



UiT Norges arktiske universitet

Handelshøgskolen ved UiT

Arbeidet mot en bærekraftig bygg- og anleggsbransje

En kvalitativ studie av hvordan nordnorske byggentreprenører jobber mot bærekraft

Lasse Trones

Masteroppgave i Økonomi og administrasjon – BED-3901H – Desember 2022

Forord

Denne oppgaven markerer avslutningen på mitt masterprogram i Økonomi og administrasjon ved Universitetet i Tromsø, fakultet Harstad, med fordypelse innenfor økonomistyring.

Arbeidet med masteroppgaven startet høsten 2021, og har pågått i litt over ett år. Etter snart fem og et halvt år på masterprogrammet ved UiT nærmer jeg meg slutten. Oppgaveprosessen har vært krevende, men samtidig har det vært en veldig læringsfylt prosess hvor jeg har tilegnet meg mye kunnskap både innenfor bransjen jeg har forsket på og innenfor tematikken i oppgaven.

Oppgaven er skrevet innenfor temaet bærekraft, og masteroppgaven utgjør 30 studiepoeng. Valg av tema er med bakgrunn i at bærekraft er noe som et blitt mer og mer aktuelt i dagens samfunn, og bygg- og anleggsbransjen er en interessant bransje i denne sammenhengen fordi det er en bransje som står for mye av verdens ressursbruk. Målet har vært og sett på hvordan bransjen har tilegnet seg det økte søkelyset på bærekraft, hva bærekraft er for dem og hvordan tiltak de gjør for å jobbe videre mot en bærekraftig fremtid.

I forbindelse med oppgaven og mitt studieprogram vil jeg rette en takk mot alle som har gjort studietiden min til en fin opplevelse. Det gjelder både engasjerte og kunnskapsrike forelesere, motiverende klassevenner og andre som har støttet meg i hverdagen. Jeg ønsker å rette en stor takk til PEAB Bjørn Bygg, Harstadbygg Entreprenør, NT Entreprenør og Altibbygg som har ønsket å bidra i min oppgave, og som ga et stort innblikk i hvordan de jobber mot bærekraft. Jeg vil også takke min veileder Helen Marita Sørensen Holst som har hjulpet meg med valg av hvordan tematikk jeg skulle tilspisse meg mot. Til slutt så vil jeg takke Tromsø Kommune som har vært veldig behjelpelig i mitt arbeid, og som stilte opp på kort varsel med mye data som var relevant for min oppgave.

Tusen takk,

Lasse Trones,

Harstad, desember 2022

Sammendrag

Bærekraft har kanskje aldri før vært mer aktuelt enn det er nå. Man ser oppslag i media, hører om klimatoppmøter på nyhetene, ser reklamer som trekker frem bærekraft i produkter osv. Oppgavens formåler har vært å undersøke hvordan byggentreprenører jobber imot verdens stadig økende oppmerksomhet tilknyttet bærekraft. På bakgrunn av det har jeg kommet frem til følgende problemstilling:

«Hvordan påvirker økte krav og forventninger til samfunnsansvar byggentreprenørenes arbeid mot en bærekraftig fremtid?»

Oppgaven skal synliggjøre hvordan en bransje som byggentreprenør, som i utgangspunktet er så ressurskrevende, arbeidet mot det stadig økende fokuset mot bærekraft og hvordan de tar samfunnsansvar og bærekraft inn i sin daglige drift. For å svare problemstillingen er det tatt utgangspunkt i Den Triple Bunnlinje og CSR.

Oppgaven har tatt utgangspunkt i fire casebedrifter; PEAB Bjørn Bygg, Harstadbygg Entreprenør, NT Entreprenør og Altibbygg. Det er i oppgaven brukt en kvalitativ tilnærming hvor datainnsamlingen hovedsakelig har vært ved å benytte intervju. Intervjuet ble gjort ved en intervjuguide som var laget på bakgrunn av det teoretiske rammeverket rundt CSR og Den Triple Bunnlinje.

Mine funn i oppgaven viser at samfunnsansvar tilknyttet samfunnsmessige forhold er noe bedriftene har gode rutiner på og som de retter stor oppmerksomhet til i sin virksomhet. Bedriftene fremhever viktigheten av å gi tilbake til samfunnet, og bidra til trivsel og velvære. Det miljømessige i bedriftene er noe som er blitt bedre og bedre, men økonomi er det største hinderet for å ta et større samfunnsansvar innenfor miljø. Konkurransesituasjon i bransjen er hard, noe som gjør at bedriftene opererer med lave driftskostnader og gir lite rom for miljømessige forhold. Prissituasjonen på materiell og annet gjør at bærekraftige løsninger som fremmer miljø blir bortprioritert av kunder fordi det er få som faktisk ønsker å betale prisen for det.

Nøkkelord: *Bærekraft, samfunnsansvar, den triple bunnlinje, byggentreprenør, CSR*

Innholdsfortegnelse

Forord	ii
Sammendrag	iii
Tabelliste	vii
Figurliste.....	vii
1 Innledning.....	1
1.1 Bakgrunn for utredningen.....	1
1.2 Problemstilling.....	2
1.3 Oppgavens struktur.....	3
2 Teori	5
2.1 Bærekraft	5
2.1.1 Bedriftens bærekraft	6
2.2 Samfunnsansvar - CSR.....	6
2.2.1 Carrolls CSR-pyramide	8
2.2.2 Problematikk tilknyttet CSR	9
2.3 Den triple bunnlinjen	11
2.3.1 Den samfunnmessige bunnlinjen.....	13
2.3.2 Den miljømessige bunnlinjen.....	13
2.3.3 Den økonomiske bunnlinjen.....	13
2.3.4 Kobling av bunnlinjene	14
3 Metodisk tilnærming	15
3.1 Vitenskapelig ståsted	15
3.2 Forskningsdesign	16
3.3 Metode	17
3.4 Kvalitative metoder	18

3.4.1	Innsamling primærdata.....	18
3.4.2	Sekundærdata	20
3.4.3	Utvalg	21
3.5	Dataanalyse.....	23
3.6	Metodekvalitet	23
3.6.1	Pålitelighet.....	24
3.6.2	Gyldighet.....	25
3.6.3	Overførbarhet	25
3.6.4	Kvalitetskrav for intervju	26
3.7	Etiske spørsmål.....	27
4	Casebeskrivelse	29
4.1	PEAB Bjørn Bygg	29
4.2	Harstadbygg Entreprenør.....	30
4.3	NT Entreprenør.....	30
4.4	Altibbygg	31
5	Empirisk analyse	32
5.1	Samfunnsmessige forhold.....	32
5.1.1	Bedriftens menneskelige kapital	32
5.1.2	Samfunnsmessig kapital.....	34
5.2	Miljømessige forhold.....	38
5.2.1	PEAB Bjørn Bygg.....	38
5.2.2	Harstadbygg Entreprenør	40
5.2.3	NT Entreprenør	42
5.2.4	Altibbygg.....	43
5.3	Økonomiske forhold	45
5.3.1	PEAB Bjørn Bygg.....	46

5.3.2	Harstadbygg Entreprenør	47
5.3.3	NT Entreprenør	48
5.3.4	Altibbygg.....	49
6	Diskusjon.....	51
6.1	Innledning.....	51
6.2	Motivasjonsfaktorer.....	51
6.3	Hvordan bedriftene jobber mot samfunnsmessige forhold.....	52
6.4	Hva bedriftene gjør innenfor det miljømessige	54
6.5	Bedriftenes økonomiske forutsetning	56
7	Konklusjon	58
7.1	Videre forskning	61
	Referanseliste	62
	Vedlegg	67
	Vedlegg 1: Intervjuguide entreprenørbedrifter	67
	Vedlegg 2 :Intervjuguide offentlig byggherre.....	70
	Vedlegg 3: Informasjonsskriv byggentreprenører.....	71
	Velgegg 4: Informasjonsskriv for offentlig byggherre	75

Tabelliste

Tabell 1: Oversikt over informantene fra casebedriftene	22
Tabell 2: Oversikt over informant fra offentlig byggherre	23
Tabell 3: Kvalitetsvurderinger for intervju (Min oversettelse (Kvale, 1996, s. 145)).....	26
Tabell 4: Nøkkeltall for PEAB Bjørn Bygg	29
Tabell 5: Nøkkeltall for Harstadbygg Entreprenør.....	30
Tabell 6: Nøkkeltall for NT Entreprenør.....	30
Tabell 7: Nøkkeltall for Altibbygg.....	31

Figurliste

Figur 1: Carrolls CSR Pyramide (Carroll, 2016, s. 6).....	8
Figur 2: Den triple bunnlinjen (Dyllick & Hockerts, 2002, s. 132)	12
Figur 3: Bærekraftig utvikling ved Den Triple Bunnlinjen (Ditlev-Simonsen, 2022, s. 54) ...	12
Figur 4: Forskningsløken til Saunders et al. (referert i Busch, 2021, s. 49).....	15

1 Innledning

1.1 Bakgrunn for utredningen

I etterkant av den industrielle revolusjonen mot slutten av attenhundre-tallet, ble det en enorm vekst i både populasjon og produksjon (Ditlev-Simonsen, 2022). Som følge av dette ble det rettet stor oppmerksomhet rundt hvordan den industrielle utviklingen satt spor på miljøet og konsekvensene dette hadde for mennesker og planeten. Bærekraft ble etter hvert et veldig dagsaktuelt tema for stadig flere bedrifter som følge av at miljø- og samfunnsutfordringer ble satt på dagsorden i etterkant av Brundtlandkommisjonen (Brundtland & Dahl, 1987). Her konkretiserte de viktigheten av å drive bærekraftig utvikling, hvor levemåten til nåværende generasjon ikke skulle gå på bekostning av fremtidige generasjoners muligheter.

Verden vår står nå ovenfor en menneskeskapt klimakrise som fører til global oppvarming og klimaendringer. Dette medfører at det blir varmere luft, høyere havtemperaturer, økosystemer blir ødelagt og mer ekstremvær oppstår. Som en konsekvens av det er vi mer sårbare for sult og ekstremvær. For å ikke ødelegge den eneste kloden vi har, så må vi finne en balansegang mellom de ressursene som bedrifter skaper verdi med, og konsekvensene den respektive produksjonen har på kloden vår. Klimaendringene gjør at samfunnet vårt må endres, og vi må ta større samfunnsansvar (FN, 2021).

Bedrifter har høy makt både når det kommer til økonomi og menneskers liv, og derfor er ikke bærekraftig utvikling i verden mulig uten at det også skjer en bærekraftig utvikling i bedriftene (Schaltegger, Lüdeke-Freund & Hansen, 2012). Bedriftene forventes til å ta samfunnsansvar i form av å begrense miljøskader og utslipp, også ut over de reguleringer og lovgivninger som de er pålagt. Norge har som klimamål å redusere sine utslipp ifra 1990 fram til 2030 med minst 50%, og for å oppnå dette er det viktig at det blir satt krav om bærekraftig drift til norske bedrifter (Regjeringen, 2021). Blant disse er bygg- og anleggsbransjen viktig. Bygninger og infrastruktur alene bruker ca. 40% av verdens totale ressursbruk og forårsaker mot 40% av all karbonutslipp og energibruk (Grønn Byggallianse, 2018). Vi ser derfor viktigheten av at bygg- og anleggsbransjen tar bærekraft på alvor. For å få bedrifter til å ville jobbe mot bærekraftig utvikling må det oppfattes som attraktivt for bedriftene.

For nesten enhver bedrift er lønnsomhet et viktig mål, og en sentral problemstilling i den sammenhengen er hvordan bedrifter skal balansere det å drive bærekraftig utvikling samtidig som det ikke går på bekostning av lønnsomheten. Ressursbruken for å drive bærekraftig

utvikling har lenge vært ett av problemområdene. Mange bedrifter har et ønske om å jobbe mot bærekraft, men det finnes ingen fasit enda på hvordan dette gjøres på en effektiv måte. Det har lenge vært en oppfatning av at selskaper må finne en balansegang mellom lønnsomhet og bærekraftig ansvar, og at økt fokus på det ene området vil gå på bekostning av det andre (Jørgensen & Pedersen, 2013). De senere årene er det imidlertid kommet en annen oppfatning om at det å drive bærekraftig utvikling vil ikke kun være noe som er bra for miljøet, men også noe som vil være lønnsomt for bedrifter i et langsiktig perspektiv (Russo & Fouts, 1997; Sneirson, 2008), i tillegg til at det vil være bra for samfunnet rundt bedriften (McWilliams, Siegel & Wright, 2006). Bærekraft handler i dag om mer enn bare det å hensynta miljø og lønnsomhet. Det har utviklet seg til å bli et fokus der man legger stor vekt på samfunnet man opererer i, og hensynta de i samfunnet som bedriftens produksjon berører. Den triple bunnlinje, og kanskje spesielt samfunnsansvar, er noe som er blitt mer snakket om de senere årene som en videreutvikling av bærekraft. Felles for dem begge, er at man i tillegg til å skulle hensynta miljøfaktorer og det økonomiske, så er det viktig å ta hensyn til faktorer som påvirker samfunnets velvære (Dyllick & Hockerts, 2002; McWilliams et al., 2006).

Tematikken i oppgaven omhandler hvordan utvalgte byggentreprenører jobber mot bærekraft, og da med utgangspunkt i den triple bunnlinjen og samfunnsansvar. I oppgaven skal jeg se på sider ved disse teoriene hvor bedriftene gjør det bra, hvor dem gjør det dårlig og hvor forbedringspotensialet ser ut til å ligge. Ved denne studien vil målet være å gi et bidrag i hvor søkelyset og forbedringspotensialet i henhold til bærekraft ser ut til å ligge for bedriftene og bransjen. Corporate Social Responsibility (forkortet CSR) er det engelske uttrykket for samfunnsansvar, og vil videre i oppgaven bli brukt om hverandre.

1.2 Problemstilling

Formålet med oppgaven er, med bakgrunn i overnevnte utredning, å se på hvordan bedrifter innenfor byggentreprenørbransjen har tilpasset seg kravene og forventningene som er kommet med hensyn til bærekraft. Her har det vært interessant å se hvordan enkelte lokale bedrifter har jobbet mot bærekraft i en bransje som byggentreprenørene er en del, spesielt av siden det er en bransje som har stått for mye av klimautslipp og ressursbruk tidligere. Jeg ønsker å se på hvordan de jobber mot samfunnsansvar og hvordan de presterer innenfor bunnlinjene i Elkington (1997) sin triple bunnlinje. Med dette som forbehold, så har jeg i oppgaven utformet følgende problemstillingen:

Hvordan påvirker økte krav og forventninger til samfunnsansvar byggentreprenørenes arbeid mot en bærekraftig fremtid?

Problemstillingen min skal besvares ved å se på aktuelle bedrifter i nærmiljøet, og da har jeg valgt å begrense meg til Harstad og Tromsø. Formålet er å se hvordan disse bedriftene presterer innenfor samfunnsansvar og bærekraft, og se om det er noe likheter og ulikheter imellom dem tilknyttet det. Oppgaven har den hensikt å kunne gi innblikk i hvordan bedrifter i byggentreprenørbransjen kan satse mer på bærekraft og hvordan utfordringer de har i dagens marked som hindrer dem i å kunne bli bedre innenfor samfunnsansvar og bærekraft. For å forske på dette har jeg valgt å knytte bedriftene opp mot teoriene innenfor CSR og Den Triple Bunnlinjen, som er sentrale teorier innenfor bærekraft. Med dette ønsker jeg å komme med et bidrag innenfor bransjen som viser hvordan lokale bedrifters oppmerksomhet tilknyttet CSR og Den triple bunnlinje er. Dette med bakgrunn i at det foreløpig er relativt lite forskning innenfor CSR og Den Triple Bunnlinje som knytter dem til organisatorisk adferd (Morgeson, Aguinis, Waldman & Siegel, 2013).

1.3 Oppgavens struktur

Oppgaven min er delt inn i syv forskjellige kapitler, hvor hvert kapittel vil ha betydning for oppgavens helhet. Første kapittel er allerede gjennomført, og inneholdt en innledning til oppgaven hvor oppgavens tematikk utledes og settes inn i en kontekst ved å aktualisere hvorfor temaet er aktuelt, samt mitt valg av problemstilling og hva problemstillingen skal gi svar på.

Kapittel 2: Teori

Kapittel 2 er en drøfting av det teoretiske rammeverket som skal danne grunnlaget for den videre besvarelsen. Teorien vil sette bærekraft inn i et historisk perspektiv, og videre fortelle hvordan det har utviklet seg i nyere tid. Videre så vil det sette bærekraft inn i et bedriftsperspektiv før hovedfokus skal være på den triple bunnlinjen og samfunnsansvar (CSR). Innholdet i teorikapittelet er hentet fra hovedsakelig bøker og artikler, men også nettsider og andre kilder er brukt.

Kapittel 3: Metode

I kapittel 3 skal valg av metodisk tilnærming drøftes, som videre skal brukes som grunnlag for den empiriske analysen og drøftingsdelen. Begrunnelse for valg av det vitenskapelige ståstedet, forskningsdesignet og de metodiske valgene jeg har tatt blir utredet her. Videre så vil det fremkomme hvordan datainnsamlingen er gjort og hva som er brukt som primær og sekundærdata. Til slutt vil jeg begrunne mitt utvalg og utlede om oppgavens kvalitet og etiske problemstillinger.

Kapittel 4: Casebeskrivelse

I dette kapitlet vil jeg presentere bedriftene i oppgaven, som er PEAB Bjørn Bygg, Harstadbygg Entreprenør, NT Entreprenør og Altibbygg. Jeg vil her gi en kort og konkret beskrivelse av disse casebedriftene, samt noen nøkkeltall basert på deres resultatregnskap.

Kapittel 5: Empirisk analyse

I dette kapitlet presenteres de empiriske funnene i oppgaven min. Her fremkommer det aktuell informasjon tilknyttet de informantene har utledet i intervjuene som har relevans for enten samfunnsansvar eller den triple bunnlinje.

Kapittel 6: Diskusjon

Her vil jeg med bakgrunn i det teoretiske rammeverket og den empiriske analysen forsøke å koble disse sammen og se om det er noen ulikheter og forbedringspotensialet hos bedriftene. Jeg skal her bruke de informantene har fortalt med å se om det er noen koblinger til tidligere teori innenfor den problematikken eller løsningene de har opplevd når det kommer til bærekraft.

Kapittel 7: Konklusjon

Opgavens siste og avsluttende kapittel omhandler en kort konklusjon hvor jeg fremhever hovedpunktene i diskusjonsdelen og poengterer mine funn i oppgaven. Jeg vil også diskutere rundt hvor vidt problemstillingen min ble besvart.

2 Teori

I dette kapittelet vil jeg gjennom redegjørelse av den teoretiske konteksten danne grunnlaget for oppgavens videre besvarelse av min problemstilling. Første delen av utredningen vil dreie seg om bærekraft og hvordan bærekraft har tilegnet seg oppmerksomhet og blitt aktualisert som tema de siste tiårene. Etterpå skal jeg utrede hvordan bærekraft har fått sitt innpass i en bedriftssammenheng, og hvorfor det er blitt aktuelt for bedrifter. Videre skal det utredes hva samfunnsansvar (CSR) er, og hva prinsippene bak den triple bunnlinjen omhandler, slik at bærekraft blir satt inn i et annet og nyansert perspektiv.

2.1 Bærekraft

Selve bærekraftig som begrep, som på engelsk er sustainable, kommer fra det latinske ordet *sustenerere* og betyr ‘*støtte opp under*’ eller ‘*oppretholde*’ (Nystad, Jaminon & Jakobsen, 2008). Bærekraft er noe som fikk stor oppmerksomhet etter Verdenskommisjonen for Miljø og Utvikling utarbeidet ‘*Et program for globale reformer*’ som skulle fremme en langsiktig miljøstrategi og bærekraftig utvikling (Brundtland & Dahl, 1987). De definerte det å drive bærekraftig med å kunne dekke menneskers behov i dag på en slik måte at det ikke går ut over menneskers muligheter til å få dekket sine behov i fremtiden. Et av hovedbudskapene til Brundtland og Dahl (1987) er at statene skal sikre miljøbevaring ved at det blir innlemmet i deres planleggingsfase og utføring av aktiviteter. I tillegg oppfordres statene til å støtte andre land, spesielt u-land, til å kunne drive bærekraftig utvikling.

I Elliott (2005) nevnes også en annen definisjon av Ger Asheim hvor bærekraft omtales som et krav til vår egen generasjon om å håndtere dagens ressurser slik at den gjennomsnittlige livskvaliteten vi omfavner oss selv med i dag, kan potensielt deles med fremtidige generasjoner. Begge disse definisjonene innebærer at vi ikke må se på oss selv isolert sett, men ha et overordnet syn på at menneskeheten er en kontinuerlig prosess og at det kommer mange flere etter vi har tilbragt vår tid på jorden. Dermed er det viktig å huske på at våre valg, og alt vi gjør, kan ha store konsekvenser for fremtidige generasjoner (Elliott, 2005).

