



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Miljövänligare frakt – Till vilket pris?



Författare: Klas Fagerberg & Aroa
Issa

Handledare: Magnus Boström

Examinator: Karin Lundberg

Termin: VT18

Ämne: Självständigt arbete

Nivå: 15hp

Kurskod: 1SJ51E

Abstrakt

I takt med att världshandeln ökar så ökar även transportererna. Med hjälp av internet har det blivit enklare än någonsin att beställa en vara som skickas från andra sidan jordklotet. Detta arbete har undersökt i vilken utsträckning konsumenter reflekterar över vilka effekter deras beställningsvanor vid varubeställningar får för miljön och hur intresserade de är av att värna om miljön genom att beställa varor med hjälp av en dyrare och mer miljövänlig frakt. Detta har gjorts genom intervjuer med fyra konsumenter i varierande åldrar där det undersökts vad deras inställning är till en dyrare och miljövänligare frakt, hur mycket mer de skulle vilja betala för en sådan frakt samt även vad de vet om det miljöarbete som bedrivs inom sjöfart. Resultatet visar att det finns ett intresse att betala ett högre pris för en mer miljövänlig frakt om priset är överkomligt och om det finns ett förtroende för den som erbjuder den miljövänligare frakten. Viljan skiljer sig mellan de olika respondent och är beroende på vad det är för typ av vara och vad den ordinarie frakten kostar. Respondenterna visar också begränsad kunskap inom sjöfart och det miljöarbete som görs inom branschen.

Nyckelord:

Miljö, frakt, transport, sjöfart, fartyg, konsumenter, pris.

Abstract

The world trade is increasing rapidly and so is the amount of transportation. With help of the internet it is now easier than ever to order a product which will be sent from the other side of the world. This study aims to investigate to which extent consumers consider what effects their behaviour will have on the environment and how interested they are in protecting the environment when ordering products by paying a higher price for a more environmentally friendly transport. This is done by conducting four interviews with customers of different age and asking questions about their attitudes towards a more expensive and environment friendly transport. More specifically, questions were asked about how much more they would be willing to pay for that kind of transport. Furthermore, questions were asked about what they know about the work that is being done and has been done to reduce the effects on the environment caused by shipping. The result shows that they are willing to pay a higher price for a more environmentally friendly transport. For this to be possible the price needs to be affordable and they need to have a trust in the company offering this kind of transport. There are differences among the interviewed persons in how much they are willing to pay depending on what product they are buying and what the cost is for the original transport cost. This study also shows that the respondents have a very limited knowledge about the work that is being done and has been done to benefit the environment within the shipping business.

Key words:

Environment, freight, transport, shipping, ship, consumer, price.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
2. Teoretisk referensram	2
2.1 Logistikföretag _____	2
2.2 Konsumenter _____	4
2.3 Myndigheter _____	5
3. Syfte och frågeställningar	6
4. Metod	7
4.1 Datainsamling _____	7
4.2 Urvalskriterier _____	7
4.3 Bearbetning av data _____	8
5. Resultat	9
5.1 Konsumenters inställning till en miljörelaterad frakt _____	9
5.2 Betalningsvillighet hos konsumenter _____	12
5.3 Kunskap om sjöfartsrelaterade frågor _____	14
6. Diskussion	16
6.1 Konsumenters inställning till en miljörelaterad frakt _____	17
6.2 Betalningsvillighet hos konsumenter _____	18
6.3 Kunskap om sjöfartsrelaterade frågor _____	20
6.4 Metoddiskussion _____	21
7. Slutsats	21
7.1 Förslag på vidare forskning _____	22
Referenser	23
Bilagor	i
Bilaga 1. Följebrev _____	i
Bilaga 2. Intervjumall _____	ii

1. Inledning

Världshandeln ökar mer och mer för varje år som går och samtidigt står sjöfarten för 90 % av den gränsöverskridande transporten (Persson 2015, s. 5). Fler och fler fartyg fraktar den ökande godsmängden över jordens hav där Kina är en av de största exportörerna och anses vara den största anledningen till den ökande världshandeln (Lu & Li 2010, s. 351). Produkter från andra världsdelar är enklare och billigare att beställa än vad de tidigare varit. Utbudet för konsumenten har ökat och tillverkarna har lättare att nå ut till sina kunder tack vare teknologiska och politiska framsteg. De teknologiska framstegen består främst utav internet medan de politiska framstegen består av subventioner av fraktkostnader för att kunna öka tillverkarens export, vilket leder till ökad omsättning för de berörda företagen (Bhola & Mostachjov 2013, s. 1). Med bara några klick kan konsumenten beställa en vara som med stor sannolikhet lastas på ett fartyg, och varan kan göra en resa på uppemot flera tusen sjömil med ett leveransdatum flera månader framåt i tiden (Askenström & Tate 2017, s. 23).

År 2016 genomförde 4,7 miljoner svenskar köp via internet. Nästan hälften av deras köp (42 %) var produkter från utlandet som behövs fraktas gränsöverskridande och en tredjedel av dessa utlandsköp var beställningar från Kina. Internetsidor som *Aliexpress* och *Wish* är två av de mest populära sidorna att beställa från och oftast är det småelektronik och mode som handlas av ett värde för någon hundralapp. Den främsta anledningen till att konsumenter väljer att köpa varor från Kina är det låga priset på varan kombinerat med frakten som ofta är gratis tack vare subventioner. De låga priserna på varorna gör så att konsumenterna handlar från Kina mer för upplevelsen än ett faktiskt behov och de är ofta beredda på att varan kanske inte kommer fram alls. Konsumenter som beställer produkter via nätet från Kina har således inte samma krav på kvalitet, prestanda och leveranstid som när de beställer från en svensk hemsida. På så vis menar Askenström och Tate (2017, ss. 21-27) att konsumenterna skyddar sig mot de risker som de upplever finns vid köp från Kina, och att det låga priset överväger riskerna.

All den ökande världshandeln, bland annat via internet, bidrar till ökade transportvolymmer och därmed ett ökat antal fraktfartyg. Detta i sin tur bidrar till ökad miljöförstöring på flera olika sätt, främst genom de koldioxidutsläpp som fartygen gör i luften. Koldioxidutsläppen som fartygen genererar står i direkt relation till den bunkerförbrukning fartygen har (Andersson & Arvidsson 2017, s. 11). Utsläppen kan leda till klimatförändringar som bland annat, torrare klimat, vattenbrist, ökad stormfrekvens, smältande landisar och stigande vattennivåer. Klimatförändringar är en av vår tids

viktigaste frågor som berör alla samhällets skikt likväl som alla jordens världsdelar, samtidigt som det är en mycket komplex fråga (Gustafsson 2008, s. 28; Carlsson & Grahn 2017, s. 1).

Konsumenters medvetenhet om att, och hur, miljön påverkas ökar, och fler ställer krav på att de produkter de köper ska vara framställda på ett miljövänligt sätt. En miljövänlig produkt ställer högre krav på tillverkning, råvaror och övriga miljövänliga procedurer kopplade till verksamheten såsom energieffektivisering av lokaler. Allt detta ska vara kontrollerat av en erkänd miljöorganisation som till exempel SKAL, BOKONTROL eller QCLI som alla jobbar med att bevisa pålitligheten hos miljövänliga varor (Gurau & Ranchhod 2005, s. 548). Konsumenters vilja att värna om miljön sprider sig från välbärgade länder till mindre välbärgade länder likt en våg där tillverkare, försäljare och distributörer får anpassa sig efter konsumenterna (Prashant & Bhimrao 2015, s. 330). När företag anpassar sig efter konsumenternas önskemål om miljövänligare och ofta dyrare produkter kan det även leda till att ett företag, trots ökade kostnader, kan öka sin omsättning och tjäna mer på att erbjuda miljövänliga produkter (Rao & Holt 2005, ss. 911-912). Med denna ökande efterfråga på hållbara produkter driven av främst konsumenterna själva är det bara en tidsfråga tills dess att ännu fler konsumenter får upp ögonen för den lite mer osynliga delen av deras produkters miljöpåverkan, nämligen transporterna vilket är det som kommer att tas upp i detta arbete.

2. Teoretisk referensram

Det som görs för att motverka klimatförändringar kan kategoriseras utifrån vem som står bakom agerandet. Här redovisas de åtgärder som olika segment i samhället vidtar för att värna om miljön. Dessa redovisas utifrån tre olika perspektiv, nämligen logistikföretag, konsumenter och myndigheter och grundar sig på tidigare forskning samt deras egna beskrivningar.

2.1 Logistikföretag

Idag finns det flera logistikföretag som aktivt arbetar med miljöfrågor. DHL är en av världens största arbetsgivare med över 500 000 anställda i mer än 220 länder, och en del av Deutsche Post DHL som är världens största logistikkedja som arbetar med miljöfrågor på flera olika sätt. Genom att bland annat effektivisera logistikkedjan, reducera deras samt deras underleverantörers koldioxidutsläpp, optimera de fordon som används, minska energiförbrukningen i deras kontor, minska användningen av fossila bränslen och mäta företagets miljöprestanda bidrar de till en förbättrad miljö (DHL 2018). Deras mål är att från 2007 till 2020 minska sina koldioxidutsläpp med 30 %, något som de redan är på god väg att göra eftersom de 2011 hade minskat sina koldioxidutsläpp med 14 %. Schenker är

också ett av de större logistikföretagen som även de, precis som DHL, arbetar aktivt med miljöfrågor. Schenkers nuvarande mål är att minska sina koldioxidutsläpp med 20 % globalt, och i Sverige där intresset för miljöfrågor generellt är större är deras mål att minska utsläppen med 50 % för vägtransporterna (Schenker u.å.). Green Cargo, som är ett logistikföretag som utför godsjärnvägstransporter, har också ett genomtänkt miljöarbete. De minskar sina utsläpp med att bland annat transportera sitt gods med eldrivna lok så långt som möjligt. Där det ej är möjligt används lok som går på diesel och dessa lok genomgår en översyn och dieselmotorerna byts ut till nyare och effektivare motorer. Green Cargo är den enda godsjärnvägstransportören som har erhållit utmärkelsen Bra Miljöval, som Naturskyddsföreningen ger ut till företag som anses ha ett bra miljöarbete (Green Cargo 2014). Både DHL, Schenker och Green Cargo innehar den internationella ISO-14001 certifieringen som bevis på att de har ett väl utarbetat miljöarbete. Viljan hos logistikföretagen finns att bli mer miljövänliga då det ses som en konkurrensfördel att kunna visa att man värnar om miljön. Företagen anger att det är intresset från kunderna som driver på deras miljöarbete men att det samtidigt inte får kosta mer eftersom branschen är pressad och marginalerna små (Bhola & Mostachjov 2013, ss. 6-11).

