



Konsumentbeteende gällande miljövänlig frakt

Tobias Jönsson

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Företagsekonomi
Identifikationsnummer:	8349
Författare:	Tobias Jönsson
Arbetets namn:	Konsumentbeteendet gällande miljövänlig frakt
Handledare (Arcada):	
Uppdragsgivare:	-
<p>Sammandrag:</p> <p>Frakt av varor är väsentligt då det kommer till all sorts handel. Varor transporteras via antingen lands-, järnvägs-, sjö- eller luftfrakt. Nuförtiden läggs allt mer vikt på miljövänlighet och då är det viktigt att transportsätten strävar efter utveckling. I detta arbete undersöks hur mycket miljöfrågor påverkar konsumenternas val av transportsätt, samt hur villiga de är att stöda en utveckling av transporterna för att främja miljön. Syftet med arbetet är att ta reda på ifall konsumenternas tankesätt kring miljövänlighet påverkar de val de gör och är en faktor då de väljer ett specifikt transportsätt. Priset för frakten spelar även stor roll och det kommer redas ut hur mycket konsumenterna är villiga att bidra med för att främja en miljövänligare transport. Arbetet fokuserar främst på näthandel eftersom denna sektor har växt enormt under den senaste tiden. Det gjordes en kvantitativ forskning där 73 respondenter deltog och svarade på ett frågeformulär. Frågeformuläret var ämnat för alla åldrar för att kunna dra fram skillnader i tankesätt kring miljövänlighet inom frakt i de olika åldrarna. Resultatet är baserat på svenskspråkiga i Finland och visar en positiv inställning till miljövänlighet bland alla åldersgrupper men ändå ett litet tvivel hur företag ska uppnå miljövänligare lösningar för frakten. Detta tyder på att miljövänlighet har ett stort inverkan bland konsumenter var största delen är villiga att stöda främjandet, så länge möjligheterna presenteras för konsumenterna.</p>	
Nyckelord:	Frakt, miljövänlig, konsumentbeteende, utveckling
Sidantal:	45
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Företagsekonomi
Identification number:	8349
Author:	Tobias Jönsson
Title:	Consumer behavior regarding environmentally friendly freight
Supervisor (Arcada):	
Commissioned by:	-
<p>Abstract:</p> <p>Freight of goods is essential when it comes to any kind of shopping. Goods are transported either via road-, rail-, sea- or airfreight. Nowadays the importance of environmentally friendly freight is growing exponentially and therefore the importance of development. In this study the consumers' choices regarding freight, when it comes to environmentally friendly aspects are asked as well as how willing they are regarding supporting the development to improve the environment. The purpose of the study is to see if environmentally friendly thinking affects consumers and the choices, they make regarding choosing a specific mode of transport. The price of freight is of big importance, and it will be clarified how much consumers are willing to contribute to support environmentally friendly modes of transport. The study mainly focuses on e-commerce as this sector has grown the most during the past decade. A quantitative research was conducted in which 73 respondents participated and answered a questionnaire. The questionnaire was intended for all ages in order to highlight differences of environmentally friendly thinking of the different ages. The result is based on Swedish-speaking Finns and shows a positive attitude towards environmentally friendly thinking among all the ages, but still a small doubt about how companies will achieve more environmentally friendly solutions for shipping. This indicates that environmentally friendly thinking has a major impact among consumers, whereas the majority are willing to support the development, as long as the opportunities are presented to the consumer.</p>	
Keywords:	Freight, environmentally friendly, consumer behavior, development
Number of pages:	45
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

INNEHÅLL

1	Inledning.....	6
1.1	Problemformulering	6
1.2	Syfte	6
1.3	Frågeställning och forskningsfrågor	7
1.4	Avgränsning.....	7
1.5	Centrala termer.....	7
2	Teori.....	8
2.1	Miljövänlighet inom transport.....	8
2.1.1	<i>Landsfrakt</i>	9
2.1.2	<i>Sjöfrakt</i>	11
2.1.3	<i>Luftfrakt</i>	12
2.1.4	<i>Övrigt</i>	13
2.2	Växthuseffekten och klimatförändringen	14
2.3	Konsumentbeteendet gällande miljövänlighet.....	15
2.4	Tidigare forskning i världen	17
3	Metod.....	19
3.1	Val av metod.....	19
3.2	Kvantitativ forskning	20
3.3	Tillvägagångssätt.....	20
3.3.1	<i>Urval</i>	21
3.3.2	<i>Frågeformuläret</i>	21
3.4	Reliabilitet och validitet	22
4	Resultat	22
4.1	Bakgrundsfrågor	23
4.2	Frågor om miljöpåverknig	24
4.3	Syn på utveckling av miljövänlighet inom transport	26
5	Analys.....	30
5.1	Analys av bakgrundsfrågor.....	30
5.2	Analys av frågor om miljöpåverknig	31
5.3	Analys av frågor om syn på utveckling av miljövänlighet inom transport.....	33
6	Slutsats	37
	Källor	39
	Bilagor	43

Figurer

Figur 1, Utsläpp av växthusgasen CO ₂ gällande transport i EU mätt i Mt (European Environment Agency, 2020).....	10
Figur 2, Utsläpp mellan de olika transportsätten mätt i CO ₂ per 1000kg/km framställt av IMO (ICS, 2021)	12
Figur 3, Skillnad mellan personliga transporter och delade transporter (Journal of Transport Geography, 2021).....	18
Figur 4, X-axel: intresserad av miljöfrågor från skala 1-5, Y-axel: antal svar. Blå stapel: jakande svar, Röd Stapel: nekande svar.	32
Figur 5, Resultat av de nekande svaren i korrelation till åldern	33
Figur 6, Samband mellan näthandel och leveransalternativ.	34
Figur 7, Jämförelse mellan val av leveransalternativ och möjlig extra kostnad.....	35
Figur 8, samband mellan fråga 13 och fråga 10.	36
Figur 9, Samband mellan negativt inställda till en kompensationsavgift och intresse för mål.	37

1 INLEDNING

Miljöpåverkan av transporter i vårt samhälle har en allt större betydelse för oss människor än vad den haft tidigare. En del teorier tyder på att transporter och deras utsläpp bidrar till en ökad växthuseffekt, vilket värmer upp vår jord. Andra talar om föroreningar av våra hav och vår natur, samt att vi även använder upp våra naturresurser så som kol, olja och gas. Då det kommer till transporter talar man inte endast om transporter av människor utan också transporter av produkter vilket utgör största delen av transportererna i vårt samhälle. Detta ämne har varit aktuellt redan länge men börjar beröra oss allt mer och mer då många företag samt föreningar sätter upp målsättningar för att vara koldioxidneutrala inom kommande åren. Därför har jag valt att skriva om miljövänliga transporter av varor, i samband av online handel. (Rodrigue, 2020)

Arbetet kommer att handla om miljöpåverkan av transporter (själva frakten av produkten) med inriktning på konsumenternas syn på kompensation och eventuell högre prissättning av transporter för att framställa en miljövänligare transport. Jag valde att skriva om detta tema eftersom det är något som angår oss alla mer och mer för varje dag som går, och vi är alla intresserade av att utvecklingen av framtida transportmetoder är så miljövänliga som möjligt.

1.1 Problemformulering

Inom de flesta branscherna, i dagens samhälle, fokuserar man på att göra sin verksamhet koldioxidneutral. Detta betyder att balansen mellan koldioxidutsläpp och koldioxidabsorbtion för verksamheten skall vara så nära noll som möjligt. (Carbon footprint, 2020) Med mitt arbete vill jag ta reda på hur konsumenterna väljer transportmetod med tanke på miljön och hur villiga de är att betala ett högre pris eller en kompensation för användningen av ett miljövänligare transportsätt.

1.2 Syfte

Syftet med arbetet är att undersöka hur individers tankesätt kring miljövänlighet påverkar de val de gör då de väljer transportsätt. Jag vill också ta reda på ifall konsumenternas syn

på miljövänlighet är en faktor vid val av transport och ifall ett högre pris på transporten bidrar till en miljövänligare transport. Många företag arbetar redan för detta syfte. Frågan blir då, kommer priset att vara en faktor som hindrar utveckling av miljövänlig transport eller kommer konsumenterna fokusera på andra miljöaspekter än själva transporten. Slutligen ligger ändå transporten bakom en stor del av miljöpåverkan eftersom så gott som alla varor kräver kortare eller längre transporter i vårt globala samhälle. (Jennings 2006)

1.3 Frågeställning och forskningsfrågor

Forskningsfrågorna i arbetet har framställts med tanke på att få ett svar på syftet i arbetet.

Forskningsfrågorna lyder:

- Hur mycket påverkar miljöfrågor konsumentens val av transport vid frakt av produkter?
- Är kunder villiga att betala mer/kompensera för en miljövänligare transport?

1.4 Avgränsning

Examensarbetet kommer att fokusera på konsumenternas syn på miljön, speciellt inom transport av produkter vid nätköp, samt deras inställning till en kompensationsavgift med syfte att främja miljön. Det kommer även att behandla konsumenternas inställning till miljöpåverkan och företagens metoder att uppnå dessa mål, eftersom många företag ännu är oklara i sin kommunikation angående effekten av ett kostnadstillägg till förmån för miljön. Arbetet avgränsar sig till svenskspråkiga befolkningen i Finland, då frågeformuläret är enbart på svenska.

1.5 Centrala termer

Växthusgaser: Innefattar de gaser som bidrar till växthuseffekten på jorden, vilket i sin tur håller och värmer upp jorden.

CO₂: Koldioxid, är en av de främsta växthusgaserna. Koldioxid är dock nödvändigt för att det skall vara möjligt till liv på jorden m.h.a. fotosyntesen, men i den grad vi

producerar koldioxid hinner det inte brytas ner till syre utan förstärker istället växthuseffekten.

TEU: "Twenty-foot Equivalent Unit" står förkortningen för och innebär standardmättet på en container. Namnet kommer från britternas måttenheter, fot, eftersom containern är 20 fot lång. I meter innebär detta då $2,591 * 2,438 * 6,096\text{m}$ (h * b * l).

2 TEORI

Denna del av arbetet bygger upp ett teoretiskt ramverk för arbetet. Teoridelen kommer förtydliga begreppet miljövänlighet samt gå in på de olika områden där vi kan förbättra oss, t.ex. genom att påverka miljövänlighet inom transport. Det kommer även presenteras varför miljövänlighet är ett så viktigt ämne i vår värld just nu och hur konsumenterna ser på den fronten. Även tidigare forskning kommer att tas upp och presenteras. Ord som; miljövänlighet, växthuseffekt, transport, frakt, koldioxidutsläpp och konsumentbeteende kopplas vanligen till detta ämne och är sökord som använts då jag sökt information i diverse databaser på nätet. Informationen är tagen både på svenska, finska samt engelska beroende på databaser och vikt av ämnet.