I første omgang ble bærekraft brukt i en økologisk sammenheng som å forvalte og økonomisere naturressurser på. Dagens generasjon skal ikke gi fra seg jorden i en dårligere stand enn dem mottok den som. Bærekraftig utvikling skal sikre biologisk mangfold samt ta vare på og bevare livsunderstøttende systemer. Man skal ikke bruke mer ressurser enn den nye tilveksten av samme ressurs, og ikke-fornybare ressurser skal ikke brukes på en måte som

gjør at de kommer i konflikt med noen av dem andre overnevnte punktene. Et eksempel er at man skal ikke hugge ned mer skog enn skog som vokser fram, slik at man i framtiden sikrer samme muligheter for å hugge skog som i dag (Brundtland & Dahl, 1987; Nystad et al., 2008).

2.1.1 Bedriftens bærekraft

Tradisjonelt sett så har bedrifter kun hatt én samfunnsmessig forpliktelse – å bruke sine ressurser til aktiviteter som skal øke sin egen lønnsomhet og på den måten øke aksjonærenes avkastning (Friedman, 2020; Jensen & Meckling, 1976). Når man har tenkt på bedriftenes overlevelsessevne har man tenkt på en bedrift som utelukkende er økonomisk lønnsom, hvor man har trodd at økonomisk bærekraft er nok (Gladwin, Kennelly & Krause, 1995). Som en følge av aksjemarkedet/aksjonærer og hard konkurranse har man de senere årene gjort en overvurdering av kortsiktige gevinster og lønnsomhet. En slik holdning har vært i strid med nyere søkelys på bærekraft som krever tålmodighet og risiko, og det kan oppstå en konflikt mellom lønnsomhet og bærekraft (Hermundsdottir & Aspelund, 2021). Når man i ledelsesteori fikk et mer langsiktig fokus på styring, fant man ut at det å kun ha fokus på økonomisk bærekraft og lønnsomhetsperspektivet ikke var tilstrekkelig for å lykkes i et langsiktig perspektiv (Dyllick & Hockerts, 2002; Elkington, 1997), og bedriftene gikk over fra å være reaktiv til å bli proaktiv når det kom til bærekraft (Ditlev-Simonsen, 2022).

2.2 Samfunnsansvar - CSR

I nyere tid har bærekraft vokst fram til å omfatte mer enn det tradisjonelle natur- og miljøhensynet (Carson, Kosberg, Skauge & Laudal, 2015; Ditlev-Simonsen, 2022), og Corporate Social Responsibility (CSR) er derfor noe som har blitt veldig aktuelt for bedrifter. Etter at bedrifter tidligere utelukkende hadde ansvar for å maksimere den økonomiske avkastningen, ble det med CSR et fokus på å finne en balansegang for hvordan bedriftene kunne ha fokus på større interessenter samtidig som sine forpliktelser ovenfor aksjonærene (Carroll, 1991). CSR har opp gjennom årene hatt flere definisjoner. Tidlig på 1960-tallet ble det definert som den effekten bedrifters egne aktiviteter har på samfunnet (Carroll, 2016). Freeman (referert i McWilliams et al., 2006, s. 7) mente ledere bør styre sine retningslinjer for å tilfredsstille en rekke interessenter, ikke bare aksjonærer. Dette var en kritikk til at bedrifter tidligere var styrt av penger i stedet for å følge ideen om å tjene og bevisst vokse som samfunn. Man burde også tilegne seg kunnskap om hvordan effekt deres handlinger og drift har på samfunnet og deres interessenter. Disse interessentene inkluderer ansatte, kunder,

leverandører og andre i samfunnet (Freeman, 2010). I 1984 definerte Keith Davis noen år senere samfunnsansvar (CSR) som en obligasjon for ledere til å ta valg som beskytter og bidrar til samfunnsvelferd (referert i Carroll, 2016, s. 2).

Det er blitt veldig omdiskutert de 20 siste årene om hvordan ansvar og rolle bedrifter har i dagens samfunn. Hovedvekten har vært på at CSR er hvordan bedriften hensyntar mennesker, samfunn og miljø som direkte eller indirekte påvirkes av bedriftens virksomhet (Regjeringen, 2008). Dette har medført at bedrifter i dag ser på CSR på en helt annen måte, og med et helt annet ansvar. De fleste i dag definerer CSR som bedriftens innsats for å komme samfunnet til gode. Det innebærer å hensynta andre interessenter, i tillegg til bedriftens bidrag gjennom ansettelse, skatt og andre økonomiske ringvirkninger av deres drift. Et sentralt moment er altså hvordan bedriften velger å posisjonere seg for at deres drift skal komme de ansatte, lokalsamfunnet og miljøet til gode. I tillegg til å utvikle produkter og tjenester som bidrar til en bærekraftig utvikling (Regjeringen, 2008).

En annen nyansert definisjon av begrepet CSR blitt definert av McWilliams og Siegel (2001) som handlinger bedriften gjør for å fremme sosiale goder, som er utover bedriftens egne interesser og det som er lovpålagt. Det kan være aktiviteter som inkluderer innlemmelse av sosiale egenskaper eller funksjoner i produkter og/eller produksjonsprosessen, for eksempel å bruke miljøvennlige teknologier i tilvirkningen. Videre så vil det omfatte hvordan bedriften tar vare på deres menneskelige ressurser på, som eksempelvis å forfremme ansatte og gi dem mer myndighet og vil også inneholde et miljøperspektiv som går ut på å høyere miljømessig ytelse gjennom tiltak som resirkulering, forurensningsreduksjon og redusere utslipp. Siste punktet går på det å gjøre tiltak som fremmer målene til samfunnet, og spesielt lokalsamfunnet rundt bedriften (McWilliams et al., 2006). EU bygger videre på det McWilliams og Siegel (2001) nevner, og sier i sin definisjon at de vektlegger at samfunnsansvar må fremkomme av aktiviteter som er frivillig, og som er utenfor det som er lovpålagt (Regjeringen, 2008). Baron (2001) har noe av den samme tilnærmingen. Han nevner at motivasjonen for handlingene må være samfunnet, og ikke profitt. Om motivasjonen er å fremme samfunnet, på bekostning av profitt, så vil det falle inn under samfunnsansvar. Derimot hvis motivasjon for samfunnsansvar er økonomi, så vil det ikke kunne klassifiseres som samfunnsansvar (Baron, 2001). Kotler og Lee (2005) fremhever også viktigheten av at bedriften må handle etter en gjennomtenkt skjønnsmessig vurdering når de skal bedre samfunnsvelferd, og de vektlegger viktigheten av at bedriften bidrar med ressurser i samfunnet.

Felles for de forskjellige definisjonene av CSR er at alle adresserer det samfunnsmessige ansvaret til bedriftene med hovedvekt på miljø- og samfunnsproblematikk (Ditlev-Simonsen, 2022). CSR kan på et overordnet nivå defineres som aktiviteter bedriften gjør for samfunnet og interessentene deres som er utover det som er lovpålagt ifra offentlige lover og reguleringer. Bakgrunnen for å drive med CSR er at man i et langsiktig perspektiv kan få økonomiske gevinster for å drive med samfunnsansvar på bakgrunn av at man vil få et positivt omdømme ved å drive med CSR (Carroll & Shabana, 2010).

2.2.1 Carrolls CSR-pyramide

Ut ifra CSR utvikler Archie Carroll fire nivåer for samfunnsansvar, som ble satt inn i en pyramide som har den hensikt å illustrere at hvor lenger opp i pyramiden man kom, hvor mer samfunnsansvar står man for. Meningen med pyramiden var også å vise at for å komme lenger opp på pyramiden, måtte nivåene nedenfor være til stede (Carroll, 2016). Kort sagt er bedriftslederes hovedansvar å tjene penger, og deretter drifte etter krav og reguleringer satt fra det offentlige. Når dette er til stede, kan bedriften prioritere samfunnsansvar som er ansett som etisk riktig. Til slutt kan bedriften, om det ennå er midler igjen til dette, sette søkelys på filantropisk ansvar som sponsorer og donasjoner (Ditlev-Simonsen, 2022).



Figur 1: Carrolls CSR Pyramide (Carroll, 2016, s. 6)

2.2.1.1 Økonomisk ansvar

Økonomisk ansvar ligger helt i bunnen av pyramiden og er et fundamentalt for å kunne oppnå høyere nivåer på pyramiden. Samfunnet har forventninger, og krav, til at bedrifter klarer å overleve og den eneste måten å overleve på sikt er å drive lønnsomt. Samfunnet ser på

bedrifter som institusjoner som produserer og selger produkter og tjenester som samfunnet selv etterspør og har derfor en nytte i samfunnet. Bedrifter som ikke klarer å skape lønnsomhet over tid vil gå konkurs, og hvert av de nivåene ovenfor økonomisk ansvar vil ikke lenger være til stede slik at bedriften vil ikke kunne ta samfunnsansvar (Carroll, 2016).

2.2.1.2 Juridisk ansvar

Det juridiske ansvaret er de minimale regler og lover som bedriften forventes å holde seg innenfor. Samfunnet forventer at bedriften drives på en slik måte at de holder seg innenfor lover og reglementer som regjeringen og andre offentlige institusjoner med myndighet har satt. De forventes også å overholde det juridiske ansvaret for deres interessenter (Carroll, 2016).

2.2.1.3 Etisk ansvar

Mens det juridiske og økonomiske ansvaret er noe som samfunnet krever ifra bedriften, er det etiske ansvaret noe som forventes. Utover lover og reguleringer, har samfunnet forventninger om at bedriften driver sine aktiviteter på en etisk forsvarlig måte. Å drive etisk vil si at man gjør riktige og rettferdige handlinger som ikke føles urettferdig ut for noen. Bedriften forventes å handle i konsistens med samfunnsmessige normer og andre etiske normer, og erkjenne at det å drive etisk er mer enn bare det å følge lover og regler (Carroll, 2016).

2.2.1.4 Filantropisk ansvar

Det filantropiske ansvaret inkluderer alt annet som bedriften gir samfunnet ut over det som er nevnt i punktene lengre ned i pyramiden. Disse aktivitetene har samfunnet verken krav eller forventninger til, men er noe som er ønskelig. I dette innebærer det for eksempel dugnadsarbeid i lokalsamfunnet, eller det å sponse det lokale idrettslaget med fotballdrakter og slike ting. Alle bedrifter burde ha som mål å komme til dette punktet i pyramiden, da dette er kjernen av CSR og det er her de kan utgjøre en forskjell for samfunnet og omgivelsene (Carroll, 2016).

2.2.2 Problematikk tilknyttet CSR

En kritikk til CSR er at det er en metode som vil føre til at bedrifter kun vil styre etter kortsiktige og ikke-gjennomtenkte tiltak så lenge bedriftene får lov å regulere tiltakene selv. Kritikken går videre ut på at løsningen til dette er at det innføres internasjonale standarder slik at bedrifter ikke kan ta snarveier når det kommer til samfunnsansvar (Brønn, Sjøbu & Ihlen, 2009). CSR har også blitt kritisert for å skape et dårlig syn på bedrifter ved at det får bedrifter

til å framstå som dårlige for samfunnet og at eierne kun handlet ut fra egne kortsiktige interesser. Og for å kunne forandre på dette synet, så ble bedrifter nesten nødt til å tilegne seg CRS (Freeman & Dmytriiev, 2017). En annen kritikk som Freeman og Dmytriiev (2017) nevner er at CSR blir brukt som en moralsk lisensiering. Ved å gjøre noen gode ting for samfunnet kunne det skape en slags falsk aksept av å ha gjort noe dårlig mot andre interessenter (Freeman & Dmytriiev, 2017). Videre så er det ifølge Brønn et al. (2009) flere syn på at samfunnsansvar kun går ut på å holde seg innenfor lover og regler, samtidig som man tjener mest mulig penger til eierne. Kritikken går videre ut på problematikken ved å maksimere overskuddet når fokuset i tillegg skal ligge på oppgaver tilknyttet samfunnsansvar (Brønn et al., 2009).

En forutsetning for å kunne drive med samfunnsansvar er ifølge Lundeby (2013) at bedriftene i utgangspunktet driver lønnsomt. Han mener lønnsomhet ikke må undervurderes hvor vesentlig det er for samfunnsansvar. Lønnsomhet er en forutsetning for å sikre arbeidsplasser, gi verdiskapning i samfunnet ved skattebelegging og gi eierne renter på kapitalen de har plassert i selskapet. Lønnsomhet kan ofte gjøre det vanskelig for en bedrift å investere så mye som dem ønsker når det gjelder samfunnsansvar, og må derfor ikke undervurderes i arbeidet mot CSR (Lundeby, 2013). Blant andre Waddock og Graves (1997) argumenterer for at det er en positiv sammenheng mellom hvordan bedrifter presterer innenfor CSR og hvordan de presterer innenfor lønnsomhet. De får støtte av Porter og Kramer (2002) som også sier at samfunnsansvar som fører til samfunnsmessige forbedringer relatert til bedriften, vil gi økonomiske fordeler. På den andre siden, så mener Reich (2008) og Henderson (2001) at søkelyset på CSR vil medføre økonomiske tap og at investeringer i samfunnet ofte forårsaker en kostnadsøkning samtidig som det blir en nedgang i prestasjon. Friedman (referert i McWilliams et al., 2006, s. 3) har et perspektiv som innebærer at CSR er et misbruk av bedriftens ressurser som kunne hatt større nytteverdi og vært mer verdiskapende om det var brukt til interne prosjekter eller gitt tilbake til aksjonærene. Han antyder også at CSR er noe ledere kan bruke for å fremme karrieren eller andre personlige agendaer, og reduserer aksjonærenes formue.

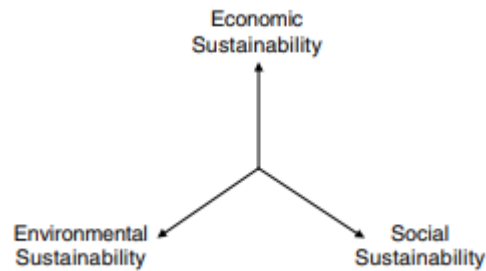
En annen svakhet er at CSR har så mange tolkninger. Mange forskjellige definisjoner av CSR har opp gjennom årene forekommet, og ofte så har det ikke vært noe klar definisjon. Det gjør igjen at den teoretiske utviklingen innenfor CSR og måling av CSR har vært vanskelig (McWilliams et al., 2006). Den inkonsistente bruken av CSR gjør det også vanskelig å

sammenligne resultater i forskjellige studier på hvordan effekt CSR har i bedriftene (McWilliams et al., 2006).

2.3 Den triple bunnlinjen

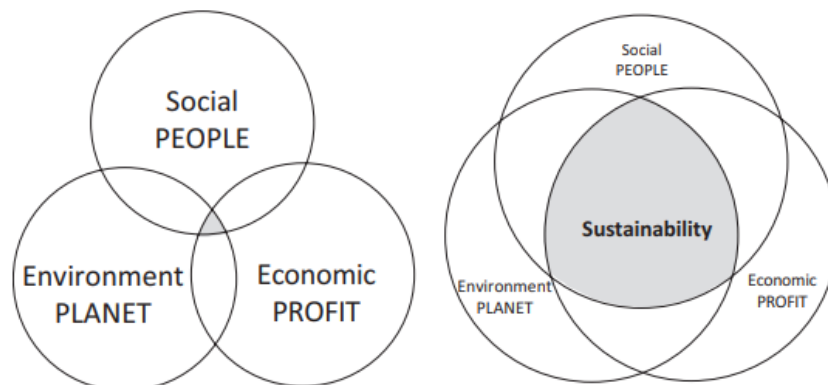
Elkington (1997) lanserte i 1997 boken "Cannibals with forks", hvor han mente at bedrifter har et større ansvar utover kun det økonomiske. Internasjonale institusjoner har tilegnet seg mer og mer makt, mens myndighetene har blitt mindre påvirkningsdyktige. Som en konsekvens til det har bedrifter fått et større ansvar for deres handlinger, og det påkreves radikale endringer fra bedriftsledere for å imøtekomme dette ansvaret. Han introduserte det han kalte for "Den triple bunnlinjen", som er en tilnærming innenfor CSR (Jørgensen & Pedersen, 2013) og som vektlegger samfunnsansvar (Wallstreetmojo Editorial Team, u.å). Elkington så på Den triple bunnlinje (triple bottom line) som en konseptualisering av den bærekraftige utviklingen på bedriftsnivå. Den triple bunnlinjen skulle være et styringsverktøy som besto av tre forskjellige "bunnlinjer", nemlig den økonomiske bunnlinjen, den miljømessige bunnlinjen og den samfunnmessige bunnlinjen (Elkington, 1997). I utgangspunktet var konseptet bak bedriftens bærekraft assosiert med miljømessige problemer, hvor fokuset var på å redusere utslipp og oppnå en mer effektiv ressursbruk. Ditlev-Simonsen (2022) utleder at det samfunnmessige ikke fikk den samme oppmerksomheten, da disse ble sett på som politiske og statlige ansvarsområdet. Dette var et syn på bedriftens bærekraft som måtte forandres på, og Elkingtons triple bunnlinje var en tilnærming til bærekraft som også omfattet det samfunnmessige fokuset.

Bærekraft i henhold til Elkingtons triple bunnlinje (TBL) ble i forretningssammenheng omtalt av Dyllick og Hockerts (2002) som det å kunne møte behovene til selskapets direkte og indirekte interessenter, (slik som kunder, aksjonærer, ansatte og staten), på en slik måte at det ikke går ut over de fremtidige mulighetene til å imøtekomme interessentenes behov. Dette er en del av økonomiperspektivet. Videre så går bedriftens bærekraft ut på å løse miljø- og sosiale problemer på en strategisk og lønnsom måte (Salzmann, Ionescu-Somers & Steger, 2005). Det har derfor de senere årene blitt satt søkelys på både miljø- og samfunnsdimensjonene for bærekraft i bedriftenes beslutningsprosess og aktiviteter (Dyllick & Hockerts, 2002; Schaltegger et al., 2012), samtidig som lønnsomhetsperspektivet blir ivare tatt (Hermundsdottir & Aspelund, 2021). Den triple bunnlinjen blir også omtalt som 3P, som er people (Samfunnmessige bunnlinjen), profit (Økonomiske bunnlinjen) og planet (Miljømessige bunnlinjen).



Figur 2: Den triple bunnlinjen (Dyllick & Hockerts, 2002, s. 132)

Kjernen i den triple bunnlinjen er å forene disse tre linjene på en slik måte at man vil ha en grad av både den samfunnsmessige bunnlinjen, den miljømessige bunnlinjen og den økonomiske bunnlinjen. Figuren til Ditlev-Simonsen (2022) illustrerer hvordan disse bunnlinjene kan forenes. For at en bedrift skal være bærekraftig, må den søke etter midtpunktet i figuren hvor alle bunnlinjene er representert. Disse tre aspektene er så relaterte til hverandre at det er kun hvis bedrifter klarer å håndtere alle disse tre aspektene ved den triple bunnlinjen at de vil kunne kalles bærekraftig (KsiężaK & FischBach, 2017). Ved fokus på den økonomiske- og samfunnsmessige bunnlinjen vil man handle rettferdig og lønnsom, men ved å utelate den miljømessige siden så vil det gå ut over planeten. Samtidig kan man ikke utelukkende fokusere på det samfunnsmessige og miljømessige, da en bedrift er avhengig av overskudd for å kunne overleve. Fokuserer man kun på den økonomiske- og miljømessige bunnlinjen, vil det føre til at ansattes moral blir dårlig og forholdet til resten av samfunnet rundt vil bli dårlig (KsiężaK & FischBach, 2017).



Figur 3: Bærekraftig utvikling ved Den Triple Bunnlinjen (Ditlev-Simonsen, 2022, s. 54)

Kort fortalt så skal, ifølge Andrew Savitz, den triple bunnlinjen *“Fange opp essensen av bærekraft ved å måle påvirkningen av organisasjonens aktiviteter på verden. Dette inkluderer både deres lønnsomhet, eiernes utbytte og deres sosiale- menneskelige- og miljømessige kapital”*. (Min oversettelse, Andrew Savitz, sitert i (Slaper & Hall, 2011))

2.3.1 Den samfunnsmessige bunnlinjen

Den samfunnsmessige bunnlinjen innebærer søkelys på menneskene og arbeiderne i og rundt bedriften, og Dyllick og Hockerts (2002) skiller mellom to hovedtyper innenfor den samfunnsmessige bunnlinjen; menneskelig kapital og samfunnskapital. Den menneskelige kapitalen omfatter kompetanse, motivasjon og lojaliteten til ansatte og bedriftspartnere, mens samfunnskapital handler om offentlige tjenester, kulturbidrag og mennesker utenfor sin egen virksomhet. Den samfunnsmessige bunnlinjen handler om at bedriften er bærekraftig når den tilfører verdi til samfunnet bedriften opererer innenfor. Det kan enten være ved økt menneskelig kapital eller ved å tilføre verdi til samfunnet (Dyllick & Hockerts, 2002). Slaper og Hall (2011) nevner mye av det samme ved at samfunnsmessig bærekraft forekommer når bedriften tilfører en økning i utdanning, helse, trivsel og livskvalitet i samfunnet de opererer innenfor.

