



LUNDS UNIVERSITET
Campus Helsingborg

Institutionen för service management
och tjänstvetenskap

Examensarbete för kandidatexamen

Den ovärderliga hållbarheten

- en studie av social och miljömässig
hållbarhet i transportbranschen

Daniel Berglund

Jonas Larsson

Gruppenr: 17

Handledare:
Christer Eldh

Uppsats
VT 2015

Förord

Tänka sig att vägtransporter och Bourdieu går hand i hand...

Under arbetets gång har vi fått en bra inblick i den tuffa situation som Sveriges åkerinäring befinner sig i. Många åkerier och branschfolk som vi har träffat och pratat med under våren har gladeligen ställt upp och försett oss med information, det märks att många är frustrerade över deras situation där dem vill arbeta för hållbarhet men inte kan pga. allt för tuffa förutsättningar. Konsensus verkar vara att en avreglerad europeisk transportmarknad inte riktigt har fått den effekten som var tänkt, åtminstone inte för våra svenska åkerier. Vår förhoppning är att detta arbete, om än i mindre skala, kan bidra till en mer hållbar transportbransch.

Vi vill därmed passa på att tacka alla de personer som på ett eller annat sätt bidragit till att vi har kunnat skriva detta examensarbete. Vi vill speciellt tacka alla informanter som har ställt upp på våra intervjuer och som har bidragit med sin kunskap. Vi vill även tacka vår handledare Christer Eldh som med sin vägledning har utmanat oss, sporrat oss och framförallt hjälpt oss när det såg som mörkast ut.

Ett stort tack riktas även till Henrik Sternberg som med sin expertis gjort detta arbete möjligt.

Till sist vill vi tacka våra respektive som har stöttat oss under skrivandet.

Arbetet kring detta examensarbete har till lika stora delar utförts av båda författarna.

Helsingborg 27 maj.

Daniel Berglund och Jonas Larsson

Sammanfattning

Med ett ökat fokus från allmänheten och med större utrymme i forskningen har hållbarhet blivit ett måste för många företag. Trots detta stöter transportbranschen på stora svårigheter pga. svåra konkurrensförhållanden från en avreglerad marknad och ökade transportvolymerna som följd av en globaliserad värld. Även om mycket forskning har gjorts inom hållbarhet och logistik saknas fortfarande forskning som knyter samman social och miljömässig hållbarhet, speciellt med fokus på transportbranschen. Denna uppsats syftar därmed att undersöka om ett eventuellt samband mellan social och miljömässig hållbarhet kan skapa kundvärde. Detta undersöks genom en multipel fallstudie av åkerier i transportbranschen och utreds med hjälp av ett kvalitativt metodval i form av semistrukturerade intervjuer. En teoretisk genomgång av CSR och hållbarhet i logistikbranschen görs för att skapa en översikt av tidigare forskning, genomgången avslutas sedan med teorier kring värde och värdeskapande. Studiens analys består av tre delar där den första delen skapar en analysmodell för att identifiera hållbarhet i transportbranschen och därefter utreds en eventuell koppling mellan de två områden. Till sist analyseras kopplingen mellan social och miljömässig hållbarhet ur ett värdeperspektiv som nyanseras med Bourdieus handlingssteori för att undersöka ett eventuellt värde för kunden. Arbetets slutsatser blir således trefaldig och erbjuder med hjälp av analysmodellen en förenklad översikt av branschens hållbarhetsarbete samt visar på kopplingar mellan social och miljömässig hållbarhet men ifrågasätter också enkelheten i att tillskriva hållbarhet ett värde, i särklass i transportbranschen där pris är av högsta prioritet.

Nyckelord: Hållbarhet, miljö, socialt, transportbranschen, värde, värdeskapande.

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

Innehållsförteckning	
Förord.....	II
Sammanfattning	III
1. Inledning	1
1.1 Syfte och frågeställningar	2
1.2 Disposition.....	3
2. Metod	4
2.1 Metodologi.....	4
2.2 Studiens arbetsgång	5
2.3 Litteraturhantering	6
2.4 Multipel fallstudie.....	7
2.5 Reliabilitet och validitet vid fallstudie	8
2.6 Datainsamling och urval	9
2.7 Genomförande av intervjuer	11
3. Teoretisk referensram.....	14
3.1 Tidigare forskning kring social och miljömässig hållbarhet.....	14
3.2 Hållbarhet inom logistik	16
3.3 Vad är egentligen hållbarhet?	19
3.4 Värde och adderat värde	20
3.5 Värdeskapande	21
3.6 Värdeskapande och sociala fält.....	22
4. Analys	25
4.1 Vad är hållbarhet i transportbranschen?	25
4.1.1 Hållbarhet i utmärkelser och certifieringar	25
4.1.2 Hållbarhet i forskning.....	29
4.2 Finns det en koppling mellan social och miljömässig hållbarhet i transportbranschen?.....	31
4.2.1 Samband inom social hållbarhet.....	31
4.2.2 Samband inom miljömässig hållbarhet.....	32
4.2.3 Samband mellan social och miljömässig hållbarhet	34
4.2.4 Behov av transparens.....	36
4.3 Hur bidrar hållbarhet till ökat kundvärde i transportbranschen?.....	38
4.3.1 Värdeskapande genom hållbarhet.....	38
4.3.2 Värde för den som prioriterar hållbarhet	39
5. Slutsatser	43
6. Diskussion.....	45
Källförteckning	47
Bilagor.....	57

1. Inledning

Globaliseringen av dagens samhälle har medfört en trend av globala försörjningskedjor där produktion och konsumtion särkopplats genom att företag och industrier över de senaste decennierna outsourcat mycket av sin produktion till lågavlönade länder (Abbasi & Nilsson, 2012). Globalisering och outsourcing har ofta motiverats av ekonomiska fördelar men påverkat miljön negativt, det är dock inte tydligt hur detta har påverkat den sociala aspekten av samhället, lokalt och globalt (Herrmann & Hauschild, 2009). I takt med ökad globalisering har behovet av transporter ökat som, förutom de positiva möjliggörande effekterna, även lett till negativ påverkan av både miljön och samhället (McKinnon, 2012). Samtidigt är det i dagens digitala samhälle enklare än någonsin att dela och sprida information om företagens miljömässiga och sociala, även i många fall uteblivna, ansvarstagande, vilket har lett till ökade krav på företag att kommunicera sitt hållbarhetsarbete för att legitimera sin plats på marknaden och i samhället (Birth, Illia, Lurita & Zamparini, 2008; Porter & Kramer, 2011). En intressant fråga är därför att undersöka sambandet mellan social och miljömässig hållbarhet med fokus på transportbranschen. Är det så att ett företag eller organisation kan välja att arbeta med vissa delar av hållbarhet och bortse från andra? Betyder ett bra socialt ansvarstagande automatiskt ett gediget miljöansvar?

Ökade krav på hållbarhet kommer från en rad intressenter och dessa skapar incitament för organisationer att inte enbart generera ekonomiska fördelar för den egna organisationen utan att även arbeta med social och miljömässig hållbarhet, även kallat ”triple bottom line” eller ”corporate social responsibility” (CSR) (Meixell & Luoma, 2015), vilket på svenska ibland uttrycks som ansvarsfullt företagande. Även om fenomenet CSR är omdebatterat inom forskning fortsätter konceptet att vinna mark (Henderson, 2009; Porter & Kramer, 2011). I stark kontrast mot detta ökade fokus på hållbarhet står alltså transportbranschen, trots stora förbättringar inom teknologin för miljövänligare transporter som renderat i en minskning av utsläpp per tonkilometer (tonkm) har inte detta åstadkommit en total minskning av utsläpp. Förbättringar har med andra ord tillintetgjorts av en snabbare ökning av transportvolym (McKinnon, 2012). Detta exemplifieras i att World Business Council for Sustainable Development (2004, s. 32) tror att transporter överlag i fråga om tonkm kommer öka med 300 procent från år 2000 till år 2050, något som i sin tur kommer göra att koldioxidutsläppen, även kallat CO₂-utsläppen, för samma period beräknas öka med drygt 200 procent (ibid, s. 37).

Inte heller den sociala hållbarhetsaspekten inom transportbranschen har förbättrats. Då den europeiska transportmarknaden blev helt avreglerad och öppen 1998 skapades det enligt Hilal (2008) en situation där främst östeuropeiska chaufförer med lägre löner och sämre arbetsvillkor kunde konkurrera på exempelvis den svenska transportmarknaden. Detta har resulterat i en transportmarknad med svåra arbetsförhållanden för chaufförer eftersom dessa snabbt kan ersättas med billigare arbetskraft från Polen, Rumänien eller Bulgarien (Kummer, Dieplinger & Fürst, 2014). Det finns med andra ord en inneboende svårighet för transportbranschen att arbeta med hållbarhet, dels strukturella hinder i form av en avreglerad marknad som skapat stora svårigheter för social hållbarhet och dels gör en ökad handel med ökade transporter som följd att miljöaspekten av hållbarhet hela tiden ställs mot ökade transportvolym. Detta förvärras av det faktum att transportbranschen är en kraftigt prisorienterad bransch, Weijers, Glöckner och Pieters (2012) skriver att pris är den högst prioriterade faktorn vid inköp av transporter medan hållbarhet värderas lägre och först kommer på femte plats.

Trots dessa praktiska svårigheter att arbeta med socialt och miljömässigt ansvarstagande inom transportbranschen fortsätter forskningen kring hållbarhet inom logistiken att utvecklas. Exempelvis visar Touboulic och Walker (2015) att antalet publicerade artiklar inom sustainable supply chain management (SSCM) mellan 1996 och 2013 ökade från 2-5 artiklar per år till över 60, allt fler artiklar antar också ett helhetsperspektiv där alla tre aspekter (ekonomi, miljö, socialt) av hållbarhet inkluderas. Även om ett helhetsperspektiv på hållbarhet blir allt vanligare visar Meixell och Luoma (2015) i sin genomgång av SSCM-litteraturen att det fortfarande finns oklarheter i vad som undersöks och definieras som hållbarhet, mycket forskning fokuserar fortfarande på en eller två hållbarhetsområden. Tidigare forskning som undersökt samtliga områden har också ofta behandlat dem som separat områden utan att ta hänsyn till hur det ena området påverkar det andra (OECD, 2001). Speciellt utforskat inom hållbarhet och logistik är kopplingen mellan delarna social och miljö (Meixell & Luoma, 2015). Problematiskt är även att transporter ofta glöms bort vid aktiviteter som rör hållbarhet och försörjningskedjor (Martinsen & Björklund, 2012). Detta trots att exempelvis transporter uppskattas stå för 90 procent av alla utsläpp från logistikaktiviteter (World Economic Forum and Accenture, 2009, s. 8).

1.1 Syfte och frågeställningar

Ovanstående problematisering visar att tidigare forskning har behandlat de olika delarna av

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

hållbarhet som separata områden utan anknytning till varandra, att transportbranschen trots sin miljöpåverkan är relativt outforskad samt att hållbarhet verkar vara lågt prioriterat bland transportköpare. Därmed syftar detta arbete till att undersöka om ett eventuellt samband mellan social och miljömässig hållbarhet kan skapa kundvärde.

För att underlätta utredandet av ovanstående syfte har följande frågeställningar formulerats;

- Vad är hållbarhet i transportbranschen?
- Finns det en koppling mellan social och miljömässig hållbarhet i transportbranschen?
- Hur bidrar hållbarhet till ökat kundvärde i transportbranschen?

Att ställa frågan vad hållbarhet är i transportbranschen har gjorts eftersom begreppet hållbarhet är brett och tvetydigt samt att hållbarhetsfaktorer i en bransch inte behöver vara densamma i en annan. För att utreda om ett eventuellt samband mellan miljömässig och social hållbarhet skapar värde krävs även att ett sådant samband konstateras, därför kommer arbetets analys även besvara denna fråga. Slutligen kommer den sista frågeställningen hjälpa till att utreda om ett eventuellt samband verkligen bidrar till ökat kundvärde utifrån det faktum att hållbarhet verkar vara lågt prioriterat bland kunder.

1.2 Disposition

Dispositionen av arbetet fortlöper som följande: efter inledning och problematisering följer en presentation av metodiken som valts för att genomföra detta arbete, insamlandet av data, urvalet, arbetets validitet och reliabilitet samt litteraturhanteringen under arbetets gång. Därefter presenteras tidigare forskning på området, dels hur konceptet CSR har utvecklats över det senaste århundradet men även hur hållbarhetsforskningen inom logistik har influerats av den allmänna CSR diskursen. Sedan går diskussionen vidare till teorier kring värde, värdeskapande samt Bourdieus tankar kring sociala fält och agenter disposition. Efter den teoretiska utläggningen följer arbetets analysdel där resultaten av den insamlade empirin presenteras. Denna del inleds med en kartläggning av faktorer som både av näringsliv och i forskningssammanhang betraktas som hållbarhet i transportbranschen. Detta är en absolut nödvändighet för arbetets fortsatta analys, utan en stadig grund varvid hållbarhet tydligt definieras blir det omöjligt att hitta en eventuell koppling mellan social och miljömässig hållbarhet som behandlas i analysens andra del. Den sista avhandlande delen berör frågan om hållbarhet verkligen skapar något värde eftersom mycket av tidigare forskning pekar på det motsatta. Slutligen leder analysen in på slutsatser och diskussion där arbetets resultat diskuteras i ett större sammanhang med hänsyn till framtida forskningsområden.

2. Metod

I denna del av arbetet redogörs för de metodologiska ansatser med tillhörande vetenskapsteoretiska resonemang som har valts för att utreda arbetets syfte. Vidare följer en redogörelse för studiens arbetsgång samt reliabilitet och validitet med hänsyn till studiens omfattning. Slutligen redogörs även för hur det empiriska materialet har samlats in med hänsyn till intervjuer och urvalet dessa bygger på.

2.1 Metodologi

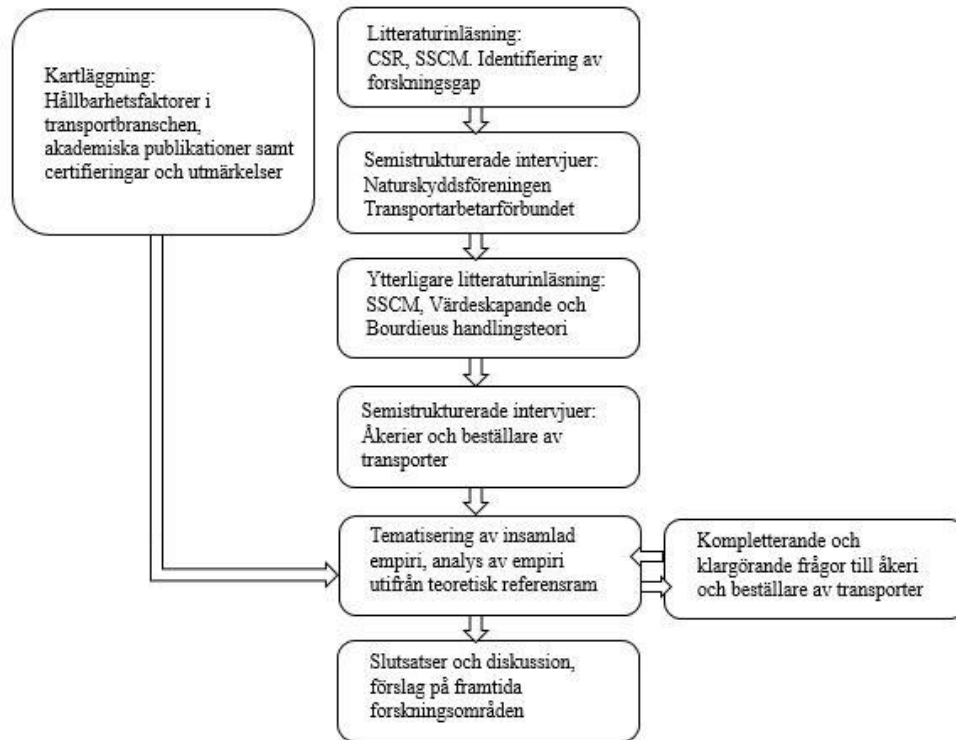
För att inleda diskussionen kring den metodologiska ansatsen i den utförda studien blir det relevant att först redogöra för valet av teoretiska angreppssätt. Utifrån Bryman (2011) kan detta arbete klassas som deduktivt snarare än induktivt då arbetet bygger på existerande teorier inom hållbarhet och i stor utsträckning följer den processen som Bryman menar präglar ett deduktivt arbetssätt. Dock kan studiens tillvägagångssätt mer klassas som abduktiv utifrån Alvehus (2013) som menar att ren deduktion blir problematisk i kvalitativ forskning, i och med själva tolkningsprocessen. Detta är överensstämmande med arbetsprocessen i detta arbete då insamling av empiri varvades med teoretisk litteraturhantering, med andra ord präglas detta arbete av inslag från både deduktion och abduktion.

För att utreda arbetets syfte har ett kvalitativt metodval i form av intervjuer valts. Detta har gjorts med bakgrund av Widerberg (2002) som menar att kvalitativ forskning syftar till att klargöra ett fenomenets karaktär eller egenskaper samt Holme och Solvang (1997) som hävdar att kvalitativ metod har ett förstående syfte. Detta blir applicerbart på detta arbete i och med att området som är målet för undersökningen är tidigare utforskat vilket kräver en klargörande och förtydligande forskningsmetod. Eftersom kvantitativa metoder främst erbjuder möjligheter att generalisera utifrån en mindre grupp (Eliasson, 2013) eller jämföra formaliserade analyser (Holme & Solvang, 1997) blir detta först aktuell när ett eventuellt samband mellan social och miljömässig hållbarhet har identifierats och sedan vill undersökas i större utsträckning. För detta arbete blir alltså ett kvalitativt metodval försvarbart utifrån ovanstående premisser samt att det eventuella sambandet mellan social och miljömässig hållbarhet existerar i policys och certifieringar, något som till sin natur inte enkelt låter sig observeras eller kvantifieras. En svaghet med studien blir att alltså huruvida studiens resultat kan generaliseras och överensstämmer med organisationer som inte inkluderats i undersökningen. Dock menar Yin (2014) att fallstudier inte bör användas för att utföra

statistiska generaliseringar utan snarare att utöka eller generalisera teorier vilket därmed berättigar valet av fallstudie i detta arbete.

2.2 Studiens arbetsgång

Nedan följer en figur som illustrerar studiens arbetsgång på ett överskådligt sätt.



Figur 1. Studiens arbetsgång.

Som figuren visar inleddes arbetet med litteraturinläsning och följdes sedan upp med ett par längre inledande intervjuer med Transportarbetarförbundet och Naturskyddsföreningen som vardera gav ökad insikt i problematiken kring social och miljömässig hållbarhet i transportbranschen. Denna inläsning och dessa intervjuer gav nya insikter med hänsyn till hållbarhet och dess koppling till värdeskapande vilket ledde till ytterligare litteraturinläsning, främst i form av teorier kring värdeskapande samt Bourdieus tankar kring sociala fält och habitus som senare använts för att analysera den insamlade empirin. Parallellt med litteraturinläsningen och de inledande intervjuer har även en kartläggning gjorts av faktorer som i både teori och praktik klassas som hållbarhet i transportbranschen, detta för att senare kunna användas som analysmodell till den insamlade empirin från åkerier. Efter inledande intervjuer, litteraturinläsningen och sammanställningen av hållbarhetsfaktorer följde ett antal kortare semistrukturerade intervjuer, dels med åkerier som i större eller mindre utsträckning arbetar med hållbarhet i sin dagliga verksamhet samt med två beställare av transportköp.

