



HÖGSKOLAN
DALARNA

Examensarbete

Kandidatnivå

Hållbarhetsredovisning i åkeribranschen

Regleringar i en kontroversiell bransch

Sustainability disclosure in the Swedish transport industry: Regulations in a controversial industry

Författare: Matilda Allard och Oscar Jonsson

Handledare: Christoffer Rydland

Examinator: Klas Sundberg

Ämne/huvudområde: Företagsekonomi/Redovisning

Kurskod: FÖ2023

Poäng: 15 hp

Examinationsdatum: 2018-05-22

Vid Högskolan Dalarna finns möjlighet att publicera examensarbetet i fulltext i DiVA. Publiceringen sker open access, vilket innebär att arbetet blir fritt tillgängligt att läsa och ladda ned på nätet. Därmed ökar spridningen och synligheten av examensarbetet.

Open access är på väg att bli norm för att sprida vetenskaplig information på nätet. Högskolan Dalarna rekommenderar såväl forskare som studenter att publicera sina arbeten open access.

Jag/vi medger publicering i fulltext (fritt tillgänglig på nätet, open access):

Ja

Nej

Förord

Arbetet med den här uppsatsen har varit utmanande och lärorikt då vi i praktiken fått använda de färdigheter vi lärt oss under utbildningen. Vi vill tacka våra respondenter för medverkan i uppsatsen. Vi vill även rikta ett tack till vår handledare Christoffer Rydland vars åsikter och kommentarer har varit ovärderliga samt till våra klasskamrater och opponenter som gett feedback under kursens gång.

Borlänge, maj 2018

Oscar Jonsson

Matilda Allard

Abstract

Sustainability is a subject which has got a lot of attention during recent years. Demand for businesses to take responsibility for the environment are rising as customers want more information about how companies work with environmental sustainability. It is mandatory since the year 2017 for large companies to disclose this information but for small companies it is still optional. The transport industry has a heavy impact on the environment but is still necessary in modern society, which makes it an interesting industry to study. The purpose of the essay is to examine Swedish transport companies view on sustainability disclosure and how it compares to environmental regulations. The method used in this essay is a qualitative method with four semistructured personal interviews and ten structured telephone interviews.

Key findings are that the companies that take part in this essay present sustainability to their customers through reports but not in the financial statement. Sustainability disclosure is not perceived as an issue, environmental regulations such as the new Euroclasses have higher affect on the companies. The most important stakeholders for the companies are the customers, which makes customer relationship valuable.

Keywords: *transport industry, legitimacy theory, stakeholder theory, CSR (corporate social responsibility), fair transport*

Sammanfattning

Hållbar utveckling är ett ämne som har fått stor uppmärksamhet de senaste åren. Kraven på att företag ska ta ansvar för miljö har ökat och att förmedla information om detta är något som kunderna efterfrågar allt mer. Till räkenskapsåret 2017 blev det obligatoriskt för stora företag att redovisa hållbarhet i årsredovisningen, för mindre företag finns valet att frivilligt redovisa hållbarhet. Åkeribranschen är en intressant bransch att studera då den har en stor miljöpåverkan vilket leder till syftet med uppsatsen. Syftet är att granska åkeriföretags syn på hållbarhetsredovisning jämfört med deras syn på andra miljöfrågor och regleringar. I uppsatsen används en kvalitativ metod i form av fyra semistrukturerade intervjuer och tio strukturerade telefonintervjuer.

Företagen redovisar hållbarhet frivilligt genom miljörapporter till kunderna men det finns inget intresse av att göra en egen rapport i årsredovisningen. Hållbarhetsredovisning ses inte som ett problem, andra miljöfrågor som nya Euroklasser prioriteras högre i branschen. Kunder ses som den viktigaste intressenten, vilket gör att relationen till dem värderas högt.

Nyckelord: *hållbarhetsredovisning, legitimitetsteori, intressentteori, åkeribranschen, CSR, hållbar transport*

Innehållsförteckning

| | |
|---|----|
| 1. Inledning..... | 1 |
| 1.1. Bakgrund..... | 1 |
| 1.2. Problemdiskussion | 2 |
| 1.3. Syfte och frågeställningar | 3 |
| 1.4. Avgränsning | 3 |
| 2. Teori och tidigare forskning | 4 |
| 2.1. Hållbarhet..... | 4 |
| 2.2. Legitimitetsteori | 6 |
| 2.3. Intressentteori..... | 8 |
| 2.4. Sammanfattning av teoriavsnitt | 10 |
| 3. Metod | 11 |
| 3.1. Sammanfattning av metod | 11 |
| 3.2. Kvalitativ metod..... | 11 |
| 3.3. Semistrukturerad intervju..... | 12 |
| 3.4. Strukturerade intervjuer | 12 |
| 3.5. Analys av data..... | 13 |
| 3.6. Allmän litteraturstudie/systematisk litteraturstudie | 14 |
| 3.7. Urval | 14 |
| 3.8. Forskningsetiska aspekter | 15 |
| 4. Empiri..... | 16 |
| 4.1. Sammanfattning av empiri | 16 |
| 4.2. Semistrukturerade intervjuer..... | 16 |
| 4.2.1. Intervju 1 Rolf | 16 |
| 4.2.2. Intervju 2 Jan | 17 |
| 4.2.3. Intervju 3 Lennart | 19 |
| 4.2.4. Intervju 4 Birgit | 21 |
| 4.3. Telefonintervjuerna..... | 24 |
| 5. Analys..... | 26 |
| 5.1. Hållbarhet..... | 26 |
| 5.2. Åkeriföretagens intressenter | 27 |
| 5.3. Miljö- och kundkrav | 28 |
| 5.4. Kundrelationer | 30 |
| 5.5. Legitimitet..... | 31 |
| 6. Slutsatser | 32 |
| 7. Diskussion | 34 |
| 7.1. Förslag till fortsatt forskning | 35 |

| | |
|----------------------|----|
| Källförteckning..... | 36 |
| Bilagor..... | 41 |

Figurförteckning

| | |
|--|----|
| Figur 1 Diagram telefonintervjuer..... | 24 |
| Figur 2 Egen modell intressentteorin | 27 |

1. Inledning

I det här kapitlet introduceras läsaren till framväxten av hållbarhetsredovisning. Därefter redogörs för problemformulering och syftet med uppsatsen. Avslutningsvis presenteras uppsatsens avgränsningar.

1.1. Bakgrund

Information om hur företag arbetar med hållbarhetsfrågor är ett stort samhällsintresse (Prop. 2015/16:193). Att redovisa hållbarhetsaspekter är ett ämne som har fått allt större genomslag i redovisningsvärlden. Vi lever i en föränderlig värld där klimathotet orsakat av utsläpp påverkar människors vardag och är ett mycket debatterat ämne inom politiken. Nästan alla världens nationer enades 2015 om ett nytt klimatavtal vilket har som mål att motverka den globala temperaturökningen. Avtalet, som har fått namnet Parisavtalet från den franska huvudstaden där avtalet skrevs under, har som mål att temperaturen absolut inte får öka med mer än två grader någonsin (Regeringen, 2018).

Hållbarhetsredovisning har sedan 1970-talet ökat och årligen fått fler företag att producera rapporter om hållbarhet (Frostenson, Helin & Sandström, 2015). Det är enligt Frostenson et al. (2015) inte längre en fråga för de största företagen *om* de ska värna om framtiden genom hållbarhet, det är snarare en fråga om *hur* de ska göra det. Möjligheten att få redovisa vad företaget verkligen åstadkommer i sitt arbete med miljö och hållbarhet kan vara ett motiv till varför företag väljer att upprätta en hållbarhetsredovisning (Andersson, 2002, 2 oktober). Frostenson et al. (2015) visar att 93 procent av världens 250 största företag hållbarhetsredovisar, varav i Sverige redovisar 77 av våra 100 största företag om hållbarhet. Det finns flera definitioner om vad hållbarhetsredovisning är men de flesta innehåller ekonomiska, sociala och miljöaspekter. Det gör även Frostensons et al. (2015) definition som vi har valt att använda genomgående i uppsatsen för vad hållbarhetsredovisning är. De beskriver det som “en ram för att redovisa ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekter av företagets verksamhet” (Frostenson et al., 2015, s. 8).

Miljöfrågan är en ständigt debatterad fråga inom transportsektorn då sektorn står för ungefär en fjärdedel av landets totala energianvändning. Cirka 40 procent av de totala koldioxidutsläppen kommer från transportsektorn varav nästan allt från vägtransporter (90 procent) (Upphandlingsmyndigheten, 2018). Det stora utsläppet av koldioxid är en av

branschens stora frågor inför framtiden (Dyczkowska, 2015). Då transportbranschen är miljöbelastande finner vi det intressant att skriva en uppsats inom hållbarhet för just transportbranschen, då den har dilemmat att verksamheten inte är miljövänlig men nödvändig för att samhället ska fungera.

1.2. Problemdiskussion

Begreppet hållbart företagande beskrivs som en utveckling där dagens behov tillfredsställs utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov (Andrews & Granath, 2016). Hållbart företagande bygger på fortlevnadsprincipen, att företag ska bedriva en verksamhet som gynnar en hållbar utveckling och bidra med lösningar för att företaget ska kunna existera i framtiden (Prop. 2015/16:193). Hållbart företagande ses oftast utifrån det finansiella perspektivet, men blir allt vanligare att ses även utifrån tre andra perspektiv; teknologisk, social samt miljömässig hållbarhet (Fagerström, Hartwig & Lindberg, 2016). Hållbart företagande bör sökas utifrån dessa fyra perspektiv (Fagerström et al., 2016) men i denna uppsats kommer det teknologiska perspektivet inte behandlas då den inte inkluderas i Frostenssons et. al (2015) definition av hållbarhetsredovisning.

Det finns hållbarhetskriterier för fordon och transporter som ger stöd till myndigheter, kommuner och andra organisationer att ställa krav. Kraven ställs på energianvändning, koldioxidutsläpp och utsläpp av kväveoxider för att minska miljöpåverkan och förekomsten av skadliga ämnen (Upphandlingsmyndigheten, 2018). Detta leder till att transportupphandlingar präglas av debatt om årliga utsläpp som i sin tur gör att kundernas krav ökar på åkerierna (Säfstrand, 2015, 15 november). Ett åkeriföretag är ett företag som driver yrkesmässig lastbilstrafik (Åkeri, 2018). För åkeriföretagen krävs stora investeringsbehov i miljövänliga och effektiva fordon för att möta dessa krav (Sveriges Åkeriföretag, 2018). Med ovanstående resonemang är åkeribranschen relevant med tanke på den diskurs som pågår i dagens samhälle. Transportsektorn står för stora utsläpp och påverkar miljön vilket gör att den granskas kontinuerligt i media och miljöfrågan är en av de stora frågorna inför 2018 års val till Riksdagen, även om den inte är den dominerande frågan (Skovdahl, 2018, 22 mars) i opinionsundersökningarna. Staten, media och kunder utövar tryck mot transportsektorn att använda miljövänliga metoder men en tidigare studie av Pålsson & Kovacs (2014) tyder på att interna strategier kan vara viktigare. Därför finner vi det intressant att granska om externa intressenter påverkar åkeriföretagens arbete med hållbarhetsredovisning.

Den 1 januari 2017 trädde en ny lag i kraft med krav att företag som uppfyller $\frac{2}{3}$ av följande kriterier måste upprätta en obligatorisk hållbarhetsredovisning (PWC, 2018). Kriterierna är om företaget har mer än 250 anställda, har en nettoomsättning på över 350 miljoner kronor eller har en balansomslutning på över 175 miljoner kronor. Fullständiga regler hittas i Årsredovisningslagen 6 kap §§10-14 (SFS 1995:1554). I uppsatsen har åkeriföretag som är medlemmar i lastbilscentralen MaserFrakt valts. En lastbilscentral är kollektivt ägda transportsäljande företag (Sveriges Åkeriföretag, 2018). MaserFrakt uppfyller kraven för obligatorisk hållbarhetsredovisning (MaserFrakt, 2018), men då även mindre privata företag publicerar hållbarhetsrapporter trots att det är frivilligt, lyfter det frågan om det trots medlemskap i en lastbilscentral förekommer hos åkeriföretagen då de arbetar i en miljöintensiv bransch?

1.3. Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att granska åkeriföretags syn på frivillig hållbarhetsredovisning jämfört med deras syn på miljöfrågor och regleringar samt granska vilka externa faktorer som påverkar hållbarhetsredovisningens utformning.

Uppsatsen har tre frågeställningar för att besvara syftet:

- Arbetar åkeriföretag med frivillig hållbarhetsredovisning?
- Påverkas åkeriföretagen av intressenter vid framställandet av hållbarhetsredovisning?
- Hur förhåller sig frivillig hållbarhetsredovisning till miljöfrågor och regleringar för ett åkeriföretag?

1.4. Avgränsning

Åkeribranschen är ett brett begrepp vilket innehåller många typer av verksamheter, därav uppsatsens avgränsning till lastbilsverksamhet inom bygg och anläggningssektorn. Urvalet har begränsats till åkeriföretag i Dalarna som är medlemmar i lastbilscentralen MaserFrakt på grund av tidsramen för uppsatsen.

2. Teori och tidigare forskning

I det här kapitlet presenteras beskrivningar av teori och tidigare forskning om redovisning och hållbarhet som används som utgångspunkt i uppsatsen.

2.1. Hållbarhet

Innan lagförslaget om obligatorisk hållbarhetsredovisning togs i bruk lades en proposition av Regeringen till Riksdagen där negativa konsekvenser för företagen togs upp (Prop. 2015/16:193). Det kan utläsas att en oenighet uppstod mellan EU-kommissionens utredare och Svenskt Näringsliv. Enligt kommissionens konsekvensanalys skulle företagen få en merkostnad för att upprätta en hållbarhetsredovisning på 5500-40000 kr per år. Svenskt Näringsliv uppskattade siffran till mellan 1-1,2 miljoner kr per år och Svensk Handel beräknade att siffran skulle ha ett sexsiffrigt belopp. Detta var beräknat för de företag som skulle omfattas av den obligatoriska redovisningen. Hållbarhetsrapporteringens fokus ska ligga på miljö, personal, respekt för mänskliga rättigheter och sociala förhållanden (Prop. 2015/16:193). Utifrån dessa frågor ska företagen lämna upplysningar om affärsmodell, policy och resultatet av policyn samt väsentliga risker förknippade med företagets verksamhet och hur dessa ska hanteras (Prop. 2015/16:193). Genom att redovisningen har utvecklats via olika ramverk om hur rapportering ska ske, till exempel genom Global Reporting Initiatives (GRI) riktlinjer, har hållbarhetsfrågor fått ökad betydelse för företag (Fagerström & Hartwig, 2016).