2.3.2 Den miljømessige bunnlinjen

Den miljømessige, eller økologiske, bunnlinjen omfatter jordens naturlige kapital og går ut på hvordan vi må ta ansvar for planeten ved å jobbe mot å minimalisere skaden vi utgjør på miljø og klima. Det skilles mellom to typer av naturkapital; fornybare og ikke-fornybare ressurser. Økologisk bærekraft defineres som bedrifter som evner å bruke jordas ressurser i en mindre grad enn hva jorda reproducerer av samme ressurs eller hva som skapes av substitutter til denne ressursen. Tilsvarende så vil det å være økologisk bærekraftig gå ut på å ikke slippe ut forurensende utslipp i større grad enn hva naturen klarer å absorbere av disse utslippene (Dyllick & Hockerts, 2002). Eksempler på miljømessige variabler kan være energiforbruk, bruk av naturressurser, vann- og luftkvalitet, giftig avfall osv. (Slaper & Hall, 2011).

2.3.3 Den økonomiske bunnlinjen

Alle bedrifter må på sikt være lønnsomme for å overleve, og slik at de kan opprettholde en økonomisk bærekraftig drift. At en bedrift drives lønnsomt har ikke i seg selv en målbar bærekraftig virkning, men det gjør det mulig for bedriften å oppnå bærekraftige effekter

innenfor det samfunnsmessige og miljømessige. Økonomisk bærekraft tilknyttet den triple bunnlinjen er noe som det ikke har vært så stort fokus på de senere årene ettersom det er velintegrert for bedriftsledere og aksjeeiere at det å drive lønnsomt er viktig (KsiężaK & FischBach, 2017). Den økonomiske kapitalen i bedriften kan bare til dels måles ved internregnskap og finansielle verktøy. Økonomisk bærekraftighet krever at bedrifter håndterer både finansiell kapital, materielle eiendeler og immaterielle eiendeler (Dyllick & Hockerts, 2002). Slaper og Hall (2011) legger til at det kan være variabler som skatter, utgifter og inntekter. Økonomisk bærekraftige bedrifter kan defineres som en bedrift som til enhver tid kan garantere tilstrekkelig med kontanter til å imøtekomme likviditetskrav samtidig som den produserer en vedvarende meravkastning til sine aksjonærer (Dyllick & Hockerts, 2002).

2.3.4 Kobling av bunnlinjene

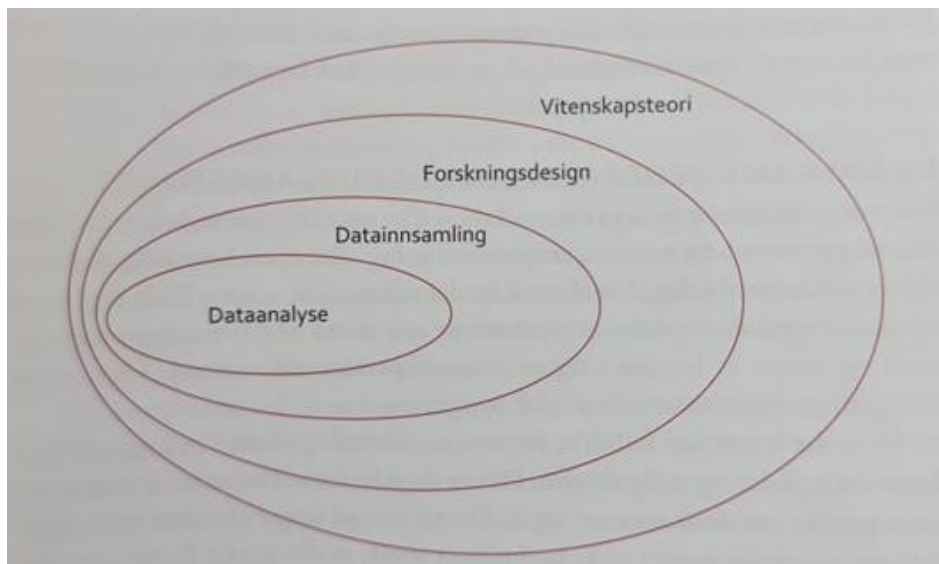
Schaltegger et al. (2012) nevner tre dimensjoner for bunnlinjene som må være til stede for at de skal fungere gunstig. Den første dimensjonen sier at bedrifter burde gjennomføre frivillige, eller delvis frivillig, aktiviteter som skal bidra til å løse samfunns- og miljøproblemer utover det forskrifter og lover fra staten krever. Samtidig som disse beslutningene ikke blir gjort utelukkende på bakgrunn av forventede økonomisk atferd. Den andre dimensjonen går ut på det økonomiske, hvor aktivitetene må skape en positiv effekt og bidra til økonomisk vekst i bedriften i form av kostnadsbesparelse, økt salg, kundeomdømme osv. Den tredje dimensjonen går ut på at ledelsen må ha en klar og overbevisende argumentasjon at aktivitetene har ledet til både samfunns- og miljøeffekter samtidig som det har gitt økonomiske effekter. Bedriftsbærekraft går ut på å skape økonomiske virkninger gjennom miljømessige og sosiale aktiviteter (Schaltegger et al., 2012).

Koblingen av bunnlinjene må ikke kun omfatte bærekraft rundt sine prosesser og hvordan man designer sine produkter. Det må skje en endring i hele verdikjeden til bedriften som gjenspeiles i hvordan bedriften er utformet og deres strategi. Når bedriften har klart å forene bunnlinjene på en slik måte at dette oppfylles, vil bedriften anses som bærekraftig ut ifra den triple bunnlinjen (Elkington, 2013). Slaper og Hall (2011) mener i midlertidig at det kan være problematisk å måle graden av bærekraft i den triple bunnlinjen. Selv om den økonomiske bunnlinjen kan måles relativt enkel, så er det ikke noe felles måleparametere for denne og den miljømessige- og samfunnsmessige bunnlinjen, som er mer problematisk å måle. Likevel mener dem at dette kan være positivt for bedriftene fordi det gjør den triple bunnlinjen tilpasningsdyktig.

3 Metodisk tilnærming

I dette kapittelet skal jeg redegjøre for hvordan forskningsmetode jeg har valgt for å svare på min problemstilling samt argumentere for hvorfor jeg mener dette er en god metode til å besvare min problemstilling. Metode kan altså kort beskrives som den måten man fremgår på for å finne svar på et problem (Mehmetoglu, 2004).

Empirisk forskning omfatter å samle inn, analysere samt tolke data (Johannessen, Christoffersen & Tuft, 2016) og Busch (2021) nevner fire valg som må tas med hensyn til det. Det er valg av vitenskapsteoretisk utgangspunkt, valg av forskningsdesign, valg av metoder for datainnsamling og valg av metoder for dataanalyse. Disse kan settes inn i det som kan kalles en forskningsløk (Saunders, Lewis & Thornhill, 2016)



Figur 4: Forskningsløken til Saunders et al. (referert i Busch, 2021, s. 49)

Kapittelet inkluderer vitenskapsteoretisk tilnærming, noe vil ha betydning for de metodevalgene som blir tatt på senere tidspunkt. Videre så vil kapittelet inneholde forskningsdesign, metode og hvordan valg tilknyttet datainnsamling og utvalg som er tatt. Kapittelet avsluttes så med hvordan jeg har gjort dataanalysen og hvordan jeg har forholdt meg til oppgavens kvalitet og de etiske problemstillingene.

3.1 Vitenskapelig ståsted

Det vitenskapelige ståstedet er sentral i valg av metode og hvordan valg i forhold til metoden forskeren vil ta med bakgrunn i problemstillingen. Den skal gi perspektiv til det vi holder på med og er selve grunnlaget for å kunne gjennomføre meningsfull forskning (Busch, 2021).

Vitenskapelig ståsted omhandler våre forestillinger om hvordan verden ser ut og våre oppfatninger av hvordan mennesker tilegner seg kunnskap. Ontologi er et sentralt begrep når det kommer til metode og vitenskapelig ståsted, og er læren om hvordan virkeligheten faktisk ser ut (Saunders et al., 2016). Epistemologi kan ses på som en videreutvikling av ontologi, og går ut på hvordan, og i hvor stor grad, det er mulig å skaffe seg kunnskap om virkeligheten. Epistemologi gjør det mulig for oss å kunne stille spørsmål på det vi ønsker å kartlegge gjennom blant annet intervjuer, spørreskjema osv. (Saunders et al., 2016).

Innenfor Epistemologien så skilles det mellom to filosofiske retninger for hvordan man fremskaffer seg kunnskap om verden (Bell, Harley & Bryman, 2019). Det ene er et positivistisk tankesett som gikk ut på at det fantes grunnleggende antagelser om at det fantes generelle regler og lover i sosiale systemer (Jacobsen, 2005). Et slikt tankesett har i liten grad kunne overføres til studie av mennesker, fordi hva mennesker gjør og tenker ikke kan fanges opp av universelle lover. Mennesker endrer atferd som en konsekvens av deres evne til å lære og tilegne seg ny kunnskap, og dette fører til at studie av mennesker blir mer kontekstavhengig og at man istedenfor forsker på forståelse for det spesielle og unike istedenfor generelle lovmessigheter. Denne nye retningen for å kunne fortolke mennesker og samfunnet ble kalt en hermeneutisk metode, og skiller seg fra positivisme ved at utgangspunktet er at generelle regler ikke finnes (Jacobsen, 2005)

Et fortolkningsbasert ståsted passer bra i min oppgave da jeg skal fortolke informantene sine meninger og følelse, og at det ikke eksisterer noe objektiv sannhet mellom deres handlinger og meninger (Bell et al., 2019). Det er altså i oppgaven tatt et hermeneutisk ståsted da jeg ønsker å fortolke informantenes oppfatning av bærekraft i en gitt kontekst. Problemstillingen i oppgaven vil forholde seg til en epistemologi hvor man søker etter å studere det unike og særegne blant bærekraft i bedriftene. Bedriftene er konstruert av mennesker og krever at man undersøker de ansattes oppfatning av virkeligheten (Jacobsen, 2005).

3.2 Forskningsdesign

Forskningsprosessen går vanligvis over fire faser; *Forberedelse, datainnsamling, dataanalyse og rapportering* (Johannessen et al., 2016). Valg av forskningsdesign er en sentral del og legger grunnlaget for hvordan man går frem for å svare på problemstillingen. Det er problemstillingens formål som skal legge grunnlaget for hvilke forskningsdesign man velger og formålet med problemstillingen skal alltid være grunnlaget for de beslutningene som tas

(Saunders et al., 2016). Problemstillingen min går i hovedsak ut på hvordan bedriftene forholder seg til nye krav og forventinger til bærekraft.

Siden bærekraftstiltak kan være komplekst å måle gjennom talldata og har mange variabler, vil oppgaven være intensivt designet. Ved å velge et intensivt design kan man gå i dybden i et forskningsprosjekt slik at jeg kan få en mer detaljert og grundig forståelse av bedriftenes bærekraftige tiltak (Busch, 2021). Det finnes helt klart måter man kunne tilnærmet seg ved en ekstensivt design, da noe av bærekraftstiltakene i bedriftene vil kunne tallfestes effektivt, men en god del av bærekraftstiltakene bedriftene gjør vil kunne være vanskelige å måle uten å gå i dybden i den enkelte bedrift. Utgangspunktet for datainnsamlingen min var at det var begrenset med teori innenfor bærekraft, samfunnsansvar og den triple bunnlinje i byggenreprentørbransjen.

Formålet er å se på bedriftenes bærekraft ved bruk av teoriene rundt Corporate Social responsibility (CSR) og Den Triple Bunnlinjen. Tilnærmingen i oppgaven vil være å utforske et ukjent territorium gjennom dialog og samtaler med mennesker for å få en forståelse for bedriftenes bærekraft i bransjen. Forskningen skal ved hjelp av CSR og den triple bunnlinje bidra til å vise forbedringspotensialer og problemområder når det kommer til bærekraft i bransjen. Dette skal kunne vise om det er noen sammenheng mellom tidligere teori om bærekraft og hvordan bedriftene både ser på og jobber med bærekraft. Hoveddesignet vil være av typen *casestudier* hvor formålet er å studere et fenomen i en organisasjon, i dette tilfellet bærekraft (Busch, 2021). I et casesdesign vil forskeren innhente mye informasjon om få enheter og få en omfattende og detaljert datainnsamling. Casestudien gjennomføres ved intervjuer for å innhente så mye informasjon som mulig på kortest mulig tid (Johannessen et al., 2016). Siden det er flere bedrifter i oppgaven, vil det kaller en flercasestudie, noe som kan gjøre en oppgave mer hensiktsmessig og oppnår et sterkere grunnlag i studien (Yin, 2014). Dette fordi at hver bedrift i studien karakteriseres som en egen case. Slik kan man bedre sammenligne det opp mot bærekraft i bransjen og mot problemstillingen min (Johannessen, Christoffersen & Tufte, 2011).

3.3 Metode

Metode er det valget man gjør når man skal samle inn data om virkeligheten, altså empiri (Jacobsen, 2005). Et forbehold er at kunnskapen er unik i de forskjellige bedriftene, og må dermed ha en kvalitativ tilnærming for å forske på bedriftenes særegne tiltak og oppfatning når det kommer til bærekraft. Dette fordi bærekraft kan være vanskelig å måle, og i tillegg

kan det være at bedriftene er bærekraftig på måter de ikke selv er klar over. I kvalitativ tilnærming må informasjonen fra informantene fortolkes av forskeren for å kunne si noe om bærekraft i bransjen.

Metoden vil være fortolkningsbasert og tilnærme seg en induktiv metode hvor jeg skal observere et antall tilfeller for deretter å kunne gi noe generelt om gruppen (Johannessen et al., 2016; Kvale, Brinkmann, Anderssen & Rygge, 2015). Bakgrunnen for en induktiv tilnærming er at det fantes interessante teorier innenfor bærekraft, men begrenset med tidligere forskning innenfor akkurat det området som jeg har valgt å sette søkelys på og hvordan dette fungerer i innenfor en bransje som byggingentreprenørene er en del av. Ved en induktiv tilnærming danner man seg oppfatninger om hvordan virkeligheten ser ut for så å prøve å få kunnskap og teori ut ifra det (Jacobsen, 2005). Gjennom en slik tilnærming vil man kunne bidra til ny forståelse gjennom kunnskap og data om temaet.

Datainnsamlingen i oppgaven er samlet inn ved både primærdata og sekundærdata. Primærdata er data som er samlet inn av forskeren selv med det formål å svare på oppgavens problemstilling (Jacobsen, 2005) og primærdataene i oppgaven ble innhentet ved intervju. Sekundærkilde er data som er samlet inn av andre enn forskeren, og sekundærkildene i oppgaven er innhentet fra årsregnskapet til de utvalgte bedriftene, i tillegg til informasjon fra deres nettside (Jacobsen, 2005).

3.4 Kvalitative metoder

Siden tilnærmingen i oppgaven er et intensivt design, vil metoden i oppgaven være en kvalitativ tilnærming. Kort sagt kan man si at kvalitativ forsknings skal si oss noe om *hvorfor* noe skjer (Johannessen et al., 2016). Kvalitative metoder er opptatt av å beskrive hvordan mennesker oppfatter verden og spesifikke sosiale mønstre innenfor ett området.

Problemstillingen i oppgaven bestemmer valg av metode, og et spørsmål om bærekraft som fenomen og hvordan byggingentreprenører jobber mot bærekraft og samfunnsansvar dreier seg om forståelse og tolkning og forutsetter deretter en kvalitativ tilnærming (Johannessen et al., 2016).

3.4.1 Innsamling primærdata

3.4.1.1 Intervju

Siden hoveddesignet i oppgaven er en kvalitativ tilnærming, så må det velges en innsamlingsmetode som egner seg bra for å innhente kvalitative data. Typiske

datainnsamlingsmetoder for kvalitativ forskning kan det eksempelvis være observasjon eller intervjuer (Johannessen et al., 2011). I oppgaven er det med bakgrunn ifra det vitenskapelige ståstedet og den kvalitative tilnærmingen valgt et åpent dybdeintervju som metode i denne sammenhengen for å kunne gå i dybden på casene (Lantz, 1993). Fordelen med å velge en kvalitativ tilnærming er at man kan gå dypere i bedriftenes forståelse av bærekraft og hvordan virkelighetsoppfatning de har av dette (Jacobsen, 2005) samt at det gir de beste forutsetningene for å få fram hvordan informantene tenker, føler og mener ut ifra personens eget perspektiv (Kylan, 2004; Yin, 2014), noe som vanskelig kan defineres ut ifra tallmaterialet (Kvale, 1996). Man får da muligheten til å innhente målrettet informasjon om få studieobjekter, som vil være gunstig når det man studerer virker komplekst (Yin, 2014). En kvantitativ tilnærming ved eksempelvis spørreskjema ville muligens ikke gitt den samme innsikten og informasjonen som jeg i oppgaven har vært ute etter siden intervju gir et nærere relasjon og mulighet til oppfølgingsspørsmål i etterkant.

Innsamlingen er gjort ved fire intervjuer innenfor 35-45 minutter, hvor relativt mye informasjon ble samlet inn på den tiden. Det ble gjennomført et semistrukturert intervju som da inneholder et strukturert forhåndsutformet sett av spørsmål i form av en intervjuguide (**Vedlegg 1**). I tillegg ble det etter de innledende intervjuene sett nødvendigheten av et oppfølgingsintervju med en offentlig byggherre, og dette omtales som en snøballeffekt (Saunders et al., 2016). Dette intervjuet ble gjort på samme måte, med en annen intervjuguide (**Vedlegg 2**). Ved at det er et semistrukturert intervju så åpner dette opp til at det er det rom for ustrukturerte spørsmål fortløpende etter hvert som informanten kom med informasjon og svar som jeg var interessert i å gå mer i dybden på (Bell et al., 2019). Fordelen med dette er at spørsmålene er ganske åpne, og informantene vil svare ulikt ut ifra hvordan de tolker dette selv om spørsmålene er standardiserte og lik for alle slik at de kan sammenlignes (Johannessen et al., 2016). Disse intervjuformene har den fordelen at de er veldig fleksible og gjør at man kan gå enda mer i dybden på casene (Saunders et al., 2016).

Spørsmålene under intervjuet er utarbeidet ut ifra problemstillingen min og hovedtema for intervjuet ble sendt informantene noen uker i forkant av intervjuet, men selve spørsmålene ble ikke tilsendt. Dette fordi de ikke skulle ha noen forhåndsskrevne svar siden noen av spørsmålene var definisjonsspørsmål som går ut på deres hverdagslige tolkning i forhold til bærekraft. Svakheten med denne metoden er at noe relevant informasjon de har å komme med kan utebli ettersom de ikke får så lang betenkningstid på spørsmålene. Alle intervjuene ble

tatt opp på lydopptak slik at de kunne bli transkribert i etterkant. Deltagerne ble opplyst om dette, og underskrev en samtykkeerklæring på at dette var greit.

Tre av intervjuene ble gjort i lokalene til informantene mens to intervju tok plass over internett og Teams. Dette fordi flere av informantene var svært opptatte og det var mest effektivt og tidsbesparende for dem å gjøre disse intervjuene på deres arbeidsplass istedenfor å gjøre intervjuene andre steder. Ulempen var at dette kunne føre til mye støy og forstyrrelser siden de var i jobb når intervjuene fant sted, men følelsen jeg sitter igjen med er at intervjuene gikk bra uten noen forstyrrelser og informantene fikk uttale seg fritt i kjente omgivelser.

Innledningsvis argumenterte jeg for valg av intervju og hvorfor dette var en gunstig tilnærming. Det finnes imidlertid noen svakheter også som kan påvirke kvaliteten på oppgaven og Yin (2014) nevner noen direkte svakheter med intervju som kilde til informasjonstilgang. Skjevhet i undersøkelsen som kan skyldes dårlige formulerte spørsmål av intervjueren, samt skjevhet som kan skyldes informantens preferanse. Det forekommer også at informantene har glemt å nevne enkelte ting som kan være relevant i oppgaven, siden intervjuet blir gjort innenfor en kort tidsramme. Et siste punkt er at intervjuobjektene kan gi svar som de tror intervjueren eller andre lesere ønsker å høre ifra dem (Yin, 2014). Dette samsvarer også med det Jacobsen (2005) nevner angående at kvalitativ tilnærming er veldig tolkningsbasert. Det er forskeren som lager undersøkelsen som skal tolke denne ut ifra meninger og en del uklare signaler som undersøkelsen gir. Det er også forskeren selv i oppgaven som velger hvordan spørsmål som i oppgaven vil være relevant å stille til informantene, og interessante og relevante spørsmål angående bærekraft kan derfor bli utelatt.

3.4.2 Sekundærdata

Sekundærdata i oppgaven vil bestå av informasjon bedriftene i oppgaven har offentliggjort på deres nettsider med tanke på bærekraft. Dette både for å komplimentere det informantene allerede har sagt under intervjuene og for å innhente annen relevant informasjon som ble utelatt fra intervjurunden. Styrken med dette er at ved å benytte flere kilder til datainnsamling vil man kunne støtte opp hverandre slik at resultatene blir mer troverdige (Jacobsen, 2005). I tillegg vil det bli hentet ut data fra resultatregnskapene til bedriftene med bakgrunn i å sjekke lønnsomheten deres. Dette for å bekrefte det informantene fortalte angående intervjurundene.