Intervjuerna med åkerier hade som mål att kunna kartlägga hållbarhetsarbetet och försöka hitta en eventuell koppling mellan social och miljömässig hållbarhet, utifrån de faktorer som varit främst förekommande i praktiken och teorin i den utförda kartläggningen. Intervjuerna med beställare av transportköp gjordes för att bättre förstå vilket eventuellt värde sådant koppling skulle kunna generera för aktörer eller intressenter som inte har full insyn i transportbranschens utmaningar gällande hållbarhetsfrågor. Sedan har den insamlade empirin tematiserats för att identifiera vilka av forskningsfrågorna dessa hjälper till att reda ut samt för att förenkla analysen. Under analysarbetets gång dök en del frågor och oklarheter upp vilket renderade i ytterligare samtal med vissa åkerier och beställare. Därefter har slutsatser och diskussioner formulerats och slutligen har förslag till framtida forskningsområden framtagits.

2.3 Litteraturhantering

Detta arbete inleddes först och främst med en inläsning av tre litterature reviews (Meixell & Luoma, 2015; Wong, Wong & Boon-itt, 2015; Touboulic & Walker, 2015) som med olika ansatser inom supply chain management alla påpekade bristen av forskning kring sambandet mellan social och miljömässig hållbarhet. Detta tillsammans med att transportbranschen och dess hållbarhetsarbete är relativt outforskat (Quinn, 2000) hjälpte till att forma idén till denna studie. Därefter följde en inläsning av litteratur kring forskning inom socialt ansvarstagande för företag (CSR) samt hur hållbarhetsforskningen inom logistik och främst supply chain management utvecklats. Bryman (2011) menar att en litteraturgenomgång utgör en viktig grund för formulering av forskningsfrågor eller frågeställningar vilket var fallet med detta arbete då exempelvis behovet av att definiera hållbarhet i transportbranschen först konstaterades efter den inledande litteraturinläsningen.

Även om majoriteten av inläsningen tog plats i det inledande skedet av arbetet så fortsatte inläsningen parallellt under datainsamlingen, vilket ter sig helt naturligt utifrån Bell (2006). Litteraturinläsning i den senare delen av arbetet berörde främst teorier kring värdeskapande eftersom de inledande intervjuerna med Naturskyddsföreningen och Transportarbetarförbundet öppnade för frågor kring vilket värde som en eventuell koppling mellan social och miljömässig hållbarhet faktiskt skulle generera, något som påverkade formuleringen av syfte och frågeställningar under arbetets gång. Det som även kan sägas om litteraturinläsningen, både inledningsvis men även i senare skeden, är att det präglades av det som Bryman (2011) kallar för ett snöbollsurval. Ett sådant urval innebär att söka sig vidare till nya referenser via den tidigare litteraturen för att på så sätt spåra forskningens utveckling och skapa en överblick av forskningsområdet.

Litteraturinläsningen har förutom snöbollsurvalet som diskuterats ovan även utförts genom en litteratursökning. Med bakgrund av arbetets omfattning och dess tidsbegränsningar reserveras risken för att referenser av värde inte inkluderats i kartläggningen men förhoppningen har varit att en omfattande litteraturgenomgång tillsammans med ett snöbollsurval med litteraturen som korsrefererar ska minimera felaktigheterna i litteraturhanteringen. Att en fullskalig systematisk litteratursökning inte har gjorts beror på begränsningar i tid och omfattning, vilket enligt Bryman (2011) ter sig naturligt i denna typ av projekt. Enligt Bryman (2011) kan det vara en fördel att ha nära kontakt med en handledare med god insikt inom litteraturområdet som kan hjälpa till att formulera sökord, vilket dessvärre inte har varit fallet i detta arbete. Istället har konsultation sökts hos andra forskare på Campus Helsingborg med större insikt i logistikbranschen och dess hållbarhetsarbete.

2.4 Multipel fallstudie

För att utreda arbetets syfte och dess frågeställningar har valet fallit på att utföra en multipel fallstudie. Yin (2014) skriver att valet av metod beror i stor utsträckning på vilken eller vilka forskningsfrågor som utarbetats i projektets början och att forskningsfrågor med mål att skapa en förståelse för *hur* eller *varför* passar väl in för användande av fallstudie som metod. Eftersom detta arbete har som mål att förstå och förklara på vilket sätt en eventuell koppling mellan social och miljömässig hållbarhet kan se ut samt om detta kan skapa värde för olika typer av intressenter blir alltså fallstudie tillämpningsbart. Yin (2014) skriver också att fallstudie inte är generaliserbart till hela populationer utan snarare till teoretiska påståenden och målet med en fallstudie inte är att etablera statistiska generalisering utan att expandera och generalisera teorier. Detta är något som stämmer in på syftet med detta arbete som primärt handlar om att förstå ett eventuellt samband i hållbarheten snarare än att statistiskt säkerställa detta.

Vidare skiljer Yin (2014) på så kallade enkel fallstudie och multipel fallstudie där den senare har ansetts göra en studie mer robust och trovärdig men att flera case också gör det svårare att avslöja och undersöka extremfall eller avvikelser. Eftersom målet med denna studie inte är att undersöka något extremfall utan snarare ämnar till teoribildning fungerar med andra ord multipel fallstudie för studiens syfte. Viktigt vid tillämpningen av multipel fallstudie menar Yin (2014) är att stor vikt bör läggas på att antingen replikera liknande resultat eller att hitta motstridiga fynd av förutsägbara orsaker. Dock pekar Yin (2014) på att en kombination kan användas för att styrka en tes, vilket är fallet i detta arbete. Här har fem åkerier med väl utvecklat hållbarhetsarbete inom både miljö och sociala aspekter intervjuats för att sedan

jämföras med två andra åkerier som inte uppvisar samma hållbarhetsarbete. Detta har gjorts för att påvisa att social och miljömässig hållbarhet inte är regel i transportbranschen och att det finns en diskrepans mellan aktörer i branschen.

2.5 Reliabilitet och validitet vid fallstudie

Bryman (2011) skriver att reliabilitet och validitet i kvalitativ forskning har diskuterats vilket kan härledas till att frågor om validitet per definition innefattar aspekter av mätning vilket inte är av högsta prioritet för kvalitativ forskning. Därefter listar Bryman (2011) anpassade angreppssätt på validitet och reliabilitet för kvalitativ forskning, bl.a. i form av extern reliabilitet som att forskaren måste anta samma sociala roll i en etnografisk undersökning som tidigare eller intern reliabilitet som att medlemmar i ett forskarlag bestämmer sig för att tolka saker och ting på samma sätt. Denna typ av anpassning blir dock inte nödvändig för detta arbete utan en mer traditionell definition utifrån Holme & Solvang (1997) att reliabilitet bestäms av hur mätningen utförts samt att validiteten är beroende av vad som mäts och om detta är klargjort i frågeställningen, blir istället användbart. Även Yin (2014) listar fyra olika test av fallstudiedesign som den utförd i detta arbete, begreppsvaliditet, intern validitet, extern validitet och reliabilitet.

Begreppsvaliditet enligt Yin (2014) definieras som att utförd fallstudie studerar det den hävdar att den ska studera. I denna studie har begreppsvaliditet säkrats genom att först stipulera att det är kopplingen mellan social och miljömässig hållbarhet som är syftet med undersökningen och att denna koppling sedan undersökts i termen av faktorer som både tidigare forskning samt certifieringar och utmärkelser definierat som hållbarhetsfaktorer. Denna studie mäter alltså det den ska mäta, med faktorer som av andra har definierats som hållbarhet. Den interna validiteten däremot definieras av Yin (2014) som att hitta mönster, konstruera förklaringar, adressera motsägande förklaring samt att använda logiska modeller. Det stora hotet mot intern validitet är enligt Yin (2014) att författarnas slutsatser och slutledningar av det insamlade empiriska materialet inte är korrekta, vilket kan förebyggas genom att begrunda alternativa förklaringar och teorier. Denna problematik kan aldrig helt förebyggas men eftersom den interna validiteten främst är förhärskande vid försök att etablera kausala samband har denna mindre vikt i detta arbete.

Den externa validiteten innebär enligt Yin (2014) möjligheten till generaliserbarhet men eftersom syftet med detta arbete inte är att hitta statistiskt säkerställda samband blir denna fråga inte av vikt utan snarare en fråga för framtida forskning. Detta arbetes främsta bidrag till

den externa validiteten är att så kallad replication logic har tillämpats, med andra ord har flera fallstudier gjorts för att både replikera liknande resultat samt att hitta motstridande fynd av förutsägbara orsaker, som diskuterats i föregående stycken. Slutligen har arbetets reliabilitet säkrats genom att sökorden vid litteratursökningen har dokumenterats och att intervjumallarna har utarbetats vid de semistrukturerade intervjuerna.

2.6 Datainsamling och urval

För att utföra denna studie och samla in det empiriska materialet har ett antal semistrukturerade intervjuer genomförts med aktörer som på olika sätt har koppling till och insyn i, transportbranschen. Valet av att använda semistrukturerade intervjuer, framför exempelvis ett val av enkäter, är flexibilitet, eftersom Bell (2006) menar att detta är intervjuernas fördel. Intervjuer ger möjlighet att ställa följdfrågor, något som är omöjligt genom enkäter. I en enkät måste intervjuaren ta svaren som dem är, i intervju kan svaren fördjupas och utvecklas (Bell, 2006). Även Alvehus (2013) belyser följdfrågor som en viktig del i de semistrukturerade intervjuerna, men påpekar också att följdfrågor är ett krav på intervjuaren för att intervjun ska bli framgångsrik. Följdfrågor är något som vid intervjutillfällena upplevdes fungera bra i detta arbete, dessa ledde ofta till längre och mer utvecklade svar samt minimerade risken för feltolkning. Intervjuer blir också att rekommendera vid utredandet av arbetets syfte till förmån för exempelvis observationer då hållbarhetsfaktorer inte enkelt låter sig observeras i praktiken. Dock erkänns detta som en svaghet i valet av metod, dvs. genom att fråga respondenter hur de arbetar med hållbarhet utreds i praktiken inte vad dem gör, utan snarare vad dessa säger att de gör. Ett sätt att undersöka vad de gör är att välja observationer och på så sätt följa med lastbilarna och observera hållbarhetsarbetet. Likväl uppstår problem med detta metodval då genomförandet av en observationer inte blir tillräckligt utan många observationer på samma företag måste genomföras. En sådan omfattande observation är något som inte ryms inom tidsramen för denna studie och sett till svårigheten att observera hållbarhetsarbetets får valet av intervjuer ändå ses som berättigat.

De respondenter som inkluderats i denna studie är en ombudsman på Svenska Transportarbetareförbundet avd. 14, en produktansvarig för Bra Miljöval Person- och Godstransporter, anställda på två olika företag som är beställare av transporttjänster såväl som personer som alla arbetar eller har arbetat på åkerier. På de flesta åkerier har ägaren eller VD:n intervjuats, undantaget var en grundare och före detta VD som fortfarande har stor insyn i den dagliga verksamheten på åkeriet. Förutom detta genomfördes även en

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

kompletterande intervju med en controller på ett åkeri eftersom åkeriets VD uttryckte att denne hade bättre insyn i företagets sociala hållbarhetsarbete. Alla intervjupersoner har sammanställts i en förteckning för att ge en enklare överblick över inkluderade respondenter och deras roller (se Bilaga 1). I denna förteckning är alla personer anonyma, inte alla respondenter har bett om att få vara anonyma men eftersom namn, kön eller ålder inte har någon relevans för arbetets syfte har detta val ändå gjorts.

Urvalet för arbetet kan dels ses som det Bryman (2011) kallar för ett bekvämlighetsurval, speciellt de inledande intervjuerna med Naturskyddsföreningen och Transportarbetarförbundet då en kontakt redan hade etablerats med dessa i tidigare projekt. Därefter har respondenter inkluderats i form av ett snöbollsurval, dvs. ytterligare respondenter i form av åkerier har föreslagits av transportarbetarförbundets ombudsman. En kritik som kan riktas mot detta är svårigheten med att få ett representativt urval och risken finns att potentiellt relevanta källor förbises som en följd av tidigare respondenters rekommendationer. Detta val måste ställas mot alternativet att slumpmässigt kontakta åkerier för att säkerställa vilka som har och inte har kollektivavtal, och sedan gör ett urval från dessa, något som skulle vara ytterst tidskrävande. Därför ses valet att följa transportarbetarförbundets ombudsmans rekommendationer som fördelaktigt, då denne måste kunna ses som sakkunnig inom social hållbarhet i transportbranschen. Det är också av stor vikt för utredandet av arbetets syfte att urvalet är målinriktat, eftersom Bryman (2011) skriver att detta blir viktigt för att skapa överensstämmelse mellan forskningsfrågor och urval, vilket i detta arbete legitimerar ett snöbollsurval som är grundat i transportarbetarförbundets ombudsmans rekommendationer.

Något annat av stor relevans med hänsyn till urvalet i detta arbete är att det under arbetets gångs söktes ett flertal åkerier som mer eller mindre har avböjt medverkan i studien. Dessa åkerier ska, enligt transportarbetarförbundets ombudsman, nekat till att skriva på kollektivavtal och dessa har efter telefonkontakt direkt avböjt eller kontinuerligt skjutit upp tillfällena för intervju. Ett av åkerierna gick inte att få tag på via telefon och därför genomfördes ett oannonserat besök på deras kontor men inte heller detta resulterade i någon intervju. Deras uteblivna medverkan i studien ses naturligtvis som en motgång men bortfallet har inte påverkat studiens resultat i större utsträckning då en del sekundärkällor i form av en tidigare ägare, artiklar ur både dagspress och facktidningar samt transportarbetarförbundets ombudsman, har använts som substitut för direkt kontakt. Även om sekundärkällor får anses som mindre tillförlitliga erbjuder dessa dock en relativt bra bild av sagda åkerier.

Sett till genomförandet har de semistrukturerade intervjuerna i denna studie, i enlighet med Alvehus (2013), Andersen (1998), Bell (2006) och Bryman (2011), förberetts med en intervjumall (se Bilaga 2,3,4,5) där ett antal huvudteman har utarbetats och definierats. Eftersom intervjuerna berörde personer inom olika områden av transportbranschen ansågs det viktigt att utveckla olika mallar som var anpassade inför de olika intervjutillfällena. Arbetet med intervjumallarna har inte upplevts som problematiskt då det tidigt fanns en klar bild av vad som önskades undersökas vid varje intervjutillfälle. Vid intervjutillfällena upplevdes det att mallarna låg till bra grund för att genomförandet men den relativt öppna diskussionen som intervjumallarna skapar gjorde att respondenterna ibland ledde in diskussionen på sidospår, ofta för att ventilera sina tankar och, som det bekom sig, sitt missnöje, med hållbarhetsarbetet i transportbranschen. Vid dessa tillfällen fungerade intervjumallen som hjälp att styra intervjun tillbaka in på ett relevant tema och föra diskussionen vidare. Andersen (1998) och Alvehus (2013) påpekar att detta är vanligt och att ordningen i intervjumallen inte behövs följas strikt utan ämnen kan diskuteras beroende på rådande situation. Detta var något som upplevdes vid flera tillfällen vilket inte heller är förvånande med tanke på den nära överlappningen mellan olika delar av hållbarhetsarbete.

2.7 Genomförande av intervjuer

Genomförandet av intervjuerna har skett dels på plats hos respondenterna, dels via videokonferens och dels över telefon. Den första intervjun med Naturskyddsföreningen skedde via videokonferens vilket nästan kan likställas med en intervju ansikte mot ansikte. Videokonferens valdes då respondenten var baserad i Göteborg och resan inte kunde motiveras av fördelar med ett personligt möte. Den andra intervjun med transportarbetarförbundets ombudsman genomfördes på deras kontor i Helsingborg vilket var fördelaktigt då detta möjliggjorde att respondenten hade tillgång till ytterligare information som krävdes för att besvara vissa frågor. Förbundets kontor utgjorde också en ypperlig intervjumiljö utan störningsmoment vilket enligt Bryman (2011) är viktigt. Att ett flertal intervjuer med åkerier genomfördes via telefon har uppenbara svagheter i hörbarhet, men detta får anses underordnat det faktum att respondenterna, i de flesta fall, helt eller delvis arbetar med att utföra transporter och ofta befinner sig i olika delar av landet, något som gravt försvårar möjligheten att stämma träff och utföra intervjuer ansikte mot ansikte. Vid intervjutillfällena upplevdes dock inte telefonintervjuerna som en nackdel utan uppskattades av många intervjupersoner då specifik tid inte behövde avsättas för intervjun, något som även ökade möjligheten till att utföra intervjuerna. Detta påvisar att det som Bryman (2011) menar

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

om vikten av god intervjumiljö inte hade särskilt stor relevans i detta arbete, då intervjuerna fungerade utmärkt via telefon.

Under varje intervju har anteckningar förts men för att underlätta transkribering har även intervjuerna spelats in, detta har gjorts av det naturliga skälet att det kan vara svårt att skriva snabbt och fånga allt som sägs. Samtliga respondenter har informerats om att samtalet spelats in och godkänt detta. Att spela in intervjuerna har vägts mot det faktum att Bryman (2011) menar att det finns en risk att respondenterna kan bli oroade eller självmedvetna om vad som sägs, något som också bekräftas av Alvehus (2013), men detta har ändå setts ha underordnad betydelse för att verkligen fånga allt som sägs och på så sätt minska risken för att misstolka det som respondenterna säger. Vid intervjutillfällena upplevdes inte att ljudinspelningen hämmade respondenternas svar, det som dock uppmärksammades var att i början av intervjuerna var respondenterna mer reserverade i sina svar. Ju längre intervjuerna fortlöpte och ju mer följdfrågor som ställdes blev dock intervjuerna mer bekväma och mindre reserverade. Respondenterna har som tidigare nämnts getts möjligheten att vara helt anonym samt informerats att det finns möjlighet att ta del av transkriberingen efteråt, allt i enlighet med god forskningsetik ur Alvehus (2013) och Bell (2006). Inspelningarna och anteckningarna var även till stor hjälp vid tematiseringen av det empiriska materialet, efter varje genomförd intervju har, i linje med Bell (2006) och Alvehus (2013), inspelningar och anteckningarna från intervjuerna transkriberats. Detta har möjliggjort reflektion samt kontinuerlig tolkning av det insamlade materialet för att kunna överväga frågor till nästkommande intervju. Transkribering är även viktigt att genomföra enligt Bell (2006) som menar att transkribering kan användas för att styrka vad som har sagt vid intervjuerna.

Arbetsprocessen kring intervjuerna har förutom att följa god forskningsetik (Alvehus, 2013; Bell, 2006) även följt de fyra etiska principerna; informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet, ur Bryman (2011). Det har gjorts genom att informanterna har fått reda på arbetets syfte inför intervjuerna, att de frivilligt har ställt upp och gett sitt samtycke till att medverka i en intervju samt att respondenterna även delgetts information om att intervjuerna enbart kommer användas i forskningsändamålet. Alla personuppgifter i arbetet har behandlats konfidentiellt för att skydda respondenternas identitet. Dessa åtaganden har gjort för att stärka arbetets etiska integritet och vidare dess kvalitet, i linje med Bryman (2011).

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

Detta avslutar den metodologiska diskussionen, i det stora hela har valet av intervjuer som metod och insamlandet av material fungerat bra, vilket får anses lyckat då det material som krävts för att utreda arbetets syfte har hittats. För att förstå hur det insamlade materialet har analyserats krävs en genomgång av tidigare forskning samt de teoretiska referensramar som satts, detta följer därmed i arbetets nästa del.

