



# **Påverkar medlemmarnas engagemang uppfattningen av medlemskap, förtroende och socialt kapital?**

En komparativ studie mellan olika engagemangsnivåer  
bland medlemmar

---

Gabriella Ivedal & Lukas Hüllert Åkesson

Examensarbete/Självständigt arbete • 30 hp

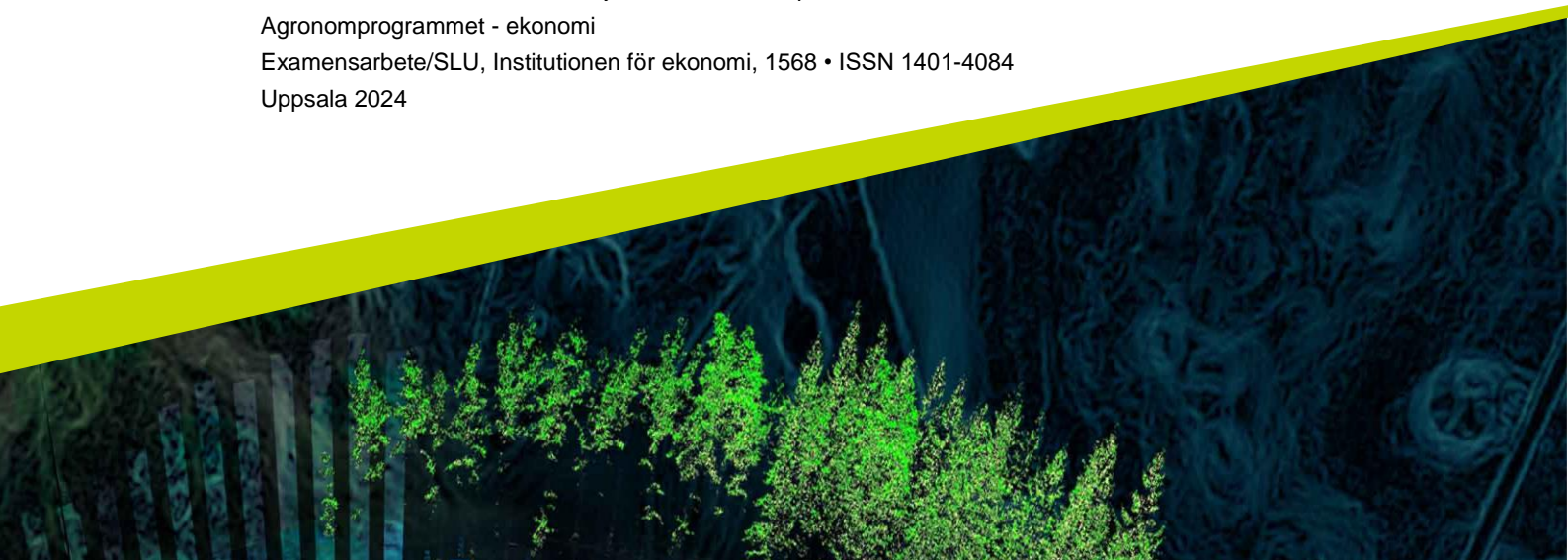
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap/Institutionen för ekonomi

Agronomprogrammet - ekonomi

Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi, 1568 • ISSN 1401-4084

Uppsala 2024





# **Påverkar medlemmarnas engagemang uppfattningen av medlemskap, förtroende och socialt kapital? - En komparativ studie om olika engagemangsnivåer bland medlemmar**

Gabriella Ivedal & Lukas Hüllert Åkesson

**Handledare:** Karin Hakelius, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för ekonomi

**Examinator:** Richard Fergusson, 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:** 2024  
**Upphovsrätt:** Alla bilder används med upphovspersonens tillstånd.  
**Serietitel:** Examensarbete/SLU, Institutionen för Ekonomi  
**Delnummer i serien:** 1568  
**ISSN:** 1401-4084

**Nyckelord:** Kooperativ, medlemskap, förtroende, socialt kapital  
lantbrukskooperativ, skogskooperativ

**Sveriges lantbruksuniversitet**

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap  
Institutionen för ekonomi

## Sammanfattning

Sverige är unikt som land med sin höga andel skog av den totala ytan, 75% utgörs av jord- och skogsmark, vilket motsvarar 30,9 miljoner hektar. Det gör att skogsnäringen har en viktig roll för Sverige, både för handeln, exporten och sysselsättningen inom landet. Ägandeformen utgörs av en stor del privata aktörer, vilket medför flera positiva följder. Av alla företag som är registrerade i Sverige är 58 000 företag verksamma inom lantbruk och har haft en nedåtgående trend sedan 90-talet av flera anledningar. Det är vanligt förekommande att lantbrukare även äger skogsfastigheter. Det kan vara genom arv och generationsskifte, eller långsiktiga placeringar. Efterhand som antalet markägare blir färre och bolag vuxit sig stora internationellt har en alternativ organisationsform visat stora framsteg. Kooperativ har visat sig vara ett framgångsrikt alternativ, många mindre markägare går samman och blir medlemmar i ett kooperativ och driver egen verksamhet. Grundidén är att vara en demokratisk organisation där medlemmarna styr och bestämmer, alla jobbar mot gemensamma mål och intresse. Genom att ansluta sig till ett kooperativ bildas ett medlemskap, där medlemmen anförtror sig till kooperativet och accepterar deras värderingar och kriterier. Förväntningarna på kooperativet kan variera mellan medlemmarna precis som deras vilja att engagera sig.

Syftet med denna studie är att jämföra medlemmar med olika engagemangsnivåer inom ett kooperativ för att se om deras uppfattning om medlemskap, förtroende och socialt kapital skiljer sig åt. För att besvara forskningsfrågan som författarna formulerat valdes en komparativ studie mellan engagerade och icke engagerade medlemmar. Ett fallföretag tillämpades för att applicera forskningsfrågan på och samla in empiri av deras medlemmar. Resultatet kommer från en analys av det material som samlats in från intervjuer av kooperativets medlemmar tillsammans med de valda teorierna och befintliga forskningen som gjorts. Kooperativet som undersökningen grundar sig i är en skogsägarförening som är verksam i Sverige. Sammanfattningsvis är författarnas slutsats att medlemmarnas olika engagemangsnivå inte har någon betydelse hur de upplever medlemskap, förtroende och socialt kapital. Trots att de kan kategoriseras inom samma steg på en engagemangstrappa kan medlemmarna uppleva begreppen olika. En engagerad och en icke engagerad medlem kan uppleva medlemskap, förtroende och socialt kapital på samma sätt inom ett kooperativ, trots de är på helt olika steg i engagemangstrappan.

*Nyckelord:* Kooperativ, medlemskap, förtroende, socialt kapital, lantbrukskooperativ, skogskooperativ

## Abstract

Sweden is unique as a country with its high proportion of forest in the total area, 75% is agricultural and forest land, which corresponds to 30.9 million hectares. This means that the forestry industry has an important role for Sweden, both for trade, exports and employment within the country. The form of ownership consists of a large number of private actors, which entails several positive consequences. Of all companies registered in Sweden, 58,000 companies are active in agriculture and have had a downward trend since the 90s for several reasons. It is common for farmers to also own forest properties. It can be through inheritance and generational change, or long-term investments. As the number of land owners becomes fewer and companies have grown large internationally, an alternative form of organization has shown success. Cooperatives have proven to be a successful alternative, many smaller landowners join together and become members of a cooperative and run their own business. The basic idea is to be a democratic organization where the members rule and decide, everyone works towards common goals and interests. By joining a cooperative, a membership is formed, where the member entrusts themselves to the cooperative and accepts their values and criteria. Expectations of the cooperative may vary between members just as their willingness to get involved.

The purpose of this study is to compare members with different commitment levels within a cooperative to see if their perceptions of membership, trust and social capital differ. In order to answer the research question that's formulated by the authors, a comparative study was chosen between engaged and non-engaged members. A case company was applied to answer research question and collect empirical data from their members. The result comes from an analysis of the material collected from interviews of the members of the cooperative together with the selected theories and the already existing research. The cooperative on which the survey is based is a forest owners' association that operates in Sweden. In summary, the authors' conclusion is that the members' different level of commitment has no bearing on how they experience membership, trust and social capital. Although they may be categorized within the same step on the commitment ladder, members may experience the concepts differently. An engaged and a non-engaged member can experience membership, trust and social capital in the same way within a cooperative, even though they are on completely different steps on the engagement ladder.

*Keywords:* Cooperative, membership, trust, social capital, agricultural cooperative, forest cooperative

# Innehållsförteckning

<b>Tabellförteckning .....</b>	<b>8</b>
<b>Figurförteckning.....</b>	<b>9</b>
<b>1. Inledning .....</b>	<b>10</b>
1.1 Bakgrund.....	10
1.1.1 Jord- och skogsmark i Sverige .....	10
1.1.2 Kooperation.....	13
1.2 Problem.....	15
1.2.1 Teoretiskt problem .....	15
1.2.2 Empiriskt problem .....	15
1.3 Syfte och forskningsfråga .....	16
1.4 Avgränsningar .....	16
1.5 Studiens disposition .....	17
<b>2. Teori .....</b>	<b>19</b>
2.1 Kooperation.....	19
2.1.1 Kooperation och organisationsform .....	19
2.1.2 Den kooperativa verksamheten .....	20
2.2 Medlemskap.....	21
2.2.1 Medlemsengagemang .....	24
2.3 Socialt kapital .....	25
2.4 Teoretiskt ramverk .....	27
<b>3. Metod.....</b>	<b>28</b>
3.1 Litteraturgenomgång .....	28
3.2 Forskningsmetod.....	28
3.3 Forskningsstrategi.....	29
3.4 Fallstudie.....	30
3.5 Semistrukturerade intervjuer.....	31
3.5.1 Urval.....	31
3.5.2 Datainsamling .....	32
3.6 Analysmetod .....	33
3.7 Kritisk reflektion.....	34
3.7.1 Kvalitetssäkring.....	35
3.7.2 Etiska aspekter .....	36

<b>4. Empiri</b> .....	<b>38</b>
4.1 Företagsbeskrivning.....	38
4.2 Respondenter.....	39
4.2.1 Beskrivning av respondenter .....	40
4.2.2 Uppfattning på medlemskapet i Södra .....	40
4.2.3 Långsiktiga perspektiv hos medlemmarna .....	43
<b>5. Analys och resultat</b> .....	<b>46</b>
5.1 Analys med koppling till medlemskap .....	46
5.2 Analys med koppling till socialt kapital.....	48
5.3 Resultat .....	50
<b>6. Diskussion och slutsats</b> .....	<b>52</b>
6.1 Diskussion.....	52
6.1.1 Resultat- och analysdiskussion .....	52
6.1.2 Metoddiskussion .....	53
6.2 Slutsats .....	54
6.3 Framtida studier .....	56
<b>Referenser</b> .....	<b>57</b>
<b>Populärvetenskaplig sammanfattning</b> .....	<b>60</b>
<b>Tack</b> .....	<b>61</b>
<b>Bilaga 1-Intervjufrågor</b> .....	<b>62</b>

# Tabellförteckning

Tabell 1. Generella dimensioner i medlemskap med tillhörande förklaring .....	221
Tabell 2. Beskrivning av respondenter .....	39



# Figurförteckning

Figur 1. Vem äger skogen i Sverige?..	11
Figur 2. Studiens disposition.....	18
Figur 3. Södras Member loyalty ladder.....	25
Figur 4. Teoretiskt ramverk .....	27
Figur 5. Reviderat teoretiskt ramverk .....	50

# 1. Inledning

*I det första kapitlet har författarna som avsikt att presentera ämnet för läsarna och skapa förståelse genom en bakgrundsbeskrivning om kooperativa organisationer som företag. Sedan presenteras en problemformulering som arbetet är ämnat att lösa, samt arbetets syfte och frågeställning. Kapitlet avslutas med att beskriva de avgränsningar som gjorts i arbetet och rapportens struktur.*

## 1.1 Bakgrund

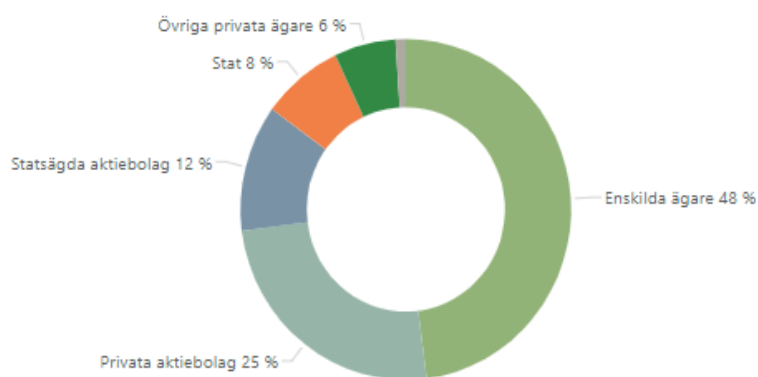
Nedan presenteras bakgrundsinformation angående hur jord- och skogsmarken är fördelad i Sverige, även hur ägarstrukturen för skogsmark ser ut samt varför Sverige är så unikt med sin ägarstruktur. Vidare presenteras också Kooperation, en ekonomisk förening där medlemmarna har en betydande roll för organisationens existens.

### 1.1.1 Jord- och skogsmark i Sverige

Skogen är en viktig resurs och naturtillgång för Sverige och dess ekonomi. Statistiska centralbyrån, SCB, gör mätningar och tar fram statistik var femte år gällande arealfördelningen i Sverige. År 2020 utgjordes 75% av Sveriges totala yta av jord- och skogsmark, vilket motsvarar 30,9 miljoner hektar (SCB 2023). Jordbruksmarken står för 7% och utgörs av åker- och betesmark. Andelen hektar per person har minskat i Sverige de senaste 150 åren, i kombination med en ökad befolkning, samtidigt som en del brukad mark har vuxit igen (ibid). Skogsmarken står för 68% av Sveriges totala yta, vilket gör Sverige till ett av de länder med störst andel skog i Europa i förhållande till landets totala yta. Sveriges totala skogsmark består av 84% produktiv skogsmark, dvs mark som utgör så god kvalitet att den lämpar sig för skogs- och virkesproduktion. Resterande mark utgörs av improduktiv mark såsom berg, myr och fjäll (SCB 2023). Sveriges stora andel skog gör exporten till en viktig del av handeln: 20% av skogsnäringens produkter stannar inom Sverige medan 80% exporteras. År 2021 stod exporten för ett värde motsvarande 164 miljarder kronor. Branschen sysselsätter 120 000 anställda, vilket motsvarar ca

2% av Sveriges totala arbetstagare (Skogsindustrierna 2023a). Skogsnäringen bidrar till industrin med trävaror, massaproduktion och pappersindustrin. Skogsindustrin står för ca 12% av den totala industrins sysselsättning, vilket inkluderar export och förädling. Förädlingen av trävaror uppgår till 120 miljarder kronor och står för cirka 2,5% av Sveriges totala bruttonationalprodukt, BNP (Skogsindustrierna 2023a). Skogsindustrin arbetar systematiskt med klimat- och miljöfrågor. Klimatberäkningar från Skogsindustrierna visar att den svenska skogen binder upp mot 140 miljoner ton koldioxid per år (Skogsindustrierna 2022).

Att investera i skogsmark är vanligt förekommande idag i Sverige. Det sker investeringar av privata skogsägare men också större företag investerar i skogsfastigheter. Överlåtelse och generationsskifte av skogsmark är någonting som också är vanligt förekommande (Skogsindustrierna 2023b). Skogsägarna skiljer sig åt med avseenden på att det finns många olika syften med ägandet av skogs- och virkesproduktion - både mellan olika privata ägare men även statliga aktiebolag. Skogsindustrierna (2023b) menar att Sverige är ett av de länder med mest blandad ägarstruktur i världen. Ägandet av skogen fördelas mellan: *Enskilda ägare (48%), Privata aktiebolag (25%), Statsägda aktiebolag (12%), Staten (8%) och Övriga privata ägare (6%), se figur 1 nedan* (Skogsindustrierna 2023b). Att den privata sektorn skogsägare som finns i Sverige är så stor, gör Sverige unikt jämfört med resten av världen. Förenta nationernas, FN:s, livsmedels- och jordbruksorganisation (Food and Agriculture Organization) FAO:s “Global Forest Assessment” från 2015 visar att all skog i Ryssland, Centralasien och stora delar av Afrika och Kanada är statligt ägda. I Europa är det vanligare med privata aktörer som ägare av skog, där är det upp mot 56% som tillhör privata ägare. I Sverige utgörs ca 75% av skogsmarken av privat ägd skog, sammanslaget av privatpersoner och privata aktiebolag.



Figur 1. Vem äger skogen i Sverige? Källa: Skogsindustrierna 2022

<https://www.skogsindustrierna.se/om-skogsindustrin/vad-gor-skogsindustrin/skogsbruk/agande/>

Skogsindustrierna (2020) beskriver att privat ägande är gynnsamt när det gäller förvaltning av skogen, då både ekonomisk och hållbar utveckling tas i beaktande av skogsägaren. De menar att ägande behöver utgöras av en person, annars är det enkelt att skogsägandet inte värdesätts, dvs att det inte sker något personligt engagemang eller mål med ägandet och på så vis kan förvaltningen ändras till ett sämre alternativ (ibid). Skog ska förvaltas långsiktigt och privata markägare genomför ofta en noggrann skötsel på marken för att uppnå en långsiktig hållbarhet i skogen tillsammans med god ekonomi. En bred variation av ägande gynnar ofta skogen till att utgöras av ett mångfasetterat skogslandskap, eftersom enskilda individers brukande av skogen kan skilja sig åt samt att målsättningen kan variera så länge det är inom lagens ramar. Det leder till en ökad mångfald i skog och mark (Skogsindustrierna 2020). Skogsägare kan ha olika mål med skogen, sk målvärden, som påverkar hur skogsägaren sköter skogen för att främja olika intressen. Det kan vara värde som bland annat bidrar till en vacker boendemiljö och landskapsbild, eller att sköta skogen så det gynnar vilt och jakt (Berglund & Nilsson 2012). Oavsett typ av skogsägare finns det lagar som styr och kontrollerar att skogsbruket och markanvändningen sköts enligt de lagar och regler som finns. Skogsvårdslagen och Miljöbalken är de lagrum som reglerar brukandet av marken i Sverige. Ägandet av skog medför både rättigheter och skyldigheter, oberoende av ägarform, men ägarnas visioner gällande skogen kan skilja sig åt (ibid).

