



SKOGSMÄSTARPROGRAMMET
Examensarbete 2013:06

Enkätundersökning hos markägare inom SCA Skog Jämtlands förvaltning

*Survey of landowners in the SCA forest
Jämtlands Forest management area*



Fredrik Göransson

Enkätundersökning hos markägare inom SCA Skog Jämtlands förvaltning

Survey of landowners in the SCA forest Jämtlands Forest management area

Fredrik Göransson

Handledare: Börje Börjesson, SLU Skogsmästarskolan

Examinator: Eric Sundstedt, SLU Skogsmästarskolan

Omfattning: 15 hp

Nivå och fördjupning: Grundnivå med minst 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Kurstitel: Kandidatarbete i Skogshushållning

Kurskod: EX0624

Program/utbildning: Skogsmästarprogrammet

Utgivningsort: Skinnskatteberg

Utgivningsår: 2013

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

Serienamn: Examensarbete/SLU, Skogsmästarprogrammet

Serienummer: 2013:06

Nyckelord: virkesaffär, återkoppling, kundnöjdhet



Sveriges lantbruksuniversitet
Skogsvetenskapliga fakulteten
Skogsmästarskolan

FÖRORD

Detta är mitt examensarbete som omfattar 15 högskolepoäng och som kommer att vara den avslutande delen på Skogsmästarprogrammet vid SLU i Skinnskatteberg.

Undersökningens syfte och mål var att ge svar på hur markägare vill ha återkoppling efter avslutad virkesaffär. Uppdragsgivare till examensarbetet är SCA Skog AB som är en stor aktör på virkesmarknaden i norra Sverige.

Jag vill rikta ett stort tack till min handledare Leif Johansson, utvecklingschef vid Jämtlands Skogsförvaltning som hjälpt mig under hela processen med examensarbetet. Ett stort tack även till min handledare vid SLU Skogsmästarskolan Börje Börjesson som gett kloka svar när frågor har uppstått.

Vidare vill jag även passa på att tacka alla som svarat på enkäten och skickat tillbaka den.

*Mo 2013-02-08
Fredrik Göransson*

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Förord.....	v
1. Abstract.....	1
2. Inledning.....	3
2.1 Bakgrund.....	3
2.2 Syfte.....	3
2.3 Företagspresentation SCA.....	4
2.4 SCA Skog Jämtlands förvaltning.....	4
3. Material och metoder.....	5
3.1 Enkät och urval	5
3.2 Analysen.....	5
4. Litteraturstudie	7
4.2 Kundtillfredställelse.....	7
4.3 Kundmätningar	8
4.4 Kommunikation till kunder	9
4.5 Hur SCA arbetar för att få nöjdare kunder	9
5. Resultat	11
5.1 Bakgrundsfrågor.....	11
5.2 Enkätfrågor	13
6. Diskussion.....	19
7. Sammanfattning	23
8. Referenslista	25
8.1 Publikationer.....	25
8.2 Relaterade examensarbeten.....	25
8.3 Internetdokument.....	25
9. Bilagor.....	27
Bilaga 1 Följebrev	28
Bilaga 2 Enkät.....	29
Bilaga 3 Kommentarer från enkäten.....	33

1. ABSTRACT

This report is a joint venture with SCA Skog AB in the Jämtland forest management area. The company is a major player in the timber market in northern Sweden, and also a large business globally with offices in over 100 countries. The purpose of the study was to find out how timber suppliers want feedback/follow-up after completion of timber business.

To determine this, a questionnaire survey was sent out to 75 landowners who supplied the wood for the company during the past year. The questionnaire consisted of a total of 15 questions with the opportunity to comment on certain issues. The response rate totaled 44 percent.

The survey results show that customers want their feedback/follow-up a few weeks after completion of timber business. They prefer to be contacted by the timber purchaser either by phone or a personal meeting.

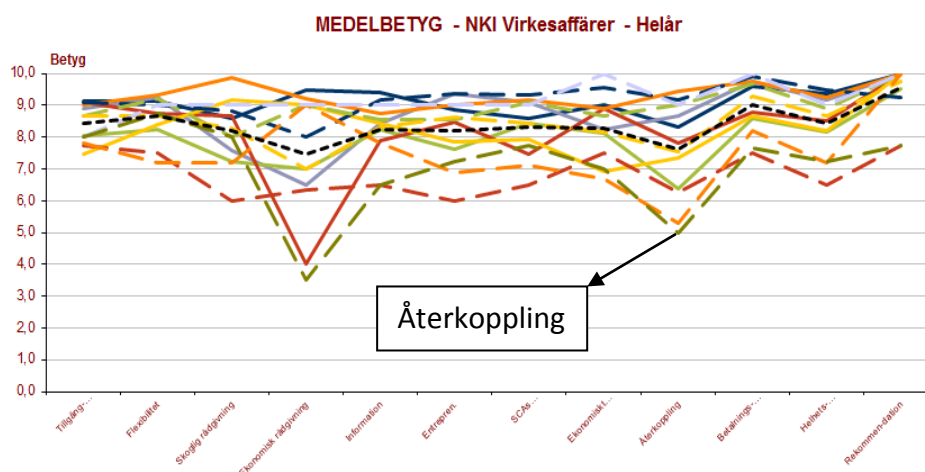
2. INLEDNING

2.1 Bakgrund

För att få ut en examen på Skogsmästarprogrammet krävs det ett examensarbete på 15 högskolepoäng vilket motsvarar 10 veckors arbete. Jag har valt att göra min avslutande del av utbildningen i samarbete med SCA Skog AB, Jämtlands förvaltning. Under hösten 2012 kontaktades SCAs utvecklingschef Leif Johansson och vi kom gemensamt fram till att en marknadsundersökning angående återkoppling till avslutade virkesaffärer skulle vara intressant.

2.2 Syfte

SCA genomför kontinuerligt egna uppföljningar på utfört arbete som de kallar för NKI, nöjd kund index. Genom dessa undersökningar har det konstaterats att det finns flera olika förbättringsområden. Ett av dessa förbättringsområden är återkopplingen till genomförda virkesaffärer. Enligt ett examensarbete (Andersson, 2006) är endast de större fastighetsägarna nöjda med återkopplingen efter avslutad affär, minst nöjd är kvinnor och utbor.



Figur 2.2.1. Visar medelbetyg på utförda virkesaffärer enligt NKI

Syftet med denna enkätundersökning är att ge svar på hur kunden vill ha återkoppling efter avslutad affär. Studien kommer även att visa på vilket sätt kunden vill bli kontaktad. I all verksamhet är det viktigt att leva upp till kundernas förväntan och helst av allt överträffa dessa.

2.3 Företagspresentation SCA

SCA är ett globalt företag som finns i över 100 länder världen över. Företaget grundades genom en sammanslagning av ett flertal mindre bolag och är idag en av Europas största privata skogsägare. Från starten bedrevs endast sågverksrörelse men idag utvecklar och producerar företaget hygienartiklar, tryckpapper, mjukpapper och sågade trävaror. SCA omsätter ungefär 100 miljarder och har 2012 37 000 anställda. (SCA, Länk A, 2012)

SCA Skog AB har fem förvaltningar med ett sammanlagt markinnehav på 2,6 miljoner ha varav 2,0 miljoner används för produktion. Huvudkontoret är beläget i Sundsvall och de fem förvaltningarna är Norrbotten, Västerbotten, Ångermanland, Jämtland och Medelpad.

2.4 SCA Skog Jämtlands förvaltning

I Jämtland har SCA sitt förvaltningskontor i Östersund och åtta distriktskontor som är placerade i Stugun, Järpen, Svenstavik, Bräcke, Föllinge, Strömsund, Hoting och Krokomb. Förvaltningen har ca 45 anställda och ansvarar över ett markinnehav omfattande 791 000 ha varav 650 000 ha är produktiv skogsmark. Avverkning och skötsel sker uteslutande av entreprenörer. (Svensson, 2011)

På distriktet finns totalt ca 14 000 skogsägare varav drygt 37 % är kvinnor. Skogsmarken i Jämtland är mycket varierande med allt från karga tallhedar och höghöjdsområden i väst till bördiga dalgångar i öst. Skogsbruket är inte den enda näringen i länet som är intresserad av markanvändningen, här finns även jordbruk, rennäring, rekreationsområden, jakt och fiske (Skogsstyrelsen, Länk B, 2012). I länet finns över 80 naturreservat som tillsammans täcker en yta på över en halv miljon hektar. Den totala produktiva skogsmarken i länet uppgår till 2,4 miljoner hektar.

3. MATERIAL OCH METODER

Material och metoder beskriver hur arbetet med enkäten och urvalet av markägare har utförts.

