visar på tillgången av pengar, materiella tillgångar och ekonomisk kunskap så handlar *kulturellt kapital* om de erfarenheter, kontakter och värderingar en individ innehar under en livstid. *Humankapital* handlar om den enskilde individens tillgång för ett företag eller en organisation i form av den kunskap, kompetens och talang inom ett visst område som denne besitter. Till skillnad från humankapital kan det *sociala kapitalet* då synliggöras i de värderingar, normer och attityder som individer genom utbyte i nätverk skapar och delar (Putnam 2000). I jämförelse med det ekonomiska kapitalet är det sociala kapitalet mer svårt att mäta då det inte definieras i fysiska pengar eller materiella tillgångar utan andra värden som ses utifrån den *sociala tillgången för gruppen* och individen (Putnam 2000). Det sociala kapitalet kan därmed ses som en tillgång för medlemmar i en organisation då det både stärker individens identitet och gruppen som helhet genom ökad tillit till varandra. Med gruppen som utgångspunkt kan en hög grad av socialt kapital ses influera ett samhälle, genom att tillsammans påverka beslutsfattare och stärka sig gentemot konkurrenter. På samma sätt kan graden av socialt kapital för en enskild individ synas genom en förbättrad livssituation till följd av ett ökat socialt kapital.

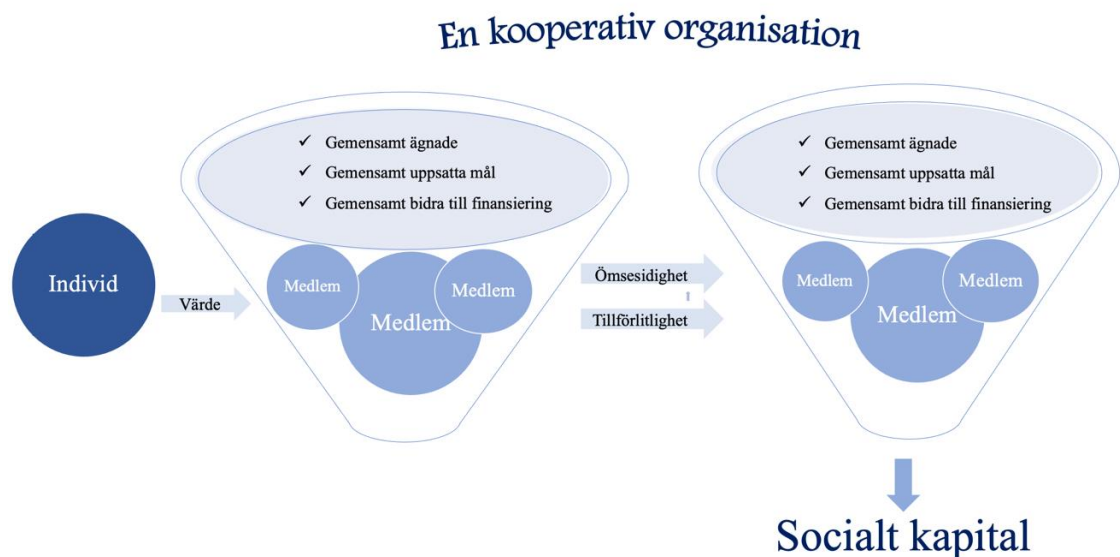
En hög nivå av socialt kapital skapar tillit mellan medlemmar i en organisation (Putnam 2000). Med tillit kommer lägre *transaktionskostnader*, vilket ger fördel för det kooperativa samarbetet (Putnam 1996). Transaktionskostnader definieras som de extra kostnader i form av tid att samla information, förhandla och utvärdera alternativ som tillkommer vid ett ekonomiskt utbyte (Ekonomifakta 2006). Tiden för att säkerställa att olika parter gör sin del i ett avtal eller åtgärda fel som uppstår blir minimal när det finns ett högt socialt kapital. Detta då det sociala kapitalet inger tillit och behovet för en part att övervaka och dubbelkolla andras arbeten minskar (Putnam 2001). Socialt kapital med hög tillit och låga transaktionskostnader ger därmed en stor konkurrensfördel för organisationen i allmänhet, då gentemot andra aktörer på marknaden, och för en medlem i synnerhet som en del av organisationen.

Som organisationsform samordnar kooperativet tillgängliga resurser för att producera varor och tjänster, tillsammans arbeta mot gemensamt uppsatta mål, skapa värde, förenas i värderingar, normer och idéer med hög tillit och socialt kapital. Genom att förstå vilka de avgörande faktorerna är för att en individ väljer att vara medlem i ett skogs- och lantbrukskooperativ kan dessa organisationer enklare svara mot de förväntningar medlemmar har.

2.5 Teoretiskt ramverk

Då studien syftar till att undersöka vilka faktorer som medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ upplever skapar värde har teorier inom Kooperation, medlemskap och socialt kapital valts ut. Kooperativets uppbyggnad, där medlemmarna gemensamt äger kooperativet, arbetar mot gemensamt uppsatta mål och gemensamt bidrar till kooperativets finansiering är grunden för studien då det är den typen av organisation som studeras. Vidare är teorin om medlemskap centralt i studien för att förstå medlemskapets funktion i den kooperativa organisationen. Även vikten av att tillgodose medlemmars behov och förväntningar på medlemskapet framhävs här. Slutligen är teorin om hur socialt kapital skapas, med tillit och låga transaktionskostnader som följd det som i studien utgör kärnan för kommande analys av insamlad empirin.

Det teoretiska ramverket utgör grunden för studiens analys och resultat genom att redogöra för hur valda teorier kan knytas samman med fallstudiens insamlade empiri, vilket illustreras i figur 1 nedan. Till vänster i figuren ser vi individen, vilken för studien kan likställas med den enskilde skogsägaren eller en enskild mjölkbonde. Genom att denne sedan anser att det finns ett värde med att gå med och bli medlem i en kooperativ förening får denne del av att gemensamt äga kooperativet med andra medlemmar, arbeta mot uppsatta mål och gemensamt bidra till finansieringen av kooperativet. Om medlemskapet sedan utmynnar i att medlemmar upplever tillförlitlighet och ömsesidighet gentemot varandra och kooperativet ökar också det sociala kapitalet, vilket illustreras längst till höger i figuren. Det teoretiska ramverket utgår därmed från att en individ ser ett värde med att bli medlem i ett kooperativ där ömsesidighet och tillförlitlighet skapas till andra medlemmar. Det i sin tur bidrar till ett ökat socialt kapital.



Figur 1. Teoretiskt ramverk.

3. Metod

I detta kapitel redogörs för de metodval som gjorts för att besvara studiens forskningsfråga och uppnå syftet med studien. Nedan presenteras vilken forskningsstrategi som använts i studien, innebörden av en fallstudie och vilket urval som gjorts. Vidare presenteras även hur datainsamlingen skett. Kapitlet avslutas med kritik till metodvalet utifrån aspekter som tillförlitlighet och etik.

3.1 Forskningsmetod

Bryman & Bell (2017) beskriver två tillvägagångssätt att tillämpa vid företagsekonomiska undersökningar, den *kvantitativa* och den *kvalitativa* metoden. Båda forskningsmetoderna kan användas för att utifrån insamlad empiri generera och stärka teorier. I denna studie används en kvalitativ forskningsmetod med en induktiv ansats, vilket medför att teorigenerering eftersträvas utifrån insamling och analys av empiri samt datamaterial. En kvalitativ forskningsmetod baseras på att färre undersökningar utförs. Detta med målet om att skapa en djupare förståelse för det material som samlats in. Till denna studie lämpar sig den kvalitativa forskningsmetoden därmed väl då syftet är att undersöka vilket värde medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ upplever genom sitt medlemskap. Vidare är den kvalitativa forskningsstrategin med en induktiv ansats beroende av ett tolkande synsätt (Bryman & Bell 2017). Genom djupgående intervjuer kan observationer av det studerade områdets verklighet då synliggöras. Det kan sedan användas för att göra generaliseringar inom studiens teoretiska referensram.

3.2 Forskningsstrategi

Studien syftar till att undersöka vilka faktorer som medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ oberoende av inriktning upplever skapar värde utifrån det tjänsterbjudande som ges. Detta genom en fallstudie med målet att nå djupgående kunskaper i ämnesområdet. En kvalitativ forskningsansats har antagits där totalt tre medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ intervjuats, varav en enbart är medlem i Södra och de andra två är medlemmar både i Södra och Arla. Detta möjliggör för de två respondenter som är medlemmar i både Södra och Arla att

jämföra sina intryck av respektive medlemskap. Inför samtliga intervjuer formulerades ett antal frågor, se bilaga 1, inom ramen för studiens syfte. Vidare fick samtliga av de tillfrågade medlemmarna åtkomst till frågorna på förhand för att ge de möjlighet att reflektera över sitt medlemskap i kooperativet. Syftet med att ställa öppna och breda frågor till samtliga tillfrågade medlemmar var att fånga upp mycket information och även ge dem möjlighet att styra samtalet och framföra det de ansåg vara viktigt att poängtera. Genom att frågorna var brett formulerade var målet att samtalet under intervjun skulle behålla önskad riktning utan att förlora sitt ändamål och ändå vara inom ramen för studiens syfte.

3.3 Fallstudie

En fallstudie syftar till att förstå och sedan analysera en situation på djupet (Nationalencyklopedin u.å). Detta genom att genomföra en detaljerad undersökning av en enskild person, grupp, företag eller organisation. Fallstudier används ofta för att samla in och sammanställa information, nyansera begrepp och utveckla teorier. En fördel med att genomföra en fallstudie är att det möjliggör insamlande av detaljerad information om en specifik enhet eller ett fenomen (Yin 2013). Detta bidrar till att få en djupare förståelse för det som undersöks. I denna studie är syftet att undersöka vilka faktorer som medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ oberoende av inriktning upplever skapar värde utifrån det tjänsteerbjudande som ges. Med socialt kapital som teoretisk referensram och begrepp som *förtroende* och *tillförlitlighet* vill författaren genom fallstudien nyansera dessa begrepp och bidra till teorin om socialt kapital.

Det finns två typer av fallstudier, *den beskrivande* och *den undersökande* (Oates 2006). Beskrivande fallstudier beskriver en specifik situation eller problematik och fokuserar på att samla in så mycket information som möjligt om den undersökta enheten. Undersökande fallstudier används för att utforska nya områden och för att hitta möjliga lösningar på ouppklarade problem. Denna studie är en beskrivande fallstudie då syftet är att samla in information från medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ om vilka faktorer de upplever skapar värde genom sitt medlemskap.

En fallstudie kan genomföras på olika sätt; genom observationer, intervjuer eller genom frågeformulär (Bryman & Bell 2013). Den inhämtade informationen kan komma in från en mängd olika källor, såsom tidigare forskning, intervjuer eller från andra relevanta data. Sedan analyseras informationen för att förstå de underliggande orsakerna till den undersökta situationen, utifrån det teoretiska ramverket. Till denna studie undersöks vilka faktorer som medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ oberoende av inriktning upplever skapar värde utifrån det tjänsteerbjudande som ges. Intervjuerna syftar då till att få en djupare förståelse för vad medlemmarna upplever för värde med sitt medlemskap. Utöver intervjuer

kommer även tidigare forskning och andra relevanta data vara en del av fallstudien. Sedan kommer intervjuerna tillsammans med övrig insamlad information analyseras med utgångspunkt från studiens teoretiska ramverk.

3.4 Semistrukturerade intervjuer

Semistrukturerade intervjuer ger respondenten möjlighet att utveckla sina svar, givet att de är inom ramen för studien. Fördelen är då att författaren kan få en djupare förståelse för det fenomen som ska undersökas genom att observera respondentens intryck när frågorna ställs utan förutbestämda svar (Yin 2013). Genom att sammanställa en lista över lämpliga ämnen som intervjun ska täcka kan frågor sedan formuleras. Författarens uppgift är att se till att de frågor som ställs under intervjun är relevanta för det aktuella forskningsområdet. I denna studie skickades samtliga frågor, se bilaga 1, ut till samtliga respondenter per mail.