Det främsta motivet bakom att upprätta en hållbarhetsredovisning handlar oftast om att upprätthålla företagets anseende och image (Andersson, 2002, 2 oktober), vilket kan vara viktigt vad gäller ett företags överlevnad (Fagerström & Hartwig, 2016). Bergh (2015, 30 september) skriver att ju mer hållbarhetsfrågorna lyfts fram av ett företag desto lättare får ägare, konsumenter, andra organisationer och media att följa företagets utveckling och bedöma dess risker. Detta hävdar även Fagerström & Hartwig (2016), att genom hållbarhetsredovisningen kan dessa risker synliggöras eftersom att det kan finnas flera hållbarhetsrelaterade hot och risker mot företagets verksamhet. Risker kan exempelvis vara Volkswagens problem med dieselindikatorer som vid internt arbete med hållbarhetsredovisning hade kunnat upptäckas och åtgärdas innan en stor skandal skedde (Fagerström & Hartwig, 2016). Vidare skriver författarna att utgångspunkten startar i företagets hållbarhetsresurser via social och human hållbarhet, miljömässig och ekonomisk

hållbarhet. Dessa tre hållbarhetsresurser ger en heltäckande bild av de hållbarhetsrelaterade riskerna och bör ingå i hållbarhetsredovisningen (Fagerström & Hartwig, 2016).

Transportsektorn i Polen släppte 2009 ut 41,9 miljoner ton CO₂ (Dyczkowska, 2015). Dessa höga nivåer av utsläpp har gjort att en av de mest negativa branscherna ur miljösynpunkt arbetar mycket med miljöarbete. Genom tryck från kunder och för att kunna konkurrera på sin marknad har hållbar utveckling fått stort genomslag. Företag prioriterar miljöarbete och att engagera sina medarbetare i sociala aktiviteter, ofta även de med miljövänlig utformning. Införandet av ISO 14001 betonas som en viktig brytpunkt i hur transportföretag agerade och fick dem att inse vikten av att arbeta mer hållbart i framtiden (Dyczkowska, 2015). ISO 14001 är en europeisk standard för miljöledningssystem som innehåller miljökrav och vägledningar för att uppfylla dessa (SIS, 2018). Miljöledningssystemet är frivilligt men det ger företagen en bas för att underlätta och förbättra sin arbetsmodell samt även ge underlag för en extern certifiering över företagets miljöarbete (SIS, 2018).

Utsläppen från vägtrafiken har minskat kraftigt i Sverige, vilket bland annat beror på renare drivmedel och lagstiftningskrav på fordons avgasemissioner vilket har lett till ökade krav på euroklasser i upphandlingar. Euroklasser används för att ställa krav på fordons utsläpp och anger högsta tillåtna utsläpp av en rad olika luftföroreningar för transportfordon såsom lastbilar (Miljöfordon, 2018). Syftet med euroklasser är att uppmuntra till en uppgradering av fordonsflottan med bättre miljöklasser enligt det regelverk som gäller för hela EU. Ett flertal miljöproblem minskas, exempelvis dålig luftkvalitet i tätorter, då euroklasserna reglerar utsläpp av bland annat kväveoxider (NO_x). Det finns specifika miljökrav vad gäller tunga fordon (Upphandlingsmyndigheten, 2018).

Tidigare forskning har gjorts om huruvida miljökrav i upphandlingar har en positiv inverkan på miljön. I en rapport för Konkurrensverket har Lundberg, Marklund & Brännlund (2009) studerat om offentliga upphandlingar kan användas som ett miljöpolitiskt styrinstrument. Lundberg et al. (2009) studerar offentliga upphandlingar inom livsmedel- och avfalls/transport/sopindustrin och i en senare studie av Lundberg, Marklund, Strömbäck & Sundström (2015) fördjupar de sig i upphandlingar inom städbranschen. I båda studierna betonar forskarna att miljöhänsyn som styrning i upphandlingar kan ge en negativ effekt för miljön. Vid krav på miljövänligare produkter/tjänster kommer priset på dessa att öka medan priset på miljöfarliga produkter kommer falla, vilket gör att vanliga konsumenter kommer

föredra de med lägre pris (Lundberg et al., 2009). Vidare anser de att ekonomiska styrmedel såsom miljöskatter och subventioner är bättre för välfärden och miljön.

En svaghet med strategin att använda upphandlingar som ett miljöpolitiskt styrinstrument är att leverantörerna själva väljer om de vill acceptera hårdare miljökrav, de miljöfarliga produkterna/tjänsterna kan ändå konsumeras av en annan köpare (Lundberg et al., 2015). I Konkurrensverkets riktlinjer för hållbarhetskriterier vid upphandlingar betonas faktumet att leverantörer har en stor frihet att välja vilka bevis de vill ge på att de kan uppfylla krav. Det kan bli en hög kostnad för myndigheten att kontrollera krav om de är för hårda i upphandlingar för att det ska vara ekonomiskt försvarbart att ställa dessa krav från början (Konkurrensverket, 2014). Hansson, Nilsson & Skogens (2013) skriver att kundkraven inte bara handlar om viljan att betala för bättre miljöprestanda utan även om vilken nivå kraven ligger på. Ur ett miljö-och klimatperspektiv behöver kunder ställa miljökrav som är möjliga för åkeriföretagen att arbeta efter för att effekten ska bli positiv (Hansson et al., 2013). Hård konkurrens och kundernas prispress är faktorer som lyfts fram vad gäller lönsamheten i ett åkeriföretag (Hansson et al., 2013). Ju bättre arbete som utförs desto bättre ser det ut i kundernas ögon, vilket leder till en starkare konkurrenskraft för företaget (Deegan & Unerman, 2011).

2.2. Legitimitetsteori

Legitimitetsteorin innebär att företag vill skapa en bild över hur omgivningen ska uppfatta företaget. Detta sker genom att företagen, via sin verksamhet, kommunicerar och informerar om till exempel arbetet med uppsatta miljömål (Ax, Johansson & Kullvén, 2015). Legitimitet definierades av Suchman (1995) enligt följande, "Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs and definitions" (Suchman, 1995, s. 574). Enligt detta kan legitimitet summeras som ett generaliserat koncept vilket säger att om en organisations aktiviteter är önskvärda och korrekta enligt ett samhälles normer, värderingar, tro och definitioner kommer legitimitet skapas mellan parterna.

Enligt teorin kommer samhället kontinuerligt ställa krav som företaget måste uppfylla för att överleva (Deegan & Unerman, 2011). Dessa krav är ständigt under förändring då företagens omvärld hela tiden förändras. Det innebär alltså att moderna företag måste vara flexibla för att kunna anpassa sig snabbt till de nya kraven. Det är hur samhället uppfattar företags

agerande som ligger till grund om företaget får en legitimitet eller inte (Deegan & Unerman, 2011). Deegan & Unerman (2011) belyser att flera studier som haft för avsikt att undersöka social och miljömässig rapportering har använt sig av legitimitetsteorin för att försöka förklara denna frivilliga redovisning. Genom detta får redovisningen en nyckelroll, företaget måste hitta sätt att nå ut med information som kan skapa legitimitet till samhället. Detta är viktigt då företagens anseende och image är betydelsefullt för dess överlevnad (Andersson, 2002, 2 oktober). Tagesson, Blank, Broberg & Collin (2009) menar att allmänheten ställer olika krav på företag baserat på dess storlek. Ett större företag befinner sig under mer granskning från utomstående intressenter och får med det högre förväntningar på sig. Ett statligt företag förväntas redovisa mer information om hållbarhet baserat på resultaten i Tagesson et al., (2009) studie om svenska företag.

Legitimitetsteorin har använts i tidigare studier för att förklara varför företag ägnar sig åt hållbarhetsredovisning. Sociala faktorer påverkar företags CSR-arbete (Mäkelä & Näsi, 2010). Termen Corporate Social Responsibility, CSR, användes först av Bowen 1953 (Bowen, Bowen, & Gond, 2013). I en ny upplaga från 2013 definieras CSR som: “the businessman’s responsibility to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society.” (Bowen et al., 2013, s. 6). Kortfattat bör en beslutsfattare agera på det sätt som gynnar samhället, baserat på dess värderingar och mål. I sin studie använder Mäkelä & Näsi (2010) sig av legitimitetsteorin för att analysera CSR-arbete inom finska skogsåkerier och menar att redovisningsinformation kan användas för att legitimera nedskärningar i företaget. Lanis & Richardson (2012) studerade hur företag som försökte undvika skatter, något författarna kallar skatteaggressiva företag, använde redovisning av sitt CSR-arbete som ett sätt att legitimera sitt agerande. Ju mer ett företag redovisade information om hållbarhet, hur detaljerat ett företag redovisade sitt CSR-arbete, desto mer förståelse fick de av samhället för sin skatteaggressiva verksamhet (Lanis & Richardson, 2012). Detta förklarar de med legitimitetsteorin, företagen som redovisade mycket fick en legitimitet i samhället som gjorde försöken att undvika skatt inte påverkade företagen negativt.

Legitimitet som ett koncept har studerats tidigare gällande miljöutsläpp. I studier om trängselskatt i Göteborg (Hysing, 2015) och koldioxidskatt på riksnivå (Jagers & Hammar, 2012) lyftes vikten av att staten måste skapa legitimitet för sina åtgärder för miljön. I båda

dessa studier visar författarna belägg för att en miljöåtgärd måste accepteras av samhället, staten behöver ha en strategi över hur legitimitet ska uppnås, innan åtgärderna lanseras. Det finns fler branscher än åkeribranschen som arbetar i en situation där miljöpåfrestningar är en stor del av det dagliga arbetet. En sådan är oljebranschen där organisationer upplever svårigheter med att försvara sig själva mot kritik (De Roeck & Delobbe, 2012). Det blir viktigt för organisationerna att kunna visa att de tar ansvar för miljön. Arbetet med hållbarhet är därmed en central del för organisationerna och det visar sig att arbetet med att skapa legitimitet är fruktbart då det kan leda till att företaget får stöd av sina anställda även i en kontroversiell sektor som oljeindustrin (De Roeck & Delobbe, 2012).

Enligt Deegan & Unerman (2011) kan legitimitetsteorin brytas ned till ett outtalat socialt kontrakt mellan samhället och de organisationer som verkar inom det. Mousa & Hassan (2015) argumenterar i sin artikel att legitimitetsteorin är en förklaring till varför företag ägnar sig åt hållbarhetsredovisning. Branco & Rodrigues (2006) använder sig av legitimitetsteorin för att förklara varför portugisiska banker börjat redovisa allt mer om hållbarhet. Ju mer en bank syntes i det allmänna rampljuset, desto villigare verkade de vara att redovisa om hållbarhet vilket kan relateras till Deegan & Unermans (2011) uppfattning om att företagen måste uppfylla det sociala kontraktet. Kontraktet sammanfattar de förväntningar samhället har över hur organisationen bör uppträda. Enligt teorin kommer samhället att reagera negativt om organisationen skulle bryta kontraktet (Deegan & Unerman, 2011), konsumenter kommer då att välja andra alternativ eller minska sin konsumtion på grund av att företagets bidrag till samhället inte längre uppskattas. Detta kan kopplas till kommande avsnitt om intressentteorin där Freeman (2010) argumenterar för att icke tillfredsställda kunder väljer andra alternativ vilket kan minska en organisations möjlighet att skapa legitimitet.

2.3. Intressentteorin

Intressentteorin är en ekonomisk teori som analyserar hur externa faktorer i form av intressenter påverkar ett företag. Denna teori har vissa likheter med legitimitetsteorin och ses som komplement till varandra snarare än motsägande teorier (Deegan & Unerman, 2011).

R. Edward Freeman definierade 1984 en intressent (stakeholder) som:

Simply put, a stakeholder is any group or individual who can effect, or is affected by, the achievement of a corporation's purpose. Stakeholders include employees,

customers, suppliers, stockholders, banks, environmentalists, government and other groups who can help or hurt the corporation. (Freeman, 2010, s 6)

Vår översättning av definitionen är att en intressent är en person eller grupp som på något sätt påverkar eller påverkas av ett företags beslutsfattande. Exempel på intressenter är anställda, kunder, leverantörer, aktieägare, banker, miljögrupper och staten.

Organisationer omsluter sig av samhället och dess intressenter, Ax et al. (2015, s. 26) presenterar en modell över vilka intressenter som är viktiga för ett företag. I intressentteorin är utgångspunkten att företag strävar efter att uppnå ett stabilt förhållande med sin omgivning, en så kallad jämvikt (Ax et al., 2015). Jämvikten utgörs genom att företag har olika intressenter de har ett beroendeförhållande till och som kräver att det finns ett utbyte mellan båda parter för att få jämvikt. Freeman (2010) hävdar att syftet med intressentteorin är att få ledare i organisationer att ta mer ansvar för omgivningen. Ax et al. (2015) menar att målet för ett företag utifrån intressentmodellen är att tillgodose intressenternas krav. Enligt Deegan & Unerman (2011) fokuserar intressentteorin på hur organisationen samspelar med specifika intressenter, både internt inom organisationen men även externa, medan legitimitetsteorin fokuserar på samspelet mellan samhället i stort. Bedömning av hur viktiga intressenterna är varierar mellan organisationer och ledningens värderingar (Freeman, 2010). Vidare betonar Freeman (2010) att företagsledare måste förstå vikten av att kommunicera med intressenter, varför det är nödvändigt att ge och svara på förslag från intressentgrupper för att kunna förbättra företagets image och legitimitet.

I en artikel från 2014 studerade Pålsson & Kovács varför svenska transportföretag vidtar åtgärder för att minska utsläpp av CO₂. Forskarna studerar, med hjälp av intressentteorin, huruvida externa faktorer eller interna faktorer i företaget är de mest drivande för arbetet med att minska utsläpp. I sin studie på 172 företag kom forskarna fram till att det fanns variationer i vilket som drev företagen men överlag hade företagets strategi, alltså en intern faktor, större verkan än utomstående press från intressenter (Pålsson & Kovács, 2014). Att sätta en tydlig strategi i dagens samhälle är en komplicerad och svår uppgift men strategiprocessen kan klargöra vilka faktorer som kan påverka företaget och underlätta uppgiften (Freeman, 2010). Strategiprocessen innebär att analysera företagets intressenter och värderingar samt vilka samhällsproblem kan uppstå vad gäller ekonomiska, sociala och teknologiska faktorer.