Under förutsättning att rederierna följer de regelverken som reglerar hur mycket fartygen tillåts att släppa ut så finns det fortfarande stor förbättringspotential när det gäller fartygens miljöpåverkan. Dessa förbättringar är det få rederier som väljer att satsa på eftersom rederierna i de flesta fall förlorar på det ekonomiskt. Miljövänligare bränsle är dock en åtgärd bland rederier som blir allt mer vanligt förekommande. Ett bränsle som har betydligt mindre miljöpåverkan är metan. Detta bränsle har möjligheten att ersätta andra bränslen såsom tjockolja och diesel som släpper ut betydligt mer föroreningar, men samtidigt är metan upp till dubbelt så dyrt per energimängd (Göthe & Leijon 2015, s. 10). Skrubbers är ett annat alternativ för att minska utsläppen i avgaserna från fartyg. Den vanligaste typen av skrubber på fartyg är våt-skrubber. Dessa fungerar så att en vattendimma sprutas på avgaserna i skorstenen, som då separerar svavel från avgaserna och blandar sig med vattnet som sedan samlas upp igen (Shamson 2013, ss. 14-16). Helt utsläppsfria fartyg är möjligt att uppnå med hjälp av batteridrift. Detta förutsätter att elen som batterierna laddas med kommer från förnyelsebara källor såsom vindkraft, vattenkraft eller solkraft. Idag finns det redan flera fartyg som endast går på el med hjälp av batterier. För att kunna få en lång räckvidd på dessa fartyg krävs det att man installerar många batterier, något som tar mycket plats och vikt. Därför finns det idag endast batteridrivna fartyg på kortare sträckor mellan hamnar som har möjlighet att ladda dessa fartyg (Persson 2015, s. 37).

2.2 Konsumenter

Konsumenters villighet att betala mer för en miljövänlig produkt har ökat med åren; i en undersökning från 1989 svarade 67 % av konsumenterna att de kunde tänka sig att betala 5 till 10 % extra utöver ursprungspriset för att få en produkt som är mer miljövänlig (Coddington 1990 se Laroche, Bergeron & Barbaro-Forleo 2001, s. 503). Nyare studie visar att många konsumenter är villiga att betala upp till 40 % extra för en miljövänlig produkt (Myburgh-Louw & O'Shaughnessy 1994 se Laroche, Bergeron & Barbaro-Forleo 2001, s. 503). De konsumenter som är mest benägna att betala extra är oftast gifta kvinnor med åtminstone ett barn som bor hemma, eftersom de vill att sina barn inte ska bli allt för drabbade av en försämrad miljö (Laroche, Bergeron & Barbaro-Forleo 2001, s. 519). De vanligaste konkreta anledningar till deras val när de väljer mellan en miljövänlig produkt och en icke miljövänlig produkt är konsumentens medvetenhet om miljöproblem, erfarenhet och omdömen om produkten, konsumentens tid till efterforskning, tillgänglighet på produkten och priset. Samtidigt är miljömedvetna konsumenter inte tillräckligt motiverade för att inför varje köp överväga vilket miljöproblem som är viktigast att motverka och de har inte heller tillräckligt med tid för att överväga effekten av de olika alternativ som står till buds. Detta skulle kunna förenklas genom att myndigheter utfärdar en standardiserad märkning för att förenkla för kunderna (Young et al. 2010, ss. 28-30). Tack vare att många konsumenter idag är miljömedvetna och tänker på de val de gör när de köper varor leder detta till att vissa konsumenter väljer att inte köpa något som fraktats en lång väg, något som skulle påverka miljön. Detta görs trots att de val konsumenter gör när de köper varor ofta baserar sig på kortvariga konsekvenser och inte långvariga, vilket miljöpåverkan är (Layng 2010, s. 1). Ett exempel på en kortvarig konsekvens för konsumenten är priset. Perman & Löfmark (2014, s. 40) visar i sin studie att konsumentens villighet att betala mer för en miljövänligare produkt inte står i relation till deras inkomst.

Av Sveriges konsumenter anser 75 % att de har kunskap kring ekologiska produkter. Konsumenter anser också att de inte får tillräckligt med information om de ekologiska produkterna i butiken men att de ändå har tillräckligt med kunskap för att kunna göra ett rättvist val. Konsumenterna engagerar sig i valet av de varor de köper, och med hjälp av livsmedelsbutikerna skulle valet för konsumenterna kunna bli ännu enklare eftersom de ofta baserar sitt val på den information som finns tillgänglig i butikerna. Därför kan livsmedelsbutikerna anses ha ett ansvar för de produkter de säljer och hur de marknadsför dem för kunderna. Om livsmedelsbutikerna skulle bli bättre på att informera om fördelarna med ekologiska produkter skulle det leda till att försäljningen av dessa ökar eftersom större kunskap om ekologiska produkter leder till att fler väljer dessa framför icke ekologiska produkter (Perman & Löfmark 2014, ss. 39-51).

Tidigare forskning visar att företag som valt att miljökompensera får ett större förtroende från konsumenterna jämfört med det företags konkurrenter och att det kan vara anledningen till att konsumenten i slutändan utför ett köp. Att tydligt satsa på miljön och att ta med det som en del i sin marknadsföring är ett strategiskt bra val för att uppnå ett gott rykte. Konsumenterna kommer medvetet och omedvetet att förknippa det företag som arbetar med en grön marknadsföring med ett företag som värnar om miljön. Det är inte endast det företag som satsar på en grön marknadsföring som påverkas av den. De företag som inte satsar på grön marknadsföring får kritiska konsumenter emot sig eftersom det blir en stor skillnad mellan företagets miljöarbete (Englund & Söderhielm 2016, ss. 25-31).

Beroende på vem man riktar sig till bör en miljövänligare transport presenteras på olika sätt. Män och ej gifta personer föredrar generellt en detaljerad text som beskriver fördelarna med just det alternativet. Majoriteten av andra målgrupper anger att det bästa sättet att attrahera dem till ett miljövänligare alternativ är att göra det med någon form av märkning eller symbol, vilket även är den vanligaste metoden. Konsumenterna väljer att följa normer och om en förändring i beteende skulle resultera i att de miljövänligare transporterna ses som det normala, skulle detta leda till en ökning av denna typ av transporter (Carlsson & Grahn 2017, ss. 59-63).

2.3 Myndigheter

International Maritime Organization är ett organ under Förenta Nationerna som reglerar sjöfarten globalt. De har sedan 1960-talet arbetat med att reducera miljöpåverkan från sjöfarten och sedan 2005 har de även reglerat fartygs luftutsläpp. Deras gräns för utsläpp av svavel via avgaser ligger idag på en svavelinblandning i bränslet på 3,5 %. År 2016 bestämdes det att denna gräns ska sänkas till 0,5 % från år 2020. Detta leder till att många fartyg kommer behöva ändra vilken typ av bränsle de använder till ett mer miljövänligt bränsle, alternativt rena de avgaser de släpper ut. År 2015 var medelinblandningen av svavel i bränslet 2,45 % globalt, nästan en hel procentenhet under kravet. Det kan förklaras genom att vissa specialområden såsom Östersjön, Medelhavet, Nordsjön, Karibiska havet och kusten i Nordamerika har ett krav på en redan mycket låg gräns på 0,1 % svavelinblandning i bränslet i dessa områden (IMO 2017).

Sverige har lyckats med att sänka koldioxidutsläppen och utsläppen från andra växthusgaser samtidigt som det har gynnat landets ekonomi. Många olika aktörer i Sverige har insett att miljövänliga lösningar är både hållbara och lönsamma. Sveriges riksdag har tillsammans med företag,

kommuner och organisationer startat initiativet Fossilfritt Sverige. Initiativet har satt upp ett mål om att till år 2030 ha en fordonsflotta som är helt oberoende av fossila bränslen samt ett energisystem som är helt uppbyggt på förnyelsebar energi. Inom transportsektorn finns redan en god medvetenhet om miljön och användandet av förnyelsebar energi överstiger redan 10 %. Genom att sätta upp dessa mål vill Fossilfritt Sverige visa att Sverige kan och ska bli fossilfritt och på så sätt visa för andra länder att detta är möjligt. Deras förhoppning är att andra länder ska följa efter och därmed tillsammans sträva efter en ökad takt i klimatarbetet (Miljö- och energidepartementet 2015).