3.1 Enkät och urval

Undersökningen bygger på en enkät som har utformats genom diskussioner med SCAs utvecklingschef Leif Johansson och handledare Börje Börjesson på Skogsmästarskolan. Frågeställningarna har arbetats fram under en längre period för att enkäten ska bli så tillförlitlig och seriös som möjligt. Enkäten ska ge svar på hur leverantörerna vill ha återkoppling efter avslutad virkesaffär.

Uppställning och utformning av enkäten har tagits från studentlitteratur (Trost, 2007) som ger vägledning och struktur på hur frågorna ska framställas. Idéer till frågorna har hämtats från tidigare gjorda examensarbeten som berört ämnesområdet (Andersson, 2006) och (Andersson, 2009). I enkäten finns totalt 15 frågor där de 4 första frågorna beskriver vilken typ av skogsägare som svarat.

Enkäten skickades ut till 75 slumpvis utvalda markägare inom Jämtlands skogsförvaltning. Det bestämdes att enkäten skulle skickas ut till de som gjort virkesaffär med SCA under det senaste året. För att göra det så enkelt som möjligt för de svarande skulle enkäten innehålla få frågor och ett frankerat svarskuvert skulle följa med enkäten. Markägarna togs fram med hjälp av ekonomiavdelningen vid Jämtlands förvaltning. I listan med de markägare som gjort virkesaffär med SCA plockades vart tredje namn ut till undersökningen. Det visade sig att ungefär 10 stycken av dessa var företag eller statliga verk, dessa togs inte med i undersökningen eftersom den riktar sig till privatpersoner. På listan uppdagades även vissa personer mer än en gång, detta justerades för att inte samma person skulle få mer än ett brev.

Enkäten och följbrevet skickades ut den 8 januari 2013 med begärt svar senast den 25 januari i det bifogade svarskuvertet. I följbrevet framgick det att enkäten var anonym. Enkäten och följbrevet redovisas i bilaga 1 och 2.

3.2 Analysen

Resultatet från marknadsundersökningen har under februari 2013 sammanställts och bearbetas i Microsoft Excel. För att få ett stöd i skrivandet har "Handledning i rapportskrivning för Skogsmästarprogrammet" (Lundmark m.fl., 2012) använts och rapporten har skrivits med hjälp av Microsoft Word.

4. LITTERATURSTUDIE

Litteraturstudien i det här examensarbetet kommer att beskriva vad kundtillfredsställelse är, hur kundmätningar utförs, ett avsnitt om kommunikation och hur SCA arbetar idag för att få nöjdare kunder.

4.2 Kundtillfredsställelse

Det talas idag mycket om hur viktig kunderna är och betydelsen av att tillfredsställa kundernas behov. Det finns olika definitioner som beskriver vem som egentligen är en kund, den lämpligaste definitionen lyder "alla som på något sätt påverkas av verksamheten eller de varor och tjänster som produceras och tillhandahålls". Kunderna delas in i olika grupper, idag delar man normalt in dem i interna och externa kunder. Interna kunder utgörs av leverantörerna, medarbetarna och organisationen medan externa kunder utgörs av köparna och användarna.

Kundtillfredsställelse grundas på kundernas uppfattning och är en subjektiv upplevelse. För att kunden ska känna sig nöjd måste den ha erhållit ett ökat värde som upplevs positivt eller genom att en negativ situation har återställts till begynnelseläget. Mycket av kundnöjdheten beror på vilka förväntningar kunden har innan affären och känslan av utfallet av den aktuella tjänsten eller varan. Om priset eller tjänsten inte motsvarar förväntningarna upplevs ett missnöje medan en överträffelse av priset eller tjänsten leder till kundnöjdhet (Sörqvist, 2000).

Kundernas förväntan uppstår genom flera olika faktorer. För att uppnå maximal tillfredsställelse kan företagen eller organisationen i många fall påverka kundernas förväntan på den aktuella tjänsten eller varan. Det som visat sig ha stor inverkan är: *Marknadsföring och reklam, produktens pris, tidigare erfarenheter, image och rykte, betydelse och intresse samt tredjepartsinformation.*

- Marknadsföring och reklam visar vad kunden kan förvänta sig av produkten eller tjänsten, här är det viktigt att inte utlova alltför mycket för att undvika missnöjda kunder.
- Produktens pris påverkar många gånger, ett högt pris ställer högre krav på kvalitet och ett bättre utfall än om priset skulle vara lågt.
- Negativa erfarenheter har större inverkan på förväntningarna jämfört med positiva erfarenheter.

- Image och rykte påverkar kundens förväntningar i stor utsträckning, exempel på detta kan vara ett starkt varumärke.
- Betydelse av produkten eller tjänsten och kundens intresse påverkar förväntningarna. Genom detta skaffar sig kunden kunskap och förståelse som ligger till grund för rimliga förväntningar.
- Tredjepartinformation kan komma från flera olika håll till kunden och har därigenom hög trovärdighet vilket inverkar på kundens förväntningar.

Förväntningar kan förändras över tid. Det är lätt att innan tjänsten eller produkten konsumerats ha en förväntan, som drastiskt kan förändras efter att tjänsten eller produkten använts en tid (Sörqvist, 2000).

4.3 Kundmätningar

Genom att fråga kunden vad de anser, tycker eller upplever kan kundnöjdhet undersökas. Dessa undersökningar är oftast enkla att göra och bidrar till ökad kunskap om kunden och dennes situation. För att få en fullständig förståelse kan dessa mätningar behöva kompletteras med ytterligare undersökningar (Sörqvist, 2000). Det finns flera olika metoder men vanligtvis skiljer man på kvalitativa och kvantitativa mätningar. Beroende på vilket syfte studien har väljs utifrån detta den metod som är mest användbar.

Handlar undersökningen om siffror eller när man vill veta vad en viss procent av befolkningen tycker talar man om en kvantitativ mätning. I dessa studier är det vanligt med ett stort urval och att djupet i frågorna är något mindre. Vid dessa undersökningar är det vanligt förekommande med enkäter eller intervjuer som kan genomföras antingen personligen eller via telefon. Det har idag utvecklats nyare metoder där enkäterna skickas ut via e-post för att på så vis korta ner svarstiderna.

Är man ute efter en djupare förståelse för att förstå kundens behov är en kvalitativ undersökning att föredra, i dessa studier är urvalet mindre men med ett större undersökningsdjup. En kvalitativ studie lämpar sig bättre när man vill utläsa mönster eller ta reda på vilka värderingar kunderna har. Kvalitativa studier utgår oftast från konvergensprincipen vilket innebär att undersökningen fortsätter tills den intervjuade inte tillför någon ny kunskap (Trost, 2007).

Det är vanligt att undersökningarna är en kombination av kvantitet och kvalitet. Oftast finns det några frågor som kan besvaras öppet d.v.s kvalitativa som efterföljs av kvantitativa frågor som ger en generaliserbar bild av kundernas åsikter.

4.4 Kommunikation till kunder

Kommunikation kommer från latinets "communicare" och betyder att "något blir gemensamt". Kommunikation handlar om att nå fram eller dela med sig av handlingar, värderingar, känslor och upplevelser etc.

Kommunikation är en social process vilket betyder att man kommunicerar med andra personer. För SCA kan det handla om information efter en avslutad affär eller information om en skogsdag. Det finns olika sätt att kommunicera men huvudsakligen används idag fyra olika metoder.

- Personlig kontakt via möte eller telefon
- Brevförsändelser
- E-post
- Via mobiltelefon med SMS

Vilken metod som lämpar sig bäst bör styras av målet med kommunikationen och inte av det som är traditionellt eller modernt för tillfället. Det finns både för- och nackdelar med dessa fyra sätt att kommunicera på, där exempelvis SMS och e-post hör till kategorin extremt snabb media. Personlig kontakt och post är mer tidskrävande men medför däremot en större genomslagskraft (Morberg, 2007).

Användandet av mobiltelefoner för information, marknadsföring och kommunikation är ett relativt nytt sätt att kontakta kunder på. Användandet av mobiltelefoner är idag accepterat av de flesta och enligt Bolin (2010) har 95 % av svenskarna tillgång till en mobiltelefon, det är idag vanligare än att ha tillgång till en persondator. Jämför man SMS med andra typer av media är det ett väldigt snabbt sätt att kommunicera på, samtidigt som det går att nå kunden oberoende vart denne befinner sig i världen. Enligt Morberg (2007) är huvudparten av Mellanskogs medlemmar positivt inställda till information via SMS eller e-post men att användandet minskar med stigande ålder. Studien visar även att Mellanskogs inspektorer är mer positiva till att använda SMS som media men även att medlemmarna föredrar e-post framför SMS.

