



**Sveriges lantbruksuniversitet**  
*Fakulteten för skogsvetenskap*

**Institutionen för skogens produkter, Uppsala**

**Hur kan man öka gallringen hos privata skogsägare? En kvalitativ intervjustudie**

*How to increase the thinning at private forest owners? A qualitative questionnaire*

Carl-Fredrik Hamilton



**Sveriges lantbruksuniversitet**  
*Fakulteten för skogsvetenskap*

**Institutionen för skogens produkter, Uppsala**

## **Hur kan man öka gallringen hos privata skogsägare? En kvalitativ intervjustudie**

*How to increase the thinning at private forest owners? A qualitative questionnaire*

**Carl-Fredrik Hamilton**

**Nyckelord: gallring, kvalitativ intervju, uppföljning, prisbild, riktlinjer, annonser**

---

*Examensarbete, 30 hp Avancerad D-nivå i ämnet skogshushållning (EX 4040)  
Skogsvetarprogrammet 98/02*

*Handledare SLU: Lennart Eriksson  
Examinator SLU: Lars Lönnstedt*

## Sammanfattning

Uppsatsen har skrivits på uppdrag av Företaget X. Syftet med examensarbetet har varit att, via kvalitativa intervjuer med virkesköpare och skogsvårdskonsulenter, inom Företaget X köpområden, ta fram underlag för samt utreda vilka åtgärder man kan använda inom industrin för att stimulera till ökad gallringaktivitet bland privata skogsägare. Medelarealen för de fastigheter som har utretts ligger ganska nära genomsnittet för Sverige på ca 50 ha.

Ett omfattande intervjuarbete med kvalitativa intervjuer har genomförts på de olika distrikten med såväl virkesköpare på Företaget X som med skogsvårdskonsulenter på Skogsstyrelsen. Varje intervju har tidsmässigt tagit ca 45 minuter till en timme. Intervjuerna som haft en kvalitativ inriktning har den intervjuade själv fått styra med följd att de varierat såväl med avseende på tidsomfattning som innehåll. Fördelen med att använda kvalitativa intervjuer är att intervjuaren inte styr respondenten, vilket underlättar spontana synpunkter, förslag och idéer. Intervjuerna är anonyma för att ytterligare förstärka spontaniteten i svaren.

Många av de förslag som har kommit fram under intervjuerna är åtgärder som Företaget X redan idag utnyttjar. Användandet av dessa åtgärder varierar dock på de olika distrikten och det kan tyckas att det kan finnas ett visst behov av riktlinjer eller intern information om vilka åtgärder man kan använda sig av för att öka gallringsbenägenheten. Som exempel kan nämnas att det som regel inte tas kontakt med grannar när man avverkar på en fastighet. Detta trots att det genom intervjuerna har framkommit att prisbilden är det viktigaste för markägarna och att man genom att kontakta och engagera grannarna kan få ner priset på avverkningskostnad, framkörning etc.

Annonser i lokal press istället för dyra månadsmagasin som inte alltid läses av alla var ett annat förslag som kom fram. I annonserna skulle man kunna presentera Företagets lokala personal med bild och kort presentation så att man kan öka igenkänningsfaktorn bland skogsägarna på bygden. Man borde även öka samarbetet med transportorganisationen så att inte virket blir liggande vid väg för länge. Detta fungerar enligt studien inte tillräckligt bra idag.

Uppföljning av utförda arbeten och tjänster förekommer inte heller i speciellt stor utsträckning, eller nästan inte alls om tolkar de intervjuade personerna. Ett företag som tillhandahåller en tjänst har nytta av att vara intresserad av ”feedback” av den utförda tjänsten och inte bara hoppas på att kunden blev nöjd och att man får en ny beställning i en snar framtid utan att justera eventuella problem med service, organisation, etc.

**Sökord:** gallring, kvalitativ intervju, uppföljning, prisbild, riktlinjer, annonser

## Abstract

This thesis was written at a request of Company X Inc. The purpose of the thesis has been to investigate and evaluate actions to undertake in order to enhance the thinning activity among private Swedish forest owners. This has been made by interviews of the company's round wood buyers and consultants from the Swedish Forest Agency in specific areas where Company X operates.

An extensive work of interviews has been made in certain districts and every interview lasted from 45 minutes to 1 hour. Since the interviews have been of qualitative kind, meaning that the interviewed person leads the conversation, the content and length of the interviews varies.

The upside of using this kind of interview process is the spontaneous answers and ideas from the person being interviewed. All interviews were anonymous to enhance the spontaneity of the answers. A lot of the proposals that surfaced during the interviews were measures that Company X already had undertaken or is using.

How these actions are used varies in the different districts and there seems to be a need of guidelines for what kind of actions you can or might use to enhance the thinning activity among the small forest owners in these areas.

As an example you regularly do not contact the neighbours when you have a thinning contract nearby in a certain area, even though the interviews have proven that the price is the most important factor for the forest owners. If you contact the neighbours you might be able to give them a better price since the machines are already in the area.

Ads in the local press are to be recommended instead of all the ads in expensive magazines that only come out monthly. Not everyone reads them either but the local magazines you read. With the ad one should also present the staff within the district with pictures and a small text about them so you get the locals too recognize them out on the field. A better companionship with the transport organisation was also asked for. Today it happens too often that lumber is being left behind in the forest for a too long of time.

Follow-up of performed works and services do not occur neither in particular big extent, almost not at all if one will interpret the interviewed correctly. A company that provides a service should well be interested of "fairy curse reverse" of the performed service and not only hope on that they could become pleased and hope on a new order in a near future.

**Key words:** thinning, interviews, records, price picture, guidelines, ads

## Förord

Detta examensarbete om 20 poäng på D-nivå inom skogsvetarprogrammet är utfört vid Institutionen för skogens produkter vid Sveriges lantbruksuniversitet i Uppsala. Uppdragsgivare är Företaget X AB.

Jag vill rikta ett stort tack till min handledare från Företaget X för värdefull information och att Företaget X ställt upp som värd företag. Jag vill även tacka min handledare docent Lennart Eriksson vid Institutionen för skogens produkter för råd och all hjälp under arbetets gång.

Jag vill även framföra ett stort tack till alla virkesköpare och skogsvårdskonsulenter som ställde upp på mina intervjuer, det är trots allt ni som ligger till grund för detta arbete.

Slutligen vill jag rikta ett stort tack till min hustru Sandra Hamilton för all uppmuntran och stöd under arbetets gång.

Carl-Fredrik Hamilton

# Innehållsförteckning

## Sammanfattning

### Abstract

### Förord

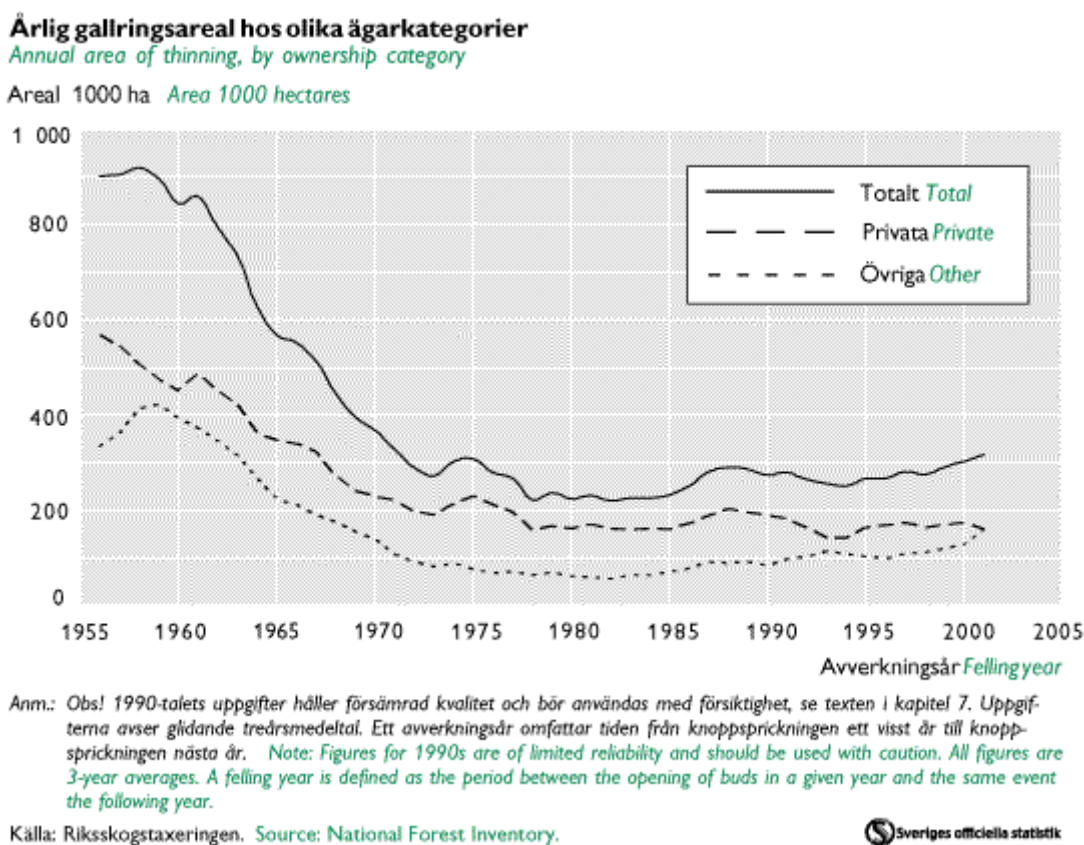
<b>Innehållsförteckning</b> .....	<b>4</b>
<b>1 Inledning</b> .....	<b>5</b>
1.1 Bakgrund .....	5
1.3 Syfte.....	6
1.4 Avgränsning.....	6
1.5 Frågeställning .....	6
<b>2 Litteratur</b> .....	<b>7</b>
<b>3 Metod</b> .....	<b>13</b>
3.1 Allmänt.....	13
3.2 Kvalitativ metod .....	13
3.3 Intervju med virkesköpare & skogsvårdskonsulent .....	14
<b>4 Resultat</b> .....	<b>15</b>
4.1 Allmänt.....	15
4.2 Sammanställning av intervjuer Företaget X .....	15
4.3 Sammanställning av intervjuer Skogsstyrelsen.....	16
<b>5 Analys</b> .....	<b>18</b>
5.1 Annonser i lokalpress .....	18
5.2 Utskick i utvalda tidningar.....	18
5.3 Adresserade utskick .....	19
5.4 Telefonkontakter .....	19
5.5 Besök av skogstjänstemän.....	20
5.6 Anordna skogs dagar där olika nyheter presenteras .....	20
5.7 Redovisa olika analyser av konsekvenser av skogliga åtgärder.....	20
5.8 Prioriteringslista .....	21
<b>6 Förslag på åtgärder</b> .....	<b>23</b>
6.1 Serviceerbjudanden.....	23
6.1.1 Erbjud subventionerade skogsbruksplaner .....	23
6.1.2 Erbjud gallring med kvalitetsstämpel av olika slag .....	23
6.2 Uppdragsverksamhet .....	24
6.2.1 Diskutera olika avtalskonstruktioner .....	24
6.2.2 Det fysiska genomförandet av uppdraget.....	24
6.2.3 Virkespriset .....	24
6.2.4 Uppföljningen av uppdraget .....	24
6.2.5 Fortsatta kontakter med skogsägaren.....	24
6.3 Kampanjer .....	25
6.3.1 Koncentrerade områdesvisa kampanjer med specialerbjudanden .....	25
6.3.2 Kampanjer speciellt riktade mot olika ämnesområden, ex rotröta, röjningsberget, internationella trender etc. där Företaget X visar framfötterna.....	26
<b>7 Diskussion</b> .....	<b>27</b>
<b>Källhänvisning</b> .....	<b>31</b>
<b>Bilagor</b> .....	<b>32</b>

# 1 Inledning

## 1.1 Bakgrund

En av Sveriges mest utvecklade och storskaliga industrinäringar, skogsindustrin, är för sin råvarutillgång helt beroende av en av landets mest småskaliga näringsgrenar, de privata enskilda skogsägarna. Hälften av vårt lands skogsareal är fördelad på de ca 400 000 privata fastighetsägarna vilka har olika mål med sina skogsbruk. Huvuddelen av den privatägda marken ligger i de mer bördiga delarna av Sverige, vilket medför att dessa ägare förfogar över nära 66 % av landets virkesproduktion. De små fastighetsägarna är således av stor ekonomisk betydelse för skogsindustrin i landet (Törnqvist, 1995).

Inom en del av Företaget X köpområden finns, sedan tidigare visad konsekvensanalys gjord av Skogsstyrelsen, en stor outnyttjad gallringspotential bland de små privata fastighetsägarna. I den här uppsatsen ska jag försöka lägga fram förslag på åtgärder som hjälper företaget att komma över denna outnyttjade gallringspotential, vilket skulle kunna bidra till att säkra en framtida virkesförsörjning inom dessa områden.



Figur 1. Gallringsarealens utveckling för olika kategorier av skogsägare för perioden 1955 till 2002.

### **1.3 Syfte**

Syftet med examensarbetet är ta fram underlag för och förslag på åtgärder som industrin kan vidta, för att stimulera till en ökad gallringaktivitet bland privata skogsägare.

### **1.4 Avgränsning**

Arbetet avgränsas geografiskt till Företaget X köpregioner där ett antal intressanta områden väljs ut. Skogsägare kommer inte att intervjuas i denna studie då det är svårt att göra ett selektivt urval baserat på den information som finns att tillgå om skogsägaren. Examensarbetet är avgränsat till att enbart gälla gallring.