3. Teoretisk referensram

I denna del av arbetet kommer först en kortare genomgång av tidigare forskning kring socialt och miljömässigt ansvarstagande att presenteras för att lyfta fram relevanta aspekter och hur dessa står i relation till detta arbete. Därefter går diskussionen vidare till att redogöra för hur hållbarhetsforskningen inom logistiken sett ut, dels för att jämföra detta med den generella hållbarhetsforskningen men även för att visa på en del brister och gap som forskningen inte helt kunnat fylla. Slutligen presenteras en diskussion kring värdeskapande eftersom detta är en central del av analysen i detta arbete, diskussion kommer dock nyanseras med hjälp av Bourdieus handlingsteori för att ifrågasätta delar av teorierna kring värde och värdeskapande.

3.1 Tidigare forskning kring social och miljömässig hållbarhet

Socialt ansvarstagande för företag är i sig inget nytt begrepp. Jenkins (2005) skriver att redan i slutet på 1800-talet började företag inse att de inte agerar i ett vakuum utan behöver ta hänsyn till sin omgivning. Carroll (1999) hävdar att konceptet CSR kan spåras så långt bak i tiden som till 1950-talet medan Jenkins (2005) menar att socialt ansvarstagande som vi känner det idag blev aktuellt i slutet av 80-talet och i början på 90-talet, detta då stora västerländska företag utnyttjade generösa lagar och bestämmelser i utvecklingsländer. Ursprungligen var företagens inställning till denna typ av ansvarstagande att det låg utanför dess kontroll men i takt med ett ökat medietryck samt förenklad kommunikation tack vare internet, insåg företag att de inte längre kunde slå ifrån sig denna typ av kritik. Spar (1998) kallade detta för The Spotlight Phenomenon dvs. dit stora företag vände sig följde även deras varumärke, rykte och kapital. Här blir alltså ansvarstagande för företag något annat än den filantropiska ansatsen till CSR som enligt Heald (1970) präglade litteraturen och praktiken under början av 1900-talet. En reflektion kring detta är att det som förenar de tidiga CSR aktiviteterna samt mycket av forskningen är att det övervägande handlade om att undvika negativa konsekvenser och ytterst lite om att skapa värde för kunder eller den egna organisationen, detta till skillnad från denna studie som ämnar att undersöka värdeskapande genom hållbarhet.

Lika länge som konceptet CSR har existerat, lika länge har diskursen pågått kring fördelar och nackdelar med dess varande. Carroll och Shabana (2010) skriver att den typiska kritiken mot CSR grundar sig på Friedmans (1962) tanke att organisationers och dess lednings enda uppgift bör vara att maximera värdet för sina ägare, sociala problem bör lösas av myndigheter och lagstiftning. Vidare kritiserar Henderson (2009) konceptet CSR som oklart och tvetydigt definierat, exempelvis visar en undersökning av Dahlsrud (2008) att det finns över 37

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

etablerade definitioner av CSR, vilket lämnar de praktiska implikationerna öppet för tolkning för de företag som ämnar att arbeta med hållbarhet. Detta faktum har satt stor prägel på denna studie, dvs. som ett resultat av dessa otaliga definitioner av hållbarhet har en stor del av arbetet bestått av att försöka utreda hur transportbranschen definierar hållbarhet. En annan legitim kritik mot konceptet ansvarstagande hos företag är det som av forskare benämnts som "greenwashing" (Beder, 1998; Bruno, 1997; Laufer, 2002). Här menar exempelvis Laufer (2002) att företag på ett eller flera kreativa sätt hanterar sitt rykte gentemot intressenter genom att gömma avvikelser, avsäga sig ansvar, förminska problematik, skylla ifrån sig, förhärliga sitt eget rykte eller försöka föreställa sig själva i en ledande position inom hållbarhetsområdet. Denna typ av förhärligande är också vanligt förekommande i transportbranschen vilket tydligt framkommer längre fram i arbetets analysdel. Trots detta kraftiga motstånd och den utbredda kritiken mot CSR förminskas inte relevansen av detta arbete då CSR är ett accepterat och vedertaget forskningsbegrepp samt att den generella kritiken mot CSR inte riktar sig mot detta arbetes specifika syfte, dvs. kritiken mot CSR handlar främst om ansvarstagandets vara eller icke-vara, inte huruvida en koppling mellan olika områden kan identifieras.

Förespråkare för CSR menar däremot att företag måste arbeta hållbart i sin omgivning för att kunna verka på längre sikt och att företag bör vilja fungera i linje med samhällets förväntningar utan begränsande lagstiftning (Davis, 1973). Snarlikt menar Carroll och Buchholtz (2009) att företag kan vinna fördelar av att vara proaktiva istället för reaktiva dvs. att företag försöker förutse och därmed efterfölja framtida restriktioner eller lagändringar innan de drivs igenom. Som svar på exempelvis Friedmans (1962) kritik mot CSR finns även forskningen som förespråkar "The business case for CSR" (Schreck, 2009; Porter & Kramer, 2002; Porter & Kramer, 2011), dvs. att det finns ekonomiska fördelar att hämta för företag genom att arbeta och verka för hållbarhet. En reflektion kring detta är dock om företagen faktiskt bedriver ett hållbarhetsarbete eller om det bara ännu ett sätt att vinna konkurrensfördelar? Hursomhelst skriver Lee (2008) att det så sent som i början av 90-talet fanns ett inneboende motstånd från företagsaktörer att arbeta med CSR eftersom en tydlig koppling till finansiellt resultat saknades, något som förändrats radikalt då en stor majoritet av dagens företag i USA tror att hållbarhetsarbete bidrar till ekonomisk vinst (Rochlin, Witter, Mirvis, Jordan & Beevas, 2004). Med andra ord verkar samhället och företagen själva i allmänhet ha accepterat bilden av CSR som något organisationer bör arbeta med även om logistik- och transporttjänster fortsättningsvis köps in med pris som högsta prioritet (Weijers et al., 2012).

Tidigare forskning inom hållbarhet och ansvarstagande har alltså visat att företag i större utsträckning börjat förstå att hållbarhet måste inkluderas i det dagliga arbetet men att det också i många fall snarare blir tal om ”greenwashing” eller sätt att hitta nya konkurrensfördelar. Det som dock av tidigare forskning blir mest relevant för denna studie är den otydliga och breda definitionen av CSR och hållbarhet, trots mycket forskning på området lämnas definitionen av CSR till utövaren och det blir upp till det enskilda företaget att själva välja vad som betraktas som hållbarhetsarbete. För utredandet av arbetets syfte blir det också relevant att följa upp diskussionen ovan med en redogörelse för hur forskningen kring hållbarhet inom logistiken har utvecklats och vilka områden som är relativt outforskade.

3.2 Hållbarhet inom logistik

Hållbarhet har inte alltid varit i fokus inom logistikforskningen, likt den generella CSR diskursen har sustainable supply chain management (SSCM) vuxit fram ur ett antal hållbarhetskoncept med varierande fokus och det är främst nyare definitionerna som integrerar supply chain management med konceptet hållbar utveckling (Touboulic & Walker, 2015). Modern SSCM ser inte miljö eller sociala aspekter som separata variabler utan integrerar dessa i försörjningskedjan (ibid). I linje med Touboulic och Walker (2015) visar Wong et al. (2015) att behovet av att integrera miljöfrågorna i tillverkning diskuterades i forskningen först på 1990-talet, då Klassen (1993) påpekade att företag bör integrera miljöfrågor i sin tillverkningsprocess.

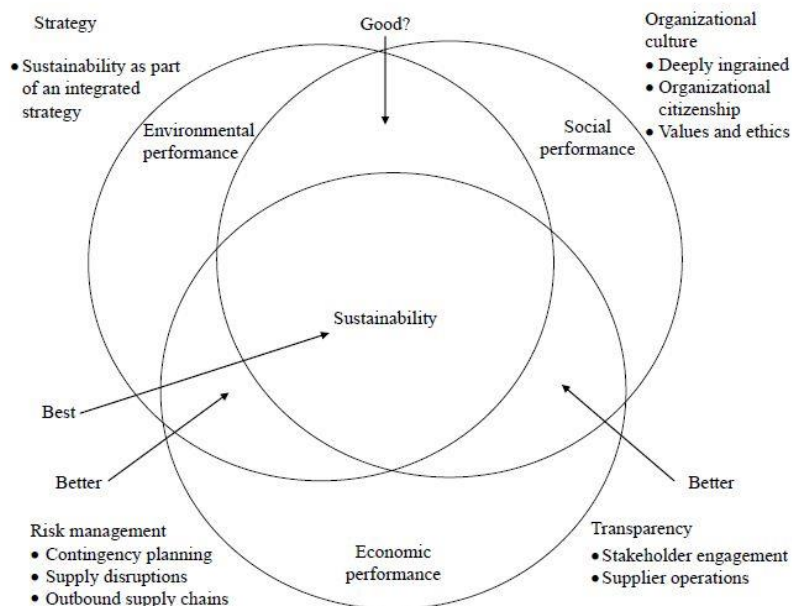
I slutet av 90-talet förespråkades att miljöfrågor inte enbart bör integreras i tillverkningsprocessen som tidigare hävdats, eftersom Green, Morton och New (1996) menar att miljöfrågor även bör tas i beaktning i företagets inköpsaktiviteter samt vid innovationer i försörjningskedjan. I och med detta följde en rad begrepp och benämningar inom forskningen som alla syftade till att på ett eller annat sätt diversifiera och lyfta fram olika miljöaspekter inom logistiken, däribland green supply (Green et al., 1996), environmental management (Klassen & Whybark, 1996), environmental management strategy (Klassen, 1997), integrated environmental management (Margerum & Born, 2000) och green supply chain management (Zhu & Sarkis, 2004; Zhu, Sarkis & Lai, 2008).

Parallellt med det dominerande forskningsfokuset på miljöfrågor inom supply chain i slutet på 90-talet började även sociala aspekter av företagets agerande inkluderas i forskningen, bland annat Carter och Carter (1998) lyfter fram ett integrerande av etiska aspekter i inköpsbeslut medan Angell och Klassen (1999) skriver om företagets sociala ansvarstagande vid val av

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

leverantörer. Gemensamt för denna forskning är att dessa uteslutande fokuserar på inköpsaktiviteter samt tar enbart hänsyn till den sociala aspekten av hållbarheten, dvs. den tidiga hållbarhetsforskningen inom supply chain berör både sociala faktorer och miljömässig påverkan men inte tillsammans eller som beroende av varandra, vilket ökar relevansen av detta arbete då det ämnar att inkludera social hållbarhet såväl som miljömässig hållbarhet och hur dessa är sammankopplade. Detta faktum bidrog även till stor del till formlandet av arbetets syfte.

Senare forskning inom logistik och inte minst inom supply chain management förespråkar ett mer holistiskt synsätt på hållbarhet, exempelvis Carter och Rogers (2008) föreslår att organisationers hållbarhetsarbete, på bredare nivåer, bör bestå av tre aspekter; miljön, samhället och den ekonomiska prestandan, likt Elkingtons (1998) triple bottom line. Carter och Rogers (2008) menar att om företag anammar triple bottom line och fokuserar på skärningspunkten mellan socialt, miljö och ekonomiskt kan aktiviteter identifieras som inte enbart har positiv påverkan på miljön och för samhället, men också resultera i långsiktiga ekonomiska och konkurrensmässiga fördelar för organisationen, likt det som ovan benämns som ”The business case for CSR”. Triple bottom line och dess kopplingar utifrån Carter och Rogers (2008) illustreras i figuren nedan:



Figur 2. Sustainable supply chain management (Carter & Rogers, 2008. s.369).

Det som figuren ovan på ett bra sätt visar är att enbart miljömässiga eller enbart sociala aktiviteter inte bör betraktas som hållbarhet utan det är först när alla tre aspekter kombineras

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

som hållbarhet uppnås. Detta faktum verkar dock inte helt ha fått fäste, varken inom hållbarhetsforskningen eller praktiken, då termen fortfarande används för att täcka ett stort område sociala och/eller miljömässiga koncept (Rogers, Jalal & Boyd, 2008). En kritik som dock kan framföras mot modellen ovan är att de kopplingar som enbart innefattar två områden av hållbarhet antingen benämns som "better" eller "good?". Utifrån det faktum att exempelvis livsmedelstillverkaren Nestlé fått sin choklad certifierad som socialt hållbar av Fairtrade (The Telegraph, 2009) men samtidigt fått massiv kritik i media efter att ha avverkat regnskog för att komma åt palmolja till sin livsmedelsproduktion (The Guardian, 2010) betyder alltså inte en koppling mellan två delar varken "better" eller "good?". Det understryker snarare faktumet att alla delar av triple bottom line måste tillgodoses annars riskerar företaget att få problem på andra områden. Härmed blir det intressant att undersöka kopplingen mellan social och miljömässig hållbarhet eftersom att vara aktiv inom enbart ett område inte räcker för att undvika kritik från media eller frivilligorganisationer, vilket ytterligare styrker relevansen av detta arbete.

Trots att Carter och Rogers (2008) förespråkar detta holistiska synsätt där alla tre delar av hållbarhet integreras i hela försörjningskedjan visar Meixell och Luma (2015) i sin genomgång av SSCM-litteraturen att det fortfarande finns oklarheter i vad som undersöks och definieras som hållbarhet. Av åtta inkluderade artiklar tittar endast två stycken på alla delar av triple bottom line (Foerstl, Reuter, Hartmann & Blome, 2010; Tate, Ellram & Kirchoff, 2010), två stycken på enbart miljömässig hållbarhet (Gonzalez-Benito & Gonzalez-Benito, 2006; Caniato, Caridi, Crippa, & Moretto, 2012), en på enbart social hållbarhet (Schrader, Freimann & Seuring, 2012) och resterande på både miljömässig och social hållbarhet (Andersen & Skjoett-Larsen, 2009; Mont & Leire, 2009; Peters, Hofstetter & Hoffmann, 2011). Det här motbevisar delvis Toubolic och Walkers (2015) slutsats om att inställningen till hållbarhet inom SSCM numera betraktas som en helhetslösning, vilket motiverar vidare forskning på området.

Av de tre sistnämnda artiklarna i Meixell och Loumas (2015) undersökning fokuserar Andersen och Skjoett-Larsen (2009) huvudsakligen på ISO-certifiering av leverantörer, Mont och Leire (2012) på drivkrafter för och barriärer mot socialt hållbara inköpsaktiviteter och Peters et al. (2011) på hur en involvering av frivilligorganisationer kan främja interorganisatoriska förändringar. Även om samtliga artiklar inkluderar både sociala och miljömässiga aspekter av hållbarhet utelämnas en eventuell koppling mellan dess områden, ett gap som denna studie istället ämnar att fylla. Tidigare forskning som undersökt både social

och miljömässig hållbarhet har alltså ofta behandlat dem som separat områden utan att ta hänsyn till hur det ena området påverkar det andra (OECD, 2001). En anledning till detta kan enligt Pullman, Maloni och Carter (2009) vara att forskning ofta viktas mot ett specifikt område av hållbarhet beroende på fokusområdets praktik och natur, dvs. forskningen inom exempelvis bilindustrin fokuserar på miljömässiga aspekter då dess påverkan är störst inom detta område medan studier som behandlar kläder eller mode ofta riktar in sig på sociala faktorer. Forskning som faktiskt undersökt den ovan nämnda kopplingen mellan sociala faktorer och miljö, har gjort så på en konceptuell nivå men bedömt det omöjligt pga. att geografiska och situationsbaserade kontexter kräver varsitt ramverk (Lehtonen, 2004), eller hittat motstridiga fynd på en operationell nivå (Coenen, Fuchs & van de Peppel, 2000).

Det som denna genomgång av tidigare forskning inom hållbarhet och logistik har visat är att sustainable supply chain management, likt den generella hållbarhetsdiskursen, har utvecklats från att enbart inkludera miljöaspekter till att också omfatta sociala hållbarhetsfaktorer. En betydligt mindre del av forskningen har undersökt kopplingen däremellan och det som fortfarande är bristfälligt är forskning som förklarar hur dessa två områden hör ihop och påverkar varandra, det är här som detta arbete hoppas kunna bidra. En kvarstående problematik är dock den tvetydiga definitionen av vad hållbarhet egentligen är, något som undersöks i nästa stycke.

3.3 Vad är egentligen hållbarhet?

Som tidigare har diskuterats är definitionen av CSR och hållbarhet tvetydig och öppen för tolkning. En fråga som därmed uppstår är hur hållbarhet kan utredas utan en tydlig definition av vilka sociala och miljömässiga faktorer som betraktas som hållbarhet? För utreda ett eventuellt samband mellan social och miljömässig hållbarhet som är syftet med detta arbete krävs alltså en definition av begreppen för att på så sätt skapa en analysmodell som möjliggör att hållbarhet kan kvantifieras och analyseras. Inom logistikforskningen delas miljömässig hållbarhet av Piotrowicz (2011) upp i tre underkategorier: utsläpp likt koldioxid och andra föroreningar, utnyttjande av naturresurser i form vatten, land och fossilbränslen, samt som avfall och återvinning. Utsläpp är även något McKinnon (2012) lyfter fram som en viktig faktor för företag att fokusera på i sitt hållbarhetsarbete. Enligt McKinnon (2012) och Piotrowicz (2011) kan utsläpp mätas i ett antal faktorer som vanligtvis innefattar växthusgasutsläpp som koldioxid, metan, kväve eller svavel samt partikelutsläpp eller ozon.

Piotrowicz (2011) definierar även den sociala dimensionen av hållbarhet i tre undergrupper: hälsa och säkerhet för företagets anställda såväl som dess omgivning, bullernivåer på arbetsplatsen och anställningsvillkor för personalen i fråga om anställningssäkerhet, utbildning och utveckling. Ofta handlar dock social hållbarhet istället om att antingen förbättra villkoren för människor i U-länder längre bak i försörjningskedjan (Schrader et al., 2012) eller att ge till välgörenhet som ett sätt att legitimera sin plats i samhället (Seifert, Morris & Bartkus, 2003, 2004; Brammer & Millington, 2004, 2008). Forskning visar ofta att fokus ligger uppströms i försörjningskedjan men det kan även innehålla kriterier som arbetstagarnas rättigheter vilket är det främsta fokus i detta arbete. Dessa rättigheter kan innefatta hälso- och säkerhetsfrågor, löner, personalfrågor för arbetstagare med funktionshinder, jämställdhet, diskriminering av minoriteter eller pga. av etnicitet samt jämställdhet och mänskliga rättigheter (Lobel, 2006; Chen, Patten & Roberts, 2008; Waddock & Graves, 2006; Lerner & Fryxell, 1988; Coffey & Fryxell, 1991; Anderson & Frankle, 1980).

Svaret på frågan om vad som egentligen är hållbarhet har med andra ord inget enkelt svar och faktorerna som kan inkluderas är många. I skrivande stund har ingen färdig analysmodell hittats med hänsyn till transportbranschen och dess hållbarhetsarbete, därför kommer arbetes analysdel att inledas med en kartläggning av hållbarhetsfaktorer som både av näringsliv och forskning definieras som hållbarhet. Detta räcker dock inte för att utreda arbetets syfte utan en genomgång av teori kring värdeskapande blir nödvändig för att förstå om hållbarhetsarbete kan bidra till värde, något som görs nedan.