4.5 Hur SCA arbetar för att få nöjdare kunder

Vid slutregleringen av en virkesaffär eller ett skogsvårdsuppdrag skickar SCA ut en enkät som kunden får svara på, det finns en enkät som mäter kundnöjdhet efter avslutad virkesaffär och en efter avslutat skogsvårdsuppdrag. Enkäten innehåller frågor där kunden får betygsätta både virkesköparen och själva arbetet som utförts. Genom att kunden fyller i vilken virkesköpare denne har varit i kontakt med är det enkelt att se vilka förbättringsområden som virkesköparna behöver arbeta med. Enkäten tar upp följande frågor (Andersson, 2006)

- *Tillgänglighet*

- *Flexibilitet*
- *Information i samband med kontraktskrivning*
- *Resultat efter gallring/föryngringsavverkning*
- *Ekonomiskt resultat*
- *Återkoppling*
- *Betalningssäkerhet*
- *Helhetsbetyg*

Syftet med mätningen är att den ska hjälpa förvaltningen med att få nöjdare kunder och att kunna identifiera förbättringsområden. Enligt ett examensarbete (Andersson, 2009) är medelbetyget 8.5 av 10 möjliga.

Tabell 4.4.1. Visar utfallet i Nöjd Kund Index från 2008

Kvalitetsdimensioner NKI <i>Quality dimensions CSI</i>	Utfall 2008 <i>Result 2008</i>	Mål 2009 <i>Goal 2009</i>
Återkoppling <i>Feedback</i>	7,5	
Ekonomisk rådgivning <i>Financial advice</i>	8,0	
Ekonomiskt resultat <i>Financial results</i>	8,0	
Tillgänglighet <i>Availability</i>	8,3	
Skoglig rådgivning <i>Forest counseling</i>	8,4	
Information <i>Information</i>	8,5	
Avverkningsresultat <i>Logging results</i>	8,5	
Helhetsbetyg SCA <i>Overall rating SCA</i>	8,5	
Flexibilitet <i>Flexibility</i>	8,8	
Betalningssäkerhet <i>Payment security</i>	9,1	
Medelvärde <i>Mean value</i>	8,5	8,9

Lägst betyg i 2008 års sammanställning får återkoppling vilket indikerar att detta är ett förbättringsområde som bör prioriteras. Det examensarbete som Andersson (2006) genomförde bekräftar också att återkopplingen efter avslutad affär får lågt betyg. De som är mest nöjd med återkopplingen är de stora markägarna med arealer över 300 ha. Minst nöjd med återkopplingen är kvinnor samt utbor.

5. RESULTAT

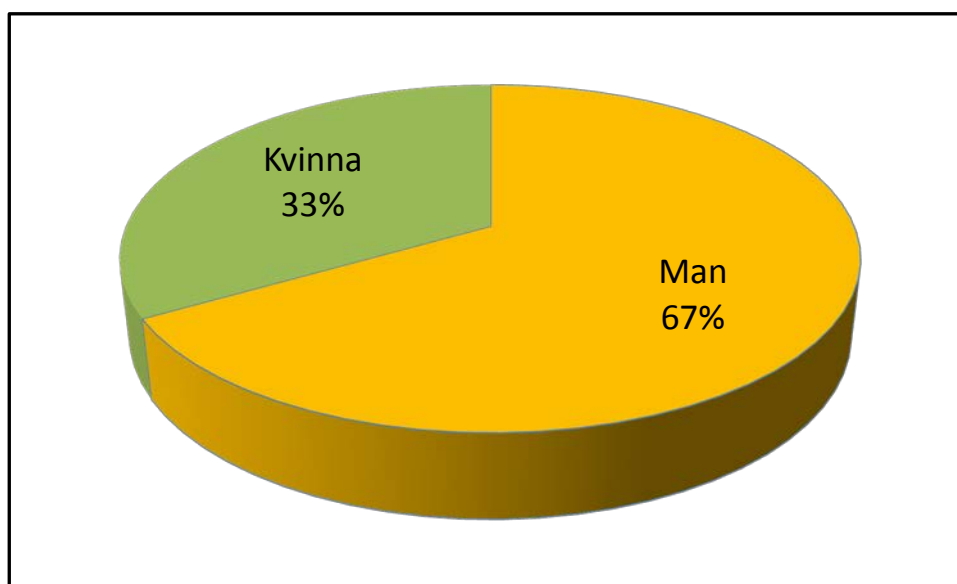
I resultatet presenteras svaren som framkommit genom enkätundersökningen som gjordes under januari månad. Dessa redovisas med hjälp av olika diagram beroende på hur frågan har utformats och hur många svarsalternativ som funnits i frågan.

Antalet svarande på enkäten är 33 stycken vilket motsvarar en svarsfrekvens på 44 procent. Det anses både av författaren och handledaren vara en godtagbar siffra. Svar som inkommit efter sista svarsdag har tagits med i resultatet. Det var 42 stycken som valde att inte delta i undersökningen.

De inledande fyra frågorna i enkäten beskriver vilken typ av virkesleverantör som svarat.

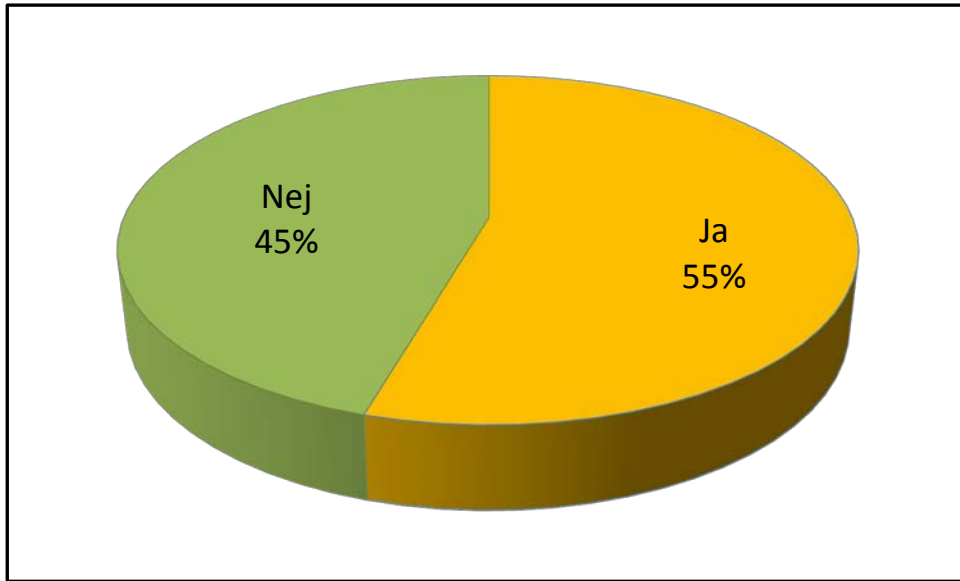
5.1 Bakgrundsfrågor

I Sverige är idag ca 50 procent av skogsmarksarealen ägd av privatpersoner. År 2011 uppgick antalet skogsägare till ca 327 000 stycken varav 61 procent var män, 38 procent kvinnor och 1 procent okänt kön (Skogsstyrelsen, Länk C, 2012). I den här enkätundersökningen är det 67 procent män och 33 procent kvinnor som svarat.



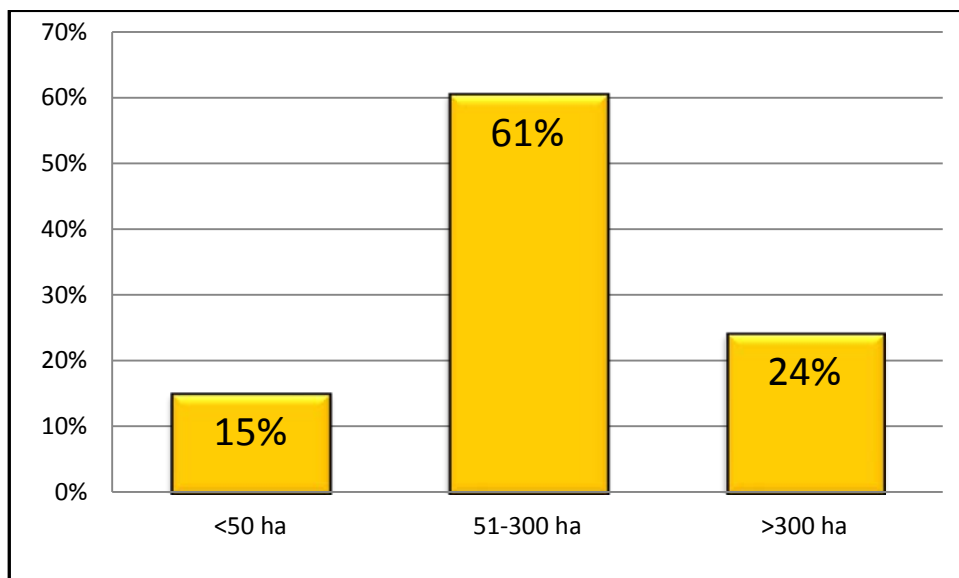
Figur 5.1.1 Visar andelen män och kvinnor som omfattas av undersökningen.