### **1.5 Frågeställning**

- Vilka är orsakerna till att potentialen inte utnyttjas - ur skogsägarnas perspektiv?
- Finns det åtgärder som skogsägarna ser skulle öka deras aktivitet?
- Vilka åtgärder är de mest effektiva för industrin att satsa på?



## 2 Litteratur

En litteraturgenomgång genomfördes initialt för att få inblick i de studier och försök som har gjorts om gallring. I Sverige finns det en hel del litteratur på området och jag har valt att ta med den information som jag fann relevant för just detta arbete och dess frågeställning. Många av referenserna till den litteratur som har använts i arbetet kommer från tidningsartiklar, men det går även att återfinna information från tidigare gjorda examensarbeten och en doktorsavhandling i litteraturstudien. Många av tidningsartiklarna handlar till stor del om ekonomin vid gallring samt om olika tillvägagångssätt vid gallring. Jag har dock funnit att deras innehåll har stor relevans av arbetet, att artiklarnas innehåll var mycket intressant och att de på många sätt bäst har belyst ämnet för arbetet.

Docent Lennart Eriksson från SLU har skrivit ett antal texter på området gallring och i en intervju av Carl Blomgren i *Jordbruksaktuellt* (nr 12, 7/9 2004) kan man återfinna följande citat av vikt för arbetet:

”Den viktigaste förutsättningen för att förstagallringen skall bli lönsam är att stamantalet före förstagallringen sänks till en nivå som ligger lägre än den vanligen tillämpade. Därigenom påskyndas diameterutvecklingen och den för ekonomin så viktiga medeldiametern i uttagna träd kan nå en acceptabel nivå.”

”Lite tillspetsat kan man säga att det finns tre typer av gallring i de välröjda bestånden – höggallring, låggallring och förbannad gallring. Den förbannade gallringen är den som aldrig blir av. Låggallringen innebär att en del av beståndet säljs och att pengarna kastas i sjön eftersom beståndet som lämnas kvar efter gallring håller en sämre kvalitet beträffande andelen ungdomsved i centrumdelen samt kvistegenskaperna. Höggallring ger ett bra ekonomiskt utbyte, förbättrar beståndets kvalitet och bidrar därmed positivt till beståndets framtida avkastning.”

Man kan även läsa i nedanstående citat från intervjun att Lennart Eriksson anser att:

”Om kvalitetstill skall produceras krävs ett högt inledande stamantal eller en högskärm för att bromsa kvistutvecklingen i rotstocken. Även stamkvistning är ett alternativ för att förbättra kvaliteten.”

”I bestånd som håller höga stamantal före förstagallring, vilket är den vanligaste situationen idag, är det lämpligare att gå fram med låggallring. /.../ Inte sällan ger denna gallring ett negativt netto, vilket är en konsekvens av att det inte röjts tillräckligt hårt innan. Åtgärden är dock nödvändig för att få rätsida på den framtida ekonomin. /.../ De vanligaste misstagen är att gallringen sker för sent och att låggallring alltid används.”

”Låggallring används av gammal vana, vilket även det kan leda till försämrad ekonomi. Försenad gallring innebär senarelagda intäkter, långsammare diametertillväxt och sämre totalekonomi.”

*Folke Petterson från Skogforsk säger följande i en intervju i Jordbruksaktuellt (nr 12 7/9 2004) med Carl Blomgren:*

”Om lönsamheten i förstagallringen är dålig kan man välja att betrakta den som en investering. Nettot vid förstagallringen i ett röjt kontra ett oröjt bestånd kan skilja sig åt med

6000-7000 kr/ha. Ett röjt bestånd ger ett positivt netto på 2000-4000 kr/ha medan ett oröjt bestånd ger ett negativt netto på 2000-3000 kr/ha.”

I artikeln ”*Hård röjning tidig gallring - Ger bättre ekonomi*” i Skogseko (nr 4, 2004) även den skriven av Docent Lennart Eriksson, kan man återfinna mycket av intresse för detta arbete, Lennart Eriksson anser bland annat:

Gallring och slutavverkning i bestånd med större volym och klenare medeldiameter, ger dramatiskt olika ekonomi för skogsägaren uttryckt i kapitalvärde per ha. Kalkylerade utfall av beståndsutveckling och avverkningar fram till slutavverkning visar att den hårdaste röjningen ner till 1000 stammar/ha möjliggör höggallring redan från första ingreppet. Efter ytterligare en höggallring slutavverkas beståndet redan år 79. Detta ger det absolut bästa kapitalvärdet, 41,5 kSEK/ha och även den bästa gagnvirkestillväxten, 4, m<sup>3</sup>sk/ha/år.

Resultatet innebär inte automatiskt att man skall röja så hårt som i exemplet ovan. Även grantimrets kvalitetsklassning kan påverkas negativt av alltför grov kvist och alltför löst virke i centrumdelen av stammen (ungdomsvedsdelen). Ner till den gräns där man kan anse att kvaliteten påverkas i oacceptabel grad finns det i alla fall en klar vinst med hård röjning.

I princip gäller samma slutsatser för tall. Här är emellertid kvalitetspåverkan av glesa förband tydligare. Hård och tidig röjning ger därför ofelbart dålig klassning av talltimret med prisfall som följd. Den kvalitetsinriktade skogsägaren bör därför via tät anläggning av bestånd, uppdragande av ungskog under högskärm eller stamkvistning skapa förutsättningar för kvalitet. När rotstockens kvalitet är säkrad kan det däremot vara lämpligt att (i fallet med tät anlagd ungskog) genom upprepade röjningar bringa ner stamantalet så att diametertillväxten kommer igång.

Många skogsägare skjuter upp förstagallringen för att därmed förändra ett negativt gallringsnetto till sin motsats. Därmed förskjuts hela beståndsutvecklingen framåt i tiden med långsammare diameterutveckling och senarelagda framtida intäkter som konsekvens. Många gånger blir totalekonomin i beståndet lidande av en sådan åtgärd. Det gäller framförallt vid högt stamantal före gallring och på bättre ståndort.

I artikeln ”*Gallring på gott och ont – hur påverkas tillväxt och kvalitet hos tall och gran?*” (Fakta Skog, nr 10 1999 ) av Skogsmästare Kjell Karlsson, SkogD Tommy Mörling och SkogD Rolf Pape, belyser författarna bland annat att:

Ett av huvudmålen med skogsskötsel är att producera värdefulla bestånd med hög virkesproduktion och hög virkeskvalitet. Planteringsförband, röjning och gallring reglerar konkurrensen mellan träden om näringsämnen, ljus och vatten. Ju mer av dessa resurser varje träd har till sitt förfogande, desto större möjlighet har det att utveckla kronan och öka tillväxten. Gallringen påverkar därmed virkesegenskaperna på beståndsnivå på två sätt:

- genom ökad tillväxt hos de kvarvarande träden
- genom att träd med särskilda egenskaper väljs ut för att utgöra slutbeståndet.

Trädet reagerar på den förändrade tillväxtmiljön efter gallring genom att bygga ut kronan och fördela en större del av stamtillväxten till den nedre delen av stammen för att kunna motstå större vindpåverkan. Trädkronans biomassa ökar kraftigt medan ökningen av stambiomassan är mer blygsam.

Eftersom den högsta volymproduktionen uppnås i det ogallrade beståndet är det intressant att veta nivån på de produktionsförluster som olika gallringsformer och gallringsstyrkor innebär. Tall och gran har olika sätt att reagera på gallring. För tall minskar volymtillväxten hela tiden när gallringsstyrkan ökar. Granen däremot bibehåller sin volymtillväxt vid gallringsstyrkor upp till 40 procent. Vid starkare gallring tappar även granen i volymtillväxt.

Gallring påverkar många olika virkesegenskaper. Generellt är egenskaperna på trädnivå viktigast för sågade trävarors formstabilitet och styrkeegenskaper. *Grendiameter* och *avsmalning* inom rotstocken har stor betydelse för kvaliteten av det sågade virket och för sågutbytet. Resultat från försök i granskog på bördig mark visar dock inget samband mellan gallringsform och grendiameter respektive avsmalning. Det talar för att kvalitetsinriktad gallring, dvs. att skadade träd och träd med grova grenar tas ut i första hand, skulle ge bäst resultat i liknande bestånd.

Oavsett gallringsform resulterar gallring alltid i en minskning av andelen juvenilverd i slutbeståndet eftersom tillväxten läggs på ett mindre antal träd. Gallring tycks inte påverka hastigheten med vilken kärnveden bildas, och därmed påverkas inte heller mängden kärnved. Däremot minskar andelen kärnved i stammen p.g.a. den ökade diametertillväxten. Extra starka läggallringar ger ökad växtvridenhet medan höggallring leder till minskad växtvridenhet. Effekterna av gallring på tillväxt och virkesegenskaper hos de kvarvarande träden beror dels på den relativa förändringen i trädens tillväxtmiljö, dvs. hur slutet beståndet var vid gallringsingreppet och hur stor del av grundytan som togs ut. Dels på urvalet av träd med särskilda egenskaper.

Författarna bedömer därför att det finns mer att vinna på en kvalitetsinriktad gallring där den stora variationen i olika egenskaper mellan träden utnyttjas. Förutsättningarna är dock att antalet stammar per hektar är tillräckligt stort för att kunna göra ett effektivt urval vid gallring. För att fördjupa mina kunskaper om de olika sorters gallring man kan använda sig av och hur de skiljer från sig från varandra använde jag mig av artikeln *”Ta vara på möjligheterna vid gallring – för god ekonomi idag och på sikt”* (Resultat nr 4 1995 från Skog Forsk) av Sten Frohm och Magnus Thor.

Beträffande de olika sorternas gallring kan man i denna artikel läsa att: Kvalitetsgallring går vanligtvis ut på att spara och gynna utvecklingsbara stammar av god kvalitet. Kvalitetsgallring skiljer sig därmed principiellt från renodlad låg- och höggallring, eftersom dessa båda gallringsformer utförs med trädens dimension som mest styrande kriterium. Möjligheten att påverka beståndets produktion av kvalitetsvirke ligger i att så långt möjligt gallra bort träd med icke önskvärda egenskaper. Resultat från olika försök visar att ett aktivt trädval ger en möjlighet att förbättra den genomsnittliga kvaliteten i ett gallringsbestånd.

Det är svårt att ge ett generellt svar på hur kostnader och intäkter påverkas av kvalitetsgallring. Utfallet beror till mycket stor del på det enskilda beståndets förutsättningar och i vilka diameterklasser man hittar kvalitetsmässigt dåliga träd. I de försök som utförts har uttaget i regel gjorts i de flesta diameterklasser. Detta har medfört att kostnaderna för kvalitetsgallring hamnat någonstans mitt emellan låg- och höggallring. Beroende på hur beståndet ser ut kommer intäkterna vid kvalitetsgallring sannolikt ligga i nivå med intäkterna vid läggallring eller strax däröver.

När det gäller ekonomin på längre sikt har flera kalkyler visat att det inte råder några större skillnader mellan olika gallringsformer så länge man inte lägger på några räntekrav. I princip

omfördelas kostnader och intäkter i tiden. Med ett högt krav på förräntning blir oftast höggallring mest lönsam, eftersom det medför högre netto tidigt under omloppstiden.

Det finns emellertid mycket som idag tyder på att kvalitetsvirke kommer att värderas högre i framtiden. Här måste dock skogsägarens mål med skogsskötsel och hans framtidstro spela en avgörande roll för valet av gallringsmetod. För att kunna tillgodose skogsägarens intressen på bästa sätt, blir det nödvändigt att kunna använda hela skalan av gallringsformer och stickvägsavstånd. I praktiken kommer gallringarna sällan att utföras som renodlade låg-, hög- eller kvalitetsgallringar. De kommer istället att utföras med inriktning åt det ena eller andra hållet. Det viktiga är att den som utför gallringen har klart för sig vad som är syftet i det aktuella beståndet.

För att fördjupa mig inom ämnet små skogsbruk läste jag det arbete som Fredrik Ingemarsson har skrivit om ”Small-scale forestry in Sweden, 2004”. Syftet med Fredrik Ingemarssons avhandling var att förbättra beslutsprocessen för småskaliga skogsbrukare. Avhandlingen är uppdelad i fyra olika delar: *Analys av skogsbruksplaner*, *Kvalitativa forskningsstudier av skogsägares målsättningar*, *Kvantitativa studier av skogsägare* samt *Utvärdering av skogsvårdsåtgärder*.

Jag valde att inrikta mig på Fredriks kvalitativa samt kvantitativa studier av yrkesverksamma i skogsbranschen samt skogsägare. I den kvalitativa studien gör han intervjuer med yrkesverksamma i skogsbranschen för att identifiera eventuella trender i skogsbruket och målsättningar hos skogsägarna. Ur intervjuerna kunde Ingemarsson urskilja fyra olika grupper av syften som skogsägaren har med den egna skogen. Dessa är: *”Produktion, Bevarande, Trevnad och Ekonomisk tillgång.”* Syftena delades därefter in i olika delmål.

I de kvalitativa intervjuerna ingår även intervjuer med småskaliga skogsägare som valdes ut av de yrkesverksamma i skogsbranschen. Detta gjordes för att se om skogsägarens syften skiljde sig från vad de yrkesverksamma i skogsbranschen tyckte.

