



Beslutsprocess vid förvärv av jordbruksmark

– Intervjustudie med affärsrådgivare

Emil Möller & Patric Vernersson



Självständigt arbete • 15 hp

Sveriges lantbruksuniversitet, SLU

Fakulteten för landskapsarkitektur, trädgårds- och växtproduktionsvetenskap

Institutionen för arbetsvetenskap, ekonomi och miljöpsykologi

Lantmästare - kandidatprogram

Alnarp 2020

Beslutsprocess vid förvärv av jordbruksmark

- Intervjustudie med affärsrådgivare

Decision process when acquiring agricultural land

- Interview study with business advisers

Emil Möller & Patric Vernersson

Handledare:	Per Hansson, SLU, Institutionen för arbetsvetenskap, ekonomi och miljöpsykologi
Examinator:	Eva Göransson, SLU, Institutionen för arbetsvetenskap, ekonomi och miljöpsykologi
Omfattning:	15 hp
Nivå och fördjupning:	Grundnivå, G2E
Kurstitel:	Självständigt arbete i Företagsekonomi, G2E – Lantmästare - kandidatprogram
Kurskod:	EX0883
Program/utbildning:	Lantmästare - kandidatprogram
Kursansvarig inst.:	Institutionen för arbetsvetenskap, ekonomi och miljöpsykologi
Utgivningsort:	Alnarp
Utgivningsår:	2020
Omslagsbild:	Emil Möller
Nyckelord:	Strategi, lantbruk, rådgivning, skuldsättning, långsiktiga investeringar, beslut, beslutsprocess

Sveriges lantbruksuniversitet

Fakulteten för landskapsarkitektur, trädgårds- och växtproduktionsvetenskap

Institutionen för arbetsvetenskap, ekonomi och miljöpsykologi

Sammanfattning

Jordbruksmark är en grundförutsättning för lantbruksföretag. De som bedriver djurproduktion behöver spridningsareal och foder. Växtodlingsföretagen behöver öka arealen för att kunna växa. Avståndet till ytterligare areal har stor betydelse om det är intressant eller ej. Det gör att jordbruksmark blir en begränsad resurs i områden med flera aktiva lantbrukare.

Jordbruksmark är en långsiktig investering eftersom ekonomi och produktion kommer påverkas under lång tid framöver. Dock är det endast vid få tillfällen som en fastighet i närheten blir till salu, vilket gör det svårt att planera förvärv i förväg. Hur resonerar lantbrukare när intressanta fastigheter blir till salu och vilka är det som köper?

Litteraturgenomgången berör beslutsprocessen och delarna strategi, personlighet, riskanalys och rådgivarens roll. Även intervjuerna använder samma rubriker för att kunna dra slutsatserna längre fram i arbetet.

Det är sex affärsrådgivare som har intervjuats. De arbetar med ekonomisk rådgivning till lantbrukare samt är insatta i ämnet markförvärv. Personerna arbetar i olika delar av landet och är i varierande åldrar. Semistrukturerade intervjuer har genomförts via telefon. Intervjuerna har sammanfattats under fyra rubriker för att kunna jämföra svaren och dra slutsatser.

Företagarens inställning till risk har konstaterats till den viktigaste faktorn om ett köp genomförs eller ej. Det förutsätter också att företagaren har tillräckligt kapital för att belåningen ska vara rimlig efter köpet. Vanligtvis äger de redan mark som är lågt belånad och kan använda den för att hålla nere den totala belåningsgraden. Kapitalbehovet gör att de flesta köpare är i 50 – 60 års åldern, då expanderar de fortfarande och har varit igång så länge att de är trygga i den befintliga produktionen. Rådgivarna tar fram kalkyler och underlag hur förvärvet kommer påverka företaget samtidigt som de fungerar som ett bollplank. Största risken som respondenterna anger är räntehöjningar.

I princip alla vill köpa grannfastigheten, lantbrukare gillar helt enkelt att äga mark. Markköp kan vara en del i en strategi för ett långsiktigt företagande men kan lika gärna vara ett personligt mål. I de fallen är det viktigare med en strategi för att bygga kapital som kan användas när tillfället dyker upp.

Abstract

Agricultural land is a basic prerequisite for agricultural companies. Those engaged in animal production need the spreading area and feed. Crop farm companies must increase the area in order to explain their production. The distance to additional area is of great importance whether it is interesting or not. This means that agricultural land becomes a limited resource in areas with several active farmers.

Agricultural land is a long-term investment that will effect economy and production function for a long time to come. However, it is only on a few occasions that a property in the vicinity becomes for sale, which makes it difficult to plan acquisitions in advance. How do farmers then reason when interesting properties are for sale and who are the buyers?

The theoretical framework addresses the decision-making process and the parts strategy, personality, risk analysis and the role of the advisor. The interviews uses the same headings to support the conclusions.

Six business advisers have been interviewed. They work with counselling to farmers and are familiar with the subject of land acquisition. The advisers work in different parts of the country and are different in age. Semi-structured interviews have been performed over the phone. The interviews have been summarized under four headings to compare the answers and draw conclusions.

The farmers attitude to risk has been determined as the important factor whether a purchase is made or not. It also assumes that the entrepreneur has sufficient capital for the loan to be reasonable after the purchase. Usually, they own previously low-mortgaged land and can use it to keep down the overall loan-to-value ratio. The need for capital means that most buyers are in the age of 50 - 60, when they are still expanding and have been running for so long that they are secure in their production. The advisors provide calculations and supporting documents on how the acquisition will affect the company while at the same time acting as a discussion partner. The biggest risk for the farmers is a rasie of the interest rate

Almost everyone wants to buy the neighbouring property, farmers simply like to own land. Land purchase can be part of a long-term strategy for the company, but may as well be a personal goal. I've fallen into the importance of a strategy to build capital that can be found when the opportunity arises. In those cases that's more important to build capital to have money when the property gets to sale.

Förord

Lantmästare Kandidatprogrammet är en treårig 180 poängs universitetsutbildning i Alnarp. Den sista delen i utbildningen är ett obligatoriskt arbete som ska genomföras under 10 veckors heltidsstudier och motsvarar 15 (hp) högskolepoäng. Arbetes utformning kan vara ett försök eller en litteratursammanställning som analyseras. Vid arbetets slut ska en skriftlig rapport presenteras samt ett seminarium.

Idén till detta arbete kommer ifrån tidigare kurser som har berört jordbruksmarks höga prisnivå i förhållande till den generella lönsamheten i branschen. Vi ville därför undersöka detta ämne om varför lantbrukare köper jordbruksmark, och huruvida de har strategier kring markköp.

Ett tack till Per Hansson som varit handledare och bidragit kontakter i branschen.

Ett stort tack till de affärsrådgivare som ställt upp på intervju.

Eva Göransson har varit examinator

Alnarp Maj 2020

Emil Möller & Patric Vernersson

Innehållsförteckning

1. Inledning	9
1.1. Bakgrund.....	9
1.2. Problemdiskussion.....	10
1.3. Syfte.....	10
1.4. Avgränsning.....	10
2. Teoretiskt ramverk	11
2.1. Modell.....	11
2.2. Rådgivares roll.....	12
2.3. Strategi.....	12
2.4. Personlighet.....	13
2.5. Riskanalys.....	15
3. Material och metod	17
3.1. Intervjuer och tillvägagång.....	17
3.2. Urval.....	18
3.3. Kritik.....	18
4. Resultat	19
4.1. Rådgivning.....	19
4.2. Strategi.....	19
4.3. Personlighet.....	21
4.4. Riskanalys.....	21
4.5. Citat.....	23
5. Diskussion	24
6. Slutsats	28
6.1. Framtida studier.....	29
7. Referenser	30
8. Bilagor	35
8.1. Bilaga 1 Utskick.....	35

8.2.	Bilaga 2 Frågedokument	36
8.3.	Bilaga 3 Sammanfattning av intervjuer	38
8.3.1.	Respondent A.....	38
8.3.2.	Respondent B.....	39
8.3.3.	Respondent C.....	40
8.3.4.	Respondent D.....	41
8.3.5.	Respondent E.....	43
8.3.6.	Respondent F.....	44

1. Inledning

1.1. Bakgrund

Jordbruksmark är en begränsad resurs som ligger till grund för matproduktionen. Eftersom världens befolkning kommer att öka från dagens 7,8 miljarder till nära 11 miljarder år 2100 kommer det att ställa krav på produktion av mer mat (United Nations 2019). Det går att möta genom produktivitetsökning, mer areal eller minskning av svinn mellan jord och bord (Boije 2016). Globalt sett har arealen varit densamma över tid, viss del har försaltats, blivit öken, bebyggt eller förstörts av vind eller vatten. Samtidigt har det skapats ny jordbruksmark av regnskog och savann. Klimatförändringar med havsnivåhöjningar och ökenspridning kommer minska tillgången på odlingsbar mark i flera länder samtidigt kan Sverige få ett bättre odlingsklimat (Jordbruksverket 2015). Åkermarken i Sverige har under perioden 2010 till 2019 minskat från 2 633 457 hektar till 2 551 499 hektar. En minskning med 81 958 hektar eller 3 % (Jordbruksverket u.å).

Jordbruksmark är en grundförutsättning för lantbruksföretagen. De ökar arealen för att kunna rationalisera och bli effektivare. Hela 96 % av fastighetsförvärven 2019 skedde för utveckling av befintlig verksamhet (Ludvig & Co 2019). Arealen kan ökas genom köp eller arrende. Att 79 % av förvärven sker inom kommunen visar på att närheten till tidigare fastigheter är högst väsentligt och den potentiella marken blir därmed begränsad (Ludvig & Co 2019). Företag som bedriver djurproduktion behöver spridningsareal till gödseln (Miljöhusensyn u.å). Det är en säkerhet att bruka tillräcklig areal även om det går att lösa genom försäljning eller mellangårdsavtal. Vissa gödselslag är svårsålda, särskilt om gödseln är dyr att transportera i förhållande till näringsinnehåll.

Jordbruksmark är en långsiktig investering eftersom ekonomi och produktion kommer påverkas under lång tid framöver. Det är svårt att planera in markförvärv i förväg eftersom tillgången beror på dem som säljer. Det går att anlägga ny jordbruksmark av skog- eller betesmark men det är både dyrt och energikrävande

samt att marken har svårt att avkasta lika bra som befintlig jordbruksmark (Jordbruksverket 2015).