Enligt Ekonomifakta (2023) finns det drygt 1,2 miljoner aktiva företag registrerade inom svenskt näringsliv. Av Sveriges totala antal företag fanns det enligt statistik från Jordbruksverket (2021) 58 000 jordbruksföretag, som tillsammans stod för ett brukande av 2,5 miljoner hektar åkermark och 460 000 hektar betesmark. Sveriges antal jordbruksföretag har haft en nedåtgående trend sedan 1990-talet, antalet företag har minskat med ca 40% (Jordbruksverket 2022a). Det är vanligt förekommande att jordbruksföretag äger skogsmark, ofta som enskilda företag. År 1981 stod jordbruksföretagen för ett ägande av 4,4 miljoner hektar skog i Sverige, det har minskat med ca 20% år 2021 till 3,5 miljoner (Jordbruksverket 2022b). Enligt Skogsstyrelsen (2021) ägde 354 288 fysiska personer skogsmark i Sverige år 1999. Antalet ägare har minskat och år 2021 var det 311 479 som ägde skogsmark i Sverige, varav 98% av dessa var bosatta inom landet. Under samma tidsperiod har andelen skogsägare bosatta utanför Sverige ökat från 1% till 2%, vilket betyder att 7 177 svenska skogsägare är bosatta i utlandet. Det visas tydligt att antalet markägare har minskat både inom jord- och skogssektorn. Även andelen öppen areal minskar efter att betesmarkerna växer igen och städerna växer. Skogsstyrelsen (2021) visar att antalet brukningsenheter minskar samtidigt som de växer i storlek. Det blir färre markägare medan deras arealer växer.

### 1.1.2 Kooperation

Små enstaka företag är ofta maktlösa på en stor marknad oavsett vilken bransch de är verksamma inom. Ett sätt för mindre företag att få en konkurrensfördel på marknaden är att slå ihop sig med liknande företag (Barton 2000). Det gör att organisationen gemensamt kan organisera sig och hantera exempelvis större volymer och på så vis förhandla om bättre priser (Verksamt 2023b). Ett kooperativ är en ekonomisk förening som både ägs och styrs av medlemmar, där de bidrar med ekonomiska och sociala värden (Barton 2000). Enligt International Cooperative Alliance (ICA) (2018) bygger kooperativa verksamheter på värderingarna: *Self-help, self-responsibility, democracy, equality, equity* och *solidarity*.

Värderingarna ligger till grund för de sju grundprinciper som gemensamt utgör den kooperativa ideologin som: *Voluntary and Open Membership, Democratic Member Control, Member Economic Participation, Autonomy and Independence, Education, Training, and Information, Cooperation among Cooperatives* och *Concern for Community* (ICA 2018). Frivilligt och öppet medlemskap leder till att alla kan ta del av kooperativets tjänster och ta ett medlemsansvar. Kooperativ är demokratiska organisationer där medlemmarna styr organisationen, vilket ger medlemmarna utrymme att vara aktiva i organisationens mål, riktlinjer och beslutsfattande. Det traditionella sättet att styra en kooperativ organisation är att medlemmarna har en röst vardera (ibid). Som medlem i ett kooperativ bidrar varje medlem rättvist till den kooperativa föreningens kapital och demokrati. Ingår ett kooperativ avtal med andra organisationer eller införskaffar externt kapital, genomförs det med villkor som säkerställer demokratisk medlemskontroll och upprätthåller kooperativets värderingar och autonomi, med vilket menas att avtalet görs i medlemmarnas och organisationens intresse. Som medlem i ett kooperativ kan erbjudande om utbildning möjliggöras från kooperativet för att på ett effektivt sätt bidra till utveckling internt. Inom en kooperativ organisation är samarbete en viktig aspekt, både inom och utanför kooperativet. Att samarbeta med andra kooperativ på lokal, nationell eller internationell nivå är någonting som kooperativ uppmuntras till att göra (ibid).

Individer som ingår i medlemskap knyter sig an till en organisation (Stryjan 1994). Med ett kooperativs medlemskap skapas förväntningar hos medlemmarna som organisationen ska uppfylla. När förväntningarna och det som efterfrågas uppfylls skapas förtroende mellan parterna (Michelsen 1994). Robinson (2013) beskriver att fokus bör riktas till medlemmarnas värderingar, där värderingarna fungerar som principer rörande vad som är viktigt, samt mindre viktigt, i livet. Kooperativa organisationer bygger på att framhäva medlemmarnas ekonomiska intressen, minska transaktionskostnaderna och bidra till ökad ekonomisk lönsamhet för både medlemmarna och samhället (Coompanion u.å). Rao (2003) förklarar att transaktionskostnader är den kostnad som uppstår i samband med en ekonomisk

transaktion, dvs när det sker ett utbyte av en vara eller en tjänst. Enligt Rao (2003) inkluderas exempelvis följande i transaktionskostnader: kostnaden för mätningar, förhandlingar, överenskommelser om kontrakt och konflikter kring avtal. Tidigare forskning visar att när förtroendet mellan parter i en affärsrelation är högt minskar transaktionskostnaderna och vid minskade transaktionskostnader kan lönsamheten öka (Berggren & Jordahl 2005).

Inom Kooperation utgör demokrati och frivilligt medlemskap viktiga principer, vilket gör att organisationen bygger verksamheten på att medlemmar engagerar sig för att utveckla och driva organisationen i önskvärd riktning. Kronholm har samlat flera forskares olika definitioner av begreppet *engagemang*. Forskarna Morgan och Hunts (1994, se Kronholm 2015) definition av engagemang är "*the committed party believes the relationship is worth working on to ensure that it endures indefinitely*", medan Gruen et al (2000, se Kronholm 2015) definierar begreppet som "*the degree of membership's psychological attachment to the association*". Den gemensamma faktorn gällande de olika författarnas definitioner är att relationen mellan två parter är avgörande över tid för en framgångsrik relation, menar Han et al (2008, se Kronholm 2015). Resultatet av visat engagemang hos medlemmar har exempelvis varit en minskad omsättning av medlemmar, hög motivation hos medlemmarna och att de är involverade i organisationen (Morgan & Hunts, 1994; Gruen et al., 2000, se Kronholm 2015).

Engagerade medlemmar bidrar till socialt kapital, vilket skapar ett ansvarstagande och stärker kooperativet att bli mer konkurrenskraftig på marknaden enligt Svensk Kooperation (u.å). Enligt Coleman (1988, se Bäck 2012) handlar det sociala kapitalet om den förmågan individer har att samarbeta i grupper eller inom organisationen mot de uppsatta målen. Putnam (2000, se Bäck 2012) framhäver *förtroende*, *tillförlitlighet* och *socialt nätverk* som viktiga faktorer i det sociala kapitalet. Forskaren Eric Uslaner (2002, se Bäck 2012) ser det *sociala förtroendet* som den mest betydelsefulla beståndsdel i det sociala kapitalet. Svensk Kooperation (u.å) hävdar att Kooperation är framtidens företagande, där ett demokratiskt näringsliv är ett hållbart företagande. Idag står Sveriges hundra största kooperativ för en omsättning som motsvarar 10% av Sveriges BNP (ibid). Kooperativ har blivit en vanlig organisationsform, inte bara inom skogs- och lantbruksbranschen. Även inom branscher som banker, försäkringsbolag, matkedjor och eldistributörer förekommer kooperativ (ibid).

## 1.2 Problem

I avsnitt 1.2.1 och 1.2.2 presenteras arbetets teoretiska och empiriska problem som ligger till grund för studiens syfte och frågeställning. Problemen beskrivs för att ge läsaren en större förståelse för studiens bidrag till forskning inom området.

### 1.2.1 Teoretiskt problem

Kooperativ verksamhet grundas i samverkan och gemensamma mål mellan medlemmar (Verksamt 2023b). Medlemmarnas värderingar om betydelsefulla eller mindre betydelsefulla situationer i livet fungerar som principer för att fatta beslut eller forma beteenden (Robinson 2013). Som medlem i ett kooperativ finns det förväntningar och en efterfrågan att sträva mot gemensamma mål. Organisationen behöver tillfredsställa medlemmarnas behov och förväntningar för att skapa ett förtroende som gör att medlemmarna stannar inom den kooperativa organisationen (Michelsen 1994). Förtroendet mellan medlemmarna och organisationen har stor betydelse för att medlemmarna ska känna ömsesidighet och skapa en relation till organisationen, samt hur budskap och tjänsteerbjudanden förmedlas mellan dessa. En god relation mellan organisationen och deras medlemmar kan vara avgörande för att skapa engagemang och vilja att vara med och påverka organisationen. Det finns tidigare forskning inom liknande områden om kooperativ. En tidigare studie har undersökt hur medlemmar inom skogs kooperativ har upplevt medlemsnytta (Abrahamsson 2016). Annan tidigare forskning tar upp värdeskapande faktorer inom lantbruks kooperativ (Granath 2023). Även forskning om *socialt kapital* och *medlemsnytta* hos svenska skogsägare är områden som studerats (Olsson 2012; Lager 2013)

Kronholm (2015) fokuserar på “Forest Owners’ Associations in a Changing Society” och Einarsson (2008) som behandlar begreppet *medlemskap* i ett generellt perspektiv. En mer övergripande undersökning där fokus är att se om det sociala kapitalet, förtroendet och synen på medlemskap skiljer sig åt, har inte genomförts inom den svenska skogsbranschen, vilket motiverar en studie som avser att undersöka medlemmarnas engagemang i ett kooperativ utifrån teorierna om medlemskap och socialt kapital. Vilket stärker motivationen till denna studie.

### 1.2.2 Empiriskt problem

För att bli mer konkurrenskraftiga på marknaden kan enskilda lantbruksföretag bli medlemmar i en kooperativ organisation (Barton 2000). Nilsson & Björkman (2003) menar att engagerade medlemmar känner en större trygghet i både kooperativet och sitt eget företagande. Tryggheten skapas genom ekonomiska och

sociala värden. Medlemmarnas engagemang och upplevda värden är kopplade till kooperativets överlevnad, samt den relation och förtroende som skapas mellan medlemmarna och organisationen. Medlemmens engagemang inom kooperativet kan bestå av både ekonomiska tillskott och sociala värden. Engagemanget hos medlemmarna kan variera beroende på vilka förväntningar som uppfylls. Upplever inte medlemmarna ett ömsesidigt givande och tagande mellan organisationen och dess medlemmar kan förtroendet gå förlorat. Förtroendet mellan medlemmarna och organisationen kan anses vara kopplat till medlemmens engagemang till kooperativet som kan ändras och utvecklas i samband med relationen mellan parterna. För att studera de olika engagemangsnivåerna bland medlemmar i ett kooperativ kan teori om medlemskap och socialt kapital användas.

### 1.3 Syfte och forskningsfråga

Syftet med denna studie är att jämföra om medlemmarnas engagemang inom ett kooperativ påverkar uppfattningen om medlemskap, förtroende och socialt kapital inom kooperativet.

För att uppnå studiens syfte har följande forskningsfråga formulerats:

- Skiljer sig medlemmarnas uppfattning om medlemskap, förtroende och socialt kapital åt beroende på medlemmarnas engagemang inom kooperativet?

### 1.4 Avgränsningar

För att undvika att samla in och bearbeta material som inte bidrar till studien har avgränsningar gjorts. Tydliga avgränsningar hjälper både forskare och läsare att förstå strukturen och det huvudsakliga problemet. Studiens disponering och upplägg är viktig för att minska risken för missförstånd och feltolkningar (Bryman & Bell 2017). Författarna har behövt göra flertalet avgränsningar i denna studie för att effektivisera arbetet och resultera i en slutsats. Avgränsningar har även påverkat valet av metod i arbetet, forskningsfrågan riktar sig till ett djupgående svar, vilket talar för vissa metoder medan andra metoder inte är relevanta.

Uppsatsen skrivs inom agronomprogrammet i företagsekonomi och kräver därför en koppling till lantbruk. Det finns en stor andel svenska kooperativ som är verksamma inom skog eller jordbruk, samt många lantbrukare som äger och innehar



skog, därför har denna studie relevans för både skogs- och lantbrukssektorn. Arbetet begränsas till att undersöka ett svenskt kooperativ som är verksam inom skogssektorn har valts som ett empiriskt exempel för att besvara arbetets forskningsfråga och uppnå syftet. Att göra jämförelsen inom endast ett kooperativ görs för att hitta respondenter med liknande förhållanden, villkor, areal, betalsystem etc, för att de ska bli jämförbara med varandra. Valet av fallföretag i detta arbete grundar sig på att kooperativet är Sveriges största skogsägarförening med flera tusen medlemmar. Författarna anser att med hjälp av fallföretagets storlek på marknaden, finns det tillgängligt relevant material inom området samt stor möjlighet att få tag i relevanta respondenter. Fallföretaget är verksamt internationellt, men i detta arbete har författarna valt att avgränsa undersökningen inom den svenska marknaden. Kooperativet som denna studie behandlar är verksam i södra Sverige.

Avgränsningar som geografisk plats och storlek på fastigheten är något författarna behövt förhålla sig till vid val av respondenter. Arealen begränsas till mellan 50–150 hektar för att respondenterna ska ha möjlighet för liknande antal transaktioner med kooperativet samt att det är fallföretagets vanligaste medlemstyp. En stor skogsägare har större ekonomiska incitament till ett engagerat medlemskap än en skogsägare med lite mark. Andelen mark ska vara liknande mellan medlemmarna för att det inte ska utgöra en orsak till olika typer av engagemang.

Författarna har valt att avgränsa studien till att enbart studera begreppen *medlemskap*, *förtroende* och *socialt kapital*. Begreppen valdes av författarna då de är vanligt förekommande inom kooperativ forskning samt att de har väsentlig betydelse för kooperativa organisationer.

## 1.5 Studiens disposition

Studien har genomförts genom en förutbestämd disposition med sex kapitel som visas i *figur 2* nedan. Det första kapitlet, *Inledning*, börjar med en introduktion och en bakgrundsbeskrivning rörande jord- och skogsmark i Sverige. För att skapa en förståelse kring jord- och skogsmarkens betydelse för Sverige som land, både i termer av arbetstillfällen, export och omsättning. Därefter beskrivs begreppet Kooperation för att för att introducera läsaren i en organisationsform som ägs och styrs av dess medlemmar, vilket är vanligt förekommande för skogs och lantbrukssektorn i Sverige. Sedan görs en problemformulering som utgör studiens relevans för forskningen, studiens syfte och frågeställning tydliggörs samt de avgränsningar som gjorts presenteras. I kapitel två, *Teori*, presenteras de begrepp och teorier som författarna valt att inkludera i arbetet och som ligger till grund för

arbetet. Det är teorier som behandlar Kooperation, både som organisationsform och verksamhet, följt av teori om medlemskap och socialt kapital. Nästkommande kapitel, *Metod*, beskriver de val författarna valt att göra för studiens genomförande. Kapitlet börjar med en beskrivning av hur och varför en litteraturgenomgång ägde rum följt av en beskrivning av forskningsmetoden, där författarna visar en förståelse för valet av deras datainsamling och hur olika faktorer kan påverka utfallet. Studiens forskningsstrategi beskriver studiens genomförande följt av en förklaring till varför en fallstudie ska utföras med ett urval av respondenter där empiriskt material samlas. Författarna inkluderar även en kritisk reflektion och kvalitet- och etiska aspekter i detta kapitel.

Kapitel fyra, *Empiri*, presenterar det fallföretag som används i det empiriska exemplet. I kapitel fyra beskrivs respondenterna som deltar i undersökningen samt den data som samlats in via intervjuer med de tillfrågade respondenterna. Efter presentationen av datainsamlingen kommer kapitel fem, *Analys och Resultat*. I kapitel fem kopplas studiens empiri ihop med det utvalda teorierna från kapitel två. Även resultatet presenteras i kapitel fem. I det avslutade sjätte kapitlet, *Diskussion och Slutsats*, redogörs för likheter med studiens resultat med tidigare forskning. Författarna redogör även för olika slutsatser som kan dras utifrån analys och resultatet i denna studie. Kapitel sex avslutas med en metoddiskussion där för- och nackdelar med metodvalet tas upp, samt en avslutande del om vidare forskning inom området.



Figur 2. Studiens disposition (egen bearbetning)

## 2. Teori

*I kapitel 2 presenteras de teorier och begrepp som används i arbetet: Kooperation, medlemskap och socialt kapital. Teorierna är baserade på tidigare forskning inom ämnet. Kapitlet avslutas med ett teoretiskt ramverk där text tillsammans med en figur visar hur teorierna kopplas ihop i arbetet.*

### 2.1 Kooperation

Nedan presenteras Kooperation som organisationsform där begreppen företagsform och organisationsform förklaras. Sedan presenteras definitionen av den kooperativa verksamheten och dess funktioner.

#### 2.1.1 Kooperation och organisationsform

Begreppen *företagsform* och *organisationsform* används i många sammanhang som synonymter (till varandra). Företagsformen bestämmer till stor del hur ett företag styrs och om företaget ägs av en eller flera personer. De vanligaste företagsformerna är aktiebolag, handelsbolag och enskild firma (Fortnox 2023a). En organisationsform är hur organisationen väljer att strukturera upp de tillgängliga resurserna för att gemensamt samarbeta mot de uppsatta målen som organisationen har (Fortnox 2023b). Det är viktigt att förstå skillnaden mellan dessa begrepp. Ett kooperativ ska inte förknippas med en företagsform som aktiebolag eller handelsbolag, kooperativ är en ekonomisk förening som är ett annat sätt att äga och organisera ett företag (Verksamt 2023b).