2.1 Miljövänlighet inom transport

Då det talas om miljövänlighet inom transport så handlar det främst om att uppnå en så liten påverkan på miljön som möjligt. Detta kan ske på olika sätt. Då det kommer till transport av personer kan man välja att åka kollektivt, samåka, gå, cykla eller åka el/hybrid fordon. Men då det kommer till transporter av varor är det inte alltid lika lätt eftersom det redan till största delen kommer i fullt lastade fordon. I detta fall gäller då främst att veta vilka transportkedjor som är miljövänligare än andra eller skapa ny teknologi samt lösningar som bidrar till miljövänligheten i transporten. (Naturskyddsföreningen, 2021)

Eftersom i princip alla fordon, åtminstone då det gäller frakt, förorenar miljön på ett eller annat sätt är det viktigt att veta var vi står och vart vi är på väg. Som konsument är man inte alltid medveten om hur mycket själva transporten av en produkt förorenar vår planet,

eftersom det sällan framkommer i företagens transportdeklaration. (Naturskyddsföreningen, 2021)

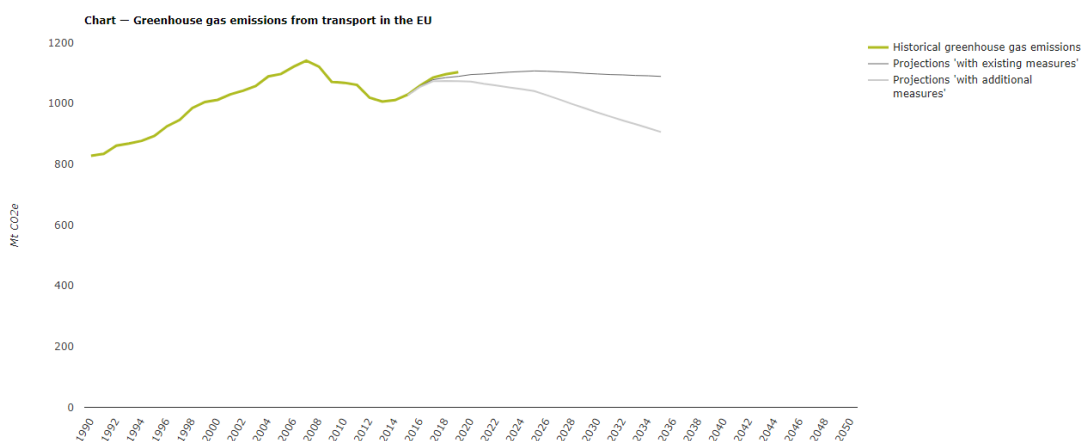
2.1.1 Landsfrakt

Landsvägstransport är det vanligaste sättet att transportera varor, eftersom vägnätverket är så pass utvecklat och täcker största delar av landytorna. Dock är det inte det miljövänligaste alternativet p.g.a. att en lastbil inte rymmer lika mycket varor som t.ex. ett lastfartyg och då blir utsläppen per vara betydligt större. Därför är det viktigt att man försöker dra ner på utsläppen från landsvägstransport på så många andra sätt som det bara går. Det som många företag nu fokuserar på är att utbilda chaufförerna att köra mer ekonomiskt vilket skulle dra ner en del av utsläppen samt använda sig av alternativa bränslen som även de minskar på utsläppen. Dessutom är det mycket vikt på att använda sig av så stora lastbilar som möjligt för att även där få ner utsläppen per vara. Det fungerar dock inte i alla länder då det inte är tillåtet att köra på vägarna med för tunga fordon var t.ex. i Finland är det tillåtet, vilket underlättar denna aspekt. Ny teknologi spelar även en stor roll då det kommer till miljövänlighet då elbilar och utveckling av lastbilars motorer tagit ett stort steg framåt. (IRU 2021)

Den Europeiska kommissionen har även grundat standarder för att sänka på utsläppen. Standarderna går ut på att diverse bilar, antingen personbilar eller större bilar så som lastbilar har en maxgräns på vad de får ha för utsläpp. Euro 1 var den första standarden som kom 1992, den nyaste just nu är Euro 6. Standarderna strävar till att motorerna i fordonen ska utvecklas för att uppnå de högre kraven och därmed gynna miljön. Detta har t.ex. lett till att katalysatorn blev obligatorisk i bilarna, vilket hjälper till att rena avgaserna. Sedan dess har biltillverkare kommit på många nya sätt att dra ner på avgaserna så att bilarna skall uppfylla kraven som Europeiska kommissionen ställer. Det senaste initiativet är att lägga specifika koldioxidgränser (CO₂) för nya personbilar och sedan också lastbilars utsläpp eftersom de utgör 21 % av hela EU's (European Union) utsläpp på CO₂. (European Commission, 2021)

Under den senaste tiden har det även blivit allt vanligare med elbilar. Företaget Tesla har även visat upp sin första el-lastbil, Tesla Semi, som möjligen kunde lanseras på

marknaden inom några år. Elbilar står ännu inför många utmaningar, men redan nu kan man säga att de har en positiv effekt på miljön, åtminstone på lång sikt. En elbil kräver ett väldigt stort batteri för att vara kapabel att köra de långa sträckor som behövs, och själva processen av tillverkningen av batterierna är inte miljövänlig. Men eftersom elbil inte har några utsläpp då den kör, så blir elbilar allt mer miljövänliga över en längre tid. Detta är dock inte allt, en elbil är dock endast så miljövänlig som elektriciteten den får i sig, vilket innebär att ifall elektriciteten i ett land skapas från fossila bränslen så har den en stor påverkan på miljön. Medan ifall elektriciteten skapas från förnybara resurser så som sol-, vind- och vattenkraft så är elektriciteten så kallad ”ren”. Detta innebär då att en elbil inte nödvändigtvis är så miljövänlig som man tror. Men ifall att det är möjligt att byta ut åtminstone största delen av alla energikällor till förnybara energikällor kommer elbilar att vara betydligt miljövänligare i det långa loppet. (Youmatter, 2018)



Figur 1, Utsläpp av växthusgasen CO₂ gällande transport i EU mätt i Mt (European Environment Agency, 2020)

Utsläppen från landsvägstrafik påverkar miljön på många sätt. Först och främst så påverkar alla utsläpp i form av gaser luftens kvalitet. I stora städer märks detta tydligt eftersom det kör förhållandevis många fordon på vägarna. Förorenad luft är även skadlig för hälsan för oss människor och även andra levande organismer. Landsvägstrafik påverkar dock inte miljön endast av utsläpp utan även av ljudet som det medför. Både människor och djur skadas av det buller som landsvägstrafik medför, då det innebär ett konstant ljud som påverkar hörsel och kan bidra till andra fysiska eller psykiska problem.

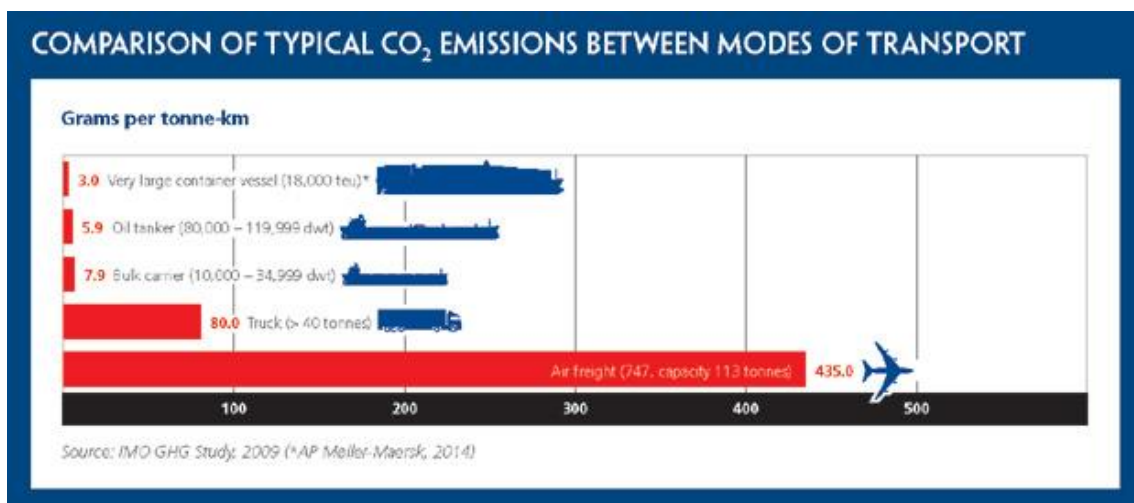
Dessutom sker det även olyckor längs med landsvägen vilket kan innebära att olja eller dylikt läcker ut och tas upp av jorden, vilket skadar naturen i kring. (Rodrigue, 2020)

2.1.2 Sjöfrakt

Sjötransporter är ur ett miljövänligt perspektiv ett av de bättre transportsätten, p.g.a. att containerfartyg har kapacitet att lasta otroliga mängder varor på en färd (OECD, 1997). International Maritime Organization (IMO) har här tagit på sig uppgiften att se till att frakterna löper så smidigt, säkert och miljövänligt som möjligt. Detta sker genom regleringar och överenskommelser som de skapar en grund för alla fartyg att följa så dessa krav kan uppnås. Det har även skapat hjälpmedel som t.ex. Anti-fouling systems (AFS) och dylikt för att främja bränsleförbrukning och mera som i sin tur leder till mindre miljöutsläpp. Transporter på havet handlar dock inte endast om utsläpp från deras maskiner utan ibland händer det även att något går snett och t.ex. att olja läcker ut i haven, vilket är en stor miljörisk. Detta strävar även IMO till att förebygga så att så lite utsläpp som möjligt hamnar i våra hav. (IMO 1, 2021)

Fastän fartyg försöker följa alla dessa krav kan det ändå ske olyckshändelser och olika utsläpp i haven. Det läcker ut olja i haven från olyckor som skadar djur och liv i havet. Ofta sker detta p.g.a. en olycka då ett fartyg går på grund, men även dagligen så slipper en liten mängd olja ut i vattnen. Andra farliga ämnen som hamnar i vattnen från fartygen är kemikalier. Detta sker främst från olyckor då containrar från fartygen faller överbord. Kemikalier kan vara även värre för livet i havet än olja, beroende på vad det är för kemikalier. De vanligaste utsläppen från fartyg är dock vanligt skräp och avföring. Avföringen som fartyg lagrar från personal, dumpas i vattnen en begränsad sträcka från land, men utgör ändå en hälsorisk för människor och liv vid stränderna då avföringen ändå når dit. Skräp dumpas även från fartyg, främst för att personer tycker det känns lämpligt att slänga det överbord i haven istället för att vänta på att fartygen är i land och sedan sortera allt skräp. Detta utgör även en fara för djur och liv i vattnen som är nästan lika stor som olja och kemikalier, eftersom plast och dylikt inte bryts ner och djur har möjlighet att fastna eller kvävas i diverse skräp. (IMO 2, 2021)

Fartyg är som sagt ändå det miljövänligaste alternativet av frakt då det kommer till godstransport. Eftersom ett fartyg rymmer så otroligt många containers, största fartygen rymmer över 20 000 containers (TEU "Twenty-foot Equivalent Unit" = 2,591 x 2,438 x 6,096 m), så blir då utsläppen av CO₂ väldigt liten per vara. ICS (International Chamber of Shipping) har undersökt och jämfört utsläppen mellan olika transporter, fartyg, lastbil och flyg. De jämför utsläppen i vilket fordon som förorenar mest i proportion till hur mycket fordonet samt frakten då väger. Vilket kan ses nedan är att ett stort containerfartyg endast släpper ut 3g CO₂ per 1000kg vad fartyget väger varje kilometer. Därefter kommer då andra fartyg med lite högre utsläpp och sedan då lastbil med över 26 gånger så stort utsläpp per 1000kg per kilometer på 80g CO₂. Flyg är även med ett otroligt högt utsläpp på 435g CO₂ per 1000 kg per kilometer. Detta förklarar väldigt bra hur stor skillnad det är mellan de olika transportsätten och varför det till en stor del är bra att använda sig av sjöfrakt med tanke på miljön. Men det finns alltid för- och nackdelar med olika transportsätt, så som att ett fartyg inte kan ta sig upp på land utan endast till en hamn längs med kusten. (ICS, 2021)