1.2. Problemdiskussion

Åkermarkspriserna har stigit kraftigt de senaste 20 åren samtidigt som lönsamheten är generellt låg (SCB 2019; Hoffman 2016). I Högbergs studie från (2010) framgår det att flertalet lantbrukare har avstått från investering i mark. Riskerna är framförallt räntekostnader som kan vara svåra att förutspå och påverka. Produktionen och avräkningspriserna är också riskfaktorer eftersom kravet på vinst ifrån verksamheten ökar vid högre skuldsättning. Dock finns det de som är villiga att investera eftersom jordbruksmarken fortfarande blir såld. Bulkproduktion med världsmarknadsprissättning kommer att driva storleksrationaliseringen och mark blir därmed en knapp resurs i områden med flera aktiva lantbrukare (Strålsjö 2015).

1.3. Syfte

Syftet med undersökningen är att skapa större förståelse för vad som påverkar besluten hos lantbrukare vid förvärv av jordbruksmark. Samt hur de resonerar kring risker i form av belåningsgrad, ränta och hur de värderar det mot att äga marken.

1.4. Avgränsning

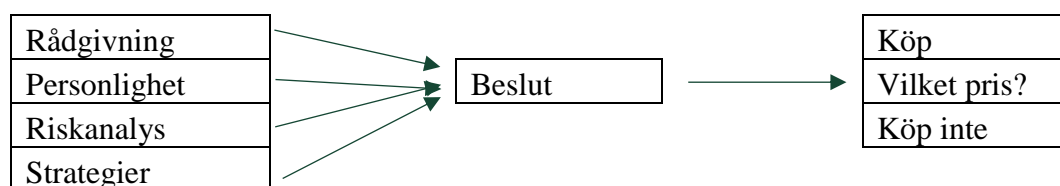
Studien kommer endast innehålla intervjuer med affärsrådgivare inom lantbruksbranschen. Rådgivarna kan ge en bredare bild då de är involverade i fler beslutsprocesser kring markförvärv än enskilda lantbrukare. Det ger även möjlighet att utvärdera rådgivningens roll i besluten.

Fokus kommer ligga på beslutsprocessen inför markförvärv som sker för utveckling av befintligt jordbruk. Studien kommer inte ta hänsyn till hur besluten påverkar företaget på lång sikt. Generationsskiften och liknade ägarbyten kommer ej beröras.

2. Teoretiskt ramverk

2.1. Modell

Modellen i figur 1 visar faktorerna som studien berör. Huvudfrågan är hur lantbrukare kommer fram till beslutet om vilket pris de är villiga att betala för den aktuella fastigheten. De fyra punkter som visas till vänster i figur 1 är de rubriker studien fortsatt kommer använda för att förklara beslutsprocessen. Rådgivning syftar främst till hur affärsrådgivarna påverkar lantbrukarens beslut. Personlighet berör hur företagsledaren agerar instinktivt och vad lantbrukaren har för inställning till exempelvis utveckling och risker. Riskanalys är en samlad bedömning om vad som kan hända i framtiden med exempelvis pris på varor, räntor och personal. Strategier är de långsiktiga planerna för verksamheten. Det bidrar även med ekonomiskt material inför besluten. De fyra punkterna vägs sedan ihop av lantbrukaren till ett beslut om vilket pris som är lämpligt för fastigheten.



Figur 1. Bild över beslutspåverkande faktorer, egen bearbetning.

2.2. Rådgivares roll

Produktionen har länge stått i fokus inom rådgivningen till lantbruket. Då utvecklingen går mot större företag med fler anställda kommer företagsledning och personalfrågor vara viktigare framöver. Likaså affärsutveckling och investeringsrådgivning som markförvärv är faller under detta. För att rådgivningen ska utvecklas krävs det en efterfrågan från lantbruket. Det finns företagare som använder rådgivning regelbundet medan vissa känner att de har tillräckliga kunskaper själva. Det finns även företagare som har svårt att erkänna när de behöver ta hjälp (Norr 2019).

De lantbrukare som tar hjälp av rådgivare önskar att få hjälp med problem som inte är lättbesvarade genom erfarenhetsbyte eller en lösning tillsammans. För att få svar på dessa praktiska och konkreta problem som ofta innebär stor specialisering inom ett visst område ökar även detta kraven på dagens rådgivning. Lantbrukarna ser också gärna att rådgivarna ska öka medvetenheten hos företagarna i just den produktionen de sysslar med. (Höckert & Ljung 2003).

Rådgivning är en tjänst som bygger på att kunden är aktiv och mottaglig för information. Samspelet mellan kunden och rådgivaren är en förutsättning för ett lyckat resultat (Gradén 2009). För att rådgivningen ska bli lyckad krävs att rådgivaren vet mycket om både företaget och individen, givetvis tar detta tid att lära känna och bygga förtroende både från lantbrukarens sida och att rådgivaren ska lära känna företaget och personen som driver detta. De mest framgångsrika rådgivarna är även väldigt tillmötesgående och duktiga på att kommunicera med lantbrukarna (Höckert & Ljung 2003). Rådgivarens roll för lantbrukaren är ett bollplank för att bolla idéer och samtidigt en trygghet för att växla idéer med någon utomstående. Det är inte rådgivaren som fattar besluten utan lantbrukaren måste göra det (Lindblom & Lundström 2014). Det finns även informella rådgivare runt lantbrukarna. Familj, vänner och andra lantbrukare som agerar bollplank för idéer påverkar beslutet i större utsträckning än de formella rådgivarna (Bergeå m. fl. 2011).

2.3. Strategi

Vad är en strategi?

Ordet strategi härstammar från grekiska och betyder *krigsföring i stort* eller *generalkonst* (von Clausewitz 1834). Begreppet introducerades i företagsvärlden för cirka 50 år sedan. Innebörden var då att företagets resurser skulle utnyttjas för att nå målen (Bengtsson & Skärvad 2011). En strategi kan beskrivas som en plan

för företagets riktning. Framtagandet av strategin är en process som hela ledningen bör vara delaktig i (Magretta 2012). Eftersom den påverkar beslut om investeringar, nya verksamhetsgrenar, utveckling av befintliga verksamhetsgrenar eller nedskärningar (Axelsson 1982). Företagets strategi behöver uppdateras regelbundet i och med att omvärlden förändras. En omarbetning per år och en kontroll/justering varje kvartal är bra riktlinjer (Magretta 2012).

Hur fattas strategiska beslut

Beslutstagande är den mest återkommande aktiviteten hos chefer och andra personer i beslutsfattande roller. (Strand & Thurn 2005). Beslut grundas på hårda eller mjuka värden. Hårda värden är siffror och beräkningar medan mjuka värden är vad människor tycker och känner. Företagskulturen, egna erfarenheter, sunt förnuft samt lagar och regler påverkar beslutsfattandet. Det är även viktigt att relevant information om företaget och omgivningen används som underlag (Hägglund & Svensson 2008). Strategiska beslut ska matcha företagets resurser mot möjligheter i omgivningen och är viktiga för företaget på sikt och dess välbefinnande (Strand & Thurn 2005). Investeringar ska skapa en framtida inkomst eller vara en kapitalplacering med tillväxt (Allansson & Åkerson 2011). Företag som lyckas med sin strategi har ofta en standardiserad process för stora beslut. Annars är det tillfälligheter som avgör huruvida beslutet blir framgångsrikt eller ej (Strand & Thurn 2005).

2.4. Personlighet

Entreprenörer har energi, är riskbenägna, socialt duktiga och har fokus på detaljer samtidigt som de inte gärna tar hjälp utifrån. De vill lära sig genom egna erfarenheter. Personer som är framåt och riskbenägna har höga krav på sig själva vad gäller självständighet, prestation, dominans och förändring (Caird 1993 se Sjögren & Eriksson 2005). En studie på företag under hundra anställda visar på att företagsledarna tenderar att sätta insamlad information åt sidan eftersom de personliga egenskaperna väger tyngre. Det kan bero på att de vill stärka sin plats i företaget eller dra nytta av sin position (Brouthers, Andriessen & Nicolaes 1998).

Synen på risk

Riskbenägenheten påverkas av situationen samt individens tidigare erfarenheter och uppfostran. Entreprenörer ser potential och möjligheter där andra ser problem och hot. De ser därmed inte sig själva som risktagare. Tänket kring risktagande skiljer företagarna från de som inte är företagsamma (Sjögren & Eriksson 2005). Det går att dela in personer i tre kategorier vad gäller inställningen till risker, riskbenägen (tar gärna risker), riskneutral (tar medelstora risker) och riskavers

(undviker risk). Detta betyder alltså att en person som är riskavers hellre tar en säker inkomst med lågt belopp jämfört med en person som är riskbenägen som vill ta en hög risk för att tjäna mycket pengar men riskerar att förlora på affären. Naturligtvis kan en person flytta sig mellan de olika kategorierna beroende på tillfälle och ämne. Synen på risk påverkas delvis av erfarenhet, utbildning och ålder (Johansson 2013). I Sjögren och Erikssons (2005) studie var lantbrukarna mer villiga att ta risker vid lägre ålder. Lantbrukarna såg även att de hanterade risker bättre efter ett antal års erfarenhet i ryggen. Samtidigt ser de att risktagande kan skapa möjligheter (Sjögren & Eriksson 2005). I en studie från Huirne, Meuwissen & Van Asseldonk (2007) som gjordes på 101 nederländska lantbrukare visar att majoriteten av lantbrukarna är villiga att ta risker i företaget. Ännu större andel anser att de måste ta risker för att bli framgångsrika (Huirne, Meuwissen & Van Asseldonk 2007).

Drivkrafter

Den egna drivkraften eller motivationen är i många fall den viktigaste orsaken till vägval i livet. Det är drivkrafterna som styr människan till utveckling och viljan att skapa goda resultat (Alvesson & Kärreman 2012). Enligt Kirkwood (2009) går det att kategorisera drivkrafterna till dragande och tryckande. De tryckande är driften att komma ifrån något dåligt, exempelvis ohållbara arbetsförhållande eller låg lön/lönsamhet, som därmed trycker personen till att vidta åtgärder. Dragande krafter är däremot när möjligheter lockar personen framåt till exempel utmanande och utvecklande arbete, självständighet, hopp om högre vinster och självförverkligande. Det går även att koppla till Maslows behovspyramid som visar på att de grundläggande behoven måste vara uppfyllda för att de högre nivåerna ska vara intressanta (Maslow's Hierarchy of Needs – Research History). Om det finns ohållbara arbetsförhållande som påverkar familjesituationen negativt kan detta göra att personen riskerar att gå ner ett steg i pyramiden och därmed blir det en tryckande drivkraft att göra något åt situationen. Känner personen istället att det är stabilt på en nivå och det finns ork över kommer personen att leta efter möjligheter att klättra för att nå toppen och skapa självförverkligande.