För att kartlägga hur många som bor på sin fastighet ställdes frågan "Bor du på fastigheten". Det var 33 stycken som svarade på frågan vilket är alla som svarade på enkäten. Det visar sig att 55 procent av virkesleverantörerna bor på sin fastighet och att 45 procent inte bor på sin fastighet.



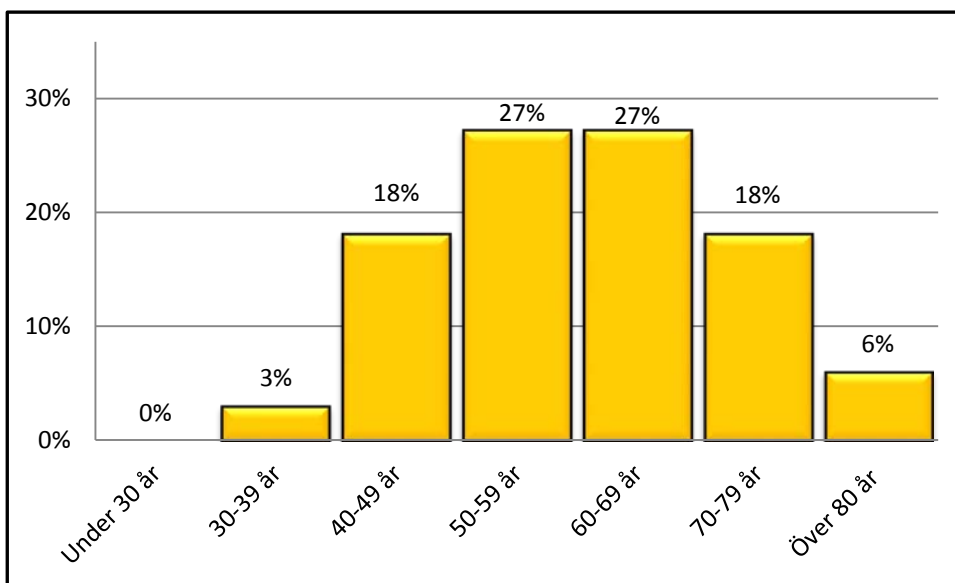
Figur 5.1.2 Visar om personerna bor på fastigheten.

För att ta reda på markägarnas fastighetsstorlek ställdes frågan ”Hur stor är fastigheten”. Det visade sig att majoriteten av markägarna, ca 61 procent hade en fastighetsstorlek i intervallet 51 – 300 hektar. De markägare med en skogsmarksareal över 300 hektar var 24 procent och de resterande 15 procent har skogsmarksareal under 50 hektar.



Figur 5.1.3 Visar fastighetsstorleken hos markägarna.

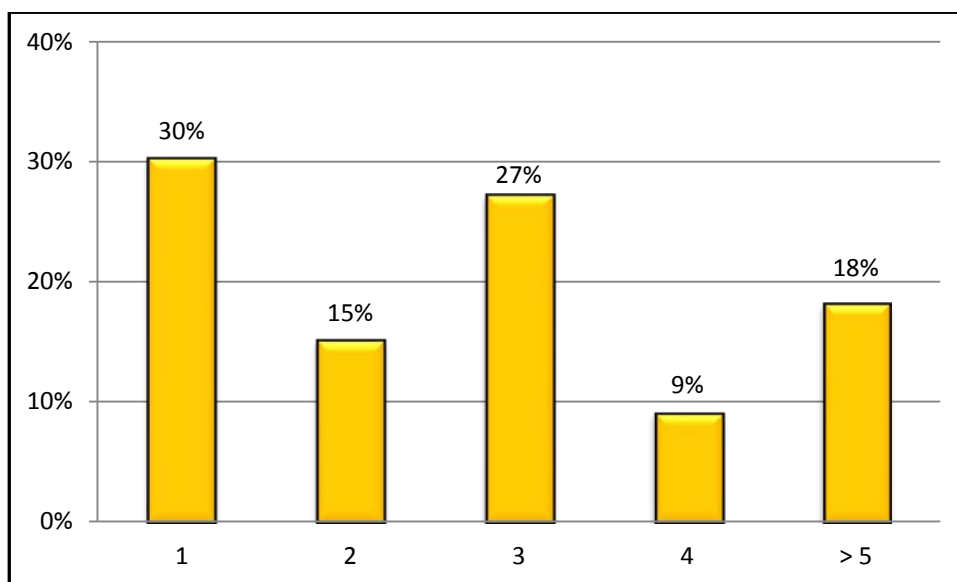
På frågan ”Hur gammal är du” svarade 33 stycken vilket är alla som var med på enkäten. Inom Jämtlands skogsförvaltning har leverantörerna en hög medelålder. Av de svarande markägarna är sammanlagt 54 procent mellan 50 och 69 år. Ca 18 procent är mellan 70 och 79 år och 6 procent är över 80 år. Det var ingen person i undersökningen under 30 år och endast en person som var mellan 30 och 39 år gammal.



Figur 5.1.4 Visar åldersfördelningen hos markägarna i undersökningen.

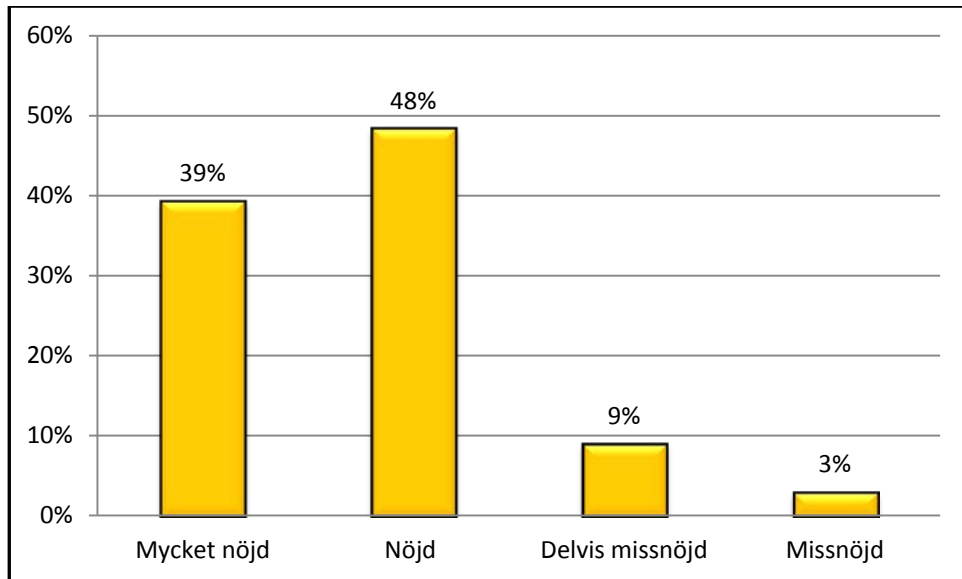
5.2 Enkätfrågor

Fråga 1 " Hur många gånger under de senaste 5 åren har du gjort affär med SCA?". Resultatet av enkäten visar att 30 procent av leverantörerna endast har gjort en affär med SCA under de senaste 5 åren. 18 procent har gjort 5 affärer eller fler.