3.4 Värde och adderat värde

Begreppet värde har inom den akademiska världen skildrats i olika betydelser (Chernatony, Harris & Riley, 2000), inom prissättningslitteraturen har det definierats som en avvägning mellan kundernas uppfattningar om fördelar som genereras kontra uppoftningar som uppkommit (Leszinski & Marn, 1997), inom konsumentbeteende har det definierats som kundernas behov eller önskemål (Chernatony et al., 2000) och Rokeach (1973) menar att ett värde är en bestående tro om ett specifikt beteende eller önskvärt sluttillstånd. Porter (1985) antar istället ett företagsstrategiskt perspektiv och definierar således värde som det konsumenter är villiga att betala för en vara eller tjänst. Ur detta synsätt skapar således företaget värde för kunderna genom att antingen sänka priset eller genom att öka sin prestation. Dessa blandade synsätt gör att det inte finns en tydlig och klar definition av värde,

utan det visar snarare att värde blir subjektivt och skiftar beroende på synsätt. Detta exemplifieras av Chernatony et al. (2000) som menar att värde karakteriseras av olika faktorer liksom kunder, kulturer, situationer, före eller efter köpet. Utifrån ovanstående diskussion kan alltså inte hållbarhetsarbete enkelt tillskrivas ett värde utan ett flertal faktorer spelar in på värdets vara eller icke vara.

Samtidigt som värde har diskuterats så har även begreppet adderat värde eller mervärde diskuterats inom litteraturen. Jones (1986) hävdar att mervärdet är den viktigaste delen i skapandet av ett företags varumärke samt att mervärde är det som skiljer ett varumärke från en produkt. Naumann (1995) förespråkar att mervärde kan användas för att skapa konkurrensfördelar och bidra till företagets framtida framgång. En författare som definierar skillnaden på begreppen värde och adderat värde är Grönroos (1997), då företagets kärntjänst skapar värde medan företagets tilläggstjänster genererar det adderade värdet. Vidare menar Grönroos (2008) att tilläggstjänster hos ett företag är ett potentiellt konkurrensmedel för att stärka verksamheten samt för att förbättra relationerna och samspelet mellan tjänsteleverantör och kund. Även Marquardt, Golicic & Davis (2011) stämmer in i detta då ett trovärdigt och differentierat värdeerbjudande som lägger fokus på kundens upplevelse kan leda till att företaget skiljer sig från konkurrenterna på marknaden. Detta arbete ställer sig dock kritisk till den ganska enkla synen på adderat värde genom differentiering eller tilläggstjänster vilket betraktar kunden som passiv och instrumentell, diskussionen om värde behöver därför nyanseras med en djupare redovisning av vem som egentligen står för värdeskapandet, vilket görs nedan.

3.5 Värdeskapande

Det har förts en diskussion kring hur värde skapas och vilken roll tjänsteföretagen har i processen samt huruvida dessa verkligen kan erbjuda värde eller om det enbart är ett löfte om en möjlig framtid (Grönroos, 2011). Vargo och Lusch (2008) menar i sin tur att företag inte kan skapa värde åt sina kunder utan endast förse kunder med erbjudanden som har ett potentiellt värde. Dock motsätter sig Grönroos (2011) detta och menar att ett synsätt där företag inte kan skapa värde åt sina kunder bara delvis stämmer, istället kan företagen bli medskapare av värde och på så sätt generera värde. Vidare menar Grönroos (2011) att det är kunderna som står som värdeskapare i processen men genom interaktion med kunden möjliggörs förutsättningar för företagen att bli en del i värdeskapandet, något som leder till att företagen inte enbart erbjuder värdeskapande utan även blir medskapare av värde för sina kunder. Även Hallikas, Immonen, Pynnönen & Mikkonen (2014) hävdar att företag kan bli

medskapare men utvecklar detta och lyfter fram att en av de viktigaste faktorerna för värdeskapande mellan aktörerna är en kontinuerlig utveckling av tjänsten från leverantörens sida. En annan viktig faktor som lyfts fram är lyhördhet från tjänsteleverantören, vilket enligt Hallikas et al. (2014) betyder att i praktiken måste tjänsteleverantören snabbt kunna möta kraven på service från kunderna och leverera omgående. Detta synsätt av kunden som medskapare av värdet kommer vidare att användas i arbetets analysdel.

Utöver interaktionens roll för det gemensamma värdeskapandet hävdar Komulainen (2014) att det är viktigt för företag att ta kundernas förmåga och vilja att engagera sig i beaktning eftersom denna nivå kan variera mellan olika kunder. En annan viktig punkt som Komulainen (2014) lyfter fram för värdeskapande är att kunder inte alltid har erfarenhet eller kunskap om tjänsten och tjänsteprocessen vilket kan leda till att kunderna kan ha svårt att uppfatta värdet i tjänsten. Detta är något som kommer visa sig centralt när det kommer till hållbarhet och transporttjänster. Det är därför upp till företagen att uppmuntra och stimulera kunderna att göra en uppoffring att involvera sig som en medskapare och förstå värdet i tjänsten, vilket enligt Komulainen (2014) är avgörande för att kunderna ska kunna fungera som medskapare och för att värdeskapandet ska lyckas. Likt Komulainen (2014) menar Bettencourt, Brown & Sirianni (2013) att utvecklingen av tjänster måste ske i enlighet med kundernas förväntningar och påpekar att det krävs innovationsförmåga från tjänsteleverantörens sida, ett arbete som bör integreras med kunderna för att uppnå bästa effekt.

Detta arbete sällar sig till de författare som förespråkar att värde inte kan produceras eller tillhandahållas av företag utan att ta hänsyn till faktorer som exempelvis kundens preferenser. Inte heller anser detta arbete att värdeskapande kan ske utan kundens inblandning, skapandet sker i interaktionen mellan företag och kund. Dock bör synen på värdeskapande ifrågasättas ytterligare, värde behandlas ofta inom forskningen som svart eller vitt, dvs. som värde eller icke värde, men finns det verkligen ingen nyansering av värdets vara eller icke vara? Bourdieus (1995) handlingsteori erbjuder en passande analysmodell för att utreda detta.

3.6 Värdeskapande och sociala fält

För att runda av diskussionen om värde, dess skapande och ytterligare adderat värde följer nedan en kortfattad redogörelse för Bourdieus tankar kring sociala fält, sociala agenters perceptioner och symboliskt kapital. Detta har gjorts för att nyansera bilden av värdeskapande, för att tydliggöra att värde inte är något så enkelt som att tillskriva en vara eller tjänst vissa egenskaper och sedan förutsätta att värde har skapats. Denna del inleds med

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

en kortare förklaring av olika begrepp ur Bourdieus handlingsteori och avslutas sedan med hur dessa kan kopplas samman med värdeskapande.

Enligt Bourdieu (1995) bygger det sociala fältet, ett imaginär, immateriellt rum, på relationer, dispositioner (även kallat Habitus) och ställningstaganden, dvs. de val som sociala agenter gör i de mesta skilda områden, exempelvis mat, musik, idrott, eller politik. Hela diskussionen kring det sociala fältet och habitus bygger på det som kallas för smak dvs. olika typer av preferenser eller distinktioner. Dessa kan dock inte ses som medfödda eller naturliga utan existerar enbart i förhållande till andra egenskaper, i relationer till andra inom fältet. Det sociala fältet är sedan konstruerat på ett sådant sätt att de sociala agenterna, eller för den delen olika grupper av agenter, är fördelade i rummet utifrån två differentieringsprinciper, ekonomiskt och kulturellt kapital. Ju närmare agenterna befinner sig varandra i rummet, desto mer har de gemensamt och ju längre ifrån de befinner sig, desto mindre har de gemensamt.

Agenternas habitus utgör sedan principerna för välavgränsade praktiker, exempelvis vad någon äter och hur den äter. Habitus definierar alltså handlandet för agenten men bestämmer också skillnaden mellan gott och ont, bra eller dåligt. Beroende på agentens habitus och var den befinner sig i det sociala rummet kan olika beteenden eller tillgångar uppfattas på olika sätt, dvs. det som är god smak för någon kan ses som vulgärt för någon annan. Att konstruera ett sådant socialt rum eller fält leder enligt Bourdieu (1995) till möjligheten att konstruera teoretiska klasser, homogena grupper som hänger samman genom praktiker och egenskaper. Därmed ges möjligheten att, likt naturvetenskapens klassifikationssystem, klarlägga bestämmande egenskaper för klassen vilket gör det möjligt att förutsäga andra egenskaper. En viss plats i det sociala fältet ger alltså möjligheten att dra slutsatser om ett visst antal andra egenskaper.

Vidare talar Bourdieu (1995) om så kallat symboliskt kapital. Han menar att olika egenskaper (fysiska, ekonomiska, kulturella eller sociala) förvandlas till symboliskt kapital när dessa uppfattas och tolkas av agenter i det sociala fältet. Dessa agenter kan sedan med hjälp av perceptionskategorier urskilja dessa, erkänna dem och även tillskriva dem ett värde. Dessa olika egenskaper förvandlas alltså till värde när dessa uppfattas av agenter som definieras av dess habitus samt relationen till dess egenskaper. Intressant i relation till värdeskapande är också att när det kommer till sociala fält menar Bourdieu (1995) att alla som befinner sig på fältet har en relation till fältet, något som kallas *illusio*. Bourdieus tanke är att varande på ett fält kräver en slags inträdesavgift, i den mån att genom inträde tillskrivs fältet värde. Detta

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

betyder att oavsett var någon står, för eller mot, så garanterar ett inträde fältet värde, annars skulle de sociala agenterna inte befinna sig där.

I ett försök att koppla samman Bourdieus tankar med diskussionen ovan kring värdeskapande blir det tydligt att värde inte kan skapas enhälligt av företag utan dessa fungerar som medskapare av värdet tillsammans med kunden eller andra intressenter. Detta blir dock bara sant utifrån Bourdieus tankar om att värde endast blir värde för de agenter som deltar på fältet och som har godkänt och accepterat inträdet på fältet, med andra ord att det som står på spel är värt att kämpa om. Värdet skapas alltså bara om agenterna på det sociala fältet accepterar att det faktiskt är ett värde vilket återigen understryker värdeskapande som en gemensam aktivitet mellan kunder och företag.

Agenter på det sociala fältet kan också utföra aktiviteter som inte generera ekonomiska vinster utan snarare symboliskt värde, dvs. företag som tillhandhåller vissa tjänster behöver nödvändigtvis inte göra en ekonomisk vinst utan erhåller istället ett symboliskt värde eftersom agenterna på det sociala fältet har bedömt det som värde. Detta synsätt går i mångt och mycket i linje med Grönroos (1997) samt Vargo och Lusch (2008), där företag möjliggör värdeskapande genom att tillhandahålla en tjänst men det är, med bakgrund av Bourdieu (1995), kunden själv, genom sin position på det sociala fältet och genom sitt habitus, som avgör om det är värde eller inte. Här skapas alltså ett tydligt samband mellan Bourdieus teorier och värdeskapande, i relation till arbetets syfte.

För att sammanfatta denna teoretiska diskussion har det visats att hållbarhetsforskningen genomgått en utveckling från att mestadels fokusera på miljöfrågor till att även inkludera sociala aspekter av företagande, vilket även har varit fallet inom logistikområdet. Det som dock verkar fattas är forskning som påvisar ett samband mellan dessa två områden och hur dem påverkar varandra. Detta arbete vill därmed utforska detta och göra så genom att nyansera diskussionen om en sådan koppling kan generera värde, bland annat genom att inkludera teorier kring värde, värdeskapande och Bourdieus handlingsteori. Det som kvarstår är dock att det saknas en etablerad analysmodell för att bedöma om ett företag eller organisation verkligen bedriver hållbarhetsarbete eller inte, i särklass i transportbranschen. Därför kommer analysdelen av detta arbete inledas med att skapa en analysmodell för att identifiera hållbarhetsarbete i transportbranschen vilket blir ett absolut krav för att vidare utreda arbetets syfte.

4. Analys

I denna del behandlas arbetets frågeställningar i turordning för att utreda arbetets syfte. Den första analysdelen inleds därför med vad som definieras som hållbarhet i transportbranschen, något som även kan kallas en analysmodell av hållbarhet. Sedan följer en diskussion kring sambandet mellan olika hållbarhetsfaktorer sett till den insamlade empirin och slutligen förs en diskussion kring huruvida hållbarhet i transportbranschen verkligen leder till värdeskapande.

4.1 Vad är hållbarhet i transportbranschen?

Det har tidigare i arbetet diskuterats att det, enligt Dahlsrud (2008), existerar otaliga definitioner av begreppet CSR och hållbarhet. Problematiken med detta är att det ofta, likt Piotrowicz (2011), handlar om breda definitioner som är svåra att tillämpa som analysmodell i praktiken. Eftersom det i skrivande stund inte har hittats en analysmodell för att bedöma hållbarhet i transportbranschen blir således målet med denna del av arbetets analys att skapa en sådan. Modellen kommer sedan att användas för att analysera den insamlade empirin och utreda en eventuell koppling mellan social och miljömässig hållbarhet. Denna analysmodell bygger på faktorer som i forskningssammanhang, men även av näringslivet, karakteriserar som hållbarhet i transportbranschen. En kartläggning har därmed gjorts varvid ett antal olika certifiering, märkningar och utmärkelser har identifierats, granskats och sedan listats med faktorer relevanta i hållbarhetsarbete, denna kartläggning finns presenterade i bilagorna av detta arbete (se Bilaga 6). För att komplettera denna lista har även en översikt av sociala och miljömässiga faktorer inom hållbarhetsforskningen utförts (se Bilaga 7). Detta har gjorts för att nyansera och skapa tyngd för arbetets fortsatta analys. Nedan följer även en kortare diskussion kring för- och nackdelar mellan märkningar, certifieringar och tidigare forskning. Dessa faktorer från tidigare forskning och näringsliv har sedan tematiserats för att identifiera mönster med överlappningar av faktorer vilket sedan har lett till att tre miljöfaktorer och tre sociala faktorer har valts ut för att inkluderas i analysmodellen.

4.1.1 Hållbarhet i utmärkelser och certifieringar

För att påbörja diskussionen kring certifieringar och märkningen som ska inkluderas i ovan nämnda analysmodell inleds denna del med Naturskyddsföreningens certifiering *Bra Miljöval* för person- och godstransporter, då idén med denna är att skapa en miljömärkning för transporter som är minimalt skadliga för miljön (Naturskyddsföreningen, 2015). Fördelen med Bra Miljöval är att den är detaljerad i sin kravspecifikation och har strikta krav på

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

uppföljning, jämfört med exempelvis *Green Freight Label* som (åtminstone inte uttryckligen på sin hemsida) specificerar vilka krav som ställs utan bara förespråkar hållbart ledarskap. Nackdelen med Bra Miljöval ligger dock i att kraven som ställs är hårda vilket gör att de flesta aktörerna i transportbranschen, i särklass inom vägtransporter, får svårt att kvalificera sig för märkningen, något som bekräftas av Produktansvarig Bra Miljöval godstransporter; ”Kraven är tuffa, exempelvis Schenker skulle inte klara kraven som de ser ut idag”. Ändå är planen att i framtiden skärpa kraven samt att även eventuellt inkludera sociala hållbarhetskrav som exempelvis kollektivavtal; ”det borde gå att hänga ihop med miljö tycker jag (...) att det är rimliga och schysta villkor för dem som kör” (transkribering 8, s. 3 & 6). Här finns alltså en tydlig tanke att hållbarhet inte kan fungera i isolering, dvs. alla delar ur Elkingtons (1998) triple bottom line måste tillgodoseas.

Med hänsyn till de andra certifieringarna och utmärkelserna från näringslivet i den utförda kartläggningen kan kritik framföras mot deras validitet eftersom dessa inte alltid specificerar vad som mäts och hur det kontrolleras eller följs upp. Ett exempel på detta, förutom Green Freight Label, är *Lean & Green*, vilket i realiteten enbart premierar en reduktion av CO₂ men ställer inga direkta krav på nivåer. Detta betyder med andra ord att företag som är rakt ut dåliga på miljömässig hållbarhet bara blir lite mindre dålig, men inte nödvändigtvis representerar ett bra miljömässigt alternativ. En annan märkning i den svenska transportbranschen är *Fair Transport* som till skillnad från Bra Miljöval tar upp både social och miljömässig hållbarhet, helt i enlighet med Carter och Rogers (2008). Dock lider Fair Transport av samma problematik som många utmärkelser, certifieringen blir tandlös i den bemärkelsen att den är godtycklig i sin tolkning vilket uttrycks av intervjuperson 2; ”Vi har Fair Transport men ska jag vara ärlig tycker jag det är spel för galleriet (...) läser man om det kan man se att det står att man ska ha kollektivavtal eller liknande, vad är liknande? Det blir rätt så urvattnat till sist” (transkribering 2, s. 3).

Även om betydelsen och vikten av dessa certifieringar och utmärkelser bör ifrågasättas kan en tydlig röd tråd identifieras med hänsyn till inkluderade faktorer. På miljösidan dominerar CO₂ relaterade mål, vilket inte är uppseendeväckande utifrån det faktum att det uppskattas att vägtransporter står för runt åtta procent av alla energirelaterade CO₂-utsläpp världen över (McKinnon, 2012, s. 4). Att företag väljer att reducera CO₂-utsläpp kan också bero på att CO₂ är relativt enkelt att mäta och sällan kräver dyra investeringar (Piecyk & McKinnon, 2010) men att det också är tal om så kallat ”green-gold” (McKinnon, 2012) dvs. att reducera CO₂ ofta handlar om att reducera bränsleförbrukningen och därigenom även generera ekonomiska

vinster, vilket underlättar då den ekonomiska biten av triple bottom line inte behöver prioriteras bort.

En annan faktor som förekommer frekvent i utmärkelser och certifieringar är förnyelsebara bränslen. Både Bra Miljöval, *Eco Performance Award* och *IRU Award* listar detta som en faktor för miljömässig hållbarhet. Här uppkommer dock en annan svårighet för företag som är villiga att arbeta med detta som intervjuperson 2 illustrerar; ”Vi har jobbat med gasbilar på uppdrag från köparen men det fungerade inte (...) det fanns ingenstans att tanka och det var mycket dyrare att köpa” (transkribering 2, s.1). Även forskning visar att trots en välvilja mot byte till förnyelsebara bränslen har få framsteg gjorts mot detta i transportbranschen, mycket tros bero på en högre kostnad (Leonardi, Cullinane & Edwards, 2012). Utan att vidare kommentera möjligheten till eller utbredningen av, användandet av förnyelsebara bränslen, konstateras dock att det i certifieringar och märkningar lyfts detta fram som en miljömässig hållbarhetsfaktor.

Den sista miljöfaktorn som förenar de utvalda certifieringarna och märkningarna är energianvändning. Utan att närmare specificera exakt vad som menas med energianvändning eller effektivitet förekommer faktorn i två utmärkelser och en certifiering, inkluderas ECO-Drive som är ett sätt att minska bränsleförbrukningen och därmed energianvändningen, inkluderar även Fair Transport denna faktor i sin bedömning. McKinnon (2012) menar att miljömässig påverkan från godstransporter är nära relaterat till energiförbrukning, vilket ytterligare stärker argumentet för att välja energianvändning som faktor vid bedömning av hållbarhet i transportbranschen.

Detta sammanfattar diskussionen kring faktor som av näringslivet betraktas som miljömässiga hållbarhetsfaktorer. Vidare diskuteras därmed vilka faktorer som istället betraktas som social hållbarhet och här är svaren något tvetydigare. En certifiering inom transportbranschen som fokuserar på den sociala delen av hållbarhet genom kollektivavtal är märkningen *Schysta Villkor*. Enligt Transportarbetarförbundet startades kampanjen eftersom facket upplevde att det var svårt för allmänheten att avgöra om leverantören har schysta villkor för sina anställda eller inte; ”Det är inte rimligt att begära av den enskilde, antingen om det är företag eller privatperson, att ringa och fråga oss om det finns avtal, det måste vara enklare, det var på den grunden idén kom fram” (transportarbetarförbundets ombudsman, transkribering 7, s. 1). *Schysta Villkor* handlar alltså om att premiera seriösa, avtalsbundna företag genom att låta

dem använda en dekal som talar om för kunderna att Transportarbetarförbundet ser positivt på verksamheten och att företaget betalar löner, försäkringar och sociala avgifter enligt avtal.