Figur 2. Maslows behovspyramid (A. H. Maslow 1943), egen bearbetning.

Lantbruksföretagarnas drivkrafter är självbestämmande samt utmaningen och stimulansen det innebär att jobba nära naturen. Det ekonomiska resultatet anses vara olika viktigt beroende på vilket stadie företagaren befinner sig i. De företag som är i uppbyggnadsfasen och med högre belåning har större krav på vinst i och med att belåningen skapar en osäkerhet för ekonomin i framtiden. Medan företagare som är i nedtrappningsfas prioriterar hälsa och familj högre, eftersom de kan göra det utan att riskera den personliga ekonomin. (Holmgren 2017).

2.5. Riskanalys

I lantbruket finns det flertalet risker som företagarna bör beakta inför större investeringar i exempelvis jordbruksmark. Stigande räntor är en stor riskfaktor vid hög belåning (Johansson 2013). Vädret är relativt stabilt i Sverige men påverkar lantbruksföretagen i stor utsträckning och bör alltid tas med som en riskfaktor (Persson 2015). Både volym och kvalité påverkas i växtodlingen som i sin tur förser animalieproduktionen med foder. Har fodret fel kvalité påverkas produktionen negativt och finns det för liten volym går priserna upp (Johansson 2013). I lantbruksbarometern från Ludvig & Co, Swedbank och Sparbankerna (2020) uppger 37 % av lantbrukarna att de har vidtagit åtgärder för att kompensera för klimatförändringarna genom att investera i dränering och bevattning. Med tåligare grödor och större lager av foder till djuren kommer animalieföretagen stå sig bättre

inför svängningar i vädret (Ludvig & Co, Swedbank och Sparbankerna 2020). Variationen i pris på insatsvaror och slutprodukter är svårt att förutspå eftersom det rör sig snabbt på världsmarknaden (Johansson 2013). För att minska dessa risker och svängningar på marknaden finns vissa verktyg att tillämpa som att skapa avtal med leverantörer eller prissäkra produkterna (Huirne, Meuwissen & Van Asseldonk 2007). Lantbrukare kan minska den totala risken genom att vara påverkade av flera olika riskfaktorer som inte försämrar förutsättningarna samtidigt. Vissa risker kan till och med vara korrelerade med varandra så de jämnar ut resultatet (Kimura, Antón & LeThi 2010).

Sjukdom hos företagsledaren är en riskfaktor framförallt i mindre företag (Johansson 2013). Även död och skilsmässa av någon av parterna som driver eller äger gården ihop kan ställa till det rejält och skapa stora förluster som gör att kostnaderna skenar iväg (Huirne, Meuwissen & Van Asseldonk 2007). De företag som är beroende av anställda bör också reflektera över vad personalbrist innebär. Nedtrappning och eventuellt överlämnande av företaget bör också beaktas inför investeringar. Lagar och regler är ett ständigt återkommande problem inom lantbruket. Dock ser inte lantbrukarna det som ett avgörande problem (Johansson 2013).

3. Material och metod

3.1. Intervjuer och tillvägagång

Intervjuerna har genomförts via telefon eftersom det i skrivande stund är restriktioner kring fysiska möten och resor på grund av Covid -19 viruset (Krisinformationen 2020). Telefonintervjuer har även underlättat en större geografisk spridning på respondenterna. Respondenterna har kontaktats direkt via mejl med information om projektet samt en fråga om de vill ställa upp, se bilaga 1. Därefter har en tid för intervjun bokats. Åtta personer har blivit tillfrågade varav sex har intervjuats.

Semistrukturerade intervjuer har använts för att samla information från affärsrådgivarna, frågorna till intervjuerna finns i bilaga 2. Semistrukturerade intervjuer innebär att förutbestämda frågor ställs i ordning för att skapa lika förutsättningar för alla rådgivare. Den som intervjuar har även möjlighet att ställa följdfrågor beroende på svaren vilket gör att samtalet lättare flyter på. Nackdelen med följdfrågor och öppna samtal är att det lättare kan sväva iväg på andra ämnen som är irrelevanta i sammanhanget (Academic Work 2020). Samtalen kommer spelas in om tillåtelse ges av respondenten för att så mycket information som möjligt ska kunna användas till arbetet. Under intervjun har en person fört samtalet med respondenten medan den andre har fört anteckningar. Efter intervjun har en sammanfattning skrivits. Anteckningarna har använts i första hand och ljudinspelningen har tillfört helheten i resonemangen och sammanhang där anteckningarna har varit bristfälliga. Intervjuerna är sammanställda i bilaga 3.

Det teoretiska underlaget i arbetet har tagits fram med hjälp av sökmotorn Google scholar, även vår handledare har bistått med material. Sökord som har används är bland annat strategi, rådgivning lantbruk, skuldsättning, långsiktiga investeringar, beslut, behavior, farm risk management med mera. Kurslitteratur har även bistått med värdefull information. Litteraturen har använts som grund för att kunna göra relevanta frågeställningar till intervjuerna.

3.2. Urval

Urvalet av respondenter har gjorts med hjälp av kontakter från handledaren. Individerna ska vara eller ha varit affärsrådgivare till lantbrukare under en tid för att de ska vara insatta i ämnet. Vi har strävat efter att ha personer från olika organisationer och företag ifall de förespråkar olika synsätt. Dessutom kan de ha olika typer av lantbrukare som kunder beroende på rådgivningsföretag. Ingen hänsyn har tagits till det geografiska läget eller ålder och kön. Det ansågs ha större betydelse att respondenterna hade tillräcklig erfarenhet. Åldersfördelningen har ändå blivit blandad från cirka 30 år upp till cirka 70 år. Det var två kvinnor och fyra män. Erfarenheten hos affärsrådgivarna är varierande med allt från 5 år upp till 40 år. De arbetar på olika sätt med kunderna, några har cirka 10 stora kunder och är därmed väl insatta i företagsledningen. Andra arbetar med specifika uppdrag och har upp emot 100 kunder på årsbasis.

3.3. Kritik

Eftersom inga lantbrukare har varit med i intervjustudien kan svaren spegla vad rådgivarna själva tycker snarare än vad de egentligen vet om lantbrukarnas tankesätt och agerande. Nackdelen med urvalet av personer är att nästan alla kommer från samma kontakt. Antingen kan det innebära att de har liknade åsikter om de känner till varandra eller har de valts ut för att de har olika synsätt och erfarenheter. Urvalsmetoden försvårar upprepning av undersökningen.

Vid intervjun kan olika följdfrågor ställas vilket kan påverka svaren. Upplägget har därmed sina svagheter då det ska vara samma förutsättningar för respondenterna om det ska gå att dra slutsatser (Patel & Davidson 2019). Några av frågorna riskerar att vara för öppna och svaren kan därmed bli spridda och svåra att jämföra. Intervjuerna har skett via telefon, hade intervjuerna skett med personliga möten hade det varit lättare att se hur respondenterna reagerar via kroppsspråket.

4. Resultat

4.1. Rådgivning

Alla de sex respondenter som har kontaktats och intervjuats i denna studie upplever ständigt återkommande diskussioner med kunder om markförvärv. Fem av sex respondenter upplever att samtal om markförvärv sker dagligen eller mycket ofta, medan en endast upplever det som lite mer till och från. Det är en blandning av lantbrukare som tar upp ämnet om markförvärv uppger affärsrådgivarna. Däremot går det att utläsa vissa mönster ur intervjuerna. Lantbrukarna som kommer till skarpt läge är entreprenörer och ofta är personerna mellan 50 - 60 år. Därmed har de mer kapital i ryggen jämfört med nystartade lantbrukare. En av respondenterna upplevde att lantbrukare som var mer kompetenta och utbildade var mer benägna att bolla idéer och kontrollera om de tänkt rätt.

Respondenterna uppger att de jobbar på olika sätt med kunderna. Två rådgivare arbetar i huvudsak som en del i styrelsen eller som en rådgivare med god koll på företaget och med löpande återkoppling. De är därmed mycket involverade i de strategiska besluten. De förväntas även vara ett kontinuerligt bollplank och i större utsträckning ta ställning, även om det är lantbrukaren som ska ta beslutet. De fyra övriga rådgivarna arbetar mer med individuella fall där lantbrukare vill ha kalkyler inför ett köp. Eftersom de inte har lika mycket information om lantbrukaren lyfter de frågor och funderingar för att hjälpa lantbrukaren att reflektera över konsekvenserna och uttalar sig inte om vad de tycker är lämpligt att göra.

4.2. Strategi

Det framkommer flera anledningar i intervjuerna till varför lantbrukare investerar i mark. Respondenterna upplever att lantbrukarna vill bli större och skapa stordriftsfördelar som ska göra det lättare att tjäna pengar genom att få ner de fasta kostnaderna per hektar. Affärsrådgivarna är tveksamma till det resonemanget och uppger att ibland glöms vissa kostnader bort vid expansion. Andra investerar för att

kunna utöka djurproduktionen som är beroende av foder- och spridningsareal. Flera respondenter nämner att lantbrukare helt enkelt gillar att äga mycket mark, det har blivit en status. ”*En bonde blir inte mätt på mark förrän han har sex fot över sig.*” (Respondent E 2020). Eftersom en fastighet endast kommer ut till försäljning max en gång per generation gäller uttrycket nu eller aldrig om grannfastigheten blir tillsalu. Respondent A nämner att om lantbrukaren har tre barn vill denna person gärna skaffa en gård till varje. Huvuddelen av lantbrukarna tror att marken ska stiga i värde, dock är det inget som ska tas med i beräkningarna inför köpet. Respondenterna har delad syn på om priserna på marken kommer stiga eller ligga kvar, men en värdeminskning är mindre trolig. I dagsläget är det fördelaktigt att köpa mark jämfört med om samma mark skulle arrenderas. Flera fördelar finns som billigare markkostnad just nu då räntorna är så låga att denna kostnad är lägre än arrendet. Ägandet känns som en trygghet då brukandet av marken är säker under lång tid framöver. Det gör dessutom investeringar och utveckling av fastigheten mer motiverat och mindre komplicerat. Exempelvis vid dränering eller uppförandet av bevattningsanläggning, även vid dimensionering av en ny torkanläggning underlättas om de äger en stor del av arealen.