Semistrukturerade intervjuer är *flexibla* med innebörden att följdfrågor kan ställas under intervjuns gång (Bryman & Bell 2017). Det ger möjlighet för den som intervjuar att ställa ytterligare frågor baserat på respondentens tidigare svar. En nackdel med flexibiliteten som kommer med semistrukturerade intervjuer är att svaren ibland går utanför syftet med studien. Det är således viktigt att den som intervjuar styr samtalen i den riktning studien syftar till att undersöka. Efter att ha samlat in empiriskt material påbörjas arbetet med att analysera, sammanfatta och kategorisera svaren och andra intryck som respondenterna gett (ibid.). Det arbetet kallas för att sammanställa en *kvalitativ innehållsanalys* med syftet att analysera kvalitativa data och tolka dess betydelse för att hitta teman. En kvalitativ innehållsanalys inkluderar tre faser (Elo et al., 2014). Den inledande fasen är *förberedelse*, följt av att *organisera* och slutligen göra en *rapportering* av resultatet. I den förberedande fasen samlas relevant data in relaterat till syftet med studien och aktuell forskningsfråga. Därefter påbörjas datainsamlingen, vilken sedan kategoriseras utefter teman och intryck. Avslutningsvis presenteras studien genom en rapportering av materialet och framkomna resultat kopplat till valda teorier. För denna studie innefattar den kvalitativa innehållsanalysen att sammanställa och kategorisera de svar som framkommer under intervjuerna. Syftet är då att förstå vilka faktorer som medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ oberoende av inriktning upplever skapar värde utifrån det tjänsteerbjudande som ges, vilket undersöks utefter teorin som socialt kapital.

3.4.1 Urval

Vid urval av vilka skogs- och lantbrukskooperativ som är lämpliga för studien valdes två kooperativ, en inom skog som skogsägarförening, Södra, och en skapad för mjölkbönder, mejerikooperativet Arla. Anledningen till att inte enbart välja ett

kooperativ är för att uppnå studiens syfte där medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ *oberoende inriktning* undersöks om vilka faktorer de anser skapar värde utifrån det tjänsteerbjudande som ges. Detta i syfte att då se om de faktorer som medlemmar i Södra respektive Arla anser skapar värde överensstämmer eller skiljer sig åt, och om resultatet då kan säga något om skogs- och lantbrukskooperativ som en enhet. Enligt Jacobsen (2007) kan urval av respondenter sedan göras genom ett *sannolikhetsurval* eller ett *icke-sannolikhetsurval*. Det förstnämnda innebär att alla i en enhet, till exempel alla inom Södra eller Arla, har lika stor chans att bli tillfrågade att medverka i intervjun för denna studie. Vid ett icke-sannolikhetsurval väljs i stället respondenterna ut, då på godtyckliga grunder, med nackdelen att vissa medlemmar aktivt utelämnas (Bryman & Bell 2017). Genom att inte låta Södra eller Arla själva få välja ut respondenter kan risken att de enbart väljer medlemmar som de på förhand vet kommer ge svar som är till fördel för kooperativet minska (Bryman & Bell 2013). Till denna studie har ett icke-sannolikhetsurval tillämpats. Detta då syftet är att få en djupgående förståelse för vilka faktorer de, genom sitt medlemskap, anser bidrar mest till att skapa värde där de tillfrågade tros kunna komma bidra med förståelse och viktiga insikter för dessa.

3.4.2 Datainsamling

Studien grundar sig i första hand i primärdata, vilket samlas in genom intervjuer och möjliggör en anpassning till att de ställda frågorna svarar mot studiens syfte och därmed till att insamlad empiri är relevant för studien som helhet (Bryman & Bell 2013). Risken är att forskarens egen tolkning kan påverka resultaten genom att tolka de tillfrågades svar. Signifikant för att samla in data i en kvalitativ forskningsmetod är att de tillfrågade respondenterna är få och att intervjuerna är djupgående och sker individuellt (ibid.). En nackdel med denna typ av datainsamling är dess tidskrävande utformning, med få respondenter, individuella intervjuer och mycket för- samt efterarbete. Dock väger det tidskrävande arbetet upp mot de djupgående insikter som denna typ av datainsamling ämnar ge.

3.5 Analysmetod

I en kvalitativ studie är det viktigt att författaren arbetar systematiskt och har en kritisk inställning vid dataanalysen för att kunna dra relevanta slutsatser och utveckla en förståelse för det som studeras (Bryman & Bell 2017). En viktig del vid dataanalysen är att identifiera mönster och samband, genom att upptäcka teman baserat på svaren och senare relatera empirin till teori och tidigare forskning (Morse 2008). Det finns flera olika metoder för att analysera empiriska data i en kvalitativ studie, såsom *induktiv analys*, *deduktiv analys* eller *abduktiv analys* (Elo et al.,

2014). Induktiv analys innebär att man börjar med att studera empiriska data och utveckla en förståelse för det fenomen som undersöks för att sedan koppla samman den till en teori. En deduktiv analys innebär i stället att man *börjar* med teori och tidigare forskning för att sedan tillämpa det på de empiriska data i syfte att antingen bekräfta eller förneka hypoteser. Den sistnämnda analysmetoden, den abduktiva analysen, är en kombination av de två ovan, där man både tar hänsyn till teori och tidigare forskning samtidigt som man utvecklar en förståelse för de empiriska data. I denna studie har en *induktiv ansats* antagits som analysmetod av den insamlade empiriska data. Detta då studien utgår från genomförda observationer, vilket för denna studie är genomförda intervjuer med medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ, som sedan bearbetas inom den teoretiska referensramen för socialt kapital. Avslutningsvis är det viktigt att i dataanalysen säkerställa att insamlad empiri är tillräcklig för att det ska vara möjligt att dra slutsatser utifrån den. Det är även viktigt att förstå och ta hänsyn till eventuella begränsningar och förbehåll som kan ha påverkat empirin, såsom författarens subjektiva perspektiv eller andra fördomar som kan ha påverkat resultaten.

3.6 Metodkritik

Även om den kvalitativa forskningsmetoden har många fördelar, finns det risker som måste beaktas. En av dessa är *bristen på generaliserbarhet och kvantifierbarhet*. Eftersom kvalitativ forskning ofta fokuserar på en liten och specifik grupp individer eller enheter, är det svårt att generalisera resultaten till att säga något om en större population. Detta innebär att resultaten inte kan användas för att göra allmängiltiga slutsatser som avser en hel grupp i det valda området. Denna studie utgår från tre medlemmars uppfattningar kring vilka faktorer som de anser skapar värde av att vara medlem. Det innebär således att de intryck och svar som respondenterna ger inte motsvarar vad samtliga medlemmar i vare sig Södra eller Arla tycker.

Utifrån aspekten om kvantifierbarhet kan det konstateras att den kvalitativa forskningen fokuserar på beskrivande data och inte på siffror, vilket gör det svårt att mäta och jämföra resultaten med andra undersökningar. Det försvårar möjligheten att utvärdera effekten av den kvalitativa metoden. En annan risk med den kvalitativa forskningsmetoden är *bristen på objektivitet* vid tolkning av insamlad empiri och vid dataanalysen. Det är därmed viktigt att författaren är medveten om de eventuella egna uppfattningarna och egna perspektiven som kan påverka tolkningen av empirin för att minska risken för resultat som baseras på felaktiga antaganden. Ytterligare en risk med den kvalitativa metoden är att den ofta är *tidskrävande*. Författaren måste samla in data från flera källor och genomföra ett antal intervjuer eller observationer för att få en fullständig bild av den undersökta enheten. Detta kan göra det svårt att genomföra en bred och

omfattande undersökning. I denna studie är antalet tillfrågade respondenter avgränsade med hänsyn till att kunna genomföra studien inom angiven tidsram.

3.6.1 Kvalitetssäkring

Reliabilitet och *validitet* är begrepp som kan beaktas när man genomför en fallstudie (Bryman & Bell 2017). Reliabilitet syftar på tillförlitligheten av resultaten från en undersökning och handlar om att säkerställa att dessa är just tillförlitliga och inte påverkade av mätfel eller subjektiva tolkningar. Validitet handlar i stället om huruvida genomförd datainsamling, genom intervjuer, i litteratur eller från andra källor är relevant för studien. För att säkerställa reliabiliteten i en fallstudie är det viktigt att följa en strukturerad metod för datainsamling och bearbetning av empirin. Detta genom att använda standardiserade metoder för intervjuer och observationer, samt att säkerställa att de data som samlas in är representativa för den undersökta enheten.

Det är även viktigt att dokumentera alla steg i undersökningen och därmed säkerställa att data hanterats och bearbetats på ett konsekvent sätt (Bryman & Bell 2017). Ytterligare en viktig faktor för att säkerställa reliabiliteten är att använda flera olika källor, både litterärt och via internet. Genom att använda flera olika källor kan forskaren säkerställa att resultaten inte är påverkade av en enda persons perspektiv eller uppfattning. Vidare är det också viktigt att involvera flera forskare i undersökningen för att säkerställa en objektiv tolkning av data och resultat. Slutligen är det viktigt att säkerställa att alla data och resultat dokumenteras och lagras på ett säkert sätt. Det handlar om tillförlitligheten och sanningshalten i resultaten och slutsatserna.

En hög validitet i en kvalitativ studie handlar dels om att noggrant beskriva den teoretiska referensramen för att på så sätt säkerställa studiens relevans (Bryman & Bell 2017). Det är även viktigt att säkerställa respondenternas kunskap och förståelse för det studien undersöker, där begrepp och termer kan komma att behöva förtydligas. Genom att respondenterna tydligt förstår syftet med studien kan relevant information samlas in. Det är således viktigt att ställa konkreta, men även öppna, frågor som får respondenten att svara i den riktning författaren önskar. Detta för att uppnå syftet med studien, men också ge respondenten möjlighet att lyfta fram andra relevanta åsikter. I denna studie var det därmed viktigt att frågorna formulerades inom ramen för deras medlemskap i den kooperativa föreningen och vilka faktorer som bidrar till ett ökat värde hos individen, snarare än att fokus ligger på deras individuella verksamhet eller andra aspekter som skulle kunna vara mindre aktuella.

3.6.2 Etiska aspekter

När man genomför en fallstudie är det viktigt att ta hänsyn till etiska aspekter för att säkerställa att undersökningen är rättvist och ansvarsfullt genomförd (Bryman & Bell 2017). Att säkerställa samtycke med respondenterna, bibehålla integritet och frågan om anonymisering är alla viktiga etiska aspekter. Med samtycke handlar det om vikten av att säkerställa att de personer som deltar i undersökningen också har gett sitt samtycke till att delta. Det innebär således att de ska informeras om syftet med undersökningen och vilka rättigheter de har som deltagare i studien.

Vidare till aspekten om integritet är det viktigt att skydda deltagarnas integritet och privatliv, vilket innebär att information som kan identifiera deltagarna utan deras samtycke ska undvikas att presenteras. Det hör delvis samman med aspekten om anonymisering vilket innebär att, i den omfattning det är möjligt så bör man försöka anonymisera data från deltagarna för att skydda deras integritet. I denna studie har författaren valt att samtliga tillfrågade medlemmar från Södra respektive Arla inte kommer benämnas vid namn eller bli presenterade med annan information som kan härledas till just dem. Genom att säkerställa att undersökningen är rättvist, opartiskt och genomförd med respekt kan respondenternas integritet bevaras och ett tillförlitligt resultat presenteras (Bryman & Bell 2017).

4. Empiri

Kapitel 4 inleds med en kort beskrivning av de kooperativa företagen Södra och Arla där tre medlemmar intervjuats i studien. Vidare i kapitlet presenteras respondenternas svar utifrån två aspekter; varför de är medlemmar i Södra respektive Arla samt vilka långsiktiga förväntningar respondenterna har för att bibehålla sitt medlemskap skogs- eller lantbrukskooperativet.

4.1 Företagsbeskrivning

I detta avsnitt presenteras Södra och Arla – två kooperativa företag som verkar inom skogs- och lantbruksnäringen. I studien har tre medlemmar intervjuats där samtliga är medlemmar i Södra och två av dem även i Arla. Detta i syfte att undersöka vilka faktorer som de, oberoende inriktning, upplever skapar värde utifrån det tjänsteerbjudande som ges. Anledningen till att medlemmar i Södra och Arla har valts ut till studien är mot bakgrund av studiens syfte där de utvalda skogs- och lantbrukskooperativen ska vara *oberoende inriktning*. Med det menas att de inte ska vara knutna till *en* specifik bransch såsom enbart skogsägarföreningar eller enbart mjölkbönder, utan båda tillsammans.