Figur 2, Utsläpp mellan de olika transportsätten mätt i CO₂ per 1000kg/km framställt av IMO (ICS, 2021)

2.1.3 Luftfrakt

Luftfrakt är ett av det omiljövänligaste transportalternativen. Främst för mängden energi det går åt att få ett flyg upp i luften. Detta resulterar i att hela flygfärden förorenar över 5 gånger mer per 1000kg/km g/CO₂ jämfört med landsfrakt. Varför väljer man då flyg över huvud taget om det är så omiljövänligt? För snabbhetens skull, ett flyg går betydligt

snabbare då det handlar om att transportera gods långa sträckor än t.ex. ett fraktfartyg. Skillnaden i tid kan vara över flera veckor. Så då det är bråttom att få in en leverans av varor så är flyg oftast det bästa sättet. Nackdelen med flyg, förutom de stora utsläppen de har, är att de inte rymmer lika mycket som ett fartyg. En del av frakten som färdas med flyg åker därför med passagerarflygplan i lastutrymmet för att maximera flygens kapacitet, med sedan finns det flyg som är tömda för enbart frakt så att de skall rymma större gods. (Rodrigue, 2020)

Bortsatt från bilden i förra kapitlet där utsläppen för flyg visas på ett mer speciellt flyg, Boeing 747, som är ett rätt stort flyg och därmed drar ner utsläppen per ton så flygs största delen av frakten med vanliga storleks flyg. Vanliga flyg har dock aningen större utsläpp än vad visat på bilden med kring 600g CO₂ per ton/kilometer. Detta utgör det största utsläppen inom transport per kilometer. Då det handlar om frakt av gods så görs största delen av flygfrakten på undre däck av vanliga passagerarflygplan eftersom en stor del av flygbolagen inte äger special plan planerade för enbart frakt. Detta betyder att dessa flyg flyger oavsett om det är frakt eller inte på planet. Om man då räknar ut utsläppen för enbart godsen på planet, vilket innebär extra vikten som tillkommer och utsläppen den bidrar till, blir utsläppen betydligt mindre. Enligt Schreibers uträkningar skulle då flygfrakten för själva godset ligga mellan 60–90 g CO₂ per ton/kilometer. Det går dock inte att säga att flygen i och med detta skulle vara miljövänligare än de andra transportsätten men m.h.a. samskjuts på flygplan som oavsett skulle flyga så delas åtminstone utsläppen ut på en större andel. Det är även märkbart att lägga till att flyg alltid kör ”fågelvägen” vilket innebär den kortaste möjliga sträckan från punkt A till B, vilket även det sparar på utsläpp. (Freightos, 2020)

2.1.4 Övrigt

Andra transportsätt som även används är järnväg. Järnväg har samma fördel som fartyg då man jämför mot lastbilar, de rymmer betydligt mera varor och blir därmed mer miljövänliga per transporterad vara. Största problemet då det kommer till järnväg är dock infrastrukturen på järnvägsnätverket i länderna. Om inte järnvägen leder från plats A till B som man vill, är järnväg inte en möjlighet. Eftersom järnväg kräver ett så stort nätverk

för att fungera bidrar det även till mycket arbete och konstruktion vilket medför utsläpp i miljön. Med dessa utsläpp skulle ta ut varann ifall att järnväg skulle bli ett vanligare transportmedel eftersom det är såpass mycket miljövänligare än lastbil (Rodrigue, 2020)

Som bäst utvecklas även övriga transportsätt som t.ex. hyperloop, som är ett tågliknande koncept där själva "tåget" transporteras inuti ett rör. Röret är till för att ta bort luftmotståndet så att "tåget" kan uppnå farter i över 1000km/h. Virgin Hyperloop är ett av företagen som håller på och utvecklar detta och utgår med att hyperloop skall vara miljövänligare än vanlig järnväg och över 3 gånger snabbare än snabbtåg. (Virgin Hyperloop, 2021)

Drönare håller även på att utvecklas för att möjligen kunna användas inom transport i framtiden. Tanken är att kunna använda dem för uppgifter som annars skulle vara väldigt krävande både tidsmässigt och arbetsmässigt samt då kunna göra det miljövänligt och billigt. Eftersom drönare drivs på elektricitet har de inga utsläpp och skulle därmed vara bra för miljön, förutsatt att de då laddas på grön elektricitet. Svårigheterna än så länge är att få drönarna att fungera konsekvent utan större problem och kunna ta in förhållanden i färden, så som byggarbetsplatser och väder. Drönare har stor potential ifall att de skulle slå igenom eftersom de skulle fungera så gott som automatiskt med hjälp av koder och taggar för att utföra arbetsuppgifter. (Panasonic, 2021)

2.2 Växthuseffekten och klimatförändringen

Växthuseffekten har redan länge varit känt för mänskligheten. Det handlar om att solens strålning träffar jorden och kommer in i vår atmosfär. Detta leder till att en del av strålningen som träffar själva jorden värmer upp mark och hav och resten studsar ut mot atmosfären igen. Därefter hjälper då växthusgaser i atmosfären till med att hålla kvar lite extra värme vilket bidrar till att vår jord faktiskt är beboelig. Problemet kommer då vi människor producerar mer växthusgaser, huvudsakligen koldioxid, än vad jorden behöver. Detta leder då till att ännu mer värme hålls kvar innanför atmosfären och värmer upp vår jord, vilket då kan leda till stora förändringar i miljön. (Rummukainen, 2005)

Andra skadliga gaser som vi människor bidrar till, huvudsakligen via vägtransport, och släpper ut i miljön är kvävemonoxid (NO), kvävedioxid (NO₂) och diverse luftburna partiklar (particulate matter, PM). NO och NO₂ bidrar bägge till skador i jordens ekosystem genom försurningar av vatten och övergödning av mark. NO₂ är dessutom orsaken till att över 75 000 dör för tidigt i Europa p.g.a. dess skada det har på människokroppen delvis i form av högre chans för infektion. Luftburna partiklar överlag är skadliga för människan eftersom vi andas in dem och de bidrar till andningssvårigheter. (Transport & Environment, 2021)

2.3 Konsumentbeteendet gällande miljövänlighet

Konsumentbeteende påverkas av olika faktorer. Man brukar hänvisa till Maslows hierarki över vad människor behöver och i vilken ordning för att uppfylla våra krav och gå vidare till nästa. Som grund behöver människan alltid sitt fysiska i skick, vilket betyder mat, vatten och sömn. Därefter kommer trygghet och sedan tillhörighet. Först efter dessa krav börjar vi tänka på saker som egen status och prestationer, och efter det på saker som gynnar eller tillfredsställer oss som personer. Detta betyder att innan vi som människor uppfyllt baskraven och är nöjda, tänker vi sällan på mer än det. (Solomon et al., 2006)

För att då kunna ge konsumenten en efterfråga till miljövänlighet så krävs ett inflytande på själva personen. Detta nås ifall att antingen själva personen, objektet eller situationen gynnas av det val man gör. Reklam för miljövänlighet kan gå långt ifall det sätter sig i själva konsumenten. Det måste alltså vara relaterbart. Nära vänner och släktingar kan även påverka genom inflytande och samma gäller större kända varumärken. Eftersom de har en bra bild utåt för konsumenten kan det ge hen en anledning till att själv engagera sig och ta del av miljövänlighet. Men mycket kommer ändå från fakta, ifall att vi som försäljare kan bevisa att saker och ting faktiskt hjälper miljön blir det genast mycket mer lockande för konsumenten. Saker och ting som vi människor (konsumenter) uppfattar som bra, det kommer vi att stå fast vid. (Solomon et al., 2006)

Närproducerade produkter är något som ofta blir ett andra val p.g.a. priset. Men med tanke på färskheten och ofta kvalitén från eget land är det oerhört dumt, sett från ett miljövänligt perspektiv. En närproducerad produkt har först och främst en betydligt kortare

transportsträcka. Detta betyder inte endast en kortare leveranstid utan även att mat inte behöver behandlas med lika mycket kemikalier för att hållas i skick hela vägen. Den korta transportsträckan betyder även mindre utsläpp av frakten då produkten tar sig till slutdestinationen. Statistik visar även att vissa produkter som är närproducerade har mindre utsläpp än samma produkter producerade i andra länder, p.g.a. förutsättningar som eget land erbjuder där andra länder kan tvingas använda sig av t.ex. fossil energi för att uppnå samma slut resultat. Detta varierar förstås från produkt till produkt och land till land. (Lantbrukarnas Riksförbund, 2019)

När konsumenter handlar på internet har de rätt till egna val och slutsatser. Därför är det viktigt att vi presenterar alla möjligheter för en bra produkt och vad som kan göra den även bättre. Konkurrens är ofta ett bra exempel på detta, då två liknande eller likadana produkter säljs på två ställen till olika pris leder det till att konsumenten börjar fundera på varför. I detta fall är det ypperligt att påpeka om fördelar av kvalitet och miljövänlighet med hjälp av expertis eller andra konsumenters omdömen. (Gazzola, 2017)

Konsumenten är ändå den beslutande faktorn inom näthandel, vilket betyder att med rätt produktinformation och miljömedvetna konsumenter är det lättare att fatta bättre beslut angående miljövänlighet då man handlar på nätet. Lagar angående konsumenternas rättigheter på internet har även haft en betydande roll vid näthandel, då de gjort handeln mer transparent för att undvika bedrägerier. Framgångsrika företag skapar ofta rubriker i tidningar eller i andra medier vilket då bidrar till en allt bättre handel då företagens miljöaspekter framställs till konsumenterna. (Gazzola, 2017)

Studier har visat att de konsumenter som redan är insatta inom miljövänlighet, t.ex. genom att handla ekologiska produkter och återvinna, har en större tendens att söka efter miljövänliga lösningar hos olika företag. Detta innebär då att företag har en orsak att sträva efter miljövänlighet på alla plan gällande deras produkter och tjänster eftersom konsumenten söker efter information på dagens marknad. Även konsumenter som söker självuppfyllelse och värderar saker med känsla samt gillar naturen är mer intresserade av miljövänliga alternativ. Studierna visar dock att många av de som prioriterar självrespekt, egendom och säkerhet ofta är negativt inställda till miljöfrågor samt de som värderar makt och framgång. (Fraj, E & Martinez, E, 2006)

Från värdering till handling ”Value-action gap” är något som ibland kan vara svårt att genomföra för många individer. Både små och stora faktorer kan påverka att någon väljer att inte avsluta sin handling, vilket innebär att en del individer då kanske inte gör något för miljön fastän de skulle vilja det. Detta kan bero på faktorer så som att: inte hitta en konkret avsikt, inte se möjligheterna, motivationsbrist, för lite tillit till något/någon, för lite alternativ att välja mellan eller ett yttre påtvingande av något slag att välja emot de man egentligen själv vill. Många av dessa faktorer beror på dålig information. Skulle t.ex. varje konsument få svart på vitt vad det innebär att köpa en miljövänlig produkt och hur de går tillväga skulle steget vara mindre för många att ta handlingen i egna händer. Därför är det viktigt att konsumenter informeras och får stöd och att det skrivs ut klart och tydligt vad saker och ting handlar om, samt att det undervisas inom de ämnen som är viktiga. För ifall att det blir en obesvarad fråga för en konsument finns det ofta en risk att steget är för stort för hen att ta tag i handlingen på egen hand. (Effectiviology, 2021)

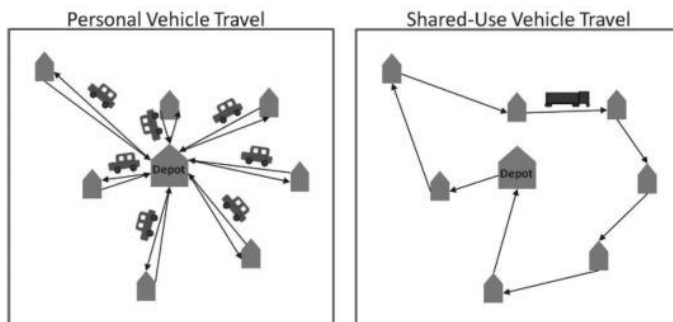
2.4 Tidigare forskning om ämnet

Forskning inom miljövänlighet och transport görs hela tiden i världen eftersom det är ett så stort ämne i dagens samhälle. Med hjälp av statistik får man fram vilka faktorer som påverkar miljön i vilken mängd och var det behövs en förändring. Detta visar även ifall andra länder gör saker bättre som går att implementera i egna system och handlingar för att nå ett bättre miljöutsläpp.