Det är inte nödvändigtvis lantbrukarna med högst produktion som köper, men de är vanligen bättre än medelproducenten. För att kunna expandera måste företaget i grunden göra ett bra resultat, de som väljer att köpa ser affärsmöjligheter och företagets helhet vilket leder till ett bra netto. För att kunna göra dessa investeringar kan det finnas andra verksamhetsgrenar som drar in pengar. Det kan vara bergtäkt, vindkraft, bostäder, skog, djurproduktion alternativt någon specialproduktion. Fler verksamhetsgrenar gör att företaget blir minder känsligt för svängningar på marknaden.

Då personerna och företagen förvärvar mark är de inne i en expansiv fas, företagen har varit verksamma ett antal år och är trygga i sin situation. Samtidigt har de byggt upp kapital, generellt sett är köparna över 50 år. Närheten till huvudfastigheten är högst väsentlig vid köp ”*bjud på allt inom en kilometer*” (Respondent A 2020). Respondent D upplever att det geografiska läget inte spelar så stor roll om enheten som är tillsalu är av tillräcklig storlek och har goda förutsättningar. I vissa fall är det taktiskt att köpa för att inte släppa in någon ny aktör i närområdet som kan konkurrera i framtiden. Stresstest av marknaden säger respondent A är vanligt då lantbrukare lägger bud på mindre intressanta objekt för att senare dra sig ur. Det kan göras för att hålla uppe prisnivån i området eller för att kunna säga till grannen att jag kan släppa den fastigheten om du släpper nästa jag är intresserad av.

Om lantbrukare har någon strategi bakom köpen är lite tvetydligt vid frågan till rådgivarna. Svar från merparten av rådgivarna resulterar i att lantbrukarna har

någon slags strategi runt sina köpa av mark, dock vet inte rådgivarna säkert hur lantbrukarna tänker eftersom de flesta har sina strategier i huvudet. Strategin kan vara att växa och dubbla arealen vart femte år eller bara att bli större men även att köpa åkermark i närheten för att inte släppa in andra på detta strategiska område. Respondenterna som svarade att det inte finns någon strategi grundar det på att lantbrukarna aldrig vet när grannfastigheten blir till salu och kan på så sätt inte ha någon strategi för sina framtida markförvärv. I samband med strategiprat i intervjuerna uppkom andra aspekter som berör just strategi då det är viktigare att ha en strategi för att bygga eget kapital så de har råd att köpa när tillfälle ges.

4.3. Personlighet

Personer som köper mark är ofta över 50 år. Då är det inte speciellt vanligt med utbildning över gymnasienivå. Generellt ser respondenterna ingen skillnad på personlighet, riskbenägenhet och företagssinne beroende på utbildningsnivå. Det finns hela spektret i alla kategorier. Respondenterna uppger att de inte har full koll på utbildningsnivån då det är den aktuella situationen för företaget som ligger i fokus vid diskussioner. Respondent C uppger att det är vanligare med högskoleutbildning i den yngre generationen och nämner även att det underlättar nätverkandet och skapar förtroende hos banken. I vissa fall verkar det snarare vara färre högskoleutbildade som vill köpa mark vilket kan grunda sig i att de analyserar mer och därmed blir mer riskmedvetna än att gå på känslan, resonerar respondent C.

Personligheten och riskbenägenheten har stor betydelse inför köp och hur företaget sköts som helhet. Att vara företagsam och testa nya idéer är en väg mot lönsammare produktion. Dock gäller det att ha viss känsla för affärer för att kunna skapa sig fördelar. Intresse för produktionen, ha mycket energi och att vara förändringsbenägen är personlighetsdrag som nämns. Det är få som lyckas att tjäna pengar genom anställda, en bra ledare kan göra ett riktigt bra resultat. De som köper mark har vanligtvis bra koll på produktionen och ekonomin som helhet men det är ytterst få som har koll på alla detaljer. De måste vilja ta risker för att kunna investera i mark, det har varit hyfsat riskfritt genom tiden eftersom marken hela tiden har gått upp i pris. Flera respondenter nämner att mark lättare går att sälja än exempelvis djurstallar som också är en stor investering.

4.4. Riskanalys

Riskerna som lantbrukarna ser med förvärv av jordbruksmark är främst räntan som kan stiga. Det krävs inte många procentenheter för att räntekostnaden ska

dubbleras. Har de då jämfört räntekostnaden med arrendekostnaden och konstaterat att det är lite billigare att äga i dagens läge, dock är det inte lika troligt att arrendekostnaden ska dubbleras. Efter räntehöjningar upplevs annan finansiell stress som riskfaktor, amortering kan bli ett problem. Sjukdom, missväxt och oärliga kalkyler är andra risker som bör tas upp före en investering enligt rådgivarna. Andelen lantbrukare som vill köpa mark och får ett nej av banken är mellan 30 - 50 %. Lantbrukarna vill gärna att banken ska stå för hela beloppet, utom just pantbrev och lagfart förutsatt att det finns en befintlig gammal fastighet att pantsätta. Några nämner att lantbruket måste ha en ekonomiskt bra produktion för att kunna gå in med en egen insats i köpen tex grönsaksodling. Belåningen som lantbruket klarar är från 0 - 100 % av marknadsvärde, det beror på hur duktiga företagaren är på att tjäna pengar och därmed förmågan att betala räntor. Bankens absolut maximala belåning som nämns är 80 % av marknadsvärde. Det är vanligt att belåningen ligger runt 50 - 55 % efter ett köp, efter denna nivå blir bankens krav på amorteringen betydligt hårdare, högre ränta är också att vänta. Amortering kan vara svårt när det blir höga belopp eftersom räntan är avdragsgill i Sverige men inte amortering på jordbruksmark då den inte skrivs av. Därmed måste pengarna till amortering skattas fram. Vilket gör det gynnsammare att bara betala ränta på lånen. Inställningen till amortering hos lantbrukarna är varierande beroende på hur de är fostrade ekonomiskt. Bankerna har högre krav på amortering nu än tidigare enligt respondenterna. Respondent B hävdar att det finns bättre sätt att använda pengarna på än att betala amortering på bottenlån. Maskiner och inventarier bör amorteras åtminstone i takt med avskrivningarna men det görs inte alltid uppger respondenterna.

4.5. Citat

”En bonde blir inte mätt på mark förrän han har sex fot över sig”

”Bjud på allt inom en kilometer”

”Många har ingen riskmedvetenhet, man bjuder så länge banken är med”

”Dålig mark är inget skit att ha”

”Det finns ingen annan bransch där man går och tröstköper sig en traktor för att det går så jävla dåligt”

”Nyköp av maskin som belöning istället för att se att man kan amortera en halvmiljon”

”Bättre att ge alldeles för mycket för bra mark än för lite för dålig mark”

”Bara 5 - 6 % av befolkningen i världen kan tjäna mer pengar som företagare än som anställd”

”Drivkraften är att ha den senaste tekniken och de största maskinerna, även om det inte är lönsamt. Det är viktigare än semester.”

”Det är många som har börjat litet och har fått kämpa som fan, sen när det börjar snurra när de kommer upp i 40 års åldern så ger det resultat, de är ruskigt duktiga.”

”Upp till lantbrukaren själv om han är beredd att ta den risken”

”Har man en del i verksamheten som går dåligt ska man inte dubbla den i storlek”

5. Diskussion

Om studien

Ämnet som vi berört är väldigt komplext och därför svårt att gå riktigt på djupet då det är väldigt brett och svårt att få grepp om eftersom många delar påverkar lantbrukarens beslutsprocess.

Anledningen till att vi tillämpat semistrukturerade intervjuer tillsammans med en litteraturstudie är för att skapa en bred syn över branschen. I studien har sex affärsrådgivare intervjuats för att få en allmän bild över hur lantbrukare generellt resonerar kring förvärv av jordbruksmark. Det hade varit spännande att kombinera denna studie med att fråga lantbrukarna hur de tänker för att se om bilden är samma från olika vinklar. Intervju med lantbrukare hade kunnat vara problematiskt då studien har ägt rum mitt i vårbruket. Risken hade varit låg svarsfrekvens som resulterar i lägre förtroende för urvalet. Troligtvis vill inte alla lantbrukare dela med sig av tankar och idéer om det ses som affärshemligheter eller om de tycker att det är för personligt. Därmed kan rådgivarna prata mer frispråkigt om lantbrukare generellt eftersom det blir anonymt genom dem. De har även flera kunder som referensgrupp och kan därmed lättare se mönster på vad som är vanligt och ovanligt.

Rådgivning

Det finns olika anledningar till att lantbrukare söker sig till rådgivarna. De kan behöva hjälp med att göra kalkyler då banken vanligen kräver det för att bevilja ett lånelöfte. Gör de kalkylen bara för att de måste kommer inte rådgivningen bidra till ett bättre beslut. Vill de diskutera kommer affärsrådgivarna lyfta frågor för att väcka tankar och resonemang som gör beslutet mer underbyggt. Samtalen är troligen nyttiga för lantbrukaren då någon utifrån får insyn och kan skapa nya tankar. Det är samtalet som skapar värde för lantbrukaren, inte ett råd om köp eller ej (Gradén 2009). Lantbrukaren måste ta besluten själv, även om vissa frågar efter direkta råd om hur de ska göra. Rådgivarna kan aldrig veta allt om personens situation även om de får mycket information. Därför kan familj och vänner påverka beslutet i betydligt större utsträckning (Bergeå m. fl. 2011). Att rådgivarna som deltog i intervjun hade olika inställning till risk märktes tydligt från ”*Jag sa till killen som ringde igår att jag tycker du ska köpa*” (Respondent A 2020) till ”*ska man följa våra råd ska man ju inte köpa mark*” (Respondent E 2020). Rådgivarnas inställning kommer antagligen spegla de frågor och synpunkter som de lyfter i diskussionen med kunden. För att gräva djupare här hade en studie som berör samspelet mellan

rådgivare och kund varit intressant. För att visa på hur mycket kundens beslut påverkas av rådgivarens inställning. Hur kunderna väljer rådgivare hade kunnat fördjupas eftersom det vid intervjuerna nämndes att vissa kan ha svårt för rådgivare som säger emot dem. Men att de som tjänar pengar har ofta flera rådgivare med olika bakgrund och ålder och som ifrågasätter idéerna.