Ekonomiska morötter i form av bland annat investeringsbidrag är något som lockar företag att göra investeringar som värnar om miljön. I Sverige kan rederier få en reducerad farledsavgift. För att få detta ska de fartyg som rederiet äger och som trafikerar en svensk farled prestera bättre än de rådande miljökraven. Hamnrabatter är också ett sätt där rederier kan få en reducerad hamnavgift för sina fartyg. Detta blir allt vanligare i Europa men storleken på rabatten avgörs av hamnarna själva. Ett annat sätt att få rederierna att göra gröna investeringar är genom att underlätta för rederierna att vara mer miljövänliga. Till exempel så har Göteborgs hamn investerat i elanslutningsstationer så att fartygen kan använda sig av el från land istället för att ha motorer igång som genererar el. De har även gjort investeringar som underlättar för fartyg att tanka LNG som bränsle, vilket är ett mer miljövänligt bränsle. Alla dessa rabatter är skapade för att få rederier att göra gröna investeringar som uppfyller mer än de rådande kraven, och det fungerar. Rederier anger att denna typ av ekonomiskt stöd har inverkan i de beslut som görs inom rederiet gällande gröna investeringar (Breaum Löfvenborg 2017, ss. 12-26).

3. Syfte och frågeställningar

Syftet med detta arbete är att undersöka vilka faktorer som avgör konsumenters inställning till kostnaden för frakten på en vara som transporterats på ett mer miljövänligt sätt.

Frågeställningarna som denna undersökning kommer att kretsa runt är dessa:

- Vad är det som avgör konsumenters inställning till miljörelaterad frakt?
- Hur mycket mer är konsumenter villiga att betala för en miljövänligare transport jämfört med en standardtransport?
- Hur pass medvetna är konsumenterna om det miljöarbete som redan gjorts och planeras göras inom sjöfart?

4. Metod

4.1 Datainsamling

För att få förståelse för hur konsumenter tänker och agerar användes en kvalitativ metod för att få svar på frågeställningarna. Genom individuella intervjuer fångades respondenternas åsikter och inställningar upp (Jacobsen 2010, s. 97). Intervjuerna innehöll en viss grad av strukturering (Jacobsen 2010, s. 101); en intervjuguide säkerställde att samma frågeställningar diskuterades under respektive intervju, samtidigt som öppna frågor tillät respondenterna att utveckla sina tankar fritt. Ett informationsblad skickades ut till vederbörande med bakgrund och kort beskrivning av de huvudsakliga frågeställningarna som intervjun skulle komma att kretsa kring. Detta var för att respondenterna i fråga skulle hinna reflektera över sina åsikter och ge ett så genomtänkt svar som möjligt. Detta bidrog även till att spara tid under intervjun (Jacobsen 2010, ss. 49, 101, 147) och respondenterna kunde mer i ett tidigt skede avgöra om de ville vara med i undersökningen.

4.2 Urvalskriterier

I detta arbete har kvalitativa intervjuer utförts med fyra respondenter. Antalet respondenter baserar sig på två faktorer. För det första är denna metod resurskrävande, vilket får som följd att en liten grupp människor undersöks. För det andra ansågs det inte nödvändigt med ett större antal respondenter eftersom arbetets syfte var att gå in på djupet och förstå de enskilda konsumenternas tankegång, men inte nödvändigtvis få fram ett resultat som var generaliserbart. Det lilla antal respondenter som användes krävde dock ett noggrant urvalsförfarande.

Jacobsen (2010 ss. 128 - 131) beskriver olika kriterier att ta ställning till vid val av respondenter som har används som och följts i detta arbete. Ytterligare en liknande och lämplig metod, "*Nonproportional quota sampling*" har studerats och använts för att göra bra val av respondenter. Denna metod innebär att minsta antalet per utvald kategori/grupp specificeras. Gruppen behöver inte motsvara någon proportionerlig grupp i populationen utan bara ge tillräckligt med information för att kunna fokusera på ett problem i samhället. Metoden är icke probabilistisk, vilket innebär att den inte är slumpmässig. Denna metod används för att presentera mindre typiska grupper (Trochim 2006). För att uppfylla bredd- och variationskriteriet i denna undersökning delades respondenterna in i fyra grupper, män, kvinnor, äldre och yngre, och därefter valdes en respondent från respektive grupp. Två av respondenterna hade någon form av anknytning till sjöfart, medan övriga två saknade detta. I tillägg till ålder och kön kunde svaren således jämföras utifrån ytterligare en variabel: sjöfartserfarenhet.

4.3 Bearbetning av data

För att underlätta bearbetningen av intervjuerna spelades dessa in med respondentens tillåtelse för att därefter direkt transkriberas. Detta gjordes för att minska risken för misstolkningar och inte förlora värdefull information, allt för att eftersträva en optimal kvalitativ metod (Jacobsen 2010, s. 104). När transkriberingen av intervjuerna var klar gjordes en kortare sammanfattning av respektive intervju. Jacobsen rekommenderar även undersökarna att reflektera över intervjun och att lägga märke till intryck från den intervjuade. Under intervjuerna ställde den ena undersökaren frågor som grundades ur den intervjumall som gjorts medan den andra undersökaren förde anteckningar under intervjun.

Som hjälpmedel för att strukturera den kvalitativa datan *tematiserades* den, vilket innebar att texten förkortades till *meningsbärande enheter* som utgjorde det faktiska innehållet i texten. Därefter kategoriserades dessa teman genom att gruppera liknande meningsbärande enheter tillsammans. På så sätt blev det lättare att hantera den detaljerade, komplicerade och omfattande datan. Detta system förbättrade förutsättningarna att jämföra informationen från de olika intervjuerna och belysa frågeställningarna utifrån olika synvinklar. Intervjuerna använde sig utav en intervjuguide, och förbestämda teman resulterade i att den grundläggande kategoriseringen var gjord redan innan intervjun (Jacobsen 2010, ss. 146 - 147). Vissa delar från intervjuerna som har haft särskild vikt i arbetet eller belyst analysen, har citerats. Några av citaten i arbetet har återgetts på en mer grammatisk korrekt språk för att förtydliga budskapet.

Ett exempel på citat från transkriberingen av intervjun:

Vi kan plocka upp vårt skräp eller ta vårt skräp och slänga i papperskorgen och så kan vi liksom om vi ser något fladdra förbi så kan vi göra de men... vi kan ta ansvar för vårt och vi kan säga till någon att "du behöver inte slänga den där på backen för... så plocka upp det och lägg det i papperskorgen". Så mycket mer kommer vi inte, vi kan ju inte gå runt på gatorna och tala om för alla hur de ska göra eller så. Det måste komma uppifrån, absolut.

Hur det har återgetts som citat i arbetet:

Vi kan ta ansvar för vårt och vi kan säga till någon att du behöver inte slänga den där på backen... så plocka upp det och lägg det i papperskorgen. Så mycket mer kommer vi inte, vi kan ju inte gå runt på gatorna och tala om för alla hur de ska göra eller så. Det måste komma uppifrån.

Efter att intervjuguiden tagits fram genomfördes först en test-intervju via telefon för att se hur guiden kunde utvecklas. Vissa frågor togs bort då de inte tillförde något för att besvara frågeställningarna i syftet. Andra frågor redigerades ytterligare. Intervjuernas längd varierade mellan 45 och 65 minuter. Respondenterna fick själva bestämma på vilket sätt och var de ville bli intervjuade för deras bekvämlighets skull. Två av intervjuerna genomfördes via telefon då dessa respondenter bodde i andra städer, en intervju ägde rum på Linnéuniversitetets bibliotek och den fjärde hemma hos respondenten själv.

För att stärka den interna validiteten fick respondenterna, efter att undersökarna hade sammanfattat och analyserat transkriberingarna, ta del av och kontrollera resultatet och slutsatserna. Detta gjordes för att kunna konfirmera att respondenternas åsikter hade uppfattats på ett korrekt sätt. Respondenterna fick möjligheten att kommentera och modifiera innehållet om de upplevde att deras svar blivit feltolkade.

Undersökarna i detta arbete har följt Vetenskapsrådets riktlinjer för humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning (Vetenskapsrådet 2002).

5. Resultat

Resultatet är uppdelat i tre olika underrubriker som alla är direkt kopplade till de frågeställningar som detta arbete syftar på att besvara. De tre avsnitten består av citat varvade med jämförelser mellan de olika respondenterna för att kunna se likheter och olikheter.

5.1 Konsumenters inställning till en miljörelaterad frakt

Alla de tillfrågade beställer saker från internet ungefär en gång i månaden. Produkterna de beställer varierar men vanligast är elektronik, heminredning, kläder och böcker. Anledningen till att de beställer dessa varor på internet istället för i butiker är för att det är lättare, det finns ett större utbud och det är framför allt billigare. Två av respondenterna anger att de tänker på varifrån varorna skickas men inte av miljöskäl. Respondent A svarar att han tänker främst på det totala fraktpriset.

Köper man på Ebay eller något sådant så är ju väldigt mycket från Kina. Det kan ju vara så att sakerna ursprungligen kommer därifrån och är tillverkade där och det är ju mycket elektronik. Men då är det mer det här att beställer jag från Kina får jag betala tull eftersom det är utanför EU.

Respondent D anser att nedskräpning är ett av de största miljöproblemen idag och för att värna om miljön vidtar hon flera åtgärder. Att plocka upp skräp, sopsortera, undvika att köra bil och genom att köpa närproducerade produkter är några av de åtgärder hon väljer att göra för att värna om miljön. Det gör hon i hopp om att det kommer minska på transporter och därmed de utsläpp som dessa transporter bidrar till. Samtidigt anger hon att när hon beställer saker så tänker hon varken på miljö, pris eller kvalitet. När respondent D gör beställningar tänker hon främst på vad hon skulle tycka om produkten eftersom hon anger att hon ofta beställer saker när hon har tråkigt och sätter då inte miljön i första hand.

Jag anser att planet fortfarande kommer ändå att gå. [...] Det kostar inte mer för miljön för att mitt paket flyger med flyget som ändå kommer att fraktas.