Det finns tre huvudformer av organisationer, där *kooperativ* är en av dem. De andra två är den *kapitalstyrda* -och *centralstyrda* organisationsformen (Abrahamsson 2016). Den kooperativa organisationsformen producerar både individuella och gemensamma nyttor för medlemmarna. Om ett företag enbart åstadkommer individuella nyttor är den kapitalstyrda organisationsformen lämplig att tillämpa medan den centralstyrda organisationsformen har stort fokus på att producera gemensamma nyttor (Nilsson 1991).

Det första moderna kooperativet grundades år 1844 i England (Verksamt 2023a). Kooperativa verksamheter bygger på värderingarna: *Self-help, self-responsibility, democracy, equality, equity* och *solidarity* (ICA 2018). Värderingarna ligger till grund för de sju principer som kooperativa verksamheter har gemensamt (Verksamt 2023a). ICA (2018) beskriver principerna med kooperativ på följande sätt:

1. *Voluntary and Open Membership*: Du blir medlem i ett kooperativ om du själv vill. Alla medlemmar har rätt till att nyttja kooperativets tjänster och varor mot att de accepterar och tar sitt ansvar för sitt medlemskap oavsett kön, sexuell läggning, social ställning, etnicitet eller religion.
2. *Democratic Member Control*: Organisationsformen är en demokratisk process som medlemmarna styr. I mindre kooperativ tillämpas direktdemokrati medan i större kooperativ tillämpas representativ demokrati där det förtroendevalda är ansvariga inför medlemmarna. Oavsett vilken typ av demokratiskt system så gäller principen att en medlem har en röst i ett traditionellt kooperativ.
3. *Member Economic Participation*: Medlemmarna bidrar på ett rättvist sätt till den kooperativa föreningens kapital. Den årliga vinsten delas ut till medlemmarna och "påfyllnad" av eget kapital inom den kooperativa organisationen. Då finansiella förutsättningar finns så kan investeringar göras för att driva verksamheten. Medlemmarna ska gynnas i proportion till deras transaktioner med kooperativet.
4. *Autonomy and Independence*: Kooperativa verksamheter är fristående och styrs av sina medlemmar. Sluts avtal med andra företag eller kooperativ eller externt kapital tillförs, genomförs detta genom villkor som säkerställer en demokratisk kontroll.
5. *Education, Training, and Information*: Kooperativa verksamheter ska erbjuda utbildning för sina medlemmar så att det kan bidra till utveckling av kooperativets verksamhet.
6. *Cooperation among Cooperatives*: Att samarbete med andra kooperativa verksamheter stärker den kooperativa rörelsen.
7. *Concern for Community*: Arbetar för en hållbar utveckling av samhället.

## 2.1.2 Den kooperativa verksamheten

I avsnitt 2.1.1 kunde vi läsa om hur den kooperativa organisationen organiserar sig, i detta avsnitt kan vi läsa om hur den kooperativa verksamheten fungerar. Den kooperativa verksamheten visar det arbete som medlemmarna gör för att uppnå de uppsatta målen som organisationen har. För att ett kooperativ ska utvecklas och nå de uppsatta målen krävs det resurser inom kooperativet, som starkt engagemang

och ekonomiskt stöd från medlemmarna. Mål där medlemmar kan få mervärde av det utbyte av varor och tjänster som sker inom kooperativet men också mellan olika kooperativa företag, menar Nilsson (1991). För att skapa engagemang och motivation hos medlemmarna är det viktigt att kooperativet är attraktivt för medlemmarna, där varje enskild medlem känner ett starkt värde att delta i kooperativet. När en medlem bidrar med sitt engagemang eller tillgångar för att utveckla organisationen, kan det i förlängningen generera ekonomisk eller social tillväxt. Ju närmare kooperativet är att nå de uppsatta målen, desto större engagemang inom kooperativet är medlemmarna villiga att visa (Nilsson 1991).

## 2.2 Medlemskap

Individer kan ha olika anknytning till organisationer beroende på vilken organisationsform det handlar om. För att anknyta sig till en organisation kan en individ ingå medlemskap (Stryjan 1994). Stryjan (1994) tar upp att en organisation baserat på medlemskap har *tre* utmärkande punkter: medlemmarna skapar ett ömsesidigt beroende mellan varandra, som medlem måste varje individ uppfylla uppsatta krav och som medlem ska man gynnas av att göra affärer med organisationen. Michelsen (1994) menar att i kooperativa organisationer, där medlemskap är en viktig faktor finns det förväntningar från medlemmarna. Medlemmen förväntar sig kvalitativa varor och tjänster, medlemmen efterfrågar ekonomisk inkomst eller avkastning och icke ekonomiska mål som är baserade på värderingar. När medlemmen känner att dessa tre punkter har förverkligats skapas grunden för medlemmarnas förtroende för organisationen (ibid). Att bygga förtroende mellan medlemmar och en kooperativ organisation är en nyckelfaktor för att medlemskapet tidsmässigt ska sträcka sig under lång tid (Stryjan 1994).

Organisationen blir beroende av medlemmarnas gemensamma intresse av organisationens framtida tjänster och att vidareutvecklas mot uppsatta mål (Stryjan 1994). Medlemskapet ger rättigheter till inflytande i beslutsprocesser inom organisationen och har stort inflytande även på ledningen. Uppfattningen om ett medlemskap kan variera beroende på om man ser det från organisationens eller individens perspektiv. Einarsson (2008) beskriver att det är svårt att hitta specifika och konkreta argument för att en organisation har medlemmar. Medlemskap i en organisation visar på att organisationen är viktig och fyller en funktion för medlemmar och skapar mervärde för den enskilde individen. Utan medlemskapet har en organisation svårt att motivera organisationens existens. Medlemmens syn på organisationen kan ses utifrån flera olika perspektiv, beskriver Einarsson (2008). De varierande perspektiven hos medlemmarna kan bero på vilken del i

organisationen medlemmen känner att den tillhör och hur mycket individen kan påverka organisationen genom medlemskapet.

Einarsson (2008) har gjort en tabell där han diskuterar medlemskap utifrån idrottsföreningar. Tabellen, *se tabell 1 nedan*, bygger på tolv olika dimensioner som Einarsson (2008) menar bygger ett medlemskap. Författarna har valt att ta med denna tabell i arbetet, då mycket även kan kopplas till medlemskap inom ett kooperativ. En del av dimensionerna hänger samman medan vissa dimensioner är oberoende av varandra. Detta leder till att ett medlemskap kan vara uppbyggt av en viss kombination av dimensioner medan ett annat medlemskap kan vara uppbyggt av en helt annan kombination av dimensioner.

Tabell 1. Generella dimensioner i medlemskap med tillhörande förklaring (Einarsson 2008, s. 59–60)

Dimension	Förklaring
1. Deltagande i organisationens styrsystem	Individen tittar igenom eller läser årsredovisningen både för lokalföreningen och centralorganisationen varje år och deltar regelbundet i lokalföreningens årsmöte
2. Nyttä för samhället eller världen	Individen tycker att det är viktigt att medlemskapet leder till något slags nytta för lokalsamhället eller för världen i stort
3. Personlig nytta	Individen anser att det är viktigt att medlemskapet leder till något slags nytta för denne själv, dess närstående och för andra medlemmar
4. Anknytning genom den nationella webbsidan	Individen tycker att organisationens nationella hemsida är viktig och besöker den ofta för att läsa information eller för att delta i olika typer av aktiviteter genom internet
5. Sociala fritidsaktiviteter	Medlemskapet skapar fritidssysselsättning åt individen som också tycker att det är bra att han eller hon får möjlighet att träffa nya vänner
6. Organisatoriskt arbete	Individen arbetar med inom organisatoriska verksamheter som till exempel utbildning, ledarskap, rekrytering av medlemmar, informations eller opinionsarbete, arbetar i styrelse och kommittéer, eller kanske arbetar med att söka eller samla in pengar
7. Visa upp medlemskapet	Individen anser att det är viktigt med möjligheter att kunna visa upp medlemskapet både för andra medlemmar och för utomstående. Detta kan manifesteras på olika sätt som att tala om organisationen och dess verksamhet eller genom

Dimension	Förklaring
	att bära synliga märken, kläder med organisationens logo eller genom att visa upp ett medlemskort i olika sammanhang
8. Möjlighet att utöva inflytande	Individen anser att man som medlem både har rättigheten och skyldigheten att försöka påverka i organisationen. Individen anser också själv att denne har nödvändig kunskap för att delta i organisationens beslutsprocesser och goda möjligheter att kunna påverka
9. Bättre samvete	Individen tycker att medlemskapet ger honom eller henne ett bättre samvete genom att ha bidragit till ett gott syfte
10. Engagemang i organisationens mål	Individen känner till organisationens mål och värdegrund och sympatiserar i dessa. Målet och värdegrunden var också den största anledningen till att individen anslöt sig till organisationen
11. Född in eller uppväxt i organisationen	Individen känner en stark koppling till organisationen som om denne var född in i eller uppväxt i organisationen och känner att organisationen är en viktig del av sin sociala identitet
12. Medlemskapet som en möjlighet	Individen beskriver medlemskapet som en möjlighet och ett ansvar som är baserat på delade värderingar

De tolv nämnda dimensionerna kan alltså ses som byggstenar för ett medlemskap och ett individuellt medlemskap skapas sedan genom att kombinera dessa dimensioner på olika sätt. Dimensionerna återfinns även i de olika relationstyperna som Einarsson (2008) tar upp. Olika relationstyper kan ha olika perspektiv på medlemskap i en organisation. Einarsson (2008) presenterar tre olika relationstyper: *den kalkylerande relationstypen*, *den idealbaserade relationstypen* och *den genuina relationstypen*. Den kalkylerande relationstypen är den medlem som ser mål med att främja sin egen nytta i medlemskapet, dvs ta vara på de förmåner som medlemskapet ger individen. Den idealbaserade relationstypen karaktäriseras av att förena medlemmarnas gemensamma intresse, värderingar, idéer och ideal. Att bidra med nytta till samhället, samt att ha ett tydligt ställningstagande är karakteristiska drag hos den idealbaserade relationstypen. Den sista relationstypen som Einarsson (2008) tar upp är den genuina relationstypen, vilken bygger på genuinitet och pliktrogenhet gentemot familj och vänskap. Förtroendet till organisationen kan visas tydligt, ibland av eget val om medlemskap, men också som fortsättning på familjemedlemmars medlemskap.

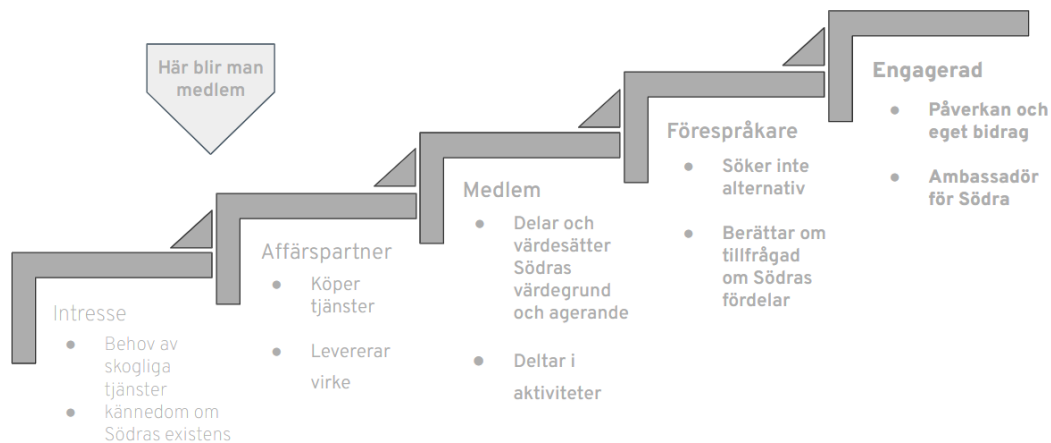
## 2.2.1 Medlemsengagemang

I det första kapitlet, närmare bestämt avsnitt 1.1.2, nämns olika definitioner av begreppet engagemang. I detta avsnitt presenterar författarna vilken definition som används i detta arbete för att skapa en djupare förståelse. Författarna utgår ifrån samma definition som fallföretaget som presenteras i kapitel 4. Fallföretaget har valt att utgå från den teoretiska lojalitetsmodellen *Ladder of Customer Loyalty*, även kallad engagemangstrappan, för att definiera begreppet engagemang. Trappan är ett koncept som är vanligt förekommande inom företag och organisationer för att undersöka förhållanden och skapa förståelse mellan organisationen och deras konsumenter. Det görs genom en segmentering av konsumenterna för att kategorisera dem i olika nivåer. Varje steg innefattar olika kriterier, uppfyller konsumenten kriterierna definieras den som en viss typ av konsument (Narayandas 2005). På liknande vis har fallföretaget använt trappan för att definiera medlemmarnas engagemang i organisationen. De olika kriterierna kan förklara varför medlemmarna väljer att göra affärer med andra aktörer, samt beskriva vilka krav och förväntningar som måste vara uppfyllda för ett engagerat medlemskap. För varje krav som uppfylls, flyttas medlemmen ett steg upp på trappan, mot en lojal och engagerad medlem (ibid). De olika stegen i trappan definieras av olika begrepp beroende på företag och bransch.

I detta arbete är engagemangstrappan uppbyggd med fem olika steg, *se illustration i figur 3 nedan*. Steg 1 är första steget på trappan, där har en individ kännedom om kooperativet och är i behov av kooperativets tjänster. Vid steg 2 på engagemangstrappan blir individen medlem i kooperativet och använder kooperativets olika tjänster. I steg 3 engagerar sig medlemmen i kooperativet i form av att vara närvarande vid aktiviteter och värdesätter kooperativets värdegrund. Steg 4 på trappan, innebär att medlemmen är en förespråkare för kooperativet och medlemmen handlar inte med andra aktörer på marknaden. Högst upp på engagemangstrappan, steg 5, är medlemmen väldigt engagerad i kooperativet. Medlemmen ses som en ambassadör för kooperativet och har stor påverkan på organisationen.

I detta arbete anser författarna att en icke engagerad medlem står på steg 1-2 på engagemangstrappan, medan en engagerad medlem kan variera mellan steg 3–5.





Figur 3. Södras Member loyalty ladder (egen bearbetning)

## 2.3 Socialt kapital

Begreppet *socialt kapital* är ett begrepp som har flertalet definitioner och förklaringar i litteraturen. Enligt Bäck (2012) populariserades begreppet på 1990-talet av Harvardprofessorn Robert D. Putnam och sedan dess har begreppet använts explosionsartat i publicerade artiklar. Även om Putnam inte var den första att mynta uttrycket så hänvisas det nästan alltid till hans definition av begreppet i nästan all litteratur. Putnam (2000: 19 se Bäck 2012 - översatt från engelska av Bäck) skriver

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.

Betydelsen av begreppet syftar till att socialt kapital är som förbindelsen mellan olika parter som skapas genom förtroende och ömsesidighet. Det sociala kapitalet kan utveckla ett givande samarbete för samtliga parter, vilket betyder att samtliga parter kan nå det individuellt uppsatta målet genom förtroende till de övriga aktörerna inom samarbetet (Rothstein 2016). Engdahl & Larsson (2011) ger en annan förklaring av begreppet. Författarna beskriver att det sociala kapitalet är ett av flera tillgängliga kapital i samhället. Det sociala kapitalet fokuserar på att skapa nätverk mellan individer, vilket ger möjlighet till framtida samarbete. Med samarbete kan individen dra nytta av andra önskade kapital som individen är behov av (Engdahl & Larsson 2011).

Enligt forskare finns det flera viktiga faktorer i det sociala kapitalet. Putnam (2000, se Bäck 2012) menar att *förtroende*, *tillförlitlighet* och *socialt nätverk* är viktiga faktorer medan Uslaner (2002, se Bäck 2012) anser att det sociala förtroendet är

den mest betydelsefulla faktorn. I artikeln "*Bowling Alone: America's Declining Social Capital*" (Putnam 2000) tar författaren upp andra kapital, *ekonomiskt kapital*, *kulturellt kapital* och *humant kapital*, som alla ses som en värdefull resurs eller tillgång i ett företag eller organisation. Putnam (2000) menar att det *ekonomiska kapitalet* visar tillgång på pengar och materiella tillgångar, men det kan också ses som en faktor som begränsar individers möjlighet att delta i sociala aktiviteter, aktiviteter som i sin tur kan bygga socialt kapital. Ojämlighet gällande ekonomiskt kapital kan generera ojämlikhet i socialt kapital. Det *kulturella kapitalet* visar erfarenheter, relationer och värderingar under en individs livstid. Det kan påverka det sociala kapitalet i frågan om förändringar i mediekonsumtion, politiskt engagemang och individers erfarenheter och värderingar (Putnam 2000). Det sista kapitalet Putnam tar upp i artikeln är *humankapital*, vilket handlar om hur den enskildes individuella utbildning, kunskap och kompetens påverkar individens förmåga att vara en tillgång i samhällsaktiviteter, företag och organisationer och därmed bygga socialt kapital.