Strategi

Många lantbrukare vill bli större och bruka mer mark. Om det är ett sätt för att bli mer lönsam eller om det snarare är ett personligt mål diskuterade samtliga rådgivare. Lantbrukare gillar helt enkelt att äga mycket mark. Stordriftsfördelar och lägre kostnad för marken nämns ofta som anledning till markförvärv. Dagens ränteläge och den värdeökning som historiskt sett har varit på jordbruksmark gör att investeringen har kunnat användas både som inkomstkälla och sparbössa som Allansson & Åkerson (2011) hävdar bör vara anledning till en investering. Vid utökning nämns ofta att lantbrukare gärna glömmet vissa kostnader som kommer på sikt vid en större produktion, exempelvis större slitage på maskiner, torken blir lite för liten med mera. Skördenivåerna överskattas kanske samtidigt som dåliga år snabbt glöms bort. Det är svårare att göra ett bra beslut om underlaget är felaktigt (Hägglund & Svensson 2008).

Avståndet från huvudfastigheten till objektet är högst visäntligväsentligt. Rådgivarna tar upp att om grannfastigheten är till salu är alla intresserade av att köpa. De som har möjlighet kommer betala mycket för att kunna köpa den. Respondent B hävdar att när grannfastigheten blir till salu tappar lantbrukarna riskmedvetenheten och bjuder så länge banken är med. Det innebär att banken styr slutpriset i stor utsträckning i de fallen. Ligger marken nära huvudfastigheten underlättar det brukandet vid mindre arealer samt att det kan vara psykiskt påfrestande att se någon annan bruka jorden som ligger så nära. Där kommer de mjuka värdena in om vad lantbrukaren känner och tycker som kan spela stor roll vid beslutsfattandet (Hägglund & Svensson 2008). När större brukningsenheter säljs spelar det geografiska läget mindre roll enligt respondent C eftersom brukandet kan ske rationellt ändå. En aspekt med förvärv av mark är att inte släppa in någon ny aktör i området som då kan få fäste och skapa ännu mer konkurrens om marken i området.

Lantbrukarna som köper är ofta i en expansiv fas där de vill öka växtodlingen eller djurantalet. De är ofta över 50 år och äger fastigheter sedan tidigare. Åldern gör att de har varit igång en tid och byggt upp kapital, de är trygga i den produktion de håller på med. Värdeökningen i fastigheter har skapat stort eget kapital för ägarna utan att produktionen nödvändigtvis går med vinst.

Eftersom lantbruk är förhållandevis små och ägarledda företag skrivs sällan strategierna ner. Ofta har de ett strategiskt tänkande i bakgrunden, men det är sällan rådgivarna som jobbar med enstaka affärer får ta del av dem. Det är svårt att veta när fastigheter kommer till salu och därmed svårt att planera in markförvärv i förväg. Det viktigaste som nämns i intervjuerna är att ha en strategi för att bygga upp kapital för att kunna köpa när tillfälle ges. Grunden är helt enkelt ett lönsamt företag. Lönsamheten kan komma från en huvudproduktion men även andra företagsgrenar för att sprida riskerna och få en stabilare ekonomi på sikt när marknaden för olika produkter förändras. Det är även en möjlighet att tjäna pengar i andra branscher för att sedan kunna köpa mark.

Anledningen till att personer gärna köper idag är att det är billigare att äga jämfört med att arrendera samtidigt som det är lättare att utveckla fastigheten framöver med bevattnings eller andra liknande fasta installationer utan att det kan bli problem och tvister. Även brukandet är en trygghet under längre tid om marken ägs jämfört med arrende då maskinkostnaderna kan slås ut på fler hektar under en säker tidsperiod. Dock framkommer det att oftast är det inte de med absolut bäst förutsättningar som köper mark. De som har ett företag som går bra med låg belåning kanske känner sig nöjd med sin livssituation och ser ingen anledning till att öka belåningen. De har mer att förlora om de sätter sig i den risken. Produktionsresultatet bör ändå vara över medel för att kunna betala.

Personlighet

Personerna som köper jordbruksmark är entreprenörer som gärna tar risk samtidigt som de har koll på ekonomin. Dessa personer är företagsamma med sinne för affärer och är inte rädda för att pröva nya innovationer. Personerna vill gärna lära sig själva utan att gärna ta hjälp utifrån (Caird 1993 se Sjögren & Eriksson 2005). Detta motsäger rådgivarna vid intervju och hävdar att de som är smarta nog ber om hjälp för att kontrollera att de tänkt rätt. Vissa som ber om hjälp vill upprätta en kalkyl för banken medan andra mer vill diskutera ärendet och hur det påverkar företaget på sikt.

Alla respondenter har universitetsutbildning. Ändå ser de inte att utbildningsnivån på lantbrukarna förbättrar företagets resultat, snarare tvärt om lästes det mellan raderna i en intervju. De kan inte utläsa något mönster i alla fall då det finns duktiga företagare i alla kategorier. Det nämns dock att nuförtiden behövs det ofta en utbildning över gymnasienivå för att få första lånet vid uppstarten av en verksamhet. Det ger utrymme för fortsatta studier om hur utbildning påverkar företaget, framförallt i uppstartsfasen.

Företagarna som går till rådgivarna har mycket energi och är förändringsbenägna samtidigt som de har koll på omvärlden, produktionen, kalkyler och ledarskap. Utbildning synes inte spela roll i besluten att investera i mark, det var personligheten som spelade störst roll. Möjligen att personer med högre utbildning har en försiktigare inställning då de inte bara går på känsla utan analyserar mer före köp. Likadant de med lägre skuldsättning är försiktigare då de har möjlighet att bli skuldfria i framtiden.

Drivkrafter påverkar många lantbrukare i att vilja bli större och utvecklas då gårdar idag tenderar att hela tiden bli större. ”*Drivkraften är att ha den senaste tekniken och de största maskinerna, även om det inte är lönsamt. Det är viktigare än semester.*” (Respondent B 2020) I och med detta finns en dragande kraft hos lantbrukarna att hela tiden växa kan detta innebära ett steg uppåt i behovspyramiden mot självförverkligande (Maslow’s Hierarchy of Needs – Research History). Det visar på att drivkraften påverkar besluten mer än kalkyler.

Risk

Både i litteraturdelen och intervjudelen nämns riskfaktorer som är lika varandra. Riskerna är bland annat finansiella som räntestigningar och amortering (Johansson 2013). Överskattade kalkyler som visar på bättre resultat än vad som verkligheten visar sig vara efter förvärv och därmed att likviditet saknas när ränta och amortering ska betalas är ett problem som kan uppstå. Sjukdom hos ägaren nämns också som en stor risk. En av respondenterna nämner vädret som en riskfaktor, detta kan även bekräftas av litteraturen då vädret spelar stor roll för ekonomin hos livsmedelsproducerande företag (Persson 2015). Belåningsgraden efter ett förvärv bör ligga på 50 – 55 % av marknadsvärde för att inte ta onödigt stora risker finansiellt och att banken ställer högre krav om belåningen ökar ytterligare. Inställningen till amortering hos lantbrukarna idag är blandad, men att betala tillbaka på lånen är vanligare idag jämfört med förr och är nu ett måste. Inställningen till amortering är olika då detta beror på hur personerna är fostrade ekonomiskt uttrycker respondent C. Jordbruksmarken är inte heller det som är mest prioriterat att amortera på utan det är andra saker som är bättre att betala snabbt.

6. Slutsats

- **Rådgivningens roll** – Rådgivarna har olika inställning till markförvärv och hur mycket de är involverade i beslutsprocessen. Grunden är att rådgivaren lyfter frågor för att visa på nya vinklar av problemet. Lantbrukaren ska ta beslutet eftersom denne får ta konsekvenserna.
- **Strategi** – Lantbrukare vill bli större för att skapa stordriftsfördelar och det kan vara ett personligt mål med mycket mark och stora maskiner. Eftersom det inte går att bestämma när fastigheter ska säljas går företagets strategier ofta ut på att skapa kapital för att kunna köpa när tillfälle ges.
- **Personlighet** – Det utmärkande draget hos dem som köper är viljan att ta risker. De är också ofta företagsamma, har mycket energi, koll på företaget och omvärlden. De som klarar av ledarskapet och tjänar pengar genom anställda har goda förutsättningar.
- **Risikanaly**s – Den största risken är räntan. Eftersom den är så pass låg nu behövs det bara en liten höjning i procentenheter för att den ska dubbleras. Andra faktorer som prissvängningar på produkter och ostabilt väder är lättare att anpassa produktionen till.
- **Vad påverkar beslutet?** – Den personliga inställningen till risk har störst påverkan. Eftersom lantbruk till stor del är ägarledda företag kommer personligheten genomsyra besluten samt företagets strategi. Rådgivningen och risikanalysen skapar underlag för beslut. Eftersom investeringen kommer påverka företagaren under lång tid framöver blir det avgörande vilken risk personen är villig att ta.

6.1. Framtida studier

Hur väljer lantbrukarna vilka rådgivare de ska använda sig av vid stora beslut. Vill de ha en som resonerar på samma sätt för att få bekräftelse eller en som tänker helt annorlunda för att bli utmanad, och hur påverkar det beslutet och resultatet i verksamheten.

Vi kan inte se något samband mellan utbildning och utveckling av företag, det är istället personligheten som styr. Respondenterna visste inte heller vilken utbildningsnivå lantbrukarna hade eftersom det befintliga företaget var i fokus vid diskussion. I en ny studie kunde det gått att undersöka sambandet mellan personlighet, utbildning och strategier samt resultatet i verksamheten.