Underlaget i Ingemarssons kvantitativa studie bygger på enkäter utskickade till småskaliga skogsägare. Intervjuerna och enkätundersökningen följdes upp med en kvantitativ klusteranalys för att identifiera olika skogsägare. De identifierade skogsägarna delades sedan in i fem huvudgrupper. De olika grupperna är:

1. *Traditionalisten* följer ett medelvärde vad gäller målgrupperna för alla skogsägare. De flesta har en medelstor fastighet om ca 25 till 99 hektar och bor vanligen där eller i närheten. Traditionalisten är omkring 57 år, har arvt eller köpt fastigheten inom familjen för lite mer än 20 år sedan och förväntar sig att fastigheten övertas av barnen. För en fjärdedel av skogsägarna i denna grupp kommer mer än 10 % av hushållsinkomsterna från skogen, för resterande är hushållsinkomsten under 10 %. Nästan 40 % av skogsägarna har en gällande skogsbruksplan.
2. *Ekonomen* utgör ca 30 % av skogsägarna i Sverige. Denna grupp ser skogen som en inkomstkälla och skogen bidrar också till en stor del av hushållsinkomsten. Ekonomen bor på en större fastighet 25 till 400 hektar, är relativt ung och uppvuxen på landet.
3. *Miljövårdaren* bo oftast långt ifrån sin fastighet, som vanligen är mindre än 25 ha. Miljövårdaren är en nybliven relativt ung skogsägare som inte är intresserad av att köpa mer mark. Han/Hon är vanligen uppväxt i en stad och endast ett fåtal inom denna

grupp har ärvt eller köpt fastigheten från familjen. Hushållsinkomsten från fastigheten är obetydlig och kunskaps- och utbildningsnivån ligger på en medelnivå.

4. *Pessimisten* har en mindre gård som han/hon endast besöker ett fåtal gånger per år. Denne skogsägare är ofta passiv och äldre med låg kunskapsnivå. De förväntar sig att släktingar tar över gården men dock till en lägre nivå än de övriga grupperna. De är inte särskilt intresserade av att köpa mer mark och på den mark som de äger har de ingen skogsbruksplan. Hushållsinkomsten från skogen är mycket låg. De tillhör också den grupp som påvisade minst intresse för att ändra markanvändningen.
5. *Optimisten* har växt upp på landet och har länge bott på fastigheten. Barnen förväntas ta över den ofta ganska stora fastigheten. Många har skogen som en stor inkomstkälla och kan tänka sig att köpa mer mark om tillfälle ges. Utbildningsnivån är ofta ganska låg men skogskunskapen däremot mycket hög. Få kvinnor finns representerade inom denna grupp. Samtliga mål, såväl ekonomiska värden, mjuka värden, kultur- och miljövård och nyttovärden, anser optimisten är viktiga.

Vikten av en skogsbruksplan har belysts av Henrik Svensson i arbetet ”Skogsbruksplanens betydelse för aktiviteten hos privata skogsägare i Älvdalen, (2002). Syftet med Henrik Svenssons arbete var att undersöka om den skogliga aktiviteten förändrats när skogsägarna fått tillgång till nya gröna skogsbruksplaner och pc-SKOG. De aktiviteter som undersöktes var hyggesrensning, föryngringsavverkning, markberedning, föryngring, röjning, gallring, ägarbyte samt skyddsdikning.

Henrik Svensson har via intervjuer och enkäter till skogsägarna fått fram resultat som visar att det skedde en markant ökning av skogsskötseln, exempelvis ökade röjningen med 300 %. Denna studie var begränsad till Älvdalens besparingsskogar. Resultatet visar att skogsbruksplan och utbildning i pc-SKOG, gav en ökad aktivitet i skogen. En enkätundersökning visar att skogsägaren ökade sin aktivitet i skogen då han fick tillgång till en skogsbruksplan som gav denne en större inblick i fastigheten samt mer frihet i val av skogsvårdsåtgärder.

En artikel som på ett bra sätt belyste att ekonomi inte alltid kommer i första hand för skogsägarna: *Skogsinkomsterna inte alltid viktigast* ( ”Skog & Virke”, Nr 1 2003). 2003 presenterade SLU-forskarna Gun Lidestav och Thomas Nordfjell en undersökning som baserades på intervjuer med 1600 svenska skogsägare. I undersökningen har de kartlagt såväl dagens ägarstruktur som hur skogsägarna värderar och brukar sin skog.

”De hävdar bl.a. att en allt större andel av skogsägarna bor i städer och saknar den praktiska inskolningen i skogsbruket som var vanlig förr. Skogsägaren fungerar idag mer som förvaltare och planerare och mindre som skogsägare” (Jakobsson 2003).

Undersökningen visar också att skogsinnehavets storlek har betydelse för både värderingar och skoglig aktivitet. De mindre skogsägarna, i det här fallet de som äger mindre än 50 ha, värderar nyttan av friluftsliv/rekreation och ved/virke för husbehov högre än nyttan av skogsinkomster. Dessa skogsägare har också i större utsträckning förvärvat sina fastigheter på den öppna marknaden.

”Troligtvis utgörs gruppen av ett stort antal personer utan tidigare skogsbrukartradition. Den skogliga utbildningsnivån är också lägst i denna grupp. Det är sannolikt att denna grupp

kommer att förändras snabbt under de närmste åren eftersom mer än en fjärdedel (27 procent) av de små skogsägarna idag är pensionärer” (Jakobsson 2003).

En studie som jag fann innehöll mycket intressant information för detta arbete är: *Non-Industrial Private Forest owners' decision process*, skriven av Lars Lönnstedt (1997). I de nordiska länderna spelar de svenska skogsägarna en viktig roll på råvarumarknaden samt en viktig roll i implementeringen av miljölagarna. Vi vet för lite om ägarna som förvaltare, deras mål, deras val av bestånd för huggning, val av köpare samt prisval. I Lars Lönnstedts studie kan man utläsa att syftet var att studera dessa ”klasser” och det gjorde han genom kvalitativa intervjuer med 35 skogsägare som representerade alla typer av ägarkategorier. Det rörde sig om heltidsarbetande (11 fall), delvis arbetande (två fall), skogsägare som inte bodde på den egna marken (13 fall) samt sju fall med utbor.

Resultaten visar att en övergripande målsättning hos skogsägarna som påverkar huggningsmönstren, är att förvalta och bevara den egna fastigheten. En blandning av informella och formella ekonomiska mål, produktionsmässiga, miljömässiga samt vaga mål påverkas också av denna övergripande målsättning. Utöver rekommendationer från skogsbruksplanen och ägarnas egna prisobservationer identifierar även ägarna avverkningsmöjligheter genom vänner, virkesköpare, grannar eller andra yrkesverksamma inom skogsbranschen.

Slutligen valde jag att titta på texten: *”Vilka mål och behov har olika typer av skogsägare kring sitt skogsägarande”*, skriven av Fredrik Gunnarsson och Claes Mårtenson (2004). I detta arbete utgår författarna från att skogsägarna skiljer sig åt i olika aspekter. Syftet med deras arbete var att identifiera skogsägarnas olika mål och behov för att därefter dela in dem i olika segment. Därefter skapa förslag på tillvägagångssätt för företaget att marknadsföra sig gentemot skogsägaren.

Resultatet av deras enkätundersökning visar att skogsägarna är intresserade av helhetslösningar, alltifrån utformning av skogsbruksplan, rådgivning och planering. Dessutom var skogsägarna intresserade av utbildning inom skogsvård, naturvård och skatteplanering. Skogsägaren tycker att ett långvarigt samarbete där företagets personal är kunniga och lättillgängliga är en annan viktig aspekt.

## **Hypoteser**

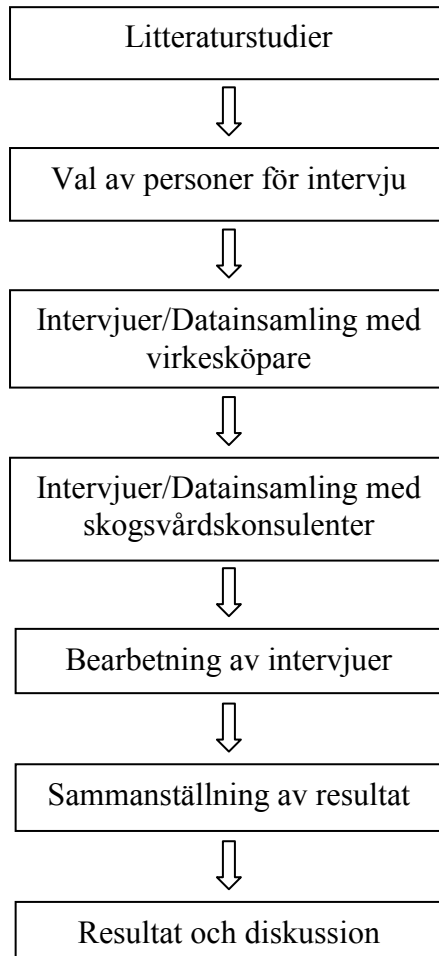
För att kunna angripa och lösa ett problem måste orsaken till problemet vara känd. En hypotes beskriver hur två eller flera företeelser antas vara relaterade till varandra. Syftet med en hypotes är att undersöka om den kan verifieras eller måste falsifieras (Patel och Davidsson, 1991). Nedan följer några utformade hypoteser för detta arbete som beskriver anledningar till den outnyttjade gallringspotentialen. Mina hypoteser grundar sig på mina egna antaganden och så som jag tror kan vara en anledning till den, enligt Företaget X, hävdade bristen på gallringar och outnyttjade resurs. Hypoteserna lyder:

- Det råder stor okunskap om skogsägandet bland de mindre skogsägarna.
- Man har inte tid/intresse av att gallra eller sköta sin skog.
- Det småskaliga skogsbrukandet har förändrats, d.v.s. ägarstrukturen samt färre självverksamma skogsägare, fördel eller nackdel?
- Skogsägarnas mål påverkar deras inställning till gallring.
- Kontakter med skogsägarna har blivit mer komplex i takt med att ägarna kommer längre och längre bort från den traditionella skogsbrukartraditionen.

## 3 Metod

### 3.1 Allmänt

När en ny studie av en grupp människor, i detta fall skogsägare, ska påbörjas ställs man inför frågan om datainsamlingen ska vara kvalitativ eller kvantitativ. I den här studien, där syftet är att vaska fram åtgärder för ökad gallring, skall intervjuer göras med virkesköpare från Företaget X samt skogsvårdskonsulenter från Skogsstyrelsen. För att kunna arbeta förutsättningslöst under intervjuerna och släppa fram skilda åsikter i frågan används därför en kvalitativ metod. I Figur 2 nedan visas den arbetsgång som använts i examensarbetet.



Figur 2. Arbetsmetodik i aktuell studie.

### 3.2 Kvalitativ metod

Vid användning av en kvalitativ metod är man intresserad av totalsituationen. Denna metod används ofta vid intervjuer, då den intervjuade själv får utforma sitt svar och styra intervjun. En kvalitativ metod innebär att det enligt frågeställningen gäller att förstå eller hitta mönster som gör att personer tänker på ett visst sätt eller som visar hur de uppfattar en viss företeelse (Trost 1997). Metoden är flexibel, vilket är både positivt och negativt. Negativt i den mening att det är svårt att jämföra den information som inhämtats mellan de intervjuade, eftersom svaren troligtvis kommer att skilja sig åt markant. Positivt är att man får ett djupare och bredare svar, då den intervjuade har möjlighet att utveckla sina resonemang.

Som jämförelse kan nämnas den kvantitativa intervjun som har som mål att bestämma omfattningen av en på förhand definierad företeelse, egenskap eller innebörd. I den kvalitativa intervjun fungerar intervjuaren som medskapare till intervjun genom samspelet med den intervjuade. En av de viktigare uppgifterna för intervjuaren är därför att hjälpa den intervjuade att bygga upp ett sammanhängande och begripligt samtal (Svensson och Starrin 1996).

Miljön ska vara så lugn och ostörd som möjligt vid en intervju och en stor fördel är om den intervjuade känner sig trygg i rummet. Därför är det lämpligt att välja intervjuplats efter den intervjuades behag och tycke. Vid kvalitativa intervjuer bör projektledaren själv göra intervjuerna så att en minnesbild kan plockas fram vid tolkning och analys av resultaten (Trost 1997).

### **3.3 Intervju med virkesköpare & skogsvårdskonsulent**

Alla kontaktuppgifter till virkesköparna erhöles genom handledaren på Företaget X. Därefter kontaktade jag åtta virkesköpare personligen via telefon där jag kort presenterade mig själv och syftet med intervjun. För att få bredd på arbetet samt information att jämföra med bestämdes det med Företaget X samt min handledare att även åtta fälttjänstemän från nuvarande Skogsstyrelsen skulle intervjuas. Från varje område där en virkesköpare intervjuades valdes även en fälttjänsteman från Skogsstyrelsen. Ibland skedde det på en helt annan ort eftersom den geografiska indelningen av respektive avdelningar och områden skilde sig åt. Huvudsaken var att de opererade i ungefär samma områden så att materialet inte skulle bli missvisande. Vid ett tillfälle skedde intervjun via telefon istället för besök på arbetsplats p.g.a. tidsbrist.

Alla de som gick med på att ställa upp på en intervju, fick efter telefonkontakten ett brev (Bilaga 1) via e-mail. I brevet informerades fälttjänstemannen om syftet med undersökningen och den kommande intervjun samt en kort presentation av mig själv. I brevet bad jag dem fundera kring frågorna i den frågeguide jag även skickade med (Bilaga 2).

Frågeguiden som användes vid intervjuerna bestod av ett antal frågeområden men självfallet gavs det utrymme för förändringar beroende på vilken inriktning samtalet fick. I brevet som skickades med poängterades att frågeguiden endast var ett hjälpmedel vid intervjun och att intervjun inte nödvändigtvis behövde röra sig kring den. Efter de första intervjuerna gjordes ett antal små ändringar av frågeguiden för att bättre uppfylla sitt syfte som stöd för diskussionerna.