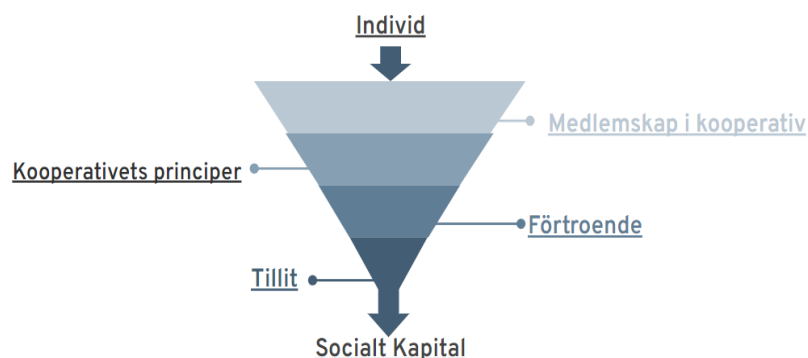
Det *sociala kapitalet* går inte att mäta inom ett företag eller organisation eftersom det inte går att definiera i fysiska eller materiella tillgångar. Det sociala kapitalet kan synliggöras i värderingar och attityder från enskilda individers utbyte i nätverk (Putnam 2000). Socialt kapital kan beaktas som en tillgång i en organisation då de bidrar till en stärkande självbild av en enskild individ och en hög nivå av socialt kapital skapar förtroende mellan medlemmar i en organisation (Putnam 2000). Ett samhälle kan influeras av det sociala kapitalet, då konkurrenter och beslutsfattare påverkas av inflytandet.

Hög nivå av socialt kapital skapar inte bara tillförlitlighet i en organisation, utan det resulterar även i lägre transaktionskostnader som är till stor fördel för samarbetet i den kooperativa organisationen (Putnam 1996; Putnam 2000). Rao (2003) definierar begreppet transaktionskostnader som den kostnad som uppstår vid utbyte av en vara eller en tjänst. Transaktionskostnaderna kan uppkomma vid insamling av information eller mätningar, förhandlingar och överenskommelser samt arbeten med gällande avtal (Rao 2003). Låga transaktionskostnader, socialt kapital och högt förtroende ger kooperativet en generell konkurrensfördel, både för medlemmarna i organisationen men också för andra aktörer i samma bransch. Medlemmar som ingår medlemskap med en organisation som innefattar högt socialt kapital behöver inte lägga tid på att kontrollera andra medlemmars arbete. Det sociala kapitalet skapar förtroende och trygghet i att alla parter genomför sina uppgifter på bästa sätt (Putnam 2001).

## 2.4 Teoretiskt ramverk

Detta arbetes syfte är att jämföra om medlemmarnas engagemang inom ett kooperativ påverkar uppfattningen om medlemskap, förtroende och socialt kapital inom kooperativet. Teorier och begrepp inom Kooperation, medlemskap och socialt kapital har valts ut för att analysera den insamlade empirin. Först nämns den kooperativa uppbyggnaden, hur medlemmarna på ett gemensamt sätt är ägare till kooperativet och hur medlemmarna arbetar för att lyckas uppnå kooperativets uppsatta mål. Det tas även upp hur medlemmarna gemensamt bidrar till den ekonomiska finansieringen av kooperativet. Teorin om medlemskap är en central del i arbetet, att förstå medlemmarnas funktion i kooperativet och medlemmarnas bidrag till den kooperativa verksamheten. Den sista teorin som tas upp är teorin om socialt kapital. Hur förtroende kan skapa socialt kapital och vilka följder socialt kapital kan bidra med i en organisation.

Det teoretiska ramverket ligger till grund för analysen och resultatet i arbetet genom att visa samband mellan de valda teorierna och den insamlade empirin i fallstudien. Detta illustreras i *figur 3* nedan. Högst upp i figuren visas individen, i detta arbete den enskilda skogsägaren. När individen finner nytta att bli medlem i en kooperativ verksamhet får individen del av att gemensamt äga kooperativet tillsammans med andra medlemmar. Det innefattar också att rätta sig efter kooperativets principer och arbete mot gemensamt uppsatta mål för att skapa förtroende inom kooperativet. Om medlemmen sedan känner tillförlitlighet och ömsesidighet med medlemskapet inom kooperativet, genererar det ett ökat socialt kapital, vilket visas längst ned i *figur 3*. Därigenom utgår det teoretiska ramverket från idén att individer uppskattar medlemskapet i ett kooperativ, där tillförlitlighet och ömsesidighet skapas gentemot andra medlemmar. Detta i sin tur skapar uppbyggande av socialt kapital.



Figur 4. Teoretiskt ramverk (egen bearbetning)

## 3. Metod

*I kapitel 3 presenteras det metodval som ligger till grund för arbetet och för att uppnå arbetets syfte och besvara forskningsfrågan. Även arbetets forskningsstrategi, vilka urval som gjorts och den fallstudie som genomförts presenteras i detta kapitel, samt hur datainsamlingen har gått till. Avslutningsvis presenteras även den kritik som kan riktas mot metodvalet i arbetet med aspekter som etik och trovärdighet.*

### 3.1 Litteraturgenomgång

För att samla in information i arbetet har en narrativ litteraturgenomgång genomförts för att ta del av tidigare forskning i det aktuella forskningsområdet. En narrativ litteraturgenomgång ger författarna en mer tolkande beskrivning av ämnet (Bryman & Bell 2017). Genom att använda tidigare forskning stärker författarna trovärdigheten i arbetets analys där insamlad empiri tolkas utifrån de etablerade teorierna. Den insamlade litteraturen som ligger till grund för arbetet är tagen från olika böcker, artiklar och internetkällor. Sökmotorerna som används genomgående i hela arbetet är Primo, Epsilon, Google Scholar och Google. Där har nyckelorden; *kooperativ, medlemskap, förtroende, socialt kapital, lantbrukskooperativ* och *skogskooperativ* använts vid sökningar för att sortera ut relevant information. Nyckelorden har även använts vid urval av böcker och artiklar.

### 3.2 Forskningsmetod

I detta arbete används en kvalitativ forskningsmetod med en induktiv ansats, där datainsamlingen sker genom ett naturligt språk som tal och skrift, inte med siffror. Den sociala verkligheten studeras och det krävs egna tolkningar från författarna. Utrymme för tolkningar sker kontinuerligt under arbetets gång, från insamling av empirin till analys- och diskussionsdelen. Hur författarna tolkar ord och språk är avgörande vid datainsamlingen, som i sin tur kan avgöra resultatet för studien. Forskningsmetoden används för att skapa en djupare förståelse inom företagsekonomiska studier där materialet som samlats in i form av data och empiri

stärks eller förklaras av utvalda teorier (Bryman & Bell 2017). Bryman & Bell (2017) beskriver en induktiv ansats som lämplig för att hitta mönster i empiri och skapa teorier genom data och insamlat material. Metoden lämpar sig väl i studien eftersom forskningsfrågan är formulerad på det vis att författarna kräver djupare förståelse och kunskap inom ämnet. Den kvalitativa forskningsmetoden med en induktiv ansats går från det specifika till det generella (ibid). Det innebär att författarna väljer teorier till arbetet och drar slutsatser utifrån redan insamlat material i form av empiri. Metoden är beroende av ett tolkande synsätt där observationer av det specifika området genomförs vid exempelvis intervjuer, vilket kan användas till generaliseringar inom arbetets teoretiska referensram (ibid).

Studien bygger på intervjuer som ska förklara verkligheten av ett fenomen där social interaktion är avgörande för hur verkligheten uppfattas, därför har författarna tagit ställning utifrån det ontologiska perspektivet. Bryman & Bell (2017) beskriver ontologi som "läran om de varande" (s.52–55), vad som verkligen existerar. Verkligheten är det som upplevs genom observation och är en social konstruktion som bygger på interaktioner mellan individer. Det leder till kunskap och utveckling men är under ständig förändring. Inom ontologin finns tre olika synsätt, där det första innebär att det endast finns en verklighet och den upplevs genom observationer av olika fenomen och händelser. Den andra syftar till att verkligheten inte behöver upplevas genom observationer, den tredje handlar om att verkligheten skapas genom samspel och ömsesidig påverkan, vilket är interaktion. Det är det synsättet av ontologi författarna utgår ifrån i denna studie. Detta arbete är en avspeglning av interaktionen mellan författarna, respondenterna och de teorier som används. Det gör studien till en föränderlig karaktär - andra respondenter eller en annan tidsaspekt hade genererat en alternativ slutsats. Eftersom studien ämnar skapa och förbättra kunskap om sociala fenomen är den konstruktivistiska ståndpunkten i detta arbete lämplig. Konstruktivismen betonar att kunskap skapas och förmedlas genom individens egna erfarenheter och förutsättningar. Det sker genom socialt utbyte och närvaro mellan individer (Bryman & Bell 2017). Metoden grundar sig i respondenternas förmåga att uttrycka det som de avser i tal och skrift kombinerat med författarnas förmåga att tolka och överföra underliggande meningar i empirin (Bryman & Bell 2017). Resultatet förväntas bidra med kunskap inom organisationsformen svensk Kooperation.

### 3.3 Forskningsstrategi

Arbetet ska undersöka om där finns skillnader i hur medlemmar uppfattar begreppen socialt kapital, syn på medlemskap och förtroende mot Kooperation beroende på hur engagerade de är. Det görs genom en komparativ undersökning mellan medlemmar med olika engagemangsnivå för att påvisa om deras syn skiljer

sig åt. Undersökningen görs genom en fallstudie med djupgående intervjuer för att samla in data som illustrerar ett empiriskt exempel. Respondenterna ska ha liknande förutsättningar så som priser, antal kallelser till formella möten, medlemskap, årsstämmor, areal, utbetalningsmetoder och tidsperiod för att de ska vara jämförbara. Därför görs undersökningen hos medlemmar inom ett och samma kooperativ. Respondenterna ska sedan jämföras med varandra med hjälp av studiens teorier för att sedan kunna besvara studiens forskningsfråga. För att välja relevanta respondenter och undvika att onödig information bearbetas har ett selektivt urval skett i samråd med medlemsansvarig inom kooperativet. Författarna har utgått från kriterier som respondenterna behöver uppfylla för att de ska ha relevans för studien. Är det många av kooperativets medlemmar som uppfyller kriterierna gör författarna ett urval. Medlemsansvarig inom kooperativet fick tillsammans med respondenterna intervjufrågorna i förhand så de hade god tid att granska och reflektera över frågorna. De formulerades som breda och öppna frågor för stort utrymme för egen tolkning, samt deras egna åsikter och vilja att styra svaren.

### 3.4 Fallstudie

En fallstudie är ett verktyg för att få en djupare förståelse om ett specifikt fall eller situation. Det genomförs en detaljerad undersökning av ett enskilt fall, grupp eller situation där målet är att erhålla en förståelse kring fallet och generera ny kunskap, teorier eller insikter kring det studerade fallet. En fallstudie kan genomföras i både kvalitativa och kvantitativa forskningsmetoder och används ofta för att sammanställa information och möjliggöra att samla in detaljerad information om ett specifikt fall eller utveckla teorier (Yin 2013). Enligt Bryman & Bell (2017) kan en fallstudie genomföras på flera olika sätt, bland annat genom observationer, intervjuer eller enkäter. Materialet som samlas in kan ha sin grund från tidigare forskning, intervjuer eller mätningar. Materialet granskas och analyseras utifrån det teoretiska ramverket för att finna den dolda betydelsen till fallet. Med medlemskap och socialt kapital som teoretisk referensram vill författarna genom denna fallstudie bidra till att utveckla teorin om medlemskap och socialt kapital. Intervjuerna syftar till att få en djupare förståelse kring hur medlemmar upplever medlemskapet och det sociala kapitalet i kooperativet. Arbetets teoretiska ramverk kommer att ligga till grund vid analyserna av empiri.

## 3.5 Semistrukturerade intervjuer

Användning av intervjuer i kvalitativ forskning är ett vanligt sätt att samla in material till en studie. Att använda semistrukturerade intervjuer innebär att författarna använder sig av en intervjuguide, *se bilaga 1*, när de genomför en intervju med utvalda respondenter (Bryman & Bell 2017). Genom att sammanställa några punkter över lämpliga och relevanta ämnen som intervjun ska täcka kan frågor sedan utformas. Det är viktigt att författarna utformar frågor som är relevanta för det aktuella forskningsområdet. Med semistrukturerade intervjuer skapas en struktur i intervjun, men samtidigt har respondenten utrymme för flexibilitet och öppen tolkning för att svara på frågorna (ibid). När respondenten får flexibilitet i intervjufrågorna blir svaret mer utvecklat och respondenten ger författarna en djupare förståelse av ämnet. Det ger en möjlighet för författaren att ställa ytterligare följdfrågor, baserade på respondentens tidigare svar. Svårigheten med semistrukturerade intervjuer som bjuder in respondenten till öppenhet och flexibilitet i frågorna, är att författaren noggrant måste styra samtalet i den riktning som studien syftar till att undersöka. Ibland kan flexibiliteten i intervjun gå utanför studiens syfte, vilket inte kommer medföra något värde för författarna i arbetet. Därför är det viktigt som författare att hålla sig till intervjuens struktur och utforma välstrukturerade och relevanta frågor i intervjun för att undkomma irrelevant information.

När det empiriska materialet är insamlat påbörjas arbetet med att sammanställa och analysera respondenternas svar. Enligt Elo et al. (2014) benämns det arbetet *kvalitativ innehållsanalys* och omfattar tre olika faser: *förberedelse*, *organisering* och *rapportering*. I den inledande och förberedande fasen samlas empirisk data in som är relevant för det aktuella forskningsområdet och relevant för att uppfylla studiens syfte. Vidare påbörjas den organiserande fasen, där den insamlade empirin kategoriseras utifrån olika teman. I det sista steget, rapportering, kopplas resultatet av det insamlade och sorterade materialet, ihop med anpassade teorier. I detta arbete innefattar den kvalitativa innehållsanalysen att sammanställa och analysera respondenternas svar från intervjuerna, vars syfte är att få en djupare förståelse i hur olika engagerade medlemmar ser på medlemskap, förtroende och socialt kapital.

### 3.5.1 Urval

Enligt Jacobsen (2007), kan ett urval genomföras på två olika sätt, *sannolikhetsurval* eller *icke sannolikhetsurval*. Jacobsen (2007) beskriver att sannolikhetsurvalet innebär att alla respondenter har lika stor sannolikhet att bli valda, valda genom ett slumpmässigt urval. Ett icke sannolikhetsurval innebär att respondenterna noggrant väljs ut av författarna för att generera mer specifik

kunskap till studien (Jacobsen 2007). I detta arbete vill författarna undersöka och få en djupare förståelse kring medlemmarnas upplevda medlemskap och socialt kapital. Därför lämpar sig ett icke sannolikhetsurval bäst då författarna kan välja respondenter som kan generera mest detaljrikedom till arbetet.

Det som efterfrågades av författarna och var kriterier för urvalet var att samtliga respondenter skulle vara medlemmar i kooperativet, skogsägare med en areal på 50–150 hektar. Författarna ville ha minst två respondenter som var engagerad inom kooperativet och föreningslivet, vilket innebär att de närvarar på medlemsträffar, möten eller är förtroendevalda, samt nyttja de tjänster som erbjuds av kooperativet. Samt minst två respondenter som var icke engagerad inom kooperativet, vilket innebär att de inte behöver närvara vid möten, kan anlita andra entreprenörer och tjänster än de som kooperativet erbjuder, samt kan sälja virke till andra aktörer. Antalet respondenter bestämdes för att det skulle bli en tydlig och representativt antal mellan olika engagemangsnivåer. Något speciellt urval som begränsas till landskap eller ålder på skog eller skogsägare har inte varit något krav, utan endast areal, medlemskap och engagemangsnivå är aktuellt för urvalet.

De som nämnts ovan är de kraven författarna haft för urvalet av respondenter till kooperativets medlemsansvarig. Den medlemsansvarige förmedlade ett antal relevanta medlemmar, där författarna sedan genomförde en selektering. Studien planerades att inkludera fyra respondenter. Två som definierades som engagerade medlemmar och två som icke engagerade medlemmar. Det visade sig vid sökandet av respondenter att det var lågt intresse från medlemmarna att vilja delta i studien. Författarna fick även ett sent återbud inför den sista intervjun, vilket resulterade i problematisering, endast en respondent från kategorin engagerad medlem blev intervjuad. Det gör jämförelsen mindre tydlig och representativ för kategorin, för att se en tydligare jämförelse mellan olika engagemangsnivåer i studien hade fler respondenter behövt inkluderas.

### 3.5.2 Datainsamling

Datainsamlingen består till största del av primärdata från de semistrukturerade intervjuerna som genomförs i arbetet. Samtliga intervjuerna med utvalda respondenterna sker via videolänk. De semistrukturerade intervjuerna möjliggör utrymme för anpassning och flexibilitet i intervjun, för att på så sätt samla in rätt information som eftersträvar arbetets syfte (Bryman & Bell 2017). Respondenterna har fått tillgång till intervjufrågorna innan intervjun för att på bästa sätt kunna förbereda sig och ge välutvecklade svar. När datainsamling sker via semistrukturerade intervjuer i en kvalitativ forskning är det ofta få respondenter



som tillfrågas, där varje intervju sker djupgående och individuellt (ibid). Detta kan bli en nackdel i arbetet då författarnas egen tolkning av respondentens svar kan ha en stor betydelse då antalet respondenter är få, samt att denna typ av datainsamling har en tidskrävande struktur. För att undvika att missförstånd och tolkningsfel har en respondentvalidering gjorts, vilket innebär att författarna redovisar och presenterar resultatet för respondenterna. Det görs för att säkerställa att en korrekt tolkning gjorts av de budskap respondenterna försökt förmedla på ett sanningsenligt och korrekt vis. Datainsamlingens struktur består av djupgående individuella intervjuer som kräver både sitt för- och efterarbete, vilket är en tidskrävande process och begränsar antalet till ett få antal (ibid).