Forskning visar att p.g.a. den ökade uppmärksamheten över klimatförändringar har det påverkat människor och fått dem att ta till åtgärder. Eftersom klimatförändringarna spelar en stor roll betyder det att konsumenterna måste ta till åtgärder och hjälpa till för att kunna förbättra situationen i längden. Stater utvecklar och implementerar hela tiden lagar och mätningssätt för att väcka uppmärksamhet bland folket och vilka faktorer som faktiskt påverkar. Trots det är det svårt att få konsumenterna att regelbundet hålla sig till gröna alternativ för en fortsatt förbättring av situationen. Det handlar mycket om att kunna nå konsumenterna och stöda dem på de olika nivåerna, personlig, social och kulturell nivå. (Nguyen, 2021)

I dagens värld då man talar om logistik förväntar sig en stor del av konsumenterna gratis frakt. Detta kommer från att stora företag som t.ex. Amazon har råd att erbjuda en sådan tjänst. Gratis frakt låter fantastiskt i konsumentens öron vilket då betyder mera försäljning för företaget. Ett steg värre blir det då det handlar om en-dags-frakt. Frakt på kort tid kräver ofta omiljövänliga metoder för att lyckas. Förstås beror det på varifrån varan kommer. I praktiken låter näthandel bra då man tänker sig att man själv inte behöver göra resan till butiken. Men i slutet av dagen är det nästan motsatsen då varor på minimalt med tid ska ta sig runt världen för att tillfredsställa en konsument. Denna sorts frakt är inte hållbar då företag inte ens tar betalt för frakten för att möjligtvis kunna påverka miljön. (DePhillis, 2019)

Internet handel har även blivit allt mer populärt med åren, och detta har lett till en ökade utsläpp p.g.a. transporter av varorna. Allting som konsumenterna beställer hem har åtminstone en transportsträcka, men ifall att det sker en retur så kan det även bli flera. Därför är det ytterst viktigt att det undersöks noggrant om konsumenternas behov och planeras hur transporter och förpackningarna av varorna ska vara så att det sker så lite returer som möjligt. På sistone har även många butikskedjor börjat med ”click-and-collect” vilket innebär att konsumenten antingen reserverar eller beställer in en vara till butiken som hen sedan söker då varan är klar att avhämtas. Detta leder även till mera transporter då konsumenterna då gör flera färder till butikerna på eget bevåg. Internet handling är ingenting som kommer läggas ner men är något som går att undersöka och planera mera inom. Returer och onödiga individuella besök är två saker som undersöks mycket eftersom en transportsträcka för en individuell person eller vara blir betydligt längre än en transportsträcka där varan delar transportsätt. Se bild nedan. (Journal of Transport Geography, 2021)



Figur 3, Skillnad mellan personliga transporter och delade transporter (Journal of Transport Geography, 2021)

3 METOD

Denna del av arbetet behandlar vilken metod som använts i undersökningen. Både kvalitativ och kvantitativ metod kommer att behandlas, var efter en förklaring hur undersökningen genomförts, och med hjälp av vilken metod.

Arbetet består av forskning inom utveckling av transportens miljöpåverkan genom källor i form av böcker, digitala källor och rapporter. Jag går på djupet angående företagets tankar om utveckling och hur de ska nå den koldioxidneutrala standarden som många försöker uppnå. Både framtida planer och våra nuvarande alternativa möjligheter är något som bidrar till detta. Utöver forskningen ville jag även få kundernas synvinkel på frågan genom en enkät, där tanken är att få en så bred synvinkel som möjligt på urvalet.

3.1 Val av metod

Då man forskar finns det två huvudsakliga metoder att välja mellan. Den kvalitativa och den kvantitativa metoden. Valet görs med tanke på hurdan resultat forskaren är ute efter och vilka forskningsmetoder är lämpliga. En kvalitativ forskning ger kort sagt resultaten i form av ord, medan en kvantitativ forskning ger dem i form av siffror. Detta betyder att forskaren är den som tolkar orden i en kvalitativ forskning, medan siffror i den kvantitativa forskningen direkt visar ett resultat. Slutligen är det upp till forskaren vilken metod som väljs. (Jacobsen 2002)

Detta examensarbete använder sig av den kvantitativa metoden. Genom ett frågeformulär med strukturerade frågor och ett urval av diverse åldrar med focus på ämnet, eftersträvar forskaren att få ett så bra resultat som möjligt. Tanken med metodvalet är att forskaren ska kunna få ett täckande resultat för en hel population med hjälp av det urval som undersökts. Detta innefattar att man kan dra slutsatser över exempelvis en större befolkningsgrupp av samhället utifrån det urval forskaren undersökt.

Metodvalet passar bra då syftet med uppgiften är att få en överblick av individer och ge statistik på valen individen gör. Eftersom frågeformuläret består till största del av flervalsfrågor, med endast en liten andel öppna svar, ger det arbetet en realistisk syn på

individens beteende samt deras åsikter angående frågan. Ett frågeformulär gör det samtidigt enkelt att nå ut till många människor, vilket bidrog till valet för en kvantitativ undersökning.

3.2 Kvantitativ forskning

Kvantitativ forskning grundar sig oftast på ett stickprov som generaliserar resultaten över en större population. Detta innebär att urvalet för forskningen är ytterst viktigt. Tanken är att med hjälp av ett tydligt mönster och statistik gällande stickprovet då kunna utgå ifrån att mönstret håller sig relativt lika för resten av populationen. Det finns två huvudsakliga upplägg då det kommer till kvantitativ forskning. (Bryman & Bell 2005)

3.2.1 Frågeformulär / Enkät

Detta innebär att forskningen görs i form av ett formulär eller dylikt var huvudsaken är att svaren är riktade och inte öppna. Det vill säga att svaren på frågorna är inom bestämda ramar och svarar oftast på saker så som vad, var, när och hur. Med hjälp av frågeformulär är det möjligt att nå en stor mängd individer var svaren är begränsade inom dess ramar vilket innebär ett lätt sätt att få tydlig statistik över ämnet. (Bryman & Bell 2005)

3.3 Tillvägagångssätt

Jag valde att utföra undersökningen elektroniskt, vilket innebär att det är lättare för personerna att svara och engagera sig i frågan, samt att den får en bredare räckvidd. Frågeformuläret är skapat via Google forms, en tjänst upprätthållen av företaget Google. Google forms är ett verktyg för frågeformulär där det går att välja hurdana typer av svar man söker och kan få ut data i grafer och tabeller. Det elektroniska frågeformuläret gjordes även anonymt vilket även gör det mer attraktivt för personer att delta, då inga namn kommer ut i analyserna. Frågeformuläret är skrivet på svenska vilket begränsar urvalet på personer.

Resultaten från frågeformuläret framställde jag efteråt i Microsoft Excel där jag med hjälp av en pivot-tabell kunde analysera och kombinera olika svar. Svaren kunde sedan framställas lätt i grafer och samband.

3.3.1 Urval

Urvalet i fråga utfördes av ett så kallat snöbollsurval. Detta betyder att forskaren skickar ut frågeformuläret till den utvalda mängden personer med ett meddelande att gärna svara på frågeformuläret och vidarebefordra meddelandet till en eller flera personer. Ett snöbollsurval är till för att nå ut till en större mängd individer samt sträcka sig utanför forskarens bekantskap. (Denscombe 2014)

Jag beslöt mig att med hjälp av snöbollsurval utföra min forskning. Det innebar att jag skickade ut mitt elektroniska frågeformulär till personer i olika åldrar och i olika livssituationer för att få svar från en bredare grupp. Jag meddelade dessutom var och en att de gärna kan dela länken till frågeformuläret vidare åt andra intresserade. I och med detta var tanken att formuläret skulle få en så stor spridning som möjligt. Jag räknade med att få in över 100 svar under den tiden som formuläret var aktivt. Desvärre fick jag endast in 73 svar, varav jag själv hade skickat länken till 50 potentiella respondenter.

3.3.2 Frågeformuläret

Frågeformuläret som skickades ut var skapat för att undersöka människors tankesätt angående vikten av miljövänlighet vid val av transportsätt vid näthandel. Formuläret bestod av 15 frågor med upp till 5 svarsalternativ. De tre första frågorna var basfrågor d.v.s. kön, ålder och yrke. Frågan gällande kön gjorde jag inte obligatorisk eftersom det i dagens samhälle kan anses känsligt att uppge vad man identifierar sig som. De resterande frågorna var dock alla obligatoriska eftersom de var krävande för att få ett ordentligt resultat. Bland frågorna fanns det även möjligheter att ange ett eget svar ifall att inget av svarsalternativen var passande för individen. Formuläret avslutades med en frivillig fråga där de tillfrågade kunde skriva ut egna tankar kring transport och miljö ifall sådant dykt upp under frågeformulärets gång. Se bilagan.

Några frågor i frågeformuläret omformulerades efter att en liten testpanel fått svara på formuläret. För en ännu djupare analys av ämnet kunde frågorna varit ännu mer specifika. Öppna frågor kunde ha varit ett sätt att få in en mer beskrivande syn på vissa av frågorna, men samtidigt var risken att många av dess frågor skulle blivit obesvarade och inte gett något mervärde till analysen.

3.4 Reliabilitet och validitet

Reliabilitet och validitet är bägge viktiga kriterier inom forskning. Reliabilitet innebär kriterierna om forskningens trovärdighet, och att ifall den går att lita på om den skulle göras på nytt, och skulle då resultaten vara dem samma. Validitet innebär i sin tur att mätningen i forskningen endast innefattar saker som är relevanta för forskningen. Ingendera av kriterierna hänger ihop men är bägge av lika stor vikt då det kommer till att forskningen ska få ett värde. (Malterund 1998)

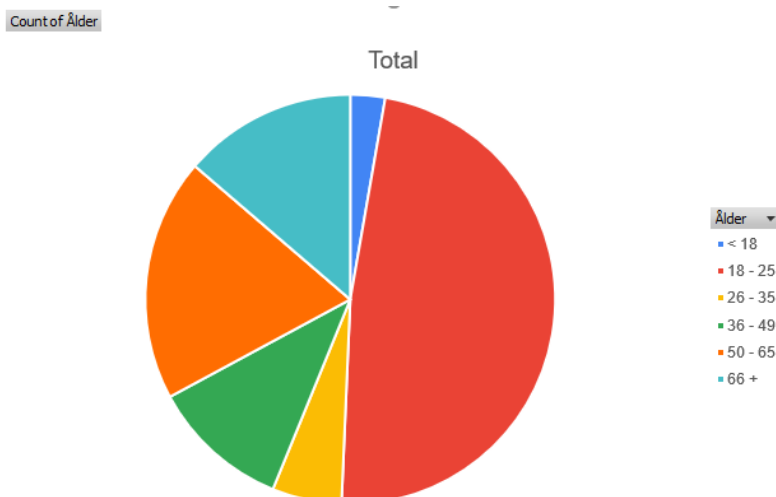
Om denna undersökning gjordes på nytt, så tror jag att utfallet kunde variera en aning om andelen äldre personer med en högre ekonomisk livssituation deltagit. Reliabiliteten anser jag dock vara relativt hög eftersom det är just de yngre som handlar på nätet. Validiteten kunde varit högre ifall frågeformuläret varit formulerat på en mer detaljerad nivå. Samtidigt kan man konstatera att intresse för näthandel växer hela tiden och miljörelaterade nyhetsrubriker ökar ständigt, vilket betyder att människors beteende förändras.