För att underlätta sammanställningen av arbetet efter intervjuerna användes inspelningsutrustning under samtliga intervjuer. Alla intervjuer skedde på respektive fälttjänstemans arbetsplats. Själva inspelningen av intervjun var helt frivillig vilket poängterades i brevet och innan intervjun startade. Det poängterades också att alla intervjuer var helt anonyma. Ingen av fälttjänstemännen avstod från inspelning av intervjun men däremot avstod en av sju stycken skogsvårdskonsulenterna från inspelning av intervjun. Analysen av intervjuerna startades omgående efter att de blivit gjorda. Intervjuerna i sin helhet lyssnades igenom och skrevs ut ordagrant för att förenkla datainsamlingen ur dem. Totalt intervjuades sju stycken virkesköpare på Företaget X.

När intervjuerna gjordes var bemötandet väldigt gott. Det var inte alltför stora olikheter mellan de olika intervjuerna om man bortser från respektive svar. En märkbar skillnad dock var att virkesköparna svarade mer uttömmande på respektive fråga än vad fälttjänstemännen gjorde.



## 4 Resultat

### 4.1 Allmänt

Då intervjuerna var av kvalitativ karaktär var det av vikt att få den intervjuade att känna sig öppen att prata vitt och brett om ämnet. Den intervjuade skulle helt enkelt styra samtalet med stöd av öppna följdfrågor som dök upp under intervjuens gång, samt besvara en del på förhand utarbetade frågor, som jag ansåg skulle hjälpa mig att få en så intressant och öppen intervju som möjligt. Nedan följer sammanställningen av svaren. Jag har valt att dela upp dem i sju stycken huvudgrupper med diverse punkter under varje grupp för att det ska bli så lättöverskådligt som möjligt. Jag har inte valt att ta med några direkta citat i detta avsnitt.

### 4.2 Sammanställning av intervjuer Företaget X

1. Medelfastigheten anses ligga runt 40-60 ha. Kategoriseringen av de olika fastigheterna är mer eller mindre indirekt och skiljer sig något mellan olika virkesköpare.

Gallringspotentialen är enligt intervjupersonerna inte alls fullt utnyttjad, det finns mycket att ta till vara, framförallt bland de mindre fastigheterna, dvs. de som är 30 ha och mindre.

2. Överlag ansågs kunskapen om skogsskötsel vara ganska låg bland de mindre fastighetsägarna och generellt sett lite högre bland ägarna till de större fastigheterna. Detta tror man är en starkt bidragande orsak till den outnyttjade potentialen.

Avvikelser från detta mönster förekom framförallt där jordbruk var en viktigare näring än skogen och där man som skogsägare ansåg att man inte ägde tillräckligt med skog för att det skulle löna sig att göra något åt den.

3. Farhågor finns för skador i samband med gallringen och oftast pratar man då om körskador och inte så mycket om snöbrott och stormskador. En annan faktor är stickvägsbredden, att det blir så ”glest” i beståndet efter att maskinerna varit där. Mycket av detta kan härledas till okunskap.

Dåligt utförda arbeten sedan tidigare kan göra det mycket svårt för en entreprenör att få ett jobb hos skogsägaren. Sådan erfarenhet sprider sig mycket fortare än ryktet om ett bra utfört arbete.

4. En gammal skogsbruksplan eller avsaknad av plan, är en av de viktigaste faktorerna till att det inte gallras tillräckligt mycket. Men priset för gallringsåtgärden var en nästan lika vanlig återkommande faktor i svaren. Man ansåg att skogsägarna hade svårt att se till nettot, man ser inte att avverkningskostnaderna har sjunkit en hel del över tiden. De stirrar sig blinda på kostnaden för gallringen.

Återigen var okunskap en återkommande faktor och likaså ointresset för skogen. En annan faktor som dök upp var att ”jag gör det själv”, men så hände ändå inget. Man överskattar lätt sin tillgängliga tid.

5. En uppdaterad skogsbruksplan och konkreta åtgärdsförslag från en rådgivare ansågs vara de starkaste faktorerna till att gallring utförs. Att behovet av pengar spelar liten roll, var en ganska allmän uppfattning. Mycket beror av storleken på fastigheten. Detta trots att kostnaden för gallringsåtgärden ansågs vara en sån viktig faktor.

Grannarnas påverkan verkade spela sin roll också, fick man kontrakt med en från ”byn” var det lättare att få med en till, lite av en kedjeeffekt med andra ord. Det som verkligen hjälpte till var om virkesköparen ”kände” några skogsägare i byn sen tidigare.

6. En kraftig virkesprishöjning skulle leda till många fler kontrakt, det var en allmän uppfattning. Det räcker inte att avverkningskostnaderna går ner, skogsägaren ser inte nettot. Kan man dessutom öka antalet skogsbruksplaner skulle det generera en hel del tillbaka, då har ju någon ”opartisk person” varit delaktig i en rådgivning.

Företaget bör se till att ha välutbildade och duktiga entreprenörer som utför arbetena, vilket kommer att leda till ett gott rykte som i sin tur leder till fler uppdrag. En annan del som redan finns är s.k. paketlösningar och de fungerar bra, det är ett bra koncept ansåg de flesta. Det kommer lite av sig själv när man har rutinerna inne.

Vad som även finns idag är den s.k. Rese-tävlingen, ett arrangemang anordnat av Företaget och den har gett mycket bra respons, tävlingen genererade mer än vad man trodde på sina håll. Vad som däremot knappast finns idag är uppföljning av utförda arbeten och de tror man kan vara en bra rutin att få in.

Man borde även få Skogsstyrelsen att öka informationen om gallring för att ge skogsägarna bättre kunskap! Det har varit alltför stor koncentration på ”röjningsberget”. Det kanske dags att börja titta efter ett ”gallringsberg”.

7. Att höja virkespriset rakt av, är en åtgärd som dock inte alla trodde mycket på. Skulle man få alla till att skaffa en skogsbruksplan skulle det troligen ge mycket mer tillbaka, men hur det skulle gå till finns inget svar på. Med stor sannolikhet är det en ekonomisk fråga. Däremot bör man öka den personliga kontakten samt börja med uppföljningar av utförda arbeten.

Om man skulle öka den lokala reklamen och minska på all reklam som läggs i tidningar ss ”Gods och Gårdar”, ”Land” m.fl., som ansågs vara bortkastade pengar, så skulle det nog ge mer feedback. Den lokala läser ”alla”, men alla läser inte Gods och Gårdar.

Man borde börja med ”Personliga utskick” till byarna, om att man har en maskin i närheten vid den och den tidpunkten, samt styra upp transportföretagen igen så att inte virket blir liggande i 2 månader utan hämtas inom 14 dagar eller en viss förutbestämd tid. Det var bättre förr ansåg en del, idag är det ofta så att virket ligger kvar för länge.

#### **4.3 Sammanställning av intervjuer Skogsstyrelsen**

1. Medelfastigheten ansågs ligga runt 50-60 ha medan de större låg över 100 ha och de mindre under 40 ha. Även här ansågs de mindre fastigheterna gallra sämre än de större, skogen spelar inte lika stor roll som på de större, vilket troligen är en bidragande faktor.
2. Generellt sett kunde man nog öka gallringen med upp till 40 % på sina håll, på andra håll ansågs gallringen ligga på en bra nivå.  
Kunskapen ansågs generellt sett vara ganska låg, dock fanns en insikt att skogsägarna var medvetna om att gallringen måste öka.

3. Prisfrågan gällande avverkningskostnaderna väger tungt samt att man på en del håll trodde att det var dålig ekonomi i det, att det inte blir några pengar över i slutändan.

Viss rädsla för stora maskiner och körskador finns men rädslan för stormar och snöbrott inte lika utbredd. Har skogsägaren dock haft erfarenhet av dåligt utförda arbeten sen tidigare tror tjänstemännen vid Skogsstyrelsen att det kan vara en bidragande orsak till att man inte gallrar igen eller att uppdraget går till samma företag som förra gången.

4. "Man ska göra det själv men det blir aldrig av-kategorin".  
Röjningen tar upp mycket av tiden, eftersom skogsföretagen koncentrerar sig på den biten just nu. Skogsägarna glömmar lätt bort gallringen på grund av detta.  
Okunskapen om skogsskötsel var återkommande även i denna kategori.  
Prisfrågan även så, man vill ha mer betalt, man väntar hellre på bättre tider.
5. Skogsskötselplan i första hand om det finns, framförallt om de är uppdaterade.  
Förslag från rådgivare en viktig faktor tror man.  
Prisbilden spelar stor roll anser en del, bra argument om inte annat för att gallra  
Grannars påverkan spelar en liten roll, men med hjälp av den skogliga aktören kan det säkert gå bättre.  
Behov av pengar har oftast en liten inverkan, då det oftast rör sig om så små fastigheter att man ansåg att pengarna spelar en sekundär roll.
6. Konkurrens är bra, många aktörer många uppdrag.  
Olika former av tävlingar säkert bra, kan dock vara svårt att mäta.  
Fler kurser är nog bra, men kurserna behöver utvecklas, det är allt för mycket fokus på röjningen just nu.

Högre virkespriser skulle ge ett bra genomslag  
Mer rådgivning och reklam för och om gallring  
En ökning av antalet skogsbruksplaner skulle det vara bra  
Göra uppföljningar på utförda uppdrag skulle vara bra  
Trycka på lönsamheten med gallring, mycket sällan som gallring är en förlustaffär

7. Höja priset, det är den största frågan just nu.  
Mer kontakt mellan industrin och skogsägaren skulle nog ge sitt, ss industri visningar t.ex.  
Man ansåg att man borde höja den generella kunskapen om skog.  
Kontinuerliga uppföljningar bland kunderna och deras skogsbruksplaner.  
Långsiktiga relationer mellan kund och köpare, inte byta köpare lika ofta.

## 5 Analys

### 5.1 Annonser i lokalpress

Särskilt i ett distrikt framkom det att tjänstemännen hade använt sig en hel del av annonsering i lokalpress med gott resultat. De ansåg att man borde sätta ut bilder på virkesköparna i tidningarna och på så sätt stärka igenkänningsfaktorn av dessa på bygden. På den positiva sidan framkom även att kostnaden för denna typ av annonser var betydligt lägre än i de rikstäckande tidningarna. Det negativa var förstås att de bara nådde ett begränsat antal skogsägare. Nedan ges ett antal citat från intervjuerna.

*”Sedan tror jag på detta med de lokala annonserna, det skulle vi få köpa mycket gallring på.”*

*”Lokalt tror jag att när vi är med på bild och talar om vad vi gör och hjälper till med så har det ett bra reklamvärde. Vi skall ju vara lite igenkända av skogsägarekåren så när jag kommer dit skall de säga, och Dig har jag sett på bild. Prisbilden är ju helt annorlunda för denna typ av annonser också.”*

Detta är en av de åtgärder som jag har satt som en prioriterad åtgärd. Jag tycker att man får mycket för pengarna eftersom annonskostnaden är relativt låg och det är bra att virkesköparna känns igen lokalt. Detsamma gäller varumärket, det är viktigt att stärka det både lokalt och nationellt. Detta är vidare en åtgärd som man skulle kunna göra försök med för att se om det ger en effekt eftersom det inte rör sig om så höga kostnader. Samtidigt bör man med denna åtgärd även kunna nå de skogsägare som inte har tid alternativt kunskap av att sköta sin egen skog. Detta oavsett om de bor på fastigheten eller inte. De får kännedom om företagets närvaro och kan då ta kontakt med respektive företags tjänsteman. Bekräftar en av mina hypoteser om att skogsägaren inte har tid eller intresse att sköta sin egen skog.

### 5.2 Utskick i utvalda tidningar

Vissa av de intervjuade ansåg att all reklam var bra reklam och att ju mer varumärket syntes desto bättre. Viss kritik framkom dock mot annonsering i veckomagasin då det ansågs som bortkastade pengar som hade kommit bättre till pass på lokaltidningsannonser. Se nedanstående citat.

*”Det som inte är positivt det är alla pengar vi lägger på reklam. Det anser jag vara helt bortkastat. Vi annonserar i bland annat Land och Gods och Gårdar och jag vet inte om det är för att stärka varumärket men jag tycker att det är bortkastade pengar.”*

Jag håller med om att reklam är bra och att det är viktigt med ett starkt varumärke. Det finns skogsägare av alla sorter och de man inte når lokalt kanske man fångar upp genom annonsering i just den här sortens tidskrifter. Sedan skall man inte glömma bort de kvinnliga skogsägarna, det är viktigt att även de får upp ögonen för gallring och företaget och jag tror att detta är ett bra forum att nå ut till dem på.

Det finns en poäng med att skogsägaren påminns om ett företags existens via flera kanaler. Det skapar en större trovärdighet för företaget. Det allra bästa för trovärdigheten är förstås om andra bidrar till denna information, ex. reportage i olika tidskrifter och branschtidningar. I brist på denna typ av ”gratisreklam” får man annonsera själv, Det är alltid bättre att synas än att vara osynlig.

Ser man tillbaka på litteraturstudien där jag studerade Fredrik Ingmarssons avhandling och hans uppdelning av skogsägarna i olika grupper, finner man skogsägare som man kanske bara når genom reklam i just veckomagasin och månadsmagasin. Framförallt tänker jag då på ”Miljövårdaren” och ”Pessimisten”.