Processen belyser hur dessa faktorer kan påverka företaget och dess intressenter under de kommande åren (Freeman, 2010).

CSR-arbete kan utföras på många olika sätt och av olika anledningar. I större företag kan intressentteorin förklara varför företag använder sig av CSR medan i mindre företag (SME, small-mediumsized enterprises) är teorin mindre användbar (Russo & Perrini, 2010). SME är ett företag som har mindre än 50 anställda, drivs vanligtvis av ägaren och är ofta självständiga (Spence, 1999). Russo & Perrini (2010) betonar att intressentteorin inte är olämplig men de ställer sig tveksamma till hur mycket den kan förklara i SME företag.

2.4. Sammanfattning av teoriavsnitt

Eftersom att transportsektorn har en stor miljöpåverkan då den står för stora koldioxidutsläpp (Dyczkowska, 2015) är det intressant att undersöka hur åkeriföretag frivilligt hållbarhetsredovisar samt vilka faktorer som påverkar dess utformning. Grundtanken i redovisningen av hållbarhet är att detta görs för företagens intressenter, därav anses intressentteorin vara en lämplig del i referensramen. En annan faktor till varför företag hållbarhetsredovisar kan vara att de söker legitimitet för sina handlingar eller att de gör det av egen god vilja, varför även legitimitetsteorin är en användbar teori i referensramen.

3. Metod

I det här kapitlet presenteras vilka metoder som har använts som tillvägagångssätt vid insamling och tolkning av data. Urval av bransch motiveras och en reflektion över forskningsetiska aspekter görs.

3.1. Sammanfattning av metod

I den här uppsatsen används en kvalitativ metod med semistrukturerade personliga intervjuer och strukturerade telefonintervjuer. Tre semistrukturerade intervjuer utfördes med verksamhetsansvariga från tre åkeriföretag i Dalarna med grund i en intervjuguide (bilaga 1) tänkt att leda intervjuerna till ett ämne där respondenten fick tala fritt. Därefter analyserades intervjuerna och ämnen som ansågs intressanta fastställdes i en ny intervjuguide (bilaga 2) för telefonintervjuer. Intervjuguiden var strukturerad med specifika frågor baserat på dessa ämnen för att granska om fler verksamhetsansvariga i branschen resonerade på liknande sätt. Då alla åkeriföretagen är medlemmar i lastbilscentralen MaserFrakt och dessutom hänvisade till denna för mer information föreföll det lämpligt att göra en intervju med någon därifrån. Därför utfördes ytterligare en semistrukturerad intervju med en före detta anställd på lastbilscentralen som arbetat med miljöfrågor med anledning att få information hur de arbetar med hållbarhetsfrågor och miljökrav från kunder. Frågor ställdes även huruvida lastbilscentralen gjort frivilliga hållbarhetsredovisningar innan lagkrav, för fullständig intervjuguide, se bilaga 3. Metodvalet diskuteras senare i kapitlet Diskussion.

3.2. Kvalitativ metod

Valet av forskningsmetod beror på vilka svar forskaren vill att uppsatsen ska ge (Repstad, 2007). En kvalitativ metod handlar om att finna en djupare förståelse för ämnet forskaren studerar, baserat på det insamlade materialet utför forskaren tolkningar där texten är det centrala i arbetsmaterialet (Repstad, 2007). Vid sökningen av teori upptäcktes att intressenter är en viktig aspekt i åkeriföretagens arbete. För att kunna redogöra och skapa förståelse för vilka intressenter som påverkar företagets frivilliga hållbarhetsredovisning valdes en kvalitativ metod.

Innan genomförande av intervjuer är det viktigt att bestämma hur genomförandet ska ske och vad respondentens svar önskas resultera i eftersom att det utgör ett underlag för syftet med uppsatsen. Hur intervjun är strukturerad och hur frågorna är formulerade är viktigt för att underlätta för såväl intervjuare som respondent så att uppsatsen ska kunna uppnå önskat

resultat (Bryman & Bell, 2017). Därför valdes semistrukturerade intervjuer med öppna frågor för att kunna redogöra och analysera vilka intressenter som respondenterna betonade som viktiga samt hur deras syn på hållbarhetsredovisning såg ut. Öppna frågor gav möjlighet att ställa följdfrågor och relevant information kunde utvinnas när respondenten talade fritt. En strukturerad intervju är mycket strikt och följer en bestämd ordning (Bryman & Bell, 2017) men anpassning kan försvåras när frågorna är helt färdigformulerade då respondenterna kan bli kortfattade och tystlåtna (Repstad, 2007). Telefonintervjuerna gjordes i strukturerad form med anledning att göra intervjuerna korta, mer koncentrerade på ämnet och jämföra om deras tankar överensstämde med de tidigare respondenternas.

3.3. Semistrukturerad intervju

Semistrukturerade intervjuer innebär att intervjuaren förhåller sig till en förberedd intervjuguide med frågor som ska diskuteras (Bryman & Bell, 2017). Intervjuguiden är till för att underlätta styrningen av intervjun men är ingen strikt guide, följdfrågor kan ställas baserat på svaren respondenten ger. Intervjumetoden möjliggör därmed flexibilitet vilket kan gynna studien, dels för att få tillgång till intervjupersonens uppfattning och dels att kunna gå djupare inom de områden som det finns intresse av att kartlägga (Bryman & Bell, 2017). Intervjuguiden (bilaga 1) för intervjuerna är uppbyggd på ämnen och öppna frågor där respondenterna kan tala fritt och svara med egna ord, som Bryman & Bell (2017) beskriver.

Vidare beskriver Bryman & Bell (2017) att ett av huvuddragen inom kvalitativa forskningsmetoder är öppna frågor då det ger respondenterna möjlighet att på egen hand tolka frågorna i samtalet och tankarna leds inte in i någon förutbestämd riktning. Fördelen med intervju som tillvägagångssätt är enligt Repstad (2007) att följdfrågor kan ställas samt möjligheten att säkerhetsställa att frågan blir besvarad och korrekt uppfattad av respondenten. Kontrollfrågor kan öka trovärdigheten för en studie (Björklund & Paulsson, 2012). Vi gjorde detta genom att ställa följdfrågor där respondenten fick utveckla sina svar ingående och om denne missuppfattat frågan omformulerade vi oss så att de förstod vad vi menade och kunde svara bättre på frågan.

3.4. Strukturerade intervjuer

De strukturerade telefonintervjuerna genomfördes med åkerägare eller personen som har huvudansvaret för den dagliga verksamheten inom företaget. Intervjuerna följde en förutbestämd mall (bilaga 2) med frågor baserade på information från tidigare intervjuer.

Samtalet pågick mellan 10-20 minuter beroende på hur ingående respondenten var. Samtliga respondenter har mellan 10-25 års erfarenhet av branschen. Telefonintervjuerna utfördes för att jämföra om våra tolkningar från de semistrukturerade intervjuerna överensstämde med respondenterna i telefonintervjuerna eller om ny information uppstod.

3.5. Analys av data

Analysmetoden i studien är baserad på Gubrium och Holsteins analysmetod med fokus på "vad" och "hur". "Vad" delen är informationen som utvinns från intervjun medan "hur" syftar till att fokusera på vad respondenten gör under själva intervjun, till exempel hur denne använder kroppsspråk och betonar ord (Rennstam & Wästerfors, 2017). Vid analys av "vad" bör man ha "hur" i åtanke och vice versa (Rennstam & Wästerfors, 2017, s.53). Denna analysmetod har tillämpats i uppsatsen genom att beskriva hur respondenterna betonade ord etc. i empiriavsnittet och genom tolkningar av empirin i analysavsnittet. Under intervjuerna analyserades "hur" genom att samtalstonen varierade beroende på vilken fråga som ställdes, en del respondenter betonade vissa ord till exempel Trafikverket med viss irritation, andra suckade och muttrade när ordet hållbarhetsredovisning nämdes.

Vid analys av kvalitativa data krävs det att materialet sorteras för att skapa ordning och överblick. Sorteringen kan underlätta för forskaren att lära sig hitta i materialet genom att ringa in, markera, differentiera och rada upp olika sorters data (Rennstam & Wästerfors, 2017). Därav direkt efter varje intervjutillfälle sammanställdes insamlade data för tolkning och diskussion. Först studerades informationen som uppkom utifrån respektive intervju där fokus låg på att sortera ut vilka nyckelord som kunde kopplas till hållbarhet. Vidare kategoriserades varje nyckelord under respektive dimension utifrån uppsatsens definition av hållbarhet. Exempel på nyckelord: euroklass, miljökrav, Trafikverket, kundrelationer och image om att miljökrav ska se bra ut på papper. Sorteringen kan underlätta för forskaren att få grepp om detaljer och hitta återkommande gestaltningar, till exempel hur respondenten pratar (Rennstam & Wästerfors, 2017). När nyckelorden kategoriserats bearbetades intervjumaterialet ytterligare för att notera tonfall för att analysera "hur" delen. Genom nyckelorden blev tolkningen av data enklare att strukturera för att skapa ordning och underlätta analysen. Eftersom att sammanställning skedde direkt i anslutning till intervjutillfällena underlättades processen och svårigheter att skildra data reducerades då minnet hos oss var färskt. För att öka trovärdigheten gjordes individuella sammanställningar för att sedan jämföra och utvärdera om materialet hade tolkats på liknande sätt av oss båda.

3.6. Allmän litteraturstudie/systematisk litteraturstudie

Vid insamling av data genomfördes en litteraturstudie bestående av vetenskapliga artiklar och verk inom hållbarhet med anledning att ge mer kunskap om åkeribranschen och hållbarhetsredovisning. Litteraturstudiens fokus var att hitta orsaker till hur åkeriföretag hållbarhetsredovisar samt identifiera vilka faktorer som kan påverka redovisningen. Under litteraturstudiens gång granskades det teoretiska materialet kritiskt för att säkra att materialet var trovärdigt och representativt. Vid litteratursökning efter artiklar och informationsmaterial användes databasen Retriever Business, sökmotorn Google Scholar och databasen Summon vid Högskolan Dalarnas bibliotek.

Centrala nyckelord, både svenska och engelska, som användes vid insamlingen av sekundärdata var: *hållbarhetsredovisning, legitimitetsteori, intressentteori, åkeribranschen, CSR, hållbar transport*

3.7. Urval

Vi valde att smalna av branschen till bygg- och anläggningsföretag, vilket är åkeriföretag som disponerar transporter åt bland annat Trafikverket och kommuner, till exempel snöröjning och halkbekämpning (Sveriges åkeriföretag, 2018). Detta gjordes för att minska omfattningen av uppsatsen då vi ansåg att det inte var rimligt att studera hela åkeribranschen givet tidsramen för uppsatsen. Företagen fick inte vara stora nog att omfattas av lagkravet på obligatorisk redovisning då syftet är att studera den frivilliga hållbarhetsredovisningen. För att minska uppsatsens omfång gjordes avgränsningar vad gäller åkeriföretagens storlek med avseende på anställda, endast verksamhetsansvariga i företag med färre än 35 anställda har intervjuats i uppsatsen. Vi valde verksamhetsansvariga då de bedömdes ha kunskap och insyn i företagets redovisning, då det enligt Repstad (2007) är nödvändigt att finna personer med relevant kunskap om studiens frågeställning. Vi valde även att endast studera åkeriföretag som är medlemmar och delägare i en lastbilscentral. Avgränsningarna gjordes dels av praktiska skäl då en av författarna arbetar på lastbilscentralen och därmed hade tillgång till tänkbara respondenter, men även för att mindre åkeriföretag ofta samarbetar i gemensamt ägda transport- och/eller logistikföretag som åkeri- eller lastbilscentraler (Sveriges Åkeriföretag, 2016). För- och nackdelar med relationen till MaserFrakt redogörs i kapitlet Diskussion.

3.8. Forskningsetiska aspekter

Vid alla studier i Sverige bör Vetenskapsrådets riktlinjer tas i beaktning. Vetenskapsrådet är en statlig myndighet som ansvarar för att forskning bedrivs på ett etiskt och korrekt sätt.

Rådet har gett ut en publikation kallad *God Forskningssed* där lagar och etiska krav som är relevanta för forskaren tas upp. De kan sammanfattas i åtta generella regler, se bilaga 4, som har följts genomgående under arbetets gång. Deltagarna i uppsatsen ska vara medvetna om att medverkan är frivillig och behandlas konfidentiellt samt att uppgifter ska förvaras på ett tryggt sätt (Repstad, 2007), vilket vi informerade om vid första kontakten med respondenten. Deltagarna informerades om uppsatsens syfte samt att insamlade uppgifter endast kommer att användas för uppsatsens ändamål, vilket enligt Repstad (2007) är praxis vid forskning. Vi gav möjligheten att ge information om uppsatsen och dess resultat om respondenterna önskade. Av forskningsetiska skäl har vi valt att anonymisera åkeriföretagen och enbart använda respondenternas förnamn. Vi har även valt att anonymisera privatägda företag som åkeriföretagen nämner som kunder. Vi valde dock att namnge exempelvis myndigheter som Trafikverket då de arbetar med offentliga upphandlingar som dels är av allmänt intresse och även för att allmänheten redan har tillgång till dessa.

4. Empiri

I det här kapitlet redovisas resultatet av det empiriska material som har använts i studien. Inledningsvis kommer en presentation av det sammanlagda materialet för att därefter presentera respektive intervju separat.

4.1. Sammanfattning av empiri

Under intervjuerna upptäcktes ämnen som samtliga respondenter berörde, vilka kommer sammanfattas i detta kapitel. Respondenterna har minst 10 års erfarenhet av åkeribranschen. Den allmänna uppfattningen bland respondenterna var att miljökrav inte existerade när de började i branschen, men som har ökat de senaste åren, med varierande definition på antal år. Nya direktiv från regeringen och nya euroklasser med större krav på fordonen har lett till att samtliga har tvingats att investera i nya lastbilar. Hållbarhetsredovisning sker inte i årsredovisningen men respondenterna rapporterar miljökrav via lastbilscentralen MaserFrakt, se exempel på bränslerapport i bilaga 5. MaserFrakt sköter den administrativa delen med miljöcertifikat och fakturering till kunderna, vilket alla beskriver som en av fördelarna vid medlemskap. Kundrelationer är något respondenterna påpekar är viktigt, dock prioriterades arbetet med att behålla existerande kunder olika. Samtliga respondenter tog upp Trafikverkets agerande vad gäller att först ställa höga miljökrav för att sedan sänka dem med negativa följder, vilket var något som skapade irritation hos respondenterna. De uttryckte i samband med detta en fundering om miljökrav, även på statlig nivå, endast var till för att se bra ut på pappret, eftersom de menar att dessa inte efterföljs i verkligheten.