Dock begränsar sig Schysta Villkor enbart till social hållbarhet, även om transportarbetareförbundets ombudsman påpekar att facket tidigare inkluderat miljöaspekter i sitt arbete; ”Vi har tidigare kört studiecirkel om hållbarhet med miljöaspekter (...). Tanken med det är ju precis som du sa innan att miljömässig hållbarhet och social hållbarhet går många gånger hand i hand” (transkribering 7, s. 4). Citatet visar alltså att Schysta Villkor, likt Bra Miljöval, har haft tanken på att social och miljömässig hållbarhet går hand i hand, mycket i linje med Carter och Rogers (2008). Det styrker också relevansen av detta arbete eftersom det ämnar att inkludera båda områden av hållbarhet.

En annan faktor inom området social hållbarhet som förekommer i lite olika skepnader är arbetsförhållanden, Eco Performance Award pratar om familjevänliga arbetstider, Fair Transport om trygga anställningar och goda arbetsförhållanden, IRU Award nämner arbetstider medan Schysta Villkor genom kollektivavtal reglerar arbetsförhållanden i arbetstid, övertid, sjukfrånvaro etc. Goda arbetsvillkor lyfts också fram av Piotrowicz (2011) som en del i sin definition av de tre pelarna av hållbarhet. Något som är nära kopplat till arbetsförhållanden i transportbranschen är bestämmelser som reglerar kör- och vilotider. Många åkerier som inkluderats i denna studie lyfter fram detta som en ”het potatis”, en av ägarna till ett mindre åkeri beskriver transportbranschen som en utsatt bransch, minsta avvikelse leder till dryga böter men vidhåller att det måste vara så annars skulle ett utbrett fusk bli ännu vanligare; ”I ingen annan bransch åker man ut på en arbetsplats och frågar vad dem gjorde för två år sedan och kräver in böter för detta (...) men det måste vara så, annars skulle det bli vilda västern direkt” (intervjuperson 2, transkribering 2, s. 2). En annan respondent bekräftar denna syn; ”det är helt sjukt som det är idag, säg att det blir tre minuter över vad dem har lov att köra så blir det massa böter (...) I Tyskland t.ex. är det fullkomlig laglöshet, där stannar lastbilarna på vägarna och slår på varningsblinkers och sover där. Det är synd men det är ju för att det är billigare att stanna och sova där än att köra tre minuter till.” (intervjuperson 1, transkribering 1, s. 2). Det citaten ovan antyder är att kör- och vilotider har ett stort fokus för åkerier vilket legitimerar dess plats i arbetets analysmodell för social hållbarhet.

Den sista sociala faktorn som valts ut är hälsa och säkerhet, givet att detta är en bred faktor som innefattar ett antal aspekter, däribland trafiksäkerhet, säkerhet på arbetsplatsen eller

utbildning för att öka säkerhet. Säkerhet är även en av de pelare som av Piotrowicz (2011) definieras som den sociala dimensionen i hållbarhet, vilket bekräftar relevansen att ta med säkerhet som en faktor. En sammanfattning av sociala hållbarhetsfaktorer i näringslivet blir således kollektivavtal, kör- och vilotider samt säkerhet. De utvalda miljömässiga faktorerna från certifieringar och utmärkelser är sedan tidigare CO₂-utsläpp, förnyelsebart bränsle samt energianvändning. Nedan fortsätter diskussionen kring faktorer som av forskning betraktas som hållbarhet.

4.1.2 Hållbarhet i forskning

Inledningsvis bör sägas att inte alla artiklar som inkluderats i kartläggningen fokuserar på just logistik och vägtransporter, detta kommer sig mycket av det som Quinn (2000) skriver att ett ökat fokus på hållbarhet inom logistiken inte betytt mer forskning inom hållbarhet och transporter. Nedan följer dock en sammanfattning av faktorer som definierar social och miljömässig hållbarhet i forskningssammanhang.

Till ingen större förvåning speglar hållbarhetsfaktorerna i den akademiska världen de som valts ut i näringslivet. Den dominerande miljöfaktorn inom logistikforskningen är CO₂-uppföljning, precis som diskuterats tidigare utgör CO₂-utsläpp från vägtransporter en avsevärd miljöpåverkan (McKinnon, 2012) och detta tillsammans med en relativt enkel mätbarhet resulterar i stort utrymme i forskningen. Det som dock bör sägas med hänsyn till utsläpp är att forskningen oftast inkluderar flera typer av utsläpp likt NO_x eller partiklar men dessa typer av utsläpp låter sig inte mätas lika enkelt som CO₂. Därmed exkluderas dessa vidare i analysen eftersom att välja en faktor som är svårt att mäta och få företag inom vägtransporter arbetar med i praktiken, blir överflödig.

Utöver CO₂ förekommer landanvändning frekvent inom forskningen, denna faktor kommer emellertid inte heller inkluderas vidare i analysen eftersom detta inte är en fråga som direkt berör företag som utför vägtransporter utan snarare blir aktuellt för andra delar av logistikbranschen. Inte heller avfall kommer inkluderas i analysmodellen eftersom avfall inte blir en avgörande faktor att arbeta med för företag som sysslar med att transportera olika typer av gods. Istället är utnyttjande av naturresurser en bra faktor att inkludera, en tolkning av detta är förnyelsebart bränsle som i principen innebär att minska utnyttjandet av naturresurser. Därmed slutar de gemensamma nämnarna för miljömässig hållbarhetsfaktorer inom forskningen som inkluderats i kartläggningen.

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

Vid frågan om sociala hållbarhetsfaktorer i forskningssammanhang är dessa ännu mer spretiga i sitt fokus. Faktorer som att arbeta med välgörenhet eller ansvarstagande i utvecklingsländer kommer inte inkluderas i analysen, med bakgrund av Carter och Rogers (2008) som menar att företag måste engagera sig i hållbarhetsfrågor som går i linje med företagets ekonomiska mål. Istället blir säkerhet något som fungerar som en gemensam nämnare för ett antal av artiklarna som inkluderats i kartläggningen, exempelvis Piotrowicz (2011) och Santén (2013) menar att hälsa och säkerhet kan definieras som olyckor och dess relation till de anställdas arbetsförhållanden vilket blir av stor relevans för företag inom vägtransporter. Även Labuschagne, Brent och Claasen (2005) talar om säkerhet i form av en reduktion av olyckor såväl som Greene och Wegener (1997) som pekar på säkerhet genom ökad utbildning.

Anställningsförhållanden är också något som förenar en del av artiklarna och här är naturligtvis en minskning av olyckor en bidragande faktor men utöver detta listar Piotrowicz (2011) att fler anställda får anställningstrygghet genom tillsvidareanställning, att personalen utbildas i system och rutiner samt minskad frånvaro. Även Labuschagne et al. (2005) pekar på anställningsförhållanden genom anställningstrygghet och utveckling av de anställda. Därmed inkluderas även detta i analysmodellen. För att summera det utvalda faktorerna, både inom näringslivet men också i forskningssammanhang, har totalt sex faktorer valts ut, tre miljöfaktorer och tre sociala faktorer. De utvalda faktorerna sammanställs nedan (se Tabell 3).

Tabell 3. Analysmodell för hållbarhet i transportbranschen

Socialt	Miljö
Kollektivavtal	CO ₂ -utsläpp
Kör- och vilotider	ECO-Drive
Hälsa och säkerhet	Förnyelsebart bränsle

En längre förklaring till dessa val har redan gjorts men för att ytterligare förtydliga har ECO-Drive har valts som faktor utifrån det faktum att de flesta åkerier arbetar med minskad energianvändning genom att köra mer miljövänligt, det blir alltså mer påtagligt att använda ECO-Drive som måttstock. Med hänsyn till kollektivavtal har detta valts eftersom det på ett bra sätt representerar ett antal aspekter med hänsyn till de anställdas arbetsförhållanden samt att det, likt ECO-Drive, utgör en användbar måttstock. Vidare har alltså kör- och vilotider använts som faktor istället för arbetstider eftersom detta är en representativt och utbredd faktor i transportbranschen. Dessa sex faktorer kommer vidare att användas som analysmodell för att bedöma de inkluderade åkerierna i denna studie med hänsyn till deras hållbarhetsarbete

samt huruvida det finns en koppling mellan faktorer, allt i enlighet med Elkingtons (1998) triple bottom line samt Carter och Rogers (2008) modell av hållbarhet.

4.2 Finns det en koppling mellan social och miljömässig hållbarhet i transportbranschen?

I denna del av arbetet utreds en eventuell koppling mellan miljömässig och social hållbarhet, Detta görs först genom att inleda med att diskutera kopplingar mellan faktorer inom samma hållbarhetsområde, med bakgrund av den framarbetade analysmodellen från föregående del av arbetet. Därefter utreds kopplingen mellan de båda områdena och vilka effekter detta får, även med hänsyn till de krav av transparens som krävs för att kopplingen ska få effekt. Nedan (se Tabell 4) presenteras resultatet av utförda intervjuer med inkluderade företag, med andra ord vilka åkerier som arbetar vilka aspekter av hållbarhet med hänsyn till den utarbetade analysmodellen. De olika faktorerna utreds närmare i följande stycke.

Tabell 4. Resultat av multipel fallstudie

	CO₂- utsläpp	Förnyelsebart bränsle	ECO- Drive	Säkerhet	Kollektivavtal	Kör- & vilotider
Åkeri 1	X	X	X	X	X	X
Åkeri 2	X		X		X	X
Åkeri 3	X		X		X	X
Åkeri 4	X	X	X	X	X	X
Åkeri 5	X		X		X	X

4.2.1 Samband inom social hållbarhet

För att kunna utreda arbetets syfte måste först en diskussion kring grundläggande kopplingarna inom det sociala hållbarhetsområdet presenteras. Det som utförd fallstudie visar är att av fem intervjuade åkerier hade samtliga företag kollektivavtal för sina svenska förare (se Tabell 4). Det framgick även att fyra av fem åkerier följer gällande lagar och regler för kör- och vilotider. Det sista åkeriet var ett undantag då dessa istället anammade dygnsvila, men eftersom dessa fortfarande måste följa gällande arbetstidslag går detta att likställa med kör- och vilotider. Alla fem åkerier lyfte fram vid intervjutillfällena att de arbetade med uppföljning av kör- och vilotider genom digitala färdskrivare samt att de arbetade med att analysera och följa upp avvikelser. Intervjuperson 4 och 5 påpekade att i sitt företag finns en anställd som enbart jobbar med uppföljning kring kör och vilotider (transkribering 4, 5).

Intervjuperson 5 (transkribering 5) påpekade även att de aldrig skulle ta på sig en körning där de skulle vara tvungna att fuska för att få ihop det, eftersom det skulle bli alldeles för dyrt att fuska med kör- och vilotider. Några åkerier uppgav även att de kontinuerligt jobbade med utbildningar för att underlätta för sina förare, helt i linje med Greene och Wegener (1997). Andra åkerier medgav att utbildningar var för tidskrävande och arbetade istället med att utbilda vid uppföljning av avvikelser. Det här visar att det finns en koppling mellan dessa två faktorer, dvs. företag som har kollektivavtal tillämpar även strikt uppföljning av kör- och vilotider, dels pga. risken för böter men även då kollektivavtal binder företagen till att respektera förarens arbetstider. Det ter sig alltså naturligt att företag med kollektivavtal respekterar och följer upp kör- och vilotider.

Det framgick även av intervjuerna att två av åkerierna (se Tabell 4) arbetade med planering av sina kör- och vilotider vilket i sin tur genererade säkerhet för chaufförerna. Intervjuperson 4 påpekade att det handlar om en bra arbetsmiljö; ”Vi skapar förutsättningar så att alla kan utföra sitt arbete på ett professionellt och bra sätt. Men även att vi kör med lastbilar som är säkra och har den senaste tekniken (...) allt som finns på marknaden som kan finnas i en bil och hjälpa säkerheten, det har vi i våra bilar” (transkribering 4, s. 2). Denna form av social hållbarhet genom förbättrade arbetsförhållanden och förbättrad säkerhet för de anställda bekräftar Piotrowiczs (2011) resonemang om hållbarhet. Denna koppling bekräftas dock inte av alla åkerier varför det inte går att hitta ett samband mellan säkerhetsaspekten och andra delar av social hållbarhet. Istället fortsätter diskussionen kring samband inom området miljömässig hållbarhet.

4.2.2 Samband inom miljömässig hållbarhet

Som i tidigare stycke diskuterats kan det finnas samband mellan faktor inom samma hållbarhetsområde, detta är även fallet inom det miljömässiga hållbarhetsarbetet. Det som utförd kartläggning visar (se Tabell 4) är att samtliga av de inkluderade företagen, på ett eller annat sätt, arbetar med ECO-Drive, även om det är av mindre altruistiska skäl; ”det finns ett egenintresse av det i form av pengar, men så finns det såklart ett miljöintresse också” (intervjuperson 4, transkribering 4, s. 1). Det är alltså inte av rent miljömässiga skäl som åkerierna anammar ECO-Drive utan snarare som ett sätt att spara pengar genom minskad bränsleförbrukning. Intervjuperson 3 stämmer också in i bilden av ECO-Drive som en ren ekonomisk åtgärd med mindre fokus på dess positiva miljöeffekter; ”det är främst när vi ser att det sticker iväg och det blir för hög bränsleförbrukning som vi gör en uppföljning för att se var felet ligger någonstans” (transkribering 3, s. 2). Detta verkar alltså i huvudsak vara det

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

som McKinnon (2012) beskriver som ”green-gold”, dvs. miljöbesparande aktiviteter som genererar ekonomisk nytta. Detta skapar med andra ord också en tydlig koppling mellan delarna ekonomi och miljö i Elkingtons (1998) triple bottom line.

Den miljömässiga aspekten av ECO-Drive är alltså förekommande men verkar vara sekundärt efter ekonomiska incitament, mycket pga. att trycket och uppföljningen från beställaren eller transportköparen är obefintlig; ”vi måste redovisa detta till våra kunder men det blir ganska schablonmässigt” (intervjuperson 1, transkribering 1, s. 2). Intervjuperson 6 intygar att uppföljningen många gånger är bristfällig från beställaren; ”det är alltid krav vid upphandlingen på senaste modell av motor eller bättre bränsle. Men den löpande uppföljningen, med att presentera data på CO₂ eller presentera fakturor att du köpt det bränslet att du faktiskt ska köpa, det förekommer inte” (transkribering 6, s. 2). Denna typ av aktiviteter ligger med andra ord i gränslandet för det som av ett flertal författare (Beder, 1998; Bruno, 1997; Laufer, 2002) benämns som ”greenwashing”. Dock ger moderna lastbilar med så kallade Fleet Management system¹ möjligheten till uppföljning av förarens körning i realtid. Detta ger även möjligheten att följa upp CO₂-utsläpp för att kartlägga bilens totala miljöpåverkan, oavsett ekonomiska eller miljömässiga incitament. Detta innebär att åkerier som tillämpar ECO-Drive och har någon form av Fleet Management system får CO₂-uppföljningen på köpet. Även de åkerier som inte har Fleet Management system men fortfarande utbildar sina förare i ECO-Drive och följer upp bränsleförbrukningen kan spåra sitt CO₂-avtryck, intervjuperson 1; ”vi tittar på olika fordonskombinationer och biltyper sen lägger vi mallar, det blir ganska enkelt att summera i slutändan vad belastningen har varit” (transkribering 1, s. 2). Detta citat bekräftar valet av följa upp CO₂-utsläpp som ett resultat av att CO₂, enligt Piecyk och McKinnon (2010), är relativt enkelt att mäta och sällan kräver dyra investeringar.

Det finns alltså en tydlig och ganska naturlig koppling mellan ECO-Drive och uppföljning av CO₂-utsläpp. Naturligtvis ställs krav på åkeriet att ta fram siffror eller lägga dessa mallar över fordonskombinationer men samtliga inkluderade åkerier i denna studie som aktivt arbetar med ECO-Drive har också någon form av CO₂-uppföljning, sen om det är av ekonomiska intressen eller miljömässiga anledningar får förbli osagt. Den tredje miljöfaktorn som identifierats som måttstock för miljömässig hållbarhet, förnyelsebart bränsle, har inte kunnat kopplas till någon annan faktor och verkar inte heller vara vanligt förekommande. Detta verkar komma sig av en

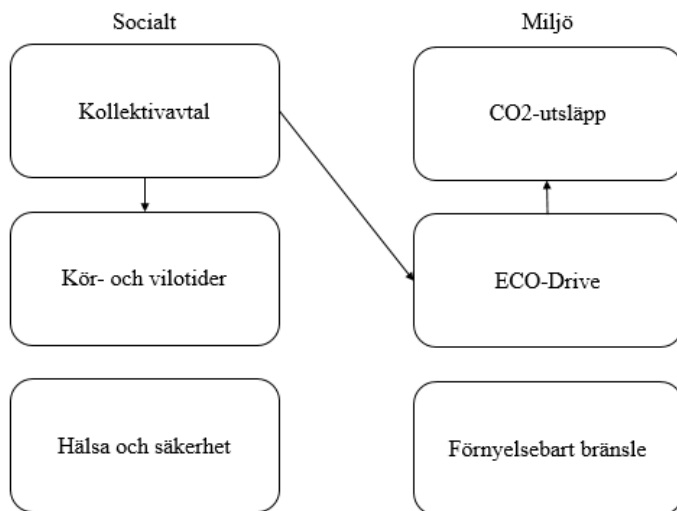
¹ Fleet Management system är ett IT-baserat gränssnitt som erbjuder kontroll och uppföljning av kommersiella fordonsflottor med hänsyn till GPS-spårning och miljöbelastning.

kombination av högre pris och sämre tillgänglighet tillsammans med en bristande uppföljning av beställare och transportköpare som diskuterats ovan; ”vi försökte köra på förnyelsebart bränsle (...) men de flesta var mer dyra än bra” (intervjuperson 6, transkribering 6, s. 1). Detta citat stämmer in det som Leonardi et al. (2012) skriver att användningen av förnyelsebara bränslen i stor utsträckning begränsats av ett högre pris. Eventuellt skulle en koppling kunna göras mellan förnyelsebara bränslen och en reduktion av CO₂ men eftersom få intervjuade företag arbetar med det har denna inte kunnat etableras. Detta avslutar diskussionen kring kopplingen mellan faktorer inom samma hållbarhetsområde och i nästa del fortsätter diskussionen kring sambandet mellan social och miljömässig hållbarhet.