7. Referenser

Academic Work. (2020). *3 intervjutekniker-vilken väljer du? Academic Work*. Tillgänglig: <https://www.academicwork.se/insights/arbetsgivare/intervjutekniker> [2020-04-28]

Allansson, J. & Åkerson, L. (2011). *Beslutsunderlag gällande fastighetsinvesteringar*. Högskolan i Gävle. Akademin för utbildning och ekonomi. Tillgänglig: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:433228/FULLTEXT01.pdf> [2020-04-28]

Alvesson, M. & Kärreman, D. (2012). Motivation i organisationer: Personalkoncept och drivkrafter. in M. Alvesson & S. Sveningsson (eds), *Organisationer, ledning och processer*. 2. uppl., Studentlitteratur, Lund, ss. 351 - 380.

Alvesson, M. & Sveningsson, S.(red.) (2012). *Organisationer, ledning och processer*. 2.uppl., Lund: Studentlitteratur

Axelsson, R. (1982). Strategiska beslut och strategiskt beslutsfattande. Tillgänglig: http://img.kb.dk/tidsskriftk/pdf/leo/leo_0046-PDF/leo_0046_83383.pdf [2020-04-06]

Bengtsson, L. & Skärvad, P.-H. (2011). *Företagsstrategiska perspektiv*. 4. uppl. Lund: Studentlitteratur

Bergeå H. L., Caselunghe, E., Källström, H. N. & Ljung, M. (2011). Rådgivning om naturvård som affärsidé. Fakta Jordbruk nr 3. Uppsala: SLU. Tillgänglig: <https://www.slu.se/globalassets/ew/ew-centrala/forskn/popvet-dok/faktajordbruk/jo1103.pdf> [2020-04-09]

Boije, R. (2016). *Vad räcker maten till*. [Broschyr] Tillgänglig: <https://www.ksla.se/wp-content/uploads/2015/11/Ronja-Boije.pdf> [2020-04-02]

- Brouthers, K.D., Andeïssen, F. & Nicolaes, I. (1998). Driving blind: Strategic decisionmaking in smal companies. *Long Range Planning*, vol. 31 (1), ss. 130 - 138 Elsevier. Tillgänglig:
<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S002463019700099X?token=D581EECDCC3A7C712693EA1CE41942FA7428174D347EC58A9D062C2F39EFDCA9E8BF2393E6E9AED2507A24FCC05DA7E1> [2020-04-28]
- Gradén, H. (2009). Kommersiell rådgivning i lantbruket. Sveriges Lantbruksuniversitet. Kandidatuppsats Affärsledarskap. Tillgänglig:
https://stud.epsilon.slu.se/689/1/graden_h_091214.pdf [2020-04-09]
- Hoffman, M. (2016). Dålig lönsamhet med unik tillväxt. *Lantbrukets affärer*, 13 maj. Tillgänglig: <http://www.lantbruketsaffarer.se/dalig-lonsamhet-men-unikt-hog-tillvaxt/> [2020-04-02]
- Holmgren, P. (2017). Vad innebär framgång för lantbrukare?. Sveriges Lantbruksuniversitet. Lantmästare kandidatprogram. Tillgänglig:
https://stud.epsilon.slu.se/10647/1/holmgren_p_171016.pdf [2020-04-09]
- Huirne, R., Meuwissen, M., & Van Asseldonk, M. (2007). *Importance of whole-farm risk management in agriculture*. In Handbook of operations research in natural resources. Springer, Boston, MA. Tillgänglig:
<https://sites.uclouvain.be/afepa/wp-content/uploads/2015/08/Risk-Management-at-Whole-Farm-level-Huirne-2007.pdf> [2020-05-14]
- Hägglund, J. & Svensson, E. (2008). *Strategiska beslut: underlag och beslutsprocess*. Luleå tekniska universitet. Institutionen för industriell ekonomi och samhällsvetenskap. Tillgänglig:
<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1017643/FULLTEXT01.pdf> [2020-04-28]
- Högberg, G. (2010). *Lantbrukarens inställning till skuldsättning och val av kreditinstitut*. Uppsala: Sveriges lantbruksuniversitet (SLU). Agronomprogrammet. Institutionen för ekonomi. Examensarbete 30hp. Tillgänglig: https://stud.epsilon.slu.se/1863/1/hogberg_g_100927.pdf [2020-04-06]

- Höckert, J. & Ljung, M. (2003). *Utvärdering av dokumentation vid enskild rådgivning KULM* (Rapport 2003:9). Tillgänglig: http://www2.jordbruksverket.se/webdav/files/SJV/trycksaker/Pdf_rapporter/ra039.pdf [2020-05-13]
- Johansson, S. (2013). *Risk i lantbruket*. Sveriges lantbruksuniversitet (SLU). Agronomprogrammet. Institutionen för ekonomi. Examensarbete 30hp. Tillgänglig: https://stud.epsilon.slu.se/5572/7/johansson_s_130507.pdf [2020-04-28]
- Jordbruksverket. (2015). *Jordbruksmarkens värden*. Tillgänglig: <https://www2.jordbruksverket.se/download/18.352c057214f2288b85cf16be/1439541455348/ovr362.pdf> [2020-04-28]
- Jordbruksverket. (u.å). *Åkerarealens användning efter län/riket och gröda*. Tillgänglig: http://statistik.sjv.se/PXWeb/pxweb/sv/Jordbruksverkets%20statistikdatabas/Jordbruksverkets%20statistikdatabas_Arealer_1%20Riket%201%c3%a4n%20kommun/JO0104B1.px/?rxid=5adf4929-f548-4f27-9bc9-78e127837625 [2020-04-02]
- Kimura, S., Antón J. & LeThi C. (2010), *Farm Level Analysis of Risk and Risk Management Strategies and Policies: Cross Country Analysis*, OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers, No. 26, OECD Publishing, Paris. Tillgänglig: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/5kmd6b5rl5kd-en.pdf?expires=1589205730&id=id&accname=guest&checksum=C7BC7358169D65DF3E0764F2E6FCF964> [2020-05-11]
- Kirkwood, J. (2009). *Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship*. Gender in Management: An International Journal. Tillgänglig: [file:///C:/Users/patri/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Motivation%20factors%20in%20push-pull%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/patri/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Motivation%20factors%20in%20push-pull%20(1).pdf) [2020-04-08]
- Krisinformationen. (2020). *Aktuell och bekräftad information om coronaviruset*. Tillgänglig: <https://www.krisinformation.se/detta-kan-handa/handelser-och-storningar/20192/myndigheterna-om-det-nya-coronaviruset> [2020-04-16]
- Lindblom, J., & Lundström, C. (2014). *Lantbrukares beslutsfattande och lantbruksrådgivning: en förstudie* (Rapport 15). Uppsala: Sveriges Lantbruksuniversitet. Tillgänglig: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:769829/FULLTEXT01.pdf> [2020-05-11]

Ludvig & Co. (2019). *Åkermarksprisrapporten 2019*. Tillgänglig:
<https://kunskap.ludvig.se/hubfs/Rapporter-Ludvig-o-Co/%C3%85kermarkspriser%20hel%C3%A5r%202019/%C3%85kermarksprisrapporten-2019.pdf> [2020-04-21]

Ludvig & Co, Swedbank och Sparbankerna. (2020). *Lantbruksbarometern 2020*. [faktablad] Tillgänglig:
http://www.mynewsdesk.com/se/lrf_konsult/documents/lantbruksbarometern-2020-94612 [2020-04-20]

Miljöhusensyn. (u.å). *Beräkning med schabloner*. Tillgänglig:
<http://www.miljohusesyn.nu/calculation/areafromanimal> [2020-04-02]

Norr, H. (2019). *Analys utifrån kartläggningen av aktörer inom affärsutveckling*. Tillgänglig:
<https://www.landsbygdsnatverket.se/download/18.2a04c0db16de81fe3acc8104/1571747164883/Analys%20utifrån%20kartläggningen%20av%20aktörer%20inom%20affärsutveckling.pdf> [2020-04-28]

Patel, R. & Davidson, B. (2019). *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Femte upplagan Lund: Studentlitteratur

Persson, G. (2015). *Sveriges klimat 1860–2014 Underlag till Dricksvattenutredningen*. [Broschyr]. Norrköping: SMHI. Tillgänglig:
http://www.smhi.se/polopoly_fs/1.89469!/Menu/general/extGroup/attachmentColHold/mainCol1/file/klimatologi_13.pdf [2020-04-28]

SCB. (2019). *Markanvändning i Sverige*. [Broschyr] Tillgänglig:
https://www.scb.se/contentassets/ea00bda68634c1dbdec1bb4f6705557/mi0803_2015a01_br_mi03br1901.pdf [2020-04-02]

Sjögren, F. & Eriksson, N. (2005). *Riskuppfattning och riskbenägenhet hos entreprenörer: En studie av bakomliggande faktorer i entreprenörers personlighet*. Stockholms universitet. School of business. Magisteruppsats
Tillgänglig: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:195864/FULLTEXT01.pdf> [2020-04-28]

Strand, F. & Thurn, J. (2005). *Strategiskt beslutsfattande: är detta en rationell beslutsprocess*. Luleå tekniska universitet. Institutionen för industriell ekonomi och samhällsvetenskap. Tillgänglig: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1032716/FULLTEXT01.pdf> [2020-04-28]

Strålsjö, L. (2015). *Lantbruk och trädgård 2030 – en nationell strategisk forsknings- och innovationsagenda*. [Broschyr] Stockholm: Stiftelsen lantbruksforskning. Tillgänglig: https://static-lantbruksforskning.s3.amazonaws.com/uploads/attachments/stiftelsen_lantbruksforskning_lantbruk_och_tradgard_2030_en_nationell_strategisk_forsknings_och_innovationsagenda.pdf [2020-04-28]

United Nations. (2019). *How certain are the United Nations global population projections*. Tillgänglig: https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/popfacts/PopFacts_2019-6.pdf [2020-04-02]

von Clausewitz, C. (1834). *Vom Kriege*

8. Bilagor

8.1. Bilaga 1 Utskick

Hej

Vi är två lantmästarstudenter på Alnarp som är inne på sluttampen nu på tredje året med inriktningen ekonomi och för stunden jobbar vi på vårt examensarbete som är den sista kursen i utbildningen. I examensarbete har vi valt att fokusera på "***vad lantbrukare har för strategi kring markköp***" och ska undersöka detta närmare. För att göra detta har vi tänkt prata med några affärsrådgivare för att se vad lantbrukare överlag har för tankar och idéer kring markköp eftersom affärsrådgivare har kontakt med många lantbrukare och får en bra helhetssyn över branschen. Därför skulle vi vilja prata med just dig om detta.