4.2. Semistrukturerade intervjuer

Nedan följer en sammanfattning av de semistrukturerade intervjuerna med tre verksamhetsansvariga i åkeriföretag och en före detta miljöansvarig vid MaserFrakt

4.2.1. Intervju 1 Rolf

Rolf har drivit sitt företag i 25 år då han köpte sin första lastbil när han slutade hos sin dåvarande arbetsgivare Televerket. Hållbarhet för Rolf är att ta ansvar för det man gör och att miljön ska finnas kvar. Han anser att miljökrav är bra men att det kräver dyra investeringar och att kunderna verkar värdesätta att kraven ska se bra ut på papper.

Idag har han fem anställda och samma antal fordon. Anledningen till att han har varit aktiv i branschen är för att han tycker det är roligt och har jobbat hårt för att få sina kunder och ansåg

att numera är arbetet “gratis” med dem. Kundrelationer är därför inget som han lägger någon tid på, den bara finns där i och med hans år och erfarenhet av branschen. Vid frågan om hur Rolf definierar hållbarhet blev han fundersam och osäker men sammanfattat blev svaret “att det naturliga ska finnas kvar i framtiden”, vilket vi tolkar som miljön.

En reflektion av Rolf var att han ständigt har krav på sig vad gäller miljö men att kommunen verkar få släppa ut miljöfarliga “saker”. Han ställde sig även tveksam till hur effektiva miljökraven är, till exempel att fordon kan ha en bättre euroklass men samtidigt ha en högre bränsleförbrukning och farligare utsläpp. Han skakar på huvudet och muttrar “men det där förstår inte vi...”. Under intervjun nämner Rolf hur han ogillar det han kallar byråkrati, “saker blir mer komplicerade och det blir nya krav på allt”. Han anser att effekten blir att ingen vill starta nya företag då den administrativa delen blir allt tyngre. Han vill påpeka att den största fördelen med att vara med i en organisation, i detta fall lastbilscentralen, är att slippa sköta den administrativa delen.

Under intervjun återkom Rolf flera gånger till att han uppfattar att det finns en dubbelmoral hos kommunerna och staten. Han nämner hur Trafikverket i ett avtal ställt krav på euroklass 5 och 6, vilket tvingar företag att investera i nya lastbilar, men sedan plötsligt sänkt kraven till klass 4 som, enligt honom, kan vara upp till 15 år gamla lastbilar. Det innebär att oseriösa företag ges möjlighet att köra på uppdragen med lägre ekonomisk avkastning men som är betydligt sämre ur miljömässig aspekt. Det var han mycket irriterad över och använde uttrycket “att man silar mygg men sväljer elefanter”, alltså att kraven ibland är skyhöga men sedan får något sådant få förekomma. Miljökrav ska se bra ut på papper men om kraven inte kan fullföljas “så duger tydligen vilken gammal lastbil som helst, så länge arbetet blir utfört”. Kraven existerade knappt när verksamheten startade men har ökat enormt de senaste tre-fyra åren, inte bara utifrån miljömässig aspekt utan även via till exempel kör-och vilotider samt alkoholås. Han uttrycker inte specifikt att hållbarhetsredovisning är något problem och menar att ökade miljökrav är bra till en viss gräns, men åkeriföretagen får betala för merkostnader av mer administrativt arbete och mer “krångel” som han uttrycker det.

4.2.2. Intervju 2 Jan

Jan har drivit sitt företag i 42 år och har alltid haft ett intresse för fordon vilket var anledningen till att han började i åkeribranschen. Han värdesätter och prioriterar kundrelationer högt och är mån om helhetsintrycket som omgivningen ska få av hans

företag. Definitionen på hållbarhet är att hans företag ska överleva på lång sikt. Miljökrav anser han är bra men när dessa inte följs skapas irritation.

Jan sköter det mesta utom den administrativa delen med löner etc. vilket hans fru ansvarar för. För tillfället har Jan fem lastbilar och två maskiner men berättar att han tidigare hade det dubbla antalet. Han berättar om en förlorad upphandling med Landstinget där de själva tog över arbetet, vilket ledde till att han tvingades minska antalet fordon. Irriterat fortsätter han “dessa krav att fordon ska ha en viss euroklass som ska följas till punkt och pricka enligt papper, som sedan inte gäller i praktiken så att fordon som definitivt inte har den euroklassen kan börja köra åt, i detta fall Landstinget, är ju helt tokigt!”. “Då var det liksom inte så noga med vilken miljöpåverkan som fordonen hade, utan mer att varorna levererades till, vad jag antar, lägsta pris. Mycket konstigt!”. Trots detta och minskat antal fordon så finner han att den ekonomiska situationen är bättre nu. “Det blir liksom bättre kontroll och kvalitet på det vi gör, ordning och reda helt enkelt”. Hållbarhet, enligt Jan, är att klara av det han gör och han anser att hållbarhet är åtgärder som gör att hans företag kommer överleva i framtiden. Som exempel tar han upp att ha rätt personal och fordon för uppdraget och att aldrig säga nej till kunderna. Han anser att kundrelationer är en stor del i företagets överlevnad.

Jan svarar att de inte hållbarhetsredovisar men att miljöcertifikat lämnas till lastbilscentralen som i sin tur förmedlar dessa till kunden. Enligt Jan har miljökraven ökat kraftigt de senaste fem-åtta åren, vilket är en märkbar skillnad i jämförelse med när verksamheten startade då krav i princip inte existerade. Effekten har blivit att kunder, främst kommuner, ställer krav på högre euroklass, vilket leder till att fordon behöver bytas ut mot nyare om uppdrag ska fås. Han har investerat i nya fordon, vilket krävs för en långsiktig planering och “ett måste om man är ett seriöst åkeri”. Här blir han irriterad och tar upp att Trafikverket gjort en upphandling om vägunderhållning där de först krävt euroklass 5-6, men sedan sänkt till euroklass 4. Detta reagerar han starkt på då det ger, vad han kallar, “smånasare” med sämre fordon en chans att få jobben eftersom att de kan ta lägre priser än han och andra seriösa företag som investerat i nya fordon och kräver en högre avkastning på jobben. Han tycker det är “otroligt” att en statlig myndighet kan arbeta på det sättet. Det ger sken av dubbelmoral när hårda miljökrav ställs som sedan kan sänkas när de inte får tag på någon med godkända fordon att utföra arbetsuppdraget. Han reflekterar över att det mest ska se bra ut på papper, kraven är hårda när avtal skrivs men sedan brister uppföljning eller kontroller på om miljökraven faktiskt hålls. Det blir konkurrens på fel villkor vilket inte är bra varken för

honom eller miljö. Jan anser att hans branschorganisation borde ställa hårdare krav om detta och uttrycker en besvikelse över deras agerande.

Jan återkommer ofta under intervjun med ledordet att det ska vara: “ordning och reda”. Målet är att han, medarbetarna och fordonen alltid ska vara snygga och representera företaget bra. Han tror att intrycket gör mycket för att behålla sina kundrelationer och relaterar till sin definition över hållbarhet, att göra vad som krävs för att kunna överleva i framtiden.

4.2.3. Intervju 3 Lennart

Lennart har varit i åkeribranschen 23 år och driver den dagliga verksamheten i företaget som för tillfället har 33 anställda. Dialog med kund är viktigt för att skapa ett gott samarbete som förhoppningsvis leder till arbete. Han anser att ökade miljökrav är bra, dock att det leder till ökade kostnader och investeringar. Hållbarhet definierar han som en långsiktig plan, det man utför ska anses hållbart.

Intervjun inleddes med att Lennart berättade att intresset för motorer och fordon har funnits sedan barnsben, att det blev just åkeribranschen är personligt intresse men även släkt- och familjeskäl. Ansvar och engagemang har successivt ökat genom åren och när företaget år 2016 såldes till annan ägare ökade hans ansvar ytterligare. Eftersom han har varit engagerad i många år känner han en lojalitetskänsla för företaget. Känslan när det går bra för företaget gör att intresset för att fortsätta driva verksamheten ökar, “det är ju kul att driva grejer när det går bra”. Hans bestämmande roll är något som han ser som positivt.

Ökade krav på miljö och hållbarhet har lett till ökade kostnader för företagen. Åkeribranschen är hårt utsatt med till exempel utländsk konkurrens som dumpar priserna, vilket gör att vinstmarginalen är låg. De ökade kraven leder till att färre har råd att fortsätta driva åkeriverksamheter, vilket han ser som en nackdel då det redan är chaufförsbrist i branschen. Nedläggningar på grund av kraven gör inte saken bättre, kraven har trots allt ökat enormt sedan mitten på 2000-talet, “för 15 år sedan snackade ingen om det”. Personligen anser han att ökade miljökrav är bra då det skapar en högre status, utan krav kan företag använda lastbilar som egentligen borde skrotas ur miljösynpunkt. Han beskriver att en ökad status kan locka fler ungdomar att börja i branschen om den blir miljövänligare och fler inser värdet av att värna om samhället, vilket han tror kan leda till en ökad framtidstro på att den kommer finnas kvar i framtiden. “Det är nog viktigt att ungdomarna känner att de kan leva på det här

ett tag”. Lennart fortsätter reflektera över framtiden och säger: “Hur det än är så kommer det generationer efter oss, medvetenheten om samhället och miljön är något som borde uppmärksammas. Ni vet att förr kunde man ju dra en slang in i bilen, starta motorn och låta avgaserna fylla hela bilen tills man gasades ihjäl helt enkelt”. Avgaserna var farligare både för hälsan och miljön, men Lennart berättar att nu är motorerna i euroklass 6 så “rena” i avgaserna att det inte skulle fungera. Därmed har inte utsläppen samma negativa påverkan på miljön, vilket är bra enligt honom.

Lennart betonar att kraven som ställs borde vara samma överallt, han nämner Trafikverket och vägunderhållet som ett exempel. Där har kraven sänkts till en lägre euroklass, trots att meningen från början var att den senaste euroklassen skulle gälla. “Detta sker trots att det är statligt, mycket märkligt”, säger han lite irriterat. Kommunen kräver senaste teknologin medan privatpersoner är mindre brydda, vilket enligt honom kan bero på att de inte har samma krav på sig men även för att “de kanske inte bryr sig lika mycket så länge tjänsten blir utförd”.

Han beskriver att lastbilscentralen ställer krav, både gällande miljö till exempel bränsleförbrukning (se bilaga 5) men även teknologiska krav som till exempel alkoholås. Lastbilscentralen kräver rapporter med statistik och siffror för att de i sin tur har krav från kunder som kräver dessa rapporter och underlag. Lennart beskriver att lastbilscentralen fungerar som en mellanhand för honom och kunderna, de tar hand om den administrativa delen i upphandlingar. Den tekniska utvecklingen med att ta fram statistik och siffror har underlättats då nya lastbilar sedan sex år tillbaka har datorer som automatiskt mäter körsätt, bränsleförbrukning etc. Det betonar han som väldigt positivt då det skapar en bättre överblick för honom, inte bara ur ekonomisk utan även miljösynvinkel. “Då kan man lära gubbarna vad de gör för fel och rätta till det”. Han använder materialet även för eget förbättringsarbete, inte bara för att kunderna kräver en redovisning.

Hans definition på hållbarhet är att åtaganden måste skötas, “det vi ger oss in i måste vara hållbart och det måste finnas en långsiktig plan”. Vid upphandlingar och förhandlingar är en bra dialog med kunden viktigt och han pekar på en tavla som hänger på väggen i rummet föreställande en klocka med texten “Det tar år att vinna en kunds förtroende, men sekunder att förlora”, vilket stämmer exakt enligt Lennart. Att kunna ha en bra dialog och relation är “otroligt viktigt, sköter man arbetet så får man ju förtroende hos kunden och jobb, missköter

man sig så "ryker" man ju direkt". Det handlar inte bara om en bra kundrelation utan även om att feedback bör ges vad gäller företagets arbete med hållbarhet. Lennart påpekar att "det vi gör ska tas på allvar, vilket gör att man vill ha feedback på det arbete som görs". Han berättar att allt ska rapporteras, det ska skrivas avvikelserapporter som ska dokumenteras. När det brister i feedback, vilket det ofta gör, minskar motivationen och det känns meningslöst att göra dessa rapporter. Tidsbrist och arbetsbelastning är två faktorer som kan spegla detta. Om en kontroll skulle ske kan kostnaderna uppgå till tiotusentals kronor vilket tvingar företaget att göra dessa rapporter. Lennart beskriver det som: "Det är ju vi som får skulden så det här ger oss lite mer kött på benen om de skulle kolla". Vidare reflekterar Lennart att det är väldigt viktigt för kunderna att saker finns på papper med fint skrivna ord men som inte uppfylls i verkligheten. "Sedan kan man ju undra var alla dessa rapporter hamnar och hur mycket som egentligen används. Antar att de hamnar i någon bokhylla eller ett Excel dokument någonstans". Lennart uttryckte en undran om rapporterna han redovisar fyller någon nytta, om kunden använder den eller om de bara kräver en rapport ändå.

4.2.4. Intervju 4 Birgit

Birgit är en före detta anställd på lastbilscentralen, numera pensionär sedan februari 2018. Hon arbetade på lastbilscentralen sedan år 1972 och avslutade sin arbetskarriär som kvalitét och miljöchef. Hon anser att en dialog mellan kund och åkeriföretagen är viktigt för att möjliggöra bra samarbete. Hållbarhet är, enligt henne, att utnyttja resurser på bästa möjliga sätt med minsta möjliga miljöpåverkan. Ökade krav är bra för att arbetet med hållbarhet utvecklas, men samtidigt bör vara ekonomiskt försvarbara.

