

# HÅLLBARA INKÖP HOS TVÅ ÅLÄNDSKA FÖRETAG

- verksamma inom plastindustrin

Eklund Liz, Marjanen Emma



2021:25

Datum för godkännande: 19.05.2021

Handledare: Thor-Björn Wik

# EXAMENSARBETE

## Högskolan på Åland

<b>Utbildningsprogram</b>	Företagsekonomi
<b>Författare</b>	Liz Eklund, Emma Marjanen
<b>Arbetets namn</b>	Hållbara inköp hos två åländska företag - verksamma inom plastindustrin
<b>Handledare</b>	Thor-Björn Wik
<b>Uppdragsgivare</b>	

<b>Abstrakt</b>
<p>I detta arbete undersöker vi hur två åländska företag arbetar med hållbarhetsfrågor och strategier runt hållbara inköp.</p> <p>Syftet med det här arbetet är att ge en inblick i vad hållbara och gröna inköp är och hur företag kan arbeta med detta.</p> <p>Arbetet använder en kvalitativ undersökningsmetod. Studien visar på att medvetenheten och arbetet med hållbara inköp skiljer sig en del bland de två företagen. Miljöfrågor och hållbarhetstänket är väldigt aktuellt och kommer troligen inte att avta, vilket företagen bör ta i beaktande vid fortsatt utveckling.</p>

<b>Nyckelord</b>
Hållbara inköp, gröna inköp, hållbar utveckling, hållbarhetsrapportering, cirkulära försörjningskedjor.

<b>Högskolans serienummer:</b>	<b>ISSN:</b>	<b>Språk:</b>	<b>Sidantal:</b>
2021:25	1458-1531	Svenska	43

<b>Inlämningsdatum:</b>	<b>Presentationsdatum:</b>	<b>Datum för godkännande:</b>
06.05.2021	12.05.2021	19.05.2021

# DEGREE THESIS

## Åland University of Applied Sciences

<b>Study program</b>	Business Administration
<b>Authors</b>	Liz Eklund, Emma Marjanen
<b>Title</b>	Sustainable Purchases at two Åland Companies - active in the plastics industry
<b>Academic Supervisor</b>	Thor-Björn Wik
<b>Technical Supervisor</b>	

### Abstract

In this work, we investigate how two Åland companies work with sustainability issues and strategies around sustainable sourcing.

The purpose of this work is to provide an insight into what sustainable and green purchasing is and how companies can work with this.

The work uses a qualitative survey method. The study shows that awareness and work with sustainable sourcing differs somewhat among the two companies. Environmental issues and sustainability are very topical and are unlikely to decline, which companies should take into account when further development.

### Key words

Sustainable sourcing, green sourcing, sustainable development, sustainability reporting, Green Supply Chain Management, Closed-loop Supply Chains.

<b>Serial number:</b>	<b>ISSN:</b>	<b>Language:</b>	<b>Number of pages:</b>
2021:25	1458-1531	Swedish	43

<b>Handed in:</b>	<b>Date of presentation:</b>	<b>Approved on:</b>
06.05.2021	12.05.2021	19.05.2021

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>INNEHÅLLSFÖRTECKNING</b>	<b>3</b>
<b>1. INLEDNING</b>	<b>6</b>
1.1 Bakgrund och val av ämne	6
1.2 Syfte	6
1.3 Frågeställning	6
1.4 Avgränsningar	7
1.5 Arbetets upplägg	7
<b>2. METOD</b>	<b>8</b>
2.1 Forskningsmetoder	8
<b>3. TEORETISK REFERENSRAM</b>	<b>10</b>
3.1 Bakgrund	10
3.2 Konsumenternas hållbarhetskrav	11
3.2.1 FN:s hållbarhetsmål	12
3.2.2 Bärkraft	13
3.3 Corporate Social Responsibility	14
3.4 Triple Bottom Line	15
3.5 Carrolls hållbarhetspyramid	17
3.5.1 Filantropiskt ansvar (philanthropic responsibility)	17
3.5.2 Etiskt ansvar (ethical responsibility)	18
3.5.3 Juridiskt ansvar (legal responsibility)	18
3.5.4 Ekonomiskt ansvar (economic responsibility)	18
3.6 Hållbara inköp	19
3.6.1 Leverantörsval och leverantörsutvärdering	20
3.6.2 Leverantörsinvolvering	21
3.6.3 ISO 14001	22
3.6.4 Code of Conduct	22
3.6.5 Global Sourcing	23
3.7 Gröna inköp	23
3.7.1 Förpackning och lagerhållning	24
3.7.2 Transport	25
3.7.3 Cirkulär sourcing	26
3.7.4 Avfallshantering	27
3.8. Hållbarhetsrapportering	28
<b>4. EMPIRI</b>	<b>30</b>
<b>5. ANALYS</b>	<b>37</b>
<b>6. SLUTDISKUSSION</b>	<b>39</b>
6.1 Reliabilitet och validitet	39
6.2 Förslag till vidare forskning	40

<b>KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING</b>	<b>41</b>
<b>BILAGA 1</b>	<b>44</b>
Intervjufrågor	44

# 1. INLEDNING

## 1.1 Bakgrund och val av ämne

Bakgrunden till varför vi valt detta ämne är för att idag har intresset i samhället för socialt och miljömässigt ansvarstagande i företag blivit allt mer växande. Detta intresse har lett till att det finns förväntningar och hårda krav på företagets verksamhet samt deras leverantörer. Den ökade konsumtionen i samhället bidrar till miljöproblem, sociala orättvisor med mera. De tjänster och produkter som produceras och konsumeras förbrukar material och energi som i sin tur leder till miljöpåverkan. Med hjälp av utveckling av ny teknik, nya produkter, nya energilösningar, nya konsumtionsmönster samt innovativt tänkande kan företag vända problem till möjligheter. Det som kan bli en utmaning för företag är att hitta lösningar till hur de ska kunna tillgodose konsumenternas behov och önskemål, utan att påverka förutsättningarna för att uppfylla framtida generationers behov.

## 1.2 Syfte

Syftet med det här arbetet är att ge en inblick i vad hållbara inköp är, ta reda på hur de två åländska företagen arbetar med hållbara inköp samt hur företagen kan utveckla sig inom det område. Förutom syftet att redogöra för vad hållbara inköp är och strategier runt det, var tanken med arbetet att kunna motivera företagen att arbeta ännu mer medvetet kring deras inköp och hållbarheten kring dem.

## 1.3 Frågeställning

Frågeställningarna vi arbetar utifrån är:

- Vad innebär hållbara inköp?
- Hur ställer sig företagen till hållbara inköp?
- Arbetar företagen med hållbara inköp? Om ja, hur? Om inte, varför?

## **1.4 Avgränsningar**

Det har vidtagits avgränsningar i arbetet eftersom området inköp är väldigt brett. Vi har valt att begränsa oss genom att fokusera på de sociala, miljömässiga och finansiella aspekterna inom hållbara inköp för åländska företag som är verksamma inom plastindustrin.

## **1.5 Arbetets upplägg**

Till en början under avsnittet teoretisk referensram kommer vi gå in på vad hållbara inköp är och hur företag kan arbeta med detta. För att sen gå lite djupare in på hållbarhet så berättar vi lite om hållbara inköp och gröna inköp. Till exempel kommer vi gå in på vad företag kan tänka på vad gäller förpackning och transporter samt vad man kan göra för att kunna återanvända material och avfallshantering. För att avsluta det hela så berättar vi lite kort om hur man kan göra rapporteringar för att påvisa att man arbetar med och mot hållbarhet inom företaget.

Efter att vi gått igenom det teoretiska avsnittet så kommer vi att göra en analys av de två intervjuerna vi gjort med industriföretagen där vi kommer gå in på hur de arbetar med hållbarhet och vad det finns för eventuella motgångar med detta.

## 2. METOD

I detta avsnitt kommer vi att presentera det val av metod vi använt oss av i examensarbetet. Det teoretiska avsnittet kommer att bestå av litteratur och artiklar från internet. Detta kommer att vara grunden till vår tolkning i analysen av empirin. Källhänvisning till all litteratur och artiklar kommer finnas att studera närmare i slutet av examensarbetet.

Utgångspunkten vi valt är att göra en jämförande fallstudie. Detta innebär att vi kommer djupgående gå in på olika delar i ämnet och sedan göra en jämförelse mellan de företag vi valt att intervjua (Bryman et al., 2017). Detta examensarbete kommer att bestå av kvalitativa undersökningar av två respondenter som faller inför ramen industriella, åländska företag. Undersökningen består av intervjuer där vi går in på om och i så fall hur företagen arbetar med hållbara inköp.

### 2.1 Forskningsmetoder

Vi har valt att använda oss av metoden kvalitativ undersökning med intervjuer då vårt arbete går ut på att se hur företagen arbetar med hållbara inköp. Vi ville även gå in lite närmare på detta och få en förståelse hur teorin fungerar i praktiken och se om det finns några samband.

Det finns olika metoder att använda sig av, antingen kvantitativ eller kvalitativ metod (Olsson et al., 2021). Kvantitativ metod består av insamling av data som är siffror, och kvalitativ insamling av data är ord och bilder. Vid användning av kvantitativ metod används statistiska metoder för att räkna medans vid kvalitativ metod handlar det om att tolka och försöka förstå det insamlade materialet. Kvantitativa undersökningar kan göras genom enkäter och frågeformulär (Gräås et al., 2010; Olsson et al., 2021).