Väljer man att gå denna väg bör man nå de skogsägare som inte själva bor på fastigheten utan klassificeras som ”utbor”. Denna ägarkategori når man inte dagligen och ej heller med lokalpressen med största sannolikhet. Däremot kan man nå dem via denna form av media. Min hypotes om att kontakten med skogsägarna blivit mer komplex i och med att de bor längre och längre bort anser jag kan bearbetas med just en sådan här insats. Däremot är den fortfarande mycket svår att mäta vilket gör det till en komplex metod i mina ögon.

### 5.3 Adresserade utskick

Många av de intervjuade hade använt sig av adresserade utskick, men det var inget ämne som det uppstod en större diskussion om. Det verkade vara ett relativt neutralt ämne. Eventuella problem här kan vara att man inte alltid får tag på rätt adress eller att personerna i fråga inte bryr sig om att svara. I dagens läge tror jag att man hellre ringer personen och försöker bestämma träff, vilket troligen skulle bli mycket mer utslagsgivande. Ämnet må vara neutralt men går man i avverkningstankar och är bekväm så kan det kanske vara lättare att ”komma till skott” om man får ett utskick med kontaktperson, telefonnummer etc.

Det är ju också fråga om ett adresserat utskick när man har en maskin på ”byn” och bjuder in de som bor där. Detta är en av de åtgärder som jag har satt som prioriterad åtgärd, mest därför att man med relativt enkla medel slår flera flugor i en smäll.

### 5.4 Telefonkontakter

De allra flesta virkesköparna arbetade så, att de tog kontakt per telefon och sedan bestämde träff med skogsägarna.

I ett distrikt framförallt hade man prövat att använda sig av telemarketing för att få kontakt med skogsägarna. I det distriktet var man positiv till det och menade att det sparade tid och att de sedan hade ett antal träffar med skogsägare som man redan från början visste var intresserade. I de andra distrikten var man lite mer konservativ och såg lite skeptiskt på detta med att ha en telemarketingfirma som ”raggade” kunder, de ansåg att det var bättre att det var en fackman, dvs. de själva som ringde upp och att det gav ett mer seriöst intryck.

*”Vi har kört telemarketing när det är lugnt. Bra att de kan hänvisa frågor till virkesköparna.”*

*”Telemarketing är väl bra bara för att få komma ut och träffa folk, på något sätt måste man ju ta kontakt med dem. Jag tror inte alls att man skall söka runt i bil efter folk som är hemma, då kan de rygga tillbaka och det blir jobb i onödan.”*

*”Telemarketing är bra för att få kontakt men att köpa virke över telefon det fungerar inte och det tror jag ej på. Det skall till med den personliga kontakten.”*

Detta är ju en gammal välbeprövad metod för att ”jaga kunder” och någon närmare diskussion krävs egentligen inte. Faktum kvarstår att denna åtgärd inte skulle användas så frekvent om den inte fungerade.

## 5.5 Besök av skogstjänstemän

En klar majoritet av de intervjuade ansåg att det bästa sättet att få kontakt med skogsägare var att få komma hem till dem och gå ut i skogen. Detta vare sig man skulle köpa virke eller göra en skogsbruksplan. Det tycks finnas ett stort behov hos skogsägarna av personlig kontakt och det handlar mycket om förtroendet för tjänstemannen eller köparen, det verkade dock vara viktigast med en personlig kontakt med köparen. De köpare som jag har intervjuat hade nästan uteslutande en klientstock av återkommande skogsägare som de utförde allt från plantering till slutavverkning åt. På en del gårdar där det hade varit generationsskifte hade virkesköpare till och med "gått i arv".

*"Den viktigaste åtgärden är ändå att komma ut och ha mer rådgivning, om att gallringen är bra. Då spelar det ingen roll om det är jag, en entreprenör eller skogsvårdsstyrelsen. Bara skogsägaren får höra det ifrån någon."*

*"Bästa sättet. Ta med dem ut i skogen"*

Personlig kontakt är alltid bäst, det framkom tydligt under intervjuerna. Det var när man fick med sig skogsägarna ut i skogen som det blev uppdrag. Skogsägarna får större förståelse när gallringsbehovet förklaras på plats.

Frågan här är väl hur mycket man kan utöka denna åtgärd eftersom det är relativt tidskrävande för de anställda och därmed också kostsamt för företaget. Det kan komma att krävas anställning av fler virkesköpare.

## 5.6 Anordna skogs dagar där olika nyheter presenteras

Både skogstjänstemännen och virkesköparna ansåg att skogs dagar var ett bra sätt att förmedla kunskap på. Bland virkesköparna fanns en viss skepsis mot de stora skogs dagarna på grund av att det ofta var samma personer som dök upp på dessa och de var de som redan hade gallrat och ville fika och bekräfta att det de hade gjort var rätt. Virkesköparna menade att man kanske inte alltid fick tag på de man ville åt, nämligen de som hade en massa gallring kvar i skogen.

Nästan samtliga var positiva till s k. "miniskogs dagar", innebärande att man när man gallrade på en plats bjöd in grannar och folk från bygden en halvdag, bjöd på kaffe, tände en eld och demonstrerade lite hur det gick till när maskinen ändå var på plats. De menade att man på detta sätt lockade även de skogsägare man ville åt, dvs. de som hade ett gallringsbehov.

Här anser jag att man skall ta vara på att alla under intervjuerna var så positiva till miniskogs dagar Därför har jag tagit upp det på prioriteringslistan.

Det är viktigt att de anställda är positiva till eventuella åtgärders genomförande. En fördel med detta är också att man kunde få nya kontakter lättare än på de vanliga skogs dagarna. Denna åtgärds genomförande blir inte alltför kostsamt för företaget vilket förstås är positivt. De egentliga kostnaderna blir ställkostnaden för maskin, tjänstemannens tid och kaffe. Dessa kostnader torde kunna vägas upp av de eventuella uppdrag man kan få in.

## 5.7 Redovisa olika analyser av konsekvenser av skogliga åtgärder

Här skulle man kunna ta fram på papper i broschyrer eller liknande för att visa vad som händer med skogen om man inte gallrar i jämförelse med om man gallrar. Vilka de olika konsekvenserna eller effekterna blir av ingreppen. Bör visas i grafisk form som textform i en

lättläst och tilltalande broschyr som kan skickas ut till alla kunder eller till ett visst segment som man känner till. Att vara tydlig är aldrig fel och en lättillgänglig, lättläst broschyr skulle säkerligen vara ett bra verktyg för tjänstemännen.

Med denna åtgärd om den är genomförbar når man även de skogsägare som har låg kunskap på ett helt annat sätt. Det är lättare att förstå om man får se resultat i praktiken anser jag. Likaså gäller det skogsägarens mål som påverkar gallringen. Får man se hur fint det blir efter en gallring och vilken nytta den gör, tror jag att många skogsägare väljer att gallra tidigare alternativt visar större förståelse. Återigen bekräftas mina hypoteser med hjälp av denna metod anser jag.

I min litteraturstudie omnämner jag flera artiklar som påvisar diverse olika resultat beroende på hur man väljer gå tillväga med en gallring. Det kan vara olika former av gallringar som ger olika resultat. I en informativ broschyr kan man grafiskt påvisa de olika former av gallringar som man idag tillämpar med tillhörande resultat, självklart anpassat till rätt mark och dess förutsättningar. En grafisk bild enligt mig är alltid lättare att förstå.

Däremot kan man överväga hur mycket en utskickad broschyr gör. Vilken nytta den bidrar med, Risken är att man ser det som reklam och det får man i posten var dag och det slängs väldigt enkelt utan att ha studerats speciellt noga. Eventuellt kan man skicka med en sådan broschyr tillsammans med den riktade informationen om just respektive tjänsteman om man utför den, som jag tidigare talade om i ”Adresserade utskick”.

## 5.8 Prioriteringslista

Genom sammanställningen har det framkommit förslag på ett antal åtgärder som Företaget X skulle behöva genomföra för att öka gallringsbenägenheten hos skogsägare runt om i landet. Nedan följer en prioriteringslista på de åtgärder som jag har funnit det mest trängande att genomföra.

Vid upprättandet av listan har jag tittat på olika faktorer som t.ex. hur komplicerat det är att genomföra åtgärden, hur stor kostnaden för åtgärden är, och hur snabbt man kan se resultatet av åtgärden. De nedanstående åtgärderna är listade i nummerordningen 1-6 där nr 1 är den mest effektiva åtgärden att genomföra. Den ena åtgärden utesluter dock inte den andra och min rekommendation skulle vara att se listan som en helhet där den ena åtgärden kompletterar den andra. Listan skall även ses som ett komplement till nästa kapitel ”Förslag på åtgärder”.

### 1. *Personliga utskick när det är en maskin i ”byn”.*

Synergierna här är flera och därför har jag satt upp denna åtgärd som nr 1. Dels kan det bidra till att de som stirrar sig blinda på priset väljer att avverka för att få ner kostnaderna. Dels kan man i samband med detta ha utbildning i form av miniskogs-dagar, vilket enligt de intervjuade både drog nya ansikten och utbildade folk. Dessutom spelar grannpåverkan en viss roll enligt undersökningen. Genom personliga utskick och att ta tillvara tillfällen när Företaget X har en maskin på plats får företaget så att säga ”mest för pengarna”, pris, utbildning, nya ansikten och grannpåverkan i ett. Det kan också tänkas att grannar kommer att ansluta sig av ren nyfikenhet då man nuförtiden kanske inte träffas spontant i den utsträckning man gjorde tidigare.

## 2. *Ha en drive på skogsbruksplaner*

I många av fallen i undersökningen var en gammal skogsbruksplan anledningen till att det inte gallrades. En uppdaterad och fräsch skogsbruksplan är viktig både för företaget och kunden och en drive med subventionerade planer skulle ge nya kunder då det i dagens läge är ganska kostsamt att upprätta en skogsbruksplan.

## 3. *Utbildning*

Okunskap var en av de stora anledningarna till att det inte gallrades. Utbildningen får gärna vara i form av miniskogs dagar. Kanske i samband med att en maskin är i byn för avverkning.

## 4. *Kostnadseffektivitet*

Många intervjuade ansåg att man skulle kunna göra flera affärer om man höjde priset bara en aning, men stämmer verkligen det? Tveksamt, då priset bestäms av marknaden på flera olika sätt. På kort sikt skulle den säkert ge fler affärer men troligen inte samma effekt som många tror på längre sikt. Däremot bör man trycka på att man faktiskt sänkt avverkningskostnaderna ganska mycket de senaste åren. Det i sin tur ger ju ett ”högre” pris kan man säga. Men många skogsägare ser inte detta utan behöver hjälp på traven för att förstå det. Återigen lite av en utbildningsfråga kan man säga.

## 5. *Lokala annonser*

I ett av distrikten hade detta gett mycket bra utslag och kostnaden är relativt låg. Det kan vara värt att pröva på i flera distrikt runt om i landet. En bild på företagets representant i de lokala tidningarna ökar igenkänningsfaktorn för virkesköparna bland kunderna.

## 6. *Personliga kontakter*

En utökning av dessa i mån av tid för de anställda. En personlig kontakt är alltid att föredra.



## 6 Förslag på åtgärder

### 6.1 Serviceerbjudanden

#### 6.1.1 Erbjudna subventionerade skogsbruksplaner

Att skogsbruksplaner var ett bra sätt att aktivera skogsägarna framkom vid intervjuerna. De flesta av de som intervjuades var ense om detta, både tjänstemännen på skogsvårdsstyrelsen och virkesköparna. Det ansågs dock att skogsbruksplanen var en färskvara och att den gjorde mest nytta de första tre åren. Detta för att när de blev äldre så föll de i glömska och åtgärderna kändes inte lika aktuella som när den var ny. Man skulle kunna erbjuda en form av kvalitetsgaranti i samband med gallringen och erbjuda t.ex. en uppdatering av skogsbruksplanen i samband med detta.

*”Kan man få fler att göra en skogsbruksplan så tror jag att det skulle hjälpa. Så fort det står på papper och det är en oberoende person som har bedömt då är det vallat och klart, bara att köra så att säga.”*

*”Jo, det behövs planer. Det är väl snarare en prisfråga, det är ju flera som gör planer så verksamheten rullar på. Vi har ju konkurrens vi också.”*

*”Skogsbruksplanen är ett mycket bra hjälpmedel.”*

*”Många saknar skogsbruksplan och de har blivit tämligen dyra också. Man skall väl inte förespråka de här gamla statliga men det hade nog en viss hjälp i alla fall.”*

*”Skogsbruksplaner är ett jätteviktigt hjälpmedel. Det finns hur många växlar som helst man kan dra på dem, bara det att man kan identifiera behoven.”*

*”Skogsbruksplanen skall ju inte vara krängande utan fri och det skall handla om att man skall fatta egna beslut. Då blir man engagerad, men det finns ju en baksida och då krävs det att man har rätt kunskap så att man tar rätt beslut.”*

Föga förvånande var detta en av de åtgärder som de flesta tyckte var viktig. Av detta skäl har jag naturligtvis tagit med det på prioriteringslistan.

En fräsch skogsbruksplan säljer avverkningar och är viktig för både skogsbolaget och skogsägaren. Bra också att det är en utomstående som gör bedömningarna. Eftersom de har blivit tämligen dyra är en drive med subventionerade skogsbruksplaner en bra åtgärd som förmodligen skulle locka många skogsägare. Tidigare arbeten påvisar även de skogsbruksplanens betydelse.

#### 6.1.2 Erbjudna gallring med kvalitetsstämpel av olika slag

I samband med att man försöker få till en affär eller att man är inne i ett område och gallrar bör man kunna erbjuda någon form av kvalitetsstämpel. En kvalitetsstämpel på utfört arbete skulle kunna vara att man återställer vägarna i det skick det var i innan arbetet påbörjades. Man ser till att inga stamskador uppstår, att man inte lämnar för djupa spår i skog och mark bakom sig samt att man inte tar ut mer ur skogen än vad den maximala återväxten kan garantera.