### 3.6 Analysmetod

Studien har gjorts med en kvalitativ metod där empiri samlats in genom semistrukturerade intervjuer, vilket betyder att ett antal av intervjufrågorna är förutbestämda för att sedan anpassa följdfrågor efterhand (Bryman & Bell 2017). Intervjuerna har bandats och spelats in för att ge författarna möjligheten för återuppspelning, diskussion och tolkning vid flera olika tidpunkter. Efter intervjuerna valde författarna att behandla empirin genom en *tematisk analys*. Det innebär att insamlad data delas in och kategoriseras i teman genom deras relevans mot studiens syfte och frågeställning. Det är en flexibel ram där författarna bestämmer vilka teman och kategorier materialet struktureras efter. Delarna ska representera korta sammanfattningar från en längre text. Det görs för att försöka uppnå det väsentliga och relevanta från intervjuerna som är kärnan i materialet. Tematisk analys är användbar även för oerfarna författare eftersom den är lättanvänd. Det kritiska med metoden är att forskarna kan ha svårt att identifiera data, vilket gör teman svaga eller spretiga (ibid). Sammanfattningarna tematiseras för att göra materialet strukturerat och användbart under analyskapitlet. På så vis kan en stor mängd data systematiskt användas och struktureras för en övergripande förståelse (ibid).

Efter sammanställningarna av intervjuerna har författarna möjlighet att visa respondenterna dem, för att bekräfta deras åsikter och förmedla deras budskap. Det är även viktigt att de inte omformulerar eller ändrar sitt språk så att innehållet vinklas i efterhand, att intervjun "förfinas" i efterhand. Data som skapas är viktig att behandla systematiskt för att utveckla förståelse och möjligheten att kunna kritisera den. Kvalitativa metoder syftar ofta till att utveckla förståelse kring ett ämne genom att identifiera mönster eller samband från ett naturligt språk, som sedan kan relatera till annan forskning eller teorier. Empiri som inte ansetts nödvändig för att besvara studiens syfte har sorterats bort. Materialet från intervjuerna har legat till grund för arbetets analys, därför är det av stor vikt att

materialet är tillräckligt och svarar på det som efterfrågas för att kunna dra slutsatser från det. Det har krävts att författarna gör avgränsningar samt är medvetna om att deras syn och tolkning på studien görs genom en subjektiv bedömning, vilket menas att deras personliga inställning, bakgrund eller erfarenhet kan påverka resultatet. Därför behövs en neutral utgångspunkt för att resultatet inte ska vinklas vilket författarna har utgått från.

### 3.7 Kritisk reflektion

Oavsett vilket metodval som används inom en forskningsprocess finns det för- och nackdelar som författaren behöver vara medveten om. Vissa aspekter bör beaktas och nämnas som kritik för att visa medvetenhet om bristerna. När det kommer till ett kvalitativt metodval som använts i denna studie är det viktigt att vara medveten om att det är en liten grupp individer som deltagit. Respondenterna svarar och utgår från dem själva och representerar inte andra inom deras urvalsgrupp och resultaten ska därför inte generaliseras (Bryman & Bell 2017). Forskningsmetoden bygger på subjektivitet och tolkningar, vilket gör att författarnas val av deltagare, teorier och frågor är avgörande för studiens resultat. Det finns risk att författarna gör tolkningar som gynnar sina egna intressen och åsikter (ibid). Empiri och avgränsningar görs och kan anpassas för att nå ett önskat resultat av forskarna. Valet av respondenter är genom ett selektivt urval som passar profilen som efterfrågas av författarna och inte som slumpmässigt valda, vilket kan påverka resultatet i en viss riktning. Det kan finnas obearbetad data som författarna inte tycker är relevant men hade kunnat generera ett annat utfall och resultat. Det är svårt att återskapa en liknande studie med samma utfall av någon annan författare vid en annan tidpunkt (ibid).

Bryman & Bell (2017) beskriver att metoden syftar till att beskriva fenomen istället för siffror. Det försvårar jämförelser av resultat med andra studier, liknelser eller kopplingar kan göras men fenomenet förklaras av de speciella förhållanden och avgränsningar som gjorts i denna studie. En kritisk reflektion författarna behöver vara medvetna om är att processen med intervjuer och tolkningar är tidskrävande, samtidigt som validiteten behöver vara uppfylld. Data som samlas in behöver ha relevans för studien och mäta det som avses att mätas. Ger inte intervjuerna den data som förväntas kan de bli kritiskt i mån av tid för att hitta fler respondenter. I detta arbete har tre intervjuer gjorts för att författarna skulle skaffa sig tillräcklig kunskapsbank och bakgrund om ämnet. Mötena skedde via videolänk då författarna ansåg att det var bättre för alla inblandade att se ett ansikte vid intervjuerna istället för telefonsamtal. Både för respondenternas och författarnas skull var det enklare att läsa av reaktioner genom ansiktsuttryck. Fysiska möten hade varit ännu bättre, men geografiska avstånd och tidsaspekter försvårade möjligheten till det. I detta arbete har författarna endast försökt behandla data och ett teoretiskt ramverk som

haft relevans för studiens forskningsområde. Studien har omfattats av två författare som kontinuerligt arbetat med varandras texter för att motverka subjektivitet i den mån som de behärskat. Reflexivitet har även tillämpats under arbetet för att motverka och vara medvetna om författarnas egen påverkan på studien.

### 3.7.1 Kvalitetssäkring

Ett arbete behöver uppfylla vissa kriterier för att anses vara trovärdig och äkta, samt bidra till forskning. Begrepp som är vanligt förekommande vid kvalitetssäkring är *validitet* och *reliabilitet* (Bryman & Bell 2017). Begreppet validitet behandlar hur den insamlade empiri är relevant för arbetet och kan användas för att studien ska generera relevant information. Att erhålla en hög validitet i en studie innebär dels att noggrant beskriva den teoretiska referensramen för att påvisa betydelsen i arbetet samt att säkerställa respondenternas kunskap gällande det berörda området. Reliabilitet handlar om trovärdigheten på arbetets resultat, att undersökningar som genomförts i arbetet inte är feltolkade eller att mätfel har uppstått. Genom att följa en strukturerad metod för datainsamling och bearbetning av insamlat material, kan man säkerställa reliabiliteten i arbetet (ibid). Att använda flera olika källor i arbetet kan också säkerställa reliabiliteten. På så sätt kan forskarna analysera flera olika författares tolkningar och perspektiv och inte bli påverkade av feltolkningar och tidigare uppfattningar av en och samma person. Forskarna kan själv skapa en uppfattning om problemet och vidareutveckla en analys. Det är också viktigt att dokumentera steg för steg i arbetsprocessen samt att lagra data och resultat på ett säkert sätt för att tillförlitligheten i arbetet ska vara hög.

Utöver ovannämnda begrepp inom kvalitetssäkring förekommer *tillförlitlighet*, *överförbarhet*, *pålitlighet* och *bekräftelse* för att en studie ska anses som trovärdig. Begreppen ses som kriterier som ska behandlas och uppfyllas för att resultaten ska vara riktigt. *Tillförlitlighet* beskriver Bryman & Bell (2017) som hur sannolik och trovärdig en studies resultat är. Har författarna beaktat och säkerställt att forskningen har bedrivits ut ifrån de regler som finns, både mot universitetet och respondenterna. God tillförlitlighet stärker studiens kvalité och att de sociala ramarna som tolkats ska är korrekt och stämmer överens med verkligheten. I detta arbete säkerställs det genom två tillvägagångssätt. Författarna har använt sig av triangulering inom metodkapitlet. Det menas att flera metoder har blandats, i detta arbete är det intervjuer, litteratur och en skriftlig textanalys. Det andra tillvägagångssättet är respondentvalidering. Då informeras respondenterna hur deras kunskap kommer att behandlas, sedan förmedlas först intervju materialet och därefter resultatet till de medverkande för en bekräftelse så korrekt tolkningar gjorts av författarna innan publicering.

*Överförbarhet* är nästa begrepp, vilket handlar om hur resultatet från en studie kan användas vid andra sammanhang, situationer och miljöer. Det kan vara att resultaten används som kunskap eller jämförelse vid annan forskning och kan påminna om den kvantitativa metodens generaliserbarhet (Bryman & Bell 2017). Liknande forskning inom ämnet som utgår från en annorlunda synvinkel, eller annan målsättning. Resultatet är svårt att generalisera eftersom forskningen undersöker en social redogörelse inom en begränsad målgrupp. En liten grupp som svarar för en stor del medlemmar. Resultatet blir inget generellt antagande utan ett djupare svar som kan bidra med kunskap om sociala fenomen inom Kooperation, och vidareutveckla den kunskap som finns inom ämnet.

*Pålitlighet* liknar reliabilitet, här är det fråga om resultatets utfall blir detsamma om studien återskapas. Forskarna behöver uttrycka sina processer och metoder för att noga redogöra dem för läsarna. Så som urval, problemformulering, motivering till respondenter, teorier, osv (Bryman & Bell 2017). Handledare, anställda via fallföretaget och andra forskare har inkluderats i arbetet vilket ger flera olika infallsvinklar och återföring. I denna studie har valet av respondenter gjorts i samråd av en från företaget. Kontaktpersonen är medlemsansvarig och valda ut lämpliga medlemmar han visste kunde bidra. Att noga beskriva och motivera de olika momenten genom arbete stärker studiens pålitlighet.

*Bekräftelse* är det sista begreppet inom kvalitét och trovärdighet som ska inkluderas enligt Bryman & Bell (2017). Då ska författarna behandla data, kunskap och källor objektivt. Det är viktigt att intryck och erfarenheter inte påverkar deras forskning i en förbestämd eller personlig riktning. Genom studien har objektivitet och god tro tillämpats.

### 3.7.2 Etiska aspekter

Vid en kvalitativ studie likt denna som bygger på sociala interaktioner och datainsamlingen som sker via tolkningar är det vanligt att missförstånd eller tvivelaktigheter sker på grund av bristfällig information (Bryman & Bell 2017). Det är viktigt att författarna informerar om studiens syfte samt utför datainsamlingen ansvarsfullt genom att inkludera etiska aspekter. Ett sätt att skydda respondenterna samtidigt som de tillåts att vara ärliga utan att ifrågasättas är genom anonymitet. Författarna har valt att ange varje respondent med en anonymitetskod. Då kan respondenterna vara ärliga i sina svar och inte behöva oroa sig om deras uttal får konsekvenser i efterhand. Information som delas kan vara känslig eller konfidentiell för en person eller organisation och därför behöver författarna behandla den med respekt för att skydda sina deltagare. Författarna behöver vara uppriktiga för respondenterna hur deras information kommer att behandlas. För att säkerställa att informationen från intervjuerna stämmer överens med

respondenternas svar, får respondenterna ta del av svaren och se till att författarnas tolkning skett korrekt utan att förändringar har skett. Inget material publiceras innan ett godkännande och bekräftelse från respondenterna är gjort. På så vis minskar risken för felaktiga tolkningar. Frågorna ska vara tydligt utformade så risken för förvirring eller missförstånd minimeras, det ska vara utskickat till respondenterna i god tid så en väl betänketid inte ska stressa fram svar. Det ska även framgå tydligt att alla deltagit frivilligt så de kan utvärdera sitt eget deltagande.

## 4. Empiri

*I kapitel 4 presenteras en företagsbeskrivning av den kooperativa skogsägarföreningen Södra, som är studiens fallföretag. I kapitlet presenteras även en beskrivning av respondenterna i form av text och en tabell. Vidare presenteras också respondenternas svar av de genomförda semistrukturerade intervjuerna.*

### 4.1 Företagsbeskrivning

I detta avsnitt presenteras fallföretaget Södra, en kooperativ organisation som verkar inom skogsindustrin. I detta arbete har tre medlemmar i Södra intervjuats. Två av de tre respondenterna har identifierats som icke engagerade medlemmar och en av de tre respondenterna har identifierats som en engagerad medlem inom den kooperativa verksamheten. Detta med syfte att jämföra om medlemmarnas engagemang inom kooperativet påverkar medlemmarnas uppfattning gällande medlemskap, förtroende och socialt kapital.

#### Södra

Södra är en kooperativ organisation som ägs av 52 000 medlemmar. Varje medlem äger skog i Götaland som tillsammans utgör drygt hälften av all privatägd skog i södra Sverige (Södra 2023a). Samtliga 52 000 medlemmar tillhör Södras stabila bas, där organisationens idé bygger på samverkan och att arbeta mot målet som är att stärka och utveckla skogens lönsamhet. Södras uppdrag till sina medlemmar är uppdelat i tre olika delar: *ett skogligt, ett industriellt och ett näringspolitiskt* (ibid). Det skogliga uppdraget består till största del av att skapa avsättning för den enskilde skogsägarens virkesråvara samt erbjuda förmånliga priser och rådgivning inom skogsbruk. Det industriella uppdraget innebär att Södra förädlar virket i egen industri, samt styr över marknadsföring och försäljning åt sina medlemmar. Det näringspolitiska uppdraget behandlar större samhällspolitiska frågor, där Södra ska framhäva svenskt skogsbruks betydelse och utforma goda villkor för enskilda skogsägare och Södra som skogsindustrikoncern (ibid).

Södra är en demokratisk organisation där alla medlemmar kan påverka organisationen, genom principen en medlem - en röst. Södras ägs av medlemmarna och deras främsta uppdrag är att främja lönsamheten i medlemmarnas skogsbruk

genom trygg avsättning av skogsråvara. Organisationen är uppdelad i 36 olika skogsbruksområden, där varje område har medlemsrepresentanter i förtroenderådet. Varje områdes förtroenderåd har uppgift att föra medlemmarnas talan vid gemensamma medlemsmöten, bevaka de lokala näringspolitiska frågorna och ta ansvar för de skogliga och sociala aktiviteterna (Södra 2023a). För att skapa ett framgångsrikt Södra har varje medlem fyra olika roller: *ägare*, *kund*, *leverantör* och *långgivare* (ibid). Som ägare i Södra handlar det om att få ta del av vinsten som skapas från industrin, även det personliga engagemanget inom organisationen är en central del som ägare. Till Södras medlemmar erbjuds produkter som kvalitetssäkrad avverkning och trygg avsättning för virket. Medlemmarna i Södra är även leverantörer eftersom virkesråvaran kan säljas till Södra som sedan förädlar virket och säljer det vidare. Den sista rollen som en medlem har är långgivare, dvs det finns möjlighet att låna ut eller placera kapital i skogskonto eller medlemskonto mot en avkastning (ibid).

Den ekonomiska vinsten som blir inom Södras industri delas upp, 50% går till att vidareutveckla Södras industrier för att fortsatt vara konkurrenskraftiga på marknaden, de andra 50% går tillbaka till deras medlemmar (Södra 2023b). Ägandeformen som tillåter återbäring och avkastning tillbaka till sina medlemmar kallar Södra för *Södramodellen* (ibid). Modellens syfte är främst att framhäva de medlemmar som engagerar sig inom organisationen och tar del av Södras verksamhet. Vinsten som delas ut till medlemmarna är under förutsättning att de levererar virke till Södra och procentandelen av vinsten beräknas utifrån den levererade virkesmängd och det insatskapital en medlem bidragit med (ibid). Insatskapitalet är det ekonomiska kapital som en medlem har investerat i Södra.

## 4.2 Respondenter

I detta avsnitt presenteras först de tillfrågade respondenterna i studien i form av en tabell, *tabell 2*. I tabellen går det att läsa om de tillfrågade respondenterna uppfyller kriterierna för en engagerad medlem eller inte, dvs om de står på steg 1-2 på engagemangstrappan eller steg 3-5. För att uppfylla kriterierna för en engagerad medlem måste medlemmen närvara vid medlemsträffar, möten eller är förtroendevald. Medlemmen måste också använda de tjänster som Södra erbjuder. Kriterier för en icke engagerad medlem innebär att medlemmen inte behöver närvara vid medlemsträffar och kan även använda andra aktörers tjänster på marknaden. Vidare i avsnittet presenteras svar från de genomförda semistrukturerade intervjuerna med respondenterna. Svaren presenteras i två olika områden; uppfattning om medlemskapet i Södra samt långsiktiga perspektiv hos medlemmarna. Områdena är utformade utifrån intervjufrågorna, där frågorna

angående medlemskap presenteras i *uppfattning om medlemskapet i Södra* och frågor om långsiktiga förväntningar och mål med medlemskapet presenteras i *långsiktiga perspektiv hos medlemmarna*.

#### 4.2.1 Beskrivning av respondenter

Nedan presenteras en beskrivning av de tre respondenterna i form av en tabell, *tabell 2*. I tabellen går det att avläsa om respondenterna uppfyller författarnas kriterier för en engagerad medlem eller inte, det går även att avläsa om respondenten är man eller kvinna samt om deras ålder är över eller under 40 år. Det går även att avläsa hur många år de varit medlemmar. De som medverkade i undersökningen var alla över 40 år. Samtliga respondenter är medlemmar i Södra och har varit medlemmar mellan 5 - 12 år. Respondenternas ålder samt hur länge de varit medlemmar i Södra är ingen betydelsefull faktor i detta arbete. Respondenterna presenteras anonymt genom en förutbestämd anonymitetskod som respondent A, respondent B och respondent C. Respondenterna kommer fortsatt att presenteras med anonymitetskoderna genomgående i hela studien, *se tabell 2 nedan*.

*Tabell 2. Beskrivning av respondenter*

<b>Anonymitetskod</b>	<b>Engagerad medlem/icke engagerad medlem</b>	<b>Kön</b>
A	Engagerad	Kvinna
B	Icke Engagerad	Man
C	Icke engagerad	Man
<b>Anonymitetskod</b>	<b>Antal år som medlem</b>	<b>Över/under 40 år</b>
A	5	Över
B	5	Över
C	12	Över

#### 4.2.2 Uppfattning på medlemskapet i Södra

I de genomförda intervjuerna ställdes frågor gällande respondenternas uppfattning angående deras medlemskap i Södra. Frågor som varför de är medlemmar i Södra och hur de inledde sitt medlemskap samt vilka tjänster de använder sig av som Södra erbjuder. Vidare ställdes även frågor kring för- och nackdelar med



medlemskapet och vilka faktorer som är avgörande för att stanna kvar eller lämna medlemskapet. Alla frågor som ställdes under intervjun återfinns i *bilaga 1-intervjufrågor*.