4 RESULTAT

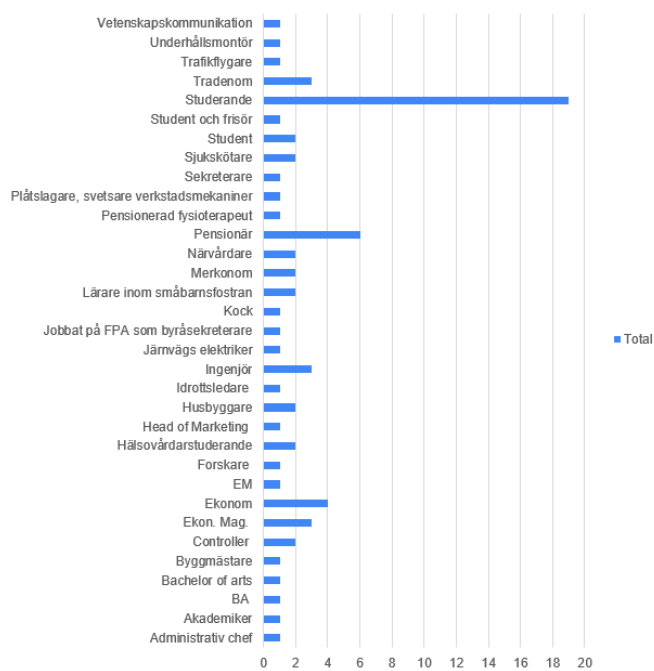
Denna del av arbetet behandlar resultaten från frågeformuläret. Totalt kom det in 73 svar på frågeformuläret från personer i olika åldrar och yrkeserfarenheter. Frågeformuläret bestod av 15 frågor med upp till 5 svars alternativ. Svaren kommer att undersökas och summeras i form av diagram och text. Diagrammen är gjorda i Microsoft Excel med hjälp av deras pivot-tabell verktyg, vilket möjliggör jämförelser mellan diverse frågor från formuläret som sedan kan ritas ut i form av diagram. Resultaten kommer sedan analyseras djupare i nästa kapitel.

4.1 Bakgrundsfrågor

Frågeformuläret inledde med 3 bakgrundsfrågor för att kunna jämföra och analysera samband med de huvudsakliga frågorna gällande ämnet. Den första frågan berörde könet av respondenterna. Av de som svarade var 43 st kvinnor och 30 st. män, d.v.s. 59% kvinnor och 41% män.



Den andra bakgrundsfrågan berörde därefter åldern. Åldern var indelad i 6 åldersgrupper. Den första personer under 18, sedan 18 – 25, 26 – 35, 36 – 49, 50 – 65 och slutligen personer över 66. Dessa gränser sattes för att dela in respondenterna i grupper som definierar olika livssituationer. I figuren ovan kan man då se att de flesta av de svarande tillhörde åldern 18 – 25 på 47,9%, därefter kom 50 – 65 år på 19,2%, 66+ på 13,7%, 36 – 49 på 11%, 26 – 35 på 5,5% och till sist personer under 18 år på endast 2,7%.



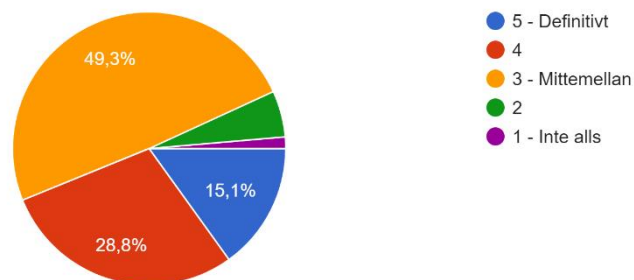
Den tredje och sista bakgrundsfrågan berörde respondenternas yrke/utbildning. Tanken med denna fråga var att eventuellt se samband mellan personens ekonomiska situation och prioriteringar kring miljöaspekter vid näthandel. Denna fråga var öppet ställd vilket betydde att respondenterna själva fick skriva och svara inom vilka ramar de känner att de tillhör. Från figuren ovan kan vi se att detta ledde till en stor mängd alternativ. Den största grupperingen av respondenter på denna fråga var studeranden på 19 st, de resterande svaren var relativt jämt utspridda och där hittar vi då: administrativ chef, akademiker, BA, bachelor of arts, byggmästare, controller, Ekon. Mag., ekonom, EM, forskare, hälsovårdsstudierande, Head of Marketing, husbyggare, idrottsledare, ingenjör, järnvägs elektriker, byråsekreterare, kock, lärare, merkonom, närvårdare, pensionär, fysioterapeut, mekaniker, sjukskötare, student, frisör, tradenom, trafikflygare, underhållsmontör och vetenskapskommunikation (specifikare svar kan ses från tabellen ovan).

4.2 Frågor om miljöpåverknig

Tanken med de följande fyra frågorna i formuläret var att få en bild av respondenternas allmänna intresse och aktivitet inom miljöpåverknig. Detta gör det även möjligt att hitta samband med frågor längre fram i formuläret samt se personens nuvarande tankar kring miljöaspekterna vid köp av produkter.

Är du intresserad av miljöfrågor i allmänhet?

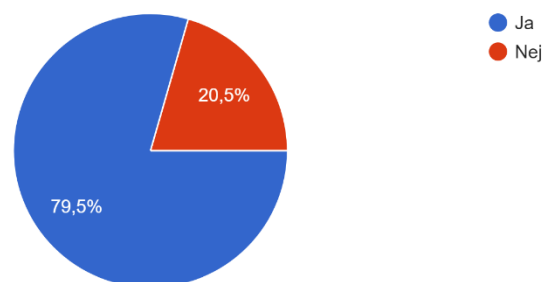
73 svar



I fråga 4 frågades det om respondenten är intresserad av miljöfrågor i allmänhet. Största delen svarade mittemellan (3/5) med 49,3%, men det var ändå positivt att se att utav de resterande svaren var 43,9% över mittpunkten, dvs. definitivt (5/5) eller 4/5 intresserade av miljöfrågor.

Sorterar du dina produktförpackningar i ditt hushåll?

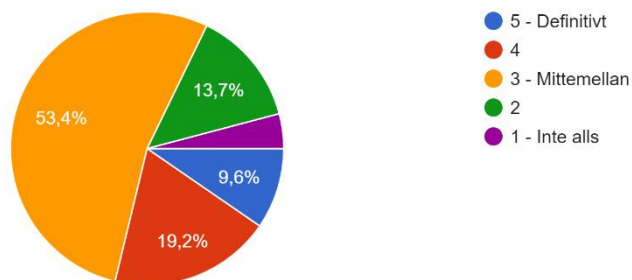
73 svar



I fråga 5 frågades respondenterna ifall de sorterar produktförpackningar i deras hushåll. Detta var en simpel fråga med två svar, ja eller nej varav 79,5% svarade att de sorterar deras produktförpackningar.

Är du intresserad av en produkts/tjänsts miljöbelastning?

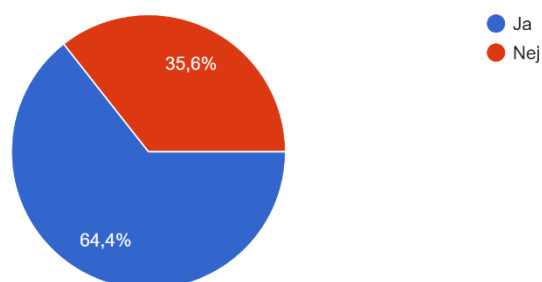
73 svar



I fråga 6 frågades det ifall respondenterna är intresserad av en produkts eller tjänsts miljöbelastning. I detta fall visade sig svaren vara väldigt jämt uppdelade, varav 53,4% svarade mittemellan (3) och de resterande ungefär lika över och under medelpunkten. Endast 4,1% svarade 1, vilket var positivt, 13,7% svarade 2, 19,2% svarade 4 och 9,6% svarade 5.

Tänker du på att transporten av alla produkter påverkar miljön?

73 svar



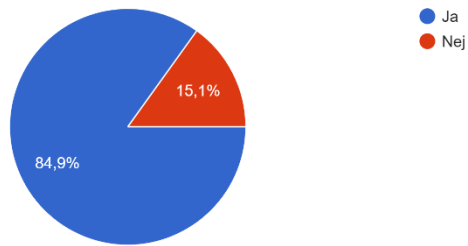
I fråga 7 frågades respondenterna ifall de tänker på att transporten av en produkt påverkar miljön. Här visade det sig ändå att 64,4% gör det och endast 35,6% inte gör det.

4.3 Syn på utveckling av miljövänlighet inom transport

Resterande åtta frågor i formuläret var mer specifika med syfte att undersöka hur respondenterna skulle handla i olika inköpssituationer. Dessa frågor tar fram vardagliga händelser där miljöaspekten ofta glöms bort, samt visar personernas vilja att förändra sitt köpbeteende till godo för miljön.

Skulle du välja en närproducerad produkt hellre än en jämförbar produkt med lång transportsträcka?

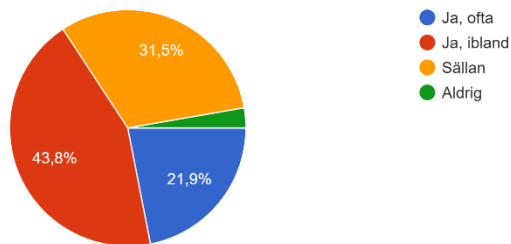
73 svar



Fråga 8, handlade om ifall respondenten skulle välja en närproducerad produkt hellre än en jämförbar produkt med lång transportsträcka. I detta fall svarade 84,9% ja till frågan medan endast 15,1% svarade nej.

Handlar du på nätet?

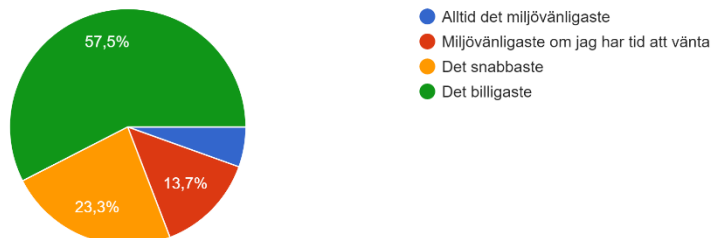
73 svar



Fråga 9, var ifall respondenten handlar på nätet. Var av största delen svarade ja, 21,9% svarade ofta, 43,8% svarade ibland och 31,5% svarade sällan. Endast 2,7% svarade att de aldrig handlar på nätet.

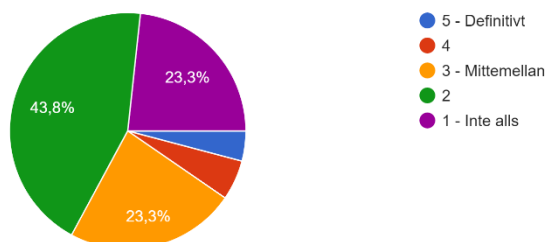
Vilket leveransalternativ väljer du vid nätköp?