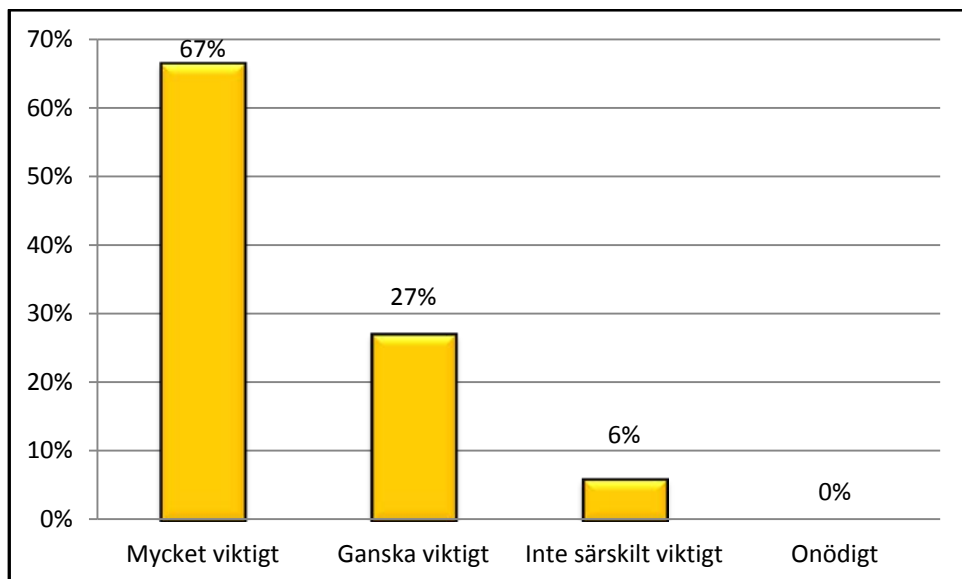
Figur 5.2.1 Visar hur många affärer respondenterna gjort under de senaste 5 åren.

Fråga 2 "Är du nöjd med virkesköparens tillgänglighet?". Av de besvarande är 39 procent mycket nöjd med tillgängligheten och 48 procent är nöjd. Det man även kan se är att 9 procent är delvis missnöjd och 3 procent är missnöjd. Det var 33 stycken som svarade på denna fråga.



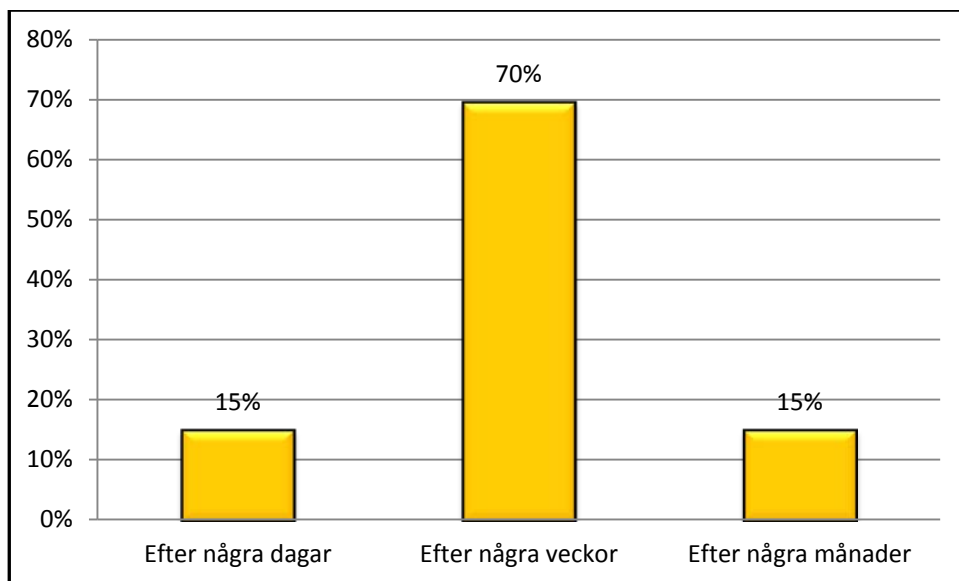
Figur 5.2.2 Visar hur nöjd markägarna är med virkesköparens tillgänglighet.

Fråga 3 "Tycker du att återkoppling/uppföljning är viktigt efter avslutad affär?". Som figuren visar tycker många att detta är en viktig del efter avslutad virkesaffär. 67 procent tycker att återkoppling/uppföljning är mycket viktigt och 27 procent tycker att det är ganska viktigt. Det var ingen person i undersökning som ansåg att detta var onödigt.



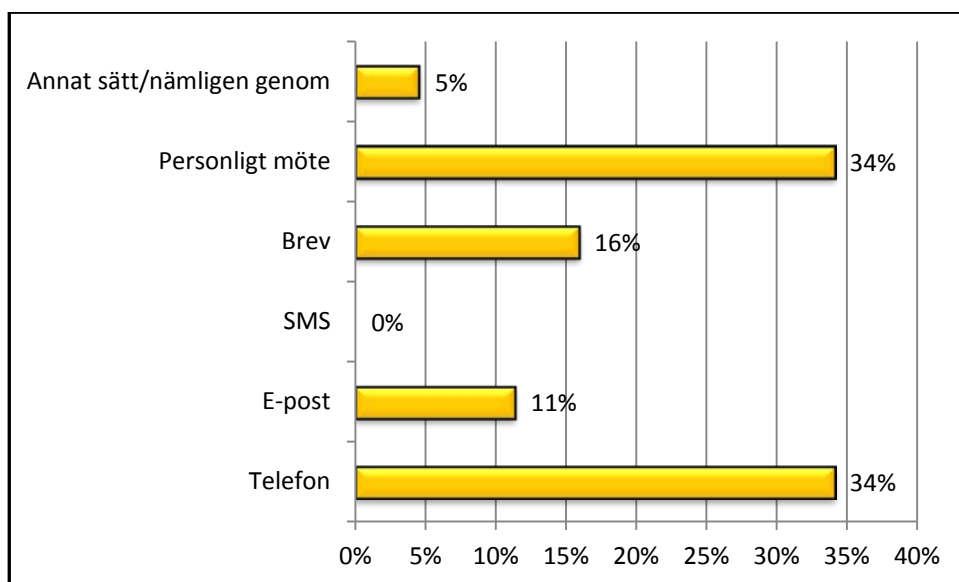
Figur 5.2.3 Visar hur viktig återkoppling/uppföljning är efter virkesaffären.

Fråga 4 "När vill du ha återkoppling/uppföljning efter avslutad affär?". Här vill majoriteten ca 70 procent av de besvarande ha återkoppling/uppföljning efter några veckor. Det var 33 stycken som besvarade frågan och endast 5 personer ville ha återkoppling/uppföljning efter några dagar.



Figur 5.2.4 Visar när kunden vill ha återkoppling/uppföljning efter avslutad affär.

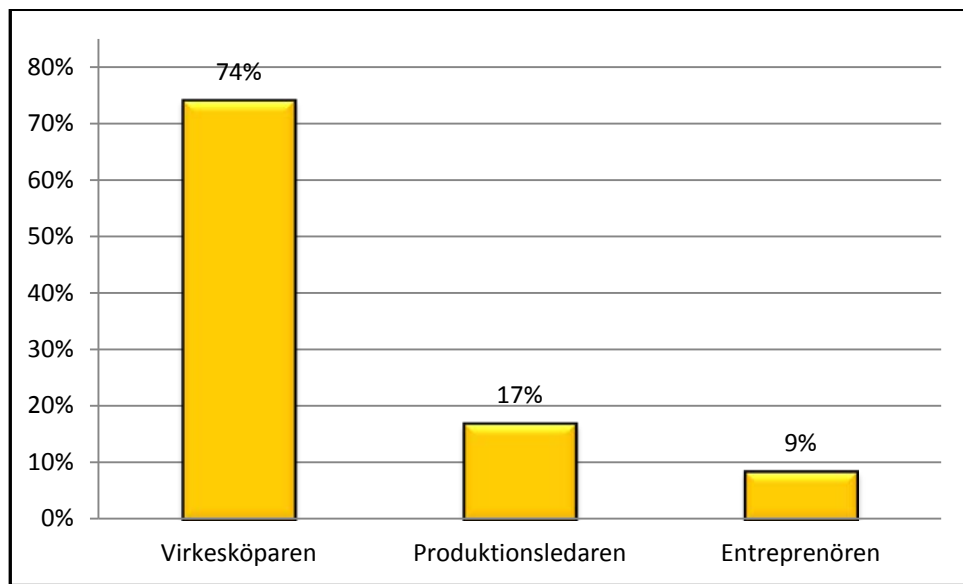
Fråga 5 "På vilket sätt vill du bli kontaktad efter avslutad affär?". Denna fråga är viktig både för SCA och deras kunder. Det är också den fråga som engagerat respondenterna mest. Det är 44 personer som svarat på frågan vilket betyder att vissa personer har kryssat för mer än ett alternativ. De två svarsalternativ som kunderna tycker är lämpligast är telefon och personligt möte som vardera får 34 procent. Det är 16 procent som vill ha ett brev i postlådan och 11 procent vill bli kontaktad via e-post. Det är ingen person av de svarande som vill bli kontaktad via SMS. Svaren från de 5 procent som svarade annat sätt/nämligen genom, redovisas i bilaga 3.



Figur 5.2.5 Visar på vilket sätt markägaren vill bli kontaktad efter avslutad affär.