Bakgrunden till denna idé är att många lantbrukare pratar om att jordbruksmarken är så dyr, men ändå blir marken såld. Därför ville vi undersöka detta fenomen lite mer grundligt.

Deltagandet i intervjun är helt anonym för dig så vi kommer inte använda namn eller liknande i vår rapport. Vi har med frågor kring namn och företag som du jobbar på, men det är bara för vi ska kunna organisera arbetet.

Intervjun kommer i första hand ske via telefon, hör av dig om du är intresserad att medverka, så bestämmer vi en tid då vi kan prata vidare fram till den 1/5.

Med vänlig hälsning
Emil Möller
Patric Vernersson

8.2. Bilaga 2 Frågedokument

Affärsrådgivaren (respondent)

Namn	
Ålder	
Datum	
Företag	
Inriktning	
Bakgrund/ tidigare jobb	
Antal år i branschen	
Hur många kunder har du ca?	

Rådgivning

Hur vanligt är det att kunder diskuterar markköp med dig?	
Är det någon speciell kategori som diskuterar markköp mer med dig?	
Är du som rådgivare mycket involverad i beslutsprocessen?	
Lyssnar företagaren på dig som rådgivare och följer råden?	

Strategi

Främsta anledning till markköp?	
Tänker kunderna att marken ska stiga i värde?	
Köper för att utöka eller säkra upp andelen ägt jämfört med arrende?	
Hur skulle du bedöma produktionsresultatet på de som köper mark?	
Flera företagsgrenar?	
De som köper vad är de i för fas?	
Hur stor betydelse har det geografiska läget?	
Köper de allt som kommer ut till försäljning?	
Har lantbrukarna någon strategi eller det blir som det blir?	

Personlighet (de som köper mark)

Företagsamma?	
Innovativa? (Nya idéer)	
Utbildade? Högskola, gymnasier etc. %	
Hur ställer de sig till risk?	
Hel/deltid? %	
Har företagen bra koll på produktionen?	
Har företagaren bra koll på ekonomin?	

Risikanalyt

Främsta risken?	
Får kunderna nej av banken? Andel	
Egen insats/självfinansiering?	
Belåning %?	
Vad har de för inställning till amortering?	

8.3. Bilaga 3 Sammanfattning av intervjuer

8.3.1. Respondent A

Rådgivning

Eftersom i princip alla som verkar på landsbygden är intresserade av att köpa mark är det vanligt att kunder diskuterar markköp med respondenten. Dagligen diskuterar respondenten markköp samt hur befintliga fastigheter ska utvecklas. Rådgivaren anser sig ha stor betydelse i beslutsprocessen eftersom det är stora värden behöver lantbrukare bolla idéer med någon utifrån. Därmed tar lantbrukaren in stor del av råden.

Strategi

Respondenten uppger att det finns flera anledningar till att personer köper mark. Det nämns tre anledningar, har de flera barn men bara en gård vill de skaffa en gård till varje. Passivt ägande är ett alternativ och investeringen ses mer som en kapitalplacering som kan ge utdelning i form av arrendeintäkter och värdeökning. Respondenten nämner också att värdeökning har varit stabil och att det har utnyttjats, då det finns exempel på de som köpt mark som inte är optimal för företaget som sedan har såldts när ett bättre objekt har kommit till försäljning. Respondenten anser att det inte är det direkta produktionsresultatet i företaget som är den avgörande faktorn om de kan köpa mark eller ej. Det är de som ser affärsmöjligheterna och helheten i företaget och lyckas genomföra åtgärder som leder till stort netto. Exempel som ges är att analysera om vilken produktion som är mest lönsam nu med givna förutsättningar. Eller att se möjligheter i bergtäkter, vindkraft, utveckling av bostäder för att skapa ett högre värde vid försäljning. Avståndet till fastigheten som är till salu är högst väsentligt, ”bjud på allt inom en kilometer!” sen kan det trappas ner ju längre ifrån det är. Dock är det vanligt att stresstesta marknaden och lägga bud även om det inte är speciellt intressant att slutföra köpet.

Om lantbrukare har en strategi eller inte är svårt att avgöra. Respondenten säger att det finns de med framtidsplaner på att dubbla arealen vart femte år, men det är svårt att styra. Det som berördes mer är vikten av en stor plånbok för att kunna slutföra köpet och det gör att även företag i nedtrappningsfas köper mark fast de inte behöver den. Vill de köpa mark är det viktigaste att de har en strategi för att skapa kapital så att de har råd att köpa.

Personlighet

Respondenten anser att de som köper mark är företagsamma och innovativa men att det viktigaste är att de har sinne för att tjäna pengar. Att de har energi och är förändringsbenägna har betydligt större inverkan än utbildningsnivån. De är duktiga på det de gör och tar hjälp för att utvecklas. De är riskmedvetna och vill ha en plan B och en utväg. Mark är lättare att få tillbaka pengarna vid försäljning än exempelvis ett kostall.

Risikanalyt

De risker som nämns är sjukdom hos företagaren, missväxt på grund av väder flera år i rad samt en ökad finansiell risk vid högre belåning. Bankerna accepterar generellt en belåningsgrad på 70 % men ser gärna att det är under 50 %. Kraven på kapital och resultat från verksamheten gör att ca 50 % får nej av banken inför ett köp. Amortering är ett måste.

8.3.2. Respondent B

Rådgivning

Respondent B upplever en ständigt återkommande diskussion om markköp med kunderna. Dessa personer är i regel riktiga entreprenörer som innehar diverse olika produktioner på gårdarna, i regel är dessa gårdar stora och innehar därför gårdsråd med både familjemedlemmar och utomstående personer involverade. I beslutsprocessen är inte respondenten involverad när företagaren ska ta beslut, utan kommer istället med underlag och riskbedömning till kunden.

Strategi

Anledningen som respondenten ser att lantbrukare investerar i jordbruksmark är för att bli större, rationellare samt att djurproducenter ska kunna expandera. En annan aspekt är att köpa nu eller aldrig då grannfastigheten inte blir tillsalu så ofta samtidigt som lantbrukarna tänker att marken stiger i värde. Respondenten upplever olika skillnader beroende på lokalisering om hur glada personerna är att köpa mark jämfört med att arrendera den. Ett arrende kan vara vägen för att få köpa marken i framtiden och för att få kontakt med ägaren samtidigt som det är billigare att köpa än att arrendera marken i dagens läge. Företaget måste i botten vara bra för att kunna expandera. De som köper är dessutom i en expansiv fas och vill utvecklas. En del av företagen har flera grenar att tjäna pengar på och sprida riskerna över samtidigt är de duktiga på dessa. Respondenten upplever att lantbrukarna inte har någon strategi vid köp av mark då de aldrig vet när granngården blir tillsalu och i vissa områden köper de upp allt.

Personlighet

Respondenten ser att personerna som köper mark är aktiva och lite heta på gröten. Vid en fråga om utbildning fick vi svaret att det är nödvändigt för att kunna nätverka och att det blir lättare att låna pengar så det är absolut en fördel med högskoleutbildning. Personerna som investerar i mark gillar även att ta risk samtidigt har de koll på ekonomin med framtidsmål.

Risikanalyt

Främsta risken som respondenten utläst ur lantbrukarna är att de ser räntan som den klart största risken ifall den skulle stiga, skulle det gå åt skogen går det alltid att sälja marken igen då det är svårare att sälja ett kostall som är nybyggt och tappat i värde direkt. Respondenten själv tycker att ägandet i stora företag skulle delas upp mer och att dessa företag ej ska vara i enskild firma då detta är för stor personlig risk om det går dåligt. I området generellt sett accepteras en belåningsgrad på 60 % av markens värde. Samtidigt är belåningen spridd hos lantbrukarna men banken tycker att 80 % är max. Vad gällande amortering är jordbruksmarken inte det som är mest prioriterat att betala av utan det är istället andra saker som ska amorteras snabbt.

8.3.3. Respondent C

Rådgivning

Markförvärv diskuteras lite till och från, vanligare med arrende. Det är svårt att säga vilka kunder som diskuterar mer än andra men det är vanligt att kompetenta och utbildade lantbrukare kommer för att bolla idéer och kontrollera att de tänkt rätt. Inför beslutsprocessen görs vanligen en avkastningskalkyl för att ha som underlag för diskussion till finansiering och framtida lönsamhet. Rådgivningen är ett sätt att diskutera olika scenarion och resulterar inte i ett råd för eller emot ett köp. Beslutet ligger hos den enskilda lantbrukaren eftersom rådgivarna aldrig kan se helheten med den privata ekonomin och familjesituation.

Strategi

Det finns idéer om att bara företaget är stort finns det uthållighet och ökad lönsamhet. Det tycker dock inte respondenten stämmer helt, utan anser att det snarare kan handla om en statussymbol att äga mycket mark. Att företagen vill bli större driver markpriserna. Fördelen med ägd mark framför arrende är att lantbrukaren garanterat kommer kunna bruka marken lång tid framöver, så länge de reder ut lånen. Produktionsresultatet är inte avgörande om lantbrukare köper mark eller ej. Vanligtvis är produktionen specialiserad, dock har det blivit lite vanligare på senare att växtodlingsgårdar kompletterar med djurproduktion för att skapa arbete året runt och öka omsättningen utan att behöva utöka arealen.

Vanligtvis sker markförvärv i närheten av huvudfastigheten och många affärer märks inte av då lantbrukaren har arrenderat marken tidigare och nu fått köpa den. Respondenten hoppas att lantbrukare har en strategi kring markköp men den är mycket sällan nedskrivna. Dock kanske den oftare går ut på att bli större utan att reflektera över vad det innebär ekonomiskt för företaget.

Personlighet

Utbildningen spelar inte så stor roll men de som har högre utbildning tenderar till att bli mer försiktiga kanske för att de analyserar mer än att gå på känslan. Även de med lägre skuldsättning är generellt försiktigare, antingen för att de har mer att förlora än de som är högt belånade eller att de fortfarande känner att de hellre vill bli skuldfria. De som har mycket skuld vet att de inte kommer bli skuldfria inom en överskådlig framtid. Det blir också så stora belopp att känslan för pengar försvinner.