73 svar



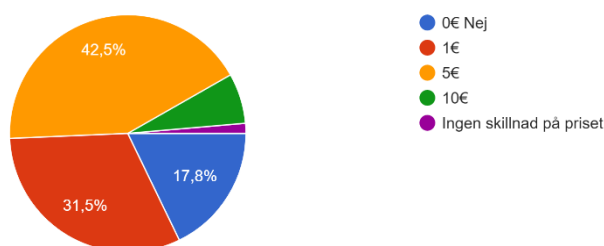
Fråga 10, var vilket leveransalternativ respondenterna skulle välja vid nätköp. 57,5% svarade att de skulle välja det billigaste alternativet och 23,3% svarade det snabbaste alternativet. 13,7% svarade att de väljer det miljövänligaste alternativet ifall de har tid att vänta och endast 5,5% svarade att de alltid väljer det miljövänligaste.

Tänker du på produktens transportkedja och miljöpåverkan när du handlar i en fysisk butik?
73 svar



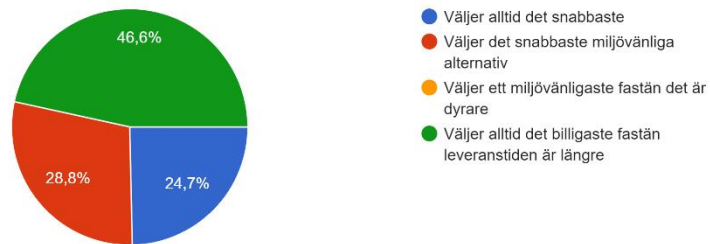
Fråga 11, handlade om ifall respondenterna tänker på produktens transportkedja och miljöpåverkan då de handlar i en fysisk butik. Endast 4,1% svarade att de definitivt (5) gör det och 5,5% svarade 4. Av de resterande svarade 23,3% mittemellan (3), 43,8% 2 och 23,3% inte alls (1).

Vid köp av en produkt som kostar 100€ skulle du vara beredd att betala extra för ett miljövänligare transportsätt? Hur mycket?
73 svar



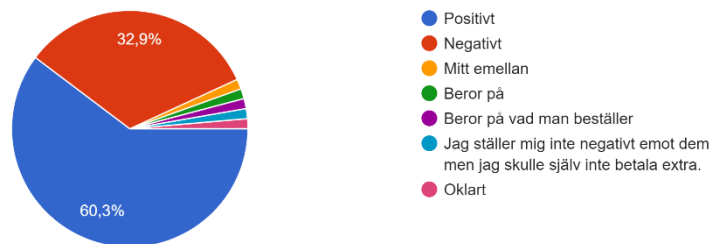
Fråga 12, var en hypotetisk fråga där respondenterna frågades ifall det vid ett köp av en produkt på 100€ skulle vara beredda att betala extra för ett miljövänligare transportsätt. 17,8% svarade att de inte skulle göra det, medan 31,5% var beredda att betala 1% av produktens pris för en miljövänligare transport, 42,5% var beredda att betala 5% av produktens pris och 6,8% var beredda att betala 10% av produktens pris. 1,4% svarade att priset inte spelade någon roll.

Hur viktig är leveranstiden för dig?
73 svar



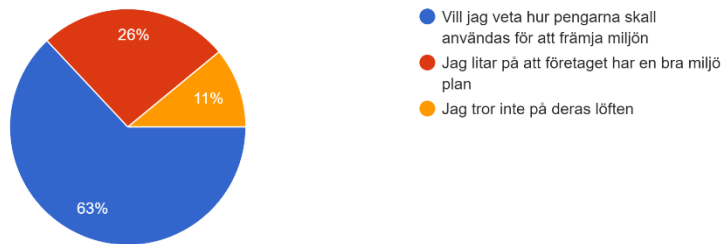
Fråga 13, handlade om hur viktig leveranstiden är för respondenten. Här svarade 46,6% att de väljer det billigaste leveransalternativet oavsett att leveranstiden blir längre. 28,8% svarade att de väljer det snabbaste miljövänliga alternativet som existerar och 24,7% svarade att de alltid väljer det snabbaste leveransalternativet. Ingen av respondenterna valde dock det sista alternativet vilket var det miljövänligaste fastän det är dyrare.

Hur ställer du dig till en kompensationsavgift? t.ex. genom att betala extra, för att stöda miljöprojekt.
73 svar



Fråga 14, riktade sig rakt till respondenterna om hur de skulle ställa sig till en kompensationsavgift, t.ex. genom att betala extra och då stöda ett miljöprojekt. 60,3% svarade att de var positivt inställda till en kompensationsavgift medan 32,9% svarade att de var negativt inställda. De resterande svaren var uppdelade i 4 svar eftersom det fanns ett svarsalternativ som var en öppen kort svarstext. 1,8% svarade mittemellan, 3,6% svarade beror på och 1,8% svarade positivt gentemot en kompensation men inte själv redo att betala extra.

Om ett företag har ett alternativ till att betala en kompensationsavgift;
73 svar



Fråga 15, handlade om ifall ett företag skulle ha en kompensationsavgift som ett alternativ vad skulle respondenten vilja veta. 63% svarade att de vill veta hur pengarna kommer användas av företaget för att främja miljön, 26% svarade att de litar på att företaget har en bra miljöplan och 11% svarade att de inte tror på sådana löften.

Frågeformuläret avslutades med en frivillig öppen fråga ifall respondenten hade egna tankar kring transport och miljö. Enbart 10 personer svarade på den öppna frågan, vilket jag var lite rädd för, så inget konkret kunde analyseras utgående från dessa korta svar.

5 ANALYS

Denna del av arbetet behandlar resultaten som framställdes i föregående kapitel genom diskussion och analys. För att sammanställa en analys kommer analysen vara knuten till teorikapitlet, vilket möjliggör en slutsats.

5.1 Analys av bakgrundsfrågor

Frågan angående respondentens kön hade tre svarsalternativ: man, kvinna samt ett öppet svar för att ingen skulle kunna känna sig utanför, eftersom det kan i vissa fall kan kännas känsligt för någon att dela med sig. Fördelningen mellan könen var relativt jämn med en liten andel fler kvinnor. Trots det låga totala antalet respondenter som svarat på formuläret tyder detta ändå på en relativt hög validitet gällande frågan.

Den andra frågan angående respondenternas ålder, var uppdelad i 6 åldersgrupper. Detta gav respondenterna en klar bild över placeringarna, och möjliggör en enkel uppdelning

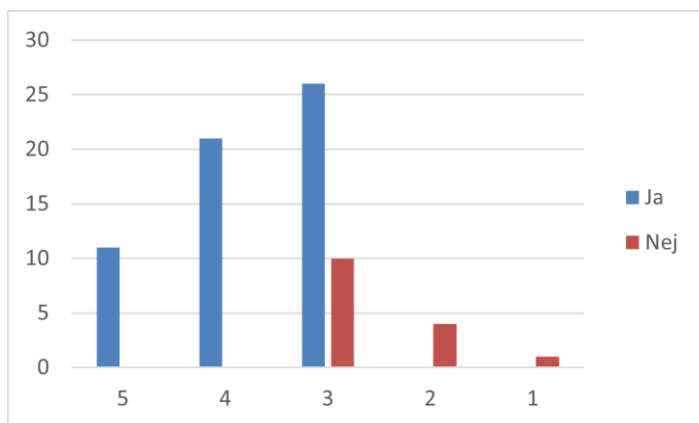
av en uppskattad livssituation. Under 18 år (grundskolan), 18 – 25 år (studerar), 26 – 35 år (ny i arbetslivet), 36 – 49 (10+ års arbetserfarenhet), 50 – 65 (ordentligt med arbetserfarenhet både innanför och utanför egen bransch), över 66 år (pensionär). Svaren sträckte sig över alla åldersgrupper men med en stark majoritet från åldersgruppen 18 – 25. P.g.a. snöbollsurvalet som användes nåddes inte den variation som söktes, eftersom det på förhand är omöjligt att veta vem som kommer att svara och vem de som delar med sig av formuläret gör det till. Utöver majoritet gruppen var de resterande respondenterna jämt utspridda mellan åldersgrupperna, och det stora kastet mellan majoriteten och de resterande svaren kan troligen bero på att skribenten själv tillhör den åldersgruppen. Den stora variationen från majoriteten till de resterande svarsalternativen tyder ändå på en relativt låg validitet gällande denna fråga. Det kan dock konstateras att de mest aktiva grupperna som handlar på nätet är just studeranden.

Den sista frågan inom bakgrundsfrågorna gällde respondenternas utbildning/yrke vilket korrelerade väldigt bra med tanke på föregående fråga. Av de totala 35 som tillhörde åldersgruppen 18 – 25 var 23 st. studeranden eller på något sätt relaterade till studier. De resterande hade en bred utspridning av diverse yrken och utbildningar. I en analys av gruppen studerande, visar det sig att inställningen till en extra kostnad för att göra ett miljövänligare val är mer negativt än för de övriga grupperna.

5.2 Analys av frågor om miljöpåverkning

I fråga 4 där det frågades om respondenten är intresserad av miljöfrågor i allmänhet var resultaten varierande. Ungefär 50% svarade mittemellan vilket inte riktigt väljer sida av mitten. Dock var större delen av de resterande svaren över mitten vilket var positivt och endast 3 svar totalt som svarade antingen 1/5 eller 2/5. De varierande svaren kan bero på många faktorer. De som svarade mittemellan eller mindre kan mycket väl bero på att de inte har fått tillräckligt med information för att kunna besluta hur de ska gå tillväga eller som i denna fråga vad miljöfrågor egentligen innefattar (Effectiviology, 2021). Vid en pivotering av resultaten visar det sig att kvinnor i allmänhet är något mer intresserade av miljöfrågor än män.

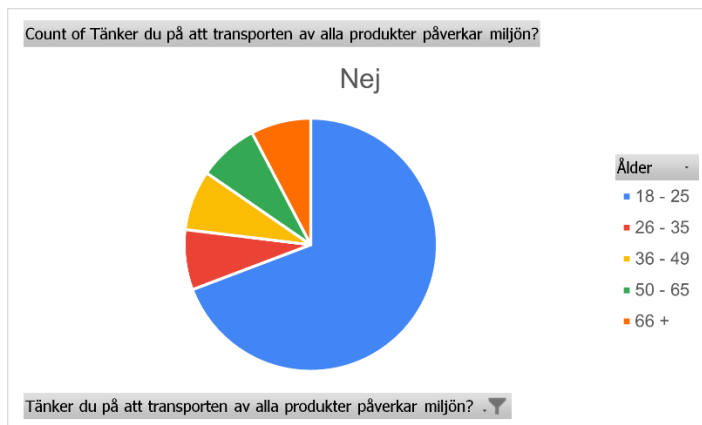
Fråga 5 angående ifall respondenten sorterar hens produktförpackningar i hushållet ställdes egentligen för att se hur många som redan engagerar sig till miljöfrågor. Här svarade nästan 80% att de sorterar sina produktförpackningar vilket var positivt och drar man sambandet mellan föregående fråga så korrelerar svaren väldigt bra där de som sorterar alla valt ett intresse på mittpunkten eller högre. (se bild nedan)



Figur 4, X-axel: intresserad av miljöfrågor från skala 1-5, Y-axel: antal svar. Blå stapel: jakande svar, Röd Stapel: nekande svar.