4.1.1 Södra

Södra är Sveriges största skogsägarförening med 52 000 medlemmar i södra Sverige som tillsammans äger nästan hälften av den svenska privatägda skogen (Södra u.åa). Genom att vara medlem i Södra samverkar skogsägare kooperativt för att tillsammans bidra med lönsamhet även för den enskilda skogsfastigheten. Syftet med ett medlemskap i Södra är att premiera de medlemmar som levererar virke och är engagerade i organisationen. Den vinst som Södra gör delas dels ut till medlemmarna, dels används de till att göra investeringar i Södras verksamhet. Den vinst som delas ut till medlemmar är under förutsättning att de levererar virke till Södra och beräknas utifrån mängden levererat virke och det insatskapital en medlem bidragit med (Södra u.åb). Med insatskapital avses det ekonomiska kapital som en medlem satsat i Södra.

Södras organisation är uppdelad i olika skogsbruksområden baserade på respektive skogsfastighets geografiska placering (Södra u.åa). I varje skogsbruks-

område väljs några medlemmar ut till förtroenderådet. Dessa för sedan medlemmarnas talan vid gemensamma medlemsmöten där alla skogsbruksområden deltar. På sin hemsida beskriver Södra att varje medlem innehar flera roller, vilka beskrivs i form av medlemmen som *ägare, kund, leverantör* och *långgivare* (Södra u.åa). Som ägare handlar medlemskapet i Södra om att få del av den vinst som industrin skapar, baserat på mängden levererat virke och mängden insatskapital. Här lyfts medlemmars personliga engagemang fram som centralt för att driva verksamheten framåt. Synpunkter, nya idéer och andra förslag från medlemmar som kan bidra till utveckling i verksamheten är således efterfrågade. Som kund menar Södra att en medlem har tillgång till deras produkter och tjänster, såsom trygg avsättning för virket, kvalitetssäkrad avverkning och skogsvårdande åtgärder i syfte att skapa goda förutsättningar för ett ekonomiskt hållbart skogsbruk. Vidare är medlemmarna i Södra även leverantörer då de säljer virke till Södra som sedan förädlas i deras industrier och säljs globalt. Avslutningsvis beskrivs medlemmarna som långgivare till Södra då de ges möjlighet att låna ut sina pengar som avverkningslikvider alternativt som en placering på ett medlemskonto hos Södra.

4.1.2 Arla

Arla är en kooperativ förening som ägs av mjölkbönder i flera länder; Sverige, Danmark, Tyskland, Storbritannien, Luxemburg, Belgien och Nederländerna (Arla u.åa). I Sverige ägs Arla av närmare 2 100 mjölkbönder, vilka också är medlemmar i Arla. Samtliga mjölkbönder som levererar mjölk till Arla äger tillsammans mejerier, lastbilar, kontor och lager. Det gör att även mindre mjölkbönder har möjlighet att driva verksamhet då dessa, annars dyra, investeringar finns att tillgå genom kooperativet. Den vinst som Arla gör delas dels ut till medlemmarna, dels används de till att göra investeringar i Arlas verksamhet. Till medlemmarna delas vinsten lika mellan de baserat på hur många liter mjölk de levererat (ibid.).

Arla har en lång historia. På deras hemsida beskrivs den utefter tre teman som centrala för deras arbete än idag; den *moderna och rationella mjölkförsörjningen*, den *hygieniska mjölkförsörjningen* och den *kooperativa tanken* (Arla u.åb). Arla lägger stor vikt vid den kooperativa grundidén om gemensamt ägande, där varje enskild mjölkbonde får möjlighet att vara med och påverka utvecklingen i kooperativet. En central del i Arlas historia är från år 1915 när Mjölkcentralen bildades (Arla u.åc). Mjölkcentralen var ett sätt för producenter att leverera mjölk till en gemensam mejericentral där den sedan distribuerades ut till konsumenterna. På så sätt kunde prissättningen på mjölk bli mer enhetlig i stället för att varje mjölkgård skulle ombesörja ett eget mejeri. Det ledde således till färre mejerier i landet men desto fler medlemmar som levererade mjölk. Tack vare den centraliserade Mjölkcentralen kunde nya produkter skapas och förädlas. Det bidrog till stor utveckling av mjölkprodukter och även möjlighet för Mjölkcentralen att tillvarata den mjölken som levererades (ibid.). År 1975 bytte Mjölkcentralen namn

till Arla och det är även då den berömda Arla-kon blir deras nya logotyp (Arla u.åd). År 2000 fusionerar Arla med det danska kooperativet MD Foods, för att sedan successivt fusionera med andra mejeriföreningar.

Arla är idag ett globalt kooperativ som, förutom att ha mjölkbönder i flera länder, också säljer produkter vidare i andra länder (Arla u.åa). Det innebär att det finns större möjligheter för enskilda mjölkbönder att fokusera på en effektiv mjölkproduktion. Arla ombesörjer att hämta mjölken dagligen för att sedan producera varor som efterfrågas, inte bara i Sverige, utan runtom i världen. Efterfrågan på mjölk och mjölkprodukter kan skilja mellan olika delar av landet vilket gör att en centraliserad hantering av mjölken är nödvändig för att möjliggöra för fler mjölkbönder att bedriva sin verksamhet. Det är därmed svårare för enskilda mjölkbönder att med ett eget mejeri stå stark i konkurrensen mot Arla.

4.2 Respondenter

I följande avsnitt presenteras först en tabell över de tillfrågade respondenternas koppling till Södra respektive Arla, om de är yngre eller äldre än 50 år och hur länge de varit medlemmar i respektive kooperativ. Vidare presenteras respondenternas upplevelser av vad de anser skapar värde genom sitt medlemskap i skogs- och lantbrukskooperativ utefter två områden; ”Varför vara medlem i Södra/Arla?” och ”Långsiktiga förväntningar på medlemskapet”.

4.2.1 Bakgrundsbeskrivning av respondenter

I tabell 1 presenteras en kort bakgrundsbeskrivning av de tre respondenterna, vilket kooperativ de är medlemmar i, ålder och hur länge de varit medlemmar. Två av de tre tillfrågade respondenterna är medlemmar i både Södra och Arla och en av respondenterna är enbart medlem i Södra. Samtliga tillfrågade respondenter är mellan 45 och 63 år och har varit medlemmar i Södra respektive Arla mellan 15 och 47 år. Vidare i studien kommer respondenterna fortsatt att presenteras anonymt genom en förutbestämd anonymitetskod som Respondent A, Respondent B och Respondent C, se tabell 1 nedan.

Tabell 1. Bakgrundsbeskrivning av respondenter.

Anonymitetskod	Södra/Arla	Man/Kvinna
A	Södra	Man
B	Södra och Arla	Man
C	Södra och Arla	Man
Anonymitetskod	Ålder under/över 50 år	Antal år som medlem
A	Över	32
B	Över	47
C	Under	15

4.2.2 Varför vara medlem i Södra/Arla?

Under intervjuerna med de tillfrågade respondenterna ställdes frågor gällande vilka för- och nackdelar som de upplever med sitt medlemskap i respektive kooperativ, Södra och Arla. Vidare ställdes även frågor kring hur de inledde sitt medlemskap, hur för- och nackdelarna av medlemskapet har förändrats över tid och varför de valt att stanna som medlemmar i Södra respektive Arla.

För samtliga respondenter har de övertagit sitt medlemskap i Södra respektive Arla efter ett generationsskifte då det i samtliga respondenters fall var självklart att fortsätta vara medlem vid övertagandet av gården. För respondent A var valet att fortsätta som medlem i Södra till stor del tack vare den relation de hade med den dåvarande rådgivaren. Respondent A beskriver rådgivaren som opartisk där denne såg till gårdens bästa i första hand. Huruvida råden och åtgärderna som föreslogs av den dåvarande rådgivaren gav lönsamhet för Södra upplevde Respondent A som sekundärt, där gårdens bästa gick först. Under årens gång har respondent A valt att fortsätta vara medlem även om rådgivaren har bytts ut ett flertal gånger. Därmed är inte den personliga relationen avhängig av om medlemskapet ska fortsätta eller inte för Respondent A, även om det initialt var en central anledning till att medlemskapet fortlöpte även efter generationsskiftet. Snarare beskrev Respondent A det som att Södras verksamhet som helhet fungerat väldigt bra, med lokal närvaro, hög tillförlitlighet gällande leveransvillkor och betalningar samt gett en positiv avkastning. Dessa är således de främsta anledningarna till att medlemskapet fortsatt.

Respondent C tog över de insatser som hans pappa en gång satt in hos Södra, vilket gjorde det naturligt att fortsätta sitt medlemskap där. Med tiden har även han upplevt sitt medlemskap positivt i termer av att det genererat bra efterlikvider, tillförlitlighet genom stöttning och att alla medlemmar behandlas lika. Det är en uppfattning som även delas av Respondent B. Samtliga respondenter lyfte fram sina positiva upplevelser av hur Södra bemötte dem efter stormen Gudrun, vilket varit en bidragande orsak till den upplevda tillförlitligheten.

Gällande Respondent B:s medlemskap i Arla valde han att fortsätta vara medlem då han inte ansåg att det fanns några andra långsiktiga alternativ. Respondent C beskrev sitt val att vara medlem i Arla likt Respondent B, utifrån det faktum att det inte finns så många alternativ. Respondent C lyfte även fram det faktum att han alltid upplever ha fått ett bra avräkningspris över tid, vilket är en av de mest centrala anledningarna till hans fortsatta medlemskap. Vidare lyfte Respondent C fram det faktum att Arla verkar på flera marknader globalt, vilket ger ökade möjligheter att den levererade mjölken till Arla kan användas till försäljning även utanför Sveriges gränser. Marknaden är därmed inte enbart beroende av den svenska efterfrågan, vilket Respondent C anser vara positivt.

Samtliga respondenter fick frågan om vilka konkreta fördelar som de upplever med sitt medlemskap i Södra respektive Arla, vilka summerats utan inbördes ordning i tabell 2 respektive tabell 3 nedan. Den vänstra spalten i både tabell 2 och tabell 3 presenterar vilka fördelar respondenterna upplever med sitt medlemskap. Till höger visas vilka av respondenterna som, på olika sätt, framhävde dessa fördelar.

Tabell 2. Fördelar, enligt respondenterna, att vara medlem i Södra.

Södra	<i>Samtyckande respondenter</i>
✓ Ekonomiskt stabil förening med bra efterlikvider, tillförlitlighet och trygghet	A, B och C
✓ De tar emot flera sortiment	A, B och C
✓ De tar ansvar för hela skogsbruket; markbearbetning, plantering, avverkning	A och C
✓ Lokal närvaro	A och B
✓ Tagit ansvar vid stormar	A, B och C
✓ Likabehandling mellan medlemmar	A och C

Tabell 3. Fördelar, enligt respondenterna, att vara medlem i Arla.

Arla	<i>Samtyckande respondenter</i>
✓ Trygghet	B och C
✓ Global marknad	C
✓ Bra avräkningspris	C
✓ Lokal närvaro	B

Det kan konstateras att det för samtliga respondenter var självklart att stanna kvar som medlemmar i både Södra och Arla, även efter att ett generationsskifte skett. För respondent B och C var valet av att vara medlem i Arla till största del på grund av att de inte ansåg det finnas några andra långsiktiga alternativ. Valet av att vara medlem i Södra var initialt tack vare en långvarig och positiv relation till den dåvarande rådgivaren för respondent A. För respondent B baserades valet av att vara medlem i Södra tack vare ett förmånligt prisavtal och för respondent C tack

vare ett övertagande av insatser i Södra. Samtliga respondenter delar uppfattningen att Södras stabila och trygga ekonomi med bra efterlikvider varit en central anledning till att deras medlemskap även senare fortsatt.