### **Respondent A:**

Respondent A har övertagit skogsfastigheten från tidigare generation och har ingen egen erfarenhet av att handla med andra aktörer på marknaden och såg därför ingen anledning till att byta eller lämna Södra. Respondent A använder sig av flera tjänster som Södra erbjuder. Bland annat Södras egna app och andra e-tjänster, en inspektor som hjälper till med rådgivning vid plantering och övriga åtgärder i skogen. Respondenten använder Södras tjänster vid gallring och slutavverkning. Det togs upp flera faktorer till att stanna kvar som medlem, en faktor är att det har varit en lönsam ekonomisk affär, samt att det är smidigt vid affärsöverenskommelser vid virkeshandel. Respondenten tar även upp fördelar som att Södra är flexibla och tar åt sig önskemål och klagomål på ett bra sätt, vilket bidragit till fortsatt sammabete.

Andra fördelar med medlemskapet i Södra som tas upp är tids- och energibesparingen med att inte behöva hämta in andra offerter för olika tjänster hos andra aktörer, samt den goda avkastningen som varit. Nackdelar med medlemskapet som tas upp under intervjun är brist på kunskapen om naturvård inom Södra. Respondenten önskar en ökad kompetens gällande andra skogsbruksmetoder. Andra hållbara alternativ till det traditionella trakthyggesbruket [en skötselmetod som sköts i ett cykliskt förlopp, likt skötsel i jordbruk (Skogskunskap u.å)] som tillämpats under väldigt långt tid i Sverige. Ifall andra aktörer på marknaden erbjuder avsevärt bättre priser på virke eller att respondenten skulle börja känna sig utnyttjad som medlem var de primära anledningarna till att respondenten skulle kunna säga upp sitt medlemskap. Skulle Södra som organisation förändras i en negativ riktning kunde även medlemskapet avslutas.

### **Respondent B:**

Respondent B är uppvuxen i ett kooperationsmotstånd där tidigare generation även förespråkade motståndet. Respondenten menar att Södra som kooperativ var bra förr, när det började som en mindre organisation, men i dagens läge har organisationen blivit ett för stort kooperativ. Den stora tillväxten har lett till att det blivit en tjänstemannaorganisation som ska försörjas av medlemmarnas pengar, beskriver respondenten. Det tas också upp att det är bra att kooperativa verksamheter existerar, då de alltid ska ta hand om sina medlemmar och erbjuda det som efterfrågas. Det ska alltid finnas någon att vända sig till, för alla typer av tjänster eller rådgivning för de som behöver hjälpen. Respondenten är medlem i Södra men använder inte själv Södras tjänster och säljer inte sitt virke inom kooperativet.

Skötseln av skogen görs på egen hand, tillgång till maskiner och kunskap finns, så andra aktörer anlitas inte alls. Försäljning och handel på marknaden görs med en annan aktör.

Trots att respondenten inte själv drar nytta av Södras tjänster, menar han på att erbjudandet av tjänsterna är viktigt. För medlemmar som inte har kunskapen eller eget intresse av skogsbruk är det viktigt att Södra kan erbjuda en bred omfattning av tjänster. Kooperativet är inte som det var från början, då var det att en medlem har en röst, så fungerar det inte längre, påpekar respondenten. I början när kooperativet startade fick små enskilda ägare mycket makt, vilket har urholkats efterhand som organisationerna har vuxit. Nu är de inte alltid medlemmarnas vilja som utgångspunkt. Respondentens största anledning till sitt medlemskap i Södra är på grund av försäkring. Skulle något radikalt hända som stormar, vilket respondenten upplevt tidigare, alternativt skogsbränder eller stora skadedjursangrepp finns det någon att luta sig mot, det fungerar som en försäkring, menar respondenten. Respondenten ser ingen anledning till att säga upp sitt medlemskap hos Södra då de inte har försummat någon produktion, men respondenten ser inte heller att Södra har bidragit till positiv effekt av respondentens egen verksamhet.

### **Respondent C:**

Respondent C tog över en gård med tillhörande skogsfastighet från tidigare generation för ca 12 år sedan. Tidigare generationen var medlemmar i Södra och då tyckte respondenten att det var en smidig lösning att fortsätta medlemskapet. Respondenten har lång restid till skogsfastigheten från sin hemadress, vilket försvårar möjligheten att engagera och driva skogsbruket i egen regi. Flertalet tjänster som Södra erbjuder nyttjas av respondenten. Tjänster som rådgivning från skogsskötselområdets skogsvårdsinspektör, plantering, gallring och avverkning. Även andra aktörer har anlits för bland annat att göra skogsvägar och slyröjning längst skogsvägarna. Respondenten har själv ett stort kontaktnät där skogsfastigheten är placerad, vilket genererar att respondenten valt att anlita andra aktörer. En faktor som respondenten tar upp som är avgörande för att stanna kvar som medlem i Södra är enkelheten när det gäller upphandlingar gällande skogen.

Fördelar med medlemskapet i Södra som respondenten tar upp är den vinstdelning varje medlem får från kooperativet, men också skogsvårdsinspektörens engagemang och kunskap när det gäller att utforma en skogsvårdsplan och generell rådgivning. En annan viktig fördel som tas upp är det nära samarbetet som finns mellan medlemmar och Södra. Det som respondenten anser som nackdelar med sitt medlemskap i Södra är att han inte behöver engagera sig i sin egen skog. Kunskapen och tiden som behövs för att driva ett skogsbruk är inget tvång. Hela kunskapsbanken kan hyras in, vilket gör att inga krav ställs på själva skogsägaren.

På så vis behöver han inte skaffa sig den kunskapen och det resulterar i att den uteblir, det blir en baksida med medlemskapet. Ifall Södra skulle erbjuda mycket sämre pris på virke och tjänster än andra aktörer på marknaden, eller på något vis vara mindre fördelaktig som samarbetspartner eller ur ett medlemsperspektiv, skulle respondenten vara öppen för att säga upp sitt medlemskap.

#### 4.2.3 Långsiktiga perspektiv hos medlemmarna

De tillfrågade respondenterna fick svara på frågor angående hur Södra har förändrats över tid samt hur relationen mellan medlemmar upplevs. Vidare ställdes även frågor kring vilka långsiktiga förväntningar som finns hos en medlem, hur förtroendet ser ut mellan Södra och medlemmarna och vilken kunskap som Södra erbjuder och medlemmar kan ta del av.

##### **Respondent A:**

Respondent A upplever inte att Södra har förändrats över tid, den stora förändringen är bättre avkastning till sina medlemmar. Södra som organisation har inte ändrats under respondentens tid som medlem. Den ökade avkastningen har inte lett till ett större förtroende, dock respondentens kunskap om hur organisationen fungerar har resulterat i ett ökat förtroende. Respondenten tycker även att Södra varit effektiva med att sprida kunskap på ett enkelt sätt om hur organisationen fungerar till sina medlemmar. De förväntningar som finns är att Södra fortsätter att vara en demokratisk medlemsorganisation och inte satsar på att bli en stor global aktör. Respondenten förväntar sig också att Södra levererar god rådgivning, trots att rådgivaren inte är oberoende. Det finns ett stort förtroende till Södra och till Södras utveckling i form av innovation och experiment av nya material, samt ser positivt på olika satsningar inom Södra.

Kring respondentens hemort är majoriteten av skogsägarna medlemmar i Södra. De skapar ett utbyte av kunskap mellan varandra och socialt utbyte mellan medlemmar vid anordnade träffar på varandras skogsfastigheter. Respondenten ser en förändring över tid mellan medlemmars olika kompetenser gällande traditionellt trakthyggesbruk mot lite mer moderna metoder. Respondenten påpekar också att det är viktigt att förstå att man kan ha skog på olika sätt med olika mål. Mindre skogsägare kan inte leva ekonomisk enbart på sin skog, medan andra har den som en stor placering av kapital och är beroende av dess avkastning. Det kan vara olika anledningar till att sköta skogen på olika vis, menar respondenten. Alla medlemmar har olika förutsättningar och man kan inte kräva samma prestation från dessa. Respondenten menar att skogen har många olika värden och kan uppfylla många olika intressen. Delvis har Södra hjälpt respondenten till en förbättrad verksamhet i form av att ha ett fungerade utbyte mellan kollegor i förtroenderådet, där olika

perspektiv och erfarenheter analyseras och drar hjälp av varandra. Respondenten har även ett stort kontaktnät runt sig med hög kompetens inom skogsbruk och är intresserad av att öka sin egen kunskap inom området, för att skapa ett nyanserat tänk och inte bli fast i ett gammalt mönster.

### **Respondent B:**

Respondent B menar på att Södra har blivit för stort som kooperativ, systemet och hur de arbetar är för långsamma och omständliga processer. Duktiga medarbetare inom organisationen blir ofta headhuntade av andra konkurrenter och det är tufft att behålla kunskapen inom organisationen. Respondenten upplever att det är stor omsättning av anställda inom kooperativet, vilket gör att det är svårt att ha en personlig kontakt och relation, utan man ses mer som en i mängden. Respondenten menar att han inte har några förväntningar på Södra som organisationen eller på det egna medlemskapet. Respondenten har själv inga stora insatser hos Södra, men menar att det generella förväntningarna hos medlemmarna är kopplade till avkastningen eller räntabilitet på det insatta kapitalet. Stora efterlikvider och utbetalningar som sker från kooperativet gör att pengar går ifrån näringen. Till de som inte är aktiva inom självaste näringen, utan endast placerat kapital som medlemsinsatser för att uppnå ekonomisk avkastning, vilket respondenten anser är fel. Respondenten menar att det är en för stor del av organisationen vinster som ges i utdelning till de med endast ett stort insatskapital. Självklart ska de som bidrar med kapital få en avkastning, men den behöver inte vara så stor som den är idag. Det har fungerat som ett lockbete för att göra affärer och få köpa virke. Stora delar av vinsterna hade behövt gå tillbaka till självaste näringen menar respondenten, så de som är aktiva och vill driva och utveckla det framåt ska kunna göra det.

Respondenten menar (på) att det ändå finns ett förtroende för Södra, de behöver finnas för att bevaka och konkurrera. Det hade bara behövt vara mindre organisationer, mindre kooperativ som är närmre sina medlemmar och konkurrerar lite med varandra istället. Ett utbyte mellan andra medlemmar finns inte, det genomförs inga affärer eller samarbeten. De kan delvis förklaras med att många av momenten i skogsbruket genomförs på egen hand och därför finns inget behov av samarbeten. Det utbildningstjänster som Södra erbjuder är ingenting som respondenten tar del av. All kunskap gällande skogsbruk hämtar respondenten från annat håll.

### **Respondent C:**

Respondent C upplever inte att Södra har förändrats under tiden som medlemskapet funnits och menar därför att förtroendet till kooperativet har heller inte påverkats eller förändrats. De förväntningar respondenten har på ett långsiktigt medlemskap är att Södra fortsätter att erbjuda hög kompetens inom skogsbruk. De ska erbjuda stort utbud av tjänster, ett nära samarbete mellan medlem och kooperativet och att

det delar med sig av vinsterna. Förtroendet för det regionala och lokala medarbetarna på Södra är stort. Respondenten menar att förtroendet för ledning och den övriga organisationen är svårare att avgöra då ingen direktkontakt har ägt rum för att avgöra det. Respondenten har använt flera av Södras tjänster under hela medlemstiden och kommer fortsätta med det eftersom det finns ett stort förtroende för kooperativet och de arbete de utfört i skogen. Respondenten ser även positivt på Södras utveckling gällande ny diversifiering av virkesprodukter och hitta nya ben att stå på.

På orten där skogsfastigheten är placerad är många skogsägare medlemmar i Södra, det genererar att det finns ett bra utbyte och god relation mellan medlemmarna. Utbyte i form av rådgivning, att medlemmar delar med sig av kunskap och erfarenheter, även det sociala utbytet finns. Respondenten anser att medlemskapet i Södra har förbättrat skogsverksamheten avsevärt. Med hjälp av bra rådgivning, fungerande kommunikation och en väl utformad skogsbruksplan. Respondenten tar även del av Södras nyhetsbrev kontinuerligt, men har svårt att närvara vid medlemsträffar eller utbildning på grund av avståndet mellan skogsfastigheten och hemorten.

## 5. Analys och resultat

*I kapitel fem presenteras en analys av den insamlade empirin från kapitel fyra med hjälp av kopplingar till studiens valda teorier om medlemskap och socialt kapital. Syftet med att analysera empirin är att besvara arbetets forskningsfråga om medlemmarnas uppfattning på medlemskap, förtroende och socialt kapital skiljer sig beroende på engagemangsnivå. Som avslutning av kapitel fem presenteras resultatet med utgångspunkt i de tidigare presenterade teoretiska ramverket som används i arbetet.*

### 5.1 Analys med koppling till medlemskap

Utifrån den insamlade empirin kan de konstateras att det finns likheter mellan vissa respondenter. Det som kan konstateras gemensamt för respondent A och C är att deras medlemskap i Södra inlets på grund av att tidigare generationer varit medlemmar i Södra. Efter generationsskifte av skogsfastigheten valde respondent A och C att fortsätta tidigare medlemskap och såg ingen anledning att byta till någon annan skogsägarförening. Respondent B har självmant valt att inleda medlemskap med Södra, även fast tidigare generation varit motståndare till Kooperation. Dessa likheter och skillnader kan kopplas till tidigare forskning, Einarsson (2008), som beskriver olika relationstyper. Respondent A och C kan kopplas till Einarssons (2008) ena kategori som kallas för *den genuina relationstypen*, medan respondent B kan kopplas till den *kalkylerande relationstypen*. Den genuina relationstypen har starkt förtroende och lojalitet till kooperativet, vilket författarna i det här fallet kopplar till ett övertagande av medlemskap. Medlemskapet var grundat i tidigare generationer och övertogs vid ägarskiftet av skogsfastigheten. Ett fortsatt medlemskap tyder på en lojalitet mot både kooperativet och föregående ägare, att fortsätta behålla en god relation och förvalta vidare den kontakt som föregått mellan tidigare samarbetspartner. Att överta en kontakt eller fortsätta på en gammal relation kan liknas vid att överlåta ett medlemskap från tidigare generationer.

Det går att jämföra med den *kalkylerande relationstypen*. Einarsson (2008) beskriver att det är en medlem som gärna drar nytta av de förmåner som kooperativet erbjuder. Det kan författarna koppla till respondent B, då största

anledningen till medlemskapet är den försäkring som medföljer ifall en katastrof i form av storm eller skadedjursangrepp skulle inträffa. Då belastar inte skadan eller kostnaden som skadorna medför den enskilda markägaren, det blir hela kooperativets och alla medlemmars problem. Respondenten vill inte sälja virke till kooperativet eller nyttja deras övriga tjänster. Respondenten hade inte heller något intresse av att bidra eller nyttja något socialt kapital, utan endast använda medlemskapet som en livlina ifall något oförutsett skulle hända i skogen som hade resulterat i en stor ekonomisk förlust. De delar som gynnar respondent B väljer han aktivt att ta del av, i övrigt finns inget intresse av något utbyte, därför kan författarna göra kopplingar till den kalkylerande relationstypen. En gemensam koppling för samtliga respondenter var att de hade förståelse för att den ekonomiska avkastningen är en stor del i de flesta medlemskap, vilket kan ses som en förmån för medlemmen. Enligt Einarsson (2008) kopplas förmåner till den kalkylerande relationstypen som respondent B anses mest som, men även respondent A och C kan ha vissa kopplingar med den kalkylerande relationstypen, även om det båda snarare anses som den genuina relationstypen.

Samtliga respondenter tar upp den ekonomiska avkastningen som en faktor till att vara medlem i ett kooperativ. Avkastning eller räntabilitet på det insatta kapitalet är en förväntan från medlemmarna som kooperativet ska tillmötesgå. Andra förväntningar som togs upp i intervjun med respondent A och C är förväntningar på hög kompetens inom skogsbruket och god rådgivning från kooperativet. Medlemmars förväntningar på kooperativ är någonting som kan kopplas till tidigare forskning av Michelsen (1994). Michelsen (1994) beskriver att i alla medlemskap finns det förväntningar från medlemmarna som kooperativet måste leva upp till för att förtroende för kooperativet ska finnas. I detta fall förväntar sig medlemmarna att de uppsatta målen nås, i form av ekonomiska avkastning och tjänster som rådgivning inom kooperativet tilldelas medlemmarna. Stryjan (1994) tar även upp att förtroendet till kooperativet är en nyckelfaktor för att ett långsiktigt medlemskap ska fungera. Samtliga respondenter känner förtroende till kooperativet. Respondent A nämner att kunskapen om hur den kooperativa organisationen, Södra, fungerar har lett till ökat förtroende för kooperativet. Respondent B bygger förtroendet på att kooperativet behövs för att bevaka och konkurrera på marknaden, samt finnas för de medlemmar som är i behov av tjänster och kunskap. Respondent C bygger sitt förtroende för Södra på den nära kommunikation som finns mellan respondent C och det lokala medarbetarna på orten där skogsfastigheten är placerad.

I intervjun tar även respondent A upp förväntningen gällande att Södra fortsätter vara en demokratisk medlemsorganisation som den är idag och inte ändras i en negativ riktning. Demokrati är en av sju grundprinciper inom kooperativ enligt ICA (2018). Den demokratiska grundprincipen bygger på att medlemmar i organisationen är engagerade för att utveckla och driva kooperativet i en önskvärd

riktning. Begreppet engagemang är någonting som Kronholm (2015) tidigare forskat kring och menar (på) att det finns flera definitioner av begreppet engagemang. Trots flera definitioner av begreppet går det att fastställa en gemensam faktor enligt Han et al (2008, se Kronholm 2015), är att relationen mellan medlemmarna och organisationen är den avgörande faktorn över tid för ett framgångsrikt arbete. Respondent A är en engagerad medlem i Södra, vilket innebär att respondent A befinner sig mellan steg 3–5 på engagemangstrappan och är även förtroendevald i sitt skogsbruksområde. Den posten menar respondent A har haft stor betydelse i respondentens egna engagemang, då de lett till god relation mellan kollegor inom förtroenderådet och övriga medlemmar som deltar på anordnade aktiviteter via Södra. Respondent A:s uppfattning angående sitt eget engagemang kan kopplas till Kronholms (2015) sammanställning om engagemang.