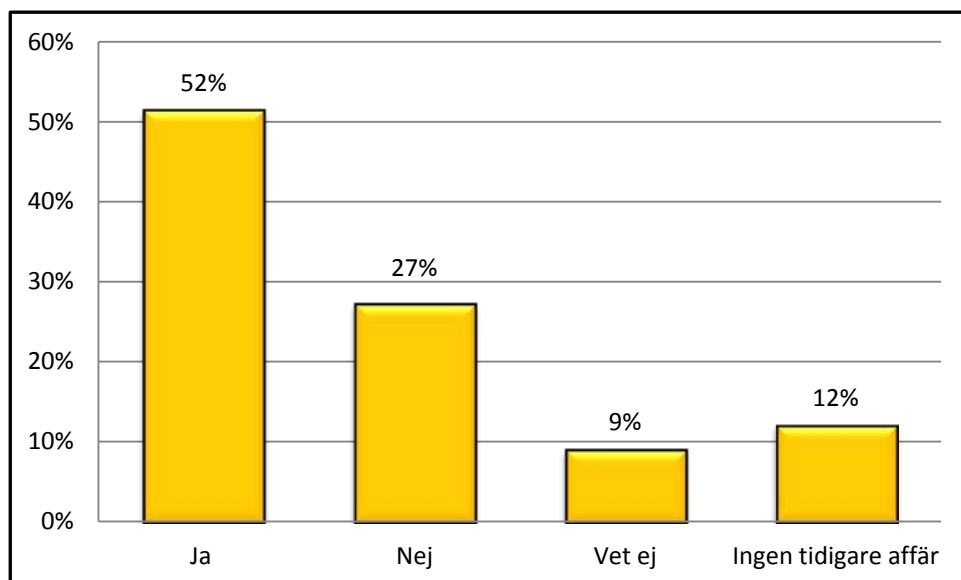
Fråga 6 "Vem vill du bli kontaktad av efter avslutad affär?". Här har 35 personer besvarat frågan vilket betyder att två personer har angett fler än ett svarsalternativ. Resultatet visar att 74 procent vill bli kontaktad av

virkesköparen. Det är endast 17 procent som vill bli kontaktad av produktionsledaren och 9 procent av entreprenören.



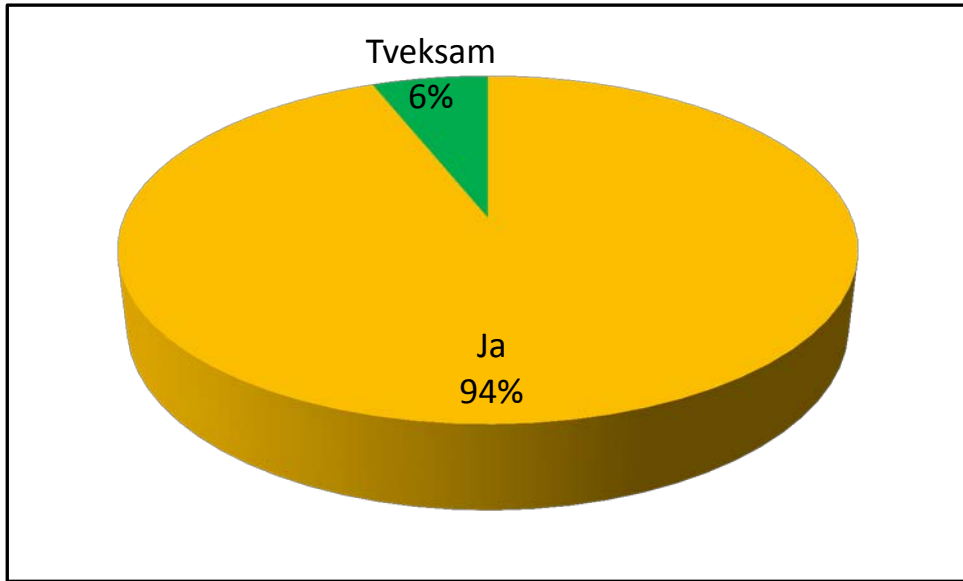
Figur 5.2.6 Visar vem markägaren vill bli kontaktad av efter avslutad affär.

Fråga 7 "Har du fått återkoppling/uppföljning vid tidigare affärer?". Här har samtliga 33 personer svarat på frågan och det visar sig att 52 procent har fått återkoppling/uppföljning vid tidigare affärer. Det är även en betydande del av de svarande som inte har fått återkoppling/uppföljning. 12 procent av de svarande har angett att de inte gjort någon tidigare affär och därmed har det inte funnits anledning till återkoppling/uppföljning.



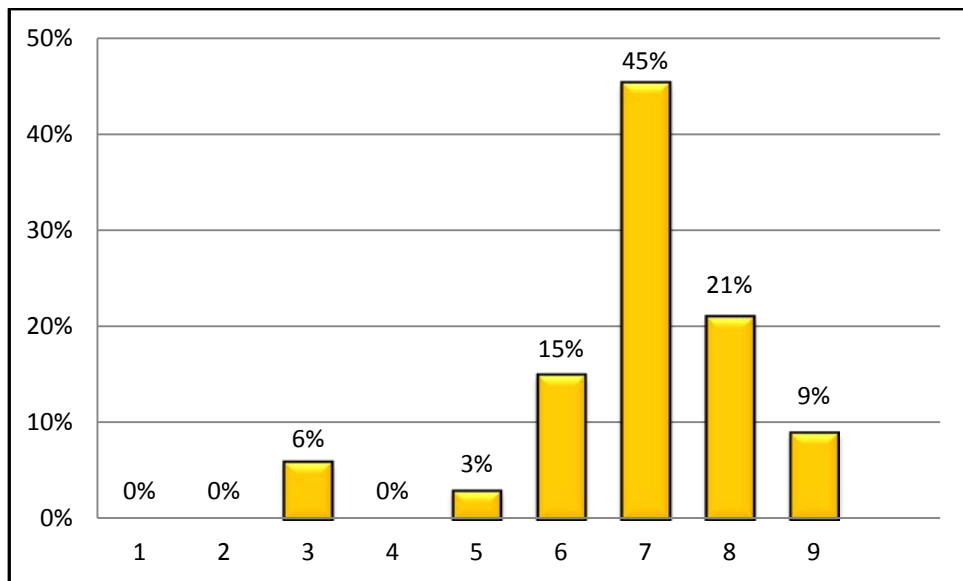
Figur 5.2.7 Visar hur många som fått återkoppling/uppföljning vid tidigare affärer.

Fråga 8 "Kan du tänka dig att anlita SCA igen?". Här kan man se att hela 94 procent av de tillfrågade kan tänka sig att anlita SCA även vid nästa virkesaffär. Det är endast 6 procent som är tveksam till att anlita SCA igen.



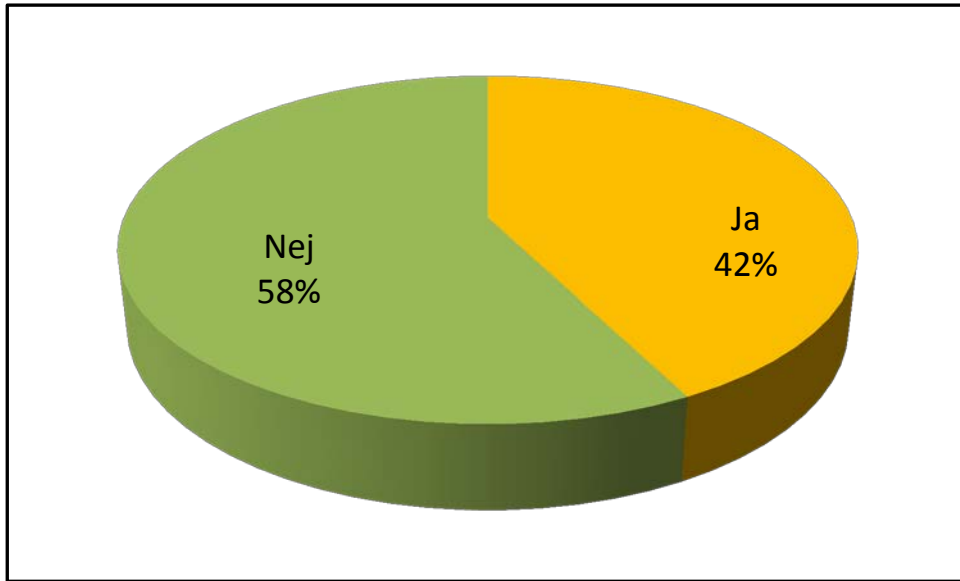
Figur 5.2.8 Visar om de tillfrågade kan tänka sig att anlita SCA igen.