3.4.3 Utvalg

Utvalg gjøres med den hensikt å kunne si noe om en bestemt populasjon, uten at man trenger å gjøre undersøkelsen på hele populasjon (Johannessen et al., 2016). Formålet med en kvalitativ oppgave er å kunne oppnå dybdekunnskap om fenomenet man forsker på, med bakgrunn i å kunne overføre funnene i forskningen til andre kontekster. En kvalitativ studie har altså det formålet å kunne gjøres teoretisk generaliserbar, og ikke statistisk generaliserbar som ved en kvantitativ oppgave (Bell et al., 2019). I oppgaven har jeg spesifisert meg innenfor bygg- og anleggsbransjen, og satt søkelys på entreprenørbransjen. Alle bedriftene er lokalisert innenfor Tromsø og Harstad. For at utvalget i oppgaven skal kunne være representativt må sammensetningen av bedriftene på best mulig måte sammenfalle med sammensetningen i hele populasjonen (Johannessen et al., 2016). Bedriftene i oppgaven kategoriseres som tre små bedrifter og én stor bedrift ifølge European Commission (2016) sine definisjoner. Dette sammenfaller med markedssituasjonen i Troms da denne består av to store aktører, og hvor de fleste andre er små/mellomstore. Så det å ha en stor bedrift og tre små kan argumenteres for en tilnærmet lik sammensetning.

Etter en rekrutteringsprosess hvor forespørsler ble sendt ut til aktuelle bedrifter, og responsen fra disse var varierende ble tilnærmingen annerledes. Hva som er det gunstige antall informanter vil variere utfra datamateriale og tidsperspektiv. Jeg vurderte at seks ville være gunstig, men bortfall av informanter gjorde at dette ikke lot seg gjøre av tidsmessige årsaker. Siden intervju skulle bli brukt, ble utvalget gjort ved enkel tilfeldig utvelgelse hvor forespørsler ble sendt ut og de som var interessert til å stille opp ble valgt. På bakgrunn av bortfall av informanter, endte det på fire utvalg i oppgaven, noe som ifølge Kvale et al. (2015) er innenfor siden et for høyt antall igjen kan svekke kvaliteten på undersøkelsen. Med tanke på oppgavens oppfang og informasjonstilgang ved intervjuene var fire bedrifter tilstrekkelig, da det ikke er antall informanter som er viktig, men heller mengde informasjon man får fra dem. Utvalget i forhold til casebedrifter og intervjuobjekter ble gjort etter geografisk rekruttering innenfor Tromsø og Harstad. Bedriftene som var rekruttert, er innenfor bygg- og anleggsbransjen hvor byggentreprenørdelen har vært hovedfokuset. Målet i oppgaven er å undersøke hvordan effekt krav og reguleringer har på bedriftene, og se på hvordan de jobber mot en bærekraftig fremtid.

For å kunne undersøke dette, er det vurdert at fire bedrifter vil være tilstrekkelig for å kunne trekke noen tolkninger ut ifra undersøkelsen. Informantene i bedriftene jeg intervjuet satt på et

overordnet ansvar slik at de hadde oversikt over hvordan strategi og fokus bedriften hadde med tanke på bærekraft, og dette var viktig i min oppgave. De som ble intervjuet viste også interesse av oppgaven og ville gjerne bli tilsendt det ferdige produktet. De godtok også at jeg kunne sende oppfølgingsspørsmål via e-post om noe var uklart eller jeg hadde tilleggsspørsmål.

Flere av informantene har meldt at det i år har vært ekstremt mange studenter som har vært i kontakt med dem angående intervju, noe som jeg selv har merket ved mangel på respons og at flere av informantene har måtte trukket seg av mangel på tid og/eller at de nettopp har vært igjennom intervjuprosesser med andre. Dette har gjort rekrutteringsprosessen lenger enn jeg hadde trudd på forhånd, og kan nok svekke oppgaven noe da jeg ikke sto fritt fram til å velge de bedriftene jeg ville. Kun fire utvalgte bedrifter vil derfor ikke kunne være generaliserbart til andre sammenhenger. De bedriftene som vil være med i oppgaven er:

Bedrifter: Byggetreprenør	Antall informanter
Harstadbygg Entreprenør	1
PEAB Bjørn Bygg	1
NT Entreprenør	1
Altibbygg	1

Tabell 1: Oversikt over informanter fra casebedriftene

I tillegg til de fire informantene fra byggetreprenørene ble det etter intervjurunden sett et behov for å innhente enda mer data angående offentlige byggherrer, som ble et sentralt tema under intervjurundene hvor samtlige informanter nevnte disse i forbindelse med bærekraft. Det resulterte i en slags snøballeffekt (Saunders et al., 2016) hvor jeg så et behov for å utvide intervjurundene for å fremskaffe meg mer data i henhold til dette. Det ble satt av et intervju med Tromsø Kommune, som er en av de største offentlige byggherrene i området, for å intervju dem angående bærekraft i deres offentlige anbud til entreprenørbransjen. Intervjuet var i underkant av 30 minutter langt, og det var kun 1 respondent. Tromsø Kommune er kun brukt til å innhente tilleggsinformasjon og til dels få bekreftelse på det casebedriftene har uttalt, og vil ikke være en del av casebedriftene i oppgaven.

Offentlig byggherre	Antall informanter:
Tromsø kommune	1

Tabell 2: Oversikt over informant fra offentlig byggherre

3.5 Dataanalyse

I dataanalysen skal jeg redegjøre for mine valg og beskrive hvordan analysen er gjennomført i praksis (Busch, 2021). All data som er samlet inn må analyseres og tolkes, i dette tilfelle må intervjuene tolkes og bearbeides til tekstformat (Johannessen et al., 2016). For at samlingen av intervjuene skal gi noen mening kreves det i kvalitativ forskning at de transkriberte intervjuene kodes inn etter forskjellige kategorier (Saunders et al., 2016) Dette for å strukturere oppgaven lettere for å finne funn og tendenser angående bærekraft i bransjen, og jeg har derfor i oppgaven opprettet koder for å bearbeide intervjuetranskripsjon. Kodingen går ut på å gi ord og uttrykk som beskriver utsnitt og svarene til informantene (Tjora, 2012).

Måten jeg har valgt å transkribere intervjuene er å ta kun de utsnittene av intervjuene med informantene som er relevant for min forskning. På denne måten sparer man mye tid, samtidig som man får med det, jeg selv som forsker, synes er relevant (Leseth & Tellmann, 2014; Saunders et al., 2016). Deretter har jeg valgt å kategorisere intervjuene i kategoriene *Samfunnsmessig bærekraft, miljømessig bærekraft og økonomisk bærekraft*. Disse kategoriene er direkte linket til den triple bunnlinjen, som er sentral i min oppgave. Noe av utsnittene fra intervjuene kan kategoriseres innenfor flere av kategoriene, spesielt når det var snakk om samfunnsansvar, men jeg har valgt å plassere de under der jeg anser dem som mest relevant.

3.6 Metodekvalitet

Oppgavens kvalitet påvirkes ut ifra de metodevalgene jeg ovenfor har valgt for å svare på min oppgave. I kvalitativ forskning har det vært mye omdiskutert hvordan kvalitetskriterier man skal legge til grunn i forskningen. Grunnen til dette er at både validitet og reliabilitet er problematisk å imøtekomme i kvalitativ forskning grunnet at begge inneholder måling (Bell et al., 2019; Stenbacka, 2001). Lincoln og Guba (1985) mener at kvalitet innenfor kvalitative undersøkelser omfatter begrepene pålitelighet, troverdighet, overførbarhet og overensstemmelse. Likevel hevder noen at reliabilitet og validitet også vil kunne brukes til å vurdere kvaliteten innenfor kvalitative studier (Johannessen et al., 2016; Yin, 2014).

Relabilitet og validitet har lenge vært brukt som kvalitetskriterier i studier, men det er imidlertid uoverensstemmelser blant forskere om relabilitet og validitet er egnet som kvalitetskriterier innenfor en kvalitativ setting (Bell et al., 2019). Kvaliteten på oppgaven dømmes ut ifra hvor mye vi kan stole på resultatene i oppgaven, og de forholdene jeg har valgt å vurdere kvaliteten på min oppgave ut i fra er pålitelighet, gyldighet og overførbarhet (Bell et al., 2019; Busch, 2021).

3.6.1 Pålitelighet

Om resultatene i oppgaven min inneholder høy relabilitet (pålitelighet) og validitet vil i oppgaven, siden den av kvalitativ, være avhengig om mine observasjoner representerer de fenomenene jeg har ønsker å forske på i oppgaven (Busch, 2021). Reliabiliteten handler om hvor pålitelig mine studier vil være (Bell et al., 2019). Påliteligheten dreier seg å ha en intern logikk gjennom hele forskningsprosessen (Tjora, 2012), og hvor nøyaktige undersøkelsens data er samt måten disse blir innhentet på og bearbeidet (Johannessen et al., 2016).

Pålitelighet har vært til dels problematisk å oppfylle i en kvalitativ studie. Målet med relabilitet er at forskningen skal kunne gjentas av en annen forsker, på et helt annet tidspunkt, og likevel komme frem til de samme konklusjonene (Bell et al., 2019). Johannessen et al. (2011) nevner at det er umulig for andre forskere å gjenta en annen forskers kvalitative forskning og forvente de samme resultatene. Mye av grunnen til dette er at datainnsamlingsmetoden som benyttes i en kvalitativ undersøkelse er ustrukturerte og data som kommer ut av funnene vil være veldig fortolkningsbasert ut ifra forskerens egne erfaringer (Johannessen et al., 2011) i tillegg til kontekstavhengig (Johannessen et al., 2016).

For å oppnå pålitelighet i oppgaven har jeg forsøket å gi leserne en inngående beskrivelse hvor forsøket er å få fram en åpen og detaljert fremgangsmetode under oppgaven. Jeg har i min analyse forsøket å forholde meg så objektiv som mulig når jeg har samlet inn data, intervjuet informantene og ved drøftingen av resultatene. Likevel er det til dels vanskelig å oppnå full nøytralitet i en oppgave som er kvalitativ (Johannessen et al., 2016). Jeg har brukt mye sitater i empiridelen min slik at graden av subjektive tolkninger blir lavest mulig, og har i transkriberingen sitert informantene mest mulig ordrett av samme begrunnelse. For å oppnå en høyere grad av pålitelighet i forhold til min oppgave, har jeg også sendt oppfølgingsspørsmål til informantene i entreprenørbransjen for å få bekreftet funnene i oppgaven min. I tillegg følte jeg nødvendigheten av å intervju Tromsø kommune som er en offentlig byggherre, for å høre hvordan de så på bærekraft i anbudskonkurransene. At jeg i det

intervjuet fikk bekreftet det informantene i entreprenørbedriftene hadde utledet, vil til dels kunne gi oppgaven mer pålitelighet i at mine tolkninger har vært korrekte.

3.6.2 Gyldighet

Gyldigheten (Validitet) går på om de svarene jeg finner i forskningen faktisk er svar på problemstillingen, og om metoden jeg har brukt i undersøkelsen er egnet til dette formålet (Kvale et al., 2015; Tjora, 2012). Ved casestudier vil det, ifølge Yin (2014), være utfordrene å oppnå gyldighet i forskningen på grunn av forskerens subjektive tolkninger. Valget av metode vil være sentralt siden forskningens gyldighet vil være avhengig av at metoden jeg har valgt faktisk målet det jeg skal undersøke korrekt og tilstrekkelig (Bell et al., 2019). Det vil være nødvendig at jeg har valgt en metode i forskningen min som kan måle dybden og omfanget i det problemstillingen min etterspør, og om datamaterialet jeg har samlet inn er tilstrekkelig for å kunne svare på problemstillingen (Bell et al., 2019).

Jeg har prøvd å økt denne gyldigheten ved å utarbeide en intervjuguide som er basert på teori tilknyttet problemstillingen min, noe som Bell et al. (2019) nevner som sentralt for å innhente informasjon tilknyttet det problemstillingen faktisk etterspør. I tillegg for å øke gyldigheten i forskningen min har jeg stilt informantene i entreprenørbedriftene oppfølgingsspørsmål som skal bekrefte at de konklusjonene jeg hadde trukket etter å ha transkribert intervjuene var korrekte. Dette går på det Johannessen et al. (2016) trekker frem angående det å styrke oppgaven ved å tilbakeføre resultater til informantene for å få bekreftet resultatene. I tillegg ble resultatene bekreftet etter intervjurunden med Tromsø Kommune som kunne fortelle mye av det samme som entreprenørbedriftene fortalte, noe som kan styrke gyldigheten i oppgaven min.

3.6.3 Overførbarhet

Et av kvalitetskriteriene til en studie er at oppgaven kan generaliseres ut over de/det man forsker på (Bell et al., 2019) og om funnene kan overføres til lignende fenomener (Johannessen et al., 2016). Problematikken ved en studie som denne, som er en flercasestudie, er at den ikke har statistisk generalisering, men heller innehar en generalisering som er analytisk hvor man generaliserer et fenomen til en teori istedenfor til hele populasjonen (Yin, 2014).

Ved kvalitative undersøkelser snakker man gjerne om overføring av kunnskap fremfor generalisering. Overførbarhet går ut på i hvilken grad man lykkes i å etablere begreper,

beskrivelser, fortolkninger og forklaringer som kan være beleilig i andre kontekster enn den man studerer (Johannessen et al., 2016). Funnene ved forskningen vil i liten grad kunne generaliseres til større deler av landet da dette er gjort på bakgrunn av lokale bedrifter i Harstad og Tromsø og at informantene er relativt få. Det er imidlertid ikke noe utelukkende mål ved en casestudie å kunne generalisere funn, men heller det å tilegne seg dybdekunnskap om casene. Man forsøker heller å tilegne seg kunnskap i spesifikke og kontekstavhengige situasjoner, hvor overførbarhet ikke vil være det overordnede målet med forskningen (Bell et al., 2019).

Forskningen min hadde det formålet å vise hvordan byggingentreprenører jobber mot bærekraft, og hvordan krav og forventninger har hatt en effekt på deres fokus mot det. Informantene og bedriftene i min oppgave vil være for få til å kunne generaliseres til hele populasjon, men kan gi innsikt i lignende settinger og til dels til andre byggingentreprenører. Lokasjon er også en variabel som svekker denne oppgavens generaliserbarhet siden lokasjon kan være preget av særegne forhold (Johannessen et al., 2011).

3.6.4 Kvalitetskrav for intervju

Som kvalitetskriterier når det kommer til intervju, og som jeg har tatt høyde for i min oppgave, så er det ifølge Kvale (1996) seks kriterier som intervjuene burde bedømmes ut ifra.

1. I hvilken grad intervjuet er spontant, rikt, spesifikt og hvor relevant svarene fra informantene er
2. Hvor kortere spørsmålene fra intervjueren er, og hvor lengre svar fra informantene, hvor bedre er intervjuet
3. Hvordan intervjueren følger opp spørsmål og tilegner seg klarhet i det informantene svarer
4. Det ideelle intervjuet tolkes i stor grad gjennom hele intervjuet
5. Svarene fra informantene forsøkes å verifiseres fortløpende under intervjuet
6. Spørsmålene er utformet slik at de er selvforklarende og ikke trenger mye ekstra forklaring

Tabell 3: Kvalitetsvurderinger for intervju (Min oversettelse (Kvale, 1996, s. 145))

3.7 Ethiske spørsmål

Når man velger intervju i forskningen vil det være et stort fokus når det kommer til anonymisering. Det første punktet jeg har måtte ta stilling til da jeg bestemte meg for å benytte intervju som metode, var om prosjektet var meldepliktig. Jeg valgte å utelate personopplysninger i intervjuene mine med hensyn til personvern. Siden informantene kunne identifiseres indirekte ved at de innehar lederstillinger og at bedriftene de representerer blir nevnt i oppgaven var prosjektet meldepliktig for Norsk senter for forskningsdata (NSD).

Det finnes en del hensyn jeg har måtte ivareta i forskningsprosessen. Det første hensynet gikk på informantenes rett til autonomi og selvbestemmelse. Dette ble tatt hensyn til ved at informantene selv fikk skrive under et tilsendt informasjonsskriv som omfattet deres rettigheter og selvbestemmelse før, under og etter intervju. Informasjonsskrivet skulle sikre konfidensialitet, og vurdere mulige konsekvenser av forskningen (Johannessen et al., 2016; Kvale, 1996). I tillegg til dette ble navnene deres utelatt av oppgaven, og kun bedriftens navn ble nevnt.

Under intervjuprosessen ble de gjort klar over at databehandlingen av lydopptaket ble behandlet til de var ferdig transkribert, og at det kun er jeg og min veileder som har innsyn i disse. Det ble også gjort oppmerksom på at jeg ble å sende over det transkriberte intervjuet slik at de fikk innsyn i om disse samstemte med det de har sagt og at de ikke setter dem i dårlig lys. Her ble etiske hensyn tatt til hvor kritisk og dypt jeg som forsker kunne analysere intervjuene og hvordan utsagnene til informantene ble presentert (Johannessen et al., 2016; Kvale, 1996) da utsagn som blir tatt ut av konteksten kan bli oppfattet annerledes (Jacobsen, 2005). Disse utsagnene måtte derfor bli verifisert av informantene og konfidensialiteten måtte bli vurdert igjen før oppgaven ble utgitt slik at det ikke ble noen negative konsekvenser for informantene. De hadde gjennom hele forskningsperioden mulighet til å trekke sin deltagelse (Johannessen et al., 2016).

Det andre punktet går på at jeg som forsker har plikt til å respektere informantenes privatliv. Informantene har rett til å nekte meg som forsker tilgang til opplysninger om seg selv. De har rett til å kontrollere om informasjon om dem skal kunne gjøres tilgjengelig for andre og de skal kunne være sikre på at jeg som forsker har ivareta konfidensialitet og ikke brukt opplysningene i min oppgave på en slik måte at personer i undersøkelsen kan identifiseres direkte (Johannessen et al., 2016).

Det siste punktet går på forskerens ansvar for å unngå skade. Dette er mest aktuelt i medisinsk forskning, men var likevel en hensyn som måtte tas om forskningen berøre sårbare personer og følsomme områder (Johannessen et al., 2016). I oppgaven min er det ikke noe sensitive personopplysninger som behandles, som gjorde prosessen enklere. Jeg har også gjennom forskningsprosessen hatt et fokus på å ikke stille informantene eller bedriftene i dårlig lys eller at det skal forekomme noen negative konsekvenser for dem.

4 Casebeskrivelse

Oppgaven handler om hvordan fire lokale byggenreprenører i Harstad/Tromsø regionen tilnærmer seg det økte søkelyset på bærekraft. Disse bedriftene er PEAB Bjørn Bygg, Harstadbygg Entreprenør, NT Entreprenør og Altibbygg. Bedriftene er av variable størrelser, noe som kan være gunstig når det gjelder å se om det var noen ulikheter med tanke på størrelse. Alle disse bedriftene har forskjellige avdelinger og fokusområder, men alle driver med entreprenørdrift og det er den delen jeg har hatt søkelys på.

4.1 PEAB Bjørn Bygg

PEAB Bjørn Bygg AS	2017	2018	2019	2020	2021	Gjennomsnitt 2017-2021	Utvikling
Driftsresultat	71 966 000	59 275 000	30 283 000	-7 920 000	20 550 000	34 830 800	
Finansinntekter	4 201 000	16 936 000	7 694 000	4 165 000	4 671 000	7 533 400	
Sum eiendeler	621 656 000	642 528 000	573 237 000	526 262 000	659 561 000	604 648 800	
Salg	1 329 121 000	1 465 485 000	1 374 335 000	1 392 562 000	1 591 972 000	1 430 695 000	
Avkastningsgrad	12,25 %	11,86 %	6,63 %	-0,71 %	3,82 %	6,77 %	
Resultatgrad	5,73 %	5,20 %	2,76 %	-0,27 %	1,58 %	3,00 %	
Eiendelens omløpshastighet	2,14	2,28	2,40	2,65	2,41	2,38	
Driftsmargin	5,41 %	4,04 %	2,20 %	-0,57 %	1,29 %	2,48 %	

Tabell 4: Nøkkeltall for PEAB Bjørn Bygg

Driftsresultatet i selskapet har variert en god del de senere årene, i takt med at salgsinntektene har hatt en stabil økning. Ser også at resultatgradene har gått nedover, men hadde en positiv utvikling i 2021. I analyseperioden har den vært på 3,00% i gjennomsnitt. Selv om deres omløpshastighet har en positiv utvikling, så er gjennomsnittlig driftsmargin helt nede i 2,48%.

- PEAB Bjørn Bygg er en av de ledende entreprenører i Nord-Norge med hovedkontor i Tromsø og flere delkontor, blant annet i Harstad. Selskapet startet i 1922 og har vært i en kontinuerlig vekst siden oppstart, både med tanke på ansatte og omsetning. De utfører alle typer enterprise til både det offentlige og private markedet, både til nybygg og rehabilitering. Typiske prosjekter er leilighetsbygg, kultur- og idrettsbygg, skoler og barnehager. I tillegg til dette utfører de oppdrag innenfor service, rehabilitering og ombygging på alle typer bygg (PEAB Bjørn Bygg, u.å).