Det finns ett antal olika metoder för att göra en kvalitativ intervju och den vi utgått ifrån är semistrukturerad intervju. Med semistrukturerad intervju innebär det att frågorna är förutbestämda och frågorna ställs till alla deltagarna i intervjun. Följdfrågor ställs utifrån vad intervjupersonen berättat som svar på frågan som blivit ställd och är inte förutbestämda. Fördelen med denna metod är att intervjupersonerna ska kunna känna sig trygga i att det finns frågor som ska besvaras och att det inte blir en form av "förhör". En nackdel med denna metod kan vara att det kan upplevas svårt att uppfatta svaren som kan leda till följdfrågor.



Intervjuerna har spelats in för eget bruk samtidigt som anteckningar har tagits vilket är en bra metod enligt Höst (Höst et al., 2006; *Intervjuguide: 3 Intervjutekniker*, n.d.).

När vi valt våra respondenter har vi utgått från bekvämlighetsurvalet. Med bekvämlighetsurval betyder det att respondenterna har blivit valda på grund av tillgänglighet (Alvehus, 2013). Eftersom det inte finns så många industriföretag på Åland så har vi valt att intervjua två olika företag. Företagen har själva fått välja om det vill vara anonyma eller identifierbara. Ett företag har valt att vara helt anonymt och de andra företaget har valt att vara identifierbart. Det anonyma företaget kommer vi att kalla "Företag X" i arbetet.

Tillvägagångssättet för intervjuerna var att vi formade frågor som vi skickade på förhand till respektive företag. Intervjuerna skedde via digitala plattformar på grund av den rådande situationen med Covid-19.

## 3. TEORETISK REFERENSRAM

### 3.1 Bakgrund

Kunskaperna om miljöproblemen de senaste åren har radikalt ökat och syns ofta som lokala. Idag vet vi dock att miljöproblem har blivit allt mer globala och komplexa. De komplexa orsakerna och effekterna som påverkar både människan och naturen påvisar endast att dagens utveckling är ohållbar och företag behöver börja tänka på en mer hållbar utveckling både inom inköp och handel (Björklund, 2018; Håkan et al., 2004; Mårtensson & Westberg, 2017).

Företag väljer att lägga sina produktionsenheter där kostnaderna kan dras ner och arbetskraften är billigare. Det blir allt mer aktuellt att företag finns där deras produktionsanläggning finns för att kunna hålla koll på kostnaderna samt att skapa nya kontakter med kunder och eventuella framtida marknader. Den ökade handeln har lett till att det blir export och import över och inom landsgränser och detta innebär att det kan bli längre transportsträckor med komplexa logistiksystem vilket i sin tur leder till att transportkostnaderna ökar. Med de ökade sträckorna belastar transporten allt mer på miljön, vilket leder till att miljöproblemen blir allt mer globala (Björklund, 2018).

Det är inte enbart den ekonomiska hållbarheten som påverkas av globaliseringen. Den sociala hållbarheten blir också påverkad av detta. När en ökad handel mellan länder sker ställs företag även inför andra utmaningar. De ska hålla koll på att länderna följer de lagar som finns och att människor inte blir utnyttjade till arbete - speciellt barn. Det finns även aspekter som arbetsmiljöer, djurplågeri samt korruption företag behöver ta i beaktande.

Globaliseringen är inte enbart negativ på miljön utan det kan bli en positiv effekt för möjligheterna att bidra till samhället och dess utveckling (Björklund, 2018).

Idag, som en positiv effekt av digitaliseringen, är inköp något som ofta sker globalt och det finns en oerhört stor mängd leverantörer och olika webbsidor att beställa ifrån. Konkurrensen är stundvis hård, både för inköpare som har en budget och kvalitetskrav att upprätthålla och leverantörer som ska bemöta inköparens krav samtidigt som de skapar en vinst, och idag möts inköpare av helt andra utmaningar än förr. Detta gör att marknaden är tuff och som företag måste de leva upp till vissa aspekter för att ens vara intressanta för konsumenterna.

Utmaningarna som inköpare och företagare möts av idag är åtskilliga krav, till exempel miljökrav, från både företag, leverantörer, kunder och olika regleringar och regelverk som ska följas (Mårtensson & Westberg, 2017; Van Weele & Arbin, 2019).

### **3.2 Konsumenternas hållbarhetskrav**

Allt fler konsumenter börjar ta hänsyn till etiska frågor, miljön och socialt ansvar när det kommer till inköp av produkter eller tjänster. Frågan och den faktiska kravställningen från konsumenterna om hållbarhet blir bara större och större. Konsumenterna nöjer sig idag inte med att endast få informationen att företaget är hållbart utan vill ofta ha en fullständig specificering om hur och varför företaget är hållbart och vill gärna veta hur varan har blivit producerad, hur transporten har gått till och om konsumtionen av varan kan vara skadlig för människor och miljö. Detta kan de redovisa med till exempel hållbarhetsrapporter vilket vi kommer berätta om längre fram i arbetet.

Det är alltså av största vikt att företagen lägger fokus på att vara tydliga gentemot konsumenter och andra intressenter med hur det arbetar och hur deras produkter transporteras till dem och om det faktiskt kan påverka andra människor. Detta är även något som företag idag marknadsför eftersom det är en så viktig punkt för konsumenterna. Idag är konsumenterna mer villiga att betala lite mer för en specifik vara om den faktiskt är tillverkad på ett bevisat etiskt och hållbart sätt. Nedan listas ett urval av kriterier som är viktiga att tänka på ur ett etiskt och miljömässigt perspektiv. Många av dessa kriterier regleras även hårt av lagstiftning och miljömärkningar.

- Produkter som inte på något vis kan sammankopplas med barnarbete
- Produkter som inte alls haft alternativt har minsta möjliga belastning på miljö
- Produkter som inte någonstans i ledet skadat djur eller människor

Ett kraftigt ökat kundkrav på miljöfrågor har uppstått och företag som inte lever upp till samhällets miljökrav är en nackdel. Idag har konsumenterna en mycket större möjlighet att få information om företagen och produkter vilket också höjer kraven på företagen och således inköparen. Tidigare har företag använt miljöcertifikat som konkurrensmedel i marknadsföringen men idag räcker inte det till utan det förväntas även att företag faktiskt värnar om miljön och att de har aktuella och uppdaterade miljöpolicyer, för att tillgodose

konsumenternas och leverantörernas förväntningar och för att tillgodose myndigheternas regleringar (Storhagen, 2003).

### 3.2.1 FN:s hållbarhetsmål

Den 25 september 2015 startades Agenda 2030 av FN:s generalförsamling. Hållbar utveckling definieras av FN som *“utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov.”* Det grundläggande med denna hållbarhetsplan är att *“avskaffa hunger och fattigdom samt att främja fred i världen”* (Globala Målen, n.d.; Kossila, 2020).

Alla 193 medlemsländer i FN har bundit sig att arbeta närmare ett mål. Målet är att uppnå en social, miljömässig och ekonomisk hållbar värld senast år 2030. De är uppdelade i 17 mål och 169 delmål (Globala Målen, n.d.). Nedan ses en figur över de 17 målen.



Figur 1. FN:s globala mål för en hållbar utveckling (Globala Målen, n.d.).

För att kunna fortsätta bygga ett starkt och hållbart samhälle, står världen och företagen inför många utmaningar (Globala Målen, n.d.; Kossila, 2020).

Exempel på utmaningar:

- integration
- hälsa

- utbildning
- klimat
- miljö
- jämställdhet

Företagen måste hitta den rätta motivationen för att kunna resurseffektivisera.

Genom att använda de resurser som finns i verksamheten mer effektivt ger inte bara sänkta kostnader, utan en rad andra fördelar. Enligt Kate Plaskonis på UNDP Sverige kan arbetet med FN:s hållbarhetsmål utföras utefter följande sju steg:

**Kartlägg** – Vad är det vi faktiskt gör inom hållbarhetsarbete varje dag, och vilka av de globala målen relaterar detta till

**Identifiera och prioritera** – Vilka av målen kan vi rent konkret arbeta vidare med i vår verksamhet?

**Integrera** – Gör en tydlig plan för hur detta ska ske och vem som ska driva arbetet.

**Sätt mål och mät** – Vad kan vi faktiskt mäta och vilka mål är rimliga att uppnå?

**Kommunicera** – Berätta framför allt internt men även externt vad som sker och varför, och var öppen för att involvera alla medarbetare som visar intresse.

**Utvärdera** – Samla ihop mätresultat och andra mer mjuka parametrar i arbetet och utvärdera vad som har fungerat bra och vad som behöver justeras.

**Börja om från början** – och se arbetet som en ständigt pågående process i företaget (World Trade Center Malmö Lund Helsingborg, 2018).

### 3.2.2 Bärkraft

År 2014 påbörjades ett gemensamt arbete med ett beslut från Ålands Landskapsregering för att arbeta mot en hållbar utveckling på Åland. Initiativet till bildandet av nätverket Bärkraft togs av aktörer, offentliga sektorn, näringslivet, föreningar och skolektorn. Syftet med Bärkraft var att ta fram en utvecklings- och hållbarhetsagenda för sju hållbarhetsmål, se figur 2 nedan (*Bärkraft*, n.d.):

1. Välmående människor vars inneboende resurser växer
2. Alla känner tillit och har verkliga möjligheter att vara delaktiga i samhället
3. Alla vatten har god kvalitet
4. Ekosystem i balans och biologisk mångfald
5. Attraktionskraft för boende, besökare och företag
6. Markant högre andel energi från förnyelsebara källor och ökad energieffektivitet

## 7. Hållbara och medvetna konsumtions- och produktionsmönster



Figur 2. Bärkrafts sju hållbarhetsmål (Bärkraft, n.d.).