För att uppnå studiens syfte i vilka faktorer som de upplever skapar värde utifrån det tjänsteerbjudande som ges fick de även frågan om vilka *nackdelar* de anser finns i respektive kooperativ, Arla och Södra. Detta för att motsatt visa på vad som kan förbättras, och vad som eventuellt kan vara grund för att respondenterna upplever vara ett *minskat* värde med sitt medlemskap. För respondent A var den personliga relationen till den dåvarande rådgivaren en central anledning till att medlemskapet initialt fortlöpte även efter generationsskiftet. Under senare år har respondent A dock upplevt ett minskat personligt engagemang från Södra, vilket Respondent A tror är på grund av att Södra blivit mer marknadsorienterade i sin rådgivning. Istället för att inge en känsla av att, som med den tidigare rådgivaren, i alla lägen utgå från gårdens bästa är Södras egen önskade vinning idag mer märkbar. Den upplevelsen delade även Respondent C som beskrev det i termer av att Södra inte längre söker upp honom för kontakt utan att den initiala kontakten i första hand alltid kommer från honom själv. I båda fallen är det mer opersonliga engagemanget från Södra dock, enligt Respondent A och C, inte på bekostnad av att Södra enbart skulle verka partiska till sin egen fördel. Respondent B har aldrig upplevt någon relation till en rådgivare i Södra som central för att medlemskapet ska fortlöpa. Dock delar även han att ett mer marknadsorienterat fokus från Södras håll trätt fram och blivit mer tydligt.

När det gäller de upplevda nackdelarna till följd av ett medlemskap i Arla ansåg Respondent C det till största delen vara kopplat till demokratin inom kooperativet. Detta då det finns ägare i flera länder vilket innebär skilda förutsättningar utifrån lagar och regler inom produktionsgrenen för respektive land. Respondent C:s uppfattning är att den demokratiska aspekten behöver utvecklas för ett hållbart långsiktigt samarbete mellan länderna. För Respondent B är en upplevd nackdel att man som leverantör av mjölk också är låst till att enbart leverera till Arla. Möjligheterna att leverera till andra, ibland bättre betalande mejerier, är liten. Den uppfattningen är dock tvådelad, enligt Respondent B, då han anser att ett medlemskap i en kooperativ organisation, där vinster ska delas lika mellan medlemmarna, också bör innebära att medlemmar ska vara trogna kooperativet att leverera till det. Detta ansåg Respondent B vara en nackdel för den kooperativa organisationen som helhet. Han menade att om en medlem väljer att gå ur kooperativet för att handla med en annan aktör som betalar bättre, för att sedan gå med igen under tider som det går bra hos Arla eller Södra så anser Respondent B att det blir en snedfördelning den dagen som vinsten ska delas lika. En medlem som varit trogen kooperativet lång tid, och levererat mjölk eller virke flera år i följd, anser han då bör premieras gentemot en medlem som går ur kooperativet ibland för att sedan gå med i tider med bra ekonomisk avkastning.

De nackdelar som respondenterna upplevde med Södra respektive Arla presenteras utan inbördes ordning i tabell 4 respektive tabell 5 nedan. Den vänstra spalten i både tabell 4 och tabell 5 presenterar vilka nackdelar respondenterna upplever med sitt medlemskap i Södra respektive Arla. Till höger visas vilka av respondenterna som, på olika sätt, framhävde dessa nackdelar.

Tabell 4. Nackdelar, enligt respondenterna, att vara medlem i Södra.

Södra	<i>Samtyckande respondenter</i>
✓ Mindre personligt engagemang över tid – mer marknadsorienterad rådgivning	A, B och C

Tabell 5. Nackdelar, enligt respondenterna, att vara medlem i Arla.

Arla	<i>Samtyckande respondenter</i>
✓ Bristande demokrati mellan länderna	C
✓ Få möjligheter att välja mottagare av mjölk	B
✓ Lika behandling av medlemmar vid vinstutdelning oberoende antal år som medlem	B

Sammanfattningsvis kan det konstateras att de för- och nackdelar som respondenterna upplevde med sitt medlemskap i Södra respektive Arla skiljde sig åt. Gällande medlemskapet i Södra ansåg endast en av tre respondenter att den personliga relationen till en rådgivare hos Södra var anledningen till att medlemskapet fortsatte efter generationsskiftet. Av nackdelarna att tyda håller samtidigt alla tre respondenter med om att Södra blivit mindre personligt engagerade och i stället haft en mer marknadsinriktad rådgivning. Det visar således på att ett personligt engagemang är uppskattat, även om det inte beskrevs som den initiala anledningen till att medlemskapet fortsatte efter generationsskiftet för två av tre respondenter. Lokal närvaro var ytterligare en fördel som Respondent A och Respondent B upplevde med Södra. Av de intervjuade medlemmarna i Arla ansåg både Respondent B och Respondent C att tryggheten var viktig. Respondent B framhävde den lokala närvaron i större utsträckning än Respondent C, som var mer inne på de faktiska prisfördelarna. Respondent C menade att ett bra avräkningspris och möjligheten att Arla kan sälja på en global marknad är viktigt.

4.2.3 Långsiktiga förväntningar på ett medlemskap i Södra/Arla

Vid samtliga intervjuer med de tillfrågade respondenterna ställdes frågor kring vilka faktorer som varit avgörande för att de stannat kvar som medlemmar och vilka långsiktiga förväntningar de har på kooperativet. Vidare ställdes även frågor om på vilket sätt kooperativet hjälpt dem förbättra sin verksamhet och hur deras relation ser ut till andra medlemmar.

Både Respondent A och Respondent C betonade vikten av att känna sig trygg med sitt medlemskap och det arbete kooperativet gemensamt gör och arbetar för. Respondent A beskrev tryggheten i att relationen till Södra är *förutsägbar*, från bådas håll. Södras förväntningar på honom som medlem, kund och leverantör av virke upplever han som tydliga. På samma sätt har hans egna förväntningar på Södra, i form av leveransvillkor, service och utbetalningar historiskt visat sig överensstämma. Således upplever Respondent A relationen till Södra som förutsägbar och som en förväntan han har på ett långsiktigt medlemskap hos dem. Detta upplevda han var extra tydligt i samband med stormen Gudrun. Då gav Södra snabb hjälp och tog tillvara det virke som fallit. Respondent C beskrev den upplevda tryggheten utifrån en ekonomisk aspekt i att Södra de senaste åren gjort förmånliga utbetalningar genom återbäring, vilket är en uppfattning som även delas av både Respondent A och Respondent B. Respondent B beskrev detta genom att Södra historiskt har betalat marknadsmässiga priser för virke, vilket han även hoppas kommer fortsätta i framtiden. Södras kapitalstarka verksamhet, menar Respondent C, bidrar till att han upplever trygghet med sitt medlemskap. Att vara skogsägare är ett långsiktigt arbete, där en slutavverkning kan ske en gång per generation. Respondent C anger att Södras kapitalstarka verksamhet ger en långsiktig trygghet och en förhoppning om stabilitet i många år. Detta är en åsikt som även delades av Respondent A och Respondent B. Dock pekade Respondent C på vikten av att Södra även i framtiden förädlar och utvecklar nya produkter. Respondent C anser att Södra besitter de finansiella muskler som krävs för att förädla och utveckla nya produkter, och hoppas därmed på att de även på lång sikt ligger i framkant av det arbetet. Vidare lyfte även Respondent B fram att tillgången till de maskiner som Södra tillhandahåller också varit en bidragande faktor till att han stannat kvar som medlem i Södra.

Som medlem hos Arla menar Respondent C att tryggheten ligger i vetskapen om att Arla varje dag, alla dagar, året om, hämtar hans mjölk och betalar ett bra avräkningspris för den. Både Respondent B och Respondent C förväntar sig att ett långsiktigt medlemskap hos Arla fortsatt ska ge ett bra avräkningspris på den levererade mjölken och att de håller sig konkurrenskraftiga på marknaden. Det faktum att Arla idag har en stark konkurrenskraft gentemot andra mindre mejerier anser både Respondent B och Respondent C är på grund av deras många medlemmar. Dock betonar Respondent B de begränsade möjligheterna han har i dagsläget att välja ett annat mejeri. Respondent B upplever att Arla historiskt inte har ställt sig positiva till att en medlem byter mejeri, för att sedan gå tillbaka till Arla. Mot bakgrund av det hoppas Respondent B att Arla även i framtiden fortsätter att betala ett bra avräkningspris för mjölken, för att som leverantör av mjölk bibehålla sitt medlemskap. Respondent C menar att Arla, sett till sin storlek, bör kunna bibehålla sin konkurrenskraft även i framtiden men att utmaningen ligger i att få en välfungerande demokrati. Som nämndes i avsnitt 4.2.2 Varför vara medlem

i Södra/Arla? upplever Respondent C att den demokratiska utmaningen handlar om hur Arlas medlemmar i olika länder ska samverka på ett demokratiskt och överensstämmande tillvägagångssätt. Som exempel menar Respondent C att olika länders medlemmar i Arla har olika syn på styrelsens arbete. I Sverige förväntar sig medlemmar mycket återkoppling, både i sitt eget och styrelsens arbete, medan medlemmar i Danmark helt och hållet litar på att styrelsen gör ett bra arbete utan att kräva vidare insyn. Vilka principer som ska gälla menar Respondent C därmed är viktigt att klargöra inför framtiden för att inom kooperativet arbeta utifrån gemensamma riktlinjer och bibehålla en fortsatt stark konkurrenskraft på marknaden.

Vidare i intervjun ställdes en fråga som berörde huruvida respondenterna uppfattar att kooperativ i allmänhet bidrar till att stödja jordbrukare och skogsägare. Respondent A upplever den kooperativa organisationen som positiv då flera mindre skogsägare och/eller lantbrukare då kan bli starkare tillsammans. Detta utifrån aspekten om konkurrenskraft, och möjligheten att som enskild skogsbrukare och/eller lantbrukare få hjälp i svårare tider. Den kooperativa idén kring att tillsammans bidra och sedan få ta del av vinster genom exempelvis återbäring uppskattar Respondent A. Den uppfattningen delade även Respondent C som beskrev den kooperativa organisationen som givande då man tillsammans med andra samarbetar och driver utvecklingen framåt. Respondent C uppskattade även, likt Respondent A, att ett positivt resultat också delas lika mellan medlemmarna. Respondent C menar att det inte ska vara några enskilda som ska tjäna pengar på andras bekostnad, utan att man som en del av kooperativet är med och bidrar, och därmed också delar lika på vinsten. Respondent B var mer skeptisk till hur den kooperativa verksamheten verkligen fungerar i praktiken, vilket även nämndes i avsnitt 4.2.2 Varför vara medlem i Södra/Arla? Respondent B anser att den kooperativa tanken är god, att man tillsammans bidrar till att stärka den enskilda skogsägaren/lantbrukaren. Däremot anser Respondent B att ett medlemskap i en kooperativ organisation, där vinster ska delas lika mellan medlemmarna, också bör innebära att medlemmar ska vara trogna kooperativet att leverera till detta. Detta ansåg Respondent B vara en nackdel för den kooperativa organisationen som helhet. Han menade att om en medlem väljer att gå ur kooperativet för att handla med en annan aktör som betalar bättre, för att sedan gå med i kooperativet igen under tider som det går bra så anser Respondent B att det blir en snedfördelning den dagen som vinsten ska delas lika. En medlem som varit trogen kooperativet lång tid, och levererat mjölk eller virke flera år i följd, anser han då bör premieras mot en medlem som ibland går ur för att sedan gå med vid andra tillfällen.

Vidare fick alla respondenter frågan om hur Södra respektive Arla har bidragit till att förbättra deras respektive verksamhet. Respondent B upplevde inte att vare sig Södra eller Arla konkret bidragit till att hans verksamhet utvecklats. Respondent A däremot upplevde att Södra varit bra i sin kommunikation till medlemmar med

information kopplade till skogsbruk och skogsvårdsåtgärder. Även utvecklingen av den digitala skogsbruksplanen upplever Respondent A har varit med och bidragit till ett smidigare sätt att hantera sitt arbete med skogen. Respondent C upplever att Arla bidragit till hans verksamhet, genom att de tar emot all hans mjölk och då möjliggör tid för honom att själv utveckla sin verksamhet.