4.2 Harstadbygg Entreprenør

Harstadbygg Entreprenør AS	2017	2018	2019	2020	2021	Gjennomsnitt 2017-2021	Utvikling
Driftsresultat	-5 120 523	-1 082 311	686 067	-895 620	2 349 242	-812 629	
Finansinntekter	10 049	14 511	54 177	68 129	7 645	30 902	
Sum eiendeler	30 296 105	26 939 729	63 355 196	57 243 136	54 815 440	46 529 921	
Salg	68 898 830	66 811 142	116 776 137	216 986 041	197 497 632	133 393 956	
Avkastningsgrad	-16,87 %	-3,96 %	1,17 %	-1,45 %	4,30 %	-3,36 %	
Resultatgrad	-7,42 %	-1,60 %	0,63 %	-0,38 %	1,19 %	-1,51 %	
Eiendelens omløpshastighet	2,27	2,48	1,84	3,79	3,60	2,80	
Driftsmargin	-7,43 %	-1,62 %	0,59 %	-0,41 %	1,19 %	-1,54 %	

Tabell 5: Nøkkeltall for Harstadbygg Entreprenør

Driftsresultatet og resultatgraden hadde negative fortegn i 2017 og 2018. Etter dette har begge utviklet seg i positiv retning og driftsresultatet i 2021 endte på 2 349 242kr. Selv ved en omløpshastighet for eiendelene på 3,60 så er resultatgraden og driftsmarginene nede i 1,19%, noe som er veldig lavt. Likevel har disse nøkkeltallene hatt en positiv utvikling siden 2017.

- Harstadbygg Entreprenør er en totalentreprenør innen tømring og betongarbeid, samt en lokalentreprenør i Harstad som drifter innenfor næringseiendom og utvikling av større boligprosjekter. Harstadbygg Entreprenør utgjør halvparten av Harstadbyggselskap i Harstad, hvor den andre halvdel heter Harstadbygg bolig. Selskapet ble stiftet i 1986 og i 2019 endret de navn fra Harstadbygg AS til Harstadbygg Entreprenør AS. I 2020 var omsetningen på ca. 217 millioner og de har rundet 45 ansatte (Harstadbygg Entreprenør, u.å)

4.3 NT Entreprenør

Nord-Tre Entreprenør AS	2017	2018	2019	2020	2021	Gjennomsnitt 2017-2021	Utvikling
Driftsresultat	16 323 651	5 417 998	4 747 326	795 946	-1 135 073	5 229 970	
Finansinntekter	71 553	89 949	157 585	32 510	1 192	70 558	
Sum eiendeler	46 290 535	40 650 336	32 221 560	32 053 914	29 366 905	36 116 650	
Salg	208 046 358	110 149 278	104 546 955	118 664 739	112 335 852	130 748 636	
Avkastningsgrad	35,42 %	13,55 %	15,22 %	2,58 %	-3,86 %	12,58 %	
Resultatgrad	7,88 %	5,00 %	4,69 %	0,70 %	-1,01 %	3,45 %	
Eiendelens omløpshastighet	4,49	2,71	3,24	3,70	3,83	3,60	
Driftsmargin	7,85 %	4,92 %	4,54 %	0,67 %	-1,01 %	3,39 %	

Tabell 6: Nøkkeltall for NT Entreprenør

Driftsresultatet har de senere årene hatt en nedgående utvikling, og i 2021 var denne nede i -1 135 073 kr. I tillegg til dette har resultatgraden også hatt en negativ utvikling, og har i snitt ligger på 3,45%, noe som er ganske lavt.

- NT Entreprenør er en Tromsølokalisert entreprenør som ble stifter tilbake i 1989 og startet opp med kun to ansatte. I entreprenørdelen er dem ca. 50 ansatte, mens hele

konsernet er rundt 80-90 ansatte. Selskapet driver entreprenørvirksomhet, og oppføring og renovering av både bolig, næringsbygg og offentlige bygg. NT Entreprenør har egen tømrer- og betongavdeling. De utfører både hoved- og delentrepriser for byggherrer, hovedsakelig i nærområdet rundt Tromsø kommune. NT Entreprenør har de senere årene ligget rundt en omsetning på 100 millioner NOK, med en kraftig økning i 2017 med 200 millioner NOK (NT Entreprenør, u.å)

4.4 Altibbygg

Altibbygg AS	2017	2018	2019	2020	2021	Gjennomsnitt 2017-2021	Utvikling
Driftsresultat	601 914	471 320	-2 046 209	2 360 692	6 236 123	1 524 768	
Finansinntekter	9 600	33 833	20 326	21 625	27 021	22 481	
Sum eiendeler	12 060 142	8 589 449	7 221 920	9 860 641	21 670 235	11 880 477	
Salg	19 138 090	19 285 972	11 032 642	17 036 811	38 802 770	21 059 257	
Avkastningsgrad	5,07 %	5,88 %	-28,05 %	24,16 %	28,90 %	7,19 %	
Resultatgrad	3,20 %	2,62 %	-18,36 %	13,98 %	16,14 %	3,52 %	
Eiendelenes omløpshastighet	1,59	2,25	1,53	1,73	1,79	1,78	
Driftsmargin	3,15 %	2,44 %	-18,55 %	13,86 %	16,07 %	3,39 %	

Tabell 7: Nøkkeltall for Altibbygg

For Altibbygg har de fleste nøkkeltallene hatt en positiv utvikling. I 2021 endte de på 6 236 123 kr i driftsresultat, i tillegg til hele 16,14% i resultatgrad. Resultatgraden skiller seg fra de andre bedriftene ved at Altibbygg påtar seg en del spesialoppdrag som er godt betalt.

- Altibbygg er et 30 år gammelt entreprenørfirma som ble stiftet i 1992. Bedriften er lokalisert i Harstad og har gjennomført mange spennende, både store og små, prosjekter. Altibbygg er en ledende totalentreprenør i Hålogaland innenfor bygg og anlegg, i tillegg til å ha oppdrag både på Svalbard, i Russland og Sarajevo. De leverer både til det private og det offentlige, hvor arbeidet spenner seg fra nybygg av tomannsboliger til rehabilitering av større næringsbygg (Altibbygg, u.å).

5 Empirisk analyse

I kapittelet om empirisk analyse skal presentasjon av undersøkelsens resultater framlegges. Resultatene tilknyttet intervjuene skal her utredes for videre og danne analysegrunnlaget i diskusjonskapittelet hvor empiriske funn blir diskutert med bakgrunn i problemstillingen og det teoretiske grunnlaget. Jeg skal fremlegge noen av mine tolkninger av dybdeintervjuene med informantene og sekundærdataene i oppgaven. Jeg har brukt kodingen som var beskrevet i metodekapittelet til å komme fram til underliggende temaer som skal hjelpe meg å svare på problemstillingen min: «*Hvordan påvirker økte krav og forventninger til samfunnsansvar byggetreprentørens arbeid mot en bærekraftig fremtid?*»

Det er i forbindelse med min problemstilling utledet tre hovedtemaer som skal brukes aktivt for å besvare på denne problemstillingen, og disse er basert på den triple bunnlinjen og CSR. Svarene fra informantene under intervjuene er kodet og blitt plassert under de kategoriene som har vært mest relevant for deres svar, selv om noen av svarene inneholdt parametere innenfor en av de andre kategoriene.

Kategoriene vil på overordnet nivå være:

1. **Samfunnsmessige forhold**
2. **Miljømessige forhold**
3. **Økonomiske forhold**

5.1 Samfunnsmessige forhold

Spørsmålene i intervjurundene tilknyttet samfunnsmessig bærekraft skulle avdekke hvordan bedriftene i bransjen jobbet mot den samfunnsmessige kapitalen i bedriften og lokalmiljøet. Dette punktet er sentralt både innenfor til CRS og det som Elkington (1997) omtalte som den samfunnsmessige bunnlinjen.

5.1.1 Bedriftens menneskelige kapital

Det første punktet under den samfunnsmessige bunnlinjen gikk på hvordan den menneskelige kapitalen innad i bedriftene styres. Det omhandler hvordan kompetanse, motivasjon og lojaliteten til ansatte og bedriftspartnere ble styrt. Dette går direkte på hvordan man tar vare på sine ansatte og sikrer dem fremtidig kompetanse for både at dem og kunder skal kunne ha en bedre livskvalitet.

5.1.1.1 PEAB Bjørn Bygg

Informanten for Bjørn Bygg fortalte at et av deres viktigste markedsføringstiltak er deres ansatte. Dette beskrev han ved utsagn som *«For vår del er det å ta vare på det vi har, de vi har. (...) Vi har en teori om at håndverkere bytter jobb om de ikke er fornøyd med noe. Er de fornøyd så stikker dem ikke»*. Deres medarbeidere beskrev informanten som deres viktigste ressurs og at de har et høyt antall kvalifiserte. Han forteller videre de har et veldig åpent og involverende miljø i bedriften, og utleder *«Man gjør alt i felleskap»*.

Informant for Bjørn bygg nevnte noe veldig sentralt dem gjorde når det kom til egne ansatte, som han beskrev ved *«Det vi konkret gjør er å satse veldig tungt på dette med LEAN og kurser alle ansatte og standardiserer dette. Dette er en måte å drive dette med fremdriftshandling på, for det er den beste måten å drive bærekraftig på»*. Han utledet at de hadde en helt spesiell teknikk for hvordan de utdanner og tilegner seg nyansatte, som skiller seg fra de bedriftene som kjemper om de få håndverkerne ved å besøke dem på skoler osv. *«Vi har prøvd å få ufaglært prehandy, som har vært rullet ut på diverse sosiale medier hvor de får et 4års løp som voksenlæring hvor de kan ta fagbrev gjennom dette»*.

5.1.1.2 Harstadbygg Entreprenør

Angående den menneskelige ressursen i Harstadbygg Entreprenør, så utreder informanten at *«For hele Kronstein konsern og Harstadbygg Entreprenør er våre menneskelige ressurser det viktigste vi har. Uten dem vil ikke hjulene gå rundt»*. Han kunne videre fortelle at de innad i bedriften har en kontinuerlig kartlegging av kompetansen til sine medarbeidere. På den måten sørger de for å inneha riktig kompetanse til å utføre en god, sikker og effektiv jobb. Måten de kartlegger ønsket kompetanseheving på er ved blant annet spørreundersøkelser, kursing og ved medarbeidersamtaler. De ønsker å legge til rette for at hver enkelt ansatt skal ha mulighet for faglig og personlig utvikling i bedriften (Harstadbygg Entreprenør, u.å).

Harstadbygg er også kjent for å ha et meget godt arbeidsmiljø hvor de har søkelys på læring, kompetanse, god HMS og ønsket om å være i forkant av teknologi. Dette er noe dem gjør for å kunne fremstå som en attraktiv arbeidsgiver for flinke folk i byggfaget og hos kunder som har erfaring med dem. De har en dedikert HR-avdeling som jobber med sosialt miljø, arbeidsmiljø og trivsel. De arrangerer også sosiale samlinger som fjellturer, sommerfest, bowling og mye mer. De har også ansattrabatter og fordelsavtaler, gratis leie av festlokale og overskuddsdeling for deres ansatte (Harstadbygg Entreprenør, u.å).

5.1.1.3 NT Entreprenør

Når det kom til den menneskelige kapitalen kunne NT Entreprenør sin informant fortelle at *«Ny kompetanse prøver vi å sikre oss gjennom å lage et system der alle ansatte, på alle nivå, skal gjennomføre en form for kompetanseheving relevant for stilling, det være seg kurs eller skole, langsiktig eller kortsiktig, minimum en gang hvert tredje år»*. Når det kom til å tilegne seg ny kompetanse utenfra bedriften kunne informanten for NT Entreprenør påpeke *«I tillegg forsøker vi å rekruttere folk med kompetanse som kan tilføre noe til andre i bedriften. Kompetanseoverføring skjer i stor grad hele tiden ved at vi er en bedrift med lærlinger som får tilført kompetanse fra sine mentorer og ved at egnede fagarbeidere får "opptrykk" til ledende jobber og får opplæring i jobben for den stillingen»*.

Videre kommer det fra informanten *«I tillegg så gjør vi sosiale ting med de ansatte i bedriften. Bland annet å dra ut med hele bedriften og har en hyggelig kveld med mat og drikke. Det er noe vi prøver å gjøre fast med hvert anlegg minst en gang i året. I tillegg til dette så har vi sommeravslutninger som brukes i lokalområdet»*.

5.1.1.4 Altibbygg

Altibbygg er et firma i stadig vekst med stort fokus på kvalitet og arbeidsglede. Det er viktig for dem at deres ansatte er motiverte, effektive og bidrar til et godt arbeidsmiljø. Deres visjon *“En til alt – bygger med stolthet”* er helt avhengig av at de til enhver tid har kvalifiserte ansatte med ulike fagkompetanse. De har i dag 19 medarbeidere, hvor tre av dem er lærlinger og en trafikant (Altibbygg, u.å).

5.1.2 Samfunnsmessig kapital

Det andre punktet innenfor den samfunnsmessige bunnlinjen er samfunnskapital.

Samfunnskapital handler om offentlige tjenester, kulturbidrag og mennesker utenfor sin egen virksomhet. Bedriftene vil være bærekraftig innenfor dette først når dem tilfører verdi til samfunnet bedriften opererer innenfor.

5.1.2.1 PEAB Bjørn Bygg

Det har alltid vært viktig for dem å støtte opp lokalt i samfunnet. Informanten utleder videre *«Hvis vi bruker 1000 kroner hos en lokal leverandør, så vil det gi penger tilbake igjen til lokalmiljøet som vil skape mer vekst. Dette vil gange alle (...) Det samfunnsmessige er ikke noe som er lovpålagt, men er noe som er gjort på eget initiativ»*. På spørsmål og hvordan det økonomiske overskuddet blir brukt til samfunnsmessig utvikling, svarte informanten i Bjørn

Bygg «Vi prøver å velge lokale muligheter, prøver å utvide ved lokale ansatte osv. Det gjør at det er flere som bor i samfunnet, som gjør at det blir mer penger i samfunnet rundt. Det resulterer igjen til at kommunen får mer skatteinntekt som igjen finansierer penger til bygging».

Videre forteller han at PEAB Bjørn Bygg har en annerledes portefølje enn de fleste andre store entreprenører. De bygger veldig mange offentlige bygg som skoler, barnehager, svømmehaller osv. Det er ikke bare bolig og næring, da bolig bare utgjør 20% av deres portefølje. «Vi har vært en samfunnsbygger hele veien», forteller informanten for Bjørn Bygg. Andre spesifikke tiltak Bjørn Bygg gjør når det kommer til samfunnsansvar er sponsing, og informanten forteller «Vi sponser ikke topp, men fokuserer på breddeidretten da dette passer firmaprofilen godt. Vi prøver å bruke lærlingene våre til slike prosjekter hvor vi snekrer gapahuker, hjelper festspillene med å lage stasjoner til ungdommer osv. Vi sponser mye fotballdrakter, løypetråkkingsmaskiner osv.». De økonomiske midlene som brukes på samfunnsmessig bærekraft blir i Bjørn Bygg budsjettet for hvert år, men nevner samtidig at noen ganger dukker det opp muligheter fortløpende som man også må vurdere. Når det kommer til hvordan budsjetter distribueres, forteller informanten at det er ledelsen i bedriften som selv bestemmer dette per nå, men «For at tildelingen skal bli mer rettferdig, har vi sett på hvordan vi kan involvere lokalmiljøet ved å sette opp et budsjett på dette slik at de ansatte kan stemme frem hva de skal bruke penger på fordi de ansatte representerer lokalsamfunnet».

5.1.2.2 Harstadbygg Entreprenør

Harstadbygg Entreprenør sier de skal være det lokale alternativet i regionen. «Vi er en lokalentreprenør som er eid lokalt. Så alle skattepenger og alt går tilbake til regionen. Vi ønsker å bidra for lokale byggherrer og lokalsamfunnet, samtidig som å være med å utvikle Harstad som by. Vi har bygd veldig mange flotte bygg (...) barnehager, skoler og helsehus, som vi synes er veldig fine bygg å bygge for samfunnet. I tillegg har vi mange lokalt ansatte, noe vi er stolt over». Harstadbygg Entreprenør tar sitt samfunnsansvar alvorlig og støtter opp om lokale saker. Gjennom kompetanse, innovasjon og samhandling har de et ønske om å gi samfunnet varige bygg av høy kvalitet som tilrettelegger for trivsel og velvære i samfunnet (Harstadbygg Entreprenør, u.å).

Når det kommer til hvordan mål som har vært viktig for Harstadbygg Entreprenør med arbeidet mot bærekraft svarer informanten at det er omdømmet utad. «Når vi skal konkurrere på offentlig anbudskonkurranser så stilles det en del krav hvor man får en poengscore i

forhold til bærekraft (...) I tillegg ser vi at vi kan spare penger på å drifte bærekraftig med å redusere kostnadene våre. Dette i tillegg til økt omdømme». Dem opplever til stadig at flere og flere er opptatt av bærekraft. Når de skal rekruttere nye ingeniører så spør veldig mange om bærekraft, noe de ikke gjorde for fire år siden. I tillegg påpeker han at det er veldig viktig, alle er nødt til å gjøre litt for miljøet og de skal i alle fall gjøre deres del (Informant Harstadbygg Entreprenør). På spørsmål om utfordringer tilknyttet samfunnsmessig bærekraft, og motivasjon for å sette søkelys på dette, så kom informanten med svaret «Vi sliter mest med å få tak i nok arbeidskraft og ressurser. Om det er ingeniørutdannet, fagskoleutdannet, høyskoleutdannet eller lærlinger. (...) Det med å kunne bidra tilbake til samfunnet gjør kanskje det at det blir mer attraktivt å bo i Harstad, slik at det tilflytter folk. At de som flytter hit har aktiviteter å være med på, at ungene deres har aktiviteter å være på. (...) og vi må bli flere folk her for å holde følge med den etterspørselen som er. Så det å rekruttere nok folk er den største utfordringen vi har».

Hvordan ressursfordelingen til lokalsamfunnet foregår, svarer han «Vi er en lokal entreprenør, og ønsker å ta et lokalt samfunnsansvar. Vi er sponsor på nesten det aller meste som foregår av breddeidrett og barneidrett. Vi sponser ikke A-laget til HIL for eksempel, men sponser turneringer og ungdomslag. Vi har også sponset litt utradisjonelle idretter som kombinertløpere, sykkelryttere, og nå sist har vi vært med å sponse NM på ski, som skal gå tilbake til barneskiidretten. Vi er også med på kulturarrangement. Så det har vi og våre eiere veldig fokus på at vi skal bidra tilbake til lokalsamfunnet, hovedsakelig barneidrett og breddeidrett». De økonomiske midlene Harstadbygg Entreprenør bruker på den samfunnsmessige bærekraften, er ikke noe som er lagt under noe sponsorbudsjett. De får veldig mange henvendelser i løpet av året og «tar det fortløpende ettersom hva de synes er verdifullt å sponse», sier han. Dem har i det siste vært tungt inne i Harstad sykkelklubb og sponset litt samt jobbet litt for dem. Dette for at «det å generere sykling er bra for Harstad, bra for folk, ungdommen og alle». For Harstadbygg Entreprenør så er det viktig at barn og unge skal få lov å være aktive og delta på fritidsinteresser, uavhengig av bakgrunn og foreldrenes inntekt. Informanten forteller at «Vår hjertesak er derfor breddeaktiviteter innen idrett, musikk og kultur for barn og unge. Hvert år tildeler vi lokale lag og foreninger rause summer til sitt arbeid for barn og unge».

5.1.2.3 NT Entreprenør

Markedsføringstiltak NT Entreprenør bruker er at de skal fremstå som en seriøs aktør. «Vi skal alltid satse på egne ansatte og markedsføre oss selv som det seriøse alternativet som man

kan stole på». De bruker aktivt dette med bærekraft og miljø, i tillegg til miljøsertifisering i markedsføringen. Målet er at de skal være en stabil og trygg entreprenør som er der og rydder opp etter seg, spesielt når det kommer til reparasjoner og feil, påpeker informanten. Noe av det NT Entreprenør legger i bærekraft er det å være der «Vi lager ikke dedikerte prosjekter også legger vi det ned og forsvinner, slik at når reklamasjonene hagler inn så er vi plutselig ikke her lenger. Vi er her, og vi velger de produktene vi vet vi har lite reklamasjoner med, de langvarige produktene som varer over tid».

To ting har vært viktig for NT Entreprenør med arbeidet mot samfunnsmessig bærekraft. Det ene er omdømmet, som brukes aktivt i markedsføring, og det andre er økonomi. Ikke på en slik måte at dem sparer penger ved dette arbeidet, siden de bærekraftige løsningene ikke er rimeligere, men det setter dem i posisjon for å kunne regne på anbud til byggherrene som setter krav til bærekraft. Informanten forklarer «Kompetanse og omdømmet har vært viktige mål for oss. Det å være sertifisert vil gi oss et fokus på kompetanse og et bedre omdømme». Likevel har ikke informanten klart å sett noen klare indikasjoner på at sertifiseringen er noe leverandører og kunder ser etter. «Det offentlige har enkelte ganger hintet om at det kommer krav til sertifiseringer, men har ikke kommet i effekt enda».