Fråga 9 "Vad ger du SCA för helhetsintryck?". Här fick markägarna betygsätta på en skala mellan 1 och 9 vad de tycker om helhetsintrycket. Det var 33 stycken som besvarade frågan och medelbetyget blev 6,9.



Figur 5.2.9 Visar vilket helhetsintryck SCA får av markägarna.

Fråga 10 "Har du besvarat någon enkät från SCA tidigare?". Här har alla besvarat frågan och det visar sig att 58 procent inte har svarat på någon enkät tidigare. 42 procent anger att de har gjort det.



Figur 5.2.10 Visar om de tillfrågade besvarat någon enkät tidigare.

Fråga 11 "Om nej, varför". Här fick markägarna själva kommentera om de inte hade svarat på någon enkät tidigare. De flesta angav att de inte hade fått någon enkät tidigare eller att den hade blivit obesvarad. Kommentarererna redovisas i bilaga 3.

6. DISKUSSION

Vid enkätundersökningar till privatpersoner brukar svarsfrekvensen ligga mellan 30 och 50 procent på det första utskicket. I den här undersökningen hade jag räknat med en svarsfrekvens runt 30 procent, med glädje kan jag efteråt konstatera att den slutgiltiga svarsfrekvensen hamnade på 44 procent. För att öka mina chanser till en lyckad undersökning valde jag att inte skicka ut enkäten före jul, även om det hade passat min planering bättre. Innan enkäten sattes ihop studerades litteratur som berör ämnet och där fick jag rådet att inte skicka ut enkäten i samband med julhelgen eftersom man då är upptagen med andra sysselsättningar. Enkäten skickades ut efter trettondagshelgen i januari vilket jag tror är en optimal tidpunkt då julen är undanstökad och vardagen återigen är ett faktum.

I samarbete med SCA sammanställdes frågorna som skulle finnas med i enkäten. Det bestämdes att vi inte skulle göra enkäten för stor eftersom den då riskerar att bli obesvarad. Vi bestämde även att enkäten skulle vara anonym vilket jag tror är en bidragande orsak till att alla har besvarat alla frågor i enkäten. Frågor om fastighetsstorlek och hur nöjd man är med affären tror jag annars kan vara känsliga frågor att besvara om man inte får vara anonym.

För att ta reda på vilken typ av markägare som svarat fanns det i enkäten fyra stycken profilfrågor. Min förhoppning var att enkäten skulle skickas ut till markägare med varierande fastighetsstorlek och även till både män och kvinnor. Det var ungefär 2/3 män och 1/3 kvinnor med i undersökningen vilket även speglar hur ägandet ser ut i hela Sverige. Övervägande del, ca 61 procent av de som svarat har ett markinnehav mellan 51 och 300 ha. Jag tror att det är viktigt för undersökningen att få med markägare med varierande fastighetsstorlek. Skulle det vara så att enkäten enbart gick ut till de större fastighetsägarna tror jag att svaren skulle se annorlunda ut. Detta på grund av att de större fastighetsägarna oftast har en mer frekvent kontakt med virkesköparen än vad den mindre fastighetsägaren har vilket gör att de tycker annorlunda om virkesaffären. Virkesköparen är nog indirekt mer mån om de större fastighetsägarna.

Åldersfördelningen i undersökningen är hög, hela 54 procent av de svarande är mellan 50 och 69 år. Anmärkningsvärt är att det endast är en person i undersökningen som är under 40 år. Fördelningen är annars som sådan att den speglar hur det ser ut i övriga delar av landet. Att äga eller förvärva skog är något som kräver långsiktighet och kapital vilket många yngre saknar.

Första frågan i enkäten handlade om hur många affärer man gjort med SCA under de senaste fem åren. Det var häpnadsväckande många i undersökningen som hade gjort fem eller fler affärer. Här hade jag förväntat mig att tyngdpunkten i svaren skulle ligga mellan 1 och 2 affärer under en

femårsperiod, med tanke på rådande konjunktursvängningar med varierande virkespriser som följd. Stormen Dagmar kan vara en bidragande orsak till att man gjort några fler affärer än vanligt, här kan uppskattningsvis några ha upprättat flera små kontrakt allteftersom man hittat stormfälld skog.

På fråga 2 fick markägarna ange vad de tyckte om virkesköparens tillgänglighet. 87 procent var nöjd eller mycket nöjd med tillgängligheten vilket är ett väldigt bra betyg. Det resultatet sammanfaller även med vad (Andersson, 2006) kom fram till. Efterföljande fråga handlade om hur viktig kunden tycker att återkoppling/uppföljning är efter avslutad affär. Det visar sig att de flesta tycker att detta är en mycket viktig del av virkesaffären. Då är frågan på vilket sätt kunden vill ha återkoppling efter avslutad affär. Där har 70 procent svarat att de vill ha återkoppling/uppföljning efter några veckor sen affären blivit avslutad. Att man inte vill ha det för tidigt beror nog på att kunden vill hinna med att både analysera det ekonomiska utfallet men även att de hinner besöka avverkningsplatsen för att bilda sig en egen uppfattning. Skulle det gå allt för lång tid innan återkoppling/uppföljning kanske det är svårt för markägaren att komma ihåg alla synpunkter som har dykt upp under tiden.

Hur markägare vill bli kontaktad efter avslutad affär är den fråga som till stor del svarar på syftet till det här examensarbetet och det är också den fråga som har engagerat markägarna mest. Personligt möte och kontakt via telefon är de metoder som fått flest antal svar. Det är också en del som svarat att de vill ha e-post eller brev. Lite förvånande är att ingen har markerat alternativet SMS som idag är en vanlig metod för att sprida kortfattad information. Både jag och några anställda virkesköpare på SCA diskuterade innan enkäten skickades ut att ett alternativ till återkoppling/uppföljning skulle kunna vara ett SMS som går ut i samband med att trakten är klar och slutredovisad. Detta är tydligen inget som tilltalar de som besvarat enkäten även fast en studie (Bolin, 2010) visar 95 procent av den svenska befolkningen har tillgång till mobiltelefon. Anledningen till detta finner man nog flera orsaker till. Dels spelar åldersfördelningen hos markägarna en rätt stor roll där användandet av digitala medier minskar med stigande ålder. En virkesaffär är också en stor händelse för många markägare och det rör sig oftast om stora summor pengar, därför vill de ha en person att samtala och diskutera med.

På frågan om kunderna har fått återkoppling/uppföljning vid tidigare affärer var det endast hälften av de svarande som hade fått det. I SCAs egna uppföljningar har man redan konstaterat att detta är ett förbättringsområde och svaren i den här studien förstärker den uppfattningen. Det är nog svårt att göra återkoppling/uppföljning till alla affärer eftersom det är väldigt tidsödande att träffa kunden personligen eller med ett telefonsamtal. Däremot tror jag att det finns utrymme att öka den andelen och därmed öka antalet nöjda kunder. Det smidigaste och även det mest tidseffektiva sättet

bör vara någon typ av utskick via brevfräsändelse eller e-post som går ut automatiskt när affären är avslutad.

En annan intressant fråga är om markägarna kan tänka sig att anlita SCA igen? Det var endast två personer som svarade att de var tveksamma, resterande kan tänka sig att anlita SCA igen. Detta måste ses som ett väldigt bra betyg för företaget då hela 94 procent svarat ja på frågan. Det måste även betyda att företaget har infriat de förväntningar som kunden hade på arbetet som utfördes. Det gäller att inte misslyckas i de olika led som en affär går igenom. Misslyckas företaget med en liten detalj kan det lätt förstöra helhetsbilden. Det här måste även ses som en bra marknadsföring för företaget eftersom ett gott rykte är väldigt värdefullt.

På den nionde frågan fick markägarna chansen att bedöma sitt helhetsintryck av SCA. Medelbetyget hamnade på 6,9 på en niogradig skala vilket jag tycker är ett bra betyg för SCA. Det går säkert att förbättra det ytterligare men jag tror att det svårt i en bransch där det görs affärer med så många olika personligheter och viljor.

Att göra ett examensarbete innebär många olika processer med flera personer inblandade. Det jag tar lärdom av är att det lönar sig att vara noggrann i förberedelserna och verkligen tänka efter före. Det blir heller inte alltid som man har tänkt sig, vissa saker som inte tar så lång tid tog längre tid än planerat och vissa saker gick väldigt smidigt att genomföra. Min förhoppning är att SCA ska ha nytta av det här examensarbetet i sitt arbete med att få nöjdare kunder.