Dessa mål går till mångt och mycket hand i hand med FN:s globala mål och det finns således flertalet sätt för företag att arbeta med dessa mål, dessa arbetssätt nämndes till viss del i stycket ovan gällande FN:s mål. Bland annat kan företagen arbeta med att bidra till hållbar handel och således göra hållbara inköp. De kan även aktivt arbeta med att se över sin avfallshantering, elkonsumtionen, vattenkonsumtion och få utmärkelsen Kranmärkt som Bärkraft delar ut. De behöver överlag aktivt utveckla sitt hållbarhetsarbete på alla plan (Bärkraft, n.d.).

### 3.3 Corporate Social Responsibility

Företag kan använda sig av CSR, Corporate Social Responsibility, för att utveckla affärlösningar på ett sådant sätt att den nuvarande världsbefolkningens behov tillgodoses utan att skada förutsättningarna för att uppfylla framtida generationers behov. Företag måste balansera de krav som ställs från kunder, anställda, intressenter och miljön. Med dagens miljöproblem som blir allt mer framträdande världen över har myndigheterna gjort allt strängare miljölagstiftningar. Den sociala och hållbara aspekten blir också allt större, företag undviker att köpa från barnarbete, handlar gärna från länder med fri handel och att

produkterna inte lämnar allt för stort avtryck på miljön (Borglund et al., 2012b; Jutterström et al., 2011; Van Weele & Arbin, 2019).

Som företagare strävas det efter att skapa ekonomisk tillväxt samtidigt som lokala lagar, miljöbestämmelser och arbetsvillkor ska respekteras. Som företagare är det viktigt att se över hur leverantörernas verksamhetsprocess är utvecklad och att de följer samma policys som företaget själva strävar mot. En del företag använder sig inte av hela meningen Corporate Social Responsibility utan förkortar det till enbart CR för att påvisa att de tänker på alla delar inom Corporate Responsibility och inte enbart de sociala aspekterna, nedan i figur 3 visas en grafisk tolkning av Corporate Social Responsibility (Borglund et al., 2012b).

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY



Figur 3. Grafisk tolkning av Corporate Social Responsibility (Vad är CSR?, n.d.).

### 3.4 Triple Bottom Line

*“People, planet, profit”*

Triple Bottom Line, de 3P:na, lanserades år 1994 av John Elkington som var grundare för ett konsultföretag vid namn SustainAbility. Modellen hjälper företaget att beskriva sitt hållbarhetsarbete utifrån tre grundläggande perspektiv; socialt ansvar, miljömässigt ansvar och ekonomiskt ansvar. Idag har allt flera företagsledare börjat tänka hållbart. ”Tanken var att företag skulle kunna redovisa resultat för insatser som de gjort för miljö och människor”.

Poängen med detta är att göra näringslivet och samhället långsiktigt mer hållbart, se figur 4 för en modell av Triple Bottom Line (“Triple Bottom Line,” 2009).



Figur 4. Modell av Triple Bottom Line

*(25 Years Ago I Coined the Phrase “Triple Bottom Line.” Here’s Why It’s Time to Rethink It, n.d.).*

En definition på det **sociala perspektivet** är ett erbjudande som nyttjar både företag och samhälle, och säkerställer människors hälsa samt mänskliga rättigheter, till exempel där de kan anställa folk som är i behov av jobb och där varje individ kan utveckla sina färdigheter och kompetenser (Van Weele & Arbin, 2019).

Med det **miljömässiga perspektivet** ingår det att ta ansvar för både klimat och miljö. Företag ska fokusera på att minska skadliga effekter på klimat och miljö i den egna verksamheten. Där ingår alla aktiviteter som fokuserar på ett effektivt utnyttjande av naturliga energikällor, råmaterial och andra naturresurser (Skärvad & Olsson, 2017; Van Weele & Arbin, 2019).



Med det **ekonomiska perspektivet** avses företagets ansvar och utveckling för att den egna ekonomin utvecklas på ett hållbart och långsiktigt sätt (Skärvad & Olsson, 2017; Van Weele & Arbin, 2019).

### 3.5 Carrolls hållbarhetspyramid

Orden *people, planet, profit* från Triple Bottom Line utgör grundpelarna i Archie B. Carrolls hållbarhetspyramid. Företagets hållbarhetsarbete kan visas med hjälp av Carrolls hållbarhetspyramid. Pyramiden innehåller fyra olika nivåer; filantropiskt ansvar, etiskt ansvar, juridiskt ansvar och ekonomiskt ansvar. Nedan visar vi figur 5 på hur Carrolls hållbarhetspyramid ser ut (Grant et al., 2017; Skärvad & Olsson, 2017; Thacker, 2019).



Figur 5. CSR-pyramiden (Thacker, 2019).

#### 3.5.1 Filantropiskt ansvar (philanthropic responsibility)

Företag som arbetar med filantropiskt ansvar omfattar företagets frivilliga verksamhet. Idag förväntas det att företag är en del av samhället. Hur mycket företag väljer att engagera sig kan variera. Allmänheten förväntar sig att företag som lämnar fotavtryck på miljön samt använder sig av naturresurser som förbrukningsmaterial ska på något sätt kunna ge tillbaka

till samhället, till exempel genom att anställa långtidsarbetslösa, bidra med donationer och engagera sig i volontärarbete. Att försöka hålla fast vid värderingarna att ge tillbaka till samhället ger företaget en större chans att nå ut på marknaden (Carroll & Archie, 2016; Skärvad & Olsson, 2017; Thacker, 2019).

### **3.5.2 Etiskt ansvar (ethical responsibility)**

Att företag ska följa lagar och reglemente är väsentligt men att de ska sköta företagets aktiviteter etiskt är också något de bör komma ihåg. Detta är dock ingenting som företag är skyldiga till att göra. Arbetet ska göras med eftertanke, hållas rättvist oberoende situation och ingen ska komma till skada. Arbetet kring etik återspeglas i både kunder och leverantörer, och borde därför anses vara en mycket viktig del av företagets verksamhet (Carroll & Archie, 2016; Skärvad & Olsson, 2017; Thacker, 2019).

### **3.5.3 Juridiskt ansvar (legal responsibility)**

Alla företag har en skyldighet att följa lagar och bestämmelser. Det juridiska ansvaret är ett av de viktigaste ansvarsområdena ett företag har för detta visar hur företaget bedriver sin verksamhet ute på marknaden. Några exempel kan vara hur de ställer sig till arbetslagstiftningen, konkurrenskraften, skatteregler samt arbetarskyddslagen. Om företaget väljer att ta en annan väg än den korrekta juridiska vägen så kan de ge stora konsekvenser (Skärvad & Olsson, 2017; Thacker, 2019).

### **3.5.4 Ekonomiskt ansvar (economic responsibility)**

Den ekonomiska delen visar hur företaget ansvarar för sin ekonomi. Utan ett ekonomiskt ansvar kan ett företag till exempel inte betala löner, leverantörer och skatter. På längre sikt innebär detta att produktionen minskar, anställda tvingas sluta och myndigheter kan tvingas fatta beslut över företagets huvud för att få tillbaka sina pengar. För att förebygga detta krävs tillförlitliga ekonomiska analyser och framförallt produkter och tjänster som möter kundernas behov (Skärvad & Olsson, 2017; Thacker, 2019).

Företag som arbetar med Archie B. Carrolls hållbarhetspyramid som grund arbetar mot en hållbar utveckling och hållbara inköp. I de kommande avsnitten i arbetet berättar vi hur företag kan arbeta mot hållbara inköp och en hållbar utveckling.

### 3.6 Hållbara inköp

*“ Can business afford to ignore social responsibilities?”*

*Ketih Davis, 1960*

Hållbara inköp blir allt viktigare för företag i dagen samhälle. De ska ta ansvar för sina inköp, ur ett såväl ekonomiskt, miljömässigt samt socialt perspektiv.

Ekonomiskt ansvar handlar främst om hur företag gör sina affärer samt att företag ska säkerställa att verksamheten bedrivs på ett sätt som gör den lönsam. Detta är för att på ett långsiktigt sätt bidra med en förbättring till samhället. Ett annat perspektiv är hur verksamheten säger sig agera efter etiken och hur detta efterlevs. Detta gäller inte enbart den interna etiken utan också hur man agerar i förhållande till den externa etiken. Vilka policyer ska företagen följa och vad är det för riktlinjer som leverantörerna ska hålla. Företag bör hålla koll på att leverantörernas anställda har rimliga arbetstider, att arbetsplatsen är säker trots farliga moment samt att de har rätt att engagera sig fackligt (Ammenberg & Hjelm, 2013; Björklund, 2018; Van Weele & Arbin, 2019).

Miljömässigt ansvar innebär att företaget ska agera på ett sätt som är långsiktigt hållbart för miljön, både internt och externt. Internt inom företaget bör ansvaret vara att utnyttja resurser på ett effektivt och hållbart sätt, att produkterna inte är farliga för konsumenterna samt att de når fram till dem på ett så miljövänligt sätt som möjligt för att kompensera de ekologiska fotavtryck som kvarstår på miljön. Externt är logistiken en stor del som påverkar miljön. Företag se över hur leverantörerna transporterar produkterna, hur produkterna paketeras och hur de utnyttjar lastutrymme. Detta är små men enkla knep för att minska på miljöpåverkan (Jonsson & Mattsson, 2016).