På spørsmålet om tiltak for samfunnsansvar, svarte informanten: «(...) vi sponser forskjellige. Sponser barne- og damelag for Hamna IL og Tromsø Storm uten å forvente så mye igjen. Andre som kommer innom og har gode prosjekter så sponser vi gjerne. Det er noen sponsoravtaler, for eksempel for Tromsø IL, hvor vi har mer nytteverdi og forventer litt mer igjen ved blant annet reklame. Men så har vi mer slike ting som Tromsø Storm, rideskole og russegrupper osv. som vi sponser» Innvirkningen på hvordan disse ressursene fordeles, er forespørselsbasert og ledelsen i bedriften som bestemmer. Midlene som brukes, er hovedsakelig tildelt ut ifra at de har hatt et bra foregående år, og i tillegg har de gjort ting underveis om det kommer noen med et godt forslag, påpeker informanten for NT Entreprenør.

5.1.2.4 Altibbygg

Arbeidet mot samfunnsansvar og fokuset på bærekraft ønsker Altibbygg vises i en konkurransesituasjon at de tar dette veldig langt. Samtidig mener informanten i Altibbygg «Vi er ikke kommet helt dit enda at vi kan bruke det aktivt i markedsføringen, for det er ikke nok etterspurt etter enda. (...) I tillegg til at vi vil fremstå som en attraktiv arbeidsgiver og få økt omdømme, så ønsker vi å vise at vi faktisk er bevisst på dette med samfunnsansvar og bærekraft». De etterstreber ikke bare for deres omdømme, men også for å gjøre det best mulig

i samfunnet, for samfunnet. Han forteller videre «*Vi har jo tatt store samfunnsansvar. Vi har blant annet tatt inn de som har falt litt utenfor systemet. Og vi bidrar også med en del tilbake til samfunnet ved blant annet sponsormidler, så det jobber vi mye med*». De sponser både innenfor idretten, kultur og standup. «*De vi velger å sponse er de som presenterer seg best for oss. Harstad damefotball, Harstad Tigers har vi valgt å sponse*». De midlene som blir disponert til samfunnsmessig utvikling er noe bedriften vanligvis budsjetterer for hvert år ved et eget sponsorbudsjett, men informanten nevner samtidig at om driftsresultatet skulle bli bedre enn først antatt, så tar de også litt sponsoravtaler fortløpende.

I tillegg til sponsoravtaler og lignende, er de også veldig bevisst på viktigheten av lokalmiljøet. «*Vi investerer lokalt ved å skape arbeidsplasser og er blitt en veldig attraktiv arbeidsplass å jobbe i. Mange ganger har omdømmet gjort at vi slipper å legge ut stillingsannonser da vi opplever at folk kommer og søker arbeid utenom. I tillegg bidrar vi med ganske store skattemidler*». De bruker også å dra ut i området, og prøver flere ganger å ha med alle ansatte. De har også gjort ting som å besøke Harstad Bryggeri, som er deres nabo, og tar med bedriftskunder ut på middag lokalt. På spørsmålet om informanten trur at deres investeringer i det samfunnsmessige har gitt en lønnsom avkastning, svarer han «*Ja, det er helt klart at man ser at en del av kunder kommer fordi vi vises i området lokalt og har positivt omdømme*».

5.2 Miljømessige forhold

Den miljømessige bunnlinjen omhandler jordens naturlige kapital og hvordan bedriftene tar ansvar for planeten ved å minimere skadene de utgjør på miljø og klima. Det går på i hvordan grad bedriftene bruker fornybar kontra ikke-fornybar energi og hvorvidt de er økologisk bærekraftig i den grad at de evner å bruke jordas ressurser i mindre grad enn hva jorda reproducerer. På tilsvarende måte vil det si å slippe ut mindre forurensende utslipp enn hva naturen klarer å absorbere.

5.2.1 PEAB Bjørn Bygg

På spørsmål om hvordan bedriftene jobber med den miljømessige siden av bærekraft svarte informanten for Bjørn Bygg «*Vi var tidlig ute med det også, men det startet mer som en visjon. Nå er det blitt mer konkrete mål. (...) miljø er en viktig del av det, og er blitt veldig tallfestet de senere årene i antall kg avfall, avfall pr kvm osv.*» Selskapets grunnverdier forteller han er pådriverne for arbeidet mot det miljømessige for PEAB Bjørn Bygg, og at det er ingen andre enn dem selv som har pålagt dem de nyere miljømålene. Et av de styrende

målene for arbeidet mot bærekraft har ifølge informanten vært omdømmet. Videre så mener han at søkelyset på miljø gir dem mer konkurransekraft i de offentlige anbudskonkurransene hvor miljø er et tema, og hvor de blant annet har ISO Miljøsertifisering (ISO 14001). De miljømessige kravene er det som regel kun bestiller i prosjektene som definerer, foruten om det er det stort sett interne krav sier informanten.

Han utleder videre at de har langsiktige mål for hele PEAB at innen 2045 skal de være klimanøytrale, og innen 2030 så skal utslipper være 60% mindre CO₂ enn dagens utslipp. Videre så forteller han «*Per nå jobber vi med konkrete interne mål som at i bygg skal det være maks 25kg avfall per brutto kvadratmeter bygningsmasse og en gjenvinningsgrad på 70% av avfallet (...). Heatwork og det med å ikke bruke fossilt brensel på byggeplass var vi først ute med, og fossil oppvarming på byggeplasser er noe som er blitt forbudt for alle fra 01.01.22. Så avfallsmengde, oppvarming av byggeplass og gjenvinning er de tre hovedfokusene våre*». Forbudet mot fossil oppvarming gjør at de må tenke i nye miljøvennlige løsninger, forteller informanten.

På spørsmål om krav og forventninger til det miljømessige, påpekte han «*Det mest miljøvennlige bygget er det bygget man allerede har bygd. Så vi fokuserer veldig mye på rehabilitering fremfor nybygg og bruker de byggene vi allerede har, noe som blir fokusert mer og mer på. (...) Når det gjelder utslipp så har vi flere prosjekter med klimaregnskaper hvor vår påvirkning på natur og lokalmiljøet er tallfestet*». På gjenbruk så fokuserer de veldig på å ikke bestille mer enn de akkurat trenger til hvert prosjekt. Material som blir til overs blir enten gitt bort eller selge det på Finn.no, slik at materialet kan komme til nytte hos noen andre. Andre tiltak til miljøet er at de velger klimasmarte løsninger på materialet, de ser på oppvarming og lokalisering på byggeprosjekt. Ressursbruken for å holde seg innenfor de miljømessige kravene var heller ikke spesielt høye, kun ved spesialprosjekter hvor man eventuelt måtte kildesortere 90% og slike ting.

Bjørn Byggs informant forteller videre at dem som har den største innflytelsen til hvordan bærekraft på den miljømessige siden utspinner seg er bestiller. Det er dem som utfører avfallsplaner til hvert prosjekt hvor det står hvor mange prosent som skal gå til gjenbruk og ombruk, og legger til at «*Vi har nedfelt i kontraktene i hvert prosjekt hvilket krav bestilleren stiller også har vi miljøplan på hvert eneste prosjekt hvor dette står*». I tillegg må dem følge generelle lover som miljøvernloven, miljøkartlegging og reguleringsplaner. Bedriften har også valg seg ut prosjekter på bakgrunn av at de var attraktive i henhold til en streng

miljøprofil utelukkende for å få kompetanse og erfaring innenfor bærekraft. Når det kommer til å påvirke kunder tilknyttet bærekraft, så svarer informanten til Bjørn Bygg at det er bestilleren som definerer hva dem skal ha, også får de bare et sett med krav over hva dem skal ha og spørsmål om pris. *«I den grad vi kan påvirke det så gir vi råd. Det offentlige er veldig vanskelige, for der er det allerede definert. Tilbyr man ikke akkurat det dem etterspør så blir man forkastet på anbudet. Det private prøver vi å foreslå mer løsninger når det kommer til bærekraft».*

Noe informanten for Bjørn Bygg vil skal bli et større fokus innenfor det miljømessige fremover, er å stimulere til mest mulig rehabilitering. Dette fordi bygg som allerede står oppreist fra før har minst miljøbelastning. Han mener det først må gjøres noe med hvordan man tilnærmer seg dette, da *«(...) Rehabiliteringsprosjekter kan være veldig skumle fordi man aldri vet hva man kan møte på under disse prosjektene. Det fører igjen til at kostnaden blir vanskelig å kalkulere».*

5.2.2 Harstadbygg Entreprenør

På spørsmålet om hva informanten for Harstadbygg Entreprenør legger i begrepene bærekraft og samfunnsansvar, svarer han *«Samfunnsansvar har vi jo alle. Men innenfor bygg- og anlegg har vi kanskje et særskilt ansvar fordi vi driver i en bransje hvor det er et relativt stort avtrykk innenfor særlig det med avfall. Der har vi jo med det som går på kildesortering og kildesortering er noe vi har prøvd å få ned antall kilo avfall per byggeplass. I tillegg har vi dette som går på gjenbruk av material».* Videre når det kom til hvordan bedriften jobber mot dette, svarer informanten *«Gjenbruk er vi god på, og det skjer mest internt. Når det ikke kan brukes innad i bedriften så blir det gitt bort til foreninger og lignende».* De har egne interne kjøpe/selge/bytte sider i konsernet hvor de legger ut materialer for at andre i konsernet kan bruke det i andre prosjekter, noe som fungerer bra. Han påpeker videre *«Utslippsfri byggeplass er vi på tur mot for vi har jo allerede forbud mot fossilt brensel på byggvarmere fra 01.01.22. Vi har bygget om alle varmere slik at de skal funke på biodiesel».* noe informanten mener har ringvirkninger på både miljø og økonomi. Han kunne utlede at *«Når det gjelder sortering, så har vi et stort sorteringstorg på alle byggeplasser hvor vi har kildesorteringsgrad opp mot 90%, og over 90% på enkelte steder».* Harstadbygg Entreprenørs informant mener de har merket en etterspørsel for bærekraftige produkter og løsninger, spesielt fra offentlig sektor. *«De etterspør krav til kildesorteringsgrad, krav til en grad av miljøsertifisering. Bakgrunnen for dette er at hvis du er miljøsertifisert, så har du forpliktet deg til å gjennomføre bærekraft*

på et visst nivå». Mange prosjekter som krever at man må beskrive hvordan man har tenkt å løse prosjektene med henhold til bærekraft og miljø, og der mener informanten det burde bli en bedre oppfølging slik at man ser at de faktisk gjør det dem har sagt.

De jobber målrettet mot effektiv materialutnyttelse, forsvarlig avfallshåndtering og får å ta ansvar for deres miljøpåvirkning. *«Vi forsøker sammen med våre kunder å velge bærekraftige materialer til prosjekter der det lar seg gjøre, og er opptatte av å ha en så materialeffektiv produksjon som mulig for å spare miljøet». Videre forteller informanten at det rives og kastes for mye, og deretter brukes nye byggematerialer. «Man burde kanskje se på alternative løsninger hvor man kan bruke noen konstruksjoner på nytt i et annet bygg hvor det enda er levetid igjen. Det må bli større fokus på å ikke kaste material som egentlig kan brukes på nytt. Det er vanskelig i bransjen fordi de fleste vil ha nytt material, men vi gjør vårt for å påvirke byggherrene og bransjen». Han sier bærekraft er at man skal ta vare på det vi har i dag, og at vi ikke må gjøre det verre. «Alle skjønner at vi må bygge nytt og transportere. Det går på alt fra transport til materiell hvor man velger et produkt som er grønnere enn andre osv. Bærekraft tar tid, men vi prøver å gjøre reflekterte valg rundt dette».*

Arbeidet mot miljøtårnsertifiseringen hadde bakgrunn i at de så et behov som var til stede, og etter dette har de jobbet jevnt og trutt med bærekraft. De har egne ansatte som målrettet mot bærekraft og det å bli ISO sertifisert samt å etterleve sertifiseringer de allerede har med tanke på bærekraft og at dem skal minske avtrykket på produksjon deres. De er i gang med en prosess og jobber mot bærekraftsmål. *«Denne (ISO sertifiseringen) håper vi at vi har på plass innen 2023. Bransjen, og verden generelt, sitt økende fokus på bærekraft har tvunget oss framover på dette området»,* svarer han. Informanten forteller at særlig innenfor deres bransje så er det et stort fokus på grønne bygg, og har man grønne bygg så er man nødt til å drifte grønt. *«Før tenkte man utelukkende på å bygge billig, mens nå er det mer akseptert å bruke noen kroner mer på bygging om man minsker avtrykket». For deres egen del, og hvis de bare gjøre det rett, så er det kanskje mer lønnsomt å bygge grønt enn om man ikke gjør det, utelukkende med tanke på avfallshåndteringen, svarer informanten. «En kildesorteringsgrad opp mot 90% er veldig mye billigere og man sparer mye på det».*

Miljøbelastningen på nærområdet har Harstadbygg Entreprenør ikke klart å tallfeste på noe vis. *«Det nærmeste vi klarer å måle er kildesorteringsgrad for der mottar vi statistikker og rapporter».* De har noen årsrapporter i forbindelse med miljøfyrtårnet hvor de legger inn bilforbruk, flyreiser osv. hvor man kan få oppgitt dette til en viss grad. Når det kommer til

tiltak for å begrense deres belastning på miljøet så svarte informanten for Harstadbygg Entreprenør «*Vi prøver jo for eksempel på kun å være i lokalmiljøet, og minimere reiser. Vi prøver å gå over til elbiler der det lar seg gjøre*».

5.2.3 NT Entreprenør

Informanten for NT entreprenør hadde følgende å si om hva han legger i begrepet bærekraft «*Vi innser jo at vi er nødt til å hensynte miljøkrav og ta vare på miljøet. Vi må fornye oss og vi kan ikke drive og kjøre rundt i dem gamle bedriftsbilene. (...) På samme måte er vi nødt til å se på produktene vi kjøper, kan vi velge et kortreist produkt så velger vi det*». Det mener i midlertidig informanten er litt problematisk når man «*sitter nesten på Nordpolen*», da blir det mye frakt og få valgmuligheter. Søkelyset på bærekraftige produkter har alltid vært til stede i bedriften. De har alltid valgt kvalitetsprodukter når de har kunnet det. «*Vi har aldri valgt langreise plastvindu fra Russland eller slike ting. Kvalitet har alltid blitt valgt først*». I forbindelse med markedsføringsperspektivet så har de brukt dette til å kunne kvalifisere seg for å jobbe for det offentlige.

Driverne for søkelyset på det miljømessige i NT Entreprenør har vært at det kommer til å bli krav om det for å få lov å være i markedet. «*Det handler om å få lov til å drive. Hadde man kunne drevet uten det så hadde man sikkert gjort det fordi det koster penger. Og så lenge det er en kostnad, og ikke netto gevinst, så vil man på en måte unngå det*». Han sier det allerede er kommet krav om en form for miljøsertifisering, og da gikk NT for miljøfyrtårnet som er en inngang til dette. «*Det har hjulpet på, og det danner et fokus innad i bedriften og et kriteriesystem for å drive mer miljøvennlig*». De har ved miljøtårnsertifiseringen forpliktet seg til å ha en strategi når det kommer til bærekraft. Det går på forbruk av energi, forbedringer av det, forbedringer av sortering, avfall osv. Dette er en plan som må gjennomgås en gang i året hvor man må forsvare de målene man hadde foregående år, og sette nye mål for neste år. I hovedsak er ledergruppen og daglig leder hovedansvarlig for målsetningen, men det er ganske mange som i sin utdanning har bærekraft som et fokus. «*Mange grønne hjerner hos oss*», forteller han.

Informanten mener det har vært utfordrende og nådd de målsetningene de hadde satt seg. Når det kommer til energibruk, så har det vært ekstremt prosjektavhengig og hvordan typer prosjekter de har. De har hatt et svært prosjekt som går på renovering av ei gammel studentblokk, som har måttet varmes opp fra starten av. «*I nybygg hadde ikke energien tilknyttet oppvarming vært nødvendig før langt ute i prosessen. Så oppvarmingstiden i*

renoveringsbygg tar lengre tid og energibruken tilknyttet det er problematisk». Det de prøver å gjøre er å ha fokus på detaljer i det å bruke miljøvennlige løsninger der det lar seg gjøre. I kontorbygget de bygger så vil de etter hvert som de er ferdige med arbeidet på kontordelen gjøre bygget mer energieffektivt og få energibruket ned. Avfallshåndtering sier informanten de også er god på, men «*Det er veldig prosjektavhengig og vanskelig å ha et mål om noe sorteringsgrad ved inngangen av året uten å vite hvordan prosjekter man får*». De har hatt prosjekter hvor de er oppe i 99% sorteringsgrad, men det kommer helt an på hvordan avfall de har i prosjektene.

Reguleringer og krav som er stilt innenfor bransjen, så nevner informanten at det stort sett bare er sorteringsgrad av avfall som er et krav. «*Brukstillatelse på bygg så må man vise til at vi har oppfylt sorteringsgraden på avfall på rundt 60-70%*». Der har dem ambisjoner om å være veldig mye bedre, og ligger i snitt på rundt 77% som er ganske bra. «*Utover det så er det de offentlige byggherrene som stiller krav, og prøvd å stille andre krav. Fossilfri byggeplass for eksempel*». I bygg bruker dem stort sett elektrisk oppvarming, men det er veldig prosjektavhengig. Utover det så forholder de seg til det anbudsbeskrivelsene fra byggherrene tilsier. Der kan det være krav til lavutslipp, nullutslipp og gjenbruk. Han sier de ennå ikke har vunnet frem i anbudskonkurranser hvor der har vært et krav, da det ikke er så mange ennå hvor det har vært et krav. «*Noen prosjekter er det jo. Noen prosjekter har det vært harde krav, og det er kommunen som har vært hardest på det. Der vi kan gjenbruke, så gjenbraker vi, men de prosjektene vi har så har det ikke vært lønnsomt med gjenbruk*». På spørsmålet om bedriftens påvirkning på natur og miljø, så hadde dem ikke noe måte å måle dette på. Men informanten var klar over at deres bruk av materialer, betong osv. påvirker miljøet i en grad. Alt material de bruker er stort sett fraktet langveis fra. Co2-messig så belaster driften deres nok miljøet betraktelig, utleder informanten. «*Når det kommer til nærmiljøet, så prøver vi å ta de hensynene vi kan, og ta vare på det vi kan*». Kravene handler om byggherrene, og det er det offentlige som er driverne til å stille krav til miljøet. Han forteller «*Det som er forskriftsnedfelt at man skal oppfylle, det må alle oppfylle uansett, men ellers så er det byggherrene som er mest frempå med krav og reguleringer utenfor forskriftene og lovbestemt for alle*».

5.2.4 Altibbygg

«*Fokuset rundt bærekraft startet for ca. 13-14 år siden, og for 12 år siden ble vi miljøsertifisert*». De var den første entreprenøren i Troms/Finnmark som fikk

miljøtårnsertifisering. Videre sier informanten *«Det er ei sertifisering som gjør oss forpliktet til å jobbe ut ifra at man hensyntar miljø, samt å oppfordre sine leverandører til å ha miljøsertifisering»*. Man rapporterer i tillegg utslipp, avfall, flyreiser osv. som gjør at de har et bevisst fokus på dette i bedriften. Han utleder videre *«Vi spesialiserer oss innenfor miljø. Alle som vi jobber med, har vi gjort et bevisst valg at må ha ei miljøsertifisering. At de kjører miljømessig og bærekraftig.»* Bærekraft for Altibbygg er at de skal tilstrebe for å gjøre det best mulig. *«(...) det skal tilstrebtes å gjøre det best mulig, som et mål som kan gjennomføres, men ikke som et absolutt krav. Målene må være at man skal gjøre det best mulig»* påpeker informanten angående krav til fossilfri byggeplass, hvor han mener det kan oppstå problematikk tilknyttet leveranseproblemer av biodiesel som brukes i heatworkene.

Det miljømessige i bedriften kom før deres søkelys på samfunnsansvar. Altibbygg er sertifisert som startbank og dokumenterer sunn økonomi. De har gjort mye for å være en av de beste i klassen, blant annet ved krav om å dusje etter hver gang de går ut av bygg med asbest. *«I dag er det to stasjoner som renser avløpsvann med asbest, og begge stasjonene har vi»*, kommenterer han. Både i miljøfyrtårnet og startbank er det strenge krav. Miljøfyrtårnet må sertifiseres hvert tredje år, og startbank hvert år. *«På bærekraft er vi steinharde, og satset mye penger på blant annet heatwork, som gjør at vi kan kjøre biodiesel og totalt bærekraftig»*. På spørsmål om hva som var driverne for søkelyset mot bærekraft svarte informanten *«Det var de offentlige byggherrene som begynte å ville innføre dette med bærekraft. Bransjen var rask å hive seg på, så det ble jo et veldig stort fokus og et mål om at man skulle klare å være tjent på dette med bærekraft»*. Han sier de har ei bransjeforening som har jobbet veldig for å få dette til, og at de har fått mye veiledning og drahjelp ida dem. I tillegg til at de har *«hatt en del egne strategier og veier»* som de har fulgt.