Respondent B och C anger att de inte tänker på miljön när de beställer varor med frakt. Samtidigt är alla utom respondent C överens i sin åsikt om huruvida det är mer eller mindre miljövänligt att beställa på internet jämfört med att köpa varan själv i närmaste butik. Respondent C anser att det är lika miljövänligt att beställa hemleverans på internet som att köpa varan själv i butik. Hon anger att hon då även får möjligheten till att stödja den lokala butiken, något som hon anser vara viktigt och som hon har i åtanke då hon även handlar livsmedel eftersom hon vill stödja lokala svenska bönder. De övriga tre respondenterna anser att det är mer miljövänligt att själva gå och köpa varan i butik jämfört med att beställa varan med hemleverans.

Det som påverkar huruvida de skulle välja en mer miljövänlig frakt är i första hand priset enligt tre av respondenterna. En av respondenterna svarar att i första hand är det hur den miljövänligare frakten presenteras som är det viktigaste för henne. Respondent B som studerar anger att han skulle vara villig att betala ett mycket högre fraktpris för en miljövänligare frakt om han hade stabilare ekonomi än vad han för tillfället har. Däremot så är alla överens om att om priset för en mer miljövänlig frakt är för högt så är de inte intresserade av att välja det.

Om man står inför valet för miljövänlig frakt och så är det med en transportör som jag har förtroende för så är det att betala lite extra för att, det måste ju hela tiden vara rimligt så det är nog priset [som är den parameter som påverkar mig mest angående en miljövänligare frakt].

I andra hand så är det främst trovärdighet hos transportören som eftertraktas. Respondent B anger att han vill se en detaljerad beskrivning av vad den miljövänligare frakten har för fördelar och hur den är utformad. Han anser även att aktivt välja ett högre pris för frakten blir som att köpa en

ytterligare produkt och därför blir det viktigt för honom att veta vad han betalar för. Känner de inte att det är ett transportföretag med tillräckligt stor trovärdighet hos dem så kommer de avstå att välja ett miljövänligare alternativ eftersom de inte är säkra på att pengarna verkligen går till en miljövänligare frakt.

Det beror på vilket företag jag beställer ifrån tror jag. Om det är ett stort svenskt företag så tror jag på det. Men är det ett litet företag så skulle jag kanske inte göra det. [...] Jag skulle tro på till exempel H&M kanske, IKEA skulle jag kunna tro på.

För att erhålla tillit hos alla respondenterna krävs det att de får en detaljerad information om vad den miljövänliga frakten har för skillnader jämfört med den ordinarie transporten eller att beställningen görs från ett väletablerat företag med gott rykte. Flera av respondenterna anger att de har en tillit till främst stora svenska företag. Respondent C svarar att hennes främsta anledning till ett större förtroende hos större svenska företag grundar sig i att hon har en uppfattning om att dessa företag med jämna mellanrum blir granskade. Hon tror att stora svenska företag inte skulle kunna använda sig av ett alternativ på en miljövänligare frakt utan att bli granskade. Om respondenterna gör en beställning från ett stort svenskt företag och blir erbjudna att betala mer för en miljövänligare frakt så är det mer troligt att de väljer det alternativet än om de skulle få samma erbjudande från ett, för respondenterna, mindre känt företag.

Så om jag nu skulle gå ut på nätet och köpa något och hamnar på en köpsida som Alibaba som erbjuder att kunna kryssa i ett alternativ för miljövänlig frakt då skulle jag vara ganska skeptisk. Men om det fanns en möjlighet att transportera och jag ser att jag har en möjlighet att transportera med ett fraktbolag som är på något sätt, inte kontrollerade men, har en sådan trovärdighet att man kan lita på dom så jag har något form av förtroende för dom så att jag vet att dom där dom kör ju miljövänliga frakter då skulle jag ha lättare att fundera på det.

Alla respondenterna anger att de på ett eller flera sätt hoppas på att de handlingar de gör för miljön ska uppfattas av andra som inte gör lika mycket för miljön. Genom sina handlingar tror respondenterna att andra kommer ta efter och börja göra likadant vilket i sin tur leder till en form av normalisering. Respondent A som har ett arbete som chef följer de riktlinjer och miljöpolicyer som företaget har, han tror att det är extra viktigt för honom som chef att visa att han värnar om miljön och att det har en betydande påverkan på sina medarbetare som han hoppas tar efter honom. Respondent B nämner att utöver pris och trovärdighet hos transportören så är normalisering något som skulle kunna påverka hans inställning till en dyrare och miljövänligare frakt.

De två manliga respondenterna anser att det är medborgarna som har det största ansvaret för en förbättrad miljö och det är de som kan förändra genom att ställa krav på politiker och företag så att de kan rätta sig efter medborgarnas krav.

Det är medborgarna [som har det största ansvaret för miljön], vi utvändigst som har ett ansvar och möjlighet enligt de val vi gör. Därmed är det inte sagt att myndigheter och företag inte har ett ansvar också men företag och myndigheter kan inte förändra så mycket om inte vi är med på det.

Samtidigt anser de att det är myndigheternas skyldighet att informera medborgarna om hur miljön påverkas av deras val genom att informera medborgarna om de olika alternativen och dess konsekvenser. Respondent B, som är en av de manliga respondenterna, tycker även att media har ett ansvar i att undersöka företag och myndigheter så att de tar sitt ansvar för miljön. De kvinnliga respondenterna anser att det är myndigheter som har det största ansvaret för att reglera hur företag och medborgare ska agera för att värna om miljön.

Vi kan ta ansvar för vårt och vi kan säga till någon att du behöver inte slänga den där på backen... så plocka upp det och lägg det i papperskorgen. Så mycket mer kommer vi inte, vi kan ju inte gå runt på gatorna och tala om för alla hur de ska göra eller så. Det måste komma uppifrån.

Vidare svarar alla de tillfrågade anser att myndigheter, företag och privatpersoner alla har ett kollektivt ansvar för en förbättrad miljö och att man tillsammans bör arbeta för att lösa miljöproblemen.

5.2 Betalningsvillighet hos konsumenter

På frågan om huruvida respondenterna tidigare har övervägt att betala ett högre pris för en miljövänligare frakt svarar alla att de aldrig övervägt det, de svarar även att de inte visste att det fanns de som erbjöd det. Samtidigt svarar alla att de är villiga att överväga en dyrare och miljövänligare frakt om de skulle få den möjligheten.

Jag skulle nog övervägt det, absolut. Men det finns ju också, vad är det värt? Och hur mycket det påverkar utsläppen men jag skulle absolut överväga det. För ett rimligt pris kan jag nog tänka mig det.

Hur mycket de är villiga att betala varierar mellan respondenterna och är beroende av vad det är för typ av vara som ska fraktas, vad värdet är på varan, vad den ordinarie frakten kostar och hur mycket

den miljövänligare frakten kostar i relation till dessa parametrar. Den spridning som uppstår mellan respondenterna är mycket stor och skiljer sig även mellan olika varor.

Om boken hade kostat 300 spänn, och det vägde mellan 20 och 25 kr [mellan den ordinarie frakten och den miljövänligare frakten]. Det måste vara proportionellt mot priset.

För att respondenterna lättare ska kunna relatera till ett värde har fyra exempelprodukter med fyra olika värden valts ut. Till dessa varor har ett standardfraktpris presenterats för respondenterna så att de utifrån det priset kan ta ställning till hur mycket mer de är villiga att betala för en mer miljövänlig frakt. Deras svar har sedan räknats om till procent och utifrån det har ett snitt för hur mycket mer varje respondent är villig att betala räknats ut. Även ett snitt för hur mycket mer de är villiga att betala per vara har räknats ut och båda dessa snittuträkningar har markerats i grått (se Tabell 1).

Tabell 1: En sammanställning av vad de olika respondenterna har svarat på hur mycket de är villiga att betala extra i kronor för fyra olika varor med olika pris, och olika fraktpris.

		Typ av vara				Procentuellt snitt per person	
		Bok	Soffbord	Kylskåp	Begagnad bil		
Pris på vara		100 kr	800 kr	10 000 kr	250 000 kr		
Ordinarie fraktpris		20 kr	100 kr	300 kr	2 500 kr		
I n t e r v j u p p e r s o n	A	Miljövänligare fraktpris	50 kr	155 kr	450 kr	3 000 kr	69 %
		Procentuell ökning	150 %	55 %	50 %	20 %	
	B	Miljövänligare fraktpris	30 kr	120 kr	400 kr	4 000 kr	41 %
		Procentuell ökning	50 %	20 %	33 %	60 %	
	C	Miljövänligare fraktpris	25 kr	130 kr	380 kr	3 500 kr	31 %
		Procentuell ökning	25 %	30 %	27 %	40 %	
	D	Miljövänligare fraktpris	70 kr	150 kr	350 kr	3 000 kr	84 %
		Procentuell ökning	250 %	50 %	17 %	20 %	
Procentuellt snitt på vara		119 %	39 %	32 %	35 %		

Den vara som respondenterna procentuellt kan tänka sig att betala den största extrasumman för är boken med ett värde på 100 kr och ett ordinarie fraktpris på 20 kr. Respondent D, som är en

medelålders kvinna med fast inkomst, svarar att hon kan tänka sig att betala en frakt på upp till 70 kr för boken. Det blir 50 kr utöver det ordinarie fraktpriset, för en frakt som är mer miljövänlig. Det i sin tur blir en procentuell ökning på 250 % vilket är den högsta siffran som uppnås i undersökningen. Det är även hon som svarar att hon kan tänka sig att betala 17 % extra för soffbordet, vilket är den minsta siffran som kunnat presenteras.

Respondent C svarar att hon kan inte tänka sig en frakt som är långsammare och samtidigt miljövänligare om den miljövänligare frakten kostar mer jämfört med den ordinarie frakten. Samtidigt svarar alla de tillfrågade att de kan acceptera en frakt på en vara från Asien till Sverige på fyra veckor istället för en tid på tre veckor. Detta om fraktpriset är oförändrat och att frakten är mer miljövänlig.