## **6.2 Uppdragsverksamhet**

### ***6.2.1 Diskutera olika avtalskonstruktioner***

Man skulle kunna avtala om fler s.k. förvaltaruppdrag, dvs. att man har ständig uppsyn av skogsägarens mark och inte bara när man är i behov av virke. Fler löpande kontrakt är att föredra och inte bara tillfälliga. Det skulle öka kontakten med skogsägaren samt att man skulle få bättre grepp om vad som finns på marknaden och när det är dags att ta ut ur skogen. Det kan röra sig om allt ifrån beståndsetablering, översyn av ungskogen med röjningsingrepp, gallring i olika faser till förnygringsavverkning.

### ***6.2.2 Det fysiska genomförandet av uppdraget***

Många av de intervjuade ansåg att det fortfarande finns en rädsla för hur det skulle se ut i skogen efter en genomförd gallring och att skogsägarna på grund av detta drog sig för att gallra. Det ansågs också finnas en rädsla för maskinsador, men några av de intervjuade menade att detta var ett övergående problem och att folk mer och mer accepterade maskinerna och deras storlek.

Här finns det bara en sak som hjälper, utbildning. Se ovan under miniskogsdagar. Man måste tvätta bort fördomar som att skog och mark blir förstörda av att gallra och istället visa hur fint det blir efter en gallring. Viktigt är också förstås att man tar in entreprenörer som gör ett oklanderligt arbete.

### ***6.2.3 Virkespriset***

Virkespriset var utan tvekan det som av samtliga intervjuade angavs som viktigast för skogsägarna. De flesta trodde att en höjning av priset på massaved skulle bidra till en ökad gallringsaktivitet i de områden de arbetade i. De ansåg också att många av skogsägarna var mycket prisedvetna, kanske till och med avvaktade åtgärder på grund av att de hoppades på en prishöjning. Många ansåg att det var dags för en rejäl prishöjning.

### ***6.2.4 Uppföljningen av uppdraget***

I ett flertal av intervjuerna var virkesköparna mycket positiva till att följa upp uppdraget. Det gjordes dock inte som regel i något distrikt. De flesta ansåg att skogsägarna skulle uppfatta det som seriöst och positivt om man gjorde det till regel att ordentligt följa upp uppdraget.

### ***6.2.5 Fortsatta kontakter med skogsägaren***

I de allra flesta fall hölls inte kontinuerliga kontakter med skogsägarna och de intervjuade var rörande eniga om att det egentligen borde göras. Särskilt som det allra viktigaste för skogsägarna tycktes vara den personliga kontakten. Anledningen till att kontakterna inte var kontinuerliga, var oftast tidsbrist och budgeten dvs. att man var tvungen att jaga volymer istället.

Kategorierna ”Uppföljningen av uppdraget” och ”Fortsatta kontakter med skogsägaren” går in lite i varandra och jag har därför valt att kommentera dem tillsammans. Under intervjuerna var det många som var positiva till att hålla fortsatta kontakter och det är förstås viktigt att ta vara på. Tidsbrist har angivits som en faktor till att det inte sker i någon större utsträckning idag. Kan man råda bot på tidsbristen, eventuellt genom nyanställning så att man har möjlighet att följa upp uppdragen så har man enligt min mening mycket att vinna.

## 6.3 Kampanjer

### 6.3.1 Koncentrerade områdesvisa kampanjer med specialerbjudanden

#### Lotterier

Skogsvårdsstyrelsen koncentrerar sig för tillfället mest på att få ner röjningsberget och har i samband med detta bland annat ett röjningslotteri och det har i intervjuerna framkommit att lotteriet har gett positiv respons i form av ökad röjning. Nedan ges några exempel på svar från intervjuerna.

*”Vi har märkt en ökning av röjningen efter införandet av röjningslotteriet och hade nyligen dragning. De får en lott per hektar och vi har 7 sågar i potten. Från 2004-2005 ökade röjningsarealen i Gästrikland från 1400 hektar till 2000 hektar.”*

*”Vi har ju röjningslotteriet, så det lottas ut 7 stycken röjsågar och det ger ett ganska bra resultat. Det har gjort att det blir god skjuts på röjningen.”*

#### Tävlingar

De flesta var positiva till alla sorters tävlingar och menade att det var ett bra sätt att stimulera skogsägarna till att gallra mer. Företaget X's reselotterier uppskattades av såväl virkesköparna som skogsägarna. Dock framkom det att i en av intervjuerna hade en virkesköpare fått höra att det var bondfångeri men den övervägande delen av skogsägarna var dock såpass positiva att det framkom att det var en av de mer populära åtgärderna.

*”Jag ser det själv som en liten bonus, men jag märker på vissa av skogsägarna att de ser det som en anledning till att de säljer. En del blir ju arga och tycker att det är bondfångeri. En av mina skogsägare vann föra året och det har ju betydelse för det blir mer påtagligt då.”*

*”Jag tycker absolut att X-konceptet har lett till ett uppsving. Man fokuserar på gallring i en sådan kampanj och det är det man behöver göra. Det gäller ju att väcka tankar hos markägarna.”*

Övrigt som framkom under intervjuerna var en form av kampanj som exempelvis ”Årets skogsägare”. Denna typ av kampanj ansågs vara positiv och gav bra och opartisk publicitet i tidningar.

*”Årets skogsvårdare är ju en annan grej, två stycken har utsetts i den här regionen och det är ju återkommande. Virkesköparna och skogsvårdsstyrelsen får nominera skogsägare till detta. Det är ett sätt att uppmärksamma välskötta skogar.”*

Även allt under rubriken ”Kampanjer” går in i varandra och kommenteras därför gemensamt. Att lotterier och tävlingar är populärt är knappast en överraskning och faktum är att detta drar folk, ökar intresset och det har bevisligen även gett utslag. Här är det dock viktigt att man har en bra avvägning så att det inte blir för mycket av dessa åtgärder. Det kan, vilket framhölls av en del av intervjuobjekten, leda till motsatt effekt. Folk kan tröttna på lotterier och kampanjer, företaget kan verka oseriöst och varumärket kan skadas av just detta.

### ***6.3.2 Kampanjer speciellt riktade mot olika ämnesområden, ex rotröta, röjningsberget, internationella trender etc. där Företaget X visar framfötterna***

På Skogsvårdstyrelsen arbetar man just nu mest med att få ned röjningsberget och de flesta av de intervjuade ansåg att man hade lyckats öka aktiviteten inom röjningen. Mätningar visade att röjningsarealen hade ökat 2004-2005 med 600 hektar. De flesta ansåg att riktade kampanjer var ett bra medel att sätta fokus på ett särskilt problem.

Eftersom de flesta av de intervjuade var positiva kan detta vara värt att satsa på. Begränsningen för en satsning ligger väl i att man sätter fokus just på ett specifikt problem eller en specifik åtgärd vilket innebär att det inte blir en allmän åtgärd utan en riktad sådan.

## 7 Diskussion

Blickar man tillbaka på intervjuerna och resultatet av dem, kan man genomgående finna att avverkningskostnaden och okunskapen bland skogsägarna, är de största bidragande orsakerna till att det gallras för lite. Givetvis finner vi en rad andra orsaker som också återkommer men inte med samma styrka.

Av intervjuerna framkom att skogsägarna är väldigt måna om att få rätt betalt för sitt virke och att många av dem har ganska bra koll på marknaden. Tillräckligt åtminstone för att avvakta med en gallring i väntan på bättre tider. I detta arbete kan vi dock räkna bort de skogsägare som redan bestämt sig för att gallra men som styrs av virkespriset. D.v.s., väntar på bättre tider, för de hör inte hemma i denna undersökning.

Även en del virkesköpare anser att det borde finnas lite mer spelrum för virkespriset, vilket det idag inte verkar finnas. Inte tillräckligt åtminstone, så som jag upplever det efter intervjuerna med respektive part. I någon av intervjuerna framkom det att det borde finnas lite mer fluktuationer, lite mer utbud och efterfrågan, så att det blir lite mer handel med virkespriset. Kanske en enkel lösning på kort sikt som troligen skulle vara kostsam. Jag citerar:

*”Nu känns det lite som att det är ett och samma pris och budget ligger ett år fram i tiden och så kör vi på och köper det vi kommer över. Det blir för stort och för trubbigt, lite planekonomi. Svårt att konkurrera med de som jobbar direkt under industrin”.*

Prisfrågan kan säkert stimulera marknaden också, men frågan är hur. Om man skulle höja priset på kort sikt så kanske skogsägarna skulle gå ut och spekulera lite mer. En bra effekt, men vad skulle det kosta? En högre pris kanske kan medföra en viss osäkerhet på marknaden, då det är en förändring. Det kanske bara skapar en viss oro på marknaden istället och vad skulle det ge för effekt? Mycket som styr priset är tillgång och efterfrågan vilket medför att de stora bolagen i Sverige blir tunga i prisfrågan. Priset blir mer och mer internationellt styrt, där norra Europa och österländerna väger tungt. Kontentan av detta är att en prisförändring kanske inte ger den effekt som en del tror och hoppas på i intervjuerna. Inte i första taget åtminstone, men det kanske är värt mödan att fundera kring det och alternativt se över prisbilden och se vad man kan göra åt den. I andra vågskålen ligger prisfluktuationens påverkan på Företagets trovärdighet. Stora prisvariationer kan ge irritation mellan skogsägarna, vilket kan slå tillbaka på Företaget.

Okunskapen om skogsbruk bland skogsägarna var den andra stora faktorn, ansåg de flesta medverkande. Okunskap om skogsbruk kan vara en rad olika företeelser. Det kan bero på att man hellre väntar något år till så att skogen växer ”ytterligare” lite till, vilket den kanske inte alls gör om man ser till värdeutvecklingen. Man kanske som skogsägare inte har tid för skogen eller intresse vilket medför att man inte orkar bry sig om man blir uppvaktad av ett bolag. Detta är egentligen mer av ett nationellt problem och kanske svårt för ett enskilt företag att angripa. Tydlig information om dessa saker lokalt kan dock ge resultat.

Tittar man på det nationella planet bör man vända sig till Skogsstyrelsen delvis. Av det som framkommit så verkar det som att tjänstemän vid Skogsstyrelsen för närvarande stirrar sig blinda på ”röjningsberget” i Sverige. Vi kan nog alla hålla med om att det finns ett betydande problem där visserligen. Men så som jag upplever det, behöver man inte släppa gallringen helt för det, för så känns det nästan. För kommer gallringen då att bli vårt nästa stora problem i Sverige?

Jag fick den känslan att idag tar man itu med röjningen i första hand, vilket i och för sig är bra. Men därefter kommer föryngringsavverkning och föryngring på agendan och nästan ingenting där emellan verkar det som. Anser man inte att gallringen är lika viktig? Eller ligger gallringen tillräckligt bra till i Sverige för närvarande. Det som kanske saknas är helhetsgreppet om skogens skötsel och hur man i varje enskilt bestånd från dess aktuella tillstånd kan bygga upp ett ekonomiskt sett lönsamt företag som inte i varje åtgärd fram till slutavverkning ger underskott.

Vad kan man då göra från Företaget X sida? Personligen tror jag på fler artiklar och utskick om just gallring. Tag som exempel artikeln i tidningen "X" om "*Gallring på Skogslyckan*". Man kanske kan göra fler liknande artiklar, där man trycker mer på ekonomin, hur viktigt det är att gallra i rätt tid. Visa olika exempel på hur det kan se ut i framtiden när man gallrat och inte gallrat. Det bör vara så enkelt och grafiskt beskrivet som möjligt, så att man lockas till att läsa om det. Ett snyggt grafiskt exempel lockar nog mer än bara text, enligt min mening. Sådana utskick kan man förmedla till alla kunder man redan har men även till potentiella kunder i områden där man känner till att det finns just en stor gallringspotential som inte utnyttjas.

Kanske kan man erbjuda egna skogskurser och utbildningar på något sätt. Självklart ska allt vara ekonomiskt rimligt och praktiskt genomförbart. Jag citerar från intervjuerna:

*"Konceptet som sådant är ju efterfrågat, det är ju en del som är intresserade av allt från röjkurser till vård."*

Det kanske inte går men man kan eventuellt se över idén. Här kan man eventuellt från industrins sida, trycka på att Skogsstyrelsen ska engagera sig mer i gallringsfrågan, både vad beträffar reklam och kursutbud. Eventuellt kan man erbjuda utbildning i samband med "miniskogs dagar", det förekommer redan i dagsläget ibland. I de områden där man har använt sig av "miniskogs dagar" var det populärt. Kanske kan man sätta upp ett internt koncept som ska köras några gånger per år, i framförallt områden där man har svårt att få kontakt med skogsägarna. Det svåra är att få skogsägaren att komma till träffarna enligt de intervjuade.

En annan vanligt förekommande anledning till icke utförda gallringar är dåligt uppdaterade skogsbruksplaner. I många fall finns inte ens en skogsbruksplan. Kanske kan man köra en kampanj tillsammans med Skogsstyrelsen för att få fler skogsägare att skaffa en skogsbruksplan alternativt uppdatera den gamla befintliga. Enligt många intervjuade var en skogsbruksplan, uppdaterad sådan, det största incitamentet till att gallra, eller åtminstone få skogsägaren till att gallra. Fanns det en bra skogsbruksplan var det mycket lättare att få dem att förstå vikten med att gallra i tid. Kanske är det ett alternativ att erbjuda subventionerade skogsbruksplaner på olika sätt mot att man får gallringen och kanske även föryngringsavverkning m.m.