7. SAMMANFATTNING

Detta examensarbete har gjorts i samarbete med SCA Skog AB vid Jämtlands Skogsförvaltning. Företaget är en stor aktör på virkesmarknaden i norra Sverige och köper årligen stora volymer virke från privata skogsägare. Vid alla affärer är det viktigt att ha nöjda kunder och veta vad kunden tycker är viktigt. Genom den här enkätundersökningen ville vi ta reda på hur kunden vill ha återkoppling/uppföljning efter avslutad virkesaffär.

Litteraturstudien handlar om kundtillfredsställelse, på vilket sätt kunderna kan kontaktas, hur kundmätningar utförs och hur SCA idag arbetar med att få nöjdare kunder.

Enkäten skickades ut första veckan i januari med begärt svar senast den 25 januari. Av de 75 enkäterna som skickades ut kom 33 stycken tillbaka vilket ger en svarsfrekvens på 44 procent.

Majoriteten av kunderna i den här studien har en fastighetsstorlek mellan 51 och 300 ha och 67 procent är män och 33 procent är kvinnor.

Återkoppling/uppföljning är något som kunden tycker är mycket viktigt och det ska ske några veckor efter avslutad affär. Efter affären vill de flesta kontaktas av virkesköparen antingen via telefon eller ett personligt möte. Hela 94 procent av de som besvarat enkäten kan tänka sig att anlita SCA vid nästa virkesaffär.

8. REFERENSLISTA

8.1 Publikationer

Lundmark, L., Lycksell, S. & Stenhag, S. (2012). *Handledning i rapportskrivning för Skogsmästarprogrammet*

Sörqvist, L. (2000) *Kundtillfredställelse och kundmätningar*

Trost, J. (2007) *Enkätboken*. Upplaga 3:1

8.2 Relaterade examensarbeten

Andersson, C. (2006) *Mätning av kundnöjdhet hos privata skogsägare – en fallstudie hos SCA Jämtlands förvaltning*, Umeå.

Andersson, M. (2009) *Förbättringsarbete och avikelsehantering för ökad tjänstakvalitet hos SCA Skog AB Jämtlands skogsförvaltning*, Umeå

Berg, C. (2011) *Enkätundersökning hos markägare inom Ångermanlands Skogsförvaltning*

Bolin, G. (2010) *Ökande mobilkommunikation*.

Morberg, M. (2007) *Mellanskog medlemmars och medarbetares inställning till SMS och e-post – en fallstudie*, Umeå.

Svensson, P. (2011) *Objektskoncentration vid slutavverkning*, Skinnskatteberg.

8.3 Internetdokument

Länk A:

SCA, (2012). SCA – Om oss.[Online]

Tillgänglig:http://www.sca.com/sv/om_sca/kortfakta_om_sca/

Länk B:

Skogsstyrelsen, (2012). *Skogsstyrelsen – Äga och bruka*. [Online] Tillgänglig: <http://www.skogsstyrelsen.se/Aga-och-bruka/Lokala-sidor/Distrikt/Norra-Jamtlands-distrikt1/Om-distriktet/>

Länk C:

Skogsstyrelsen, (2012). Skogsstyrelsen – Myndigheten. [Online] Tillgänglig:

<http://www.skogsstyrelsen.se/Myndigheten/Statistik/Amnesomraden/Fastighets--och-agarstruktur/Fastighets--och-agarstruktur/>

9. BILAGOR

- Bilaga 1 Följebrev
- Bilaga 2 Enkät
- Bilaga 3 Kommentarer från enkäten

Bilaga 1 Följebrev

Hej skogsägare!

Jag heter Fredrik Göransson och läser till Skogsmästare vid Sveriges Lantbruksuniversitet i Skinnskatteberg. Just nu går jag mitt sista år och som avslutande del i utbildningen gör jag mitt examensarbete i samarbete med SCA Skog AB, Jämtlands skogsförvaltning.

SCA Skog AB är en stor aktör på virkesmarknaden i norra Sverige och köper årligen stora volymer virke i form av avverkningsuppdrag och rotposter från privata markägare. Vid alla affärer är det viktigt att ha nöjda kunder och ha kunskap om vad kunden tycker är viktigt. Vi vill genom denna enkätundersökning erhålla viktig kunskap om hur en kund (leverantör) vill ha återkoppling/uppföljning efter en avslutad virkesaffär. Utifrån tidigare marknadsundersökningar gjorda av SCA har återkoppling/uppföljning visat sig vara ett område som är av stor vikt för kunden och där SCA har en ambition att motsvara de förväntningar som kunden har. Undersökningen riktar sig till dig som gjort en virkesaffär med SCA Skog AB, Jämtlands skogsförvaltning under de senaste åren.

Undersökningen kommer att vara anonym och skickas ut till skogsägare inom Jämtlands skogsförvaltning. För att undersökningen ska bli så tillförlitlig som möjligt är jag väldigt tacksam om ni fyller i enkäten och skickar tillbaka den i det frankerade svarskuvertet innan den **25/1 2013**. Detta kommer att vara till stor hjälp för mig i mitt examensarbete och för SCAs arbete med att få nöjdare kunder.

Tack på förhand!

Med vänliga hälsningar

Fredrik Göransson

Bilaga 2 Enkät

Först några bakgrundsfrågor:

Är du man eller kvinna?	Man	<input type="radio"/>
	Kvinna	<input type="radio"/>
<hr/>		
Bor ni på fastigheten?	Ja	<input type="radio"/>
	Nej	<input type="radio"/>
<hr/>		
Hur stor är fastigheten?	Under 50 hektar	<input type="radio"/>
	51-300 hektar	<input type="radio"/>
	Över 300 hektar	<input type="radio"/>
<hr/>		
Hur gammal är du?	Under 30 år	<input type="radio"/>
	30-39 år	<input type="radio"/>
	40-49 år	<input type="radio"/>
	50-59 år	<input type="radio"/>
	60-69 år	<input type="radio"/>
	70-79 år	<input type="radio"/>
	Över 80 år	<input type="radio"/>
<hr/>		

Följande frågor handlar om SCAs verksamhet:

1. Hur många gånger under de senaste 5 åren har du gjort affär med SCA?

1	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>
fler än 5	<input type="radio"/>

2. Är Du nöjd med virkesköparens tillgänglighet?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| Mycket nöjd | <input type="radio"/> |
| Nöjd | <input type="radio"/> |
| Delvis missnöjd | <input type="radio"/> |
| Missnöjd | <input type="radio"/> |
-

3. Tycker Du att återkoppling/uppföljning är viktigt efter avslutad affär?

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| Mycket viktigt | <input type="radio"/> |
| Ganska viktigt | <input type="radio"/> |
| Inte särskilt viktigt | <input type="radio"/> |
| Onödigt | <input type="radio"/> |
-

4. När vill Du ha återkoppling/uppföljning efter avslutad affär?

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| Efter några dagar | <input type="radio"/> |
| Efter några veckor | <input type="radio"/> |
| Efter några månader | <input type="radio"/> |
-

5. På vilket sätt vill Du bli kontaktad efter avslutad affär?

- | | |
|---------------------------|-----------------------|
| Telefon | <input type="radio"/> |
| E-post | <input type="radio"/> |
| SMS | <input type="radio"/> |
| Brev | <input type="radio"/> |
| Personligt möte | <input type="radio"/> |
| Annat sätt/nämligen genom | <input type="radio"/> |
-

6. Vem vill Du bli kontaktad av efter avslutad affär?

Virkesköparen

Produktionsledaren, d v s den som hos SCA ansvarar för avverkningen

Entreprenören, d v s den som SCA anlitat för att utföra avverkningen

7. Har Du fått återkoppling/uppföljning vid tidigare affärer?

Ja

Nej

Vet ej

8. Kan Du tänka dig att anlita SCA igen?

Ja

Nej

9. Vad ger Du SCA för helhetsintryck?

Missnöjd 1 2 3 4 5 6 7 8 9 Mycket nöjd

10. Har Du besvarat någon enkät från SCA tidigare?

Ja

Nej

11. Om nej, varför?

Kommentar:

Nu är enkäten slut, glöm inte att använda det portofria svarskuvertet när du postar enkäten! Stort tack för din medverkan!

Bilaga 3 Kommentarer från enkäten

Fråga 5 "På vilket sätt vill du bli kontaktad efter avslutad affär?"

- En skriftlig rapport vore bra!
- Ett möte på avverkningsplatsen med virkesköparen

Fråga 10 "Har du besvarat någon enkät från SCA tidigare" hade en följdfråga 11 "Om nej, varför"?

- Har inte fått någon
- Har inte tagit del av någon
- Ej erhållit någon
- Kan inte påminna mig att jag fått någon tidigare
- Blanketten har blivit liggande
- Har aldrig fått någon