De sociala ansvaret kan delas upp både internt och externt. Internt socialt ansvar handlar om att säkerställa att de enskilda anställda har en så bra arbetsmiljö som möjligt, ur både fysiskt och psykiskt perspektiv. Ett sätt att åstadkomma detta kan vara att se att det finns en hälsosam

balans mellan olika kön, åldrar, etnicitet och religioner på arbetsplatsen (Ammenberg & Hjelm, 2013; Björklund, 2018; Van Weele & Arbin, 2019).

Med det externa ansvaret ska företag se till att olika kundgrupper inte diskrimineras. Det gäller att företaget kan bidra med nytta till samhället, till exempel anställa ur grupper som diskrimineras på arbetsmarknaden, exempelvis människor med funktionsnedsättning eller som långtidsarbetslösa samt att låta anställda utföra volontärarbete på arbetstid. Genom detta kan företag sen se till att ställa rätt krav på leverantörerna och se över inköpen som görs inom företaget. Konsumenten har alltid en möjlighet att välja leverantörer efter de kvalitets-, pris- och hållbarhetskrav som företaget själva formulerar (Ammenberg & Hjelm, 2013; Björklund, 2018; Van Weele & Arbin, 2019).

### **3.6.1 Leverantörsval och leverantörsutvärdering**

Valet av leverantör kan ha stor inverkan på logistiksystemets hållbarhet. Många gånger är det just hos leverantörerna eller underleverantörer som försörjningskedjans största påverkan äger rum. Vid val mellan olika leverantörer kan företag ta i beaktande hur deras miljöpåverkan skiljer sig åt, till exempel produktionslösningar, skillnader i tillgång och hur de arbetar med hållbarhet inom produktionen. Att kunna ha möjligheterna till att välja leverantörer som är mer avlägsna kan ge mer valmöjligheter till hållbara leverantörer. De kan ha tillgång till renare energi samt en effektivare produktion än vad som kanske är tillgängligt i närheten. Uppföljningen av leverantörens arbete kan också påverkas av avståndet. Men förståelsen för hållbarhet och miljöarbete kan betyda olika för företag och leverantör beroende på deras geografiska position. Att hitta de mest hållbara leverantörerna är inte alltid enkelt, företag behöver se till helheten för att kunna avgöra om det är hållbart eller inte (Björklund, 2018).

Frågor som företag kan ställa sig är:

- Har leverantören ett fungerande miljöledningssystem?
- Kan denne erbjuda miljöcertifierade produkter?
- Är produkterna designade för att möjliggöra återvinning?

Företagare bör även fundera på hur många leverantörer som behövs och finns möjligheterna till att slå ihop sina leverantörer till en och samma så ger det en chans till ett mer hållbart arbete (Björklund, 2018).

Företag börjar allt mer att arbeta med att följa upp hållbarhetsarbetet hos sina leverantörer. Uppföljningen är en viktig process för att säkerställa att leverantörerna faktiskt arbetar utifrån sina uppförandekoder som avtalats samt ur ett rättsperspektiv. Ibland kan det vara så att produkterna som är beställda och betalda inte blir levererade. Genom uppföljning kan både brister och förbättringsmöjligheter framkomma. Uppföljningen kan göras på olika sätt, besök hos leverantörernas produktionsanläggningar, ta prover och att ha samtal med personalen. Ett annat sätt är att leverantörerna får fylla i olika frågeformulär. (Baily et al., 2015; Falk et al., 2004).

För att få leverantörerna medvetna om hållbarhet och hållbarhetsarbete så kan företaget till exempel utbilda och hålla kurser för dem. Det är allt vanligare att företag väljer samma leverantör och då är det bra att bygga upp strategiska leverantörssamarbeten. Detta kan leda till gemensamma satsningar i hållbarhetsfrågor (Björklund, 2018) (Van Weele & Arbin, 2019).

### **3.6.2 Leverantörsinvolvering**

Inom den tillverkande industrin så blir livscyklerna allt kortare och kortare. När företagen planerar att utveckla nya produkter är det bra att involvera leverantörerna så tidigt som möjligt för ett strategiskt arbete. Detta ger en möjlighet till att leverantörerna bidrar med innovationer. När kommunikationen är god mellan företag och leverantör så ger det goda möjligheter till utvecklingsprocesser (*Tidig Leverantörsinvolvering -ESI*, n.d.; Van Weele & Arbin, 2019).

Några exempel på detta kan vara:

- sänkta kostnader för nya modeller
- förbättrad kvalitet
- snabbare utveckling
- kortare tid till marknadslansering
- bättre kommunikation

(*Tidig Leverantörsinvolvering -ESI*, n.d.)

### 3.6.3 ISO 14001

De allra flesta företagen idag påverkar miljön på ett eller annat sätt. Det är inte enbart från myndigheter och media som miljö rapporteringen kommer ifrån utan även konsumenterna, intressenterna och investerarna. För att kunna påvisa att företagen arbetar med miljöfrågor så kan företagen välja att certifiera sig. Miljöledningssystem ISO 14001 är ett verktyg som kan implementeras i företaget för att visa samspel mellan företag och miljö. Att som företag ha ISO 14001 certifiering bakom sig visar en positiv bild ut till allmänheten. Detta påvisar att de tänker på de miljökrav som finns och arbetar ständigt med förbättringar inom företaget (Almgren et al., 2010).

### 3.6.4 Code of Conduct

Code of conduct, som även kallas uppförandekod, är etiska koder som företag förväntar att deras anställda och leverantörer skall följa. Dessa koder kan påvisa hur företaget vill arbeta på ett etiskt, socialt eller miljömässigt sätt. Idag anammar många företag, både kommersiella och icke kommersiella, egna etiska koder som företaget själva kan arbeta fram och utforma utifrån hur företaget i sig arbetar (Borglund et al., 2012a; Grant et al., 2017; Leipziger, 2017).

Exempel på etiska koder:

Arbetsförhållanden:

- De anställda ska inte vara tvingade till arbete och arbetstiderna samt lönerna ska vara acceptabla.
- Det ska inte förekomma barnarbete.
- Alla ska känna sig likvärdiga.

Företagsstyrningen:

- Ömsesidig respekt och ärlighet.
- Följa lagen och hålla ett gott rykte.

Leverantörspraxis:

- Ansvar från leverantören och kontrakt ska uppföras.
- Miljöansvar
- Öppen kommunikation och rapportering.

Företag behöver aktivt arbeta med detta för att kunna bidra till ett bättre samhälle. Ledningen behöver föregå med gott exempel mot sina kunder och leverantörer samt upprätthålla företagets vision och definiera vikten med miljön, samhället och ekonomin (Grant et al., 2017). Uppförandekoder kan ses som regelverk för de anställda som berättar vad de får och inte får göra samt att de finns rutiner för arbetsuppgifterna som ska följas på ett eftertänksamt och korrekt sätt (Borglund et al., 2009).

### **3.6.5 Global Sourcing**

Global sourcing innebär enligt Van Weele att man *“proaktivt integrerar och koordinerar artiklar och material, processer, design tekniker och leverantörer på olika platser i världen där man köper in, tillverkar och är verksam.”*

På grund av företags konkurrensposition och hur konkurrensmässiga deras leverantörer är har företag börjat använda sig av ett globalt tänkande när det gäller sourcing. Det blir allt mer vanligt att företag riktar sig mot lågkostnadsländer för sourcing och genom att företag börjat med detta så har det lett till att de startats upp inköpskontor världen över. Detta leder till ett internationellt perspektiv på försörjningsmarknaderna runt om. Det skall vara lätt för inköparen att jämföra leverantörer gentemot varandra, hantera olika kulturer på ett effektivt sätt samt att kunna förhandla på olika språk (Van Weele & Arbin, 2019).

Företag måste även se till att bidra till en bättre värld, bättre miljö och bättre arbetsförhållanden. Genom detta kommer man in på att företag arbetar med CSR, Corporate social responsibility (Van Weele & Arbin, 2019).

### **3.7 Gröna inköp**

Den teoretiska definitionen av gröna inköp är svårt att definiera på grund av den ökande efterfrågan och den ständiga utvecklingen inom området. Bland annat används termer som Green Supply Chain Management, Closed-loop Supply Chains (cirkulära försörjningskedjor) och hållbart inköp (Blome et al., 2014).

En annan beskrivning på grönt inköp kan innebära inköp av olika produkter och tjänster som ger möjlighet till en minskning av miljöpåverkan. För att kunna bedriva ett miljömedvetet företag är det viktigt att noggrant analysera sina produkter och dess egenskaper samt se om

det är möjligt att minska miljöpåverkan just den produkten genererar. När det talas om gröna inköp täcker det in olika delar inom inköpsprocessen. Det kan vara allt från förpackning, transport av produkterna, avfallshantering och återvinningsbarhet samt resursanvändning. På grund av det ökade antalet miljöregler och ökat legitimitetstryck från intressenter använder allt fler företag gröna strategier, som exempelvis gröna inköp (Blome et al., 2014; Chien & Shih, 2007)

### **3.7.1 Förpackning och lagerhållning**

Ett sätt för företag att arbeta hållbart är se över hur produkterna förpackas och förvaras. Förpackningar och lagerhållning påverkar både naturresurser och växthusgasutsläpp. Det viktigaste aspekterna till förpackningen är att minska kostnaderna samt att säkerställa sina anställda en säker arbetsplats och att de följer lagstiftningen om hälsa, säkerhet och miljö. Idag försöker företag tänka på både de sociala aspekterna, miljömässiga aspekterna samt de finansiella aspekterna vid val av förpackningar. När företag väljer material till förpackningarna bör företag försöka undvika material som är skadligt för miljön, alternativt välja material som går att återvinna (Grant et al., 2017; Hellström et al., 2016).