4.2.3 Samband mellan social och miljömässig hållbarhet

Förutom de interna kopplingar som tidigare presenterats har detta arbete även kunnat identifiera en koppling mellan den sociala och miljömässiga hållbarheten hos de intervjuade åkerierna. Det som denna studie visar, utifrån insamlad empiri, är att de åkerier som har kollektivavtal för sina anställda även har ett miljöarbete i form av ECO-Drive. Det betyder med andra ord att om en beställare eller transportköpare väljer att köpa en transport av ett åkeri som har ett kollektivavtal för sina chaufförer kommer transporten med stor sannolikhet vara miljövänlig eftersom åkeriet tillämpar ECO-Drive. Det betyder också, med hänsyn till tidigare etablerade interna kopplingar, att sambandet social och miljömässig hållbarhet ger ytterligare effekter. Inom den sociala delen av hållbarhet kommer köparen veta att om åkeriet har kollektivavtal kommer även åkeriet med största sannolikhet följa kör- och vilotider för sina åkare. Kopplingen visar även att åkerier med kollektivavtal som tillämpar ECO-Drive kommer kontrollera och följa upp CO₂-utsläpp. En beställare eller transportköpare som ställer krav på kollektivavtal för samtliga chaufförer erhåller därmed ett antal ytterligare hållbarhetsfaktorer, dessa kopplingar illustreras nedan.

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen



Figur 3. Samband mellan social och miljömässig hållbarhet

Dessa olika kopplingar ovan visar tydligt sambandet mellan två olika hållbarhetsområden, vilket går i linje med Carter och Rogers (2008) modell för hållbarhet som tidigare presenterats i detta arbete. En koppling mellan dessa två områden ifrågasätts av Carter och Rogers eftersom samband utan tydlig koppling till den ekonomiska delen av hållbarheten bara benämns som ”good?”. Detta ifrågasättande vill arbetet härmed kritisera då den identifierade kopplingen mellan social och miljömässig hållbarhet, i detta fall, betyder ökad kvalitet, något som bekräftas av intervjuperson 4; ”det här med lägsta pris börjar gå över (...) det blir sämre kvalitet och det är ingen hållbarhet i det” (transkribering 4, s. 2). Även om en direkt koppling till den ekonomiska delen av hållbarhetstriangel från Carter och Rogers (2008) saknas, resulterar alltså sambandet till mellan social och miljömässig hållbarhet i ökad kvalitet, och ökad kvalitet kan leda till ekonomisk hållbarhet enligt Powell (1995). Även relation mellan kollektivavtal och ECO-Drive genererar indirekt en ekonomisk fördel sett till McKinnons (2012) resonemang om ”green-gold”.

Trots att sambandet mellan social och miljömässig hållbarhet har kunnat påvisas har arbetet inte kunnat identifiera samma naturliga koppling mellan dessa två områden som hittats mellan faktorer inom samma område. Den stora frågan är med andra ord varför? Varför har åkerier med kollektivavtal också ECO-Drive? I detta fall verkar det snarast handla om en beteendefråga. Denna bild bekräftas av intervjuperson 1; ”Det är en beteende fråga, har du ett visst beteende i en fråga har du ett liknande beteende i en annan fråga ” (transkribering 1, s. 4). Dock är det viktigt att poängtera att detta inte är något som går att generalisera över hela branschen men citatet från åkeriet stärker bilden av att om ett företag är bra på en del av

hållbarhet är företaget troligtvis bra på andra delar av hållbarhet. Även om tanken på hållbarhet som en beteendefråga är svår att greppa erbjuder Bourdieus (1995) diskussion om att konstruera teoretiska klasser som hänger samman genom praktiker och egenskaper i ett socialt rum en möjlighet till förståelse. Med detta menas att företag som befinner sig på en viss plats i det sociala fältet väljer hållbarhet likt andra företag som befinner sig på samma plats i det sociala fältet. Även om detta är en ytterst instrumentell tolkning av Bourdieus teori erbjuder det dock en möjlighet till ett sätt att förstå hållbarhetsarbetets vara eller icke vara.

Denna syn på hållbarhet som en beteendefråga styrks också av det faktum att ett antal åkeri som enligt Transportarbetarförbundet vägrat att underställa sig kollektivavtal valt att inte delta i denna studie trots upprepade förfrågningar. Genom sekundärkällor (tidningsartiklar, före detta ägare och transportarbetarförbundets ombudsman) har det varit möjligt att kartlägga dessa företags (uteblivna) hållbarhetsarbete. Samtliga företag som vägrat kollektivavtal har haft utländska chaufförer med löner långt under det svenska kollektivavtalet. Inte heller har dessa företag bedrivit någon form av miljömässigt hållbarhetsarbete genom ECO-Drive, CO₂-uppföljning eller förnyelsebara bränslen. Detta visar återigen att företag som är bra på hållbarhet arbetar med båda områden medan företag som inte uppvisar samma engagemang i hållbarhetsfrågor ignorerar både social och miljömässiga faktorer. Detta ifrågasätter mycket av det som Davis (1973) samt Carroll och Buchholtz (2009) menar att företag måste arbeta hållbart i sin omgivning för att överleva på längre sikt, detta verkar inte vara av lika stor vikt i transportbranschen. Dock måste denna bild av transportbranschen nyansera något då verkligheten inte är helt svart eller vit, det finns en stor gråzon där många företag befinner sig.

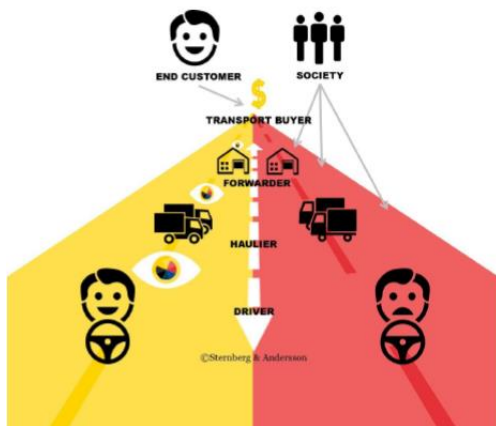
4.2.4 Behov av transparens

Detta samband som redogjorts för i ovanstående stycke måste ifrågasättas något. Det har framkommit i intervjuerna att samtliga intervjuade åkerier med ett väletablerat hållbarhetsarbete hyr in personal eller andra åkerier för att hjälpa till att täcka transportbehovet. Personalen och de andra åkerierna som hyrts in har dels varit svenska men även utländska företag och utländsk personal har förekommit. Problematiken som uppstår med detta fenomen är att de intervjuade åkerierna ofta saknar både kontroll och uppföljning av de inhyrda åkeriernas hållbarhetsarbete. Detta är bekräftas av samtliga intervjupersonerna och bl.a. intervjuperson 5 påpekar att; ”på den lilla biten som är chartrad så har vi egentligen inget system (*för uppföljning*) för vi får ingen information från dem kring kör- och vilotider” (transkribering 5, s. 2) och intervjuperson 4 instämmer då dessa enbart ”ställer krav på att det ska vara ’fair play’ och att alla behandlas på ett schyst sätt” (transkribering 4, s. 2).

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

Intervjuperson 6 vars åkeri använder utländska chaufförer stämmer också in i samma bild och säger att: ”All svensk personal har kollektivavtal (...) men ett tag hade vi 10-20 utländska chaufförer inne och jobbade och då tappade vi lite grann kontrollen själv” (transkribering 6, s. 3). Citaten ovan bekräftar Kummer et al. (2014) påståenden att en avreglering av den europeiska transportmarknaden har skapat en problematisk konkurrenssituation där lågavlönade östeuropeiska chaufförer får möjlighet att konkurrera i exempelvis Sverige. Ovanstående citat pekar också på att även om ett åkeri uppvisar ett gediget hållbarhetsarbete med kollektivavtal och ECO-Drive kan företag ha en dold sida där hållbarhet inte är förekommande.

Detta faktum med två sidor av åkerier illustreras på ett bra sätt av Sternberg, Filipiak, Hofmann och Hellström, (2015) i figuren nedan.



Figur 4. Transparency (Sternberg et al. 2015, s. 38).

Figuren visar två olika sidor inom transportbranschen, den vänstra sidan där det finns transparens och den högre sidan som är dold för samhället. Det finns en tydlig bild av åkerier som tar ett ansvar i sitt hållbarhetsarbete men samtidigt använder inhyrda åkerier och personal vilket gör det svårt att kontrollera företagens hållbarhetsarbete. Detta belyser vikten av transparens hos transportföretagen för att fullt ut kunna analysera hållbarhetsarbetet. Beställare eller transportköpare som är intresserade av att köpa hållbara transporter måste därmed vara vaksamma på och följa upp åkeriernas arbete.

För att summera denna del om kopplingen mellan social och miljömässig hållbarhet har arbetet visat att det finns ett tydligt samband där företag som är bra på en del av hållbarhet troligtvis också är bra på andra delar. Arbetet visar också att vissa hållbarhetsfaktorer genererar andra faktorer vilket förenklar kravspecifisering för företag som vill ha hållbara

transporter, detta faktum legitimerar alltså ifrågasättandet av Carter och Rogers (2008) ”good?” av kopplingen mellan miljömässig och social hållbarhet. Dock finns alltid risken för dubbelspel enligt Sternberg et al. (2015) och utifrån Hilals (2008) antaganden om avreglerings effekter på transportmarknaden som diskuterats ovan, därför är transparens viktigt för att möjliggör kontroll och uppföljning av åkeriernas hållbarhetsarbete. En anledning till åkeriernas uteblivna hållbarhetsarbete verkar dock vara bristen på incitament då hållbarhet, enligt ett flertal intervjupersoner, sällan dyker upp som fråga vid upphandling. Detta bekräftar det Weijers et al. (2012) skriver att hållbarhet har låg prioritet bland transportköpare. Det verkar snarare handla om det som Bruno (1997) och Laufer (2002) beskriver som ”greenwashing” där transportköpare och beställare använder hållbarhet som ett sätt att förhärlika bilden av sig själv som ett hållbarhet företag. Därför blir det relevant att ställa frågan om hållbarhet verkligen bidrar till ökat kundvärde om det ändå inte efterfrågas av kunderna?

4.3 Hur bidrar hållbarhet till ökat kundvärde i transportbranschen?

I denna del utreds om, och i så fall hur, hållbarhet i transportbranschen bidrar till värdeskapande och adderat värde. Detta inleds med en diskussion kring hur värde kan uppstå genom hållbarhet och möjligheterna till adderat värde, vilket görs med bakgrund av den insamlade empirin och den teoretiska diskussionen. Vidare diskuteras adderat värde för dem som prioriterar hållbarhet utifrån Bourdieus handlingsteori och slutligen berörs möjligheten till medskapande av värde.

4.3.1 Värdeskapande genom hållbarhet

För att undersöka om ett eventuellt samband mellan miljömässig och social hållbarhet kan generar värde går det inledningsvis att, utifrån Grönroos (1997), beskriva hur företagets kärntjänst skapar värde medan företagets tilläggstjänster möjliggör det adderade värdet. I fallet med transportbranschen blir det således själva transporten som utgör åkeriernas kärntjänst och att kunna erbjuda miljömässiga och socialt hållbara transporter blir det adderade värdet som företagen kan tillhandahålla. Utifrån Grönroos (2008) och Marquardt et al. (2011) resonemang kring tilläggstjänster bör detta alltså ge åkerierna möjligheter att erbjuda kunderna adderat värde och på så sätt skapa sig konkurrensfördelar mot andra aktörer på marknaden. Dock kan detta resonemang ses motstridigt utifrån den insamlade empirin eftersom majoriteten av åkerierna påpekar att det nästan alltid handlar om pengar när det kommer till upphandling av tjänster mellan köpare och säljare; ”I början är det alltid det (*hållbarhet*), då står det jättemycket vad de vill ha och det ska vara det ena eller det andra,

men i slutändan handlar det 98 procent om pengar och pris” (intervjuperson 2, transkribering 2, s. 3). Ovanstående citat bekräftas av den intervjuade Strategiska Inköparen på ett företag som utåt sett hävdar att de aktivt arbetar med hållbarhet; ”vi refererar egentligen bara till våra guidelines, sen är det deras (*åkeriets*) ansvar att gå igenom och acceptera det. Mer specifika i våra krav är vi inte” (transkribering 10, s.2). Detta bekräftar återigen Weijers et al. (2012) resonemang att pris är den dominerande faktorn vid inköp av logistiktjänster, vilket gör det möjligt att ifrågasätta Grönroos (2008) och Marquardt et al. (2011) resonemang om konkurrensfördelar genom tilläggstjänster.

Det finns dock ett par åkerier som inte till fullo delar bilden av transportbranschen som en uteslutande prisorienterad marknad. En ägare av flera åkerier instämmer i att det är stort fokus på pris men påpekar att intresset för hållbara transporter ökar; ”Många har ju en hel lista med hållbarhetsfrågor men i slutändan är vi nu kanske nere på 90 procent som bara tittar på pengar. För ett tag sedan var det 98 procent så det är faktiskt fler och fler som tar det lite mer på allvar (...) jag har nog en fyra-fem som är beredda att betala något för det” (intervjuperson 1, transkribering 1, s. 3). Ytterligare ett åkeri (intervjuperson 4, transkribering 4, s. 2) stämmer in i denna diskussion och menar att hållbarhet börjar bli mer attraktivt och prioriteras högre av beställarna samt att prishetsen är något som börjar avta. Detta bekräftas av Inköpschefen på det intervjuade Produktionsbolaget som är ansvarig för att köpa in transporter, denne pekar på ett ökat intresse för hållbarhet, om än i mindre skala; ”skulle det vara så att de har en miljöbil som inte håller, som inte är tillräckligt bra. Då är det inget snack, då åker de rätt ut” (transkribering 9, s.2).

Det uppstår därmed en tydlig paradox av motsägelser i bilden av hur åkerier upplever att hållbarhet prioriteras av kunder och beställare. Den dominerande bilden av transportbranschen som prisorienterad ifrågasätter ett adderat värde genom hållbarhet men av den senare beskrivningen ovan framgår att det finns en möjlighet för att skapa adderat värde till kunden utifrån Grönroos (1997) och på så sätt kunna differentiera sig på marknader och skapa fördelar likt Grönroos (2008) och Marquardt et al. (2011). Frågan blir därmed för vem det adderade värdet egentligen skapas och där erbjuder Bourdieu (1995) en möjlighet till förståelse genom att diskutera värde för de sociala agenter som bedömer det som värde.

4.3.2 Värde för den som prioriterar hållbarhet

Sett till Bourdieu (1995) uppstår endast värde för de agenterna som har valt att inträda på det sociala fältet och acceptera det som värde, något som går att likna vid aktörer på

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

transportmarknaden. Om transportmarknaden för hållbara transporter hypotetiskt sett utgör ett socialt fält och värdet i detta fall består av de hållbara transportererna, skapas endast värde för de grupper av agenter (beställare eller transportköpare) som valt att inträda på det sociala fältet och tillskriva hållbara transporter adderat värde. Att betrakta transportbranschen som ett socialt fält är en medveten ganska snäv och drastisk avgränsning, detta innebär inte att arbetet utesluter eller exkluderar andra fält med dess relationer, men relationerna och avståndet mellan aktörerna i detta fall passar väl in för att definiera transportmarknaden som ett eget socialt fält. Detta synsätt med värde för den som prioriterar det går i mångt och mycket i linje med Grönroos (1997) samt Vargo och Lusch (2008), där företag möjliggör värdeskapande genom att tillhandahålla en tjänst men det är kunden själv, med bakgrund av Bourdieu (1995), genom sin position på det sociala fältet och genom sitt habitus, som avgör om det är värde eller inte.

Det är frestande att tro att företag som utåt sett hävdar att de prioriterar hållbarhet faktiskt gör det och bedöma hållbarhet som värde, något som detta arbete dock vill nyansera. Den Strategiska Inköparen på Livsmedelsföretag vill mena att företaget sätter hög prioritet på hållbarhet och att det är en viktig fråga i det dagliga arbetet (transkribering 10, s.1). Dock framkommer det under intervjun att det ofta handlar om att referera till företagets uppförandekod vid transportköp, som i sig är ytterst generell och öppen för tolkning, något som eventuell ligger i gränslandet för det som av Bruno (1997) och Laufer (2002) tidigare benämnts som "greenwashing". Vid frågan hur företag anpassar sina krav lokalt eller regionalt eftersom arbetssituationen för lastbilschaufförer kan skilja sig från kaffeodlare i Sydamerika blev svaret; "nej vi är inte så specifika" (transkribering 10, s.2). Det är alltså viktigt att poängtera att en hållbarhetspolicy inte nödvändigtvis betyder att hållbarhet bedöms ha ett värde eller att agenten överhuvudtaget befinner sig på det sociala fältet. Det krävs snarare att båda parter, den som beställer transporten och den som utför den, båda bedömer hållbarhet som värde.

Att se värdeskapande i hållbara transporter som en gemensam aktivitet går i linje med de författare som lyfter fram medskapandet som en vital del i värdeskapandet (Koumalainen, 2014; Bettencourt et al., 2013; Hallikas et al., 2014; Grönroos, 2011). Det går dock att ifrågasätta transportbeställarnas möjlighet att påverka medskapandet i själva utförandet av transporten, då dessa, enligt transportarbetarförbundets ombudsman (transkribering 7, s. 8-9), sällan kommer i kontakt med själva transporten och att eventuella avvikelser inte drabbar beställarens varumärke. Därmed är det svårt att ställa krav på medskapande från kunden.

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

Uttalandet att eventuella avvikelser inte drabbar beställarens varumärke bör dock betraktas med försiktighet eftersom Spar (1998) konstaterat att företag inte kan slå ifrån sig kritik mot sitt hållbarhetsarbete. Men utläggningen ovan är fortfarande talande för inställningen mot medskapande från beställarnas sida.

Ett annat hinder mot gemensamt värdeskapande som framkommit under arbetets gång är att beställare eller transportköpare har liten till ingen kunskap om varken problematiken eller det potentiella värdet med hållbara transporter. Komulainen (2014) lyfter fram kunskap om tjänsten som en nyckelaspekt för värdeskapande vilket ytterligare bidrar till svårigheten att skapa värde genom hållbara transporter. Här är förhoppningen att det etablerade sambandet mellan social och miljömässig hållbarhet kan bidra till en positiv förändring. Detta instämmer Inköpschefen på det intervjuade Produktionsbolaget med och poängterar det funna sambandet som en stor fördel; ” det är inte omöjligt att jag ändrar mitt avtal, jag har ju ett standardavtal, efter detta samtal faktiskt, det kan faktiskt vara en fördel för mig” (transkribering 9, s. 3). Genom att förenkla processen med att identifiera hållbara transporter minskar kraven på beställaren eller transportköparen att ha kunskap om vilken eller vilka transporttjänster som är hållbara, och således ökar chansen för värdeskapande. Här instämmer sedan tidigare transportarbetarförbundets ombudsman (transkribering 7, s. 1) att det är orimligt att kunden har denna kunskap eller att den ska ta reda på det. Det finns med andra ord ett behov av förenkling för att kunden ska kunna bidra till medskapande av värde. Även detta bekräftas både av Inköpschefen på Produktionsbolaget såväl som Strategisk Inköpare Livsmedelsföretag, vilka menar att det kan vara svårt att identifiera och urskilja hållbara transporter, speciellt hos stora åkerierna med mycket personal och stor fordonsflotta (transkribering 9; transkribering 10).

Den inneboende problematiken med att beställaren saknar kunskapen om tjänsten kan också kan leda till att de har svårt att uppfatta värdet i tjänsten. Detta kan delvis förklara varför beställare eller transportköpare sällan ställer krav på hållbarhet som diskuterats tidigare. För åkerierna sätter detta ett krav på att upplysa och utbilda transportköparna, vilket går i linje med Komulainens (2014) resonemang om att företag måste uppmuntra och stimulera kunderna att göra en uppoffring att involvera sig i värdeskapandet. Här kan det identifierade sambandet mellan social och miljömässig hållbarhet förhoppningsvis underlätta genom att det förenklar processen med att utbilda beställare och transportköpare att identifiera hållbara transporter. Det är dock viktigt att en sådan utbildning från åkeriernas sida tar hänsyn till

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

resonemanget att värde endast kan existera för de beställare som bedömer hållbarhet som värde, inte för dem som enbart har en hållbarhetspolicy.