Fråga 6 gällande ifall respondenten är intresserad av en produkt/tjänsts miljöbelastning hade en väldigt jämn spridning där ungefär hälften av respondenterna svarade mittemellan och ungefär lika många svarade ovanför och nedanför mittpunkten. Detta kan även bero på information som respondenten inte känner till, vilket nämndes ovan i fråga 4, eller information som de aldrig tänkt på. Resultatet visar ändå att intresse av produktens miljöbelastning är viktigt eftersom endast en svarat att hen inte alls är intresserad. Mer information vid val av transportsätt skulle säkert kunna bidra till ett större intresse av subjektet. Resultaten är så gott som jämnt fördelade oberoende av ålder och kön.

I fråga 7 angående ifall respondenten tänker på att transporten av alla produkter påverkar miljön har 35,6% svarat nej, vilket är ett rätt stort antal. Majoriteten av de nekande svaren kommer från den yngre åldersgruppen 18 – 25, vilket tyder på att detta inte är självklart för dem och därför borde transportens miljöpåverkan lyftas fram oftare. Eftersom alla produkter som säljs transporteras för att nå slutdestinationen, bidrar den totala transportkedjan till en stor miljöbelastning. Speciellt de produkter som kommer längre vägar med omiljövänligare transportsätt.



Figur 5, Resultat av de nekande svaren i korrelation till åldern

5.3 Analys av frågor om syn på utveckling av miljövänlighet inom transport

Fråga 8 gällande ifall respondenten hellre väljer närproducerade jämförbara produkter istället för produkter med lång transportsträcka visar tydligt att majoriteten är intresserade av närproducerade produkter då 84,9% har svarat ja. Detta beror troligen på att närproducerat har lyfts fram redan många år och det ger konsumenterna en viss slags garanti då det är producerat i det egna landet. Eftersom människorna ofta söker en bekräftelse, som nämndes i teorin, är steget lättare då folk runt omkring en troligen redan har erfarenhet och kan rekommendera valet med närproducerade produkter. Finland har även en stämpel som tagits i bruk för att visa att produkten är producerade i Finland. Detta koncept har lyfts fram redan i flera år och är troligen därför bekant för de flesta respondenter eftersom frågeformuläret endast sträcker sig bland finländare. Dock kombinerades inte denna fråga med huruvida ett högre pris på närproducerade produkter påverkar intresset negativt i vissa åldersgrupper.

Fråga 9 söker svar på ifall respondenten handlar på nätet och i vilken grad. Resultatet visar att så gott som alla (97,3%) någon gång har handlat på nätet. Detta är inte underligt eftersom det blivit allt vanligare de senaste åren. Eftersom näthandel är en så stor sektor inom handel nuförtiden är det viktigt att konsumenternas syn på saken. Enligt resultatet är majoriteten av näthandeln från åldersgrupperna 18-25 och 36-49 medan enda åldersgruppen som svarat att de aldrig handlar på nätet är 66+. I och med att de resterande

då handlar på nätet åtminstone sällan är det viktigt att informera om bästa möjliga transportalternativ också med tanke på miljön.

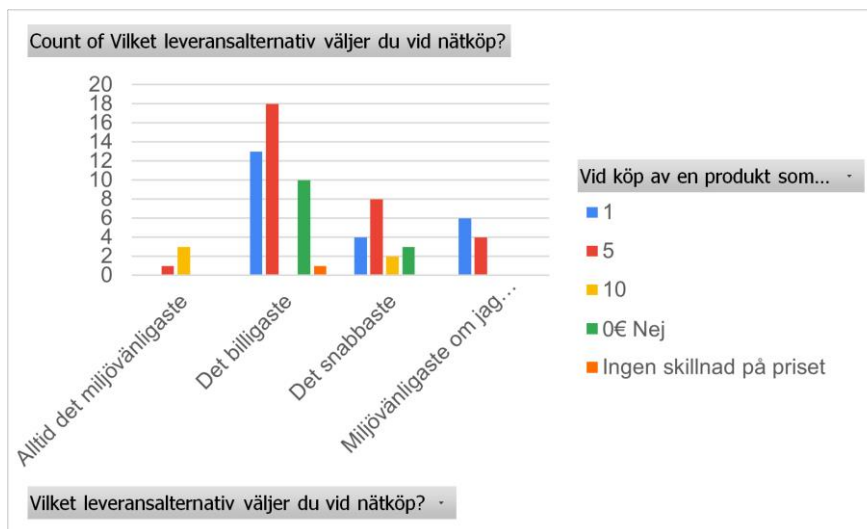
I fråga 10 angående vilket leveransalternativ som väljs vid nätköp är resultaten tydliga. Det billigaste alternativet är det mest attraktiva. På en andra plats kommer sedan det snabbaste alternativet. Läger man ihop föregående fråga med denna ser man direkt att dessa två alternativ är som störst hos de som handlar mest på internet, vilket innebär att de bidrar till en stor del av frakterna av varor. Priset på frakten är ofta av stor betydelse eftersom personer i dessa grupper ofta befinner sig i en lägre ekonomisk livssituation. Men eftersom leveranstiden ändå är av så stor relevans tyder det på att det inte alltid är fråga om pengarna. Man säger att tid är pengar och då glömmer man lätt bort miljön.



Figur 6, Samband mellan näthandel och leveransalternativ.

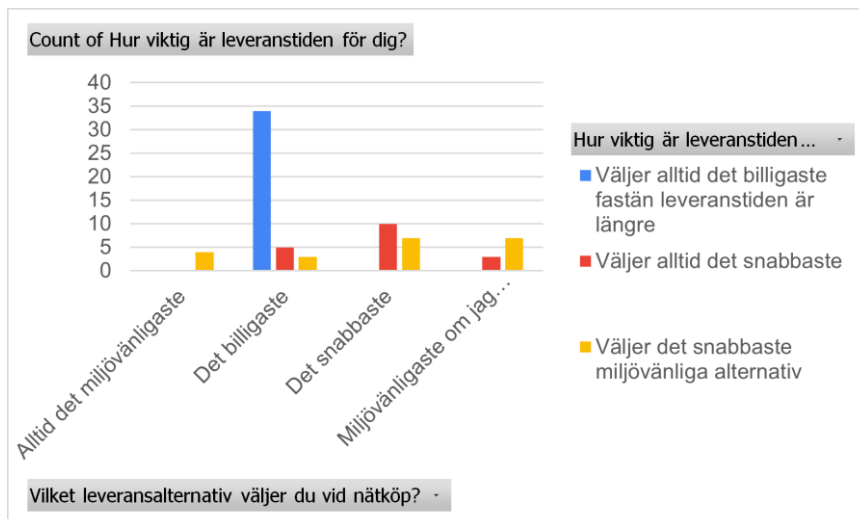
Fråga 11 angående ifall respondenten tänker på att även produkter i fysiska butiker har en transportkedja med en miljöpåverkan gav blandade resultat. Majoriteten av svaren låg ändå på inte alls (23,3%) eller knappt (43,8%) vilket var intressant. Detta tyder på att konsumenten kanske inte fått tillräckligt med information eller att tanken helt enkelt blir undermedveten eftersom en del butiker så gott som alltid fungerat lika. Det har inte skett några drastiska ändringar i fysiska butiker på länge som skulle ha fått individer att fundera på eller ifrågasätta hur de egentligen fungerar. Det intressanta med resultatet var ändå att ifall man jämför det med resultatet från fråga 7 där majoriteten ändå svarade att de lägger märke till en miljöpåverkan vid transport så betraktas inte fysiska butiker likadant fastän det sker transporter även där regelbundet.

Resultatet i fråga 12 var relativt jämnt fördelat mellan alternativen men visar ändå att 82,2% av respondenterna skulle vara villiga att beta lite extra för en miljövänligare transport. Detta är intressant då man jämför svaren med fråga 10 där majoriteten prioriterade det billigaste leveransalternativet. Av de 42 som ursprungligen svarade att välja det billigaste leveransalternativet var det ändå 32 som var redo att betala lite extra för en miljövänligare transport. Frågan var taktiskt ställd med tal som lätt kan omvandlas till procent, vilket i detta fall tyder på att 74% är villiga att betala mellan 1%-5% extra av produktens pris för att då uppnå en miljövänligare transport.



Figur 7, Jämförelse mellan val av leveransalternativ och möjlig extra kostnad.

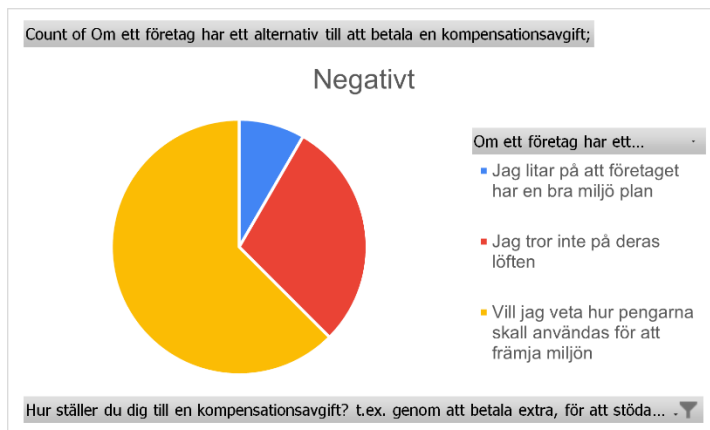
Fråga 13 angående hur viktigt leveranstiden är för respondenten korrelerar väldigt bra med fråga 9 där största delen av respondenterna som svarat att de väljer det billigaste leverans alternativet står fast vid det billigaste leveransalternativet fastän väntetiden är längre, och likadant med de som hade valt det snabbaste leveransalternativet. En liten avvikelse hade dock skett då ett fåtal respondenter bytt från det billigaste till den snabbaste samt det miljövänligaste, och de snabbaste till ett miljövänligt alternativ. Detta kan bero på sättet frågorna är ställda eller att den information som presenterats gör ett uttryck hos respondenten.



Figur 8, samband mellan fråga 13 och fråga 10.

I fråga 14 var resultaten delade, ifall att ett företag skulle erbjuda en kompensationsavgift som t.ex. skulle gå till att främja miljön så vill konsumenterna självklart veta mer, vilket togs upp i teorin. Resultaten var relativt jämnt fördelade med positivt på ungefär 60% och de resterande på antingen ett tvekan eller negativt svar då ingen konkretare beskrivning gavs. Gruppen studeranden var mer positiva för en kompensationsavgift jämfört med övriga grupper som är lite överraskande med tanke på studerandes ekonomi.

Resultaten i fråga 15 visade sig sedan att respondenten gärna vill veta vad t.ex. då ett företag skulle göra med avgiften för att främja miljön. Över hälften av de som ställt sig negativt till en kompensationsavgift i fråga 14 var ändå intresserade av att veta vad ett företag skulle göra med pengarna vilket skulle kunna resultera i en större positiv andel av respondenterna att övergå till en positiv inställning till en kompensationsavgift för att främja miljön.



Figur 9, Samband mellan negativt inställda till en kompensationsavgift och intresse för mål.

6 SLUTSATS

Syftet med arbetet var att undersöka hur personers tankesätt kring miljövänlighet påverkar de val de gör då de väljer transportsätt. Undersökningen har tagit fram de olika transportsätten samt konsumenternas syn och tankesätt kring valen de gör då de bestämmer transportmetod vid näthandel. Forskningsfrågorna var ” Hur mycket påverkar miljöfrågor konsumentens val av transport?” samt ” Är kunder villiga att betala mer/kompensera för en miljövänligare transport?”

