

SWOT-analys

inom forskningsprojektet

hållbara företagsresor 2.0

2024



Michael Johansson, Peter Arnfalk & Lena Winslott Hiselius

Den 6 September 2024

1. Bakgrund.....	3
1.1. Inledning	3
1.2. Forskningsrelevans	3
2. Metod och bakgrund	4
2.1. Forskningsprojektets bakgrund	4
2.2. Datainsamling och urval.....	4
2.3. SWOT-analysens metodologiska ramverk	5
2.4. Reflektion över metodens begränsningar	5
3. SWOT-analys inom forskningsprojektet hållbara företagsresor 2.0	6
3.1. Styrkor (Strengths)	6
3.2. Svagheter (Weaknesses)	6
3.3. Möjligheter (Opportunities).....	6
3.4. Hot (Threats)	6
4. Diskussion	7
4.1. Möjligheter och styrkor	7
4.2. Utmaningar och hot	7
4.3. Betydelsen av långsiktigt tänkande och anpassning	8
4.4. Framtida potential och utveckling	8
5. Sammanfattande analys och rekommendationer	8
5.1. Sammanfattande analys	8
5.2. Rekommendationer	9

1. Bakgrund

1.1. Inledning

Forskningsprojektet *Hållbara Företagsresor 2.0* ska aktivt följa och utvärdera hur deltagande företagens persontransporter påverkats av Corona-pandemin på sikt. Forskningsprojektet vill fånga upp nyckelfaktorer av betydelse för omställningen till ett transporteffektivt samhälle i ett post-corona-perspektiv. Forskningen inom projektet riktar sig främst på företagens tjänste- och pendlingsresor.

Målet med projektet är att kunna identifiera såväl styrkor, svagheter, hot och möjligheter vad gäller företagens personrelaterade transporter. För att bygga upp ett långsiktigt och hållbart transportsystem i en svensk kontext räcker det inte enbart med teknik och energieffektivisering. Det krävs även förändring av vårt individuella resbeteende tillsammans med en mer hållbar samhällsplanering för att reducera transporternas negativa såväl direkta (yt- och hälsomässiga) som indirekta (klimat- och miljömässiga) effekter.

Corona-pandemin har kommit att på olika sätt påverka vårt dagliga resande, bland annat genom ökat bilpendlande, men även genom fler resfria och digitala arbetsmöten. Att distansjobba har på så vis blivit en ny norm – det nya normala - vilket på olika sätt har påverkat kollektivtrafikanvändandet och samtidigt skapat gynnsamma förutsättningar för cykelpendling.

Forskningsprojektet inriktar sig på privata företag i Lunds kommun och Helsingborg stad. Flera av företagen i projektet är stora internationella företag där beteendeförändringar på mobilitetsområdet kan ge stora klimat- och miljöeffekter. Större internationella företag som deltagare i projektet skapar gynnsamma förutsättningar att sprida ny kunskap internt på företagen till en större grupp människor och för att på så sätt få en hög uppskalningseffekt. Projektet hoppas även bidra till lokala resurseffektiva företag, vilket därmed leder till konkurrensfördelar och näringslivsutveckling för företag, kommuner och region. Forskningen syftar till att följa företagen och dokumentera olika förändringsprocesser samt parallellt utvärdera arbetet för att få ny kunskap kring Coronapandemins effekter på resebeteendet.

1.2. Forskningsrelevans

Transporter spelar en viktig roll i vardagen för miljontals svenskar, med olika typer av resor och mobilitetslösningar som påverkar både anställda, samhälle och företag. Den här rapporten fokuserar på hållbara företagsresor, dvs såväl pendlings- som tjänsteresor och deras miljöpåverkan, samt hur dessa resor kan förbättras genom strategier och analyser som SWOT. Fördelen med att använda SWOT som analys-verktyg är att den ger en omfattande översikt över både interna och externa faktorer som påverkar företagens arbete med hållbara företagsresor. SWOT hjälper till att strukturera och organisera information på ett sätt som gör det lättare att identifiera och analysera viktiga aspekter och resultat av forskningen inom projektet.

Genom att tydligt identifiera styrkor och svagheter kan forskningen leda till att företagen med hjälp av SWOT-analys fattar mer informerade beslut om hur de ska gå vidare med sitt hållbarhetsarbete bland annat genom att utveckla strategier som maximerar styrkor och möjligheter samtidigt minimera svagheter och hot. SWOT-analysen är samtidigt för forskningen ett effektivt verktyg för att kommunicera projektets status med arbetet kring handlingsplaner.

Syftet med denna SWOT-analys är således att identifiera styrkor, svagheter, möjligheter och hot inom deltagande företags arbete med handlingsplaner för hållbara företagsresor. Målet är att synliggöra de transportrelaterade effekterna efter Coronapandemin och främja kunskapsutbyte och spridning, både nationellt och internationellt.