Ja inga problem, jag kan inte tänka mig vad det skulle vara för produkt som jag behöver på tre veckor när jag lika gärna kan ta fyra veckor.

De svarar även att de kan tänka sig en restid från Oskarshamn till Visby på fyra timmar istället för den ordinarie tiden på tre timmar om priset är oförändrat men att fartyget kör långsammare och därmed sparar bränsle och minskar sitt utsläpp.

5.3 Kunskap om sjöfartsrelaterade frågor

Vid frågan om vilket transportalternativ som respondenterna tror är det mest miljövänliga vid frakt av en liten vara från Europa till Asien svarar två av respondenterna att fartyg är det mest miljövänliga av tåg, fartyg och flyg. De andra två respondenterna svarar att tåg är det mest miljövänliga. Alla respondenterna svarar att de tror att flyg släpper ut mest av dessa tre alternativ. Vidare så tror tre av de tillfrågade att fartyg är hårdast reglerade i de utsläpp de får göra.

Fartyg är ju så stora mängder och flyg är så kort tid. [...] Tåg är nog inte så mycket värre, flyg är naturligtvis värre. Men hur mycket värre har jag ingen aning om.

För att undersöka hur viktig sjöfarten är har respondenterna fått svara på hur många av de landsgränsöverskridande transportererna som de tror sker på fartyg. Både respondent A och C tror att det är 80 % av de landsgränsöverskridande transportererna som sker på fartyg medan respondent B svarar 60 % och respondent D 65 %.

En fråga som ställts är vad respondenterna vet om de regleringar och miljöåtgärder som planerats och som redan gjorts inom sjöfart. Detta gjordes genom att ställa frågor om svavelbegränsning,

barlast och avloppsvatten. Alla dessa områden inom sjöfart har nyligen blivit behandlade av nya regelverk för att värna om miljön. Resultatet från denna fråga visar att det är endast respondent D av de tillfrågade som har hört talas om flertalet av dessa satsningar och regleringar men hon kan inte specificera vad de innebär. Respondent C svarar att hon hört talas om regleringen angående avloppsvatten men kan inte specificera vad den innebär.

Det är tydligt att ingen av de tillfrågade har en djupare kunskap om det miljöarbete som görs inom svensk sjöfart. Samtidigt tror tre av respondenterna att de svenska rederierna och fartygen ligger i framkant med sitt miljöarbete medan respondent A svarar att han tror att svenska rederier har ett miljöarbete men inte att de är ledande.

Jag tror att de [svenska rederierna] ligger i samma fåra som andra rederier inom västerländska normer som har ett miljöarbete. Jag kan tänka mig att från vissa länder inte har något miljöarbete alls. Jag tror inte att Sverige ligger i någon framkant. Jag tror inte att de är världsbäst men de ligger nog där andra rederier som kommer från västländer.

Respondent B som studerar inom sjöfart svarar att han tror att svensk sjöfart ligger i framkant med sitt miljöarbete men samtidigt svarar han att det görs för syns skull och att den svenska sjöfarten egentligen inte är särskilt miljövänlig eftersom mycket avfall från fartygen fortfarande kastas överbord.

Jag tror att det slängs jävligt mycket överbord fortfarande, det gör det.. och mikroplaster, det är säkert en stor andel som sjöfarten står för. Och gamla fiskenät och.. Nä jag tror att det fortfarande är den mentaliteten mycket, att man bara slänger överbord.

Varifrån de fartyg och rederier kommer som inte har ett väl utvecklat miljöarbete, skiljer sig mellan de tillfrågade. Respondent D som arbetar inom sjöfart, dock utan svensk arbetsgivare, är övertygad om att svensk sjöfart ligger i framkant med sitt miljöarbete men menar också att den svenska sjöfarten har ett högt pris. Vidare anser hon de länder som ligger efter i sitt miljöarbete kommer ifrån Asien och att en skillnad i kultur är den främsta anledningen till att inte alla har samma respekt för miljön. Något som alla respondenterna svarar gemensamt är att de tror att de flesta av dessa fartyg och rederier kommer från utvecklingsländer som inte har samma möjligheter till ett väl utarbetat miljöarbete.

Två av respondenterna anser att påverkan på marint liv som fartygen bidrar till är ett betydande problem. Respondent C svarar att svallvågorna som fartygen skapar påverkar det marina livet på ett negativt sätt medan respondent A svarar att undervattensbuller är det som påverkar marint liv mest.

När det gäller buller menar jag undervattensbuller och det gäller inte andra transportmedel, de har ju inte det problemet. Men när det gäller utsläpp så tror jag nog lastbilstrafik har lika stora problem som fartyg har.

Respondent D ser även problem hos andra transportslag och nämner lastbilstransporter som en bidragande faktor till miljöförstöring i form av det skräp som lastbilschaufförerna väljer att kasta i naturen. Respondent D arbetar inom sjöfart och anser även att det är de miljöfarliga utsläpp som fartygen gör i luften som är det största miljöproblemet.

Det [största miljöproblemet med sjöfart] är att vi inte kan ta hand om alla miljöutsläpp ombord. Det är på gång och det finns på stora råoljetankers så tar man hand om utsläppet. Gaserna som blir i utsläppet. Och reproducerar de ombord och använder de till att rena tjockolja eller till exempel när man ska lasta eller lossa.

Utsläppen som fartygen gör i luften är något som även de övriga respondenterna också anger som ett problem. Samtidigt tror alla även att dessa utsläpp kan minimeras eller åtminstone reduceras till en lägre nivå.

6. Diskussion

Syftet med detta arbete var att undersöka vilka faktorer som avgör konsumenters inställning till kostnaden för frakten på en vara som transporterats på ett mer miljövänligt sätt.

Frågeställningarna som denna undersökning kretsade kring är följande:

- Vad är det som avgör konsumenters inställning till miljörelaterad frakt?
- Hur mycket mer är konsumenter villiga att betala för en miljövänligare transport jämfört med en standardtransport?
- Hur pass medvetna är konsumenterna om det miljöarbete som redan gjorts och planeras göras inom sjöfart?

6.1 Konsumenters inställning till en miljörelaterad frakt

Resultatet visar att trots att respondenterna endast beställer saker från internet cirka en gång i månaden så finns villigheten hos alla de tillfrågade att vid dessa tillfällen betala mer för en mer miljövänlig frakt. Precis som tidigare forskning visat så är priset en viktig faktor när det gäller deras inställning till något som är dyrare och mer miljövänligt (Young et al. 2010, s. 29). Ett mönster som var tydligt var att konsumenterna önskar att det försäljningsföretag eller transportföretag som anordnar en dyrare och miljövänligare frakt är trovärdiga så att konsumenten har eller får ett förtroende för företagen. För att få konsumenternas förtroende ska transportföretaget eller försäljningsföretaget vara ett för konsumenten välkänt företag, alternativt så ska det inkluderas en utförlig beskrivning av vad den dyrare och mer miljövänliga frakten gör för miljön jämfört med den ordinarie frakten.

Vem som har ansvaret för en förbättrad miljö är skilt mellan respondenternas åsikter men alla är överens om att det finns ett kollektivt ansvar mellan myndigheter, företag och privatpersoner. Flera av respondenterna anser att det är myndigheternas ansvar att förse privatpersoner och företag med den kunskap som krävs för att de ska kunna göra ett medvetet val. Detta är något som nyligen verkställts inom försäljningen av plastpåsar i butiker. Butiker är nu skyldiga att informera om plastpåsens påverkan på miljön, något som har möjlighet att minska försäljningen av plastpåsar drastiskt (SFS 2016:1041). Om myndigheter inför ett system där konsumenten vid val av frakt får välja mellan en ordinarie frakt eller en dyrare och miljövänligare frakt, där den miljövänligare frakten är tydligt beskriven i vad som görs, hur det görs och vad det får för konsekvenser för miljön i slutändan kan detta system få en stor inverkan. Är det sedan något som stora försäljningsföretag erbjuder, som respondent C nämner som H&M eller IKEA, kan det leda till ett ännu större genomslag.

Resultatet visar att alla respondenterna hoppas på att kunna påverka personer i sin omgivning genom normalisering och att med hjälp av det så leder det i en större uträkning till en självklarhet att tänka mer på miljön. Att erbjuda en miljövänligare frakt är något som även företag kan dra nytta av. Företag som har ett synligt och fungerande miljöarbete blir mer attraktiva för konsumenter. Skulle konsumenterna ges möjlighet till en miljövänligare frakt hos ett företag när de beställer varor kan det leda till att konsumenten medvetet eller omedvetet får en positiv inställning till företaget (Englund & Söderhielm 2016, ss. 25-31). Därför kan en implementering av en alternativ miljövänligare frakt vid fraktval när en beställning görs, leda till ekonomisk vinst för företaget. Däremot när det kommer till sjöfart och rederier går inte den ekvationen alltid ihop eftersom det

kan handla om stora kostnader att göra fartygen mer miljövänliga. De investeringarna kan ofta gå obemärkta av konsumenterna (Göthe & Leijon 2015, s. 10), något som bekräftas av denna studie då ingen av respondenterna hade någon större koll på de miljöåtgärder som gjorts av svenska rederier.

6.2 Betalningsvillighet hos konsumenter

Idag erbjuder internetsidor som Apotea och Adlibris en dyrare och miljövänligare frakt. Trots det så visar resultatet från denna studie att det är ingen av respondenterna som använt sig av det, sett alternativet eller vetat om att det finns företag som erbjuder detta. Denna studie visar att alla respondenter hade övervägt alternativet om de fått erbjudandet.