De mest populära förpackningsmaterialet är papper och kartong men idag finns det en ökad användning av plast som förpackningsmaterial. Det kan bero på att plast inte väger så mycket vilket gör att vikten på de transporterade produkterna blir lättare och tar mindre utrymme i lastbärarna. Detta leder till en minskning av koldioxidutsläppen. Men plasten är inte det ultimata alternativet eftersom stor del av plasten som kommer i förpackningen hamnar i naturen och sjön. Ett alternativ till plast är nedbrytbar plast som går att återvinnas på ett biologiskt sätt (Hellström et al., 2016). Att välja ett mer miljövänligt alternativ till material kanske inte håller samma kvalitet som de mindre miljövänliga alternativet. För att göra ett val som gynnar både miljön och kvalitet är att de utformas och produceras för möjlighet att återanvändas och återvinnas för att minimera påverkan på miljön vid livscykelns slut (Björklund, 2018; Grant et al., 2017).

Den största uppmärksamheten på fotavtrycken på miljön sker runt förpackningar och transport. Men att lagerhålla produkter har en indirekt påverkan på miljön. Det är inte enbart växthusgasutsläppen som påverkar miljön. Att hålla lagerlokal ger en ökning på trafiken, både tunga och lätta fordon, vilket leder till buller som i sin tur leder till att de stör djurlivet.



Läckage från lokalerna och fordonen kan sippra ut i regnvattnet som sedan suggs upp i marken (Grant et al., 2017; McKinnon et al., 2015).

Att lager är en viktig del i företagets leverantörskedja kan man inte undgå. För att förbättra fotavtrycket på miljön kan företag tänka på var någonstans lagret är lokaliserat, varifrån kommer efterfrågan på produkterna och varifrån kommer utbudet. För att dra ner på transportererna kan det vara bra att ha lagerlokalen så lokal som möjligt (Grant et al., 2017; McKinnon et al., 2015).

### 3.7.2 Transport

Huruvida godstransporter är miljömässigt hållbart eller inte är en av de mest omtalade frågorna kring hållbara inköp. Det finns många olika sätt att transportera produkter i dagens läge och det diskuteras mycket kring byte av drivmedel och dess således direkta påverkan på miljön (Björklund, 2018). Det finns sätt som är mindre miljövänliga och vissa som är mer miljövänliga (Grant et al., 2017). Miljöaspekter på detta är de olika utsläppen som transportmedlet utgör, slitagen på däck som sedan måste tas vara på, samt infrastrukturell påverkan. Det kan även förekomma trafikolyckor och olyckor när man transporterar farligt gods vilket kan påverka de sociala aspekterna (Storhagen, 2003).

För företag så finns det olika transportmedel som kan visa sig vara mer lönsamma när det handlar om mängdrabatt vid köp samt att försöka koordinera transportererna bättre så att ledtiden inte blir för lång. Ett sätt att koordinera transportererna för att dels säkra en större ekonomisk vinning och dels göra ett miljömässigt bättre val är att arbeta med samlastning. Samlastning innebär i enkla drag att gods från eller till olika leverantörer och kunder lastas på samma transport (Björklund, 2018). Transportens kostnad ställs normalt till relationen med godset som behöver transporteras till kunden (Storhagen, 2003).

**Sjöfrakt** är i allmänhet en långsam men ett billigare alternativ till transportmedel för stora leveranser av mindre värde. Fraktpriserna kan varieras beroende på om fraktföretaget väljer en trafikerad rutt eller om de väljer en mindre trafikerad rutt. Men även fast bränsleutsläppen per tonkilometer<sup>1</sup> är låga så kan resorna bli långa och därav blir det stora utsläpp av bunkerbränsle vilket är ett av de mest förorenade bränslealternativ. Idag är fortsättningsvis

---

<sup>1</sup>Tonkilometer är ett mått enhet som används inom transport. Vikten i ton multipliceras med antalet körda kilometer.

sjöfart det viktigaste transportmedlet i internationell handel (*Definition of Ton-Kilometer*, n.d.; Grant et al., 2017; Storhagen, 2003).

**Flygfrakten** är den bästa förutsättningen när det handlar om långa geografiska avstånd för transport. Idag används flygtransport när det handlar om transport av vissa typer av gods som på ett säkert sätt bör komma fram på utsatt tid. Nackdelen med att använda sig av flygfrakt är att hanteringen av godset på flygplatsen kan ta längre tid. De kan kräva omlastningar och det krävs att flygplanen är utrustade med lastbärare, så kallade igloos. Dock är inte flyg det miljövänligaste alternativet eftersom de bränner en stor del bränsle under flygningarna vilket också kan vara rätt dyrt (Grant et al., 2017; Storhagen, 2003).

**Lastbilsfrakt** är en av de mest flexibla och populära sätten att transportera godset på. När det handlar om korta och snabba leveranser är det bilen som gäller. Eftersom en lastbil inte kräver omlastning så kan leveranserna transporteras från dörr till dörr vilket utgör mindre risk för extra kostnader förknippade med skador och risker. Här kan man välja mellan stora lastbilar för längre sträckor och mindre, lättare lastbilar för korta sträckor (Grant et al., 2017; Storhagen, 2003).

**Järnvägsfrakt** är ett av de mest klimatsmarta sätten att transportera produkter på idag. Det är både ekonomiskt och effektivt. Detta anses som de mest "gröna" alternativet av fraktmedel (Grant et al., 2017).

Eftersom kostnaderna och miljöpåverkan varierar beroende på transportsätt är det viktigt att ta reda på så mycket information som möjligt om de olika sätten innan det bestäms att köpa varan och få den transporterad. För att ta hänsyn till miljön kan ett exempel vara att ställa krav på leverantörerna att de använder sig av miljöklassade bränslen (Storhagen, 2003).

### 3.7.3 Cirkulär sourcing

Med dagens hållbarhetstänk försöker företag ändra synen på varans livscykel. För att motverka det klassiska linjära tänket har företag börjat implementera det cirkulära tänket. Cirkulär sourcing går ut på att företag skall försöka handla produkter och komponenter som i stora delar består av återvinningsbart material. Eftersom företag köper in stora delar material

och tjänster är cirkulär sourcing ett steg i rätt riktning för miljön. Cirkulär sourcing utgår ifrån två olika typer:

- Den biologiska cykeln och
- Den tekniska cykeln.

Den biologiska cykeln innebär att företag låter avfall återgå till naturen efter användning och med den tekniska cykeln så innebär det att tekniska komponenter tillverkas på ett sådant sätt att de kan återanvändas när varans livscykel har nått sitt slut (Grant et al., 2017; Ritcher, n.d.; Van Weele & Arbin, 2019).

Hållbara inköp kommer förmodligen att övergå till cirkulär sourcing i framtiden. Men än idag så använder sig företag av en linjär ekonomi och en linjär sourcing. Med detta innebär det att företagen producerar sina produkter, produkterna levereras till konsumenterna och när konsumenterna har använt varan så slängs den (Grant et al., 2017; Ritcher, n.d.; Van Weele & Arbin, 2019).

### **3.7.4 Avfallshantering**

För företag som arbetar mot cirkulär sourcing kan det innebära stora förändringar på världens avfallshantering. Det blir inte stora högar med avverkade produkter som sedan kan släppa ifrån sig giftiga avfall som i sin tur påverkar jorden. För att ha möjlighet att påverka avfallshanteringen krävs aktivt arbete från så många företag som möjligt. På grund av olika regler och lagar i olika delar av världen samt konkurrensen är inte alla företagare lika aktivt engagerade (Grant et al., 2017).

Produkter som människan har skapat påverkar miljön på flera olika sätt. Med hjälp av avfallstrappan (avfallshierarkin) är det lätt att illustrera hur människan kan minska avfallsmängden. I ett industriföretag produceras många olika produkter som kräver olika material som sedan hamnar på avfallstrappan. För att minska på onödiga avfall så kan företag använda sig av de cirkulära principerna (Kossila, 2020):

- refuse : avstå
- reduce : minska användningen av resurser och minska mängden avfall.
- reuse : återanvända produkter och resurser

- refill : återfylla
- repair : återtillverka
- remanufacture : återtillverka
- recycle : återvinna
- rethink : tänka om

Att återanvända avfall kan ses som en resurs eftersom råvaror och andra resurser kan vara begränsade. För att främja naturen och miljön är det bra att återanvända avfallet så gott det går (Kossila, 2020; Mårtensson & Westberg, 2017).

### **3.8. Hållbarhetsrapportering**

En hållbarhetsrapport är ett sätt för företag att visa hur de arbetar hållbart ekonomiskt, socialt och miljömässigt och vad företaget uppnått inom dessa områden (Frostenson & Helin, 2018). Rapporten kan innehålla upplysningar om miljö, sociala förhållanden, personal, respekt för mänskliga rättigheter och motverkande av korruption (Kossila, 2020). Att skriva en hållbarhetsrapport kan företag utgå från de mest väsentliga frågorna som berör ens företag. En hållbarhetsrapport kan variera från företag till företag.