2. Metod och bakgrund

2.1. Forskningsprojektets bakgrund

SWOT-analysen är en del av forskningsprojektet "Hållbara företagsresor 2.0", vars övergripande mål är att undersöka och utveckla strategier för hur svenska företag kan minska sin miljö- och klimatpåverkan genom hållbara resvanor. I ljuset av de förändringar som Coronapandemin medförde, särskilt när det gäller resvanor och distansarbete, undersöker projektet hur företag kan fortsätta att arbeta mot fossilfria resor och minskad transportrelaterad miljöpåverkan.

Att främja hållbara företagsresor är inte bara viktigt för att uppnå klimatmålen, utan även för att stärka företagets konkurrenskraft genom kostnadsbesparingar och ett förbättrat företagsvarumärke. Projektet bygger på en kombination av teoretiska ramar, empiri och praktiska fallstudier där SWOT-analysen är en central del för att kartlägga både interna och externa faktorer som påverkar företagets förmåga att lyckas med sina hållbarhetsmål.

2.2. Datainsamling och urval

Datainsamlingen för SWOT-analysen genomfördes genom kvalitativa intervjuer med representanter från 12 företag som deltog i projektet. Företagen valdes för att representera en bredd av branscher och storlekar, vilket ger analysen en bredare bas av erfarenheter och insikter. Intervjuerna utfördes under april och juni 2024 och inkluderade totalt 23 personer.

En förutsättning för deltagandet var att företaget skulle ha en representant med beslutsfattande befogenheter inom ramen för handlingsplanerna för hållbara företagsresor. Detta var en viktig aspekt för att kunna få fram relevant och tillförlitlig information om företagets strategiska beslut kring resvanor och hållbarhet. Trots detta var det i vissa fall utmanande att säkerställa att rätt person deltog i intervjuerna, vilket påverkat vissa delar av analysen.

Samtliga intervjuer genomfördes digitalt via Teams och varade mellan 60 och 90 minuter. Intervjuerna följde en semistrukturerad intervjuguide, vilket möjliggjorde både standardiserade frågor för att kunna jämföra resultat mellan företagen, samt öppna frågor för

att fånga upp unika insikter från respektive företag. De två huvudsakliga intervjuerna, Annica Owesson från Energikontor Syd och Michael Johansson från Lunds universitet, genomförde intervjuerna i ett delat format där Annica fokuserade på att gå igenom företagets befintliga handlingsplan och Michael kompletterade med fördjupande frågor. Samtliga intervjuer transkriberades och anonymiserades för att säkerställa integriteten hos både företag och intervjupersoner.

2.3. SWOT-analysens metodologiska ramverk

SWOT-analysen är ett välbeprövat verktyg inom strategisk analys och används ofta för att utvärdera både organisationers och projektens styrkor, svagheter, möjligheter och hot. Genom att analysera interna faktorer (styrkor och svagheter) i relation till externa omständigheter (möjligheter och hot) kan företag identifiera nyckelområden för förbättring och utveckla strategier för att möta framtida utmaningar.

I denna SWOT-analys fokuseras specifikt på företagens arbete med hållbara resor och hur deras befintliga handlingsplaner kan optimeras för att uppnå bättre resultat. Eftersom SWOT-analysen bygger på intervjuerna med företagen, utgår den från deras synsätt och erfarenheter. Detta innebär att analysen har en tydligt empirisk grund, där praktiska exempel och verkliga upplevelser används för att synliggöra både hinder och framgångsfaktorer.

Resultaten från SWOT-analysen kopplas till de bredare målen för projektet, som bland annat syftar till att främja kunskapsutbyte och stärka företagens nätverk kring hållbarhetsfrågor, både nationellt och internationellt. Denna integrering av teoretiska insikter och empiriska resultat gör det möjligt att skapa en bredare förståelse för vilka strategier som kan vara mest effektiva för att uppnå hållbara företagsresor.

2.4. Reflektion över metodens begränsningar

Det är viktigt att notera vissa metodologiska begränsningar i denna SWOT-analys. Den digitala intervjumetoden via Teams, som blev nödvändig på grund av pandemin och andra logistiska utmaningar, kan ha påverkat kvaliteten på vissa intervjuer. Det kan vara svårare att fånga upp nyanser och icke-verbal kommunikation i ett digitalt format, vilket kan ha påverkat svarens djup och omfattning.

Dessutom kan urvalet av företag och intervjupersoner påverka generaliserbarheten av resultaten. Även om företagen representerade en bredd av branscher, kan variationer i företagsstorlek, resurstillgång och geografiska förutsättningar innebära att vissa insikter inte är direkt överförbara till alla företag i Sverige.