Den avslutande delen av intervjun med respektive respondent handlade om hur deras relation till andra medlemmar såg ut. Varken Respondent A eller Respondent B ansåg sig ha någon relation till andra medlemmar, mycket på grund av att de heller aldrig närvarar vid de fysiska möten som hålls. Respondent C är desto mer aktiv med att närvara vid möten som berör hans medlemskap i Arla. Respondent C upplever det som givande att få möjlighet att träffas och diskutera viktiga frågor med andra medlemmar inom kooperativet. Baserat på de svar som respondenterna gav under intervjuerna har författaren sammanfattat avgörande faktorer för att respondenterna fortsatt valt att vara medlemmar i Södra respektive Arla, vilket presenteras utan inbördes ordning i tabell 6 respektive tabell 7 nedan. Den vänstra spalten i både tabell 6 och tabell 7 presenterar vilka de avgörande faktorerna är för att respondenterna fortsatt valt att vara medlemmar. Till höger visas vilka av respondenterna som, på olika sätt, framhävde dessa.

Tabell 6. Avgörande faktorer för att fortsatt vara medlem i Södra.

Södra	<i>Samtyckande respondenter</i>
✓ Trygghet genom <i>samförstånd kring förväntningar</i>	A
✓ Trygghet genom <i>ekonomisk avkastning</i>	A, B och C
✓ Kapitalstark verksamhet	A, B och C
✓ Marknadsmässiga priser	A, B och C
✓ Tillhandahållande av maskiner	B
✓ Bra kommunikation	A
✓ Digital skogsbruksplan	A
✓ Relation till andra medlemmar	C

Tabell 7. Avgörande faktorer för att fortsätta vara medlem i Arla.

Arla	<i>Samtyckande respondenter</i>
✓ Trygghet i form av vetskapen om att Arla hämtar mjölk varje dag, alla dagar	C
✓ Spara medlemmen tid att själv utveckla sin verksamhet genom att regelbundet hämta mjölk	C
✓ Medlemsträffar	C
✓ Bra avräkningspris på mjölk	B och C

Det kan konstateras att trygghet är en viktig faktor i frågan om vad som är avgörande för ett fortsatt medlemskap, i både Södra och Arla. Tryggheten beskrev respondenterna utifrån olika aspekter; både i termer av samförstånd gällande förväntningar på relationen och ur ett ekonomiskt perspektiv. Det var enbart en av de tre tillfrågande respondenterna som hade någon form av relation till andra medlemmar. Samtidigt var alla tre respondenter positiva till att kooperativet tillsammans bidrar till att stärka den enskilde skogsägaren och/eller lantbrukaren. Trots att två av de tre tillfrågade inte upplevde att de har någon relation till andra medlemmar beskriver alla tre vikten av att det finns fler medlemmar inom kooperativet. Detta då kooperativet tillsammans stärker den enskilde skogsägaren/lantbrukaren. Ytterligare viktiga faktorer som respondenterna påpekade under intervjun var bra kommunikation, positiv utveckling av den digitala skogsbruksplanen, tillhandahållande av maskiner och att kooperativet frigör tid för medlemmen att själv utveckla sin verksamhet genom den service de ger.

Utifrån ovan presenterade svar från samtliga respondenter kan även vissa synpunkter utläsas. Genom att visa på avgörande faktorer för ett fortsatt medlemskap i Södra och Arla kan förväntningar som respondenterna har på sitt medlemskap bli synliga. En förväntan som framkom från en av respondenterna var att de medlemmar som tillsammans är med och bidrar också ska dela lika på vinsten. Respondent B var skeptisk till huruvida det följs i praktiken när medlemmar kan välja att gå ur ett kooperativ i dåliga tider och sedan gå med i bra tider, och på så sätt tillgodogöra sig en del av vinsten. Ytterligare en aspekt som Respondent C framhöll var vikten av att demokratin inom Arlas verksamhet utvecklas i takt med Arlas utbredning i flera länder.

Samtliga respondenter fick frågan om vilka långsiktiga förväntningar de upplever med sitt medlemskap i Södra respektive Arla, vilka summerats utan inbördes ordning i tabell 8 respektive tabell 9 nedan. Baserat på de svar som respondenterna gav under intervjuerna har författaren sammanfattat deras långsiktiga förväntningar på Södra respektive Arla. Den vänstra spalten i både tabell 8 och tabell 9 presenterar vilka respondenternas långsiktiga förväntningar på sitt medlemskap. Till höger i respektive tabell visas vilka av respondenterna som, på olika sätt, framhävde dessa.

Tabell 8. Långsiktiga förväntningar på medlemskap i Södra.

Södra	<i>Samtyckande respondenter</i>
✓ Bra pris på levererat virke	A, B och C
✓ Förädla och utveckla nya produkter av skogsråvaran	C
✓ Fortsatt vara en kapitalstark verksamhet	A, B och C
✓ Premiera lojala medlemmar	B

Tabell 9. Långsiktiga förväntningar på medlemskap i Arla.

Arla	<i>Samtyckande respondenter</i>
✓ Bra avräkningspris	B och C
✓ Konkurrenskraftiga	B och C
✓ Premiera lojala medlemmar	B
✓ Valfungerad demokrati mellan olika länder inom Arla	C

Sammanfattningsvis konstateras att de långsiktiga förväntningarna på Södra och Arla till stor del är lika varandra. Under samtliga intervjuer har vikten av ett bra avräkningspris varit återkommande. Det är viktigt för respondenterna att få bra betalt för sin råvara. Även om relationen till andra medlemmar inte är central för två av tre respondenter, så framhäver alla tre det centrala i *att arbeta tillsammans inom kooperativet*, men de fördelar som kommer med det; större konkurrenskraft, att gemensamt bidra till kooperativet, gemensamt få del av vinsten och både ge hjälp och få hjälp av andra medlemmar.

5. Analys och resultat

I detta kapitel analyseras den insamlade empirin och kopplas till studiens valda teori om socialt kapital. Syftet med analysen är att besvara studiens forskningsfråga gällande vilka faktorer som bidrar till att en medlem i ett skogs- eller lantbrukskooperativ upplever ett värde med sitt medlemskap. Avslutningsvis summeras analysen och resultatet av studien genom en bearbetning av det tidigare presenterade teoretiska ramverket.

5.1 Analys av varför man är medlem i ett skogs- eller lantbrukskooperativ

Inledningsvis kan det konstateras att gemensamt för samtliga respondenter är att deras medlemskap med kooperativet inleddes av en familjemedlem, vilket respondenterna sedan valde att behålla efter ett generationsskifte. Detta beskrivs av Einarsson (2008) som att medlemmen ser på sitt medlemskap utifrån vad han beskriver som den *relationsbaserade* relationstypen. Einarsson (2008) beskriver att den relationsbaserade medlemmen har stark *lojalitet* till kooperativet. För denna typ av medlem är det också vanligt att ta över ett medlemskap efter en familjemedlem, till exempel i samband med ett generationsskifte. I jämförelse med den *idealbaserade* relationstypen, där en medlem genom kooperativet vill framhäva sina värderingar, idéer och ideal är således inte centralt för någon av respondenterna i denna studie. Den *kalkylerande* relationstypen, som i första hand ser till vilka förmåner kooperativet erbjuder, menar Einarsson (2008) handlar om möjligheten att genom sitt medlemskap få stipendier, resor, boende eller genom nyttan av nätverkande. För samtliga respondenter var vikten av att medlemskapet ger en *ekonomisk avkastning* central. Det skulle därmed kunna anses vara en förmån. Enligt Einarssons (2008) beskrivning av olika relationstyper i kooperativ tillhör dock samtliga respondenter snarare den relationsbaserade typen.

En mer övergripande analys av respondenternas uppfattning av sitt medlemskap menar Einarsson (2008) kan vara att medlemmar uppfattar sitt medlemskap olika beroende på var i organisationen denne upplever sig tillhöra; på *lokal* eller *nationell* nivå. Av respondenternas svar var det en medlem som beskrev sitt medlemskap i den kooperativa organisationen ur ett internationellt perspektiv. Enligt Einarssons

(2008) teori upplever respondenterna därmed att denne, genom sitt medlemskap, tillhör en internationell marknad. Respondenten upplevde det som positivt att kooperativet arbetar på en internationell marknad, då efterfrågan av fler produkter både bidrar till att nya produkter utvecklas, och även att en större kvantitet av hans råvara kan tas emot.

En faktor som samtliga respondenter återkommande beskrev som central för att vara medlem i kooperativet var den ekonomiska avkastningen, både i termer av bra avräkningspriser på råvaran och som ekonomisk avkastning över tid genom exempelvis återbäring. Tryggheten i att kooperativet är ekonomiskt stabilt framhävde samtliga respondenter som avgörande för att fortsätta sitt medlemskap. Detta bekräftas av Michelsens (1994) beskrivning av en medlems förväntningar på kooperativet. Teorin menar att medlemmar förväntar sig att uppsatta mål nås, *ekonomisk avkastning ges* och varor och tjänster inom kooperativet tilldelas medlemmarna.

Vid intervjuerna framkom det även av två respondenter att medlemskapet i ett kooperativ gör de mer konkurrenskraftiga på marknaden i jämförelse med att vara ensam. Det bekräftas även av Putnam (2000) som menar att den sociala tillgången för gruppen bidrar till att gemensamt stärka sig gentemot konkurrenter. Det sociala kapitalet kan därmed ses som en tillgång för medlemmar i en organisation då det både stärker individens identitet och gruppen som helhet med en ökad tillit till varandra. En hög grad av socialt kapital kan då bidra till att kooperativet tillsammans kan stärka sig gentemot konkurrenter.

Mer förvånande utifrån intervjuerna var att enbart en av de tre tillfrågade påstod sig ha en relation till andra medlemmar i kooperativet. Denne upplevde relationen till andra medlemmar som positiv där ett utbyte av erfarenheter kunde ske med möjlighet att diskutera viktiga frågor. Det kan således kopplas samman med Putnams (2000) teori om hur det sociala kapitalet skapar tillit till andra medlemmar vilket i förlängningen ger lägre transaktionskostnader. Det faktum att två av tre respondenter inte upplevde någon relation till andra medlemmar kan ses utifrån flera aspekter. Det kan tolkas som att, i de fall en medlem inte har en uttalad relation eller utbyte till andra medlemmar, så finns inte heller någon tillit mellan medlemmarna. Ett annat sätt att tolka Putnams (2000) teori på är att tilliten mellan medlemmar ändå kan skapas då relationen medlemmarna emellan bygger på andra faktorer än enbart att medlemmar ses fysiskt och diskuterar viktiga frågor. Putnam (2000: 19 se Bäck 2012) beskriver det sociala kapitalet som en *förbindelse*, vilken genom *ömsesidighet* och *tillförlitlighet*, binder samman individer, sociala nätverk och normer. Det sociala kapitalet ger möjlighet för en individ att samverka med andra. Det fokuserar på nätverkande och kontakten mellan människor, vilket i sin tur kan leda till att andra kapital blir möjliga. Genom samverkan kan individen då tillgodogöra sig andra önskade kapital som denne är i behov av. Det faktum att en individ genom sitt medlemskap i ett kooperativ indirekt skapar en relation till de

övriga medlemmarna, bara genom att vara medlem i kooperativet, bör också kunna ses som en typ av relation. Det sociala kapitalet utgår från värden som ses utifrån den *sociala tillgången för gruppen* och individen (Putnam 2000). Även om relationen inte bygger på ett utbyte i form av att ses fysiskt så framkom det av respondenterna att de uppskattar hjälp från andra medlemmar och förväntar sig lojalitet inom medlemskåren i kooperativet. Det bör därmed kunna anses lika viktigt för att skapa tillit inom kooperativet. Ytterligare ett tillägg här är att stora kooperativ idag, med flera tusen medlemmar, inte kan förväntas bygga på ömsesidiga relationer mellan enskilda medlemmar i form av att fysiskt ses och utbyta erfarenheter på medlemsträffar. Detta då inte alla medlemmar vare sig vill eller kan närvara.