Birgit berättar att MaserFrakt år 1996 blev certifierad för kvalitét och för miljö år 2000 via ISO 14001. Certifieringen innebar inte bara fokus på kvalitét och miljö utan även nya utbildningar som hon fick ansvaret för. Birgit anser att de ekonomiska konsekvenserna som ökade miljökrav har gett på åkeriföretagen främst beror på kunderna, Trafikverket betonas som viktig. Lastbilscentralen har försökt att leva upp till kraven och tvingats ställa krav på åkeriföretagen, bland annat genom redovisning av CO2 utsläpp. Eftersom att ökade krav har förändrats mycket sedan mitten på 1990-talet tror Birgit att belastningen kommer öka framöver. Hon påpekar även att kunderna verkar ha mer överseende vad gäller mindre entreprenörer och att kraven inte ställs lika högt då.

Intervjun får vid detta tillfälle fokus kring ämnet feedback. Lastbilscentralen använder sig av en tredje part certifiering, det vill säga revisorer certifierar att de är "godkända". Det är ju en slags feedback, säger Birgit men ruskar irriterat på huvudet, "problemet är om man får en revisor som inte förstår branschen, då betalar du dyrt för ingenting". Hon ger ett exempel på ett tillfälle där revisorn inte ens visste vilken typ av verksamhet som hen kom till vid en revision. "Jag blev så irriterad att jag ringde upp och sa att den personen inte behövde komma hit igen". Generellt när det gäller feedback är det minimalt och hon anser att om jobbet sköts och kraven hålls är kunderna nöjda. Hon ger ett exempel med en kund som sa till en chaufför att miljökraven inte behövde kontrolleras på fordonet eftersom att lastbilscentralen hade "ordning på grejerna". Efteråt fick hon ett samtal av chauffören som tackade och säger sedan stolt att "det var nog den bästa klapp på axeln jag har fått, annars är det mest sparkar i arslet". Feedback sker inte ofta, men det är något som bör förbättras eftersom att MaserFrakt vill veta vilka åtgärder som krävs för att förbättring ska kunna ske.

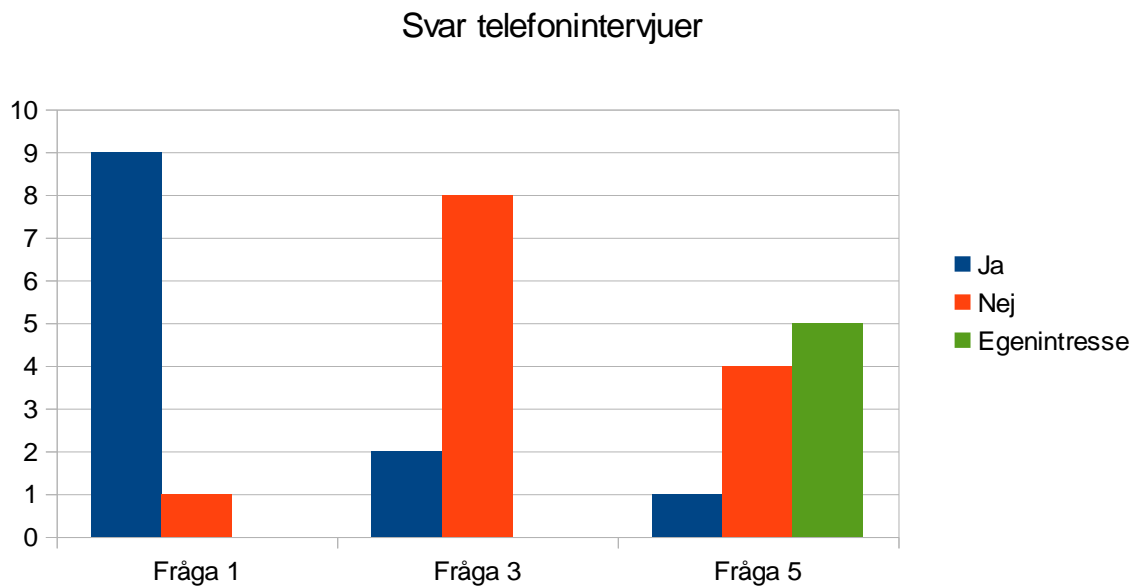
Birgits definition på hållbarhet är att utföra en hållbar tjänst som inte belastar naturen eller klimatet. "Det är väl hållbarhet, men det är ju olika beroende på var man jobbar såklart". Motiven till att arbeta med hållbarhet är främst miljömässigt men Birgit anser att "ekonomi och miljö går hand i hand och när de inte gör det blir det problem". Framtiden är svår att förutspå men hon tror att tidsbrist och arbetsbelastning är något som gör att ökade miljökrav inte kommer utvecklas då det krävs att någon tar ansvar för det. Hon säger att den största miljöaspekten inte är att "sitta och sortera papper på kontoret, utan det är ju det som händer ute på fältet". Vad händer "ute på fältet" då? I arbetet är det stora miljöproblemet utsläpp av avgaser vilket leder till att det främsta miljöarbetet gällande transport och maskinbranschen är drivmedel, enligt Birgit.

Birgit säger att kundkraven driver lastbilscentralen med miljökrav men irriterat säger hon att kraven måste vara vettiga. "Det finns mycket idiotiskt, mycket problem med inköpare som bara slänger in skumma saker de har hittat på nätet för att det låter bra. Det beror på okunskap helt enkelt, de vet inte vad de håller på med". Det skapade problem och mer jobb på hennes avdelning eftersom att specifika krav ställdes och menar att ställs det krav ska dessa också följas. Till exempel, i avtal, ställs krav på viss euroklass men sedan när arbetet är igång så körs det ändå med underkvalificerade fordon. Det skapar såklart irritation och drabbar både MaserFrakt och åkeriföretagen men även samhället, det är ett bevis på att det som ska se så bra ut på papper inte följs i verkligheten vilket gör att arbetet med miljö och hållbarhet inte tas

på allvar. Hon tycker att Trafikverket borde ställa högre krav och samtidigt kolla att kraven följs, då skapas faktiskt nytta för miljön. Birgit berättar att hon fick ansvar för utbildningar i samband med ökade krav. Utbildningarna innehöll fem teman: godstransport, kör- och vilotider, kundfokus och säkerhet, sparsam körning samt ergonomi och hälsa. Birgit skrattar och säger: “det sista temat fick vi lejja in en jänta på, då jag och min kollega inte riktigt kände att vi gjorde ett särskilt bra intryck, två knubbiga kärringar liksom”.

Hållbarhetsredovisning gjordes i en mindre version när hon var administrativ chef men då kontrollerades endast fastigheter, lysen etc. Birgit är lite tveksam om det faktiskt driver något framåt, “att mäta pappersmuggar och lägga fokus på smågrejer, vad ger det? Fokus borde istället ligga på annat, kolla på bränsle där det faktiskt kan göras skillnad”. Många är lite avigt inställda till just hållbarhet i åkeribranschen men åldersmässigt är det ingen skillnad, “det beror mer på vad man har här uppe” säger hon och pekar på huvudet. Ökade miljökrav kom på 1990-talet och miljöredovisning kommer på själva jobben som ett krav från kunden. Det är viktigt med kommunikation och information till chaufförer vilka krav kunden ställer för att de ska rapportera in rätt underlag till lastbilscentralen eftersom de behöver detta för att redovisa informationen till kunden. Om det inte sker tvingas den anställde på MaserFrakt att ta en schablon. Birgit ger som exempel att en 3-axlad bil drar cirka 3,5 liter/mil men hur många mil har körts? Har det varit uppförsbacke, nedförsbacke, motvind, medvind? Hur många mil/timme? Många aspekter spelar roll som inte alltid kan mätas, vilket komplicerar möjligheten att få fram rätt siffror.

4.3. Telefonintervjuerna



Figur 1 Diagram telefonintervjuer

Krav vad gäller miljö och hållbarhet är bra men bör vara ekonomiskt försvarbara och kontrolleras för att arbetet ska tas på allvar. Definitionen på hållbarhet är att resurser och tjänster ska utnyttjas och utföras på bästa sätt samt att företaget ska överleva långsiktigt. Vi valde att sammanställa ett diagram över de frågor (se bilaga 2) som kunde sammanfattas med ett jakande eller nekande svar i telefonintervjuerna för att ge läsaren en bättre bild. Respondenterna bekräftar tidigare forskning och empiri angående att miljökraven har ökat i fråga 1, där endast en svarande inte höll med. 80 procent svarade att de inte hållbarhetsredovisade men det kan bero på hur de uppfattar termen hållbarhetsredovisning, då en av de ja-svarande sade att han gör det genom bränslerapporter vilket också Lennart i intervju 3 gjorde. Det är möjligt att vissa av de nekande respondenterna också gör detta men att de inte uppfattar det som hållbarhet varför resultatet kan vara missvisande. Sammanfattningsvis utifrån telefonintervjuerna säger samtliga att det är bra med ökade miljökrav men att uppföljningen brister. Det ska se bra ut i teorin men fungerar inte i praktiken. I upphandlingar och avtal ställer kunderna krav, till exempel på en viss euroklass, men när arbetet är igång är det ändå "gamla" fordon som kör. Detta är något som skapar irritation hos åkeriföretagen eftersom att det krävs kostsamma investeringar om de enligt avtalen ska ha chans att få utföra arbetet och sedan ändå inte följs. Samtliga respondenter anser att kraven alltså måste vara ekonomiskt försvarbara.

Definitionen på hållbarhet är att ta vara på de resurser som finns och inte slösa på mer resurser än vad som krävs, enligt flertalet respondenter. Beroende på vilka kunder som åkeriföretagen kör åt utförs hållbarhetsredovisning, oftast genom miljörapporter där vissa kunder är hårdare än andra. Det verkar även skilja sig mellan åkeriföretagen hur mycket de redovisar till lastbilscentralen vad gäller till exempel bränsleförbrukning och utsläpp. Ungefär hälften av respondenterna kontrollerar bränsleförbrukning för sin egen del då det påverkar ekonomin, en respondent, Anders, säger "det kommer till kronor och ören för långsiktig överlevnad". Vidare säger även han att "det gäller att ha ordning och reda", de måste dokumentera för att alla underlag, till exempel bränsleförbrukning, ska finnas lättillgängliga om det blir några frågor från kunder eller lastbilscentralen. Det skapar "status" hos kunderna om åkeriföretagen kan visa upp att allt finns dokumenterat så att deras kunder i sin tur ska bli nöjda. Kundrelationen är viktig, om de kan visa att de har "koll på grejerna" skapas ett förtroende hos kunder som förhoppningsvis leder till mer arbete enligt en respondent.

En intressant åsikt var att en respondent, Erik, tyckte att miljökraven hade minskat, han ansåg att för några år sedan ställdes alla möjliga krav vilket inte alls märks lika mycket idag. Anledningen till detta tror han är att kommunen ställer krav i upphandlingar men när sedan kunden har jobbet finns kraven inte riktigt med i deras policy. När han sedan kommer in som entreprenör är kunden mer beroende av att arbetet blir utfört inom rätt tid snarare än att, till exempel, bilarna har rätt euroklass. Vidare menade Erik att åkeribranschen är en tuff bransch, det blir mer som en livsstil än ett yrke för de som är verksamma. De ekonomiska förutsättningarna blir kontinuerligt sämre med ökade investeringskostnader och en högre bränsleförbrukning då lastbilarna visserligen är snålare i drift men väger mer idag jämfört med 20 år sedan, vilket ger en total ökning i bränsleförbrukningen.

5. Analys

Grunden för analysen är dels den teoretiska referensramen och dels i presenterad empiri. Detta kapitel för diskussioner av resultatet från empirin förs utifrån tidigare presenterad teori.

5.1. Hållbarhet

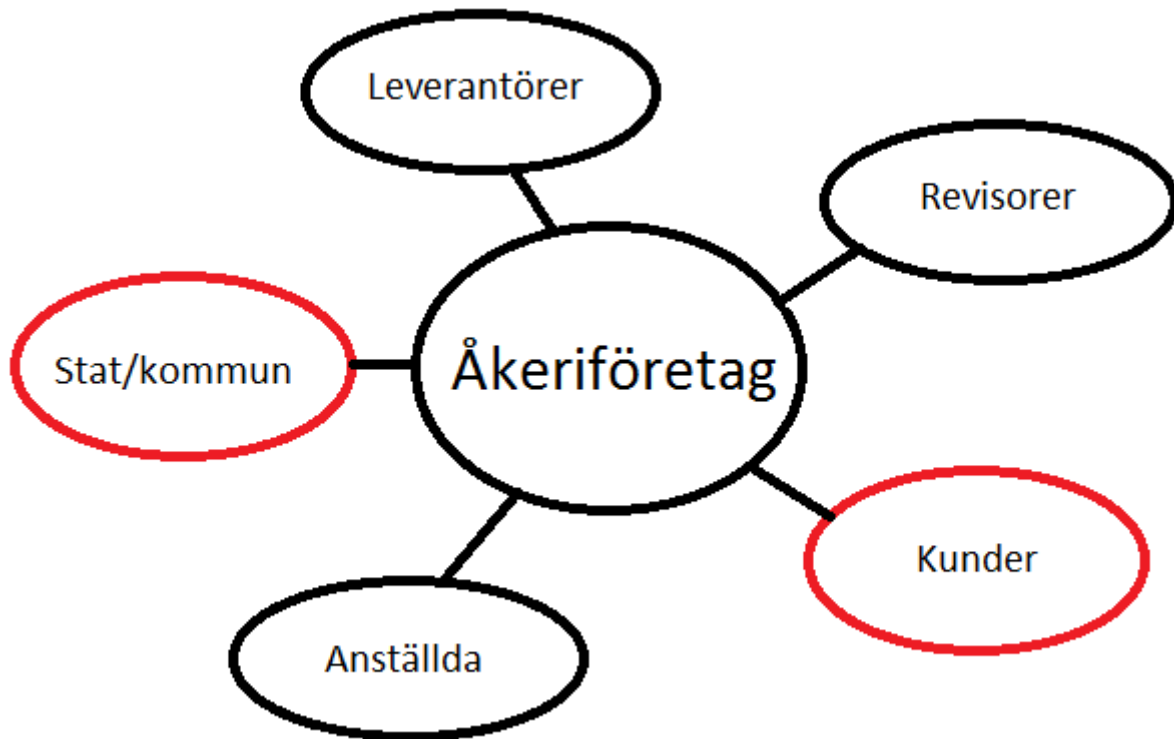
Hållbarhetsredovisning definieras i denna uppsats enligt följande citat, “en ram för att redovisa ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekter av företagets verksamhet” (Frostenson et al., 2015, s. 8). Under intervjuerna framkom det att åkeriföretagen inte ägnade sig åt hållbarhetsredovisning genom att delge information i sin årsredovisning, vilket är fallet för större företag som omfattas av lagkravet (SFS 1995:1554) om obligatoriska hållbarhetsrapporter. Åkeriföretagen redovisar dock miljörapporter till sina kunder, vilket anser vi faller in under Frostensons et al. (2015) definition för hållbarhetsredovisning då en rapport, enligt oss, blir en ram för att visa miljömässiga aspekter av företagets verksamhet.