Global Reporting Initiative - förkortat GRI - är en global nätverksorganisation som fungerar som ett stöd i hållbarhetsredovisningen och är även de som sätter direktiven för hur en hållbarhetsrapport bör utformas. Med hjälp av GRI som är en internationell organisation kan företag redovisa uppnådda resultat för redovisningsperioden gentemot bakgrunden av företagets strategier, åtaganden och hållbarhetsstyrning. Syftet med redovisningen kan vara följande (Almqvist et al., 2018; Kossila, 2020):

- Bedöma och jämföra hållbarhetsresultat i förhållande till normer, lagar, frivilliga initiativ och standarder.
- Visa på vilket sätt organisationen påverkar och påverkas av de förväntningar som berör frågor om hållbar utveckling.
- Jämföra resultat både inom organisationen men också mellan andra organisationer över tid.

Intressenter ställer allt mer krav på företag att de kan visa att det tar sitt ansvar för både miljön och människor med hjälp av hållbarhetsrapporter (Grant et al., 2017; Kossila, 2020; Skärvad & Olsson, 2017). Det företag ska ha i åtanke vad gäller hållbarhetsrapportering är att de inte alltid ger en rättvisande och sann bild. För att få hållbarhetsredovisningen att se så bra ut som möjligt kan företagets ledning använda sig av olika taktiker, till exempel genom att skriva hållbarhetsrapporten på ett sådant sätt som hyllar företaget för dess höga moraliska och etiska handlingar (Westmark, 2013).

## 4. EMPIRI

Två fallföretag har använts i studien, företag X som valt att vara anonyma och Optinova Group. Båda företagen är åländska företag som är verksamma inom plastindustrin. Företagen har cirka 30 respektive 200 anställda. Intervjuerna genomfördes över en digital plattform, på grund av den rådande situationen med Covid-19. Personen vi har intervjuat på företag X arbetar som operativchef och sköter bland annat inköpen av all råmaterial. På Optinova Group intervjuade vi Annette Höglund som arbetar som CCO (försäljnings- och marknadsföringsdirektör) för Optinova Group globalt, samt leder koncernens hållbarhetsarbete. Vi fick även ta del av Optinova Groups dokument angående hållbarhetsrapportering, Code of Conduct samt Supplier Sustainability Program.

Här nedan följer intervjufrågorna samt svar från respektive företag.

**Hur ställer sig ert företag till hållbara inköp? Är det något ert företag arbetar med i dagsläget, och i så fall, hur ser dessa inköp ut? Ge gärna exempel.**

**Företag X:**

Företag X svarar att de på sätt och vis arbetar med hållbara inköp.

Företaget har för cirka fem år sedan gått in för att ha i sitt sortiment produkter som är gjorda av nedbrytbar plast, bland annat har de produkter som tillverkas av sockerrörsplast.

**Optinova Group:**

Annette berättar att Optinova Group antog sin hållbarhetspolicy år 2017, då börjar de kartlägga hur värdeflödet såg ut över hur de köper in råmaterial och energin som används till produktionen. År 2019 började företaget ha tätare dialoger med sina leverantörer. De började även kommunicera ut deras hållbarhetspolicy och säga att det är viktigt för dem att de arbetar med hållbarhetspolicy, då är det inte bara miljö utan även den sociala och finansiella biten.

När Annette pratar om social hållbarhet menar hon hur de tar hand om sina anställda och hur de arbetar i sina regioner där de är verksamma. Med den finansiella biten så är det viktigt att leverantörerna fortsättningsvis finns kvar där dom är för att våra kunder ska kunna få materialet som de behöver samt att de håller en god kommunikation med dem.

År 2020 börjar Optinova Group med Supplier Sustainability Program där de går igenom kraven som ställs på leverantörerna för att visa att det är oerhört viktigt med hållbarhet. Delar

av ledningsgruppen på Optinova Group har även under hösten år 2020 deltagit i en hållbarhetsredovisningskurs som hölls av Ålands Näringsliv, där de fick bra hjälpmedel och stöd för utveckling av deras hållbarhetsarbete.

**- Följdfråga till Optinova Group:**

**Vad innebär begreppen hållbarhet, CSR och hållbar utveckling för er?**

Hållbarhet för Optinova Group är att de vill ses som mer än ett företag som bara anställer, inte bara som en arbetsplats som ger lön utan känna att man orkar komma tillbaka och sprida glädje. Har den anställda ett inspirerande jobb så orkar man mera på fritiden. CSR anses för Optinova Group vara att ge tillbaka till samhället, de har till exempel köpt in munskydd från deras kontakter i Kina för att kunna stödja de åländska samhället vid den rådande situationen av Covid-19. Detta hör inte till Optinova Groups normala verksamhet. Hållbar utveckling för Optinova Group innebär att man ska ha en viss innovation och omvärldsbevakning. Som ett exempel berättar Annette att de sätter krav på sina leverantörer att de kan erbjuda gröna alternativ.

**Vad är mest utmanande att arbeta med hållbara inköp?**

**Företag X:**

Intervjupersonen säger att de saknar en gemensam standard och förståelse för begreppet "hållbarhet". Företaget anser att konsumenternas kunskap är mycket diversifierad så också detaljhandeln och produktionsindustrin, det är så mångfasetterat. Det har ännu inte kommit en nationell standard som kan hjälpa dem med utveckling av hållbara inköp.

**Optinova Group:**

Annette anser att följa med i trenderna kan vara utmanande men viktigt. För ett par tre år sen var det svårare att få tag i gröna alternativ men idag så har det utvecklats och det finns flera gröna alternativ att välja mellan.

**Är det något som hindrar er att arbeta med hållbara inköp?**

**Företag X:**

Tillgången av råmaterialet är ett hinder för företaget.

**Optinova Group:**

Annette anser att det egentligen inte finns något hinder för dem att arbeta med hållbara inköp, det enda som kan vara utmanande är fraktföretagen. Lokalt ligger de lite efter de finns bland annat inte eldrivna lastbilar eller färjor, samt att de inte finns någon tågtrafik eller några andra alternativ. För att kunna prioritera planerade inköp samt att kunna avsätta resurser för att kolla igenom de olika alternativ av leverantörer som håller samma krav som företaget kan även ses som ett hinder.

**Vilka möjligheter finns för ytterligare satsningar inom området?****Företag X:**

Idag har efterfrågan av hållbara platser ökat, därför arbetar företaget väldigt mycket med att försöka få tag på mer råmaterial av hållbara plaster för att kunna utöka sitt egna sortiment. Företaget har däremot en begränsning eftersom det inte går att få tag på, då det finns inte producenter i världen som producerar vad de vill ha.

Det är begränsat vad leverantörerna kan erbjuda i råmaterialväg för en test produktion och de kan få vänta två till tre år innan de får tillgång till det.

**Optinova Group:**

Företaget har gjort en del satsningar på deras lokaler både här på Åland och i Thailand genom att de har installerat solceller för att återvinna energi. Satsningen är inte helt klar ännu utan de arbetar vidare med detta.

Efter produktionerna blir det restmaterial som till viss del går att återanvända. De skulle vilja teama upp med andra företag som kan återanvända detta.

**Känner ni någon form av press från intressenter att arbeta med miljöfrågor?****Företag X:**

Företaget får i form av frågeformulär en egenkontroll från deras storkunder där de ska svara på om de följer vissa direktiv som till exempel arbetstagarnas rättigheter.

**Optinova Group:**

Jo absolut, vi får frågor av våra kunder som inspirerar oss till att driva vidare med miljöfrågor. Alla led i koncernen ska kunna uppvisa hur de arbetar med miljöfrågor i fall att kunderna frågar. Optinova Group försöker göra hela koncernen medveten om deras



hållbarhetsarbete genom att till exempel lederna i vissa arbetsgrupper måste informera om deras hållbarhetsrapport.

**- Följdfråga till Optinova Group**

**Har era kunder påverkan på miljöfrågorna?**

Kunderna hos Optinova Group kan påverka hur de planerar produktionen. Läger kunden ordern med god framförhållning så kan produktionen ske i lugnt takt för att sedan transporteras med båt vilket att de kan åka långsamt runt jorden och hålla ner energiförbrukningen. Behöver kunderna en snabb leverans så kan de bli problematiskt att producera och transportera hållbart.

**Är ni bekanta med FN:s globala mål, Agenda 2030?**

**Om ja, arbetar ni mot något specifikt mål?**

**Företag X:**

Företaget är bekant med FN:s globala mål, men arbetar inte mot något specifikt.

**Optinova Group:**

Annette berättar att de är bekanta med FN:s globala mål och har valt ut sex mål att prioritera vilka är inom områdena miljö, social och finansiell hållbarhet.

1. Mål 13: bekämpa klimatförändringarna
2. Mål 12: hållbar konsumtion och produktion
3. Mål 3: god hälsa och välbefinnande
4. Mål 10: minskad ojämlikhet
5. Mål 8: anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt
6. Mål 9: hållbar industri, innovationer och infrastruktur

**Har ni något samarbete med Bärkraft på Åland?**

**Företag X:**

Företaget känner till Bärkraft men har inget samarbete tillsammans med dem.

**Optinova Group:**

Optinova Group har ett tätt samarbete med Bärkraft. Annette satt själv som nätverksledare i Bärkraft år 2017 till år 2018 och då drev hon fram de olika ämnen som skulle arbetas med.