Resultaten av analysen för varför man är medlem i ett skogs- eller lantbrukskooperativ visar på ekonomiska intressen, lojalitet och tillit till kooperativet och medlemskåren. I syfte att ge en sammanfattning av de uppkomna resultaten presenteras en tabell nedan baserad på tidigare presenterade teorier kring medlemskap och socialt kapital. Till vänster presenteras resultatet utifrån teorin om medlemskap och till höger utifrån teorin om socialt kapital. Resultaten av analysen är sammanfattade nedanför respektive teori i punktform, se tabell 10 nedan.

Tabell 10. Analys av varför man är medlem i ett skogs- och/eller lantbrukskooperativ.

Medlemskap	Socialt kapital
<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Relationsbaserad</i> relationstyp enligt Einarsson (2008) med stark <i>lojalitet</i> till kooperativet. Medlemskapet har fortsatt efter generationsskifte. ✓ Upplever tillhörighet på flera nivåer (Einarsson 2008), lokal och internationell. ✓ Viktigt med likabehandling och lojalitet hos hela medlemskåren för att uppleva värde och då engagera sig i kooperativet (Nilsson 1991). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Den sociala tillgången för gruppen bidrar till att gemensamt bli mer konkurrenskraftiga (Putnam 2000). ✓ Få fysiska träffar med andra medlemmar men indirekt relation skapas genom ömsesidighet och tillförlitlighet i att gemensamt bidra till kooperativet och hjälpas åt vid motgångar (Putnam 2000).

Avslutningsvis kan de faktorer som ligger till grund för varför en individ väljer att vara medlem i ett skogs- och/eller lantbrukskooperativ summeras följande; ekonomisk avkastning och social tillgång som bidrar till en starkare konkurrenskraft.

5.2 Analys av långsiktiga förväntningar på ett skogs- eller lantbrukskooperativ

Vid analys av de långsiktiga förväntningarna på ett skogs- eller lantbrukskooperativ kopplat till teorin om medlemskap och socialt kapital kan det konstateras att flera av de avgörande faktorerna som respondenterna lyfte fram för att de valt att fortsätta vara medlemmar i kooperativet påminde om de svar som angavs som fördelar och motiv till att de valt att vara medlemmar. Dessa aspekter går således hand i hand. På lång sikt förväntar sig respondenterna att kooperativet fortsätter vara kapitalstarka och ge bra ekonomisk avkastning. Detta bekräftas av Michelsens (1994) beskrivning av en medlems förväntningar på kooperativet. Teorin menar att medlemmar förväntar sig att uppsatta mål nås, *ekonomisk avkastning ges och varor och tjänster inom kooperativet tilldelas medlemmen*. Även den sistnämnda förväntningen som Michelsen (1994) beskriver, att varor och tjänster inom kooperativet förväntas tilldelas medlemmen, kan kopplas till att en av respondenterna lyfte möjligheten att använda materiella tillgångar, så som maskiner, av kooperativet. Detta bekräftas även av Eriksson och Zetterström (2002) som beskriver medlemskapet utifrån vilken attityd som medlemmen har till kooperativet. Attityden menar de baseras på en medlems behov. Respondenten som upplevde tillgången till maskiner som tillhandahålls av kooperativet positivt får då enligt Zetterström och Eriksson (2002) också en mer positiv inställning till kooperativet som helhet.

En annan central faktor som samtliga respondenter nämnde utifrån olika aspekter i vad de förväntar sig av ett långsiktigt medlemskap i kooperativet är *trygghet*. Både trygghet utifrån fortsatt ekonomisk avkastning och bra avräkningspriser för råvaran, men även utifrån aspekten att uppfylla de olika behov respektive medlem har under en säsong. För en medlem i Arla beskrevs tryggheten i vetskapen om att mjölken hämtas varje dag, och för en medlem i Södra att veta att utbetalningar fungerar, leveransvillkoren följs och att vid stormar få snabb hjälp. Tryggheten som respondenterna beskrev och som de förväntar sig av ett långsiktigt medlemskap i ett kooperativ är således viktig för den kooperativa organisationen att sträva efter och bibehålla. I tider av osäkerhet är det förmodligen än mer viktigt för medlemmar att känna trygghet. Einarsson (2008) beskriver att det är av stor vikt för en organisations existens att medlemmar genom sitt medlemskap visar på att organisationen är viktig, skapar värde och ger nytta och fördelar för den enskilde. Värdet i att känna trygghet skulle därmed kunna vara en sådan faktor.

Respondenternas inställning till den kooperativa organisationen som helhet kan konstateras vara övervägande positiv. Samtliga respondenter hänvisade den positiva upplevelsen av den kooperativa organisationen till det faktum att vinster delas lika, och att alla medlemmar är med och gemensamt bidrar till kooperativet. Det var en respondent som ställde sig tveksam till huruvida likabehandlingen

mellan medlemmar verkligen återspeglas i praktiken. Han menade att friheten för en medlem att själv välja om denne vill gå ur ett kooperativ för att sedan gå med igen i tider med bättre ekonomisk avkastning inte medför en likabehandling mellan medlemmar. Han upplever det som att lojaliteten hos de medlemmar som stannat kvar i både upp- och nedgång ska premieras, då man gemensamt bidragit i både med- och motvind. Resonemanget och problematiken som beskrivs bekräftas av Nilsson (1991) som beskriver vikten av att medlemmar upplever värde i sitt medlemskap för att själva engagera sig i kooperativet. De medlemmar som då väljer att gå ur ett kooperativ för att senare gå med igen upplever därmed inte tillräcklig nytta utan väljer i stället att gå ur kooperativet. Nyttan i det fallet respondenten beskriver syftar till stor del på den ekonomiska vinningen. Kooperativets utmaning kan då bli att se till att andra nyttor än enbart den ekonomiska, är framträdande. Detta för att minska risken att medlemmar går ur i sämre ekonomiska tider och går med i bra ekonomiska tider. Även det bekräftas av Nilsson (1991) som menar att företag måste arbeta med att lösa problem som är av betydelse för medlemmarna. I svårare tider bör det anses viktigare än någonsin att bibehålla sina medlemmar, och motverka att de väljer ett annat kooperativ som det går bättre för. Precis som att vinster delas lika mellan medlemmar bör idén om att gemensamt hjälpa till i svårare tider genomsyra medlemskårens inställning till kooperativet. Det bekräftas av Putnams (2000) teori att det sociala kapitalet kan ses utifrån att den sociala tillgången både stärker gruppen och individen. I svåra tider kan individen stärkas av den sociala tillgången som kooperativet besitter genom att då få hjälp.

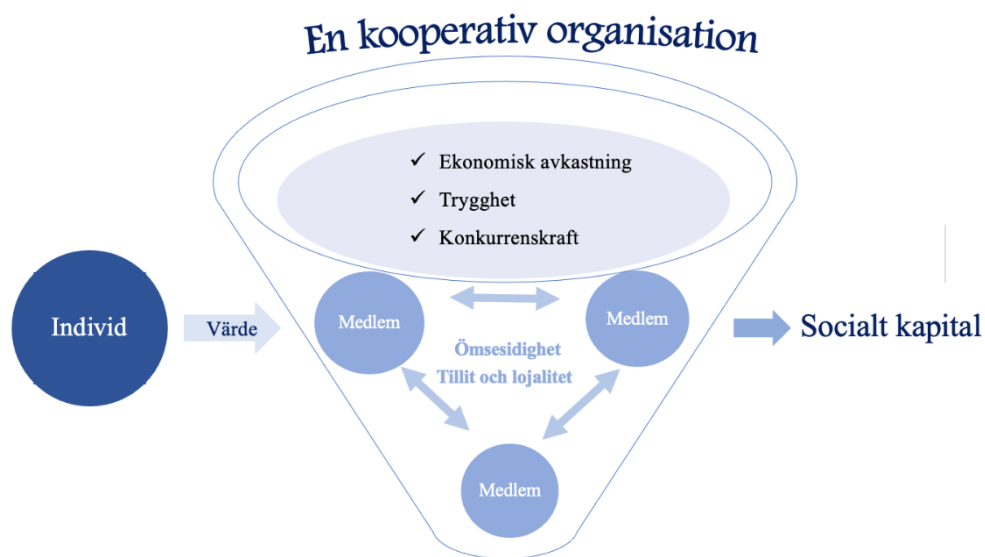
Resultaten av analysen för vilka långsiktiga förväntningar man som medlem i ett skogs- och/eller lantbrukskooperativ har på kooperativet visar på att trygghet, ekonomisk stabilitet och lojalitet inom hela medlemskåren är viktiga faktorer. I syfte att ge en sammanfattning av de uppkomna resultaten presenteras en tabell nedan baserad på tidigare presenterade teorier kring medlemskap och socialt kapital. Till vänster presenteras resultatet utifrån teorin om medlemskap och till höger utifrån teorin om socialt kapital. Resultaten av analysen är sammanfattade nedanför respektive teori i punktform, se tabell 11 nedan.

Tabell 11. Analys av vilka långsiktiga förväntningar en medlem har på ett skogs- och/eller ett lantbrukskooperativ.

Medlemskap	Socialt kapital
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Förväntar sig ekonomisk avkastning och möjlighet att använda materiella tillgångar inom kooperativet (Michelsen 1994) vilket skapar en mer positiv attityd gentemot kooperativet (Zetterström & Eriksson 2002). ✓ Viktigt med likabehandling och lojalitet hos hela medlemskåren för att uppleva värde och då engagera sig i kooperativet (Nilsson 1991). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fortsätta skapa trygghet utifrån medlemmars behov för att bibehålla medlemmar och visa på organisationens betydande roll (Einarsson 2008).

5.3 Resultat

Med utgångspunkt i det teoretiska ramverk som presenterades i avsnitt 2.5 Teoretisk referensram i figur 1, så kan nu en reviderad figur presenteras. Den reviderade teoretiska referensramen utgår från studiens analys där empirin kopplades samman med studiens valda teorier. Till vänster i figuren ser vi individen, vilket i denna studie representerar en enskild skogsägare eller en enskild mjölkbonde. Denne anser att det finns ett värde att gå med i ett skogsbrukskooperativ eller ett mejerikooperativ då det ger ekonomisk avkastning, trygghet och skapar konkurrenskraft på marknaden gentemot stora industrier. Relationen till andra medlemmar och kooperativet som helhet bygger på ömsesidighet, tillit och lojalitet. Det resulterar i ett ökat socialt kapital, vilket illustreras längst till höger i figuren. Resultatet visar att ekonomisk avkastning, trygghet och en ökad konkurrenskraft bidrar till att en individ upplever ett värde med att bli medlem i ett kooperativ. Ömsesidighet, tillit och lojalitet skapas till andra medlemmar och kooperativet som helhet. Det i sin tur bidrar till ett ökat socialt kapital, se figur 2 nedan.



Figur 2. Reviderad teoretisk referensram.

Resultatet av analysen är att flera av de upplevelser som respondenterna beskrev under intervjuerna även kan bekräftas av teorierna. I intervjuerna var det enbart en av de tre tillfrågade som upplevde att denne har en relation till andra medlemmar. Samtliga respondenter beskrev samtidigt att de upplever ekonomisk avkastning som en fördel med den kooperativa organisationen. Respondenterna beskrev det inte som att det är relationen till andra medlemmar som möjliggör den ekonomiska avkastningen. De menade snarare att den ekonomiska avkastningen har bidragit till att de känner tillit till kooperativet som helhet. Respondenterna beskrev alltså *inte* tilliten som *direkt knuten till relationen med andra medlemmar*. Tilliten som respondenterna upplever med sitt medlemskap hänför de snarare till att de upplever tillit till *kooperativet som helhet*. Den ekonomiska avkastningen baseras dock på att alla medlemmar varit med och bidragit. Putnams (2000) resonemang att relationen mellan medlemmar skapar tillit och bidrar till ömsesidighet inom kooperativet kan därför träda fram, om än indirekt. Detta då medlemmarna utgör kooperativet, vilka tillsammans bidrar till den ekonomiska avkastningen. Det faktum att en individ genom sitt medlemskap i ett kooperativ indirekt skapar en relation till de övriga medlemmarna, bara genom att vara medlem i kooperativet, bör därmed kunna ses som en typ av relation. Det sociala kapitalet utgår från värden som ses utifrån den *sociala tillgången för gruppen* och individen (Putnam 2000). Även om relationen inte bygger på ett utbyte i form av att ses fysiskt så framkom det av respondenterna att de uppskattar hjälp från andra medlemmar och förväntar sig lojalitet inom medlemskåren i kooperativet. Det bör därmed kunna anses lika viktigt för att skapa tillit inom kooperativet.