Planene og strategiene tilknyttet bærekraft er nedfelt både i deres sertifiseringer og klimaregnskap som må leveres hvert år i miljøfyrtårnsertifiseringen. Der leverer de inn blant annet tall for flyreiser, drivstofforbruk, strømbruk, innlandsturer, utslipp for bilene osv. Ledergruppen i Altibbygg står for innvirkningen på disse strategiene, og sier de er så bevisst når det kommer til bærekraft at deres neste varebil som blir kjøpt inn skal være elektrisk. *«Miljøsertifisering er noe som etterspørres, og man får ikke lov å jobbe for Harstad Kommune uten noe form for miljøsertifisering. Det være seg enten miljøfyrtårn eller ISO sertifisering»* legger informanten til. Angående hvordan bransjemessige og bedriftsmessige reguleringer og krav som er stilt til bærekraft, svarer informanten *«Det er dette med*

bærekraftsdelen og det grønne skifte med miljøprodukter. Man skal kunne vise at det fotavtrykket man gjør på en byggeplass skal være mindre enn det var for to år siden. Det er det vi jobber med hele veien, og vi er bevisst på hvordan isolasjoner vi bruker for eksempel». Han legger også til at «Mens byggherrene som oftest velger det produktet som er best i kvalitet, så ville vi brukt en helt annen isolasjon utfra miljøhensyn». De jobber systematisk med miljøfremmede tiltak i hverdagen, både i produksjonen og gjennom påvirkning av deres leverandører og kunder (Altibbygg, u.å). De stiller krav til seg selv som de skal prøve å etterleve på alle mulige måter. De skal leve nærmest mulig opp mot det gunstige bærekraftsmålet, og det er noe de har nedfelt. Informanten forteller at «Avfallshåndtering har vi veldig stort søkelys på, og gjenbruk gjør vi så godt det lar seg gjøre. Det vi skal framover er å sette ned et prosjekt hvor de skal få fram hvor rett gjenbruk kan være, slit at de kan fremme dette for kommunen og byggherrene».

Informanten forteller at den utslippsfrie byggeplassen er noe som må tilstrebes for å bli best mulig. Når det kommer til deres belastning på natur og lokalmiljø, så har de et visst mål på dette. De vet hva de slipper ut for hver liter diesel dem bruker på maskinene deres og vet hva de forurenses på byggeplassene. Tiltak dem har gjort tilknyttet miljøbelastning er blant annet å ha sett på hvordan varebiler som slipper ut minst. I dag er dieseltanker som slipper ut mest, men de er likevel avhengig av biler som klarer å dra store tilhengere, noe som dagens elektriske biler ikke klarer, forteller informanten. «Kanskje om fem år, så vil det finnes alternativer hvor dette lar seg gjøre». Angående ressursbruken for å holde seg innenfor miljømessige krav, utleder informanten at det ikke går mye økonomiske midler til å holde seg innenfor disse, men nevner at det går veldig mye tid til dette. «På hver miljøsertifisering så bruker vi omtrent et halvt år, men det kommer også an på hvor mye endringer det er i oppsettet fra hvert år, og regelverket på sertifiseringene».

5.3 Økonomiske forhold

For at en bedrift skal kunne overleve på sikt, så er det en forutsetning at den driftes på en økonomisk bærekraftig måte. Lønnsomhet gjør det mulig for bedriftene å oppnå bærekraftige effekter som gjenspeiler seg i det samfunnsmessige og miljømessige perspektivet. Det økonomiske perspektivet i denne sammenhengen skal vise hvordan bedriftene ser for seg fremtidsutsiktene i markedet for videre drift og hvordan de forholder seg til risiko, og hvordan dem skaper inntekter.

5.3.1 PEAB Bjørn Bygg

Angående markedssituasjon og lønnsomhet hadde informant for Bjørn Bygg dette å si «*Tømrerbransjen er en utrolig konkurranseutsatt, markedsutsatt og konfliktfylt bransje med veldig små driftsmarginer. De fleste kriger rundt 3-4% driftsmarginer*». Tilknyttet egendefinerte krav til bærekraft fortalte informanten «*Det er et så konkurranseutsatt marked, så hvis det er veldig kostnadsdrivende og man kommer med strengere krav enn bestilleren så taper man terreng og anbudskonkurransene*». Den økonomiske usikkerheten angående prisstigninger i markedet og hvordan dette kan reflektere i deres lønnsomhet så fortalte Bjørn Byggs informant «*Det er det store temaet nå til dags. Nå ramler det inn nye konsekvenser anledning Ukraina, særlig tilknyttet leveranseproblemer*». Leveranseproblemer er i seg selv kostnadskrevende ved blant annet forsinkelser på bygg osv.

Videre utledet han «*I utgangspunktet så finnes det mekanismer som regulerer lønns- og prisstigninger i henhold til SSB indeksene. Men oppdragsgiverne vil gjerne ta bort risiko så man har mye oppdrag på fast lønns- og prisstigning hvor man før prosjektet har blitt enig om beløp*». Det har dem sluttet med nå, og følger kun SSB indeksene for å beskytte seg mot ugunstige lønn- og prisstigninger. Lønnsomheten i bedriften forteller informanten at «*For oss som er så stor og har mange prosjekter, og et stort konsern i ryggen, så er det ikke noe problem. Men akkurat i disse dagene så tar vi forbehold i stålpris og betongpris i prosjektene*». PEAB Bjørn Bygg leverer varer til et helt bygg, så dem er ikke like utsatt som enkelte underleverandører som for eksempel leverer kun stål, forteller informanten, og konkluderer med «*Vi bruker SSB indeks vanligvis, men akkurat nå tar vi forbehold for stål blant annet*».

Om Bjørn Bygg har hatt noe økonomisk avkastning på investeringer de har gjort når det kommer til det miljømessige, så nevnte informanten for Bjørn Bygg «*Investeringen i heatwork for to år siden, som var en tung investering å ta, har lønnet seg nå etter at forbudet mot fossilt brensel på byggeplass kom 01.01.2022*». Det var en investering som ble gjort på grunnlag av både det økonomiske og det miljømessige, og informanten kan gjøre oppmerksom på at «*Kunder har valgt oss som leverandør fordi vi har sponset noe dem har kjennskap til og fordi vi har verdier som er forenelig med deres bedrift. Det er kun de private som har lov til dette, ikke det offentlige*».

5.3.2 Harstadbygg Entreprenør

På spørsmål om fremtidsutsiktene til bransjen for at selskapene skal kunne holde seg økonomisk bærekraftig kunne informanten for Harstadbygg Entreprenør svare at *«Det som skjer nå innenfor bransjen bygg- og anleggsbransjen er at særlig offentlige byggherrer tvinger oss til å tenke de veiene, og anbudskonkurransene blir mer og mer retter inn der man må stille med bærekraftsmål og må ha gode løsninger i sine valg tilknyttet miljø og kvalitet»*. Dette sier informanten medfører at man må tenke helt nytt på utstyrssiden, på fremdrift, og tenke nytt på avfallshåndtering og ikke minst gjenbruk av byggemateriale. Videre så er han klar på at det på sikt er alfa omega å være god på bærekraft om man skal holde seg lønnsom i dagens marked. Dette både for å vinne frem i jobber og for å kunne gjennomføre jobber. *«Vi har begynt kraftig og er i en prosess. Vi har i noen år vært miljøfyrtårnsertifisert, og nå tar vi steget videre for å bli ISO 14001 sertifisert. Det gjør vi for å kunne være konkurransedyktig og for å ivareta miljø og de bærekraftsmålene som er»*.

Innenfor hva informanten så på som de største utfordringene når det kommer til å ivareta bærekraft, nevne han at markedets prisbilde var en stor utfordring. *«Det som skjer nå i bransjen er prisbildet. Alt har sin pris. Så det spørs hvor langt kan prisene strekke seg oppover. Hvor dyrt kan det bli for at prosjektene kan realiseres»*. Videre utleder han *«Alt kan ikke bli dyrere, da er det til slutt ingen som har råd til å bygge»*. Han etterspør at det må finnes gode løsninger i markedet, og at man må klare å finne ut hvor breakeven kravene går når det kommer til lønnsomhet. Han mener det i dag ikke er så mange konkrete krav til bærekraft sånn som det er nå, og at alle bare prøver seg frem på område. *«Dette må jobbes med over tid også må det inn på alle byggeprosjektene. Regjeringen må også ta sin del av det, slik at det ikke pålegges noen ekstra kostnader»*.

Bruk av overskuddet til vekst for Harstadbygg Entreprenør ser informanten som litt vanskelig. Nå har de funnet ut at den omsetningen og størrelsen de ligger på er fin å ligge på, fordi *«Vi sliter med ressurstilgang, og om vi skal vokse mer nå så trenger vi flere folk i Harstad»*. Informanten sier at omsetningen har fordoblet seg to år på rad nå, så nå har de litt flatere og roligere vekst fremover. Om den økonomiske investeringen de har gjort på samfunnsmessig og miljømessig bærekraft har gitt noe avkastning var informanten veldig usikker på. *«Det kan generere andre ting som hjelper oss, slikt som flere jobber, flere ansatte, bedre trivsel på jobb. Men om det blir å løfte resultatgraden vår er jeg usikker på»*. Hvor stort søkelyset er på det miljømessige og samfunnsmessige i forhold til lønnsomhet, så svarte informanten at de

som oftest ikke kan velge prosjekt. *«Man må være med der man kan være med, og lønnsomhet er viktig da alle er nødt til å tjene penger for å overleve»*. De har derimot fokus på bærekraft, og det vises i gjennomføringsplaner og slike ting i prosjekter, som de scorer veldig bra på.

5.3.3 NT Entreprenør

Fremtidsutsiktene i bransjen når det kommer til det økonomiske ser informantene som en utfordring. *«Vi skjønner at vi er nødt til å bevege oss i den retningen (mot bærekraft). Så langt så ser vi at alle ting som handler om bærekraft og miljøvennlighet, det aller meste, koster mer penger og/eller tar mer tid»*. Han mener det er både spennende og utfordrende å se på de løsningene tilknyttet dette, og utdyper *«(...) det er slik at for oss, og antar at det er slik for de aller fleste, at skal man bevege seg den veien så må det komme krav fra byggherresiden eller eventuelt det offentlige. Han sier verden nå er på et slikt punkt at marginene i bransjen er så små at de nesten ikke tjener penger, og byggherrene tjener nesten heller ikke penger, så «Slik at ting som nå koster mer penger, blir valgt bort fordi da har ikke folk lenger råd til å kjøpe seg hus lenger å det blir ikke bygd ting. (...) utfordringen ligger nok på flere enn bare oss for at det skal drives gjennom»*.

De største utfordringene for NT Entreprenør når det kommer til å ivareta bærekrafts parameterne, så er det å tjene penger på de prosjektene de leverer. Det sier informantene er en utfordring hvis prisvarslene og leveranseproblematikken blir å stemme. Da blir dem å slite, og det blir ikke mulig å drive bærekraftig i det hele tatt. Han utdyper *«Vi er i den situasjonen at vi ikke kan påvirke prisene til underleverandører eller leverandører, og vi kan ikke selv øke prisene videre til sluttledene fordi vi ser at sluttkunden faktisk ikke har råd og da blir det ikke noe prosjekt i det hele tatt»*. Så det er vanskelig å påvirke deres egen fremtid og hverdag. Informantene mener økonomien kan gjøre at det ikke blir rom for å satse høyt på bærekraft. *«Hvis man som sluttkunde skal bygge et hus, og dem kan velge mellom ei bærekraftig løsning og ei ikke-bærekraftig løsning, og den bærekraftige løsningen blir så dyr at man ikke har råd til å bygge hus. Da må man ta stilling til om man vil bygge det huset eller ikke»*, tenker informantene fra NT. Så økonomien er det største hinderet for at de skal oppnå bedre bærekraftige løsninger. Det er i dag ikke bundet opp så mye ressursbruk i å opprettholde bærekrafts kravene, fordi det er ganske lite krav. Og de kravene som eksisterer, er ting dem gjør uansett

På spørsmålet om de har merket noe til økt etterspørsel for bærekraftige løsninger, sier informanten at de ikke har merket noe til det direkte, men heller det at de merker at det er et krav til å ha disse tingene på plass for å få lov til å konkurrere. Det offentlige har ofte satt krav i anbudskonkurransene, men når de har sett at løsninger som fremmer bærekraft koster mer penger så har de ofte tatt det bort, forteller informanten, og utdyper videre «*Vi har opplevd flere ganger at vi har strekt oss langt på bærekraftige løsninger, men så har det blitt så dyrt at kunder har valgt noen andre leverandører som ikke har kunne levert de bærekraftige løsningene.* Han konstaterer at vi i dag enda er der at kunder har forventninger i inngående fase, og stiller spørsmål om man ikke kan gjøre det slik og slik med hensyn til bærekraft, velger det bort når de får vite hva kostnaden tilknyttet dette blir. «*Vi ønsker jo alle å gjøre det bedre, men det er få som er villige til å betale prisen på dette slik ting er nå*», kommer det fra informanten.

NT Entreprenør har ikke noe mål om å nødvendigvis må vokse i størrelse, men heller å utvikle seg ut ifra et bedriftsøkonomisk perspektiv. «*Å si man er fornøyd så vil man dø sakte, men sikkert, over tid. Vi har en fast treårsplan med økonomisk omsetningsvekst, men den har vi sett er veldig vanskelig å påvirke fordi vi er i et anbudsmarked. Så vi er avhengig av hvordan prosjekter som kommer, og hvordan prosjekter vi får*». Utviklingsmålet deres er todelt. Det ene er å økonomisk omsetning, og det andre er å øke inntjeningen, altså dekningsgraden. Omsetningsmessig er dem relativt fornøyde, så fokuset har vært på å øke dekningsgraden fremfor omsetningen. På spørsmål om de velger bort prosjekter som hensyntar bærekraft på en dårlig måte, utleder informanten «*Så lenge prosjektet er innenfor lovlighetene, og er seriøse, så regner vi på det. Noe annet kan vi ikke gjøre hvis vi skal overleve i markedet*».

5.3.4 Altibbygg

Altibbygg ser ingen problemer med å overleve i fremtiden med hensyn til det økonomiske. «*Vi blir hentet inn til mange spesialoppdrag som er veldig godt betalt. Alt fra lakseoppdrett i Bergen til arbeid på Helge Ingstad da den ble stagnert. (...) spesialjobber som gjør at vi tjener penger, så vi håper å være her enda om 10 år*». Informanten forteller at de aldri går inn på en fastprisavtale der de ikke kan regulere for lønn og prisstigning. «*Særskilte hendelser i vår bransje får man betalt for, så lenge man klarer å varsle det på rett måte. Corona har vært et slikt eksempel hvor man har fått lov til å endre prisene*». For privatkunder så er de litt mer tilbøyelige på hvem som tar støyten for prisstigningen, men når det kommer til offentlige

bygghegger så er det de som tar støyten for prisstigningen. Utfordringen har gjennom Covid-19 vært tilknyttet leveranseproblemer, men når krigen i Ukraina begynte så ble det enda verre. *«Risikoen tilknyttet det kan være permitteringer på grunn av mangel på råvarer som metal, stål, betong og trevirke»*. Det positive for Altibbygg er at de driver med flere ting, både metal, stål, trevirke og mye annet. Så om det skulle bli mangel på noe av det så har dem flere ben å stå på.

På spørsmålet om de har noe mål om vekst fremover, svarer informanten for Altibbygg *«Vi kommer til å utvikle bedriften hele tiden. Hvis vi får en sunn og grønn vekst så blir vi også å vokse i omsetning og antall ansatte. (...) Vi er mer opptatt at vi klarer å ta vare på vår vekst og at den er grønn hele veien»*. Når det kom til om de har merket så mye til forventninger og krav i bransjen, svarer informanten for Altibbygg *«Vi merker ikke det helt ennå. Folk er mest opptatt av penger og at jobben vi gjør koster så lite som mulig»*. Om det skal komme mer reguleringer og krav i bransjen, så mener informanten at samfunnet må være forberedt på dette. Man kan ikke bare lage målsetninger om det uten å ha et system som fanger det opp at de målsetningene faktisk kan la seg gjennomføres, forteller han. *«Det er også en sluttkurve hvor noen må betale for dette. Man kan godt si at man forventer at kommunen skal være med på å betale dette, men det er ikke sikkert at dem gjør»*. Det å satse for høyt på miljømessig bærekraftig vil i dag ikke være økonomisk levedyktig fordi det er for dyrt, utleder han videre.

6 Diskusjon

Dette er diskusjonsdelen hvor jeg skal diskutere mine funn ut ifra den empiriske analysen og koble det opp mot det teoretiske grunnlaget.

6.1 Innledning

På ett av de innledende spørsmålene ble informantene spurt om hva de la i begrepet ‘‘samfunnsansvar’’. Dette var interessant for å se hvordan forståelse dem har av begrepet og hva dem legger i det. Informantene fra Harstadbygg Entreprenør, NT Entreprenør og Altibbygg svarte på dette spørsmålet med et miljøfokus, og nevnte miljømessige forhold som mindre utslipp, avfallssortering og andre faktorer innenfor miljø. Informanten for Bjørn Bygg derimot nevnte utelukkende faktorer innenfor det samfunnsmessige, som det å gi tilbake til samfunnet, skape vekst, trivsel og andre faktorer. Alt dette er noe som Ditlev-Simonsen (2022) nevner som hovedpunktene innenfor samfunnsansvar, men alle fire bedriftene virker å utelate det å koble samfunnsansvar til både det samfunnsmessige og det miljømessige under dette spørsmålet, noe som er sentralt.

6.2 Motivasjonsfaktorer

Samtlige av bedriftene nevner at en viktig driver for å sette søkelys på CSR har vært omdømmet og det å vise samfunnet at man bryr seg. Dette kan kobles til det McWilliams et al. (2006) omtaler som en differensieringsstrategi for bedrifter, og de mener at CSR burde bli sett på som en strategisk investering. Selv om det ikke er direkte linket til et produktattributt eller produksjonsprosess, så burde CSR bli sett på som et strategisk økning av omdømmet (McWilliams et al., 2006). Bedriftene nevner også at de bruker deres oppmerksomhet på CSR aktivt i deres markedsføring, og dette kan man blant annet se på nettsidene deres. Bruken av dette i markedsføringen medfører at de kan tilegne seg samfunnsansvarlige kunder, og dette kalles for strategisk CSR ved at de fremhever at de distribuere ressurser som bidrar til samfunnsnytte i sin markedsstrategi (Baron, 2001). Mange av de Baron (2001) omtaler som samfunnsansvarlige kunder vil i bedriftenes tilfelle være offentlige byggherrer, selv om måten de tilegner seg disse er mer indirekte ved at de regner på anbudene fra byggherrene og deretter blir vurdert ut ifra blant annet samfunnsansvar. Fombrun og Shanley (1990) nevner at det å investere i CSR, både aktiviteter og produkttegenskaper, vil være viktige elementer for både omdømmebygging og produkt differensiering.

6.3 Hvordan bedriftene jobber mot samfunnsmessige forhold

Slaper og Hall (2011) forteller at den samfunnsmessige bunnlinjen går ut på hvordan bedriften tilfører lokalsamfunnet verdi i form av blant annet utdanning, tilgang til sosiale ressurser, økt livskvalitet og sosial kapital. Samtlige fire informanter fremhevet at kvalifiserte ansatte er sentralt for å konkurrere i deres bransje og ser alltid på muligheter til å videreutvikle og kurse deres ansatte. Dette er forenlig med det Porter og Kramer (2002) nevnte angående samfunnsmessig utvikling, at det å utdanne/kurse ansatte vil føre til økonomiske forbedringer som følge av økt konkurransedyktighet. De har alle forskjellige tilnærminger til hvordan dem driver med kompetanseheving og tilgang til ny kompetanse, men det er åpenbart at dette var noe samtlige av bedriftene verdsetter høyt. Dette samsvarer med Dyllick og Hockerts (2002) sin definisjon av samfunnsmessig bærekraft ved å øke kompetanse til ansatte, og det Slaper og Hall (2011) omtaler som økning i utdanning og livskvalitet i samfunnet. Informanten fra NT Entreprenør nevner også at de bruker kompetanseutvikling aktivt for at ansatte skal få opprykk i stillinger hos bedriften, noe som er forenlig med det McWilliams og Siegel (2001) og McWilliams et al. (2006) nevner innenfor samfunnsansvar. Kompetanseøkningen vil også kunne gå under EU sin definisjon av hva som er samfunnsansvar ved at de har et såpass høyt fokus og innsats i å heve kompetansen til sine medarbeidere at det går over det som er lovpålagt i bransjen å ha, og denne kompetanseheving vil komme samfunnet til nytte (Regjeringen, 2008). Videre så er kompetansebygging og erfaring noe som er et sentralt moment i det at det gir bedriftene en høyere score i anbudskonkurranser, forteller informanten fra Tromsø Kommune.