Resultatet visar att hur mycket de tillfrågade är villiga att betala skiljer sig mycket mellan de olika respondenterna och de olika varorna. En tydlig skillnad är att det finns en större vilja att betala ett högre pris hos de respondenterna som är över 40 år. Vidare visar denna studie att snittet för de som är över 40 är på 69 % respektive 84 % mer utöver det ordinarie priset medan samma snitt ligger på 41 % respektive 31 % hos de som är under 40 år. Detta är något som säkerligen kan bero på de olika respondenternas ekonomiska situation. Den ena av de yngre respondenterna är student och den andra har precis avslutat sina studier. Studenter tar ofta lån för att kunna finansiera sin studietid och har därmed inte samma ekonomiska möjligheter som en person som jobbat i flertalet år.

I den tidigare studie som utfördes 1989 som undersökte i hur mycket mer konsumenter var villiga att betala för en miljövänligare produkt var slutsatsen att konsumenter var villiga att betala upp till 10 % mer för en miljövänligare produkt (Coddington 1990 se Laroche, Bergeron & Barbaro-Forleo 2001, s. 503). Den studien påminner om denna studie eftersom den går ut på att ta reda på hur mycket mer konsumenter är villiga att betala för en miljövänligare produkt, och inte en miljövänligare transport. Det totala snittet hos alla respondenterna i denna studie hamnar på 56 % utöver det ordinarie fraktpriset. En annan undersökning på hur mycket mer konsumenter är villiga att betala för en miljövänligare produkt som gjordes för ungefär två decennier sedan visade att konsumenter var beredda att betala upp till 40 % mer (Myburgh-Louw & O'Shaughnessy 1994 se Laroche, Bergeron & Barbaro-Forleo 2001, s. 503). Om man likställer villigheten att betala ett högre pris för en miljövänligare frakt med villigheten att betala ett högre pris för en miljövänligare produkt kan en jämförelse göras. Den jämförelsen visar tydligt på att villigheten att betala ett högre pris för något som är mer miljövänligt har stigit med åren. Det är mycket möjligt att denna villighet är beroende av

konsumenters miljömedvetenhet och att det därför är mycket möjligt att denna villighet kommer att öka i framtiden.

Den här studien har räknat ut ett snitt på hur mycket respondenterna är redo att betala mer per vara och resultatet från den uträkningen visar på en tydlig skillnad. Den billigaste varan som är en bok får ett snitt på 119 % utöver det ordinarie fraktpriset. Samtidigt får den dyraste varan som är en begagnad bil endast ett snitt på 35 % utöver det ordinarie fraktpriset. En procentuell ökning på ett lägre fraktpris jämfört med den procentuella ökningen på ett högre fraktpris följer inte en linjär ekvation för hur mycket de intervjuade konsumenterna är villiga att betala mer för en miljövänligare frakt. Det ordinarie fraktpriset för boken är 20kr medan det ordinarie fraktpriset på den begagnade bilen är 2 500kr. Det procentuella snittet på hur mycket mer de är villiga att betala för en miljövänligare frakt är absolut störst för den billigaste varan. Det kan bero på att respondenterna kan lättare tänka sig att betala en liten summa extra för frakten. I bokens fall där den ordinarie transportkostnaden redan är låg, leder till en hög procentuell ökning jämfört med om de skulle betala samma tilläggsavgift för den miljövänligare frakten på den begagnade bilen. Samtidigt så är en bok något som respondenterna troligtvis köper oftare än en begagnad bil. Därför så är det inte givet vilket av alternativen som är det mest gynnsamma för miljön. En person som ofta köper böcker och varje gång väljer det miljövänligare alternativet kan bidra med mer ekonomiska medel till miljön jämfört med en person som sällan köper begagnade bilar. För att Sverige ska kunna uppnå de klimatmål de har satt upp så bör de dra nytta av resultatet som denna studie visar tydligt på, vilket är att det finns en vilja att betala mer för en mer miljövänlig frakt.

Resultatet visar tydligt att alla de tillfrågade är positiva till en frakt eller transport som tar längre tid men är mer miljövänlig. Ett fartyg som går långsammare drar mindre bränsle och därmed minskas utsläppen (Andersson & Arvidsson 2017, s. 11). Detta är ett alternativ till en dyrare och miljövänligare frakt. Om konsumenten istället får alternativet vid beställningen att välja en långsammare frakt till samma pris blir den även mer miljövänlig. Eco driving är något som diskuterats mycket inom sjöfart de senaste åren (Jakobsson & Rydholm 2017, s. 1). Man har då försökt att minska bränsleförbrukningen genom att optimera rutter, minimera liggetiden i hamnar och begränsat effektuttaget. Detta har gjorts för att minska bränsleförbrukningen som i sin tur blir en ekonomisk besparing hos rederierna och en besparing på miljön. Om konsumenterna framför sitt intresse av en sänkt fart hos fartygen och en längre leveranstid ger detta möjligheten för rederierna att spara på sina utgifter och miljön ännu mer.

6.3 Kunskap om sjöfartsrelaterade frågor

Det framgår tydligt i den här studien att varken respondenterna som hade en anknytning till sjöfart eller de övriga hade liten eller ingen kunskap om miljörelaterade frågor till sjöss. Ingen av respondenterna var medvetna om hur stor del av de längre transporter som fraktats på ett fartyg vilket visar på hur omedvetna de är om sjöfarten. Det finns stora förbättringsmöjligheter inom det området för att göra konsumenter mer medvetna om hur deras produkter kommer till Sverige. Resultatet visar att de tillfrågades uppfattning var att de landsgränsöverskridande transporter sker mellan 60 % och 80 % på fartyg. Alltså lägre än vad det i själva verket är, eftersom det är 90 % av de landsgränsöverskridande transporter som sker på fartyg (Persson 2015, s. 5). Detta kan tolkas som att sjöfarten är mycket osynlig och dess vikt lätt glöms bort.

Ett ytterligare resultat av intervjuerna är att de två respondenterna som arbetar eller studerar inom sjöfart var även de enda två respondenterna som svarade att tåg är det mest miljövänliga transportsättet vid en transport av en mindre vara från Asien till Europa. De andra två respondenterna som inte arbetar inom sjöfart svarade att fartyg är det mest miljövänliga transportsättet vid samma frakt. Tack vare den stora mängd som ett fartyg kan frakta på en och samma resa jämfört med tåg, och den låga farten ett fartyg håller jämfört med ett flygplan så blir fartyg det mest miljövänliga alternativet i denna jämförelse (Bhola & Mostachjov 2013, s. 16). Samtidigt är det många parametrar som spelar in och det är en komplex jämförelse att göra. Det kan vara anledningen till att de två som har en anknytning till sjöfart och är medvetna om komplexiteten i frågan inte tror att sjöfart är det mest miljövänliga alternativet.

Endast en av respondenterna har en åsikt om det miljöarbete som görs hos svenska rederier och han anser att det görs mest för syns skull. De övriga tre svarar att de inte har någon åsikt alls i svenska rederiers miljöarbete. Samtidigt säger tre av respondenterna att svenska rederier ligger i framkant med sitt miljöarbete jämfört med andra länder. Den sista respondenten svarar att de inte ligger i framkant men att de ligger bra till. Det är något anmärkningsvärt att det är så många som inte vet något om de svenska rederiernas miljöarbete men att de ändå har en så stark åsikt i frågan. Eftersom sjöfarten kan ses som osynlig för många så kan man lätt få en uppfattning om att de då inte skulle ha någon åsikt i hur svensk sjöfart sköter sitt miljöarbete. Svenska rederier ligger bra till i sitt miljöarbete men hur respondenterna fått den uppfattningen kan diskuteras (International Transport Forum 2018). Den positiva stämningen i hur Sverige som land lyckas bra med att minska sina utsläpp (Miljö- och energidepartementet 2015) kan vara en anledning till att respondenterna fått uppfattningen om att detta gäller även sjöfarten utan att ha egentligen ha några bevis för det.

6.4 Metoddiskussion

Metoden som valdes med att utföra fyra kvalitativa intervjuer framställde en detaljerad bild av respondenternas inställning. De frågor som ställdes under intervjuerna var många och omfattande. Trots det så fanns det vissa frågor som skulle ha kunnat undersökas mer medan andra frågor kunde ha strukits. Det hade varit intressant att gå in mer på djupet i frågor som rörde en långsammare och miljövänligare frakt med samma pris som standardfrakten. Frågorna om respondenternas syn på miljöarbetet inom svensk sjöfart kunde ha varit flera och strukturerade på ett annat sätt för att få respondenterna att utveckla sig mer om den inställning de hade och hur de fått den inställningen. Frågor om deras inställning till gratis frakt kunde ha utelämnats då svaren från dessa inte tillförde något till arbetet.

Undersökningen använde sig endast av fyra intervjuer och därmed är inte reliabilitet garanterad eftersom den lätt skulle kunna få ett annat resultat om respondenterna består av fyra andra personer. Bland de respondenter som valdes ut var två redan aktiva inom sjöfart, vilket kan anses som mer än genomsnittet i Sverige på hur många som är aktiva inom sjöfart. Eftersom undersökningen delvis handlar om sjöfart kan detta ha påverkat resultatet.

Undersökningen har en hög validitet då det som var tänkt att undersökas undersöktes. För att öka validiteten skulle en utförligare undersökning kunna göras. Genom att använda sig utav flera exempelprodukter på flera olika värden men även exempelprodukter med samma värde skulle ett mer exakt resultat kunna presenteras.

7. Slutsats

Den slutsats som kan dras är att det finns en tydlig enighet hos respondenterna i att vilja värna om miljön genom ett högre fraktpris. Alla som deltog i studien är intresserade av en miljövänligare frakt men de ställer även krav på vad den ska innehålla. Den bör innehålla ett överkomligt pris och information om vad det är som gör den dyrare frakten mer miljövänlig. Den information som ges kan vara reglerad av myndigheter eller så kan ansvaret ligga på var och en av medborgarna att ta reda på fakta. Det krävs också ett förtroende för de som erbjuder den miljövänligare frakten. Det förtroendet kan uppnås genom att ge informationen vid fraktvalet eller via stora företag som redan har ett gott rykte.