Tidigare talade jag om direkta utskick om gallring till kunder samt fler artiklar om gallring i t.ex. tidningen "X". Det är förstås svårare och dyrt att försöka att på detta sätt nå ut till eventuella nya kunder. Däremot når man nya kunder genom reklam i allehanda tidningar. Framförallt tänker jag då på alla lokala tidningar i de regioner där man har personal som jobbar. I intervjuerna framkom det bl.a. att man ansåg att reklam var ett mycket bra sätt att nå ut till fler kunder. Däremot borde man satsa på mer reklam i rätt sorts tidningar, d.v.s. mer reklam i de lokala tidningarna än i tidskrifter och månadsmagasin som t ex. "Gods och Gårdar" "Lantliv" m.fl. En del ansåg att och trodde det var slöseri med reklamen i de dyra

magasinen som ändå inte alla läser. Däremot så läser nästan alla sin lokala tidning och de är mycket billigare att göra reklam i.

*Det som inte är positivt det är alla pengar vi lägger på reklam. Det anser jag är helt bortkastat. Vi annonserar i Land, Gods och Gårdar och jag vet inte om de är ute efter att förstärka varumärket, men jag tycker att det är helt bortkastade pengar.*

Det finns en poäng i detta påstående om man ser till den lokala marknaden och de loka skogsägarna som man vill nå. Däremot som jag tidigare nämnde att det finns en groende marknad av s.k. utbor, som äger mark men inte bor själva på marken alternativt sådan ägaren som inte har intresse eller tid att sköta sin skog. De å andra sidan kanske läser just dessa lite ”finare” magasin och får då eventuellt upp ögonen för en bra och enkel lösning för just deras mark. Så jag tror att man även i fortsättningen bör satsa på reklam i dessa magasin.

I samband med diskussionerna kring reklamen kom det även fram förslag på att presentera respektive virkesköpare med bl.a. bild och lite text om vilka de är och vad de arbetar med. På så sätt tror man att man blir lättare igenkänd ute på fältet av skogsägarna. Det kan också medföra att det kanske blir lättare att komma över ”kontakttröskeln” som ibland kan vara svår att bemästra. Sammanfattningsvis gäller det således att satsa mer på reklam i den lokala pressen, den är dessutom är billigare och troligen mer effektiv än reklamen i den dyrare månadspressen.

*Lokalt tror jag att när vi är med på bild och talar om vad vi gör och hjälper till med så tror jag att det har ett bra reklamvärde. Vi skall ju vara lite igenkända av skogsägarekåren så när jag kommer dit skall de säga Dig har ju jag sett på bild. Prisbilden är ju helt annorlunda för denna typ av annonser också.*

En lyckad satsning som har gjorts, enligt många intervjuade, är att man kan vinna en resa eller liknande om man anmäler sina gallringar i en tävling. Tävlingen har funnits i några år och verkar ha gett bra respons ute bland kunderna. Även Skogsstyrelsen har en liknande tävling där man kan vinna röjsågar om man deltar. Den tävlingen visade sig vara mycket populär och man hade fått in mängder av bidrag och därmed ökat andelen rönjningar markant i vissa områden.

Nu gäller det bara att ”vidareförädla” tävlingen och inte tappa greppet om den. Kanske kan man utöka den med fler priser, för andra och tredje plats samt eventuella ”tröstpriser” om det inte redan finns idag. Kanske kan man erbjuda fler sorters resor, priser i form av besök på industrierna, heldag med lunch eller liknande. Där kan man kanske klämma in gruppriser också. Vad som är bra enligt min mening och som också görs idag, är att man presenterar vinnare i tidningen i ett stort uppslag. På så sätt får fler skogsägare upp ögonen för tävlingen, det hade kanske kunnat vara de som var med i tidningen.

En åtgärd som inte alls används i speciellt stor utsträckning idag är uppföljning av utförda jobb. Endast i något enstaka distrikt och fall utfördes någon slags form av uppföljning. Personligen anser jag att man ska göra uppföljning på varje utfört uppdrag, vare sig det gäller gallring eller föryngringsavverkning m.m. Detta borde vara ett måste, då det är en tjänst man tillhandahåller och då är det väl viktigt att man erhåller ”feedback” på utförd tjänst? Är det så idag att företagen nöjer sig med att vänta några år och sen hoppas på att man får nästa gallring eller liknande uppdrag som finns på den gällande fastigheten. Enligt min mening är detta som om en restaurang skulle servera maten men sen inte bry sig om vad den smakar. Man bara

hoppas på att gästen tycker att maten och servicen är bra, så att gästen förhoppningsvis kommer tillbaka.

Här anser jag att man bör utforma någon form av direktiv, som gäller alla distrikt, att man följer upp alla utförda uppdrag oavsett vad de gäller. Det kan ske på en rad olika sätt. Det bästa är självklart personlig uppföljning av respektive ansvarig virkesköpare, eller kanske av en speciell person som har hand om just detta på hela företaget. Det senare kan kanske vara rent ekonomiskt genomförbart men vad är man beredd på att betala för att få ett gott renommé och följaktligen fler uppdrag. Fler uppdrag innebär mer virke till industrin och ett säkrare råvaruflöde. En annan variant kan vara att man sänder ut enkäter till kunden efter utfört arbete och hoppas på att denne fyller i den. Men tyvärr är folk i ren allmänhet dåliga på att fylla i enkäter och sända dem tillbaka. Ytterligare en eventuell lösning kan vara att man som virkesköpare arbetar mer med rågångsköp. Eftersom det finns så många små skogsägare kan man säkert locka fler till sig om man kan erbjuda en form av rågångsköp. Då plötsligt kanske de anser att det kan vara värt "besväret" att få skogen gallrad. Oavsett hur man går tillväga så är detta ett problem som man nog snarast bör ta tag i.

Paketlösningar är en annan form av tjänst som man kan erbjuda kunderna men som inte används i speciellt stor utsträckning idag. Enligt intervjuerna så används den här formen ganska lite men där man använder den har den fått positiv verkan. Paketlösningar kan komma i olika former, så som att man tar gallring och föryngringsavverkning på en och samma gång. Man tar kontakt med närliggande grannar och berättar för dem att man ändå är i närheten så man kan kanske få komma förbi deras mark också om det föreligger behov av det. Erbjuder man olika paketlösningar kan man kanske också förhandla om ett bättre pris, som var en sån viktig fråga för kunderna. Man kan även koordinera transporter av virket på ett bättre sätt, om det inte görs idag. Transporterna av virket är något som ibland fallerar idag, då virket blir liggandes vid väg för länge ansåg en del, p.g.a. den nya organisationen. Det framkom ju som bekant i intervjuerna att en del ansåg att det var bättre där förr.

Paketlösningar borde också ingå i ett direktiv till alla distrikt där man i största möjliga mån ska sträva efter att erbjuda det och att man tar kontakt med de närliggande grannarna när man ändå är på plats. Idag görs inte det regelbundet nämligen. Personligen tror jag att det kan hjälpa till att få fler kunder om man regelbundet gör så.

Slutligen anser jag att man från forskningens sida bör satsa mer på området gallring och dess påverkan av skogsbruket och dess ekonomi. Då det uppenbarligen finns mycket pengar att spara eller tjäna i framtiden med en välkött skog bör detta område vara av stort intresse för hela skogssverige. Än mer idag då massavedspriserna stiger och även användandet av klentimmer ökar enligt min personliga uppfattning. Satsar man mer på forskningen kring gallringen ökar man även kunskapen i det långa loppet hos den gemene skogsägaren, vilket enligt min mening alla har att vinna på i längden. Det kanske t o m kan räcka för de större skogsbolagen göra sin egen forskning på området m h a studenter eller doktorander för att för sin egen del öka kunskapen hos sina kunder. Här finns pengar att hämta för alla involverade anser jag, så satsa mer på gallringen och dess potential.



# Källhänvisning

## Litteraturreferenser

- Törnqvist, T., 1995. Skogsrikets arvingar. En sociologisk studie av skogsägarskapet inom privat, enskilt skogsbruk. Samhällsvetenskapliga forskningsinstitutet Uppsala.
- Patel, R. & Davidsson, B. 1991. Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning. Studentlitteratur, Lund.
- Trost, J. 1997. Kvalitativa intervjuer. Studentlitteratur, Lund.
- Svensson, P-G & Starrin, B (red.). 1996. Kvalitativa studier i teori och praktik. Studentlitteratur, Lund.
- Gunnarsson, F., Mårtensson, C., 2004 examensarbete nr 40, Institutionen för skogens produkter och marknader, SLU, Uppsala, "Vilka mål och behov har olika typer av skogsägare kring sitt skogsägande"
- Svensson, H., 2002 examensarbete SLU, Uppsala, "Skogsbruksplanens betydelse för aktiviteten hos privata skogsägare i Älvdalen"
- Ingemarson, F., 2004, Silvestria nr 318, avhandling SLU, Uppsala, "Small-scale forestry in Sweden"

## Tidningsartiklar

- Blomgren, C., 2004, Jordbruksaktuellt nr 12, 7 september, "Lönsammare gallring?"
- Eriksson, L., "Hård röjning, tidig gallring – Ger bättre ekonomi"
- Frohm, S. & Thor, M., Resultat nr 4 1995, Skogforsk, "Ta vara på möjligheterna vid gallring – för god ekonomi idag och på sikt"
- Karlsson, K., Mörling, T. & Pape R., Fakta Skog, nr 10 1999, "Gallring på gott och ont – hur påverkas tillväxt och kvalitet hos tall och gran?"
- Lönnstedt, L., 1997, Scandinavian Journal of Forest Research, v 12, 1997, "Non-Industrial Private Forest owners' decision process"
- Blomgren, Carl., 2005, Jordbruksaktuellt nr 9, 25 maj "Intervju i Jordbruksaktuellt" av Folke Pettersson
- Jakobsson, P., Skog & Virke nr 1, 2003, "Skogsinkomsterna inte alltid viktigast"

## Internet

- <http://www.svo.se/fakta/stat/> - "Gallringsstatistik" (2005).
- <http://www.svo.se/minskog/templates/regionstart.asp?id=3972> – "Personal från SVS" (2005).
- <http://www.svo.se/minskog/templates/grundbok.asp?id=2241> – "Info om gallring" (2005).
- <http://www.skogsresurs.com/cgi-shl/Vport/start.asp> - "Info om gallring" (2005).
- <http://www.skogsstyrelsen.se/> - "Gamla skogsvårdsstyrelsens hemsida" (2005).

## Intervjuer

Virkesköpare från Företaget X

Skogstjänstemän från Skogsstyrelsen

# Bilagor

## Bilaga 1. Informationsunderlag för intervju

Till den det berör,

Mitt namn är Carl-Fredrik Hamilton och jag är jägmästarstuderande vid Sveriges Lanbruksuniversitet i Uppsala. Syftet med examensarbetet är att via kvalitativa intervjuer med virkesköpare och skogsvårdskonsulenter, inom Företaget X köpområden, ta fram underlag för och förslag på åtgärder som industrin kan göra för att stimulera till en ökad gallringaktivitet bland privata skogsägare.

Arbete avgränsas till Företaget X geografiska köpområden där ett antal intressanta områden väljs ut. Inom områdena kommer virkesköpare samt skogsvårdskonsulenter att intervjuas via kvalitativa intervjuer. Skogsägare kommer inte att intervjuas i denna studie då det är svårt att göra ett selektivt urval baserat på den information som finns att tillgå om skogsägaren.

Vid intervjun kommer jag att ha med en bandspelare som jag frågar om jag kan använda mig utav. Den är endast till för att lättare komma ihåg innehållet vid sidan av anteckningar samt för eventuella anonyma citat. Självklart använder jag inte bandspelaren ifall ni inte själva vill.

Bifogat finner ni en frågeguide som intervjun kommer att röra sig kring. Självfallet kanske det inte finns mer än ett ja eller nej på vissa frågor men min förhoppning är att kunna gräva ned på djupet kring dessa frågor.

Till sist vill jag tacka för att ni ställer upp och medverkar vid denna intervju och jag ser fram emot ett intressant möte. Har ni frågor eller funderingar kring materialet eller intervjun är ni varmt välkomna att höra av er på:

E-mail: [c-f@chello.se](mailto:c-f@chello.se)

Mobil: 0708-261134

Tack på förhand,

Carl-Fredrik Hamilton

## Bilaga 2. Frågeguide för intervju med SVS-personal och virkesköpare från Företaget X

1. Hur utnyttjas gallringspotentialen i ditt område? Går det att dela in skogsägarna i olika kategorier beroende på om och hur de gallrar? Är det någon skillnad mellan olika kategorier skogsägare avseende hur mycket man gallrar? Vilka kategorier gallrar minst?

2. Hur bedömer du skogsägarens kunskaper om gallringens betydelse för beståndsutveckling och ekonomin i skötseln? (Obefintliga, goda eller mycket bra)

3. Vilket motstånd, frågetecken eller orosmoment brukar du möta kring gallring i kontakten med skogsägare?

4. Vilka tänkbara anledningar finns det till att skogsägare avstår från att gallra trots att det uppenbarligen finns behov?

5. Vilka faktorer bestämmer skogsägarens beslut om att genomföra gallring?

Förslag i skogsbruksplanen?

Behovet av pengar?

Bedömning av skötselbehovet?

Förslag från rådgivare?

Grannars påverkan?

6. Vilka åtgärder kan genomföras för att öka gallringsaktiviteten? Som du själv kan påverka eller andra?

Mer rådgivning om skogsvård?

Bättre skogsbruksplan?

Hjälp med skogsvårdsåtgärder?