Detta avslutar resonemanget kring hur hållbarhet i transportbranschen bidrar till adderat värde för kunden. Det som analysen visar är att hållbarhetsarbete inte onyanserat kan tillskrivas värde utan är i stort beroende av mottagarens vilja till medskapande och samt dess kunskap om tjänsten. Men för de kunder som anser att hållbarhet har ett värde finns möjligheter för åkerier att skapa adderat värde och generera konkurrensfördelar genom att erbjuda socialt och miljömässigt hållbara transporter.

5. Slutsatser

Detta arbete har haft som syfte att utreda om ett eventuellt samband mellan social och miljömässig hållbarhet kan skapa kundvärde. Detta har gjorts genom att intervjua personer med god insikt i transportbranschen och dess hållbarhetsarbete. Mycket på grund av den kvalitativa karaktären av detta arbete har inget entydigt svar kunnat hittas med hänsyn till studiens syfte. Det som dock har identifierats är intressanta mönster i transportbranschens hållbarhetsfaktorer och ett antal överlappningar som förhoppningsvis kan bidra till förenklad insyn i ett annars komplext område. För att utreda studiens syfte har ett antal frågeställningar besvarats under arbetets gång och samtliga har bidragit till en ökad förståelse för hur en relativt outforskad bransch arbetar med hållbarhet och om detta verkligen kan skapa värde för en kund som sällan prioriterar det.

Den första frågeställningen som besvarats är vad hållbarhet faktiskt innebär i transportbranschen. Detta var ett nyckelavsnitt eftersom begreppet CSR eller hållbarhet är tvetydigt och en klar definition var nödvändig för att överhuvudtaget kunna hitta ett samband mellan de två olika områdena. Det som denna studie, med bakgrund av både teori och praktik, har identifierat är sex hållbarhetsfaktorer som tillsammans använts som arbetets analysmodell. Förhoppningen har varit att genom att välja faktorer som både i teori och praktik definierats som hållbarhet, förankra analysmodellen och göra den mer påtaglig. Det analysmodellen tillför är en översiktlig bild av hållbarhet i transportbranschen och kan därmed fungera som ett praktiskt hjälpmedel för alla som har ett intresse att identifiera hållbara transporter. Lite ironiskt talat har denna analysmodell dock inte, med bakgrund av Dahlsrud (2008), haft som mål att skapa en 38:e definition av vad hållbarhet är, tanken har istället varit att konkretisera exempelvis Piotrowicz, (2011) eller McKinnons (2012) definitioner samt göra den mer branschspecifik.

Arbetets andra frågeställningar rör sedermera den eventuella kopplingen mellan social och miljömässig hållbarhet. Här har studien på ett tydligt sätt visat och illustrerat det samband som finns, både mellan två hållbarhetsområden, men även mellan faktorer inom ett område. Detta betyder främst att personer med sämre insikt i transportbranschen erbjuds en förenklad guide till dess hållbarhetsarbete, med andra ord kan beställare eller transportköpare med intresse av hållbara transporter ställa krav på kollektivavtal för samtliga anställda och därmed erhålla social, men också miljömässig, hållbarhet. Detta torde alltså hjälpa en rad intressenter att hantera en annars ganska snårig bransch som präglas av dålig transparens och sämre uppföljning. Detta samband kan sättas i relation till Carter och Rogers (2008) resonemang att

kopplingen mellan dessa två områden bör ses som mer än bara ”good?”. Den hjälper också delvis till att brygga det forskningsgap som identifieras av Meixell och Luoma (2015).

Kvar står då frågan om detta samband faktiskt skapar kundvärde. Här blir svaret utifrån denna studie detta, *det beror på*. Ett av de stora bidragen som denna studie gör är att ta hänsyn till det hyckleri som av forskare går under namnet ”greenwashing” nämligen att hållbarhetsarbete i mångt och mycket är ett spel för galleriet och ett sätt att vinna konkurrensfördel. Det är alltså långt ifrån ett altruistiska val som företag gör för att bidra till en mer hållbar utveckling, både för människa och miljö. Genom att nyansera begreppet värde och värdeskapande med Bourdieus (1995) teorier om sociala fält blir det möjligt att förstå vilket värde som faktiskt skapas genom sambandet mellan social och miljömässig hållbarhet i transportbranschen. Nämligen denna, för de företag eller organisationer som har ett genuint intresse för hållbarhet, inte bara en hållbarhetspolicy, och bedömer att hållbarhet har ett värde finns nu en förenklad möjlighet att tillsammans med leverantören skapa detta värde genom att ställa rätt krav. Studiens resultat ger också möjligheten för intressenter att, i likhet med Bourdieus teoretiska klasser, förutsäga ett beteende, dvs. företag som är bra inom ett hållbarhetsområde är sannolikt även bra på andra områden. Delvis kan det vara som en av intervjupersonerna uttryckte det, en beteendefråga, men studien visar även mer konkret överlappning och samband av hållbarhetsfaktorer som i sig är mindre oförutsägbar. En annan slutsats som analysen sista del bidrar med är att nyansera den annars ganska polariserade bilden av värde, det behöver inte nödvändigtvis handla om värde eller icke-värde med bakgrund av exempelvis Grönroos (2008), det kan snarare vara en fråga om för vem som värde faktiskt existerar.

Med andra ord är studiens bidrag trefaldig, dels har den kartlagt hållbarhetsfaktorer och skapat en analysmodell för att bedöma hållbarhet i transportbranschen, något som inte har kunnat hittas i tidigare forskning. Den har även visat att det finns ett samband inom båda hållbarhetsområden såväl som mellan områden vilket underlättar för intressenter som söker hållbara transporter i enlighet med triple bottom line. Slutligen har den även visat att hållbarhet, i transporter och övrigt, enbart har ett värde om agenterna på det sociala fältet bedömer det som värde. Det går med andra ord inte att förenkla det till den grad att hållbara transporter automatiskt skapar värde, det ställer också krav på medskapande från kunden, både sett till kravspecifikation och uppföljning. Svaret på frågan vilket kundvärde ett eventuellt samband mellan social och miljömässig hållbarhet skapar är därmed ingenting, om inte kunderna själva bedömer det som värde.

6. Diskussion

Titeln, den ovärderliga hållbarheten, är en ordlek som på ett lite cyniskt sätt återspeglar den motstridiga bild av hållbarhet som målats upp av de intervjuade företagen i detta arbete. Trots stor utveckling i forskningssammanhang och en ökad medvetenhet hos allmänheten pekar få saker på att de som har möjligheten att ställa krav på hållbara transporter, kunderna, sällan gör det. Det verkar föreligga så att hållbarhet bör eller rent av måste finnas, men det får inte kosta varken tid, energi eller pengar. Detta får naturligtvis implikationer med hänsyn till hållbarhet och dess relation till värde, utan att tala om sanningar har arbetet försökt tolka och analysera en svår och komplex bransch där pengar är ledordet och hållbarhet i bästa fall följer med på köpet. En förhoppning är också att intressenter genom arbetet får en bra bild, svart på vitt, av vilken eller vilka certifieringar och märkningar som faktiskt tillför något av relevans till branschens hållbarhetsarbete. För den som vill hitta en hållbar transport, uppmanar arbetet att se bortom tomma utmärkelser och fokusera istället på något som borgar för både krav och uppföljning, exempelvis Bra Miljöval eller kollektivavtal.

För övrigt ställer sig detta arbete i mångt och mycket i linje med exempelvis Hilals (2008), Kummer et al. (2014) och Sternberg et al. (2015) forskning kring problematiken som en avreglerad europeisk transportmarknad har skapat för den svenska transportbranschen. Den har också ytterligare belyst behovet av transparens i en bransch där varken kunder eller myndigheter verkar ha förstått hur saker och ting verkligen fungerar. Utifrån den insamlade empirin är den generella uppfattningen att det är mycket begärt att branschen ska lösa hållbarhetsfrågor på egen hand. Förhoppningsvis kan detta arbete bidra med både insyn och förenkling.

Med hänsyn till förslag för framtida forskning behöver denna studie replikeras i utökad skala, det identifierade sambandet behöver statistiskt säkerställas genom att inkludera ett större antal företag. Vidare föreslås även en annan metodik än den som valts för att genomföra denna studie. Precis som tidigare nämnts har denna studie teoretiskt sett mer undersökt hur företagen säger att de arbetar med hållbarhet mer än vad de faktiskt gör. Det behövs med andra ord mer empiriska bevis för att det sagda hållbarhetsarbetet verkligen genomförs och inte stannar vid ”standardiserade enkäter som utförs på rutin”, som en av intervjupersonerna uttryckte det. Ytterligare forskning behöver alltså både gå in mer på djupet men även bredda sig, i det att inkludera fler företag. För att denna studie verkligen ska få det genomslag som är möjligt krävs också vidare forskning på transparens i transportbranschen, genom att många åkerier kommer undan med att ha en dold sida av sin verksamhet blir riskerar studiens resultat att bli

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

verkningslöst i det att några transporter är hållbara medan andra fortfarande har chaufförer med dåliga löner som kör undermåliga fordon.

Avslutningsvis har detta arbete visat att hållbarhetsarbete är långt ifrån en god och filantropisk gärning från företagets sida, det handlar snarare om att hålla ryggen fri, skapa konkurrensfördelar och vinna ”good will” hos allmänheten. Men hoppet finns, trots allt var ett par respondenter optimistiska inför framtiden då efterfrågan på hållbarhet verkar öka, om än långsamt och försiktigt. Förhoppningsvis kan detta arbete på något sätt bidra till en ökad hållbarhet, oavsett anledning eller bakomliggande intressen.

Källförteckning

- Abbasi, M. & Nilsson, F. (2012). Themes and challenges in making supply chains environmentally sustainable. *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 17. (5), ss. 517-530.
- Alvehus, J. (2013). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: En handbok*. Stockholm: Liber.
- Andersen, I. (1998). *Den uppenbara verkligheten, val av samhällsvetenskaplig metod*. Studentlitteratur.
- Andersen, M. & Skjoett-Larsen, T. (2009). Corporate social responsibility in global supply chains *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 14. (2), ss. 75–86.
- Anderson, J. C. & Frankle, A. C. (1980). Voluntary social reporting: an iso-beta portfolio analysis. *Accounting Review*, Vol. 55. ss. 467–479.
- Angell, L. C. & Klassen, R. D. (1999). Integrating environmental issues into the mainstream: An agenda for research in operations management, *Journal Of Operations Management*, Vol .17. (5), ss. 575-598.
- Beder, S. (1998). Manipulating Public Knowledge, *Metascience*, Vol. 7. (1). ss. 132-139.
- Bell, J. (2006). *Introduktion till Forskningsmetodik*, Fjärde upplagan. Studentlitteratur: Danmark.
- Bettencourt, L., Brown, S. & Sirianni, N. (2013). The secret to true service innovation', *Business Horizons*, Vol. 56. ss. 13-22.
- Birth, G., Illia, L., Lurati, F. & Zamparini, A. (2008). Communicating CSR: practices among Switzerland's top 300 companies. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 13. (2). ss. 182-196.
- Bourdieu, P. (1995). *Praktiskt förnuft - bidrag till en handlingsteori*. Göteborg: Diadalos.
- Brammer, S. & Millington, A. (2004). The development of corporate charitable contributions in the UK: a stakeholder analysis. *Journal of Management Studies*, Vol. 41. ss. 1411-1434.

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

- Brammer, S. & Millington, A. (2008). Does it pay to be different? An analysis of the relationship between corporate social and financial performance. *Strategic Management Journal*, Vol. 29. ss. 1325-1343.
- Bruno, K. (1997). *The World of Greenwash*, CorpWatch.
<http://www.corpwatch.org/article.php?id=244>. (Läst 2015-05-23).
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*, Andra upplagan. Malmö: Liber.
- Caniato, F., Caridi, M., Crippa, A., & Moretto, A. (2012). Environmental sustainability in fashion supply chains: an exploratory case based research. *International Journal of Production Economics*, Vol. 132. (2). ss. 659-670.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and Society*, Vol. 38. ss. 268–295.
- Carroll, A. B. & Buchholtz, A. K. (2009). *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*. Sjunde upplagan. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Carroll, A. B. & Shabana, K. M. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal Of Management Reviews*, Vol. 12. (1). ss. 85-105.
- Carter, C. R. & Carter, J. R. (1998). Interorganizational determinants of environmental purchasing: Initial evidence from the consumer products industries. *Decision Sciences*, Vol. 29. (3). ss. 659-681.
- Carter, D. & Rogers, D. S. (2008). A framework of sustainable supply chain management: moving toward new theory. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 38. (5). ss. 360-387.
- Chen, J. C., Patten D. M. & Roberts, R. W. (2008). Corporate charitable contributions: a corporate social performance or legitimacy strategy? *Journal of Business Ethics*, Vol. 82. ss. 131–144.
- Chernatony, L., Harris, F. & Riley, F. (2000). Added value: Its nature, roles and sustainability. *European Journal Of Marketing*, Vol.34. (1/2). ss. 39-56.

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

Coenen, F. H. J. M., Fuchs, D. A. & van de Peppel, R. A. (2000). *The environment and social well-being: an exploration of facts and figures and of possible relationships*. Centre for Clean Technology and Environmental Policy and Ministry of Housing, Spatial Planning and the Environment. Publicatiereeks milieustrategie (Environmental Strategy Publication Series) 2000/6.

Coffey, B. S. & Fryxell, G. E. (1991). Institutional ownership of stock and dimensions of corporate social performance: an empirical examination. *Journal of Business Ethics*, Vol. 10. ss. 437-444.

Connekt Lean & Green. (2015). *What is Lean & Green?*

<http://lean-green.nl/en-GB/lean-and-green/what-is-lean-and-green/> (Läst 2015-05-25)

Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, Vol. 15. (1). ss. 1-13.

Davis, K. (1973). The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities. *Academy Of Management Journal*, Vol. 16. (2). ss. 312-322.

DKV & University of St. Gallen. (2015). *Eco Performance Award: Tips and Tricks*

<http://www.eco-performance-award.com/index.php?id=3&L=2> (Läst 2015-05-24).

Eliasson, A. (2013). *Kvantitativ metod från början*. Lund: Studentlitteratur.

Elkington, J. (1998). Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st-Century Business, *Environmental Quality Management*, Vol. 8. (1). ss. 37-51.

Foerstl, K., Reuter, C., Hartmann, E. & Blome, C. (2010). Managing supplier sustainability risks in a dynamically changing environment-sustainable supplier management in the chemical industry. *Journal of Purchasing and Supply Management*, Vol. 16. (2). ss. 118-130.

Friedman, M. (1962). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times*, September, Vol. 126.

Godstransportrådet. (2015). *Årets Lyft*

<http://www.trafikverket.se/Foretag/Trafikera-och-transportera/Planera-godstransporter/Godstransportrad/Arets-Lyft---Godstransportraden/> (Läst 2015-05-24).

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

- Gonzalez-Benito, J. & Gonzalez-Benito, O. (2006). The role of stakeholder pressure and managerial values in the implementation of environmental logistics practices. *International Journal of Production Research*, Vol. 44. (7). ss. 1353-1373.
- Green Freight Europe. (2015). *Green Freight Label Europe*
<http://www.greenfreighteurope.eu/what-we-do/the-gfe-label.aspx> (Läst 2015-05-25).
- Green, K., Morton, B. & New, S. (1996). Purchasing and environmental management: Interactions policies and opportunities. *Business Strategy & The Environment*, Vol. 5. (3). ss. 188-197.
- Greene, D. L. & Wegener, M. (1997). Sustainable transport. *Journal of Transport Geography*, Vol 5. (3). ss. 177-190.
- Grönroos, C. (1997). Value-driven relational marketing: from products to resources and competencies. *Journal of Marketing Management*, Vol. 13. ss. 407-419.
- Grönroos, C. (2008). *Service management och marknadsföring -Kundorienterat ledarskap i servicekonkurrensen*. Malmö: Liber.
- Grönroos, C. (2011). Value co-creation in service logic: A critical analysis. *Marketing Theory*, Vol. 11. (3). ss. 279-301.
- Hallikas, J., Immonen, M., Pynnönen, M. & Mikkonen, K. (2014). Service purchasing and value creation: Towards systemic purchases. *International Journal Of Production Economics*, Vol.147. Part A. ss. 53-61.
- Heald, M. (1970). *The social responsibilities of business: Company and community, 1900-1960*. Cleveland, OH: Case Western Reserve University Press.
- Henderson, D. (2009). Misguided Corporate Virtue: The case against CSR, and the true role of business today, *Economic Affairs*, Vol. 29 (4). ss. 11-15
- Herrmann, I. T. & Hauschild, M. Z. (2009). Effects of Globalisation on Carbon Footprints of Products. *CIRP Annals-Manufacturing Technology*, Vol. 58. ss. 13-16.
- Hilal, N. (2008). Unintended effects of deregulation in the European Union: The case of road freight transport. *Sociologie Du Travail*, Vol. 50. Supplement 1. ss. 19-29.

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

Holme, I. M., & Solvang, B. M. (1997). *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Andra upplagan, Studentlitteratur: Lund.

International Road Transport Union. (2015). *Best EU Road Transport Operator*
https://www.iru.org/en_best-eu (Läst 2015-05-25).

Jenkins, R. (2005). Globalization, Corporate Social Responsibility and Poverty. *International Affairs (Royal Institute of International Affairs 1944-)*, Vol. 3. ss. 525-540.

Jones, J. P. (1986). *What's in a Name? Advertising and the Concept of Brands*. Lexington Books, New York, NY.

Klassen, R. D. (1993). The integration of environmental issues into manufacturing: toward an interactive open-systems model. *Production & Operations Management*, Vol. 34. (1). ss. 82-88.

Klassen, R. D. (1997). Determinants of plant-level environmental management strategy in manufacturing. *Academy Of Management Proceedings*. ss. 248-252.

Klassen, R. D. & Whybark, D. C. (1996). The impact of environmental technologies on manufacturing performance. *Academy of Management Journal*, Vol. 42. (6). ss. 599-615.

Komulainen, H. (2014). The role of learning in value co-creation in new technological B2B services. *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 29. (3). ss. 238-252.

Kummer, S., Dieplinger, M. & Fürst, E. (2014). Flagging out in road freight transport: a strategy to reduce corporate costs in a competitive environment: Results from a longitudinal study in Austria. *Journal of Transport Geography*, Vol. 36, (1). ss. 141-150.

Labuschagne, C., Brent, A. C. & Claasen, S. J. (2005). Environmental and social impact considerations for sustainable project life cycle management in the process industry. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, Vol. 12. (1). ss. 38-54.

Laufer, W. S. (2003). Social Accountability and Corporate Greenwashing. *Journal of Business Ethics*, Vol. 3. ss. 253-261.

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

Lee, M. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal Of Management Reviews*, Vol .10. (1). ss. 53-73.

Lehtonen, M. (2004). The environmental-social interface of sustainable development: capabilities, social capital, institutions. *Ecological Economics*, 49, *Papers of the Eight Meeting of the International Society for Ecological Economics*; Montreal, Ont. Canada; July 11-14. ss. 199-214.

Leonardi, J., Cullinane, S. & Edwards, J. B. (2012). Benefits and costs of switching to alternative fuels. I McKinnon, Browne & Whiteing (red.) *Green Logistics - improving the environmental sustainability of logistics*. Andra upplagan. Great Britain and United States. Kogan Page.

Lerner, L. D. & Fryxell, G. E. (1988). An empirical study of the predictors of corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, Vol. 7, ss. 951-959.