Personligheten spelar roll för företaget på lång sikt då det märks i vilka investeringar som prioriteras. Generellt är det för dyra maskiner i företagen och det finns de som använder maskinköp för att belöna sig själva istället för att amortera när det går bra.

Risikanalyser

Beräkningarna inför förvärv är inte alltid riktigt ärliga, man räknar för att få fram tillräcklig betalningsförmåga utan att analysera över hur det påverkar företaget på sikt. Det är oftast att befintliga maskiner och exempelvis torkanläggningar uppges vara tillräckliga och det kanske fungerar några år men slitaget blir större och vid nästa investering krävs mer kapital än vad som hade beräknats.

Belåningsgraden beror mycket på hur stor andel av marken som är ägd förhållande till arrende. Gårdar med mycket arrende har ofta högre belåning i förhållande till fastighetens värde. Inställningen till amortering är varierande och beror nog till stor del på hur lantbrukarna är fostrade in i ekonomin.

8.3.4. Respondent D

Rådgivning

Respondenten uppger att diskussioner om markköp är väldigt vanligt med kunderna både djupa diskussioner och grunda samtal. Ofta kommer kunderna från banken som efterfrågar kalkyler och vill ha hjälp med detta. De som diskuterar dessa köp är främst äldre personer då de har mer pengar än nystartade företagare plus att det är stora belopp som köpen ofta är. I rådgivningsrollen vill respondenten inte ta några beslut åt kunden utan räknar istället ut normalförutsättningar, ränta före och

efter köpet av marken och vad som maximalt kan belasta kalkylen och vad företaget klarar av.

Strategi

Främsta anledningen som respondent D ser att lantbrukare investerar i mer mark är för att bli större, investera för framtida generation och sista anledningen är nu eller aldrig. Angående om lantbrukarna tänker att marken ska stiga i värde ska detta inte tas med i kalkyleringen men absolut inte räkna med att den kommer att sjunka. I valet mellan köpa och arrendera är det billigare att köpa jämfört med att arrendera samtidigt som det är lättare att utveckla fastigheten vid ägande om torkanläggning och bevattning ska uppföras. Av de som köper mark är de dem lantbrukare som är duktiga på att producera och ligger på övre halvan av skalan, men det är inte alltid den som är bäst som köper. Företagen som investerar är i en expansiv fas men som samtidigt är trygga i sin verksamhet. Betydelsen av geografiskt läge upplever respondenten inte spelar någon större roll om enheterna är stora med goda förutsättningar. Vid frågan om lantbrukarna köper allt de kommer över till respondenten så blev svaret att de måste återhämta sig lite mellan köpen och små enheter är inte lika intressant så det är inte säkert de köper då. Strategin som lantbrukarna har vid markköp är att växa för att följa med utvecklingen.

Personlighet

Personerna som investerar i mark är helt klart företagsamma med nya innovationer och prövar lite nytt hela tiden samtidigt som de trimmar produktionen hela tiden. Då de som köper ofta är äldre har de ofta bara gymnasieutbildning. Som de ställer sig till risk är de riskbenägna annars kan de inte köpa. Personerna som driver dessa framgångsrika företag har koll på verksamheten både vad gäller produktion och ekonomi men inte stenkoll på detaljnivå.

Risikanalyt

Största risken som respondenten upplever att lantbrukarna känner att räntan är den största risken efter det kommer skatteproblem vid hög amortering. Risken som finns vid köp av mark är att få ett nej av banken och respondenten upplever att ca 30 % får inget lån. Beträffande egen insats till köpet vill lantbrukarna gärna att banken ska stå för allt utom pantbrevs kostnaden och lagfarten, för att göra detta sätter de en befintlig fastighet i pant. Belåningsprocenten blir vid ett tillköp av en granngård 50–55 % och skulle dessa siffror bli högre ställs hårdare krav från banken med amortering. Att amortera idag är betydligt vanligare nu jämfört med förr i tiden.

8.3.5. Respondent E

Rådgivning

Respondenten uppger att de ofta pratar markförvärv och arrenden med kunderna, dock är det inte speciellt ofta det är skarpt läge. Rådgivningen består oftast av att skapa underlag för lantbrukare så de kan ta mer underbyggda beslut. Samt att skapa kalkylunderlag för att visa upp till bankerna för att kunna lånefinansiera köpen. Kalkylerna bygger ofta på att räkna ut vad avkastningen (räntan) blir på det investerade kapitalet. I vissa fall räknar de på marginaleffekten av det ytterligare marken, samt att det finns kollegor som räknar på vad marken behöver vara värd om 10 år med nuvarande avkastningsnivå och ränteläge.

Strategi

Drivkraften till att utöka markinnehavet grundar sig mycket i att lantbrukare vill bli större, de gillar att bruka mycket mark. ” En bonde blir inte mätt på mark förrän han har sex fot över sig.” Mark är också intressant som kapitalplacering mycket eftersom det är en resurs som lantbrukare känner till och som har haft en stor värdestegring över tid. Respondenten är skeptisk till att marken kommer bli dyrare, eftersom ränta och EU- stöd har varit de viktigaste faktorerna som har drivit upp priserna. Lantbrukarna behöver tro på en prisökning om det ska vara intressant att köpa mark eftersom direktavkastningen på totalt kapital är så pass lågt. Dock är det för närvarande billigare att äga än att arrendera i alla fall om arrende jämförs mot dagens ränta på bottenlån.

Produktionsresultatet är ingen avgörande faktor vid markförvärv, då värdeökningen har skapat utrymme i balansräkningen och möjliggjort nya förvärv. Därmed är köparna ofta i 50 – 70 år åldern och har ägt fastigheter under en längre tid. Det är inte ovanligt att de köper upp mark och expanderar för att skapa förutsättningar för nästa generation. Närheten till huvudfastigheten har stor betydelse för intresset av att köpa marken. En teori kan vara att betala mycket för att inte släppa in andra lantbrukare i området då de kommer vara ännu mer angelägna vid nästa tillfälle för att bruka mer mark i samlad struktur. Det kan vara svårt att uppskatta hur mycket marken kan avkasta ifall lantbrukaren inte har brukat den tidigare. Det kan leda till att sämre mark blir övervärderad om det finns bra mark i närheten. Det kan bero på exempelvis jordartsförändringar som inte noteras i tillräcklig utsträckning vid värdering.

Personlighet

Yngre personer anses överlag vara mer företagsamma och jobbar mer med marken de redan har för att skapa bättre resultat där istället för att utöka arealen. Det viktigaste för att skapa ett lönsamt företag är att det finns intresse. Utbildning har

inget med det att göra. Prisstegringen på mark har gynnat dem som är benägna att ta stora risker. Med det i bagaget känner många att det är en låg risk att investera i mark. Frågan är om det kommer vara det i framtiden och om lantbrukare förstår riskerna vid köp för att kunna ta ställning till det.

Risikanalyt

Främsta risken ses som räntan. Eftersom den är så låg behövs det inte stor höjning i procentenheter mätt för att det ska innebära en fördubbling eller tredubbling, vilket kan resultera i stora summor. Bankerna pratar mycket kassaflöde, men det är fortfarande panten som är det viktiga vid uppläggning av lån. Belåningsgraden bör vara under 50 % av marknadsvärde, och det är inte ovanligt att det ligger mellan 20 – 55 %. Sveriges skattesystem gynnar lån eftersom räntorna är avdragsgilla och inte amorteringar då mark inte skrivs av. Därmed går det inte ha för hög amorteringstakt. Vid hög skuldsättning kan det vara bra att amortera för att ha mer marginal om markpriserna skulle sjunka men vid låg skuldsättning finns det bättre sätt att använda pengarna på.

8.3.6. Respondent F

Rådgivning

Respondenten anger att det är väldigt vanligt att diskutera markförvärv med kunder. Antingen för att diskutera ett aktuellt fall eller för att planera inför framtida markförvärv och hur de ska förbereda sig på det. De expansiva produktionslantbrukarna är de vanligaste kunderna som diskuterar investeringar i mark. Respondenten ser sin roll i beslutsprocessen som den som lyfter frågor som lantbrukaren inte har tänkt på. Det blir ett sätt att bolla idéer och få nya synvinklar kring investeringen snarare än ett råd till köp eller ej.

Strategi

Lantbrukare är intresserade av att köpa mer mark för att uppnå stordriftsfördelar och därmed få ner de fasta kostnaderna per hektar. Det ska leda till bättre lönsamhet. Djurbönder investerar i mark för att säkra tillgången på foder och spridningsareal. Vissa ser det även som kapitalförvaltning, dock brukar inte värdet förändring av fastigheten ingå i kalkyleringen inför köp. Dränering, uppgödsling etcetera känns ofta mer motiverat vid ägd mark än vid arrende, då det kan bli tjafs om hur det ska värderas.

Produktionsresultatet är generellt sett bra i Sverige och skillnader mellan olika lantbrukare är inte avgörande om de köper mark eller ej. Lönsamheten speglar sig mer hur duktig lantbrukaren är på att ta rätt beslut. Företag med fler grenar exempelvis skog och hyresfastigheter har lättare för att hantera svängningar på

marknaden. En vanlig ålder på köpare är 55 - 60 år, då har de varit verksamma ett antal år och har byggt upp ett kapital samtidigt som de fortfarande är expansiva. Det finns vanligen en strategisk tanke bakom förvärven, dock upplever respondenten att arrenden i större utsträckning tenderar att bli för dyra. Ofta läggs bud på alla fastigheter i området, men vid mindre intressanta objekt läggs lägre bud.

Personlighet

De personer som köper i större utsträckning har ofta strategier, kalkyler, är mer om och kring sig, har mycket energi och god uppföljning. Företagaren har även bra koll på produktionen, omvärlden, är duktig på ledarskap samt har målsättningar för framtiden. De måste även kunna acceptera viss risk. Dessa egenskaper är personlighetsdrag och är inte kopplat till utbildningsnivå.

Risikanaly

Främsta risken är att lönsamheten i produktionen blir sämre än vad kalkylerna visar och att det inte finns likviditet när ränta och amortering ska betalas. Inställningen till amortering är blandad hos lantbrukarna, de betalar det som krävs av banken. Vissa ser det som ett långsiktigt sparande och är då benägna att amortera mer. På grund av skattesystemet är det svårt med hög amortering på jordbruksmark.