Vidare visar resultatet av analysen att flera av de långsiktiga förväntningar som respondenterna har på kooperativet kan kopplas samman med de valda teorierna

om medlemskap och socialt kapital. Som nämndes ovan upplever respondenterna att den ekonomiska avkastningen är en fördel av att vara medlemmar i ett kooperativ vilket de menade var en förväntan även på långsikt. Detta bekräftas av Michelsens (1994) teori som menar att *ekonomisk avkastning är en förväntan från medlemmarna*. Möjligheten att använda maskiner och andra materiella tillgångar inom kooperativet var också en långsiktig förväntan hos en av medlemmarna vilket också bekräftas av Michelsen (1994). Om medlemmarnas förväntningar uppfylls får de en positiv attityd till kooperativet då deras behov tillfredsställs (Zetterström & Eriksson 2002). Vidare visar resultatet av analysen på vikten av att kooperativet på lång sikt skapar trygghet utifrån medlemmars behov för att bibehålla medlemmar och på så sätt visa på organisationens betydande roll som helhet. Det bekräftas av Einarsson (2008) som beskriver att det är av stor vikt för en organisations existens att ha medlemmar då det visar att organisationen är viktig, att den skapar värde och att den ger nytta och fördelar för den enskilde medlemmen. Avslutningsvis kan resultatet sammanfattas i följande viktiga faktorer; att medlemskapet ger ekonomisk avkastning, skapar trygghet och konkurrenskraft samt att kooperativet har en lojal medlemskår där vinster delas lika mellan medlemmarna.

6. Diskussion och slutsatser

I kapitel 6 diskuteras de resultat som framkommit i studien, vilka sedan jämförs med tidigare studier på området. Kapitlet avslutas med studiens slutsatser kopplade till syftet och forskningsfrågan.

6.1 Tidigare studier

Det finns flera tidigare studier på området som undersöker hur värde skapas i en kooperativ organisation. Det som skiljer dem åt är vilket angreppssätt dessa studier valt utifrån definitionen av begreppet *värde*. Som nämndes i 1.2.1 *Teoretiskt problem* har en tidigare studie skriven av Abrahamsson (2016) undersökt hur medlemmar i skogsägarföreningen Mellanskog upplever *medlemsnytta*. Resultaten presenterades utifrån tre frågor med fokus på motiv till att vara medlem i Mellanskog, hur Mellanskogs tjänsteerbjudande skapar värde för medlemmarna samt vilka aspekter som skapar lojala medlemmar. Författaren presenterade resultatet baserat på om de responderade var skogsägare som bor på eller i närheten av sin fastighet, så kallade *åbor*, eller distansskogsägare som inte är bofasta på sin fastighet, så kallade *utbor*. Resultatet visade på att åbor anser att kooperativets arbete stärker medlemmarnas konkurrenskraft gentemot industrin. De motiv som Abrahamsson (2016) presenterade kring varför respondenterna valt att vara medlem i kooperativet var bland annat på grund av arv eller för att få tillgång till skoglig kunskap. Med arv menades att respondenterna valt att fortsätta medlemskapet i kooperativet även efter ett generationsskifte. Med skoglig kunskap ansåg respondenterna i Abrahamssons (2016) studie att de fick ta del av den skogliga erfarenhet och kunskap som finns hos Mellanskog genom att vara medlem. Respondenterna ansåg att den ökade konkurrenskraften är en fördel som medlem i ett kooperativ. Resultatet i denna studie stämmer överens med Abrahamssons (2016) studie utifrån aspekten om att medlemskapet i kooperativet gått i arv och fördelen med att genom kooperativet stärka konkurrenskraften gentemot stora industrier. Den skogliga kunskapen i kooperativet var dock inget som lyftes fram som avgörande för respondenterna i denna studie. I frågan kring värdeskapande som Abrahamsson (2016) presenterar framhävs tillit till inspektorn och en långsiktig helhetslösning som viktig. Det överensstämmer med en av respondenternas svar i denna studie, som ansåg att den personliga relationen är

viktig för att skapa tillit, om än inte avgörande. Vidare presenterar Abrahamsson (2016) att en viktig aspekt för att skapa lojalitet till kooperativet är tryggheten av att Mellanskog ställer upp när oförutsedda händelser inträffar, så som stormar, vilket överensstämmer med respondenterna i dennas studies upplevelser.

En annan tidigare studie har undersökt *graden av nöjdhet* hos Arlas medlemmar och vilka likheter respektive olikheter som finns inom medlemskåren avseende ålder, geografisk position, antal år som medlem, företagsstorlek och IT-kompetens (Olsson 2012). Avgränsningarna skiljer sig åt då Olsson (2012) dels enbart undersökte medlemmar i Arla, dels med avgränsning avseende ålder, geografisk position, antal år som medlem, företagsstorlek och IT-kompetens. Olsson (2012) presenterar sitt resultat utifrån ett antal hypoteser. Resultatet i Olssons (2012) studie visar på att medlemmar i Arla är mer nöjda om de får ett bra avräkningspris, vilket överensstämmer med resultatet i denna studie. Respondenterna i denna studie beskrev det i termer av att god ekonomisk avkastning i form av avräkningspriser och återbäring upplevs som *en fördel*. Detta beskrevs även som en långsiktig förväntan av medlemskapet. De övriga hypoteser som Olsson (2012) presenterar i sitt resultat skiljer sig mot denna studies resultat. Det beror på att de frågor som Olsson (2012) ställde, genom en enkätundersökning, inte har samma infallsvinkel som denna studie. För Olsson (2012) låg stort fokus på att undersöka hur stort engagemang som medlemmarna har, och huruvida det bidrar till att de upplever nöjdhet med sitt medlemskap. I denna studie riktades i stället fokus på att undersöka vilka faktorer som bidrar till att medlemmar upplever värde med sitt medlemskap i ett skogsbrukskooperativ eller lantbrukskooperativ. Resultatet summerades utifrån för- och nackdelar samt långsiktiga förväntningar på kooperativet. Begrepp som *trygghet* och *tillit* var centrala. Sådana aspekter presenterades inte i Olssons (2012) studie kring Arlamedlemmars nöjdhet med kooperativet. Det kan konstateras att resultaten från denna studie jämfört med tidigare studier dels överensstämmer, dels kompletterar varandra. För ett skogsbrukskooperativ eller ett lantbrukskooperativ finns således ett brett underlag för värdeskapande, ur olika infallsvinklar, att ta del av för att utveckla sin organisation och bibehålla långsiktiga relationer till sina medlemmar.

6.2 Slutsatser

Studiens syfte var att undersöka vilka faktorer som medlemmar i skogs- och lantbrukskooperativ, oberoende av inriktning, upplever skapar värde utifrån det tjänsteerbjudande som ges, utifrån teorin om socialt kapital. Med inriktning menas att ett skogs- eller lantbrukskooperativ ska vara *oberoende inriktning* och därmed inte vara knuten till att enbart undersöka *en* specifik bransch såsom enbart skogsägarföreningar eller enbart mjölkbönder, utan båda tillsammans. Baserat på syftet formulerades en forskningsfråga rörande vilka de avgörande faktorerna är för

att en medlem i ett skogs- och lantbrukskooperativ upplever ett värde med sitt medlemskap. Det kan konstateras, utifrån studiens resultat, att det upplevda värdet av ett medlemskap i skogs- eller lantbrukskooperativ inte baseras på relationen till andra medlemmar. Dock kvarstår det faktum att en individ genom sitt medlemskap i ett kooperativ indirekt skapar en relation till de övriga medlemmarna, bara genom att vara medlem i kooperativet. Detta bör också anses vara en typ av relation, om än indirekt. Även om relationen inte bygger på ett utbyte i form av att ses fysiskt så framkom det av respondenterna att de uppskattar hjälp från andra medlemmar och förväntar sig lojalitet inom medlemskåren i kooperativet. Det bör därmed kunna anses lika viktigt för att skapa tillit inom kooperativet. Den sociala tillgången för gruppen ökar då det sociala kapitalet.

Trygghet och tillit är viktiga faktorer för att medlemmarna ska uppleva värde både nu och på lång sikt. Tryggheten beskrevs i första hand av respondenterna i att få ekonomisk avkastning och bra avräkningspriser för råvaran. För en medlem i Arla beskrevs tryggheten även i vetskapen om att mjölken hämtas varje dag, och för en medlem i Södra att veta att utbetalningar fungerar, leveransvillkoren följs och att vid stormar få snabb hjälp. Tryggheten som respondenterna beskrev och som de förväntar sig även av ett långsiktigt medlemskap är således viktig för den kooperativa organisationen att sträva efter och bibehålla. I tider av osäkerhet är det förmodligen än mer viktigt för medlemmar att känna trygghet. För skogs- och lantbrukskooperativ som helhet är det således viktigt att på lång sikt skapa trygghet utifrån medlemmars behov och visa på kooperativets viktiga roll.

Avslutningsvis är följande viktiga faktorer för att skogs- och lantbrukskooperativ ska skapa värde; att medlemskapet ger *ekonomisk avkastning*, att det skapar *trygghet*, att kooperativet som helhet är *konkurrenskraftiga*, att kooperativet har en *lojal medlemskår* och att *vinster delas lika mellan medlemmarna*.

Referenser

- Abrahamsson, S. (2016). Värdeskapande i en kooperativ förening. (Examensarbete 2016: 175) Sveriges lantbruksuniversitet. Institutionen för ekonomi.
https://stud.epsilon.slu.se/9264/1/Abrahamsson_S_20160623.pdf
- Arla (u.åa). Om Arla. [Om Arla | Arla](#) [2023-03-16]
- Arla (u.åb). Arlas historiesyn och självbild. [Arlas historiesyn och självbild | Arla](#) [2023-03-16]
- Arla (u.åc). Färre mejerier men fler medlemmar. [Mjölcentralen 1915-1945 | Arla](#) [2023-03-16]
- Arla (u.åd). Arlas historia i korthet. [Arlas historia i korthet | Arla](#) [2023-03-16]
- Bahmani, S., Galindo, M-A. & Méndez, M-T. (2010) Non-profit organizations, entrepreneurship, social capital and economic growth, Small Business Economics, Springer.
- Barton, D. (2000). What is a cooperative? Kansas State University, Manhattan: Adelaide Books.
- Berggren, N. and Jordahl, H. (2005) Free to trust? Economic Freedom and Social Capital, working paper 2005:2, Department of Economics, Uppsala University.
- Bryman, A., & Bell, E. (2013). Företagsekonomiska forskningsmetoder. 2., [rev.] uppl. Stockholm: Liber.
- Bryman, A., Bell, E. (2017). Företagsekonomiska forskningsmetoder. 3 uppl., Stockholm: Liber AB.
- Bäck, M. (2012). Från metafor till mätning: en samhällsvetenskaplig översikt om det sociala kapitalets beståndsdelar och effekter, (4-5), 313-317.
<https://socialmedicinsktidskrift.se/index.php/smt/article/view/906/716> [2023-01-23]
- Coompanion (u.å). Vad är Kooperation? <https://coompanion.se/coompanion/vad-ar-kooperation/> [2023-01-18]
- Edenbrandt, A. (2012). Tillväxt, specialisering och diversifiering - hur har jordbruksföretagen förändrats de senaste 20 åren? Agrifood. Rapport 2012:2
- Edvardsson, B.; Tronvoll, B.; Gruber, T. (2011). Expanding understanding of service exchange and value co-creation: a social construction approach. Journal of the Academy of Marketing Science 39.2: 327-339.
- Einarsson, T. (2008). Medlemskapet i den svenska idrottsrörelsen. Stockholm: EFI Civil Society Reports/Stockholm School of Economics.