Trots dessa begränsningar ger SWOT-analysen en värdefull och nyanserad bild av hur svenska företag arbetar med att utveckla hållbara företagsresor och de utmaningar och möjligheter som detta arbete innebär.

3. SWOT-analys inom forskningsprojektet hållbara företagsresor 2.0

3.1. Styrkor (Strengths)

- Miljömässiga fördelar: Minskade koldioxidutsläpp genom ökad användning av kollektivtrafik och digitala möten.
- Kostnadsbesparingar: Lägre kostnader för bränsle, underhåll och skatteförmåner.
- Hälsa och välbefinnande: Ökad fysisk aktivitet genom cykling och gång förbättrar anställdas hälsa.
- Företagsimage: Hållbarhetsengagemang stärker varumärket och anställdas lojalitet.

3.2. Svagheter (Weaknesses)

- Brist på infrastruktur: Otillräckliga gång- och cykelvägar samt laddstationer.
- Initiala investeringskostnader: Höga kostnader för elbilar, laddstationer och omklädningsrum.
- Anpassningssvårigheter medarbetare: Medarbetarna kan behöva tid att vänja sig vid nya resvanor.
- Anpassningssvårigheter för ledning/ansvariga: Svårigheter initialt att få ut relevant mätdata internt samt veta hur man ska använda den. Ändrade arbetsuppgifter hos ansvariga för handlingsplaner, ingen kontinuitet eller ansvarig för genomförande.

3.3. Möjligheter (Opportunities)

- Teknologiska framsteg: Utveckling av smarta transportlösningar och digitala möten kan minska behovet av resor.
- Stöd och subventioner: Möjlighet till ekonomiskt stöd för hållbara transportinitiativ.
- Samarbeten: Företag kan samarbeta med andra för att gemensamt förbättra infrastruktur.

3.4. Hot (Threats)

- Kollektivtrafikens begränsningar: Mindre flexibla tidtabeller och succesiv nedmontering av turutbud jämfört med privat bilkörning.
- Ekonomiska faktorer: Ekonomiska fluktuationer kan påverka investeringar i hållbara lösningar.
- Regelverksförändringar: Nya regler kan påverka kostnader och tillgänglighet för hållbara transportalternativ.

4. Diskussion

Arbetet med hållbara företagsresor innebär både stora möjligheter och komplexa utmaningar för företag. Genom att minska företagets miljö- och klimatpåverkan, samtidigt som de kan spara pengar och förbättra medarbetarnas hälsa och välbefinnande, kan företagen skapa en positiv spiral som inte bara gynnar dem själva utan även samhället i stort. SWOT-analysen tydliggör att hållbara företagsresor kan vara en strategiskt viktig del av företagets övergripande hållbarhetsarbete, men att framgången är beroende av flera faktorer.

4.1. Möjligheter och styrkor

De starkaste drivkrafterna bakom hållbara företagsresor är de miljömässiga och ekonomiska vinsterna. Företag kan minska sina koldioxidutsläpp genom att uppmuntra användning av kollektivtrafik, cykling och digitala möten. Detta är i linje med både nationella och globala klimatmål, vilket kan förbättra företagets rykte som miljömedvetna och ansvarsfulla aktörer. Dessutom kan digitalisering och tekniska framsteg leda till kostnadsbesparingar på sikt, genom minskad användning av bränsle och underhåll av egna fordon.

Företagets varumärke stärks också genom ett aktivt hållbarhetsarbete, vilket kan göra dem mer attraktiva som arbetsgivare. I en tid där allt fler medarbetare och kunder värdesätter miljöansvar kan företag som aktivt engagerar sig i hållbarhetsfrågor bygga en lojal kundbas och attrahera talanger som delar dessa värderingar. Ett starkt fokus på hållbara företagsresor kan dessutom bidra till ökad trivsel och välbefinnande bland anställda, vilket i sin tur kan leda till förbättrad produktivitet och minskad sjukfrånvaro.

4.2. Utmaningar och hot

Trots de tydliga fördelarna finns det flera svagheter och hot som måste hanteras. En av de största svårigheterna är de initiala investeringarna som krävs för att bygga upp den nödvändiga infrastrukturen, såsom laddstationer för elbilar, cykelvägar och omklädningsrum för cykelpendlare. Denna typ av infrastruktur är ofta kostsam och kan vara svår att motivera för företag som ser hållbara resor som en sekundär prioritet. Även om dessa investeringar kan leda till långsiktiga besparingar, är det inte alltid enkelt för företag att se den omedelbara avkastningen.

En annan stor utmaning är att många företag saknar tydliga mål eller ledningsengagemang för arbetet med hållbara resor. En hållbarhetsstrategi blir lätt ineffektiv om den inte är ordentligt förankrad i företagsledningen och om det inte finns en tydlig plan för hur målen ska nås. Ledningens brist på engagemang eller fokus på kortsiktiga mål kan göra att arbetet med hållbara företagsresor hamnar i skymundan.