Högre virkespriser?

Hjälp med finansiell rådgivning?

Andra attityder? (Bland grannar, allmänheten, rådgivare?)

Tillgänglighet av kurser om skogsvård?

Jakt?

7. Vilka åtgärder anser du skulle få bäst genomslag för industrin samt skogsägarna?

# Publications from The Department of Forest Products, SLU, Uppsala

## Rapporter/Reports

1. Ingemarson, F. 2007. De skogliga tjänstemännens syn på arbetet i Gudruns spår. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
2. Lönnstedt, L. 2007. *Financial analysis of the U.S. based forest industry*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
4. Stendahl, M. 2007. *Product development in the Swedish and Finnish wood industry*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
5. Nylund, J-E. & Ingemarson, F. 2007. *Forest tenure in Sweden – a historical perspective*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
6. Lönnstedt, L. 2008. *Forest industrial product companies – A comparison between Japan, Sweden and the U.S.* Department of Forest Products, SLU, Uppsala
7. Axelsson, R. 2008. Forest policy, continuous tree cover forest and uneven-aged forest management in Sweden's boreal forest. Licentiate thesis. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
8. Johansson, K-E.V. & Nylund, J-E. 2008. NGO Policy Change in Relation to Donor Discourse. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
9. Uetimane Junior, E. 2008. Anatomical and Drying Features of Lesser Known Wood Species from Mozambique. Licentiate thesis. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
10. Eriksson, L., Gullberg, T. & Woxblom, L. 2008. Skogsbruksmetoder för privatskogsbrukaren. *Forest treatment methods for the private forest owner*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
11. Eriksson, L. 2008. Åtgärdsbeslut i privatskogsbruket. *Treatment decisions in privately owned forestry*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
12. Lönnstedt, L. 2009. *The Republic of South Africa's Forests Sector*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
13. Blicharska, M. 2009. *Planning processes for transport and ecological infrastructures in Poland – actors' attitudes and conflict*. Licentiate thesis. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
14. Nylund, J-E. 2009. *Forestry legislation in Sweden*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
15. Björklund, L., Hesselman, J., Lundgren, C. & Nylinder, M. 2009. Jämförelser mellan metoder för fastvolymbestämning av stockar. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
16. Nylund, J-E. 2010. *Swedish forest policy since 1990 – reforms and consequences*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
17. Eriksson, L., m.fl. 2011. Skog på jordbruksmark – erfarenheter från de senaste decennierna. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
18. Larsson, F., 2011. Mätning av bränsleved – Fastvolym, torrhalt eller vägning? Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala

## Examensarbeten/Master Thesis

1. Stangebye, J. 2007. Inventering och klassificering av kvarlämnad virkesvolym vid slutavverkning. *Inventory and classification of non-cut volumes at final cut operations*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
2. Rosenquist, B. 2007. Bidragsanalys av dimensioner och postningar – En studie vid Vida Alvesta. *Financial analysis of economic contribution from dimensions and sawing patterns – A study at Vida Alvesta*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
3. Ericsson, M. 2007. En lyckad affärsrelation? – Två fallstudier. *A successful business relation? – Two case studies*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
4. Ståhl, G. 2007. Distribution och försäljning av kvalitetsfuru – En fallstudie. *Distribution and sales of high quality pine lumber – A case study*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
5. Ekholm, A. 2007. Aspekter på flyttkostnader, fastighetsbildning och fastighetstorlekar. *Aspects on fixed harvest costs and the size and dividing up of forest estates*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
6. Gustafsson, F. 2007. Postningsoptimering vid sönderdelning av fura vid Sätters Ångsåg. *Saw pattern optimising for sawing Scots pine at Sätters Ångsåg*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala

7. Götherström, M. 2007. Följdeffekter av olika användningssätt för vedråvara – en ekonomisk studie. *Consequences of different ways to utilize raw wood – an economic study*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
8. Nashr, F. 2007. *Profiling the strategies of Swedish sawmilling firms*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
9. Högsborn, G. 2007. Sveriges producenter och leverantörer av limträ – En studie om deras marknader och kundrelationer. *Swedish producers and suppliers of glulam – A study about their markets and customer relations*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
10. Andersson, H. 2007. *Establishment of pulp and paper production in Russia – Assessment of obstacles*. Etablering av pappers- och massaproduktion i Ryssland – bedömning av möjliga hinder. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
11. Persson, F. 2007. Exponering av trägolv och lister i butik och på mässor – En jämförande studie mellan sport- och bygghandeln. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
12. Lindström, E. 2008. En studie av utvecklingen av drivningsnettot i skogsbruket. *A study of the net conversion contribution in forestry*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
13. Karlhager, J. 2008. *The Swedish market for wood briquettes – Production and market development*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
14. Höglund, J. 2008. *The Swedish fuel pellets industry: Production, market and standardization*. Den Svenska bränslepelletsindustrin: Produktion, marknad och standardisering. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
15. Trulsson, M. 2008. Värmebehandlat trä – att inhämta synpunkter i produktutvecklingens tidiga fas. *Heat-treated wood – to obtain opinions in the early phase of product development*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
16. Nordlund, J. 2008. Beräkning av optimal batchstorlek på gavelspikningslinjer hos Vida Packaging i Hestra. *Calculation of optimal batch size on cable drum flanges lines at Vida Packaging in Hestra*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
17. Norberg, D. & Gustafsson, E. 2008. *Organizational exposure to risk of unethical behaviour – In Eastern European timber purchasing organizations*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
18. Bäckman, J. 2008. Kundrelationer – mellan Setragroup AB och bygghandeln. *Customer Relationship – between Setragroup AB and the DIY-sector*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
19. Richnau, G. 2008. *Landscape approach to implement sustainability policies? - value profiles of forest owner groups in the Helgeå river basin, South Sweden*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
20. Sokolov, S. 2008. *Financial analysis of the Russian forest product companies*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
21. Färlin, A. 2008. *Analysis of chip quality and value at Norske Skog Pisa Mill, Brazil*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
22. Johansson, N. 2008. *An analysis of the North American market for wood scanners*. En analys över den Nordamerikanska marknaden för träscanners. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
23. Terzieva, E. 2008. *The Russian birch plywood industry – Production, market and future prospects*. Den ryska björkplywoodindustrin – Produktion, marknad och framtida utsikter. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
24. Hellberg, L. 2008. Kvalitativ analys av Holmen Skogs internprissättningsmodell. *A qualitative analysis of Holmen Skogs transfer pricing method*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
25. Skoglund, M. 2008. Kundrelationer på Internet – en utveckling av Skandias webbplats. *Customer relationships through the Internet – developing Skandia's homepages*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
26. Hesselman, J. 2009. Bedömning av kunders uppfattningar och konsekvenser för strategisk utveckling. *Assessing customer perceptions and their implications for strategy development*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
27. Fors, P-M. 2009. *The German, Swedish and UK wood based bio energy markets from an investment perspective, a comparative analysis*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
28. Andræ, E. 2009. *Liquid diesel biofuel production in Sweden – A study of producers using forestry- or agricultural sector feedstock*. Produktion av förnyelsebar diesel – en studie av producenter av biobränsle från skogs- eller jordbrukssektorn. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
29. Barrstrand, T. 2009. Oberoende aktörer och Customer Perceptions of Value. *Independent actors and Customer Perception of Value*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
30. Fällidin, E. 2009. Påverkan på produktivitet och produktionskostnader vid ett minskat antal timmerlängder. *The effect on productivity and production cost due to a reduction of the number of timber lengths*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala

31. Ekman, F. 2009. Stormskadornas ekonomiska konsekvenser – Hur ser försäkringsersättningsnivåerna ut inom familjeskogsbruket? *Storm damage's economic consequences – What are the levels of compensation for the family forestry?* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
32. Larsson, F. 2009. Skogsmaskinföretagarnas kundrelationer, lönsamhet och produktivitet. *Customer relations, profitability and productivity from the forest contractors point of view.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
33. Lindgren, R. 2009. Analys av GPS Timber vid Rundviks sågverk. *An analysis of GPS Timber at Rundvik sawmill.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
34. Rådberg, J. & Svensson, J. 2009. Svensk skogsindustris framtida konkurrensfördelar – ett medarbetarperspektiv. *The competitive advantage in future Swedish forest industry – a co-worker perspective.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
35. Franksson, E. 2009. Framtidens rekrytering sker i dag – en studie av ingenjörstudenters uppfattningar om Södra. *The recruitment of the future occurs today – A study of engineering students' perceptions of Södra.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
36. Jonsson, J. 2009. *Automation of pulp wood measuring – An economical analysis.* Department of Forest Products, SLU, Uppsala
37. Hansson, P. 2009. *Investment in project preventing deforestation of the Brazilian Amazonas.* Department of Forest Products, SLU, Uppsala
38. Abramsson, A. 2009. Sydsvenska köpsågverksstrategier vid stormtimmerlagring. *Strategies of storm timber storage at sawmills in Southern Sweden.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
39. Fransson, M. 2009. Spridning av innovationer av träprodukter i byggvaruhandeln. *Diffusion of innovations – contrasting adopters views with non adopters.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
40. Hassan, Z. 2009. *A Comparison of Three Bioenergy Production Systems Using Lifecycle Assessment.* Department of Forest Products, SLU, Uppsala
41. Larsson, B. 2009. Kundens uppfattade värde av svenska sågverksföretags arbete med CSR. *Customer perceived value of Swedish sawmill firms work with CSR.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
42. Raditya, D. A. 2009. *Case studies of Corporate Social Responsibility (CSR) in forest products companies - and customer's perspectives.* Department of Forest Products, SLU, Uppsala
43. Cano, V. F. 2009. *Determination of Moisture Content in Pine Wood Chips.* Bachelor Thesis. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
44. Arvidsson, N. 2009. Argument för prissättning av skogsfastigheter. *Arguments for pricing of forest estates.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
45. Stjernberg, P. 2009. Det hyggesfria skogsbruket vid Yttringe – vad tycker allmänheten? *Continuous cover forestry in Yttringe – what is the public opinion?* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
46. Carlsson, R. 2009. *Fire impact in the wood quality and a fertilization experiment in Eucalyptus plantations in Guangxi, southern China.* Brandinverkan på vedkvaliteten och tillväxten i ett gödselexperiment i Guangxi, södra Kina. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
47. Jerenius, O. 2010. Kundanalys av tryckpappersförbrukare i Finland. *Customer analysis of paper printers in Finland.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
48. Hansson, P. 2010. Orsaker till skillnaden mellan beräkning och inmätt volym grot. *Reasons for differences between calculated and scaled volumes of tops and branches.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
49. Eriksson, A. 2010. *Carbon Offset Management - Worth considering when investing for reforestation CDM.* Department of Forest Products, SLU, Uppsala
50. Fallgren, G. 2010. På vilka grunder valdes limträleverantören? – En studie om hur Setra bör utveckla sitt framtida erbjudande. *What was the reason for the choice of glulam deliverer? -A studie of proposed future offering of Setra.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
51. Ryno, O. 2010. Investeringskalkyl för förbättrat värdeutbyte av furu vid Krylbo sågverk. *Investment Calculation to Enhance the Value of Pine at Krylbo Sawmill.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
52. Nilsson, J. 2010. Marknadsundersökning av färdigkapade produkter. *Market investigation of pre cut lengths.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
53. Mörner, H. 2010. Kundkrav på biobränsle. *Customer Demands for Bio-fuel.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
54. Sunesdotter, E. 2010. Affärsrelationers påverkan på Kinnarps tillgång på FSC-certifierad råvara. *Business Relations Influence on Kinnarps' Supply of FSC Certified Material.* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala

55. Bengtsson, W. 2010. Skogsfastighetsmarknaden, 2005-2009, i södra Sverige efter stormarna. *The market for private owned forest estates, 2005-2009, in the south of Sweden after the storms*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
56. Hansson, E. 2010. Metoder för att minska kapitalbindningen i Stora Enso Bioenergis terminallager. *Methods to reduce capital tied up in Stora Enso Bioenergy terminal stocks*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
57. Johansson, A. 2010. Skogsallmänningars syn på deras bankrelationer. *The commons view on their bank relations*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
58. Holst, M. 2010. Potential för ökad specialanpassning av trävaror till byggföretag – nya möjligheter för träleverantörer? *Potential for greater customization of the timber to the construction company – new opportunities for wood suppliers?* Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
59. Ranudd, P. 2010. Optimering av råvaruflöden för Setra. *Optimizing Wood Supply for Setra*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
60. Lindell, E. 2010. Rekreation och Natura 2000 – målkonflikter mellan besökare och naturvård i Stendörrens naturreservat. *Recreation in Natura 2000 protected areas – visitor and conservation conflicts*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
61. Coletti Pettersson, S. 2010. Konkurrentanalys för Setragroup AB, Skutskär. *Competitive analysis of Setragroup AB, Skutskär*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
62. Steiner, C. 2010. Kostnader vid investering i flisaggregat och tillverkning av pellets – En komparativ studie. *Expenses on investment in wood chipper and production of pellets – A comparative study*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
63. Bergström, G. 2010. Bygghandelns inköpsstrategi för träprodukter och framtida efterfrågan på produkter och tjänster. *Supply strategy for builders merchants and future demands for products and services*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala
64. Fuente Tomai, P. 2010. *Analysis of the Natura 2000 Networks in Sweden and Spain*. Department of Forest Products, SLU, Uppsala
65. Hamilton, C-F. 2011. Hur kan man öka gallringen hos privata skogsägare? En kvalitativ intervjustudie. *How to increase the thinning at private forest owners? A qualitative questionnaire*. Institutionen för skogens produkter, SLU, Uppsala