



Teoretisk inramning av hållbarhetsstrategier och mål

Öppet referensgruppmöte 31 maj 2016

Gabriela Schaad

Industriell och finansiell ekonomi & Logistik
Företagsekonomiska institutionen



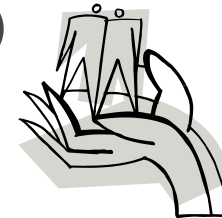
Etapp **2**



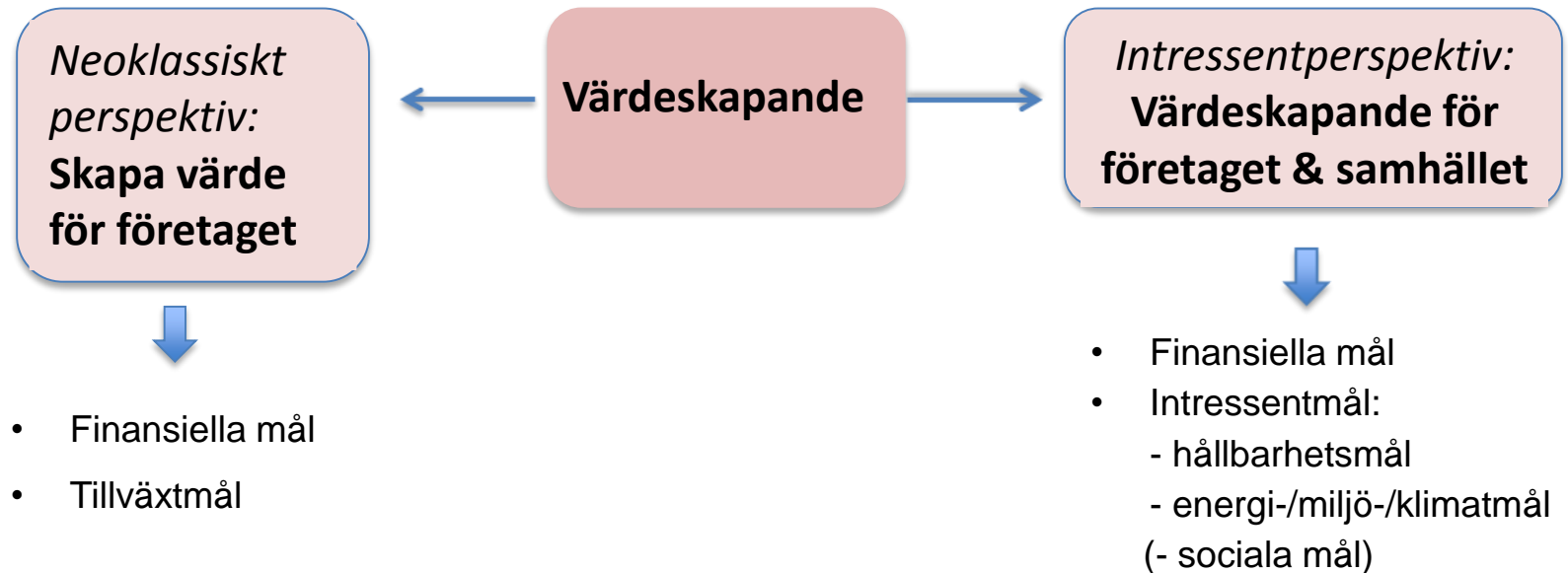
Varför vill företagen bli 'hållbara'? Vilka är drivkrafterna?

Tre huvudsakliga drivkrafter (Bansal & Roth, 2000):

- Säkerställa konkurrenskraft ('win/win')
- Uppnä / bevara legitimitet ('licence to operate')
- Socialt ansvarstagande ('right thing to do')