Hur mycket dyrare den miljövänliga frakten bör vara beror på värdet på den vara som köpts, priset för den ordinarie frakten och individens villighet att betala ett högre pris. Bland de fyra som deltog i studien var spridningen i hur mycket mer de var villiga att betala stor. Snittet för allas ställningstagande är ett pris på 56 % utöver det ordinarie fraktpriset. En långsammare och därmed miljövänligare frakt med oförändrat pris är också något som studien visar att det finns ett stort intresse för.

En del av studien gick ut på att undersöka hur informerade konsumenterna är om det miljöarbete som görs inom sjöfarten. Kunskaperna om det miljöarbete som gjorts och det som planeras är nästintill obefintligt. Sjöfarten är en bransch som få har kunskaper om och den skulle kunna dra stor nytta av en förändring i detta. Om fler personer blir medvetna om miljöarbetet som görs inom sjöfart är det möjligt att deras inställning till sjöfart blir mer positiv och därmed kan branschen växa ytterligare. Samtidigt ses sjöfart och framförallt svensk sjöfart som ett alternativ som redan är, men också har möjlighet att bli ännu mer miljövänlig.

7.1 Förslag på vidare forskning

Ytterligare forskning krävs i ämnet för att kunna få en bredare och mer noggrann bild av konsumenternas inställning. Studien har baserats på endast fyra respondenter och en högre reliabilitet skulle uppnås med ett högre antal. Därför skulle en liknande studie med ett större antal respondenter vara ett förslag på vidare forskning. Att göra en djupare undersökning i konsumenters intresse för en långsammare och miljövänligare frakt till ett oförändrat pris är en detalj som endast behandlades ytligt i denna studie och inom det området kan en djupare och mer utförlig studie utföras. I studien framkom det att alla de tillfrågade hade en tydlig positiv åsikt i vad de tror om svenska rederier och deras miljöarbete men att de samtidigt inte visste vad dessa rederier gör för att värna om miljön. Ett ytterligare område att forska vidare i är hur det kommer sig att det är en sådan stor andel som har den uppfattningen utan att underbygga den med någon form av fakta.

Referenser

Andersson, A. och Arvidsson, T. (2017). *Nordostpassagen – ett lokalt hot eller en global möjlighet?: En värdering av miljöpåverkan vid ett ökat användande av Nordostpassagen*. Kalmar: Sjöfartshögskolan.

<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1107965/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 2017-12-06]

Askerström, A. och Tate, M. (2017). *Made in China: En kvalitativ studie om svenska konsumenters uppfattning kring fenomenet e-handel direkt från Kina*. Uppsala: Uppsala Universitet.

<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1137964/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 2018-01-18]

Bhola, R. och Mostachjov, D. (2013). *Grön logistik vid globala logistikföretag: En undersökning av godstransportens hållbarhet*. Stockholm: Kungliga Tekniska högskolan.

<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:650248/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 2018-01-18]

Bream Löfvenborg, F. (2017). *Ekonomiska incitament till gröna investeringar inom rederisektorn*. Borås: University of Borås.

<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1146052/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 2018-02-12]

Carlsson, F. och Grahn, S. (2017). *Skräddarsydd kommunikation: Hur miljövänliga transporter bör kommuniceras enligt e-handelskonsumenten*. Linköping: Linköping University.

<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1117160/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 2018-02-06]

DHL. (2018). *Företagsbeskrivning*. DHL International GmbH.

http://www.dhl.se/sv/om_dhl/foretags_beskrivning.html [Hämtad 2018-02-09]

Englund, M. och Söderhielm, J. (2016). *Grön marknadsföringsstrategi: påverkar den konsumenters miljöattityd gentemot företaget?: En jämförande studie av företag med olika grad av grön marknadsföringsstrategi*. Skövde: University of Skövde.

<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:945122/FULLTEXT02.pdf> [Hämtad 2018-02-06]

Guaru, C. och Ranchhod, A. (2005). *International green marketing: A comparative study of British and Romanian firms*, *International Marketing Review*, 22 (5), ss. 547-561. Southampton, UK: Southampton Business School.

<http://www.emeraldinsight.com.proxy.lnu.se/doi/pdfplus/10.1108/02651330510624381> [Hämtad 2018-02-01]

Green Cargo. (2014). *Miljö - Klimatsmarta transporter*. Green Cargo.

<http://www.greencargo.com/sv/hallbar-logistik/miljo/> [Hämtad 2018-02-09]

Gustafsson, M. (2008). *Klimatförändringen och dess konsekvenser för samhället, i Sverige och världen*. Växjö: Växjö Universitet.

<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:206221/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 2018-01-18]

Göthe, M. och Leijon, J. (2015). *En jämförande studie av metanol och MGO - Med fokus på emissioner, hantering och kostnader*. Göteborg: Chalmers University of Technology.

<http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/218841/218841.pdf> [Hämtad 2017-12-30]

IMO. (2017). *The 2020 global sulphur limit*. International Maritime Organization.

http://www.imo.org/en/MediaCentre/HotTopics/GHG/Documents/2020%20sulphur%20limit%20FAQ%20-%20ENGLISH_update%2025-07-2017.pdf [Hämtad 2018-02-10]

International Transport Forum. (2018). *Decarbonising Maritime Transport: The Case of Sweden*. Svensk Sjöfart.

<http://www.sweship.se/wp-content/uploads/2018/03/Decarbonisation-of-Maritime-Transport.pdf>

[Hämtad 2018-04-22]

Jacobsen, D.I. (2010). *Förståelse, beskrivning och förklaring*. 2. Uppl, Lund: Studentlitteratur AB.

Jakobsson, N. och Rydholm, P. (2017). *Ecodriving – hot eller möjlighet*. Kalmar: Sjöfartshögskolan.

<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1096950/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 2018-03-25]

Laroche, M., Bergeron, J. och Barbaro-Forleo, G. (2001). *Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products*, *Journal of Consumer Marketing*, 18 (6), ss. 503-520.

<http://www.emeraldinsight.com.proxy.lnu.se/doi/pdfplus/10.1108/EUM0000000006155> [Hämtad 2018-01-21]

Layng, V. T. (2010). Buying green. *Behavior Analyst*, 33 (2), ss. 175-177.

<http://proxy.lnu.se/login?url=https://search-proquest-com.proxy.lnu.se/docview/964180005?accountid=14827> [Hämtad 2018-01-21]

Lu, F. och Li, Y. (2010). The China factor in recent global commodity price and shipping freight volatilities. *China Economic Journal*, 2(3), ss. 351–377.

<http://www.tandfonline-com.proxy.lnu.se/doi/full/10.1080/17538960903552891?scroll=top&needAccess=true> [Hämtad 2017-12-30]

SFS 2016:1041. (2016). Förordning (SFS 2016:1041) om plastkassar. Miljö- och energidepartementet.

<http://rkrattsbaser.gov.se/sfst?bet=2016:1041> [Hämtad 2018-04-22]

Miljö- och energidepartementet. (2015). *Målet är ett Fossilfritt Sverige*. Regeringskansliet.

http://www.regeringen.se/4add1a/contentassets/790b8b0d7c164279a39c9718ae54c025/faktablad_fossilfritt_sverige_webb.pdf [Hämtad 2018-02-09]

Perman, I. och Löfmark, E. (2014). *Är vi mogna för gröna bananer?: En kvantitativ studie om medvetenhet om faktorerna miljö, hälsa och arbetsförhållanden är av vikt för att konsumenter skall välja ekologiska bananer*. Umeå: Umeå Universitet.

<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:725982/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 2018-02-05]

Persson, M. (2015). *Sjöfart, rundvirkestransport & Utsläppsfri sjöfart*. Stockholm: Kungliga Tekniska Högskolan.

<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:853586/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 2018-01-18]

Prashant, K och Bhimrao, G. (2015). Factors affecting consumers' green product purchase decisions. *Marketing Intelligence & Planning*, 33 (3), ss. 330-347.

<http://www.emeraldinsight.com.proxy.lnu.se/doi/pdfplus/10.1108/MIP-03-2014-0068> [Hämtad 2018-01-20]

Rao, P. och Holt, D. (2005). Do green supply chains lead to competitiveness and economic performance?, *International Journal of Operations & Production Management*, 25 (9), ss. 898-916.

<http://www.emeraldinsight.com.proxy.lnu.se/doi/pdfplus/10.1108/01443570510613956> [Hämtad 2018-01-20]

Schenker. (u.å.). *Miljö*. Schenker AB.

<https://www.dbschenker.com/se-sv/om-oss/h%C3%A5llbarhet/miljoe> [Hämtad 2018-02-09]

Shamson, G. (2013). *Skrubbers till sjöss: En studie om utmaningarna med skrubbers för marint bruk*.

Kalmar: Sjöfartshögskolan.

<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:703231/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 2018-02-12]

Vetenskapsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet.

<http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf> [Hämtad 2018-02-17]

Trochim, W. M.K. (2006). *Nonprobability Sampling*. Web Center for Social Research Methods.

<https://www.socialresearchmethods.net/kb/samprnon.php> [Hämtad 2018-02-12]

Young, W., Hwang, K., McDonald, S. och J. Oates, C. (2010). *Sustainable Consumption: Green Consumer Behaviour when Purchasing Products*, *Sustainable Development*, 18, ss. 20-31.

<http://onlinelibrary.wiley.com.proxy.lnu.se/doi/10.1002/sd.394/epdf> [Hämtad 2018-01-21]

Bilagor

Bilaga 1. Följebrev

Hej!