I Regeringens proposition uppskattades kostnaderna för att utfärda en hållbarhetsredovisning till sex- och sju-siffriga belopp (Prop. 2015/16:193). Det bör noteras att kostnadsförslagen lades av Svenskt Näringsliv och Svensk Handel, som är subjektiva källor då deras medlemmar skulle påverkas av merkostnader. Svaren i empirin tyder dock på att kostnaderna för hållbarhetsredovisning inte är stora då respondenterna aldrig nämner att dessa har ökat trots att MaserFrakt omfattas av lagkravet vad gäller hållbarhetsredovisning. Det verkar inte heller vara någon kostnad med att framställa miljörapporter då fordonsdatorer i nya lastbilar gör det automatiskt enligt Lennart.

Respondenterna hade en samstämmig syn där hållbarhet är en term för att något ska kunna finnas kvar i framtiden. Jan och Lennart fokuserade främst på sitt företag medan Rolf lyfte fram att miljön ska finnas kvar, vilket tyder på att det inte finns endast en definition på hållbarhet. Information om hållbarhet når deras viktigaste intressenter, kunderna, och är i flera fall livsviktiga då alla intervjuobjekt talade om att de måste uppfylla vissa miljökrav för att få ett arbetsuppdrag. Kunder är viktiga intressenter som anses förstärka och belöna företagens arbete med hållbarhet (Prop. 2015/16:193). Därav kan deras hållbarhetsarbete vara väldigt avgörande utifrån en ekonomisk aspekt, då det krävs att bibehålla kunder för en långsiktig överlevnad, även om respondenterna inte reflekterar att de utför det.

5.2. Åkeriföretagens intressenter

Ur empirin kunde vi utläsa att åkeriföretagen har skapat ett unikt samarbete med MaserFrakt för att redovisa hållbarhet, minska administrativa tjänster och underlätta kontakt med kunder. MaserFrakt förmedlar arbete från kund till åkeriföretag och skickar miljörapporter åt motsatt håll.



Figur 2 Egen modell intressenteorin

Med inspiration från Ax et. al (2015, s. 26) modell har vi konstruerat en egen modell där vi beskriver, baserat på svaren från respondenterna, vilka de viktigaste intressenterna är för åkeriföretagen. I vår modell markerar vi att de viktigaste intressenterna är kunder samt staten och kommun. I empirin fann vi att det finns två sätt åkeriföretagen agerar med, vad vi anser är deras viktigaste intressent, kunderna. Lastbilscentralen sköter administrativt arbete och redovisar hållbarhet för åkeriföretagen, direkt genom att de skickar miljörapporter till kunderna och indirekt genom deras obligatoriska hållbarhetsredovisning. Staten och kommuner är viktiga intressenter då statliga regleringar påverkar vilka nya miljökrav som kommer ställas på företagen. De är även viktiga då de är stora kunder genom vägunderhåll i kommuner och genom myndigheter som Trafikverket.

Vi fann svaren angående fråga 5 i telefonintervjuerna (se bilaga 4) huruvida företagen får feedback på sina miljörapporter intressanta. Endast en respondent svarade att han fick

feedback men hälften sade att de använder miljörapporter av eget intresse av förbättringsskäl, även om inte kunderna bryr sig. Det tyder på att interna strategier påverkar deras arbete med hållbarhetsredovisning mer än tryck från externa intressenter då respondenterna uppgav kostnadsreduceringar som skälet till sin egna feedback. Det liknar resultatet Pålsson & Kovács (2014) fick i sin studie över svenska transportföretags skäl att minska utsläpp där de drog slutsatsen att företagets strategi, vilket är en intern faktor, hade större väsentlighet än tryck från externa intressenter. Detta är anmärkningsvärt då det motsäger det övriga empiriska materialet där majoriteten respondenter beskrev att trycket från kunder angående miljökrav ökat drastiskt sedan ca tio år tillbaka, definitionen på antal år varierade. Vi tolkar det som att miljökraven visserligen har ökat och tryck från utomstående intressenter som kunder och staten spelar roll, men kan inte enbart förklara företagets arbete med hållbarhet. Företagens egna mål med att använda hållbarhetsrapporter för kostnadsreduceringar bidrar också med att ge en förklaring till varför åkeriföretagen arbetar med hållbarhet.

I vår tolkning av empirin anser vi att intressenter är en viktig extern faktor som påverkar åkeriföretagens hållbarhetsredovisning. Då vi har undersökt företag med färre än 35 anställda, uppfyller företagen kraven för att klassas som ett SME enligt Spence (1999). Vår empiri motsäger Russo & Perrinis (2010) tankar om att intressentteorin främst är användbar för större företag då vi tolkar att intressenter i form av kunder och staten även påverkar mindre företag då intressenter är en ständigt återkommande faktor i svaren från respondenterna.

5.3. Miljö- och kundkrav

Branschen verkar ha följt i samma utveckling som i Polen, som beskrevs av Dyczkowska (2015), då flertalet respondenter upplever att miljökraven har ökat. Under intervjun med Birgit nämndes att MaserFrakt blev certifierade år 2000 för ISO 14001, vilket är ett miljöledningssystem för miljökrav (SIS, 2018). Dyczkowska (2015) beskriver att ISO-certifieringen var en brytpunkt för många polska transportföretag i deras miljöarbete, varför ISO-certifiering har haft en stor betydelse i att öka miljöarbete inom transportsektorn. I och med att lastbilscentralen är ISO-certifierade är det ett bevis på att företaget följer de krav som ställs vilket i sin tur skapar en bild att visa upp för kunder och intressenter genom att de tar ansvar för miljön.

En majoritet av respondenterna tyckte att ökade miljökrav i grunden är något positivt. Vissa betonar att miljön ska bevaras medan andra såg fördelar konkurrensmässigt genom att svagare

konkurrenter lämnar branschen på grund av högre kostnader. Med detta i åtanke fann vi en intressant frågeställning i huruvida det verkligen är positivt ur miljösynpunkt att skrota lastbilar som bara är ett par år gamla för att de inte uppfyller miljökraven? En ny lastbil behöver inte nödvändigtvis vara miljövänligare, som respondenten Erik påpekade i telefonintervjun. Han påstod att lastbilarna ökat i storlek vilket leder till att totala utsläppen av avgaser ökar, även om den tekniskt sett är miljövänligare. Under intervjun med Birgit efterfrågade hon mer dialog med sina kunder, vilket vi tolkar är något som skulle kunna tillrättavisa detta problem med lastbilarna då Freeman (2010) betonar vikten av att kommunicera med intressenter som något nödvändigt. Miljökrav ställs dock av en anledning då de ger effekt genom mindre utsläpp i drift, det är en svår balansgång varför kommunikation mellan kunder och företag bör prioriteras för att ställa kundkrav företagen har en möjlighet att uppfylla, såsom Hansson et al. (2013) föreskriver.

Ett återkommande tema bland respondenterna, se bland annat intervju 3, var att kraven från kunderna har ökat, dels inom sociala aspekter som till exempel alkoholås, men främst inom miljösidan. Det bör noteras att denna ökning av krav från myndigheter som Trafikverket motstrider de slutsatser Lundberg et al. (2009) och Lundberg et al. (2015) framförde om att en myndighet inte bör ställa miljökrav i upphandlingar då det kan ge en negativ effekt. Det kan inte uteslutas att ekonomiska styrmedel, såsom Lundberg et al. (2009) föreslår, kan få bättre effekt men miljökrav i upphandlingar har gett resultat i just den här uppsatsens studerade företag.

Respondenterna svarar att kunden vill ha tillgång till dokumentation från pågående eller avslutade arbeten, men att mängden information varierar beroende på kund. Deegan & Unerman (2011) belyser att sedan 1990-talet har redovisningen av verksamhetens miljömässiga ansvar vuxit hos företag i olika länder, då betydande framsteg gjordes av flera stora företag i rapporteringen av deras miljömässiga påverkan. Samtliga respondenter nämner att en förändring har skett i samhället, med varierande definition på antal år, vad gäller krav på miljö och hållbarhet. Lennart påpekade, vilket även två telefonrespondenter intygade, att vid några specifika arbetsuppdrag kräver kunden att allt ska dokumenteras och rapporteras, se exempel i bilaga 5 över bränsleförbrukning. Utöver detta har majoriteten av respondenterna krav från MaserFrakt att förmedla information och dokumentation hur verksamheten bedrivs.

5.4. Kundrelationer

Kundrelationer inom åkeribranschen anses vara ett ämne som flera respondenter värdesätter. I intervju 2 lyfte respondenten Jan fram arbetet med att visa uppskattning och hur mycket han värdesatte arbetet med att behålla existerande kunder. Det var intressant att få en motsägande bild om existerande kunder i intervju 1 där Rolf snarare gav intrycket av att han inte alls arbetade särskilt mycket med att behålla sina kunder snarare att det var enkelt att behålla dem och det var en anledning till att fortsätta i branschen. De arbetar på olika orter vilket kan bidra till att förklara skillnaden då de har olika kunder som i sin tur har varierande krav på sina leverantörer. Det överensstämmer med Freemans (2010) påstående att organisationer värderar intressenter olika baserat på organisationens situation. Trots deras olika arbetssätt strävar de ändå efter att uppnå ett stabilt förhållande med kunderna, vilket kan kopplas till intressentteorin där kunder är en viktig extern intressent (Deegan & Unerman, 2011).

Empirin i den här uppsatsen stämmer inte överens med Lundbergs et al. (2015) åsikter om att leverantörer kan välja en annan kund, då respondenterna överlag värdesätter kundrelationer högt och arbetar mycket med att behålla existerande kunder. Det tyder på att det är svårt att få nya kunder inom branschen. I intervjun med Lennart talar han om att konkurrenter "ryker" på grund av miljökrav men vår uppfattning är att åkeriföretagen inte kan välja bort myndigheter/kommunala kunder då de utgör en stor del av det totala kundunderlaget.

Bra relation till kunderna är något som respondenterna värdesätter högt, dock varierar arbetet med dessa olika. Lennart menar att dialogen med kund är viktig för att samarbete ska fungera, medan Jan menar att det är viktigt att hans företag visar upp en bra och välskött sida så att kunderna ser att han är seriös och tar arbetet på allvar. Respondenten Anders från telefonintervjuerna menar att ha dokument, till exempel bränsleförbrukning, lättillgängligt om kunden efterfrågar något specifikt skapar också förtroende och en bra relation.

Respondenterna har, enligt oss, förstått vikten av att kommunicera med intressenter som Freeman (2010) påpekar, vilket enligt Freeman är nödvändigt för överlevnad. Vi tolkar dock, trots bra kundrelationer, att feedback från kunderna är bristfällig då ingen av respondenterna påstår att de faktiskt får bekräftelse på att de följer kundernas krav. Det kan bidra till varför det inte finns något intresse av att upprätta en frivillig hållbarhetsredovisning, dels för att intresset av att kontrollera kraven inte verkar finnas från kund men även för att ingen kund återkopplar och ger feedback på att åkeriföretagen faktiskt följer de krav som ställs.

5.5. Legitimitet

Ett återkommande ämne hos samtliga respondenter var en undran om huruvida miljökraven endast var viktiga för att "se bra ut på papper". Det vill säga innan ett avtal skrivs är kunderna noga med miljökrav som åkeriföretagen måste följa för att ha chans att få uppdraget, men kontroller på huruvida dessa krav genomförs i verkligheten är närmast icke-existerande. Detta var något som respondenterna var eniga om, vilket speglar hur Deegan & Unerman (2011) och Suchman (1995) beskriver legitimitetsteorin. Företagen, i detta fall åkeriernas kunder, vill visa upp en positiv bild där de tar ansvar för miljön och samhället. Deegan & Unerman (2011) anser att ett sätt att visa legitimitet utåt är att delge information om företagets miljömål. Detta förklarar varför kunderna ställer krav och är mån om att åkeriföretagen redovisar information om miljökrav, då kunderna i sin tur kan använda detta för att i sin tur redovisa kraven och skapa sig en legitimitet.

Från sin studie konstaterade Branco & Rodrigues (2006) att ju mer en bank syntes i det allmänna rampljuset, desto villigare var de att publicera information om hållbarhet. Viljan av att uppfylla det sociala kontraktet (Deegan & Unerman, 2011) verkade ha ökat där. Detta kan relateras till empirin i den här uppsatsen då de undersökta företagen inte publicerade en egen hållbarhetsredovisning, något som kan förklaras av dess storlek. Noterbart är att lastbilscentralen och de stora kunderna såsom Trafikverket däremot är måna om att en positiv bild ska förmedlas till samhället. Den starka efterfrågan på redovisning av miljö och hållbarhet tyder på att det finns en stark önskan för legitimitet från Trafikverket och MaserFrakt. Det tyder på att större företag/myndigheter i åkeribranschen söker vägar att legitimera sitt arbete inom en miljöskadlig sektor, vilket kan relateras till De Roeck & Delobbes (2012) forskning i oljebranschen och Mäkelä & Näsis (2010) studie i skogssektorn som även dem verkar i en bransch med stor miljöpåverkan.

Vi finner dock inget som tyder på att åkeriföretagen använder legitimitet som ett skäl till att frivilligt hållbarhetsredovisa då ingen av respondenterna nämner att redovisningen används för att försvara företagets miljöpåverkan. Det kan bero på företagets storlek då Tagesson et al. (2009) beskriver att större företag förväntas redovisa mer information om hållbarhet, vilket styrks av respondenten Birgit som beskrev att kunder ställer mer krav på MaserFrakt jämfört med mindre leverantörer då förväntningarna från kunden inte var lika höga.

6. Slutsatser

I det här kapitlet besvaras uppsatsens frågeställningar.