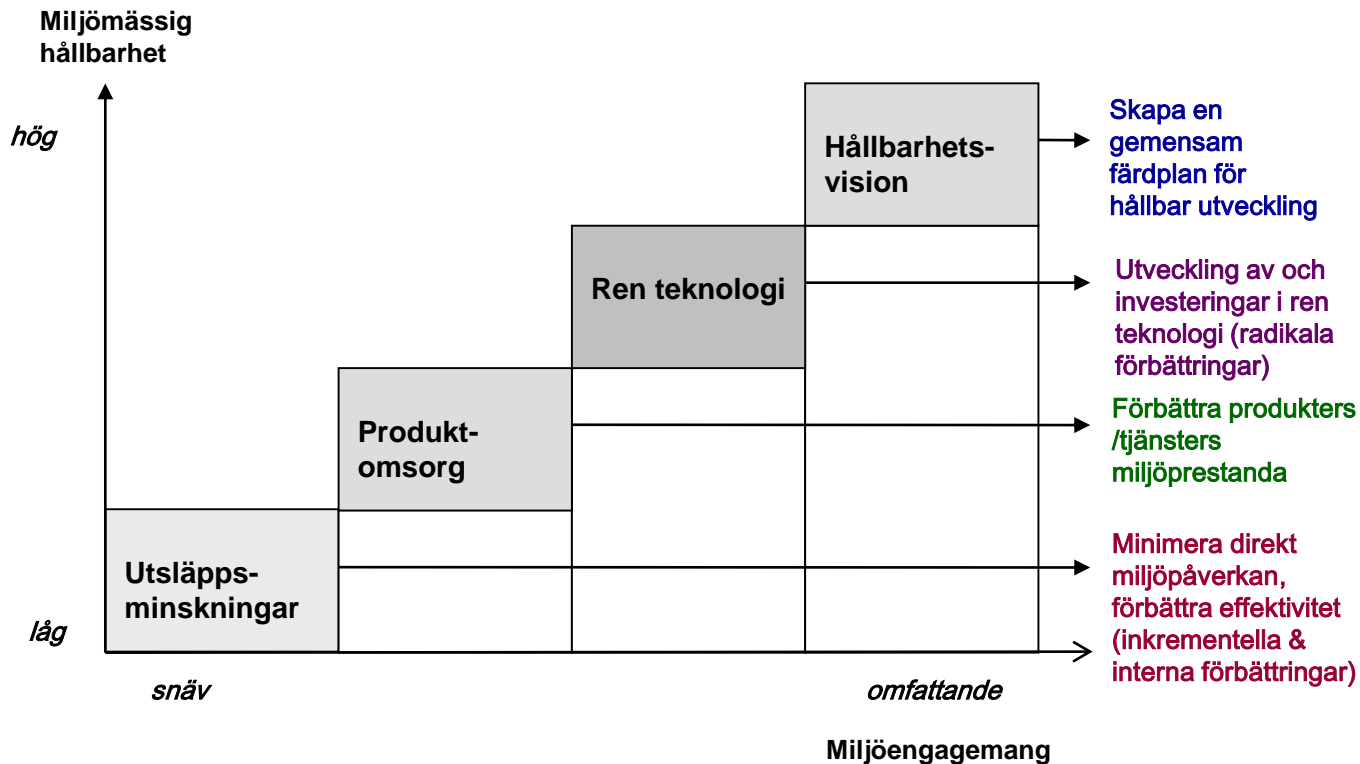


Hållbarhetsstrategier - Värdeskapande för företaget och samhället



En bred syn på värdeskapande är särskilt angeläget för kommunala bolag då de inte enbart ska leverera ekonomisk vinst.