Leszinski, R. & Marn, M. V. (1997). Setting value, not price. *The McKinsey Quarterly*, Vol. 1. ss. 99-115.

Lobel, O. (2006). Sustainable capitalism or ethical transnationalism: Offshore production and economic development. *Journal Of Asian Economics*, Vol. 17. ss. 56-62.

Margerum, R. D. & Born, S. M (2000). A co-ordination diagnostic for improving integrated environmental management. *Journal of Environmental Planning and Management*, Vol. 43. (1). ss. 5-21.

Marquardt, A. J., Golicic, S. & Davis, D. F. (2011). B2B services branding in the logistics services industry. *Journal of Services Marketing*, Vol. 25. (1). ss. 47-57.

Martinsen, U. & Björklund, M. (2012). Matches and gaps in the green logistics market. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 42. (6). ss. 562-583.

McKinnon, A. (2012). Environmental sustainability: a new priority for logistics managers. I McKinnon, A., Browne, M. & Whiteing, A. (red.). *Green logistics - improving the*

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

environmental sustainability of logistics. (ss. 3-29). Andra upplagan. Great Britain and United States. Kogan Page.

Meixell, M. J. & Luoma, P. (2015). Stakeholder pressure in sustainable supply chain Management. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 45. ss. 69-89.

Mont, O. & Leire, C. (2009). Socially responsible purchasing in supply chains: drivers and barriers in Sweden. *Social Responsibility Journal*, Vol. 5. (3). ss. 388-407.

Naturskyddsföreningen. (2015). *Bra Miljöval för Person- och Godstransport: Kriterier för godstransporter*. <http://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/bra-miljoval/bmv-godstransporter-kriterier.pdf> (Läst 2015-05-24).

Naumann, E. (1995). *Creating Customer Value. The Path to Sustainable Competitive Advantage*, Thomson Executive Press, Cincinnati, OH.

OECD. (2001). *Sustainable Development: Critical Issues*. OECD, Paris.

Peters, N. J., Hofstetter, J. S. & Hoffmann, V. H. (2011). Institutional entrepreneurship capabilities for interorganizational sustainable supply chain strategies. *International Journal of Logistics Management*, Vol. 22. (1). ss. 52-86.

Piecyk, M. & McKinnon, A. (2010). Forecasting the carbon footprint of road freight transport in 2020. *International Journal Of Production Economics*, Vol. 128. ss. 31-42.

Piotrowicz, W. (2011). Monitoring Performance. I Cetinkaya, B., Cuthbertson, R., Ewer, G., Klaas-Wissing, T., Piotrowicz W. & Tyssen, C., (red.) *Sustainable supply chain management- practical ideas for moving towards best practice*. (ss. 57-80) Springer.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Strategy. Techniques for Analysing Industries and Competitors*. The Free Press, New York, NY.

Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2002), The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, Vol. 80. (12), ss. 56-69.

Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2011) Creating shared value. *Harvard business review*, Vol. 89. (1/2). ss. 62-77.

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

- Powell, T. C. (1995). Total quality management as competitive advantage: a review and empirical study. *Strategic Management Journal*, Vol. 16. (1). ss. 15-37.
- Pullman, M. E., Maloni, M. J. & Carter, C. R. (2009). Food for thought: Social versus environmental sustainability practices and performance outcomes. *Journal Of Supply Chain Management*, Vol. 45. (4). ss. 38-54.
- Quinn, F. J. (2000). Transportation: the forgotten factor, *Logistics Management & distribution report*, Vol. 39. (9). ss.45.
- Richardson, B. C. (2005). Sustainable transport: analysis frameworks. *Journal of Transport Geography*, Vol. 13. (1). 29-39.
- Rochlin, S., Witter, K., Mirvis, P., Jordan, S. & Beevas, DT. (2004). *The State of Corporate Citizenship in the U.S.: A View from Inside, 2003–2004*. Boston: The Center for Corporate Citizenship at Boston College.
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*, The Free Press, New York, NY.
- Rogers, P. P., Jalal, K. F. & Boyd, J. A. (2008). *An introduction to sustainable development*, London: Earthscan.
- Santén, V. (2013), *Exploring logistics actions enabling environmentally sustainable freight transport*. Institutionen för Teknikens Ekonomi.Göteborg, Chalmers Tekniska Högskola.Teknologie Licentiat.
- Schrader, C., Freimann, J. & Seuring, S. (2012). Business strategy at the base of the pyramid. *Business Strategy and the Environment*, Vol. 21. (5). ss. 281-298.
- Schreck, P. (2009). *The Business Case For Corporate Social Responsibility: Understanding And Measuring Economic Impacts Of Corporate Social Responsibility*, Heidelberg : Physica-Verlag ; London : Springer.
- Seifert, B., Morris, S. A. & Bartkus, B. R. (2003), Comparing big givers and small givers: financial correlates of corporate philanthropy. *Journal of Business Ethics*, Vol. 45, ss. 195–211.

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

Seifert, B., Morris, S.A. & Bartkus, B.R. (2004). Having, giving, and getting: slack resources, corporate philanthropy, and firm financial performance. *Business & Society*, Vol. 43. ss. 135-161.

Spar, D.L. (1998). The Spotlight and the Bottom Line. *Foreign Affairs*, Vol. 77. (2). ss. 7-12.

Sternberg, H., Filipiak, H., Hofmann, E. & Hellström, D. (2015). Cabotagestudien - a study on trucking deregulation and cabotage in Scandinavia and beyond. Packaging Logistics Lund University.

Sveriges Åkeriföretag (2015a) *Fair Transport*.
<http://www.akeri.se/fairtransport> (Läst 2015-05-25).

Sveriges Åkeriföretag (2015b) *Kriterier för att vinna Stora Åkeripriset*.
http://www.akeri.se/sites/default/files/uploaded_files/kriterier_0.pdf (Läst 2015-05-24).

Tate, W. L., Ellram, L. M. & Kirchoff, J. F. (2010). Corporate social responsibility reports: a thematic analysis related to supply chain management. *Journal of Supply Chain Management*, Vol. 46. (1). ss. 19-43.

The Guardian. (2010). *Nestlé stars in smear campaign over Indonesian palm oil*.
<http://www.theguardian.com/sustainable-business/nestle-indonesian-palm-oil> . (Läst 2015-05-23).

The Telegraph. (2009). *Nestle's Kit Kat goes Fairtrade*.
<http://www.telegraph.co.uk/foodanddrink/foodanddrinknews/6730155/Nestles-Kit-Kat-goes-Fairtrade.html>. (Läst 2015-05-23).

Touboulic, A. & Walker, H. (2015). Theories in sustainable supply chain management: a structured literature review, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 45. (1/2). ss. 16-42.

Transportarbetarförbundet (2015) *Schysta Villkor i transportbranschen*.
<http://www.transport.se/Transport-tycker1/Schysta-villkor-i-transportsektorn/> (Läst 2015-05-25).

Vargo, S. L. & Lusch, R. F. (2008), Service-dominant logic: continuing the evolution. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, Vol. 36, (1). ss. 1-10.

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

Waddock, S. & Graves, S. B. (2006). The impact of mergers and acquisitions on corporate stakeholder practices. *Journal of Corporate Citizenship*, Vol. 22. ss. 91-109.

Weijers, S., Glöckner, H. H. & Pieters, R. (2012). Logistic service providers and sustainable physical distribution. *Logforum*, Vol. 8. (2). ss. 157-165.

Widerberg, K. (2002). *Kvalitativ forskning i praktiken*. Lund: Studentlitteratur.

Wong, C., Wong, C. & Boon-itt, S. (2015). Integrating environmental management into supply chains. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 45. (1/2). ss. 43-68.

World Business Council for Sustainable Development. (2004). *Mobility 2030: meeting the challenges to sustainability: the Sustainable Mobility Project*.

<http://www.wbcd.org/web/publications/mobility/mobility-full.pdf>. (Läst 2015-05-23).

World Economic Forum/Accenture. (2009). *Supply chain Decarbonization: The role of logistics and transport reducing supply chain carbon emission*, Geneva.

http://www3.weforum.org/docs/WEF_LT_SupplyChainDecarbonization_Report_2009.pdf. (Läst 2015-05-23).

Yin, R. K. (2014). *Case study research - desing and methods*. Femte upplagan. SAGE Publications

Zhu, Q. & Sarkis, J. (2004). Relationships between operational practices and performance among early adopters of green supply chain management practices in Chinese manufacturing enterprises. *Journal of Operations Management*, Vol. 22. (3). ss. 265-289.

Zhu, Q., Sarkis, J. & Lai, K. (2008). Confirmation of a measurement model for green supply chain management practices implementation. *International Journal of Production Economics*, Vol. 111. (2). ss. 261-273.

Bilagor

Bilaga 1. Förteckning över intervjupersoner

Namn	Datum	Organisation	Position
Produktansvarig Bra Miljöval	24/4 -15	Naturskyddsföreningen	Produktansvarig för Bra Miljöval, Person- och Godstransporter
Transportarbetareförbundet Ombudsman	29/4 -15	Transportarbetareförbundet avd. 14	Ombudsman för Transportavtalet
Intervjuperson 1	4/5 -15	Åkeri 1	VD och ägare
Intervjuperson 2	5/5 -15	Åkeri 2	VD och ägare
Intervjuperson 3	5/5 -15	Åkeri 3	VD och ägare
Intervjuperson 4	7/5 -15	Åkeri 4	VD och ägare
Intervjuperson 5	7/5 -15	Åkeri 4	Controller
Intervjuperson 6	11/5 -15	Åkeri 5	Tidigare VD och grundare
Inköpschef	22/5 -15	Produktionsbolag	Inköpschef
Strategisk Inköpare	26/5 -15	Livsmedelsföretag	Strategisk inköpare transporttjänster

Bilaga 2. Intervjumall Naturskyddsföreningen

Inledande del

Vilka vi är och arbetes syfte

Samtycke till inspelning och anonymitet

Bakgrundsfrågor

Kan du berätta om din roll i organisationen som produktansvarig?

Tematiska huvudrubriker

Bakgrund till märkningen
för godstransport?

Tematiskt innehåll

Hur uppkom den?
Varför uppkom den?
Arbetar ni för att få med fler transportföretag?

Kriterier

Vilka kriterier klarar inte företagen?
Kan hela företag bli märkta? Eller bara ”produkter”?

Uppföljning

Hur kontrolleras hela kedjan?
Livscykelperspektiv på drivmedel?
Hur fungerar det med revisorn?
Hur ofta sker stickprov?

Framtida kriterier godstransport

ECO-Drive?
Sociala kriterier?

Värde

Hur skapar certifieringen värde för företagen?
Hur når ni ut till transportköparna?

Bilaga 3. Intervjumall Transportarbetarförbundet

Inledande del

Vilka vi är och arbetes syfte

Samtycke till inspelning och anonymitet

Bakgrundsfrågor

Kan du beskriva din roll i organisationen?

Tematiska huvudrubriker

Bakgrund till märkningen

Problematiken

Kriterier

Uppföljning

Framtida kriterier godstransport

Värdeskapande

Tematiskt innehåll

Hur uppkom den?

Varför uppkom den?

Varför anammar inte alla distrikt SV?

Bara kollektivavtal?

Inga andra kriterier som facket vill lägga fokus på?

Hur kontrolleras att kollektivavtalet uppfylls?

Vad händer om ett åkeri bryter mot kollektivavtalet?

Hur arbetar Transport aktivt för att främja SV?

Finns det intresse att skapa ett rikstäckande villkor?

Hur skapar certifieringen värde?

Bilaga 4. Intervjumall åkerier

Inledande del

Vilka vi är och arbetes syfte

Samtycke till inspelning och anonymitet

Bakgrundsfrågor

Kan du beskriva din roll i företaget?

Hur har du insyn i miljö/social/hållbarhetsarbetet i företaget?

Tematisk huvudrubriker

Tematiskt innehåll

Miljö

Företagets miljöarbete

Hur kontrolleras detta?

CO₂, förnyelsebara bränslen, ECO-Drive

Uppföljning, kontroller, exempel?

Social

Företagets sociala arbete

Hur kontrolleras detta?

Kollektivavtal, vil- och körtider, arbetsförhållanden

Uppföljning, kontroller, exempel?

Hållbarhet

Hur prioriteras hållbarhetsarbete.

Hur ser hållbarhetsarbetet

ut i försörjningskedjan.

Miljö eller socialt? eller båda?

Kunder, leverantörer osv.

Krav på andra aktörer?

Certifiering

Är ni certifierad med någon märkning?

Värde

Hur prioriteras hållbarhet i upphandlingar?

Vilket värde skulle en eventuell koppling kunna ge?

Bilaga 5. Intervjumall transportbeställare

Inledande del

Vilka vi är och arbetets syfte

Samtycke till inspelning och anonymitet

Bakgrundsfrågor

Kan du beskriva din roll i företaget?

Hur har du insyn i upphandlingen och köpet av transporttjänster?

Tematisk huvudrubriker

Företagets hållbarhetspolicy

Hållbara Transporter

Värde

Tematiskt innehåll

Krav på transporter med hänsyn till hållbarhet

Sociala krav och miljömässiga krav

Hur prioriteras hållbarhet i upphandlingen

Uppföljning av krav

Eventuella problem med att hitta hållbara transporter

Vilket värde skulle en eventuell koppling kunna ge?

Bilaga 6.

Tabell 1. Kartläggning av hållbarhetsfaktorer för märkning och certifieringar.

Bra Miljöval Person- och Godstransporter - Naturskyddsföreningen ²	<ul style="list-style-type: none">- Miljö- och hälsoskadliga utsläpp (SO₂ & NO₂)- hur mycket icke-förnybar energi som får användas.- Miljöpolicy	
Eco Performance Award – DKV Euro Service, Chair of Logistics Management at University of St Gallen ³	<ul style="list-style-type: none">- Utsläpp av växthusgaser, CO₂- Ökad energieffektivitet- Använda förnyelsebara drivmedel- Använda bränslebesparande däck	<ul style="list-style-type: none">- Träna anställda- Organisera team evenemang- Familjevänliga arbetstider- Arbetsplatser som premierar hälsa och säkerhet- Socialt ansvarstagande utanför det egna företaget
Fair Transport – Sveriges Åkeriföretag ⁴	<ul style="list-style-type: none">- ECO-Drive.- Verktyg att beräkna miljöpåverkan- Följa gällande kvalitets- och miljöplaner.	<ul style="list-style-type: none">- Trafikregler och hastighetsbegränsningar.- Kör- och vilotider.- Korrekt last- och godssäkring.- Enbart besiktigade fordon.- Trygga anställningar.- Goda arbetsförhållanden.- Följa gällande lagstiftning, förordningar och föreskrifter.- Korrekta tillstånd.- Kunskap och erfarenhet som krävs.- Etisk policy.

² Naturskyddsföreningen (2015) Bra Miljöval för Person- och Godstransport: Kriterier för godstransporter. <http://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/bra-miljoval/bmv-godstransporter-kriterier.pdf> (Läst 2015-05-24).

³ DKV & University of St. Gallen (2015) Eco Performance Award: Tips and Tricks <http://www.eco-performance-award.com/index.php?id=3&L=2> (Läst 2015-05-24).

⁴ Sveriges Åkeriföretag (2015a) Fair Transport <http://www.akeri.se/fairtransport> (Läst 2015-05-25)

Den ovärderliga hållbarheten
Examensarbete för kandidatexamen

Green Freight Label – Green Freight Europe ⁵	- Sträva efter hållbart ledarskap och uppnå CO ₂ mål	
IRU Award to the Best EU Road Transport Operator – International Road Transport Union ⁶	- Buller - Utsläpp CO ₂ , NO _x - Energianvändning - Giftiga utsläpp - Förnyelsebara bränslen	- Arbetstider - Vilotider - Utbildning av förare (farligt gods) - Regler för utländska chaufförer - Kollektivavtal - Arbetsplatspolicys
Lean & Green - Connekt ⁷	- Reducera CO ₂ utsläpp	
Schysta Villkor - Transportarbetarförbundet ⁸		- Goda arbetsvillkor genom kollektivavtal som behandlar löner, arbetstid, övertid, semester, anställningsformer, uppsägningar, sjukfrånvaro, försäkringar utbildning, jämställdhet.
Stora åkeripriset - Sveriges Åkeriföretag ⁹	- Reducering av CO ₂ -utsläpp - Andra miljöåtgärder	- Trafiksäkerhet - Sjukfrånvaro - Kompetensutveckling
Årets lyft - Godstransportrådet ¹⁰	- Volymen som är föremål för förändringen i förhållande till företagets totala godsflöden - Riskbenägenhet - Förändringskomplexitet och investeringar - Innovation - Minskad miljöbelastning.	

⁵ Green Freight Europe (2015) Green Freight Label Europe
<http://www.greenfreighteurope.eu/what-we-do/the-gfe-label.aspx> (Läst 2015-05-25)

⁶ International Road Transport Union (2015) Best EU Road Transport Operator
https://www.iru.org/en_best-eu (Läst 2015-05-25)

⁷ Connekt Lean & Green (2015) What is Lean & Green
<http://lean-green.nl/en-GB/lean-and-green/what-is-lean-and-green/> (Läst 2015-05-25)

⁸ Transportarbetarförbundet (2015) Schysta Villkor i transportbranschen
<http://www.transport.se/Transport-tycker1/Schysta-villkor-i-transportsektorn/> (Läst 2015-05-25)

⁹ Sveriges Åkeriföretag (2015b) Kriterier för att vinna Stora Åkeripriset
http://www.akeri.se/sites/default/files/uploaded_files/kriterier_0.pdf (Läst 2015-05-24).

¹⁰ Godstransportrådet (2015) Årets Lyft
<http://www.trafikverket.se/Foretag/Trafikera-och-transportera/Planera-godstransporter/Godstransportrad/Arets-Lyft---Godstransportraden/> (Läst 2015-05-24).

Bilaga 7.

Tabell 2. Kartläggning av hållbarhetsfaktorer för forskning.

Greene & Wegener (1997)	<ul style="list-style-type: none"> - Utsläpp CO₂, HC, NO_x, partiklar - Utnyttjande av naturresurser - Landanvändning - Avfall 	<ul style="list-style-type: none"> - Buller - Säkerhet
Labuschagne et al. (2005).		<p>Internt arbete</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anställningssäkerhet - Anställningsförhållanden - Hälsa och säkerhet - Utveckling <p>Extern arbete</p> <ul style="list-style-type: none"> - Initiativ för ett samhälle - Tillgångar och infrastruktur - Ett operativt initiativ om sociala relationer till samhället.
McKinnon (2012)	<ul style="list-style-type: none"> - Utsläpp CO₂, CO, NO_x, partiklar, ozon 	
Piotrowicz (2011)	<ul style="list-style-type: none"> - Utsläpp CO₂, NO_x - Utnyttjande av naturresurser - Avfall och återvinning 	<ul style="list-style-type: none"> - Hälsa och säkerhet för anställda - Anställningsvillkor - Utbildning och utveckling för anställda
Richardson (2005)	<ul style="list-style-type: none"> - Bränsleförbrukning - Utsläpp CO₂ - Landanvändning för infrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> - Trängsel - Säkerhet
Santén (2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Utsläpp CO₂, NO_x, partiklar 	<ul style="list-style-type: none"> - Trängsel och olyckor
Schrader et al. (2012)		<ul style="list-style-type: none"> - Tillgång till rent vatten och utbildning för människor i U-länder
Seifert et al. (2003, 2004); Brammer & Millington (2004, 2008)		<ul style="list-style-type: none"> - Donationer till och arbete med välgörenhet