Vidare kan anställdas anpassning till nya resvanor vara en utmaning. Många medarbetare är vana vid att använda sina egna bilar och kan vara motvilliga att övergå till kollektivtrafik eller andra mer hållbara alternativ. För att övervinna denna motvilja krävs det ofta omfattande informationskampanjer och incitament som gör de hållbara alternativen mer attraktiva.

Slutligen finns det också externa hot, som brister i kollektivtrafikens flexibilitet och förändringar i ekonomiska förhållanden eller regelverk. Kollektivtrafikens tidtabeller och linjedragningar kan göra det svårt för anställda att helt övergå till mer hållbara transportmedel. Samtidigt kan ekonomiska nedgångar och ökade kostnader förknippade med nya lagar och regler påverka företagens vilja och förmåga att investera i hållbara transportlösningar.

4.3. Betydelsen av långsiktigt tänkande och anpassning

Det är tydligt att framgångsrikt arbete med hållbara företagsresor kräver ett långsiktigt perspektiv. För att företag ska kunna övervinna initiala kostnader och medarbetarmotstånd krävs en tydlig, välkommunicerad strategi som genomsyrar hela organisationen. Företag som investerar tid och resurser i att förankra hållbarhetsmålen i företagets kärnverksamhet och arbetskultur har större chans att lyckas.

Det är också viktigt att företagen är flexibla och anpassar sina handlingsplaner efter sina specifika förutsättningar. Genom att kontinuerligt utvärdera och justera sina strategier kan företagen säkerställa att de inte bara uppfyller sina hållbarhetsmål utan också förblir konkurrenskraftiga i en föränderlig omvärld. Samarbete med andra företag och kommuner kan dessutom vara en nyckelfaktor för att lösa infrastrukturfrågor och utveckla gemensamma hållbarhetslösningar.

4.4. Framtida potential och utveckling

Trots de utmaningar som identifierats, finns det betydande potential för företag som lyckas implementera effektiva strategier för hållbara företagsresor. Genom att kombinera olika åtgärder och incitament, såsom subventioner för kollektivtrafik, satsningar på digitala möten och partnerskap med andra aktörer, kan företagen inte bara minska sina koldioxidutsläpp utan också bli föregångare inom hållbar mobilitet. Detta skulle inte bara gynna deras egna affärer utan också bidra till det nationella och globala hållbarhetsarbetet.

5. Sammanfattande analys och rekommendationer

5.1. Sammanfattande analys

SWOT-analysen visar att företagens arbete med hållbara resor erbjuder både stora möjligheter och utmaningar. Miljövinsterna och de ekonomiska besparingarna är betydande styrkor, medan infrastrukturella och ekonomiska hinder utgör svagheter och hot. Företagens förmåga att anpassa sig till nya resvanor och samarbeta med andra aktörer kan vara avgörande för deras framgång. Trots initiala kostnader och anpassningsutmaningar finns potential för långsiktiga fördelar i både hållbarhetsarbetet och företagets konkurrenskraft. Med erfarenhet från SWOT-analysen baserad på intervjuer av deltagande företag har det visat sig att en handlingsplan för hållbara företagsresor bör innehålla:

- En tydlig definition av målet eller målen
- En lista över nödvändiga uppgifter eller aktiviteter för att uppnå målet
- En tidsplan eller deadline för varje uppgift
- Ansvaret för varje uppgift (dvs. vem som kommer att utföra den)

- Nödvändiga resurser och verktyg i form av tid och personal (gärna ett team snarare än ensamarbete)
- En plan för att mäta framstegen och justera planen vid behov dvs. att kunna förstå vad man mäter och hur samt varför man mäter

5.2. Rekommendationer

1. *Förbättra infrastrukturen:* Investera i hållbara alternativ som laddstationer, cykelvägar och omklädningsrum. Dessa investeringar kan minska beroendet av fossila bränslen och främja användningen av hållbara transportmedel.

2. *Kommunicera tydligt:* Företagsledningen bör tydligt kommunicera hållbarhetsmålen och förankra dem hos medarbetarna för att säkerställa engagemang. Genom att involvera de anställda i planeringen ökar chanserna för framgångsrik implementering.

3. *Anpassa efter företagets behov:* Utformningen av handlingsplaner bör anpassas till företagets specifika förutsättningar och medarbetarnas resvanor. Detta kan öka acceptansen och effektiviteten i genomförandet av hållbara företagsresor.

4. *Samarbeta med andra aktörer:* Utforska samarbeten med kommuner och andra företag för att gemensamt förbättra infrastruktur och kunskapsutbyte. Detta kan bidra till en mer omfattande och hållbar mobilitetsstrategi.