Vad kul att du har tackat ja till att delta i vår studie om miljövänlig frakt. Du är en av fyra personer som deltar i studien. Detta är en del av vårt examensarbete som ingår i sjökaptensprogrammet och är en av de avslutande kurserna i utbildningen.

Arbetet handlar om konsumenters villighet att betala ett högre pris för en frakt som är mer miljövänlig och frågorna i intervjun kommer att kretsa runt detta. Du behöver inte vara påläst inom ämnet eftersom vi försöker få en bild av fyra konsumenters syn på det, utan expertkunskap. Vi värdesätter personer som kan svara utförligt och ge sin ärliga åsikt angående ämnet så därför ber vi dig att utveckla dina svar och vara så tydlig som möjligt.

Intervjun kommer att ta upp till en timme och hela intervjun kommer att spelas in. Detta görs för att kunna transkribera det som sägs för att i efterhand lättare kunna gå tillbaka och undersöka vad som sades. När transkriberingen är klar kommer en sammanfattning av hela intervjun skrivas och du får sedan ta del av sammanfattningen för att kunna bekräfta att vi uppfattat det du sa på ett korrekt sätt. Därför kommer det vara en person som utför själva intervjun medan den andra spelar in och för anteckningar. Ditt namn kommer inte att nämnas i arbetet och du kommer vara helt anonym. Vidare så är deltagandet frivilligt och du kan när som helst välja att avbryta ditt deltagande, utan vidare förklaring.

Intervjuerna kommer att utföras under vecka 9 och 10 efter överenskommen tid och plats. Vidare upplysningar lämnas av Klas (amazonklas@gmail.com) och Issa (Aroalssa@hotmail.com) samt handledare Magnus Boström (magnus.bostrom@lnu.se).

Med vänliga hälsningar,
Klas Fagerberg & Aroa Issa

Bilaga 2. Intervjumall

Intervjuperson: _____ Datum: _____

1. Berätta kort om dig själv.
 - Var bor du?
 - Hur gammal är du?
 - Vad är din sysselsättning?
 - Vad har du för utbildning?
 - Vad är ditt civilstånd?
 - Vad har du för typ av jobb?
 - Har du några barn?

2. Vad tycker du är de största miljöproblemen?
 - Hur har du fått uppfattningen att det är ett problem?
 - Vad är det som är ett problem?

3. Vad gör du för att värna om miljön?
 - Sopsorterar du?
 - Undviker du att köra bil?
 - Äter du vegetariskt eller undviker du att äta kött?
 - Gör du det för att värna om miljön?
 - Vad tror du det du gör leder till?

4. Köper du ekologiska produkter?
 - Varför köper du inte ekologiska produkter?
 - Av vilken eller vilka anledningar köper du ekologiskt?
 - På vilket sätt tror du det är till miljöns fördel?
 - Vilka typer av produkter föredrar du att köpa ekologiskt?

5. Försöker du att köpa närproducerade produkter?
 - Varför inte?
 - Av vilken eller vilka anledningar köper du närproducerade varor?
 - På vilket sätt tror du att det är till miljöns fördel?
 - Vilka typer av produkter föredrar du att köpa som är närproducerade?

6. Hur tror du att miljön kommer att ha förändrats om 50 år?
 - Hur kommer det påverka dig?
 - Finns det en möjlighet att miljön om 50 år istället gått åt motsatt riktning?

7. Hur ofta beställer du saker från internet?
 - Vilka typer av varor köper du från internet?
 - Varför köper du från internet?

- Tror du att det är mer miljövänligt att beställa från internet?
 - Tänker du på varifrån varan skickas när du beställer på internet?
8. Har du någonsin beställt varor från Asien via webbsidor som Wish eller Alibaba?
- Varför har du inte handlat på någon sida som dessa?
 - Tänkte du då på hur varan hade fraktats?
 - Vad tror du frakten hade för effekter på miljön?
 - Övervägde du något annat transportalternativ?
9. Vad är din inställning till gratis frakt?
- Kan gratis frakt påverka dig så att du genomför ett köp som du inte hade gjort om frakten inte var gratis?
 - Händer det att du har handlat saker du egentligen inte behövt för att komma upp till en viss summa där gratis frakt erhålls?
 - Tror du att frakten som är gratis är utformad på ett hållbart sätt?
10. Har du någonsin betalat mer för att få något levererat på ett mer miljövänligt sätt?
- I vilket sammanhang gjorde du detta?
 - Hur mycket mer kostade den miljövänliga frakten?
 - Vad fick dig att göra det?
 - Har du fått möjligheten att göra det någon gång?
 - I vilket sammanhang fick du den möjligheten?
 - Vad var det som fick dig att inte göra det?
 - Om du hade funnits, hade du gjort det då?
11. Vilka parametrar är det som påverkar din inställning till en mer miljövänlig frakt?
- Pris?
 - Trovärdighet hos transportören?
 - Normalisering?
 - Tillgänglig information om den mer miljövänliga frakten?
 - Eventuell längre leveranstid?
12. Skulle du kunna tänka dig att acceptera en långsammare och miljövänligare transport?
- Om du beställer en produkt från Asien och frakten är på tre veckor, skulle du acceptera fyra veckor istället om frakten är mer miljövänligt men priset oförändrat?
 - Skulle du kunna acceptera en resa till Visby från Oskarshamn på fyra timmar istället för ordinarie tre timmar för samma pris men mer miljövänligt pga lägre fart?
13. Vem har ansvaret för en förbättrad miljö?
- Myndigheter, företag eller privatpersoner?
 - Föredrar du att myndigheter går in och bestämmer att alla frakter ska utföras på ett visst sätt för att minska påverkan på miljön eller anser du att det är upp till konsumenterna själva att överväga fördelarna med en mer miljövänlig frakt?
 - Tycker du att myndigheter behöver gå in och reglera ännu mer hur negativa miljöpåverkningarna får vara inom transport?

14. Om du ska köpa en bok på internet för ett pris på 100kr och frakten ligger på 20kr, kan du tänka dig att istället betala en frakt på 25kr om den frakten är mer miljövänlig?
- 30kr?
 - 35kr?
 - 40kr?
 - 45kr?
 - 50kr eller mer?
15. Om du ska köpa ett soffbord på internet för ett pris på 800kr och frakten ligger på 100kr, kan du tänka dig att istället betala en frakt på 110kr om den är mer miljövänlig?
- 120kr?
 - 130kr?
 - 140kr?
 - 150kr?
 - 160kr eller mer?
16. Om du ska köpa ett nytt kylskåp på internet för ett pris på 10 000kr och frakten ligger på 300kr, kan du tänka dig att istället betala en frakt på 320kr om den frakten är mer miljövänlig?
- 340kr?
 - 360kr?
 - 380kr?
 - 400kr?
 - 420kr eller mer?
17. Om du ska köpa en bil för ett pris på 250 000kr från ett annat land och frakten ligger på 2 500kr, kan du då tänka dig att istället betala en frakt på 3 000kr om den frakten är mer miljövänlig?
- 3 500kr?
 - 4 000kr?
 - 4 500kr?
 - 5 000kr?
 - 5 500kr eller mer?
18. Tror du att ett högre fraktpris för en miljövänligare frakt kan slå igenom globalt inom de närmsta åren?
- Tror du det kan slå igenom i Sverige?
 - Inom 20 år?
19. Var bör man investera de extra pengarna som en dyrare och mer miljövänlig frakt genererar?
- Minska utsläpp till luften?
 - Minska utsläpp i vattnet?
 - Minska fartygens påverkan på marint liv?

- Kompensera för miljöpåverkan?
 - Lägre fart för fartygen?
20. Hur många procent av de globala landsgränsöverskridande transporterarna tror du transporteras på ett fartyg?
- Hur stor andel av de export- och importvaror som fraktas till och från Sverige tror du har transporterats på ett fartyg?
21. Vilket alternativ tror du är det mest miljövänliga alternativet av tåg, båt och flyg vid frakt av en mindre vara från Asien till Europa?
- Hur många mer procentenheter tror du de andra alternativen släpper ut jämfört med det som du tror är mest miljövänligt?
 - Hur hårt tror du sjöfarten är reglerad i den mängd utsläpp de får göra jämfört med tåg och flyg?
22. Vad vet du om de miljöåtgärder och regleringar som görs inom sjöfart?
- Vilket bränsle tror du fartyg kör på?
 - Vet du vad LNG är och vad det används till inom sjöfart?
 - Vad tror du kan vara ett framtida bränsle för fartyg?
 - Har du hört talas om den nya svavelbegränsningen som träder i kraft globalt 2020?
 - Har du hört talas om de nya reglerna angående barlast som nyss trätt i kraft globalt?
 - Har du hört talas om de nya utsläppsreglerna för avloppsvatten i Östersjön som träder i kraft 2019 samt 2021?
 - Har du hört talas om slow steaming och vad det innebär?
23. Vad är din syn på svenska rederier och svenska fartyg angående deras miljöarbete?
- Tror du att det skiljer sig i miljöarbetet hos rederier beroende på vilket land som rederierna och fartygen är registrerade i?
 - Tror du att svenska rederier och fartyg ligger i framkant eller bakkant när det kommer till deras miljöarbete?
 - Vilka länder tror du de rederier och fartyg som ligger i efterkant med sitt miljöarbete kommer ifrån?
 - Vad vet du om den tonnageskattesystem som införts och vad det innebär för svensk sjöfart?
24. Vad är det största miljöproblemet med sjöfart enligt dig?
- Vilka andra problem ser du med sjöfarten?
 - Tror du dessa problem kan lösas eller reduceras?
 - Är dessa problem något som är större hos sjöfart än andra transportsätt?
25. Finns det något du vill tillägga inom ämnet?