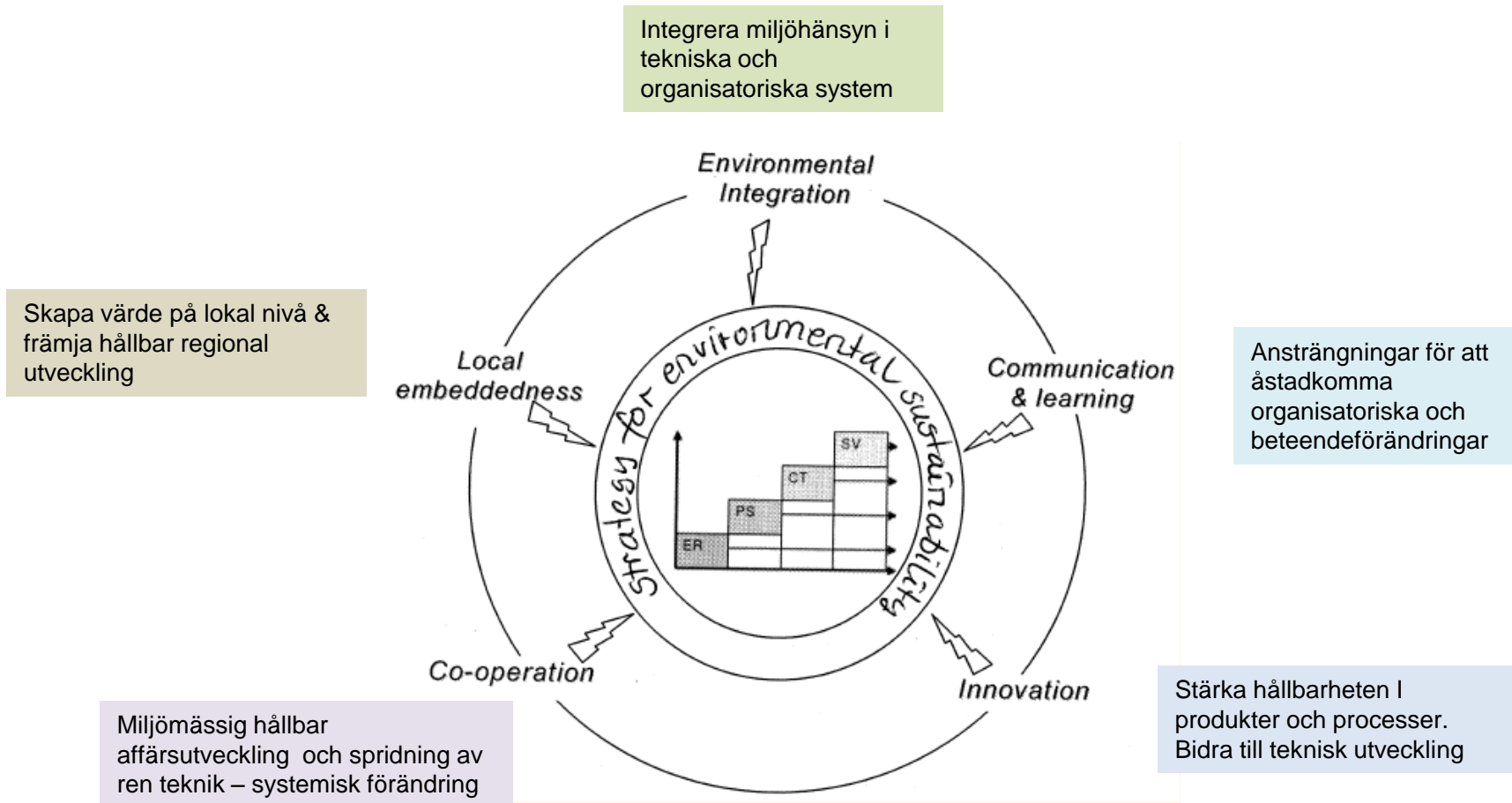
Hållbarhetsstrategier - Värdeskapande för företaget och samhället



Figur 1: Strategiska områden för miljömässig hållbarhet

Källa: Anpassad efter Hart (1995, 1997) och Hart & Milstein (2003)

Fem mekanismer som främjar hållbarhetsomställningen





Färdigheter för gemensamt värdeskapande som resulterar från hållbarhetsstrategier

Färdigheter...

- I. ... att underlätta och uppmuntra hållbar konsumtion hos kunder.*
- II. ... att samarbeta med olika aktörer för att driva hållbarhetsinitiativ*
- III. ... att åstadkomma systemiska innovationer som omformar produktions- och konsumtionssystemet.*
- IV. ... att etablera hållbar praxis inom industrin och hos andra intressenter.*
- V. ... att agera långsiktigt i överensstämmelse med hållbarhetsvisionen.*
- VI. ... att bidra till regional hållbar utveckling.*



Vad är utmaningarna för värmemarknaden?

- Komplexa och sammansatta problem
- Problemdefinitioner skiljer sig mellan aktörerna
- Olika mål skapar konflikter och suboptimeringar
- Det krävs dialog mellan intressenter och kompromisser
– ”ökad samverkan utifrån ett helhetsperspektiv”
- Skapa arenor för lärande och diskussion av möjliga lösningar



UNIVERSITY OF GOTHENBURG
SCHOOL OF BUSINESS, ECONOMICS AND LAW

Tack för uppmärksamheten!

Frågor?



gabriela.schaad@handels.gu.se