## 5.2 Analys med koppling till socialt kapital

Utifrån det genomförda semistrukturerade intervjuerna var det två av tre tillfrågade respondenter som känner att det finns ett positivt utbyte och relation mellan medlemmar i kooperativet. Respondent A sitter i förtroenderådet och menar att de finns stort socialt utbyte mellan medlemmars olika perspektiv som skogsägare. Respondent A ser även att det finns olika intressen och mål med skogen, vilket leder till ett kunskapsutbyte gällande moderniserat skogsbruk i form av andra metoder än enbart trakthyggesbruk. Olika intressen och mål med skogen är även någonting som Berglund & Nilsson (2012) tar upp i sin forskning. Då presenteras olika målvärden som en skogsägare kan ha, och beroende på vilket målvärde skogsägaren strävar efter sköts skogen på olika sätt för att främja de olika intressena. Respondent C upplever också ett utbyte mellan medlemmar inom kooperativet. Ett utbyte i form av att medlemmar delar med sig utav kunskap och egna erfarenheter. Utbyte av erfarenheter och kunskap kan kopplas samman med Putnams (2000) teori angående socialt kapital. Putnams (2000: 19 se Bäck 2012) teori bygger på förtroende, tillförlitlighet och socialt nätverk som viktiga faktorer för att skapa socialt kapital. Ett socialt nätverk kan sammankopplas till det kunskapsutbyte mellan medlemmar inom kooperativet som både respondent A och C tog upp i intervjun. Putnam (2000) menar att det sociala kapitalet kan utveckla ett givande samarbete och förbindelse mellan medlemmar, vilket genererar att medlemmarna kan uppnå det individuella målet med sitt skogsbruk genom förtroendet som har skapats inom kooperativet.

Vid intervjuerna nämner samtliga respondenter att det har förtroende för Södra. Det som ligger till grund för förtroendet är olika för varje respondent, var individ har sin förklaring till förtroendeskapandet. Tidigare forskning av Uslander (2002, se Bäck 2012) menar att det sociala förtroendet är det mest betydelsefulla i ett kooperativ, vilket kan kopplas till det sociala utbytet respondent A och C upplever.



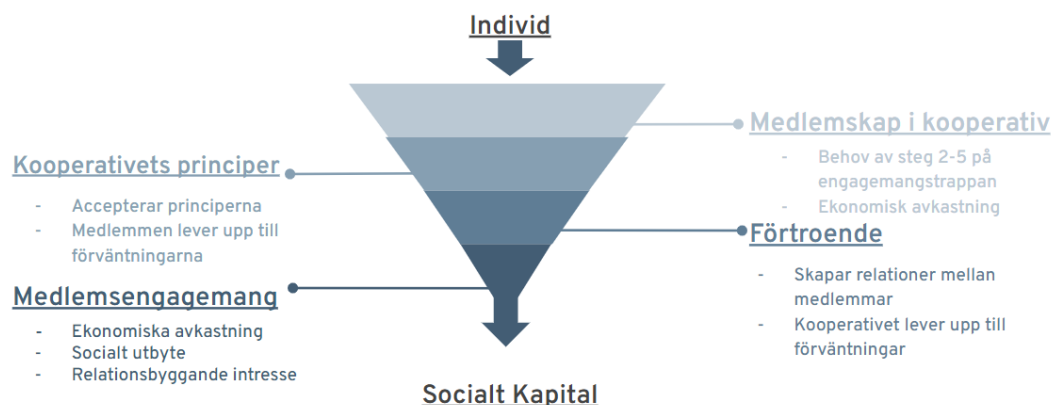
Förtroendet mellan medlemmar inom kooperativet kan också generera lägre *transaktionskostnader*, vilket i sin tur kan leda till ökad lönsamhet enligt tidigare forskning av Berggren & Jordahl (2005). *Transaktionskostnader* är en kostnad som uppkommer vid en transaktion och inte går att undvika, den är konstant och varaktig för en viss händelse ska äga rum. Transaktionskostnader kan uppkomma när medlemmar anlitar kooperativet för exempelvis mätningar i skogen, förhandling om nytt virkesavtal eller vid överenskommelser. Ingen debiteras eller faktureras för kostanden, utan den blir medräknad och inkluderad för en överenskommelse ska kunna äga rum (Rao 2003). Transaktionskostnader är inte någon avgörande faktor som någon av respondenterna tar upp under intervjun, vilket är försåtligt då betydelsen av begreppet inte är allmänt känt. Begreppet kan uppfattas som en konsekvens av ett upplevt socialt kapital. Berggren & Jordahl (2005) visar i sin forskning att ett högt förtroende mellan affärspartner leder till minskade transaktionskostnader och på så vis ökar lönsamheten i en organisation.

Transaktionskostnader är svåra att mäta eller bestämma, dock kan en uppskattning och ett resonemang föras kring en minskad kostnad. Respondent C beskriver hur en god relation mellan respondenten och rådgivare från Södra hjälper till att skapa den skog som önskas. Hade det inte funnits en god relation mellan respondent C och kooperativet, eller att förtroendet för kooperativet inte varit starkt, hade respondent C letat efter en annan aktör på marknaden som erbjuder likande tjänster. Den tid och engagemang respondenten sparar på att inte behöva söka efter offerter, urval och förhandlingar är ett tecken på minskade transaktionskostnad. Det är möjligt att det finns andra aktörer på marknaden som kan erbjuda likande tjänster till liknande pris, men själva transaktionskostnaden undviker respondent C ifall affären sköts med Södra. Anledningen till att respondent C väljer att anlita Södra kan vara det upplevda sociala kapitalet mellan parterna.

Det kan finnas fler anledningar till varför enbart två av tre tillfrågade respondenter upplever ett utbyte mellan medlemmar inom kooperativet. En anledning kan vara att respondent B inte känner något förtroende till andra medlemmar inom kooperativet och därför existerar inget utbyte med andra. En annan anledning till att respondent B inte upplever någon relation till andra medlemmar inom kooperativet kan grunda sig i hans eget engagemang inom kooperativet. Respondent B är en icke engagerad medlem, vilket innebär att respondenten tillhör steg 1-2 på engagemangstrappan. En icke engagerad medlem behöver inte använda sig av Södras tjänster som erbjuds, medlemmen behöver inte heller närvara vid medlemsträffar eller likande, vilket respondent B inte gör.

## 5.3 Resultat

I avsnitt 2.4 presenterades tidigare det teoretiska ramverk som arbetet haft som utgångspunkt, nu kan en reviderad illustration av *figur 4* presenteras. I den reviderade versionen utgår författarna från arbetets genomförda analys, där kopplingar och samband mellan den insamlade empirin och det utvalda teorierna har gjorts. Högst upp i figuren visas individen som i detta arbete representerar de enskilda skogsägarna. Individen finner nytta av att inleda ett medlemskap i en kooperativ organisation och kännetecknas av steg 2-5 på engagemangstrappan samt upplever fördelar med ekonomisk avkastning. Ett medlemskap innefattar också att individen måste anpassa sig efter kooperativets principer och leva upp till de uppsatta förväntningarna för att bygga en relation och förtroende mellan medlemmar och kooperativet. En engagerad medlem klättrar på engagemangstrappan och skapar en god relation med andra medlemmar och socialt utbyte i form av att dela med sig av kunskap och egna erfarenheter, vilket resulterar i ökat socialt kapital, som visas längst ned i *figur 5*. Resultatet visar att ekonomisk avkastning, socialt utbyte och relationsbyggande intresse bidrar till att en individ upplever medlemsengagemang inom kooperativet. Förtroende och lojalitet till medlemmar och till kooperativet skapar ökat socialt kapital, *se figur 5*.



*Figur 5. Reviderat teoretiskt ramverk (egen bearbetning)*

Det resultat som kan konstateras är att respondenternas upplevelser, tankar och egna erfarenheter angående sitt medlemskap i Södra går att bekräftas av det utvalda teorierna. I det genomförda intervjuerna kom det fram att samtliga respondenter har förväntningar på att kooperativet ska leverera god ekonomisk avkastning. Medlemmarnas långsiktiga förväntningar med medlemskapet kan bekräftas av Michelsens (1994) teori. Teorin beskriver att kooperativet måste uppfylla medlemmarnas förväntningar för att ett förtroende mellan medlemmarna och kooperativet ska skapas. Ekonomisk avkastning men även kvalitativ rådgivning gällande de skogliga åtgärderna är också en långsiktig förväntan som beskrevs av

respondent C, vilket kan bekräftas av Michelsen (1994). Respondent A menar att det inte är enbart den ekonomiska avkastningen som bygger förtroende med kooperativet, men ser det som en fördel.

Samtliga respondenter känner ett förtroende till kooperativet, men tar upp olika faktorer till varför förtroendet uppstått. Respondent A menar på att förtroendet till kooperativet uppstår via kännedom om hur organisationen fungerar, medan respondent B resonerar att förtroendet till kooperativet bygger på att det är bra för den konkurrerande marknaden. Respondent C bygger sitt förtroende på den nära kommunikation som finns till det lokala medarbetarna. Respondent A och C bygger också sitt förtroende på att det upplever ett utbyte med andra medlemmar i kooperativet. Förtroendet som respondenterna upplever med sitt medlemskap hänförs till ett förtroende för kooperativet som helhet och att den ekonomiska avkastningen baseras på att samtliga medlemmar i kooperativet har bidragit med sin del. Att relationen mellan medlemmar skapar förtroende och ömsesidighet inom kooperativet är någonting som Putnam (2000) förespråkar, vilket även stärks ytterligare i denna studie. Medlemmarna utgör kooperativet och bidrar tillsammans till god relation och ekonomisk avkastning.

Andra resultat som framkommit från denna studie som kan bekräftas av de valda teorierna är att en icke engagerad medlem kan bidra till ökat socialt kapital. Även om de medlemmarna inte har något intresse av att närvara vid fysiska medlemsträffar som kooperativet anordnar, är kunskapsutbytet mellan medlemmar i form av rådgivning någonting som intresserar en icke engagerad medlem. Det bör därför beaktas som en viktig aspekt vid förtroendeskapande inom kooperativet och på så sätt bidra till ökat socialt kapital. Det sociala kapitalet inom ett kooperativ kan öka samarbete mellan andra medlemmar och individuella mål kan uppnås, menar Putnam (2000). Resultatet kan avslutningsvis sammanfattas med att medlemmarnas långsiktiga förväntningar på kooperativet kan bekräftas vara en nyckelfaktor till förtroendeskapandet mellan medlemmar och kooperativet. Det upplevda medlemskapet bygger på förtroende och lojalitet till organisationen att den ekonomiska avkastningen delas lika beroende på medlemmarnas bidrag. Sedan kan det även sammanfattas att medlemmar med lägre engagemangsnivå kan också bidra till att socialt kapital skapas.

## 6. Diskussion och slutsats

*I kapitel sex presenterar författarna en resultat- och analysdiskussion där tidigare studier jämförs med denna studies resultat, samt en metoddiskussion. Kapitlet avslutas sedan med författarnas slutsatser som kopplas till studiens syfte och forskningsfråga.*

### 6.1 Diskussion

Nedan presenteras en diskussion baserat på studiens resultat och analys, samt en diskussion gällande metodvalet. I kapitel fem analyseras studiens empiri och studiens resultat utifrån de teoretiska ramverk som presenterades i kapitel två. I detta kapitel kopplas tidigare forskning ihop med studiens resultat i en diskussion, för att jämföra denna studies resultat med andra. Vidare presenteras också en diskussion gällande studiens undersökningsmetod och vilka faktorer som kan resultera i olika utfall.

#### 6.1.1 Resultat- och analysdiskussion

Det finns flertalet författare som genomfört tidigare studier inom området medlemskap, socialt kapital och engagemang inom ett kooperativ. I det två första kapitlen tas Abrahamssons (2016) studie upp gällande hur medlemmar i skogsägarföreningen Mellanskog upplever medlemsnytta. Utifrån en av tre forskningsfrågor presenterades resultatet med fokus på varför man vill vara medlem i Mellanskog. Utifrån resultatet konstaterade Abrahamsson (2016) att motivet till medlemskap i ett kooperativ var bland annat på grund av övertagande medlemskap från tidigare generation vid ett generationsskifte. Detta visar även resultatet i denna studie. Studiens resultat stämmer överens med Abrahamssons (2016) studie angående att medlemskap i ett kooperativ kan gå i arv från tidigare generation vid ett generationsskifte. Denna studies resultat stämmer även överens med Einarssons (2008) studie angående olika relationstyper. I denna studie visade resultatet på att två av de tre tillfrågade respondenterna tog över sitt medlemskap från tidigare generation. Einarsson (2008) menar att den genuina relationstypen visar på lojalitet och att de är vanligt förekommande att medlemskap tas över från tidigare

generationer, vilket stämmer överens med resultatet i denna studie. Einarsson (2008) tar även upp att den kalkylerande relationstypen gärna drar nytta av kooperativets förmåner, vilket också stämmer överens med denna studies resultat, då en av det tre tillfrågade respondenterna ingick medlemskap i kooperativet med största anledning av de förmåner kooperativet erbjöd.

I kapitel ett och två presenteras även tidigare forskning av Michelsen (1994) gällande medlemmars förväntningar på kooperativ. Michelsens (1994) studie resulterar i att medlemmar har förväntningar på kooperativet som måste uppfyllas för att ett förtroende mellan medlemmar och kooperativet ska skapas. Michelsens (1994) resultat går även att tillämpa på denna studies resultat. Samtliga respondenter förväntar sig att medlemskapet ska resultera i god ekonomisk avkastning, vilket kooperativet måste uppfylla för ett långsiktigt hållbart förtroende. En av respondenterna har även förväntan på fortsatt god rådgivning från kooperativet för att förtroendet till kooperativet ska bibehållas. Dessa resultat av studiens analys överensstämmer med Michelsens (1994) resultat. Det går även att finna andra likheter med denna studies resultat och andra tidigare studiers resultat. Resultatet i denna studie visar på att socialt kapital kan skapas av alla olika typer av medlemmar. Putnams (2000) tidigare studier resulterar i att förtroende, tillförlitlighet och socialt nätverk skapar socialt kapital. Den respondent som identifieras som engagerad medlem och en av de respondenter som identifieras som icke engagerad medlem, kan båda uppleva socialt utbyte med andra medlemmar i form av utbyte av kunskap och egna erfarenheter. Detta utbyte bidrar till skapandet av kooperativets sociala kapital och överensstämmer med Putnams (2000) tidigare studiers resultat om socialt kapital.

### 6.1.2 Metoddiskussion

Valet av metod är avgörande för en studies utformning och resultat. I denna studie valdes en kvalitativ metod för att skapa kunskap på djupet (Bryman & Bell 2017). Det genererar mycket empiri som är tidskrävande att tolka och summera, samt att det blir stora mängder text att analysera. En annan utformning mot en mer kvantitativ metod hade tillåtit fler deltagare och respondenter. Det hade även resulterat i mindre risk för feltolkning av författarna, studien bygger på ett fåtal individers kunskap och tolkningsförmåga (ibid). Författarna har vidtagit åtgärder för att stärka trovärdigheten och minska risken för missförstånd som kompensation för metodvalet. Genom att delge respondenterna intervjufrågorna i förhand, samt återkoppla resultatet så att författarna uppfattat svaren korrekt, vilket kallas för respondentvalidering. Att generalisera resultatet från studien är ingenting som går att göra, då det är väldigt få respondenter som medverkat. En generalisering är inte

målet med studien utan det är möjligt att använda resultatet för en vidare forskning som kan bidra till en generalisering.

Mer data och mätningar från andra kooperativ, branscher och verksamhetsområden hade behövts för att resultatet skulle kunna generaliseras. Studien bygger på sociala interaktioner och är av tillfällig karaktär, med vilket menas att empirin inte är varaktig. Empirin kan förändras om samma studie eller intervjufrågor skulle göras vid en annan tidpunkt eller till andra medlemmar. Den historik Södra har påverkar respondenternas svar på frågorna. Liknande forskning hos ett annat kooperativ hade eventuellt kunnat resultera i andra slutsatser. Priser, marknaden, respondenter och storlek på mark är faktorer som påverkat empirin och på så vis genererat resultatet. Förändrade bakomliggande förutsättningar kan generera ett alternativt resultat. Forskningsområdet i denna studie avsmalnades genom att bara fokusera på *ett* kooperativs medlemmar, samt inom *en* bransch. Deltagare från olika branscher och kooperativ hade skapat kunskap i en bredare kontext mot Kooperation och inte endast vara beroende av skogssektorn.

## 6.2 Slutsats

Syftet med denna studie var att jämföra medlemmar inom ett kooperativ med olika engagemangsnivåer och se ifall uppfattningen på medlemskap, förtroende och socialt kapital till kooperativet skiljer sig åt. Baserat på syftet formulerades en forskningsfråga rörande ifall medlemmarnas engagemang inom kooperativet påverkar uppfattning av medlemskap, förtroende och socialt kapital. Det författarna kan kostantera utifrån studiens resultat är att oavsett om medlemmen är engagerad eller icke engagerad kan det dras både likheter och skillnader mellan dem. De icke engagerade medlemmarna identifieras att stå på steg 1-2 på engagemangstrappan, trots att de har samma engagemangsnivå kan det finnas flertalet skillnader. Vid jämförelse mellan respondent B och respondent C, visar resultatet att respondent B inte använder några tjänster som kooperativet erbjuder, medan respondent C använder flertalet tjänster. En annan skillnad mellan de icke engagerade medlemmarna som kan konstateras från resultatet är att respondent B inte upplever något utbyte mellan andra medlemmar, medan respondent C upplever stort utbyte. Slutsatsen som kan dras av dessa skillnader mellan icke engagerade medlemmar är att medlemsengagemanget inom kooperativet inte har någon betydelse, baserat på om medlemmen använder kooperativets tjänster eller inte. En annan slutsats som kan dras är att medlemmar kan uppleva olika saker trots samma nivå av medlemsengagemang.