Metoden som valts för arbetet var en kvantitativ forskning i form av ett frågeformulär. Metoden fungerade i stort sett bra men saknade djup, då konsumenternas egna åsikter och tankar kring ämnet ej kunde analyseras då svaren främst var i numerisk form. Antalet svar kunde ha varit högre då det endast kom in lite på 70 svar från en rätt så liten andel av samhället. Syftet var att nå en bredare krets då respondenterna hade fria händer att skicka frågeformuläret vidare. Samplet blev även begränsat då frågeformuläret var skrivet på svenska, vilket innebär att det endast representerar delar av de svenskspråkiga i Finland.

För ett bättre resultat skulle de ha krävts ett större antal respondenter eller byte av metod för att kunna nå individuella åsikter kring ämnet. Resultatet visade även främst en syn från ett yngre perspektiv eftersom majoriteten av respondenterna hörde till en åldersgrupp mellan 18-25 år. Detta kunde ha varit bredare ifall frågeformuläret skulle ha sträckt sig längre.

Min första forskningsfråga var ”Hur mycket påverkar miljöfrågor konsumentens val av transport?” vilket behandlas i kapitel 2 och sedan undersöktes med hjälp av frågeformuläret för att dra en slutsats gällande ämnet. Här har det konstaterats att besluten en konsument gör i första hand har att göra med hur medveten hen är angående ämnet. Men många faktorer spelar roll då det kommer till handlingen och att faktiskt ta tag i situationen. Det finns otroligt många faktorer som påverkar miljön som de flesta inte tänker på och är därför viktigt att de lyfts fram för att försöka förbättra situationen.

Min andra forskningsfråga var ”Är kunder villiga att betala mer/kompensera för en miljövänligare transport?” vilket i korthet behandlades i kapitel 2.3 men främst togs upp i frågeformuläret för att se respondenternas tankar kring ämnet. I stort sett kan det konstateras att så länge som rätt information ges och summan inte är för stor är de flesta villiga att betala lite extra för att främja miljön.

Slutligen är jag nöjd över slutresultatet med tanke på det lilla antalet svar jag hade. Arbetet tog ett par vändningar men kom till slut dit jag ville. Resultatet låg nära mina förväntningar. Överlag gav mig undersökningen en djupare bild inom ämnet och en förståelse till vad vi arbetar för då det talas om miljövänlighet. Hade hoppats på ett bättre resultat, vilket inte var möjligt med den mängden data och den forskningstekniken jag använde.

KÄLLOR

- Bryman, A. & Bell, E., 2005, *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, 1 uppl. Liber, Slovenien: Korotan Ljubjana, s. 110-113, s.161-164, s. 322.
- Carbon footprint, 2020, *CARBON NEUTRALITY*. Tillgänglig: <https://www.carbonfootprint.com/carbonneutrality.html> hämtad: 7.3.2020
- Denscombe, M., 2014, *The good research guide: For small-scale social research projects*, Open university press, England.
- DePhillis, Lydia, 2019, *America's addiction to absurdly fast shipping has a hidden cost*. Tillgänglig: <https://edition.cnn.com/2019/07/15/business/fast-shipping-environmental-impact/index.html/> hämtad 10.5.2021
- Effectiviology, 2021, *The Value-Action Gap: Why People Don't Act in Accordance with Their Beliefs*. Tillgänglig: <https://effectiviology.com/value-action-gap/> hämtad 6.12.2021
- European Commission, 2021, *Emissions in the automotive sector*. Tillgänglig: https://ec.europa.eu/growth/sectors/automotive/environment-protection/emissions_en/ hämtad 6.5.2021
- Fraj, E & Martinez, E, 2006, *Environmental values and lifestyles as determining factors of ecological consumer behaviour: an empirical analysis*, Journal of Consumer Marketing, Volym 23. Tillgänglig: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/07363760610663295/full/html> hämtad 6.12.2021
- Freightos, Zvi Schreiber, 2020, *Air Cargo on the Lower Deck – Lower Carbon Emissions Than You Think*. Tillgänglig: <https://www.freightos.com/air-cargo-co2/> hämtad 9.5.2021
- Gazzola, Patrizia, 2017, *Consumer Empowerment in the Digital Economy: Availing Sustainable Purchasing Decisions*. Tillgänglig: <https://www.mdpi.com/2071-1050/9/5/693/htm> hämtad 6.12.2021
- ICS, 2021, *Environmental Performance: Comparison of CO2 Emissions by Different Modes of Transport*. Tillgänglig: <https://www.ics-shipping.org/shipping-fact/environmental-performance-environmental-performance/> hämtad 7.5.2021

- IMO 1, 2021, *Brief History of IMO*. Tillgänglig: <https://www.imo.org/en/About/HistoryOfIMO/Pages/Default.aspx/> hämtad 6.5.2021
- IMO 2, 2021, *Pollution Prevention*. Tillgänglig: <https://www.imo.org/en/OurWork/Environment/Pages/Pollution-Prevention.aspx/> hämtad 7.5.2021
- IRU, 2021, *Environment*. Tillgänglig: <https://www.iru.org/what-we-do/being-trusted-voice-mobility-and-logistics/environment> hämtad 5.5.2021
- Jacobsen, D., 2002, *Vad hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Studentlitteratur, Lund, s. 38.
- Jennings, Lauren, 2006, *The Effects of Globalization on Freight Transportation*. Tillgänglig: <https://uahcmer.com/wp-content/uploads/2006/05/The-effects-of-globalization-on-freight-transportation.pdf> hämtad 2.11.2021
- Journal of Transport Geography, 2021, *The net environmental impact of online shopping, beyond the substitution bias*, volym 93. Tillgänglig: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0966692321001113#f0020> hämtad 6.12.2021
- Lantbrukarnas Riksförbund, 2019, *Importerad mat står för 60 procent av klimatpåverkan*. Tillgänglig: <https://www.lrf.se/politikochpaverkan/marknad-och-mervarden/jag-bryr-mig/maten-och-klimatet/> hämtad 9.5.2021
- Malterud, K., 1998. *Kvalitativa metoder i medicinsk forskning*, Lund: Studentlitteratur, s. 157-165.
- Naturskyddsföreningen, ,2021, *Hållbara Transporter*. Tillgänglig: <https://www.naturskyddsforeningen.se/faktablad/hallbara-transporter/> hämtad 2.11.2021
- Nguyen, Ninh, 2021, *Consumer Behaviour and Environmental Sustainability*. Tillgänglig: <https://onlinelibrary.wiley.com/pb-assets/assets/14791838/JCB%20Special%20Issue%20-%20Consumer%20Behaviour%20and%20Environmental%20Sustainability-1543326031793.pdf/> hämtad 10.5.2021
- Organisation for Economic Co-operation and Development, 1997, *THE ENVIRONMENTAL EFFECTS OF FREIGHT*. Tillgänglig: <https://www.oecd.org/environment/envtrade/2386636.pdf> hämtad: 15.11.2021

- Panasonic, Jim Demsey, 2021, *Rise of Drone Use in Transportation and Logistics Requires Proper Tools for Reliable, Safe and Efficient Operation*. Tillgänglig: <https://na.panasonic.com/us/trends/rise-drone-use-transportation-and-logistics-requires-proper-tools-reliable-safe-and/> hämtad 9.5.2021
- Rodrigue, Jean-Paul, 2020, *The Geography of Transport Systems*, 5 uppl. Routledge: New York, s. 132-141, 162-170, 181-194.
- Rummukainen, Markku, 2005, *Växthuseffekten*. Tillgänglig: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:947545/FULLTEXT01.pdf> hämtad 12.12.2021
- Solomon, M; Bamossy, G; Askegaard, S & Hogg, M, K, 2006, *Consumer Behaviour: a European perspective*, 3 uppl. Harlow, England: New York, s. 89-136
- Transport & Environment, 2021, *Road vehicles and air quality*. Tillgänglig: <https://www.transportenvironment.org/what-we-do/air-quality-and-transport/road-vehicles-and-air-quality> hämtad 9.5.2021
- Virgin Hyperloop, 2021, *How It Works*. Tillgänglig: <https://virginhyperloop.com/> hämtad 8.4.2021
- Youmatter, André Gonçalves, 2018, *Are Electric Cars Really Greener?* Tillgänglig: <https://youmatter.world/en/are-electric-cars-eco-friendly-and-zero-emission-vehicles-26440/> hämtad 9.5.2021

Bildkällor

Figur 1, Utsläpp av växthusgasen CO₂ gällande transport i EU mätt i Mt. Tillgänglig:

<https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/indicators/transport-emissions-of-greenhouse-gases-7/assessment> hämtad 6.5.2021

Figur 2, Utsläpp mellan de olika transport sätten mätt i CO₂ per 1000kg/km framställt

av IMO. Tillgänglig: <https://www.ics-shipping.org/shipping-fact/environmental-performance-environmental-performance/> hämtad 7.5.2021

Figur 3, Skillnad mellan personliga transporter och delade transporter. Tillgänglig:

<https://ars.els-cdn.com/content/image/1-s2.0-S0966692321001113-gr4.jpg> hämtad 6.12.2021

BILAGOR

Konsumentens syn på miljövänlighet inom transporter och transportkedjor –

Frågeformulär

1. Kön
 - Man
 - Kvinna
 - Annat

2. Ålder
 - < 18
 - 18 – 25
 - 26 – 35
 - 36 – 49
 - 50 – 65
 - 66 +

3. Vad har du för utbildning/yrke?
 - Kort svarstext

4. Är du intresserad av miljöfrågor i allmänhet?
 - 5 – Definitivt
 - 4
 - 3 – Mittemellan
 - 2
 - 1 – Inte alls

5. Sorterar du dina produktförpackningar i ditt hushåll?
 - Ja
 - Nej

6. Är du intresserad av en produkts/tjänsts miljöbelastning?
 - 5 – Definitivt
 - 4
 - 3 – Mittemellan
 - 2
 - 1 – Inte alls

7. Tänker du på att transporten av alla produkter påverkar miljön?
 - Ja
 - Nej

8. Skulle du välja en närproducerad produkt hellre än en jämförbar produkt med lång transportsträcka?
- Ja
 - Nej
9. Handlar du på nätet?
- Ja, ofta
 - Ja, ibland
 - Sällan
 - Aldrig
10. Vilket leveransalternativ väljer du vid nätköp?
- Alltid det miljövänligaste
 - Miljövänligaste om jag har tid att vänta
 - Det snabbaste
 - Det billigaste
11. Tänker du på produktens transportkedja och miljöpåverkan när du handlar i en fysisk butik?
- 5 – Definitivt
 - 4
 - 3 – Mittemellan
 - 2
 - 1 – Inte alls
12. Vid köp av en produkt som kostar 100€ skulle du vara berad att betala extra för ett miljövänligare transportsätt? Hur mycket?
- 0€ Nej
 - 1€
 - 5€
 - 10€
 - Annat
13. Hur viktig är leveranstiden för dig?
- Väljer alltid det snabbaste
 - Väljer det snabbaste miljövänliga alternativet
 - Väljer det miljövänligaste fastän det är dyrare
 - Väljer alltid det billigaste fastän leveranstiden är längre
14. Hur ställer du dig till en kompensationsavgift? T.ex. genom att betala extra, för att stöda miljöprojekt.
- Positivt
 - Negativt

- Annat

15. Om ett företag har ett alternativ till att betala en kompensationsavgift;

- Vill jag veta hur pengarna skall användas för att främja miljön
- Jag litar på att företaget har en bra miljö plan
- Jag tror inte på deras löften

16. Egna tankar kring transport och miljö (frivillig)

- Lång svarstext