Året efter att Annette satt som nätverksledare byttes det och då arbetades det med olika slags kampanjer för att driva Bärkraft framåt, till exempel en cykelkampanj vilket målet var att främja hållbara sätt att ta sig till och från jobbet och sporra våra medarbetare till att lämna bilen hemma. Från år 2021 så sitter Optinovas VD Anders Wiklund som nätverksledare och har kunnat ställa mera krav på landskapsregeringen för ett bättre ledarskap. Optinova Group och Bärkraft har både smått och stort utbyte av kunskap och ideér med varandra.

### **Arbetar ni med hållbara transporter?**

#### **Företag X:**

Företaget fokuserar inte på transporterna. Företaget transporterar inget själva utan köper in den tjänsten av de åländska leverantörerna. De ansvarar väldigt lite av transporterna, leverantörerna sköter transporterna och väljer transportsätt.

#### **Optinova Group:**

Genom att arbeta med hållbara transporter försöker Optinova Group korta avstånden och minska antalet omlastningar. För varje specifik kund försöker de kolla om det är den snabbaste, kortaste och miljövänligaste rutt. De har ett säljkontor i USA som har möjlighet till ett centrallager vilket de kan skicka större leveranser av produkter till som sedan därifrån kan transporteras vidare. Industrislangarna som finns i produktsortimentet är av stor volym och produceras i marknaden där de ska användas.

### **När ni väljer leverantör, hur går ni tillväga då?**

#### **Tar ni i beaktande om de arbetar med hållbarhet?**

#### **Företag X:**

Företaget tar inte i beaktande om leverantören arbetar med hållbarhet. Intervjupersonen berättar att för tillfället är plast marknaden sån att om de inte köper samma dag som de blir erbjudna så kan de bli utan en månad eller två. Det är otroligt svårt att få tag i plast idag. Företaget berättar att Covid-19 har gjort att marknaden blivit galen och de kan komma meddelanden från leverantörerna att "du har två timmar på dig att bestämma om ni ska ha materialet eller inte". På grund av detta kan inte företaget planera inköpen.

#### **Optinova Group:**

Optinova Group utgår ifrån vad kunder vill ha för att råmaterial när leverantörerna väljs.

**- Följer ni upp era leverantörer att de uppfyller era krav? I så fall hur?**

Annette konstaterat att de inte riktigt är där ännu men att uppföljningen med leverantörerna är under arbete med hjälp Supplier Sustainability Program.

**Har ert företag tagit fram en Code of Conduct/uppförandekod, i så fall vad har tagits upp i den?**

**Företag X:**

Företaget har ingen egen framställd Code of Conduct. De arbetar däremot väldigt mycket med ett projekt där de försöker minimera spill. Genom att kontrollera spillet och sedan sortera det rätt kan de producera eget råmaterial. I stället för att spillet slängs kan de återanvändas i produktionen.

**Optinova Group:**

Optinova Group delade med sig av sin framställda code of conduct där det framgår att de faställer standarder för hur affärsetiken, social ansvar samt miljöansvarsskyddet inom branschen ska följas. De strävar efter att verksamheten ska överensstämma med #feelgoodfactory värden och inte påverka samhället negativt. De vill att Optinova Groups syfte ska stödjas för hur kvaliteten på vardagen ska öka. De fastställda kraven upprätthålls av Optinova Group-koncernen och måste följas av kunder, partners, leverantörer samt andra associerade företag som bedriver verksamhet med dem. Detta är även grunden till en långsiktigt hållbar affärsutveckling och har en ytterst strategisk betydelse. Optinova Group upprätthåller internationella mänskliga rättigheter och följer de principer som fastställs i förenta nationerna (FN) då det gäller internationella rättigheter, standarder och principer. De säkerställer sig av minskningen av koldioxidutsläpp genom att ha ett miljö ansvarsskydd. Företagen måste i möjligaste mån minimera de negativa effekterna på miljön från sin verksamhet, sina produkter samt sina tjänster. Ett stort krav för Optinova Group är att följa FN:s rekommendationer och stöd till globala miljöinsatser och forskning.

**Arbetar ni med cirkulär materialflöden?**

**Företag X:**

Kartong samt plastbalar säljer de till energiåtervinning eller till andra företag som kan återanvända materialitet i deras produktion.

**Optinova Group:**

Optinova Group försöker samarbeta med kunder som kan tänka sig att återanvända förbrukat material, då försöker Optinova Group producera produkter för att kunna återanvändas. Sen försöker de att återanvända utluft/värme som används i den nya hallen som blivit renoverad.

**Arbetar ni med hållbarhetsrapporter?****Företag X:**

Företaget anser sig vara allt för litet för att arbeta med hållbarhetsrapporter.

**Optinova Group:**

Optinova Group arbetar med hållbarhetsrapporter. Den första kom ut år 2017 och den andra kom ut år 2020 där man kan se att de skett stora utvecklingar inom företagets hållbarhetsarbete. Optinova Group är inte kravställda att lämna hållbarhetsrapporter utan de har själva valt att framställa dessa.

## 5. ANALYS

I detta avsnitt kommer vi att presentera analysen där empirin jämförs med den teoretiska referensramen.

När de båda representanterna får fråga hur de ställer sig till hållbara inköp och om de arbetar med det idag så ses en skillnad vid deras arbete. Även fast Företag X och Optinova Group arbetar inom samma bransch så arbetar de olika. Företag X fokuserar på deras råmaterial medans Optinova Group fokuserar på de flesta delar inom koncernen. De skulle kunnat sägas att Optinova Group arbetar utefter Triple Bottom Line modellen ("Triple Bottom Line," 2009), de fokuserar på de sociala, miljö samt de finansiella aspekterna i företaget.

Att de kan finnas utmaningar inom hållbara inköp kommer inte ensamt. De kan även dyka upp hinder. När representanterna får frågan om just detta så svarar de rätt lika. Företag X anser att de inte finns något som hindrar dem att arbeta hållbart och Optinova Group säger först nej men lägger sedan till att de som kan vara utmanande är fraktföretagen som finns att välja mellan. Enligt Grant, Wong och Trautrim (Grant et al., 2017) finns det mindre miljövänliga och mer miljövänliga alternativ att välja mellan men det finns en begränsning på Åland, det är antingen bil, båt eller flyg.

När vi sedan kommer in på frågan om det finns satsningar på gång inom företagen är Företag X fortsättningsvis fokuserade på råmaterialet. De har planerna på att utveckla sitt sortiment men tillgången till råmaterialet är liten. Optinova Group har redan gjort en del satsningar på lokalerna både på Åland och i Thailand genom att installera solceller för att få ett cirkulärt flöde av energi (Grant et al., 2017; Van Weele & Arbin, 2019).

Att intressenter kan ha en påverkan på företagens miljöfrågor var ett solklart ja från Optinova Group. Deras kunder har en stor påverkan hur de kan arbeta vidare med miljöfrågor. Här ska alla led i Optinova Groups koncern kunna uppvisa att de arbetar med miljöfrågor. Enligt Frostenson och Helin (Frostenson & Helin, 2018) ska en hållbarhetsrapport vara ett sätt för företag att visa hur de arbetar med hållbarhetsfrågor såsom miljöfrågor (Kossila, 2020).

När vi är inne på miljöfrågor så ställer vi även frågan om de är bekanta med FN:s hållbarhetsmål (*Globala Målen*, n.d.) vilket de båda är. Företag X arbetar dock inte mot något mål. Optinova Group arbetar aktivt med sex olika mål. Väl inne på frågan om FN kommer det åländska nätverket Bärkraft (*Bärkraft*, n.d.) på tal och även med dem har Optinova Group arbetat tätt med.

För att kunna visa allmänheten hur de arbetar med sociala, miljömässiga och finansiella aspekter kan företag upprätta hållbarhetsrapporter (Frostenson & Helin, 2018). Detta är något Optinova Group arbetar med. Företag X anser sig själva vara för små att arbeta med hållbarhetsrapporter.

## 6. SLUTDISKUSSION

Syftet med det här arbetet var att ge en inblick i vad hållbara inköp är, ta reda på hur de två utvalda åländska företagen arbetar med hållbara inköp samt hur företagen kan utveckla sig inom det område. Med hjälp av teorin har vi gått igenom bakgrunden till hållbara inköp och strategier runt det. Det har gett oss en bra inblick vad hållbara inköp är och vad för olika områden företag kan arbeta med för att få ett mer effektivt hållbarhetsarbete.

Med detta arbete har vi fått reda på att medvetenheten och arbetet med hållbara inköp skiljer sig bland de två företagen vi har intervjuat. Vi har kunnat göra kopplingar till företagens hållbarhetsarbete med teorin. Båda respondenterna känner till vad hållbara inköp är men ett av företagen menar att att hållbara inköp är ett brett område så att ge en definition av hållbara inköp är helt beroende på vilken aspekt företaget väljer att arbeta med. Det kan vara allt från till exempel hållbara transporter eller hållbara råmaterial.

Företag X arbetar med hållbara inköp genom att satsa på att producera produkter som är gjorda av nedbrytbar plast och vill utöka sitt sortiment ännu mera. De fokuserar även på cirkulära materialflöden såsom avfallshantering och återvinning av restmaterial. Optinova har ett brett hållbarhetsarbete som de ständigt utvecklar. De arbetar utifrån de sociala, miljömässiga och finansiella aspekterna inom hållbara inköp. Detta genomsyrar hela ledet inom koncernen.