- Ekonomifakta (2018). Från stort till smått i Sveriges näringsliv.
<https://www.ekonomifakta.se/Artiklar/2018/januari/fran-stort-till-smatt-i-sveriges-naringsliv/> [2023-01-18]
- Ekonomifakta (2006). Transaktionskostnader.
<https://www.ekonomifakta.se/Ordlista/Transaktionskostnader/> [2023-02-06]
- Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., & Kyngäs, H. (2014). Qualitative content analysis: A focus on trustworthiness. *SAGE open*, 4(1), pp. 1-10.
- Engdahl, O., Larsson, B. (2008). Sociologiska perspektiv. Grundläggande begrepp och teorier. 2:8. Uppl. Lund: Studentlitteratur AB.
- Eriksson C, Zetterström J (2002): Hur attityder kan påverkas genom kommunikation, Studentuppsats, Institutionen för kultur och kommunikation Karlstads universitet 2002:274
- Fortnox (u.åa). Vad är Företagsform? <https://www.fortnox.se/fortnox-foretagsguide/ekonomisk-ordlista/foretagsform> [2023-02-06]
- Fortnox (u.åb). Vad är Organisation? <https://www.fortnox.se/fortnox-foretagsguide/ekonomisk-ordlista/organisation> [2023-02-06]
- Grönroos, C. (1996). Relationship Marketing Logic. *Asia-Australia Marketing Journal*, vol 4, pp. 7-18.
- Hakelius, K. (1996). Cooperative values – Farmers’ Cooperatives in the Minds of the Farmers. Diss. Swedish University of Agriculture Sciences. Uppsala.
- Hardman, P., Darroch, M., & Ortmann, G. (2002). Improving cooperation to make the South African fresh apple export value chain more competitive. *Journal on chain and network science*, 2(1), ss 61–72
- Huemer, L. (1998) Trust in business relations – Economic logic or social interaction? Boréa, Umeå
- Hvenmark J. (2008). Reconsidering membership: A study of individual members’ formal affiliation with democratically governed federations. Stockholm School of Economics, Stockholm. (Dissertation) 245p.
- Forsell, A. & Ivarsson-Westerberg, A. (2007) Organisation från grunden. Malmö: Liber
- Jacobsen, D. (2007). Vad, hur och varför: om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen, Studentlitteratur, Lund.
- Jordbruksverket (2021). Jordbruksföretag och företagare 2020.
<https://jordbruksverket.se/om-jordbruksverket/jordbruksverkets-officiella-statistik/jordbruksverkets-statistikrapporter/statistik/2021-04-28-jordbruksforetag-och-foretagare-2020> [2023-01-18]
- Jordbruksverket (2020). *Jordbrukets produktivitet och struktur*.
http://www2.jordbruksverket.se/download/18.267025215f9d477d3e27685/1510319648118/ra17_21.pdf [2023-01-19]
- Jordbruksverket (2022). Jordbruksföretag och företagare 2022.
<https://jordbruksverket.se/om-jordbruksverket/jordbruksverkets-officiella->

- [statistik/jordbruksverkets-statistikrapporter/statistik/2022-11-10-jordbruksforetag-och-foretagare-2022](#) [2023-01-19]
- Jussila, I.; Byrne, N.; Tuominen, H. (2012). Affective commitment in co-operative organizations: What makes members want to stay?. *International Business Research* 5.10: 1.
- Kronholm, T. (2015). *Forest Owners' Associations in a Changing Society*. Doctoral Thesis. Swedish University of Agricultural Sciences. Umeå.
- Lin, Nan (2001) *Social Capital: A Theory of Social Structure & Action*, Port Chester, NY: Cambridge University Press.
- Michelsen, J. (1994). The rationales of cooperative organizations. Some suggestions from Scandinavia. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 65, 13-34.
- Morse, J. M. (2008). Confusing categories and themes. 18(6), pp. 727-728
- Nationalencyklopedin (u.å). *Fallstudie*. [fallstudie - Uppslagsverk - NE.se](#) [2023-02-13]
- Nationalencyklopedin (u.å). *Transaktionskostnad*.
<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/transaktionskostnad> [2023-02-06]
- Nilsson, J. (1991). *Kooperativ utveckling*. Lund: Studentlitteratur.
- Oates, B.J. (2006) *Researching Information Systems and Computing*. Sage Publication Ltd London.
- Olsson, S. (2012). Hur nöjda är Arlas medlemmar?. (Examensarbete 2012: 728) Sveriges lantbruksuniversitet. Institutionen för ekonomi.
https://stud.epsilon.slu.se/4483/1/olsson_s_120703.pdf
- Oscarsson, H. (2005). Om individualisering, i Bjerled, B, Demker, M, Ekencrantz, J & Ekengren A-M. *Det hyperindividualiserade samhället*.
- Papakostas, A. (2011). The rationalization of civil society. *Current Sociology*, 59, 5-23.
- Putnam, Robert D. (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York: Simon & Schuster paperbacks.
- Putnam, Robert D. (2001). *Den ensamme bowlaren - Den amerikanska medborgarandans upplösning och förnyelse*. Stockholm: SNS Förlag.
- Putnam, Robert D. (1996). *Den fungerande demokratin – Medborgarandans rötter i Italien*. Stockholm: SNS Förlag.
- Robson, C. (2002). *Real world research: a resource for social scientists and practitioner researchers* 2. ed., Oxford: Blackwell.
- SCB (2022). *Marken i Sverige*. <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/miljo/marken-i-sverige/> [2023-01-18]
- Skogsindustrierna (2015). *Branschfakta*.
<http://www.skogsindustrierna.org/branschen/branschfakta> [2023-01-19].
- Skogsindustrierna (2021). *Skogsnäringens betydelse för välfärden*.
<https://www.skogsindustrierna.se/siteassets/dokument/rapporter/skogsna-ri-gens-betydelse-for-valfarden-2021.pdf> [2023-01-18]

- Svensk Kooperation (u.å). Om Kooperation.
<https://coompanion.se/coompanion/vad-ar-kooperation/> [2023-01-18]
- Stryjan, Y. (1994). Understanding cooperatives: The reproductive perspective. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 65, 59–79.
- Södra (u.åa). Södras uppdrag – ett långsiktigt och lönsamt familjeskogsbruk.
https://www.sodra.com/sv/se/skog-medlem/medlem-i-sodra/hur-fungerar-sodra/?utm_source=website&utm_medium=puffar&utm_campaign=A/B%2btest%2bstartside%2b2021/12&utm_content=a-version [2023-02-21]
- Södra (u.åb). Södramodellen – Södras ekonomiska modell.
<https://www.sodra.com/sv/se/skog-medlem/medlem-i-sodra/hur-fungerar-sodra/sodramodellen/> [2023-02-21]
- Tillväxtverket (2022). Basfakta om företag.
<https://tillvaxtverket.se/statistik/foretagande/basfakta-om-foretag.html> [2023-01-18]
- Verksamt (2022). *Starta kooperativ*. <https://www.verksamt.se/fundera/starta-kooperativ> [2023-02-06]
- Yin, R. K. (2013). *Case Study Research: Design and Methods*. (5th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications Inc.

Populärvetenskaplig sammanfattning

Med målet om att på ett mer effektivt sätt nyttja ekonomiska resurser, driva affärsverksamhet och bli mer konkurrenskraftiga kan lantbrukare gå samman och arbeta genom kooperativ. En förutsättning för den kooperativa organisationens överlevnad är att dess medlemmar upplever ett värde i att vara en del av kooperativet. Denna studie undersöker vilka faktorer det är som gör att medlemmar väljer att fortfarande vara medlem i ett kooperativ.

Ett kooperativ bildas när en grupp av flera skogsägare eller lantbrukare går tillsammans för att bli starkare på marknaden. Du som skogs- eller lantbrukare kan då bli medlem i ett kooperativ, tillsammans med andra i din bransch. Var och en av dessa bedriver fortfarande en egen verksamhet, men säljer sina produkter genom kooperativet och delar på vinsten. I tuffare ekonomiska tider när många konkurrerar om att få sälja just sina varor, så är du som enskild lantbrukare genom kooperativet starkare, då ni är fler. Kooperativ finns representerade inom flera branscher men är speciellt stort inom skogs- och lantbrukssektorn. I takt med att kooperativ blir allt större med många medlemmar är det viktigt att varje enskild medlem fortfarande får sin röst hörd.

Resultatet visade på att medlemmar i kooperativa skogs- och lantbruksföretag upplever att *trygghet* och *tillit* är de mest betydelsefulla delarna för att de ska fortsätta att vara en del av kooperativet, och inte gå ur det. Tryggheten beskrevs i form av att få ekonomisk avkastning genom kooperativet, att vinster ska delas lika. Med tillit menade de intervjuade att man litar på kooperativet som helhet och att alla medlemmar är med och bidrar till kooperativets bästa. Även om deras relation till andra medlemmar inte bygger på ett utbyte i form av att ses fysiskt så framkom det av respondenterna att de uppskattar hjälp från varandra och förväntar sig lojalitet inom medlemskåren i kooperativet. Det bör därmed kunna anses lika viktigt för att skapa tillit inom kooperativet.

Studien genomfördes genom att intervjua tre medlemmar i två olika skogs- och lantbrukskooperativ. Målet med intervjuerna var att på ett djupgående sätt förstå vad de anser är för- och nackdelar med att vara medlem, och även vilka långsiktiga förväntningar de har på kooperativet.

Tack

Jag vill rikta ett stort tack till min handledare Karin Hakelius, lektor i företagsledning. Det har varit med stort intresse och engagemang som du berikat min studie med idéer, tips och handledning under hela terminens gång. Ditt intresse för kooperativa organisationer har bidragit med kunskap som varit mycket värdefullt genom hela arbetet. Avslutningsvis vill jag även rikta ett stort tack till de medverkande respondenterna för att ni avsatte tid till att vara med i min studie och bidra era upplevelser av svenska skogs- och lantbrukskooperativ.

Bilagor

Bilaga 1. Intervjufrågor till medlemmar i Södra och Arla

1. Hur länge har du varit medlem i Södra/Arla?
2. Hur blev du medlem i Södra/Arla?
3. Vilka fördelar anser du finns med ditt medlemskap i Södra/Arla?
 - *Vad är anledningen till att du är medlem i Södra/Arla?*
4. Vilka nackdelar anser du finns kopplat till ditt medlemskap i Södra/Arla?
5. Har dessa för- och nackdelar förändrats över tiden du varit medlem?
 - *Vilka är dessa för- och nackdelar?*
 - *Har det varit positiva eller negativa förändringar?*
 - *På vilket sätt har de förändrats över tiden?*
6. Vilka faktorer har varit avgörande för att du stannat kvar som medlem?
7. Vad förväntar du dig av ett långsiktigt medlemskap hos Södra/Arla?
8. Hur har kooperativet hjälpt dig att förbättra din verksamhet?
 - *Om ja, på vilket sätt har kooperativet hjälpt dig förbättra din verksamhet?*
 - *Vilka för- och nackdelar har dessa inneburit?*
9. På vilket sätt anser du att kooperativet bidrar till att stödja lokala jordbrukare och skogsägare?
10. Hur är din relation till andra medlemmar?
 - *Har den förändrats över tid?*
11. Är det någonting du önskar tillägga?

Publicering och arkivering

Godkända självständiga arbeten (examensarbeten) vid SLU publiceras elektroniskt. Som student äger du upphovsrätten till ditt arbete och behöver godkänna publiceringen. Om du kryssar i **JA**, så kommer fulltexten (PDF-filen) och metadata bli synliga och sökbara på internet. Om du kryssar i **NEJ**, kommer endast metadata och sammanfattning bli synliga och sökbara. Även om du inte publicerar fulltexten kommer den arkiveras digitalt. Om fler än en person har skrivit arbetet gäller krysset för samtliga författare. Du hittar en länk till SLU:s publiceringsavtal på den här sidan:

- <https://libanswers.slu.se/sv/faq/228316>.

JA, jag/vi ger härmed min/vår tillåtelse till att föreliggande arbete publiceras enligt SLU:s avtal om överlåtelse av rätt att publicera verk.

NEJ, jag/vi ger inte min/vår tillåtelse att publicera fulltexten av föreliggande arbete. Arbetet laddas dock upp för arkivering och metadata och sammanfattning blir synliga och sökbara.