Syftet med denna uppsats är att granska åkeriföretags syn på frivillig hållbarhetsredovisning jämfört med deras syn på miljöfrågor och regleringar samt granska vilka externa faktorer som påverkar hållbarhetsredovisningens utformning.

Arbetar åkeriföretag med frivillig hållbarhetsredovisning?

Mängden information som företagen redovisar varierar beroende på vilka kunder som åkeriföretagen mestadels kör åt. Ingen av de utvalda åkeriföretagens respondenter upprättar en frivillig rapport om hållbarhet i årsredovisningen. Vår tolkning är att det finns ett bristande intresse hos respondenterna för administrativt arbete. De anser att MaserFrakts rapport i årsredovisningen är tillräckligt för att tillfredsställa kundernas krav, varför de inte upprättar en frivillig rapport. De redovisar däremot miljökrav i rapporter till slutkunden (se bilaga 5) via MaserFrakt, vilket vi anser faller in under Frostensons et al. (2015) definition då en rapport, enligt oss, är en ram för att redovisa miljömässiga aspekter. Slutsatsen dras därmed att åkeriföretagen använder sig av frivillig hållbarhetsredovisning men inte i särskilt stor utsträckning.

Påverkas åkeriföretagen av intressenter vid framställandet av hållbarhetsredovisning?

I intervjuerna framträder två intressenter som särskilt viktiga för respondenterna, staten och kunderna. Riksdagen och Trafikverket stiftar regleringar av miljön som åkeriföretagen påverkas av. Vår analys visar baserat på respondenternas svar att kundrelationer är det område de verksamhetsansvariga ägnar sig mest åt, vilket tyder på att kunder är en viktig intressent. Då branschen är relationsstyrd är det viktigt att företagen uppfyller kundernas krav, vilket gör att de frivilligt redovisar miljörapporter till kunderna så fort dessa efterfrågas även om respondenterna tvivlar på att kunden kommer använda rapporten. Vi fann dock att flera företag främst gjorde dessa rapporter för sin egen del, dessa respondenter använde rapporterna för intern förbättring för att kunna reducera kostnader. Att företagen använder rapporter för intern redovisning överensstämmer med Pålsson & Kovacs (2014) resultat om att interna strategier, snarare än externa faktorer påverkar hållbarhetsredovisningen. Vissa respondenter betonar alltså intern strategi medan andra uppger externa intressenter som anledning till att hållbarhetsredovisa. Vi kan därför inte dra en slutsats i vilken utsträckning intressenter påverkar åkeriföretagens hållbarhetsredovisning då det verkar skilja sig mellan företag.

Hur förhåller sig frivillig hållbarhetsredovisning till miljöfrågor och regleringar för ett åkeriföretag?

För åkeriföretagen vi har intervjuat i den här uppsatsen framstår det inte som att MaserFrakts obligatoriska hållbarhetsredovisning har bidragit till ökade kostnader då ingen av respondenterna nämner någon konsekvens angående detta. Baserat på resultaten i den här uppsatsen är oron från Svenskt Näringsliv om höga kostnader vid framställandet av hållbarhetsredovisning (Prop. 2015/16:193) obefogad i åkeribranschen, eftersom de har hittat samarbetslösningar för att hantera detta. Andra frågor och faktorer är mer väsentliga och påverkar åkeriföretagen i större utsträckning än arbetet med hållbarhetsredovisning.

Regleringar i form av nya Euroklasser kan få åkeriföretagen att investera i nya lastbilar, vilket är en fråga om miljonbelopp, om kunder kräver den senaste Euroklassen. Kraven som ställs i upphandlingar och sedan inte följs betonas särskilt som ett problem då det leder till högre kostnader än hållbarhetsredovisning. Vi tolkar det som att kunderna är måna om att visa legitimitet utåt genom hårda miljökrav men det är mindre viktigt att kraven följs, dock verkar inte legitimitet vara en anledning till varför åkeriföretagen hållbarhetsredovisar. En slutsats kan dras att hållbarhetsredovisning inte ses som ett problem i åkeribranschen, andra frågor och regleringar får större utrymme i respondenternas berättelser.

7. Diskussion

I uppsatsens avslutande kapitel diskuteras tolkningar som kritiskt har analyserats utifrån uppsatsens utformning. Kapitlet avslutas med förslag till fortsatt forskning.

Innan genomförandet av de semistrukturerade intervjuerna upprättades en intervjuguide med 17 stycken frågor för att leda intervjuerna på frågor om hållbarhet, se bilaga 1. Med hjälp av intervjuguiden skulle, såsom Bell & Bryman (2017) beskriver, semistrukturerade intervjuer kunna genomföras. Under uppsatsens genomförande noterades att mängden information ökade vid öppnare frågor då strukturerade frågor gav korta svar som inte var ingående. Det visade sig att i verkligheten blev intervju två, tre och fyra semistrukturerade medan den första blev mer strukturerad eftersom att vi gav respondenten tillgång till intervjuguiden.

Konsekvensen blev att samtalet uppfattades som väldigt stelt då respondenten besvarade frågorna statistiskt med korta exakta svar. Vid de följande intervjuerna fick respondenten därför inte tillgång till intervjuguiden, vilket ledde till öppnare och informationsrika intervjuer som mer uppfyllde en semistrukturerad form. Vi bad även respondenten att berätta mer om sig själv för att få en lättare stämning i intervjuens inledning. Detta är något som vi reflekterade över och åtgärdade under uppsatsens utförande vilket gjorde att informationen från de efterföljande intervjuerna blev bättre.

Respondenten Birgit avslutade sin anställning på MaserFrakt i februari 2018, det gör att hon hade en oberoende position och därmed kunde vara mer frispråkig i intervjun, vilket ses som en fördel i uppsatsen. Då hennes arbetsområde hade varit just miljö och hållbarhet ansåg vi att hennes kunskap och erfarenhet kunde ge oss användbar och relevant information.

Vid val av undersökningsdata kan studenter enligt Bryman & Bell (2017) påverkas av sina egna personliga värderingar och livserfarenheter. De anser dock att egna personliga värderingar och livserfarenheter är något positivt då intresset för det valda temat upprätthålls under hela projektet. Författarens anställning anser vi inte ha påverkat uppsatsen då denne arbetar på en annan avdelning, snarare att intresset för det valda ämnesområdet upprätthölls under hela arbetet. Respondenternas personliga inställning till MaserFrakt kan eventuellt ha influerat svaren, både ur positiv och negativ synvinkel. Det är något som vi reflekterade över men anser inte att det har påverkat resultatet i uppsatsen.

En aspekt som anses kan ha påverkat sorteringen av materialet är att vid kategorisering av nyckelorden fick vi till viss del göra en bedömning vilka nyckelord som skulle inkluderas under respektive dimension. Då det var vår tolkning av materialet skulle definitionen på hållbarhet få annat utfall i en annan uppsats. Detta kan anses som en svaghet men vi styrker det genom att vi gjorde kategoriseringen oberoende av varandra och kom fram till liknande resultat.

Ett annat sätt att utföra uppsatsen på hade varit att använda enkäter och göra en kvantitativ analys (Repstad, 2007). Det var något vi övervägde innan uppsatsen då fler respondenter enklare hade kunnat nås genom mejl/brevutskick och därmed gett en större mängd information. Metoden hade dock gett ett sämre utfall än vår valda metod då det, baserat på svaren från respondenterna, genomgående i åkeribranschen verkar det finnas ett lågt intresse för administrativt arbete. Därför är risken stor att en övervägande majoritet hade ignorerat en utskickad enkät och svarsfrekvensen hade blivit så låg att vi inte hade fått mer information eller möjligheten att göra någon generaliserbar slutsats, varför vår valda metod är att föredra.

Resultatet hade möjligen kunnat se annorlunda ut om respondenterna inte var medlemmar i en lastbilscentral. Medlemskapet är dock vanligt förekommande då mindre åkeriföretag ofta samarbetar i gemensamt ägda transportföretag som lastbilscentraler (Sveriges Åkeriföretag, 2016). Det gjorde att det var svårt att finna icke medlemmar då vi tolkar att samarbetslösningen med en lastbilscentral verkar fungera bra för alla parter, vilket kan förklara varför det har blivit normalfallet inom branschen.

7.1. Förslag till fortsatt forskning

Det skulle vara av intresse att studera större åkeriföretag för att se hur och varför de frivilligt hållbarhetsredovisar. Önskvärt vore även att studera en annan typ av bransch eller åkeriföretag som inte är medlemmar i en lastbilscentral. Vidare hade det varit intressant att studera intressenternas/kundernas åsikter vad de efterfrågar och förväntar sig av en hållbarhetsredovisning. Det pågår även en diskurs i samhället om att dieslbilar i storstäder, mer eller mindre kommer att förbjudas om några år. Det skapar ett intresse av att studera hur åkeriföretag i storstäder arbetar med hållbarhetsredovisning och hur den skiljer sig jämfört med företag från mindre orter.

Källförteckning

- Andersson, H. (2002, 2 oktober). Ökat intresse för hållbarhetsredovisningar. *Miljö och utveckling*. Hämtad 2018-05-02 från <http://miljo-utveckling.se/okat-intresse-for-hallbarhetsredovisningar/>
- Andrews, A.L., & Granath, B. (2012). FN-fakta: Hållbar utveckling. Hämtad 2018-03-28 från <https://fn.se/wp-content/uploads/2016/08/Faktablad-2-12-Hållbar-utveckling.pdf>
- Ax, C., Johansson, C. & Kullvén, H. (2015). *Den nya ekonomistyrningen*. (5., [omarb.] uppl.) Stockholm: Liber.
- Bergh, J. (2015, 30 september). Krav på hållbarhetsrapport väcker känslor. *Miljö och utveckling*. Hämtad 2018-04-30 från <http://miljo-utveckling.se/obligatorisk-hallbarhetsrapportering-vacker-kanslor/>
- Björklund, M. & Paulsson, U. (2012). *Seminarieboken: att skriva, presentera och opponera*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Bowen, H.R., Bowen, P.G. & Gond, J. (2013). *Social Responsibilities of the Businessman [Elektronisk resurs]*. University of Iowa Press.
- Branco, M.C., & Rodrigues, L.L. (2006). Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: A legitimacy theory perspective. *Corporate Communications: An International Journal*. 11(3), 232-248. doi: 10.1108/13563280610680821
- Bryman, A. & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. (3.uppl.). Stockholm: Liber.
- Deegan, C. & Unerman, J. (2011). *Financial accounting theory*. (2. European ed.) Maidenhead: Mc Graw-Hill Education.
- De Roeck, K., & Delobbe, N. (2012). Do Environmental CSR Initiatives Serve Organizations' Legitimacy in the Oil Industry? Exploring Employees' Reactions Through Organizational

Identification Theory. *Journal of business ethics*. 110(4), 397-412. doi: 10.1007/s10551-012-1489-x

Dyczkowska, J. (2015). CSR in TSL companies. *Transport problems: an international scientific journal*. 10(1), 97-104. doi:10.21307/tp-2015-010

Fagerström, A., Hartwig, F., & Lindberg, P. (2016). Redovisning av hållbart förädlingsvärde. *Tidningen Balans*, (1), 1-4. Hämtad från <https://www.tidningenbalans.se>

Fagerström, A., & Hartwig, F. (2016). Från hållbarhetsrapportering och bestyrkande till hållbarhetsredovisning och revision. *Tidningen Balans*, (2), 1-4. Hämtad från <https://www.tidningenbalans.se>

Freeman, R.E. (2010[1984]). *Strategic management: a stakeholder approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

Frostenson, M., Helin, S. & Sandström, J. (2015). *Hållbarhetsredovisning: Grunder, praktik och funktion*. (2. [utök.] uppl.) Stockholm: Liber.

Hansson, P., Nilsson, C., & Skogens, E. (2013). *Uppföljning av Åkerier i tiden: Dagsläget för åkeriers arbete med energieffektiva och kostnadsbesparande åtgärder*. (2013:132).

Borlänge: Miljö och hälsa, Trafikverket. Hämtad från Trafikverkets webbplats: https://trafikverket.ineko.se/Files/sv-SE/11174/RelatedFiles/2013_132_uppfoljning_av_akerier_i_tiden.pdf

Hysing, E. (2015). Citizen participation or representative government – Building legitimacy for the Gothenburg congestion tax. *Transport Policy*, 39, 1-8. doi: 10.1016/j.tranpol.2015.01.002

Jagers, S.C., & Hammar, H. (2009). Environmental taxation for good and for bad: the efficiency and legitimacy of Sweden's carbon tax. *Environmental politics*. 18(2), 218-237. doi: 10.1080/09644010802682601

Konkurrensverket. (2014). *Hållbarhetskriterier vid offentlig upphandling: Riktlinjer från Konkurrensverket*. Hämtad från http://www.konkurrensverket.se/globalassets/upphandling/hallbarhet/riktlinjer_hallbarhetskriterier_webb.pdf

Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory. *Accounting, auditing & accountability journal*, 26(1), 75-100. doi: 10.1108/09513571311285621

Lundberg, S., Marklund, P-O., & Brännlund, R. (2009). *Miljöhänsyn i offentlig upphandling: Samhällsekonomisk effektivitet och konkurrensbegränsande överväganden*. (Uppdragsforskningsrapport 2009:1). Hämtad från Konkurrensverkets webbplats: <http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/uppdagsforskning/miljohansyn-i-offentlig-upphandling.pdf>

Lundberg, S., Marklund, P-O., Strömbäck, E., & Sundström, D. (2015). Using public procurement to implement environmental policy: an empirical analysis. *Environmental economics and policy studies*, 17(4), 487-520. doi: 10.1007/s10018-015-0102-9

MaserFrakt AB. (2018). *2017 Årsredovisning*. Hämtad 2018-05-15 från <http://www.maserfrakt.se/dokument/MFArsred2017.pdf>

Miljöfordon. (2018). Miljöklasser. Hämtad 2018-04-14 från <https://www.miljofordon.se/bilar/vad-aer-miljoebil/miljoeklasser>

Mousa, G.A., & Hassan, N.T. (2015). Legitimacy Theory and Environmental Practices: Short Notes. *International Journal of Business and Statistical Analysis*, (1). doi: 10.12785/ijbsa/020104

Mäkelä, H., & Näsi, S. (2010). Social responsibilities of MNCs in downsizing operations: A Finnish forest sector case analysed from the stakeholder, social contract and legitimacy theory point of view. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 23(2), 149-174. doi: 10.1108/09513571011023174