Miljöfrågor och hållbarhetstänket är som tidigare nämnt i arbetet väldigt aktuellt och kommer troligen inte att avta såsom kraven från konsumenterna, intressenterna och myndigheterna. Fortsätter företagen med att göra förbättringar inom hållbarhetsarbetet samt vara innovativa bidrar de till en fortsatt nytta för samhället och miljön.

### 6.1 Reliabilitet och validitet

Med reliabilitet menas att samma resultat ska uppträda vid nya undersökningar med samma mätinstrument. Vid en hög reliabilitet ska alltså liknande resultat kunna uppnås vid upprepade undersökningar, oberoende av vem som utför undersökningen (Olsson et al., 2021).

Det är lika viktigt att ha en hög validitet som att ha en hög reliabilitet. Validitet har som mål att det ska finnas ett samband mellan verkligheten och tolkningen (Olsson et al., 2021).

Vi anser att reliabiliteten är rätt hög i detta arbete, skulle samma undersökning göras igen så skulle samma resultat kunna uppnås men vi anser att det finns en del brister. I och med att det är en kvalitativ undersökning som genomfördes genom digital plattform och med en viss tidsbrist, eftersom intervjupersonerna vi intervjuade hade begränsat med tid, skulle kanske en personlig intervju ge mer djupgående svar. Under intervjun märkte vi att frågorna kunde ställts annorlunda och att de kunde bearbetas och gjorts tydligare för att få bättre svar. Angående validiteten anser vi att det finns ett tydligt samband mellan verkligheten och tolkningen.

## **6.2 Förslag till vidare forskning**

I vårt arbete har fokus legat på sociala, miljömässiga och finansiella aspekterna inom hållbarhetsarbetet och hur de två industriella, åländska företagen arbetar med hållbara inköp. Förslag till vidare forskning kan vara att intervjua flera företag för att få en mer detaljerad uppfattning av problematiken och möjligheter inom hållbarhetsarbete. Ett annat förslag kan vara att göra en kvantitativ undersökning och se på hur åländska företags syn på hållbara inköp kunde vara intressant, se om det finns några samband beroende på verksamhetsområde eller bransch.



# KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING

*25 Years Ago I Coined the Phrase "Triple Bottom Line." Here's Why It's Time to Rethink It.*

(n.d.). Retrieved April 21, 2019, from

<https://www.expressworks.com/organizational-change-capacity/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-its-time-to-rethink-it/>

Almgren, Richard, B., & Torbjörn. (2010). *Lätt med ISO 14001*. SIS Förlag.

Almqvist, Roland, G., Johan, Jannesson, Erik, P., Anders, S., & Matti. (2018). *Boken om ekonomistyrning*. Studentlitteratur.

Alvehus, J. (2013). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: en handbok*. Liber.

Ammenberg, J., & Hjelm, O. (2013). *Miljöteknik - för en hållbar utveckling*. Studentlitteratur.

Baily, P., Farmer, D., Crocker, B., Jessop, D., & Jones, D. (2015). *Procurement Principles and Management*. Pearson.

*Bärkraft*. (n.d.). Bärkraft.ax. Retrieved March 30, 2021, from <https://www.barkraft.ax/>

Björklund, M. (2018). *Hållbara Logistiksystem*. Studentlitteratur.

Blome, C., Hollos, D., & Paulraj, A. (2014). Green procurement and green supplier development: antecedents and effects on supplier performance. *International Journal of Production Research; London*, 52(1), 32.

Borglund, Tommy, D. G., Hans, H., & Mats. (2009). *Värdeskapande CSR : hur företag tar socialt ansvar: Vol. Upplaga 1*. Norstedts akademiska förlag.

Borglund, Tommy, D. G., Hans, S., & Susanne. (2012a). *CSR, corporate social responsibility*. Sanoma Utbildning.

Borglund, Tommy, D. G., Hans, S., & Susanne. (2012b). *CSR - en guide till företagets ansvar*. Sanoma Utbildning.

Bryman, Alan, B., & Emma. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Liber.

Carroll, & Archie, B. (2016). Carroll's Corporate Social Responsibility Pyramid. *Open Library*

*Pressbok.*

<https://ecampusontario.pressbooks.pub/businessfuncdn/chapter/article-carrolls-corporate-social-responsibility-pyramid/>

Chien, M. K., & Shih, L.-H. (2007). *An empirical study of the implementation of green supply chain management practices in the electrical and electronic industry and their relation to organizational performances.* <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?ID=77181>

*Definition of ton-kilometer.* (n.d.). Mindat.org. Retrieved December 5, 2021, from <https://www.mindat.org/glossary/ton-kilometer>

Falk, J.-E., Frenander, C., Nohrstedt, P., & Ryding, S.-O. (2004). *Miljöledning vid upphandling & inköp. Jure Bokhandel, Stockholm.*

Frostenson, M., & Helin, S. (2018). *Hållbarhetsredovisning - Grunder, praktik och funktion.* Liber.

*Globala Målen.* (n.d.). Globala Målen - För Hållbar Utveckling.

Gräås, C., Christensen, L., Haglund, L., & Engdahl, N. (2010). *Marknadsundersökning: en handbok.* Studentlitteratur.

Grant, D. B., Wong, C. Y., & Trautrim, A. (2017). *Sustainable logistics and supply chain management: principles and practices for sustainable operations and management.* Kogan Page Publishers.

Håkan, A., Bengt, E., & Björn, O. (2004). *Modern logistik - för ökad lönsamhet.*

Hellström, Daniel, O., & Annika. (2016). *Managing Packaging Design for Sustainable Development.* Wiley.

Höst, Martin, R., Björn, R., & Per. (2006). *Att genomföra examensarbete.* Studentlitteratur.

*Intervjuguide: 3 Intervjutekniker.* (n.d.). Academic Work. Retrieved November 4, 2021, from <https://www.academicwork.se/insights/arbetsgivare/intervjutekniker>

Jonsson, P., & Mattsson, S. A. (2016). *Logistik: Läran om effektiva materialflöden.*

Jutterström, Mats, N., & Peter. (2011). *Företagsansvar - CSR som managementidé.* Studentlitteratur.

- Kossila, L. (2020). *Cirkulära materialflöden i praktiken*. Studentlitteratur.
- Leipziger, D. (2017). *The Corporate Responsibility Code Book*. Taylor and Francis.
- Mårtensson, K., & Westberg, K. (2017). *Miljöstrategiskt arbete - företag i det nya strategiska landskapet*. Liber.
- McKinnon, Alan, B., Michael, P., Maja, W., & Anthony. (2015). *Green Logistics - Improving the environmental sustainability of logistics*. Kogan Page Limited.
- Olsson, Henny, S., & Stefan. (2021). *Forskningsprocessen - Kvalitativa och kvantitativa perspektiv: Vol. Upplaga 4*. Liber.
- Ritcher, M. (n.d.). Cirkulär ekonomi öppnar för nya affärsmodeller och innovation. *CGI*.  
<https://www.cgi.com/se/sv/cirkular-ekonomi-affarsmodell-innovation>
- Skärvad, P.-H., & Olsson, J. (2017). *Företagsekonomi 100*. Liber AB.
- Storhagen, N. G. (2003). *Logistik: grunder och möjligheter*. Liber ekonomi.
- Thacker, H. (2019). Understanding the Four Levels of CSR. *The CSR Journal*.  
<https://thecsrjournal.in/understanding-the-four-levels-of-csr/>
- Tidig leverantörsinvolvering -ESI*. (n.d.). EFFSO. Retrieved May 4, 2021, from  
<https://tools.effso.se/2010/11/tidig-leverantorsinvolvering-esi/>
- Triple Bottom Line. (2009). *Economist* .  
<https://www.economist.com/news/2009/11/17/triple-bottom-line>
- Vad är CSR?* (n.d.). CSR Expo. Retrieved April 21, 2019, from <https://csrexpo.se/vad-ar-csr/>
- Van Weele, A. J., & Arbin, K. (2019). *Inköp och supply chain management: analys, strategi, planering och praktik*. Studentlitteratur.
- Westmark, C. (2013). *Hållbarhetsredovisning*. Studentlitteratur.
- World Trade Center Malmö Lund Helsingborg. (2018, October 18). *Så driver du företaget enligt FN:s hållbarhetsmål*.  
<https://magasinet.wtcmalmolundhelsingborg.se/sa-driver-du-foretaget-enligt-fns-hallbarhetsmal/1837343>

# BILAGA 1

## Intervjufrågor

Hur ställer sig ert företag till hållbara inköp? Är det något ert företag arbetar med i dagsläget, och i så fall, hur ser dessa inköp ut? Ge gärna exempel.

Vad innebär begreppen hållbarhet, CSR och hållbar utveckling för er?

Vad är mest utmanande att arbeta med hållbara inköp?

Är det något som hindrar er att arbeta med hållbara inköp?

Vilka möjligheter finns för ytterligare satsningar inom området?

Känner ni någon form av press från intressenter att arbeta med miljöfrågor?

Har era kunder påverkan på miljöfrågorna?

Är ni bekanta med FN:s globala mål, agenda 2030? Om ja arbetar ni mot något specifikt mål?

Har ni något samarbete med Bärkraft på Åland?

Arbetar ni med hållbara transporter?

När ni väljer leverantör, hur går ni tillväga då? Tar ni i beaktande om de arbetar med hållbarhet?

Följer ni upp era leverantörer att de uppfyller era krav? I så fall hur?

Har ert företag tagit fram en Code of Conduct/uppförandekod, i så fall vad har tagits upp i den?

Arbetar ni med cirkulära materialflöden?

Arbetar ni med hållbarhetsrapporter?