Utifrån resultatet går de även att se likheter mellan en engagerad medlem och en icke engagerad medlem. Trots att medlemmar med olika engagemangsnivå inom kooperativet kan likheter dras i användning av kooperativets tjänster. Både respondent A och C använder sig av flertalet tjänster som kooperativet erbjuder, vilket kan förklaras med att både respondent A och C upplever ett utbyte mellan andra medlemmar. Ett utbyte i form av kunskap och förtroende mellan medlemmar och kooperativet, vilket resulterar i upplevt socialt kapital. Samtliga tillfrågade respondenter i arbetet känner ett förtroende för kooperativet och på så sätt upplever de sociala kapitalet, men alla respondenter drar inte nytta av det sociala kapitalet. Slutsatsen som kan konstateras är att oavsett engagemangsnivå eller eget intresse att utöka sitt kontaktnät med andra medlemmar, finns det ett förtroende för kooperativet hos medlemmarna och på så sätt skapas ett socialt kapital. Vissa medlemmar väljer att inte nyttja kooperativets sociala kapital, utan anser att deras behov kan uppfyllas på annat håll.

En annan slutsats som författarna kan konstatera utifrån studien är att en icke engagerad medlem kan vara en väldigt engagerad skogsägare, medan en väldigt engagerad medlem inte behöver vara en så engagerad skogsägare. Respondent B identifieras som en icke engagerad medlem och är inte i behov av kooperativets sociala kapital, men visar sig vara en väldigt engagerad skogsägare. I intervjun kom det fram att samtliga åtgärder i skogen genomför skogsägaren själv och därför använder han sig inte av kooperativets tjänster. Respondent C är också en icke engagerad medlem men har inget eget intresse eller möjlighet att vara en engagerad skogsägare och väljer därför att använda sig av kooperativets tjänster. Respondent A, som i detta arbete identifieras som en engagerad medlem, är delvis en engagerad skogsägare. Vissa av de skogliga åtgärderna genomför respondent A själv, medan vissa skogliga åtgärder anlitas kooperativet till.

Sammanfattningsvis vill författarna tydliggöra att jämförelsen mellan en engagerad och en icke engagerad medlems uppfattning kring medlemskap, förtroende och socialt kapital inte har någonting att göra med medlemsengagemanget inom ett kooperativ. Icke engagerade medlemmar i ett kooperativ kan uppleva medlemskap, förtroende och socialt kapital på olika sätt, trots att medlemmarna står på samma steg i engagemangstrappan. Även en icke engagerad medlem och en engagerad medlem kan uppleva medlemskap, förtroende och socialt kapital på samma sätt inom ett kooperativ, trots att de står på olika steg på engagemangstrappan.

## 6.3 Framtida studier

Under studiens gång upptäckte författarna några alternativa frågeställningar som lämnades då det inte bidrog till att besvara forskningsfrågan, men kan vara områden för vidare forskning inom ämnet. Ett konstaterande från studien var att synen på medlemskap, förtroende och socialt kapital inte påverkades av engagemangsnivån inom kooperativet. De visade sig att en icke engagerad medlem ändå kan vara en aktiv skogsägare. Det skapar ett utforskat område som denna studie inte berör. Att undersöka hur aktiva skogsägare ser på kooperativ, samt varför och vilka tjänster som används av olika skogsägare men inte andra. Ett annat utforskat område är att koppla skogsägares olika målvärde och målsättning med skogen till engagemangsnivåer inom kooperativ, t ex att undersöka om olika målsättningar som produktiv skog, olika brukningsmetoder, sentimentala värden eller speciella biotopmiljöer kan påverka medlemmars engagemang inom kooperativet.

En sista idé för ett framtida forskningsområde är att göra en liknande undersökning i en större och mer omfattande utsträckning, dvs att undersöka om kooperativ i allmänhet eller kooperativ som är verksamma i andra branscher har någon tydlig koppling mellan sina medlemmars syn på medlemskap, socialt kapital och förtroende beroende på olika engagemangsnivå. Förslagsvis skulle man då kunna inkludera flera olika medlemskap från andra skogsägarföreningar, alternativt inom lantbrukssektorn.



## Referenser

- Abrahamsson, S. (2016). Värdeskapande i en kooperativ förening : en fallstudie om Skogsägarna Mellanskog ekonomiska förening. Uppsala: Sveriges lantbruksuniversitet.  
Tillgänglig: [https://stud.epsilon.slu.se/9264/1/Abrahamsson\\_S\\_20160623.pdf](https://stud.epsilon.slu.se/9264/1/Abrahamsson_S_20160623.pdf)
- Barton, D. (2000). I: What is a cooperative?. Kansas State University, Manhattan: Adelaide Books.
- Berglund, E. & Nilsson, H. (2012). Enskilda skogsägares mål på avdelningsnivå – en kvalitativ studie. Umeå: Sveriges lantbruksuniversitet. Tillgänglig: [https://stud.epsilon.slu.se/5432/11/berglund\\_e\\_etal\\_130422.pdf](https://stud.epsilon.slu.se/5432/11/berglund_e_etal_130422.pdf)
- 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. (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. Tillgänglig: <https://socialmedicinskritik.se/index.php/smt/article/view/906/716>
- Coleman, J. (1988). "Social Capital and the Creation of Human Capital". I American Journal of Sociology 94: S95–S121
- Coompanion (u.å). Vad är Kooperation? Tillgänglig: <https://coompanion.se/coompanion/vadar-kooperation/> [2023-10-24]
- Einarsson (2008). MEDLEMSKAPET I DEN SVENSKA IDROTTSFÖRENINGEN - EN STUDIE AV MEDLEMMAR I FYRA IDROTTSFÖRENINGAR. Ekonomiska Forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm. Tillgänglig: <https://docplayer.se/6690134-Medlemskapet-i-den-svenska-idrottsforenisen-en-studie-av-medlemmar-i-fyra-idrottsforeningar.html>
- Ekonomifakta (2023). Antal företag i Sverige. Tillgänglig: <https://www.ekonomifakta.se/fakta/foretagande/naringslivet/antal-foretag-i-sverige/> [2023-09-17]
- 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. (2011). Sociologiska perspektiv. Grundläggande begrepp och teorier. 2:8. Uppl. Lund: Studentlitteratur AB.
- Fortnox (2023a). Vad är Företagsform? Tillgänglig: <https://www.fortnox.se/fortnox-foretagsguide/ekonomisk-ordlista/foretagsform> [2023-09-18]
- Fortnox (2023b). Vad är Organisation? Tillgänglig: <https://www.fortnox.se/fortnox-foretagsguide/ekonomisk-ordlista/organisation> [2023-09-18]

- Granath, E. (2023). Värdepåverkande faktorer i lantbrukskooperativa företag : en studie om medlemmars upplevda värde av skogs- och lantbrukskooperativ. Uppsala: Sveriges lantbruksuniversitet. Tillgänglig : <https://stud.epsilon.slu.se/19316/1/granath-e-20230803.pdf>
- Gruen, T.W., Summers, J.O. & Acito, F. (2000). Relationship marketing activities, commitment, and membership behaviors in professional associations. *Journal of marketing*, 64, 34-49
- Han X., Kwortnik Jr R. & Wang C. (2008). Service loyalty: An integrative model and examination across service contexts. *Journal of Service Research*, 11, 22-42.
- International Cooperative Alliance. (2018) Cooperative identity, values & principles. Tillgänglig: <https://www.ica.coop/en/whats-co-op/co-operative-identity-values-principles> [2023-10-31]
- Jacobsen, D. (2007). Vad, hur och varför: om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen, Studentlitteratur, Lund.
- Jordbruksverket (2021). Jordbruksstatistisk sammanställning 2021. Tillgänglig: <https://jordbruksverket.se/om-jordbruksverket/jordbruksverkets-officiella-statistik/jordbruksverkets-statistikrapporter/statistik/2021-08-16-jordbruksstatistisk---sammanstallning-2021> [2023-09-19]
- Jordbruksverket (2022b). Skogsbrukets betydelse för jordbruket minskar. Tillgänglig: <https://jordbruketisiffror.wordpress.com/2022/03/02/skogsbrukets-betydelse-for-jordbruket-minskar/> [2023-09-19]
- Kronholm, T. (2015). Forest Owners' Associations in a Changing Society. Doctoral Thesis. Swedish University of Agricultural Sciences. Umeå.
- Lager, K. (2013). Socialt kapital hos Svenska skogsägare: från grannar till sektorsråd. Skinnskatteberg: Sveriges lantbruksuniversitet.
- Michelsen, J. (1994). The rationales of cooperative organizations. Some suggestions from Scandinavia. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 65, 13-34.
- Morgan R.M. & Hunt S.D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of marketing*, 58, 20-38
- Narayandas, D. (2005). Building Loyalty in Business Markets. *Harvard business Review*. Tillgänglig: <https://www.petrotechegypt.com/public/photos/products/files/aJtlv1523892789.pdf>
- Nilsson, J. (1991). Kooperativ utveckling. Lund: Studentlitteratur. [2023-09-18]
- Olsson, S. (2012). Hur nöjda är Arlas medlemmar?. (Examensarbete 2012:728). Sveriges lantbruksuniversitet. Institutionen för ekonomi. Tillgänglig: [https://stud.epsilon.slu.se/4483/1/olsson\\_s\\_120703.pdf](https://stud.epsilon.slu.se/4483/1/olsson_s_120703.pdf)
- 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.
- Rao, P, K. (2003). *The economics of transaction costs*. Great Britain: Palgrave Macmillian
- Robinson, O.C. (2013). *Values and adult age: findings from two cohorts of the*

- European Social Survey. European Journal of Ageing, 10 (1), 11–23. Tillgänglig: <https://doi.org/10.1007/s10433-012-0247-3>
- Rothstein, B. (2016). Varifrån kommer det sociala kapitalet? Socialvetenskaplig tidskrift, 5 (2-3). Tillgänglig: <https://doi.org/10.3384/SVT.1998.5.2-3.2927>
- SCB (2023). Marken i Sverige. Tillgänglig: <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/miljo/marken-i-sverige/> [2023-09-24]
- Skogsindustrierna (2020). Hur påverkar äganderätten skogsbruket?. Tillgänglig: <https://www.skogsindustrierna.se/om-skogsindustrin/vad-gor-skogsindustrin/skogsbruk/agande/hur-paverkar-aganderatten-skogsbruket/> [2023-09-27]
- Skogsindustrierna (2023a). Om skogsindustrin - Ekonomisk betydelse och välfärd. Tillgänglig: <https://www.skogsindustrierna.se/om-skogsindustrin/branschstatistik/ekonomisk-betydelse-och-valfard/> [2023-09-23]
- Skogsindustrierna (2023b). Om skogsindustrin - Ägande. Tillgänglig: <https://www.skogsindustrierna.se/om-skogsindustrin/vad-gor-skogsindustrin/skogsbruk/agande/> [2023-09-27]
- Skogsindustrierna (2022). Svensk skogsnäringens klimateffekt 1990-2020. Skogsindustrierna. Tillgänglig: <https://www.skogsindustrierna.se/siteassets/dokument/rapporter/svensk-skogsnarings-klimateffekt-1990-2020.pdf>
- Skogskunskap (u.å). Ordlista - trakthyggesbruk <https://www.skogskunskap.se/ordlista/t/trakthyggesbruk/>
- Skogsstyrelsen (2021). Fastighets- och ägarstruktur i skogsbruket 2021. Skogsstyrelsen. Tillgänglig: <https://www.skogsstyrelsen.se/globalassets/statistik/statistikfaktablad/jo1405-fastighets-och-agarstruktur-i-skogsbruket-2021.pdf> [2023-09-20]
- Stryjan, Y. (1994). Understanding cooperatives: The reproductive perspective. Annals of Public and Cooperative Economics, 65, 59-79.
- Svensk Kooperation (u.å). Om Kooperation. Tillgänglig: <https://svenskkoooperation.se/om-kooperation/> [2023-10-03]
- Södra (2023a). Södras uppdrag – ett långsiktigt och lönsamt familjeskogsbruk. Tillgänglig: [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%2bstartsida%2b2021/12&utm\\_content=a-version](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%2bstartsida%2b2021/12&utm_content=a-version) [2023-11-13]-
- Södra (2023b). Södramodellen – Södras ekonomiska modell. Tillgänglig: <https://www.sodra.com/sv/se/skog-medlem/medlem-i-sodra/hur-fungerar-sodra/sodramodellen/> [2023-11-13]
- Uslaner, E. (2002). The Moral Foundations of Trust. Cambridge: Cambridge University Press.
- Verksamt (2023a). Kooperativa principer. Tillgänglig: <https://www.verksamt.se/fundera/starta-kooperativ/kooperativa-principer> [2023-09-18]
- Verksamt (2023b). Starta kooperativ. Tillgänglig: <https://www.verksamt.se/fundera/starta-kooperativ> [2023-09-18]
- Yin, R.K. (2013). Case Study Research: Design and Methods, SAGE Publications, 5. London.

## Populärvetenskaplig sammanfattning

Ett sätt för mindre företag på marknaden att skapa större konkurrensfördel är att slå ihop sig med andra företag inom samma bransch. För att uppnå individuella mål, effektivt nyttja ekonomiska resurser och utveckla affärsverksamheten kan arbete i kooperativ vara en lösning. Den kooperativa organisationen är en demokratisk organisation som drivs och ägs av medlemmar och är i behov av medlemmars engagemang. Medlemsengagemang är också en förutsättning för kooperativets långsiktiga överlevnad. I en kooperativ organisation finns det mer eller mindre engagerade medlemmar, där båda bidrar till kooperativet på olika sätt. Denna studie jämför medlemmar med olika engagemangsnivå påverkar uppfattningen på medlemskap, förtroende och socialt kapital inom ett kooperativ. I ett kooperativ driver varje medlem sin egen verksamhet, men försäljningen av produkter sker genom kooperativet. Varje medlem bidrar med ett insatskapital på något vis i kooperativet, det kan generera ekonomisk avkastning om kooperativet gör vinst. En fördel med medlemskap i ett kooperativ är ofta den starka konkurrenskraften på marknaden trots tuffa ekonomiska tider. Inom skogs- och lantbrukssektorn är kooperativ vanligt förekommande med många medlemmar.

I denna studie har tre medlemmar inom ett och samma kooperativ intervjuats, en engagerad medlem och två icke engagerade medlemmar. Målet med intervjuerna var att hitta likheter och skillnader mellan medlemmarna, oavsett deras engagemangsnivå. Resultatet visade att jämförelsen mellan en engagerad medlem och en icke engagerad medlems uppfattning angående medlemskap, förtroende och socialt kapital inte har att göra med medlemmens engagemangsnivå inom kooperativet. Icke engagerade medlemmar kan uppleva värden på olika sätt, medan en engagerad medlem och en icke engagerad medlem kan dela samma uppfattning kring värdarna. Resultatet visar även på att medlemmars långsiktiga förväntningar på kooperativet är en viktig faktor för att ett förtroende mellan parterna ska skapas. Förtroende är en viktig faktor för det upplevda sociala kapitalet. Socialt kapital kan skapas inom kooperativet, trots olika engagemangsnivå hos medlemmarna, bara förtroende och utbyte mellan andra medlemmar existerar.

# Tack

I detta arbetet vill tacka till de personer som deltagit på något vis till vår studie. Det gäller vår handledare Karin Hakelius som agerat bollplank till oss under arbetets gång. Intresserat sig för ämnet och ständigt hjälpt oss att utveckla vår och förhoppningsvis andras kunskap inom ämnet Kooperation. Vi vill även rikta ett tack till Henrik Andersson och Aron Olbers på skogsägarföreningen Södra för hjälp av information, respondenter och feedback. Samt tack till respondenter och opponenter för att ni lagt tid på vårt arbete med både diskussioner och kunskap.

## Bilaga 1-Intervjufrågor

- 1. Varför är du medlem i kooperativet Södra Skogsägarna?**
- 2. Hur länge har du varit medlem?**
- 3. Vilka tjänster använder du dig av från Södra?**  
(Rådgivning, planering, guidning, tjänster i skogen)
  - Hur kommer det sig att du anlitar Södra för dessa tjänster?
  - Anlitas någon annan aktör för dessa tjänster istället?
- 4. Vilka faktorer har varit avgörande för att du stannat kvar i kooperativet?**
- 5. Vilka fördelar anser du finns med ditt medlemskap?**
- 6. Vilka nackdelar anser du finns med ditt medlemskap?**
- 7. Vad skulle göra att du säger upp ditt medlemskap?**
- 8. Varför väljer du att ta del av/inte ta del av kooperativets tjänster?**
- 9. Har du upplevt att kooperativet har förändrats över tid?**
  - Har det påverkat ditt förtroende till Södra på något håll (bättre/sämre)
- 10. Vad förväntar du dig av ett långsiktigt medlemskap?**
- 11. Vad anser du är viktigt att kooperativet lever upp till/levererar?**
- 12. Känner du ett förtroende för Södra?**
  - Om ja, varför? (Vad gör att du känner förtroende?)
  - Om nej, varför inte? (Vad skulle vara annorlunda?)
- 13. Hur är din relation till andra medlemmar i kooperativet?**
  - Har det förändrats genom tid? → på vilket sätt?
  - Upplever du något utbyte mellan medlemmar? (socialt, kunskap)
- 14. Har kooperativet hjälpt dig att förbättra din verksamhet?**
  - Om ja, på vilket sätt?
- 15. Tar du del av den kunskap/utbildning som kooperativet erbjuder? tex nyhetsbrev, föreläsning, utbildning**
  - Om ja, får du ut något av det?
  - Om inte, varför?
- 16. Finns det något du vill 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.