Pålsson, H., & Kovács, G. (2014). Reducing transportation emissions: A reaction to stakeholder pressure or a strategy to increase competitive advantage. *International journal of physical distribution & logistics management*, 44(4), 283-304. doi: 10.1108/IJPDLM-09-2012-0293

PWC. (2016). Lagstadgad hållbarhetsrapport från 2017. Hämtad 2018-03-28 från <https://www.pwc.se/sv/publikationer/finansiell-rapportering/lagstadgad-hallbarhetsrapport-fran-2017.html>

Regeringen. (2018). *Parisavtalet*. Hämtad 2018-03-28 från [http://www.regeringen.se/regeringens-politik/parisavtalet/Prop. 2015/16:193. Företagens rapportering om hållbarhet och mångfaldspolicy](http://www.regeringen.se/regeringens-politik/parisavtalet/Prop.2015/16:193.Foretagens-rapportering-om-hallbarhet-och-mangfaldspolicy). Tillgänglig: <http://www.regeringen.se/49e317/contentassets/f927320bd4a04c798fc80662851298a2/foretagens-rapportering-om-hallbarhet-och-mangfaldspolicy-prop.-201516193>

Rennstam, J. & Wästerfors, D. (2015). *Från stoff till studie: om analysarbete i kvalitativ forskning*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Repstad, P. (2007). *Närhet och distans: kvalitativa metoder i samhällsvetenskap*. (4., [rev.] uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Russo, A., & Perrini, F. (2010). Investigating stakeholder theory and social capital: CSR in large firms and SMEs. *Journal of business ethics*. 91(2). 207-221. doi: 10.1007/s10551-009-0079-z

SFS 1995:1554. *Årsredovisningslag*. Stockholm: Justitiedepartementet. SIS. (2018). ISO 14001. Hämtad 2018-05-15 från <http://www.sis.se/iso14001/>

Skovdahl, S. (2018, 22 mars). Sjukvården är väljarnas viktigaste fråga inför valet. *Expressen*. Hämtad 2018-05-06 från <https://www.expressen.se/nyheter/val-2018/sjukvarden-ar-valjarnas-viktigaste-fraga-infor-valet/>

Spence, L. J. (1999). Does Size Matter? The State of the Art in Small Business Ethics. *Business Ethics: A European Review*, 8(3), 163-174. doi: 10.1111/1467-8608.00144

Suchman, M.C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), 571-610. doi: 10.2307/258788

Sveriges Åkeriföretag. (2016). Åkerinäringens branschorganisation. Hämtad 2018-04-17 från http://www.akeri.se/sites/default/files/uploaded_files/fakta_om_aekerinaeringen_us.pdf

Sveriges Åkeriföretag. (2018). Bygg- och Anläggningstransporter. Hämtad 2018-04-14 från <http://www.akeri.se/om-oss/natverk/bygganlaggning>

Säfstrand, C. (2015, 15 november). Utmaningar och möjligheter för åkeribranschen. *Analysekonomi*. Hämtad 2018-02-16 från <http://analysekonomi.se/article/utmaningar-och-mojligheter-for-akeribranschen.html>

Tagesson, T., Blank, V., Broberg, P., Collin, S. (2009). What explains the extent and content of social and environmental disclosures on corporate websites: A study of social and environmental reporting in swedish listed corporations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(6), 352-364. doi:10.1002/csr.194

Upphandlingsmyndigheten. (2018). Fordon och transport. Hämtad 2018-04-30 från <https://www.upphandlingsmyndigheten.se/hallbarhet/stall-hallbarhetskrav/fordon-och-transport/>

Vetenskapsrådet. (2017). *God Forskningssed*. Hämtad 2018-04-03 från <https://publikationer.vr.se/produkt/god-forskningssed/>

Åkeri. (u.å). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2018-04-17 från <https://www.ne.se/sök/?t=uppslagsverk&q=åkeri>

Bilagor

Bilaga 1. Personliga intervjuer

*Information om varför gör vi denna studie, vilka är vi och vad vi ska använda studien till.
Respondenten kommer att få läsa igenom det vi har skrivit.
Berätta lite om dig själv, vem är du?*

Intervjuguide 1.

“Uppvärmningsfrågor”:

1. Vilken typ företag? Hur ser företaget ut? Hur många lastbilar? Hur många anställda?
2. Vilken roll har du i företaget?
3. Hur många år har du ägt företaget?
4. Hur många år har du arbetat inom åkeribranschen?
5. Hur kom det sig att du började arbeta inom åkeribranschen? Vad har fått dig att stanna kvar?

Hållbarhet och miljö:

6. Vad tänker du på när du hör ordet hållbarhet? Hur skulle du definiera hållbarhet?
7. Vad finns det för motiv till att arbeta med hållbarhetsfrågor?
Hur uppfattar du de ökade miljökraven i samhället? Bra eller dåligt, varför?
8. Påverkas ni av dessa miljökrav?
9. Hur har arbetet med miljö och hållbarhet förändrats under åren i åkeribranschen? Något specifikt som har ändrats?
10. Vilka ekonomiska konsekvenser tror du att ökade krav kring miljö och hållbarhet har fått på åkeriföretag generellt?
11. Arbetar ni med hållbarhetsfrågor?
12. Hållbarhetsredovisar företaget? Varför, varför inte?
13. Vad innebär hållbart arbete för ditt företag?
14. Hur upplever du gensvaret på ert arbete inom miljö och hållbarhet? Får ni någon feedback?
15. På vilket sätt informeras och engageras medarbetarna i arbetet med miljö och hållbarhet?
16. Övriga kommentarer

Bilaga 2. Telefonintervju

Information om varför gör vi denna studie, vilka är vi och vad vi ska använda studien till.

Intervjuguide 2.

1. Påverkas ni av miljökrav? Har dessa ökat?
2. Hur definierar du hållbarhet?
3. Hållbarhetsredovisar ni? Varför, varför inte?
4. Har arbetet med miljö och hållbarhet förändrats under åren i åkeribranschen? Något specifikt?
5. Får ni någon feedback på miljöarbete?
6. Vilka fördelar ser ni att vara med i MaserFrakt?

Bilaga 3. Personlig intervju med fd.anställd lastbilscentralen

Information om varför gör vi denna studie, vilka är vi och vad vi ska använda studien till.

Respondenten kommer att få läsa igenom det vi har skrivit.

Berätta lite om dig själv, vem är du?

Intervjuguide 3.

1. Introduktionsfrågor, namn, roll, hur länge arbetade du där etc
2. Vad tänker du på när du hör ordet hållbarhet? Hur skulle du definiera hållbarhet?
3. Vad finns det för motiv till att arbeta med hållbarhetsfrågor?
4. Hur uppfattar du de ökade miljökraven i samhället? Bra eller dåligt, varför?
5. Hur påverkas lastbilscentralen av dessa miljökrav?
6. Ställer centralen krav på delägarna/åkeriföretagen relaterat till ovan?
7. Hur hade du kontakt med åkeriföretagen?
8. Hur specifikt hanterade du deras "miljöcertifikat"? Hur förmedlade du dessa till kunderna? Används detta i någon form av redovisning?
9. Hur har arbetet med miljö och hållbarhet förändrats under åren i åkeribranschen? Något specifikt som har ändrats?
10. Hur har kraven för lastbilscentralen vad gäller miljö och hållbarhet förändrats under åren?
11. Har det administrativa arbetet ökat med ökade miljökrav?
12. Hållbarhetsredovisade centralen? Varför, varför inte?
13. Vad innefattade miljökraven som lastbilscentralen ställer på åkeriföretagen?

14. Hur upplevde du gensvaret på ert arbete inom miljö och hållbarhet? Får ni någon feedback?
15. Hur förmedlades denna feedback till åkeriföretagen?
16. På vilket sätt informeras och engageras åkeriföretagen i arbetet med miljö och hållbarhet?
17. Vilka ekonomiska konsekvenser tror du att ökade krav kring miljö och hållbarhet har fått på åkeriföretag generellt?
18. Övriga kommentarer

Bilaga 4. God forskningssed

1) Du ska tala sanning om din forskning. 2) Du ska medvetet granska och redovisa utgångspunkterna för dina studier. 3) Du ska öppet redovisa metoder och resultat. 4) Du ska öppet redovisa kommersiella intressen och andra bindningar. 5) Du ska inte stjäla forskningsresultat från andra. 6) Du ska hålla god ordning i din forskning, bland annat genom dokumentation och arkivering. 7) Du ska sträva efter att bedriva din forskning utan att skada människor, djur eller miljö. 8) Du ska vara rättvis i din bedömning av andras forskning. (Vetenskapsrådet, 2017, s. 8).

Bilaga 5. Bränslerapport från Lennarts företag till kund

UPPFÖLJNINGSRAPPORT



FÖRÄNDRAD
BRÄNSLEFÖRBRUKNING*

Procentuell förändring +1,0%
Total förändring** +415 liter



FÖRÄNDRADE
KOLDIOXIDUTSLÄPP*

Genomsnittlig förändring +10 g/km
Total förändring** +1,1 ton

MÅNADSÖVERSIKT: 2018-03-01–2018-03-31

| Fordon | Start | Slut | Vägmätare | Sträcka | Scania Förarstöd | Utrullning | Tomgång | Förkörning | Kraftiga inbromsningar | Bränsleförbrukning | Koldioxid |
|--------------------|------------------|------------------|-----------|---------|------------------|--------------|--------------|--------------|------------------------|--------------------|-----------|
| | 2018-03-01 00:00 | 2018-03-31 19:52 | 229215 | 12485 | 61% | 11,0% | 23,3% | 11,6% | 0,6 | 48,5 | 18,3 |
| | 2018-03-01 11:29 | 2018-03-31 11:42 | 239070 | 3784 | 49% | 15,5% | 8,7% | 13,3% | 2,0 | 36,3 | 4,3 |
| | 2018-03-05 07:17 | 2018-03-30 14:40 | 884438 | 3469 | 74% | 16,4% | 33,9% | 1,5% | 0,1 | 47,9 | 5,1 |
| | 2018-03-01 07:04 | 2018-03-30 13:19 | 141347 | 3938 | - | 7,6% | 27,5% | 5,8% | 5,1 | 42,5 | 4,6 |
| | 2018-03-01 12:01 | 2018-04-01 07:09 | 523320 | 14186 | 65% | 13,4% | 16,3% | 15,1% | 0,2 | 48,0 | 19,7 |
| | 2018-03-01 07:49 | 2018-04-01 08:00 | 846495 | 14825 | 67% | 16,1% | 21,6% | 22,2% | 0,3 | 42,9 | 18,9 |
| | 2018-03-01 16:15 | 2018-03-29 10:06 | 448999 | 10402 | 58% | 11,8% | 37,0% | 11,8% | 0,6 | 49,1 | 13,8 |
| | 2018-03-01 08:20 | 2018-03-29 15:52 | 188322 | 2497 | 61% | 5,7% | 23,9% | 11,3% | 1,2 | 53,1 | 3,8 |
| | 2018-03-01 12:16 | 2018-03-29 17:29 | 157638 | 1728 | 54% | 8,2% | 12,0% | 4,4% | 0,3 | 35,2 | 1,9 |
| | 2018-03-02 12:17 | 2018-03-29 15:48 | 94405 | 1644 | 56% | 6,3% | 11,3% | 9,5% | 1,8 | 31,2 | 1,7 |
| | 2018-03-01 07:00 | 2018-03-29 19:26 | 49488 | 3156 | 62% | 7,9% | 18,7% | 15,5% | 2,2 | 35,6 | 3,3 |
| | 2018-03-01 08:17 | 2018-03-31 13:59 | 82788 | 5645 | 68% | 8,5% | 48,1% | 11,5% | 0,3 | 29,9 | 4,4 |
| | 2018-03-01 07:36 | 2018-03-30 17:20 | 108952 | 7592 | 61% | 13,4% | 41,4% | 10,4% | 2,8 | 29,6 | 5,9 |
| | 2018-03-02 07:03 | 2018-03-31 15:52 | 97325 | 6865 | 58% | 11,3% | 39,5% | 13,1% | 2,0 | 29,3 | 5,3 |
| | 2018-03-01 06:29 | 2018-03-31 12:09 | 77579 | 5734 | 61% | 7,8% | 46,1% | 14,9% | 0,9 | 29,1 | 4,4 |
| | 2018-03-01 02:28 | 2018-04-01 14:12 | 102049 | 9294 | 63% | 11,8% | 28,1% | 8,3% | 0,1 | 40,6 | 11,6 |
| MEDELVÄRDE: | | | | | | 11,9% | 28,6% | 12,4% | 1,0 | 41,0 | |

Enheter: Vägmätare: vägmätarställning / km, Sträcka: totalt antal km, Scania Förarstöd: genomsnittspoäng / % för alla kategorier, Utrullning: % av sträcka, Tomgång: % av motordrivtid, Förkörning: % av motordrivtid, Kraftiga inbromsningar: genomsnittligt antal/100 km, Bränsleförbrukning: genomsnittlig förbrukning /l/100 km, Koldioxid: totalt antal ton

* jämfört med föregående period
** för periodens körsträcka (107244 km)

SCANIA

Bilaga 6. Personlig kommunikation

Semistrukturerade intervjuer

Intervju 1- Rolf, 9 april 2018, Falun, tid 45 minuter

Intervju 2- Jan, 9 april 2018, Borlänge, tid 60 minuter

Intervju 3- Lennart, 10 april 2018, Hedemora, tid 70 minuter

Intervju 4- Birgit, 24 april 2018, Borlänge, tid 80 minuter

Strukturerade telefonintervjuer

Respondent 1- Jan, 19 april 2018, Falun, tid 15 minuter

Respondent 2- Erik, 19 april 2018, Falun, tid 15 minuter

Respondent 3- Fredrik, 19 april 2018, Falun, tid 10 minuter

Respondent 4- Erik, 19 april 2018, Leksand, tid 20 minuter

Respondent 5- Magnus, 19 april 2018, Borlänge, tid 10 minuter

Respondent 6- Börje, 20 april 2018, Avesta, tid 10 minuter

Respondent 7- Anders, 20 april 2018, Borlänge, tid 20 minuter

Respondent 8- Mats, 20 april 2018, Falun, tid 15 minuter

Respondent 9- Sanna, 20 april 2018, Falun, tid 10 minuter

Respondent 10- Ante, 20 april 2018, Falun, tid 15 minuter