Når det kom til det Dyllick og Hockerts (2002) omtaler som den menneskelige kapitalen i bedriften, så fortalte informanten for Bjørn Bygg og Harstadbygg at deres aller viktigste ressurs i bedriften er deres menneskelige ressurser. Informantene fra Harstadbygg Entreprenør, NT Entreprenør og Altibbygg nevner at det er viktig for dem at de ansatte trives på jobb, og utleder at de gjør forskjellige aktiviteter som sosiale arrangementer, sommerfester, bowling og dra ut på restaurant. Informanten for Bjørn Bygg fremhever også at de ansatte sin trivsel i bedriften er ett av styringsmålene deres. I tillegg til flere av overnevnte aktiviteter bidrar til samfunnsansvar ved at de tilfører ressurser i lokalmiljøet (Kotler & Lee, 2005) så vil det også kunne øke samværet og motivasjon til de ansatte, som går under det å ta vare på sine menneskelige ressurser i bedriften (McWilliams & Siegel, 2001; McWilliams et al., 2006).

Samtlige fire informanter vektlegger også viktigheten av å bidra til samfunnet med ressurser. Både Bjørn Bygg og Harstadbygg Entreprenør nevner at økonomiske bidrag til samfunnet i form av skattepenger er viktige for dem fordi det vil gi ringvirkninger i hele lokalmiljøet. Det fører til mer ressurser til kommunen, som igjen fører til flere byggprosjekter som igjen fører til flere jobber for byggentreprenørene og andre bedrifter. Ressursbidrag i form av skatt er også noe Altibbygg og NT Entreprenør bidrar med i lokalmiljøet. Det å bidra med skattepenger er noe som er fortrolig med det Kotler og Lee (2005) definerer som samfunnsansvar ved at de bidrar med bedriftens ressurser i samfunnet. Skattepenger er imidlertid noe som er lovpålagt bedriftene, og EU sin definisjon av samfunnsansvar var at samfunnsansvar var det å bidra til samfunnet ved miljømessig- eller samfunnsmessig utvikling som er utover det som er lovpålagt (Regjeringen, 2008). Det å bidra med skattepenger i lokalsamfunnet vil ifølge EU derfor ikke være innenfor samfunnsansvar. Informanten for Bjørn Bygg deler EU sin definisjon, hvor han nevner at samfunnsansvar ikke er noe som er på pålagt dem, men er noe dem har gjort på eget initiativ.

Informantene nevner at de har sponsing som en viktig del av deres strategi for å gi tilbake til samfunnet. Bjørn Bygg nevner blant annet breddeidrett, fotballdrakter og løypetråkkingsmaskiner, i tillegg til at dem bruker lærlinger til å bygge gapahuker og forskjellige stands til diverse arrangementer. Harstadbygg Entreprenør har også et fokusområde på breddeidretten og utradisjonelle idretter, i tillegg til at barneidretten er deres hjertesak. NT Entreprenør sponser blant annet Tromsø IL, som de forventer nytteverdi for i form av reklame. Utenom det så er det andre sponsoravtaler som rideskole, russegruppe og Tromsø Storm som de ikke forventer noe tilbake for. Altibbygg fokuserer mye innenfor idretten og kultur, og har også fokusområdet på breddeidretter og de litt mer ukjente idrettene. Det bedriftene nevner her er noe som går under det Dyllick og Hockerts (2002) omtalte innenfor den samfunnsmessige bunnlinjen, ved støtte til offentlige tjenester, kulturbidrag og mennesker utenfor sin virksomhet. Videre så mener EU at sponsing og andre bidrag til lokalsamfunnet er noe som ikke er lovpålagt, og vil derfor ifølge EU sin definisjon være innenfor samfunnsansvar (Regjeringen, 2008). På den andre siden så mener Baron (2001) at samfunnsansvar som er basert på at man ønsker en nytteverdi, som reklame som kan generere profitt, ikke faller inn under hva samfunnsansvar er, noe som NT Entreprenør nevnte i forbindelse med deres sponsing av Tromsø IL. NT Entreprenør forteller videre at de sponser andre aktiviteter som de ikke forventer noe igjen for, og siden motivasjon for dette er basert på det samfunnsansvarlige og ikke profitt, så vil det defineres som samfunnsansvarlig (Baron,

2001). Ved at de fleste respondenter nevner at de sponser mye bredde og utradisjonelle idretter, så kan det antas at de ikke forventer så mye nytteverdi av dette som hvis de skulle ha sponset toppidretter og topplag, som vil ha mer mediaoppmerksomhet og flere tilskuere som kan se reklame, bedriftslogoer osv.

Alt dette som går under den menneskelige kapitalen gjør bedriftene bedre stilt til å møte fremtidige utfordringer. Motivasjon og lojaliteten til de ansatte er sentralt for at bedriftene skal kunne beholde sine ansatte. Bedriftene vil kunne være tjent med å beholde sine egne ansatte som kjenner bedriftens rutiner og som allerede innehar den ønskede kompetansen for stillingen. I tillegg har bedriftene brukt mye ressurser på å videreutvikle deres ansatte med å tilegne dem ny kompetanse. Denne kompetansen vil være helt sentral for at bedriften vil kunne være bærekraftig i fremtiden med at kompetansen skal stille dem i bedre posisjon til å møte fremtidige problemstillinger og oppgaver som deres yrke kanskje ikke har møtt på enda.

6.4 Hva bedriftene gjør innenfor det miljømessige

Når vi går over til den miljømessige siden, så var informantene ganske samstemte angående det å skulle satse for hardt på miljømessige forhold og at det ikke er økonomisk levedyktig fordi det i dag er for kostnadskrevenende. Likevel kunne samtlige fire informanter fortelle at det å satse på miljø var helt nødvendig fordi det gir dem konkurransekraft i spesielt offentlige anbud, og det var en viktig driver for miljøfokus. Alle fire informantene nevner at strever etter å gjøre det best mulig når det kom til avfallshåndtering, utslipp og gjenbruk, og har interne krav i henhold til det som er over lovkravene. De forsøker å velge miljøvennlige løsninger og har et fokus på å velge bærekraftige produkter der det lar seg gjøre. Det går inn under det Slaper og Hall (2011) definerte under den miljømessige bunnlinjen og det EU omtaler som å gjøre aktiviteter utover det som er lovpålagt (Regjeringen, 2008). Informantene forteller at det ikke er vanskelig eller er bundet opp noe økonomiske ressurser på å holde seg innenfor kravene, siden disse er ganske lave, men at det går en del tid på å utarbeide skjemaene tilknyttet ISO 14001 og miljøfyrtårn som er nødvendige verifiseringer å ha for å få lov til å jobbe for offentlige byggherrer.

Utover lovkravene, så er det i mange tilfeller egendefinerte krav i offentlig anbud som har krav til gjenvinning, avfallshåndtering og diverse. I en anbudskonkurranse så blir miljødelen ofte vektet rundt 20-30%, forteller informanten fra Tromsø kommune. Innenfor dette så blir byggentreprenørene bedt om å utforme klima-, energi- og miljøbok (forkortet KEM). Hva KEM-boken omfatter vil variere fra prosjekt til prosjekt, men den inneholder typisk punkter

som maskinpark, utslipp, massetransport, gjenbruk, kortreist anlegg og støv, støy og renhold. Informantene for entreprenørbedriftene forteller at problematikken tilknyttet poengscoren i bærekraftsdelen er at den vektet for lavt. Flere av informantene nevnte at de hadde forsøket seg på bærekraftige løsninger i anbudskonkurransene uten å ha vunnet frem fordi det ble valgt et anbud som var billigere. Det viser at byggherrene velger som oftest det billigste alternativet. Bærekraftige løsninger til gjenbruk, avfallshåndtering, elektrisk maskinpark, miljømerkede produkter osv. vil koste mer, men det offentlige påtar seg ikke alltid kostnadene tilknyttet dette.

Harstadbygg Entreprenør kunne fortelle at før handlet det om å bygge billig, mens nå er det blitt mer aksept i dagens marked å bruke noen kroner ekstra på bærekraft. Den oppfatningen har ikke de andre informantene, som hevder at løsninger de har foreslått, som fremmer bærekraft, har blitt valgt bort når kundene har mottatt prisanslaget. Dette gjelder særlig det private markedet. En metode for å drive miljømessig oppnåelse, og fremme CSR, er det å tilby produkter og løsninger som har en effekt på samfunnet. Dette kan for eksempel være produkter de tilbyr som er Eco merket og lignende. Bagnoli og Watts (2003) utledet en modell som viste bedrifters tilbøyelighet til å drive med slik strategisk CSR, og de fant ut at denne tilbøyeligheten var avhengig av to faktorer. Den første faktoren gikk ut på hvor konkurranseutsatt markedet var, og den andre faktoren var hvor tilbøyelig betalingsvilligheten til kunder var for å betale et tillegg for samfunnsansvarlige produkter. Hvor mer konkurranseutsatt markedet er, hvor lavere er driftsmarginen, som igjen fører til at evnen til å gi ytterligere attributter eller aktivitet som fremmer CSR blir mindre (McWilliams et al., 2006). Dette nevnte blant annet informanten til Bjørn Bygg at markedet var veldig konkurranseutsatt og driftsmarginene var små, og de andre informantene var også inne på at konkurransen var hard, spesielt i offentlige anbud. Dette kan gjøre det vanskelig for bedriftene å drive tilstrekkelig CSR. Hadde markedet vært mindre konkurranseutsatt, og driftsmarginene høyere, så ville de hatt større muligheter for å tilføre CSR-egenskaper til sine produkter og tjenester. Når det kommer til kundenes betalingsvillighet tilknyttet miljømessige løsninger i modellen til Bagnoli og Watts (2003), så kan det ifølge informantene virke som betalingsvilligheten ikke er høy nok til at kundene påtar seg de ekstra kostnadene tilknyttet miljømessige løsninger.

6.5 Bedriftenes økonomiske forutsetning

Et viktig spørsmål i min oppgave har alltid vært og sett på om det er økonomisk levedyktig å satse veldig hardt på bærekraft, det være seg samfunnsmessig eller miljømessig bærekraft. Den økonomiske siden er sentral for å gi bærekraftige effekter innenfor den triple bunnlinjen og CSR (Dyllick & Hockerts, 2002). Lundeby (2013) så på det som en forutsetning at bedriftene driver lønnsomt for at de skal kunne drive med samfunnsansvar. Informanten for Bjørn Bygg forteller at bransjen deres er veldig konkurranseutsatt med veldig lave driftsmarginer, noe vi fikk konstatert i tabellene for nøkkeltall. Driftsmarginen i disse selskapene kan sies å være veldig lave og informantene sier det konkurranseutsatte markedet er grunnen til dette. NT Entreprenør nevner at nettopp økonomien er det største hinderet for å drive bærekraftig, noe Lundeby (2013) også nevner. Informanten for Bjørn Bygg utredet videre at det i bransjen er veldig vanskelig å skulle komme med bærekraftige svar og løsninger til bestillerne fordi disse løsningene som oftest er veldig kostnadsdrivende. Dette støttes av informanten fra NT Entreprenør, som fortalte at det i dagens marked er for vanskelig å komme med de bærekraftige løsningene fordi bransjen tjener nesten ikke penger, og byggherrene tjener nesten ikke penger heller. Videre forteller informanten til NT Entreprenør at bærekraftige løsninger blir valgt bort av sluttkunden fordi prisen blir for høy. Altibbygg forteller det samme, at de ikke merker noe spesielt til krav og forventninger i markedet ennå fordi folk er mest opptatt av penger og at det skal koste minst mulig.

Bjørn Bygg etterlyser større bestillingsansvar fra det offentlige når det kom kommer til bærekraft i prosjekter. Harstadbygg Entreprenør forteller videre at bærekraft i prosjekter må jobbes mer med for å få det inn i byggeprosjekter, og etterlyser at regjeringen må ta sin del av dette ansvaret slik at det ikke pålegges ekstra kostnader ved bærekraft. Dette støttes av NT Entreprenør, som utleder at sluttkunden ikke lenger blir å ha råd til å bygge ting om kostnaden på sluttproduktene skulle øke som følge av merkostnaden ved miljøvennlige løsninger. NT Entreprenør og Altibbygg forteller at om bærekraftige løsninger i prosjektene skal bli bedre, så må det komme krav fra det offentlige. Altibbygg forteller også at noen må påta seg kostnaden ved bærekraft, og at man nesten forventer at det skal være det offentlige. Informanten for NT Entreprenør påpekte «*at enhver endring i markedet må enten være pålagt eller lønnsom. Pålagte ulønnsomme endringer påvirker markedet siden pris er direkte koblet til salgbarhet*».

Bjørn Bygg nevnte at investeringen i CSR for dem har vært lønnsom. Både med hensyn til heatwork og fordi de har merket at folk har valgt dem som leverandør fordi de har sponset

noe de har kjennskap til og fordi de har hatt verdier som er forenelig med andre sin bedrift. Det siste punktet nevntes også av informanten for Altibbygg, at han mener investeringen helt klart har gitt lønnsom avkastning av at man ser kunder har kommet til dem fordi de vises i området lokalt og har positivt omdømme. Dette er det Fombrun og Shanley (1990) nevnte innenfor omdømmebygging og som Carroll og Shabana (2010) mener vil gi bedriften økonomiske gevinster i det langsiktige perspektiv. Schaltegger et al. (2012) nevner at et positivt omdømme er et resultat av at man har klart å forene de tre bunnlinjene.

Ifølge NT Entreprenør så har omdømmet har vært sentralt i investeringen i CSR, men han tror ikke investeringen har vært lønnsom. Det setter dem i posisjon til å regne på flere jobber, som gjør at de kan få flere jobber, og i tillegg bli kjent i lokalområdet som en seriøs aktør, men han mener den ikke har økt lønnsomheten deres betraktelig. Den tilnærmingen har også Harstadbygg Entreprenør, som er veldig usikker på om investeringen i CSR har gitt noe avkastning, men mener det har bidratt til andre ting som flere jobber, flere ansatte og bedre trivsel på jobb. Deres investering har vært ganske nøytral foreløpig, noe som stemmer overens med det blant andre McWilliams og Siegel (2000) og Aupperle et al. (1985) fant ut i det at investering i CSR har vist seg å være nøytral når det kommer dens effekt på lønnsomheten.

På den andre siden så mener informanten for Harstadbygg Entreprenør at hvis de klarer å gjøre det rett, så er det mer lønnsomt for dem å bygge grønt enn om man ikke gjøre det, og det kun utelukkende med tanke på avfallshåndtering. Dette samstemmer med det Russo og Fouts (1997) og fant ut, at bedrifter med høyere grad av miljømessig oppnåelse har en overlegen lønnsomhet over dem som har lavere miljømessig oppnåelse. Waddock og Graves (1997) fant ut av det ikke kun er det miljømessige som spiller en rolle, men at det å drive med samfunnsansvar innenfor alle området vil føre til en bedring i bedrifters prestasjon.

7 Konklusjon

«Hvordan påvirker økte krav og forventninger til samfunnsansvar byggetreprentørenes arbeid mot en bærekraftig fremtid?»

Alle fire bedriftene ser ut til å ha et høyt fokus på samfunnsansvar når det kommer til samfunnsmessige forhold. Ved oppmerksomhet tilknyttet både kompetansebygging, trivsel i bedriften, sponing og ellers et veldig målrettet søkelys på å det å støtte opp lokalt og bidra med trivsel og velvære. De ser viktigheten av å gi tilbake til samfunnet og det å bidra til trivsel og velvære i samfunnet er sentralt, noe som vil gi ringvirkninger både for dem selv og andre i samfunnet. Dette nevner informantene er bundet opp i både omdømmebygging, men også i en indre lyst til å bidra i samfunnet. Når det kommer til samfunnsansvar ved sponing og andre støtteordninger, så kunne det vært interessant å se på andre tilnærminger til det. Alle fire bedrifter nevner at det er ledelsen i bedriften som velger hva de synes er verdt å sponse, noe som kan bli veldig personlig og for lite demokratisk, og hvor ledere kan sponse saker som fremmer deres egne interesser (Friedman, referert i McWilliams et al., 2006, s.3). Informanten fra Bjørn Bygg nevnte at de ser på muligheter for at disse sponingene kan bli stemt frem av ansatte, noe som kan være en interessant løsning. Det å maksimere det samfunnsmessige bidraget vil være viktig, og det vil også være avhengig av hvor mye nytte det tilfører til samfunnet. For Bjørn Bygg, som er en så stor bedrift, så vil det å involvere de ansatte i disse avstemningene kunne være en løsning ettersom de vil representere lokalmiljøet godt. Det å øke det samfunnsmessige bidraget til bedriftene ved å se på muligheter til å involvere lokalsamfunnet i disse bestemmelsene, vil kunne resultere i at det blir stemt frem løsninger som bidrar til mest mulig trivsel og velvære blant flest mulig.

Det miljømessige i bedriftene er noe de har hatt et søkelys på lenge, og prøver å gjøre så godt det lar seg gjøre. Problemet er at de ikke har ansett det å satse hardt nok på miljømessige løsninger som lønnsomme, da det ikke finnes nok etterspørsel enda som resulterer i at ingen ønsker å betale for dette. Det kan tenkes at i en bransje som denne, hvor det er snakk om relativt høye summer, så er det lettere å prioritere pris over miljømessige løsninger som fremmer samfunnsansvar enn ved for eksempel investeringer som er av betydelig lavere summer.

Man ser at når det kommer til krav og reguleringer, så er informantene veldig samstemte på flere punkter. Man er på det punktet i dag hvor det er veldig lite i bransjen som er spesifikke

krav og reguleringer når det kommer til bærekraft i prosjekter, og at de prosjektene som er regulert, er reguleringer tilknyttet offentlig anbudskonkurranser. Markedet har i dagens situasjon veldig lave driftsmarginer, og verken bedriften selv eller kundene kan/ønsker å påta seg kostnadene ved å velge bærekraftige løsninger i prosjekter. Informanten fra Tromsø Kommune deler mange av de samme tankene. Det offentlige er litt mer tilbøyelig, men bærekraft i de offentlige anbudene vektet relativt mye lavere enn kostnaden ved prosjektet. Det vil i anbudskonkurranser variere mellom 50-70% på hvor mye kostnaden i prosjektene vektlegges, og klima og miljø vil ligge på mellom 20 og 30%. De resterende prosentene vil utgjøres av oppgaveforståelse. De har budsjetter å forholde seg til, så pris blir den viktigste faktoren i de offentlige anbudene. Alle i bransjen ønsker mer oppmerksomhet på miljø, og det å investere i miljø og det grønne skifte, men det er ingen som ønsker å påta seg kostnadene med det. Selv om Porter og Vanderlinde (1995) argumenterer for at det ikke trengs reguleringer fordi ressurseffektiviteten og kostnadsbesparelsen burde være naturlige drivere for det miljømessige, så mener informantene at reguleringer i markedet er det som må til for at bransjen skal bli mer miljøvennlig, noe Regjeringen (2021) også nevner.

Et annet viktig punkt, som McWilliams og Siegel (2001) nevner, er at man i bransjen klarer å finne en tilbud/etterspørsels kurve for CSR. På den måten vil man finne bedriftens gunstige nivå for CSR ved en nytte-kostnadsanalyse og finne det nivået av CSR som vil maksimere profitt. Dette er også noe informanten i Harstadbygg Entreprenør etterspurte, at man må klare å finne breakeven i markedet når det kommer til bærekraft og lønnsomhet. Det må finnes et balansepunkt i markedet hvor lønnsomhet og bærekraft er på et optimalt punkt. Et større fokus på lønnsomhet vil gå på bekostning av bærekraft, mens et større fokus på bærekraft vil gå på bekostning av lønnsomhet mener Jørgensen og Pedersen (2013). Waddock og Graves (1997) argumenterer for at det er en positiv sammenheng mellom hvordan bedriften presterer innenfor CSR og lønnsomhet, og at man derfor ikke trenger å prioritere det ene på bekostning av det andre.

Bransjen er kommet til et punkt hvor det er ingen som tør å ta et større initiativ når det kommer til samfunnsansvar og det miljømessige forholdet. Entreprenørene tjener nesten ikke penger som det er, og prisøkningene det siste året gjør at de private ikke kan påta seg ekstra kostnader og det offentlige har strenge budsjetter å holde seg innenfor. Entreprenørene etterspør at noen må betale for de bærekraftige løsningene de kommer med i prosjekter, men ingen gjør det fordi pris er det viktigste premisse både hos private og offentlige kunder. Tromsø kommune sier det samme, at for dem så vil prisene i anbudskonkurransene være den

viktigste siden ressurser for dem er knappe og de har budsjetter å forholde seg til. Så verken dem eller entreprenørene kan påta seg et ekstra ansvar når det kommer til den miljømessige siden ved bærekraft. Entreprenørbedriftene kan ikke dekke kostnadene tilknyttet bærekraftige løsninger i anbudene, mye siden resultatgraden i bransjen er så lav. De skal ha betalt for disse løsningene, men det offentlige har ofte ikke budsjett til å betale for disse løsningene og da blir andre entreprenører valgt som har billigere løsninger til prosjektet. Det kan virke som om entreprenørbedriftene ikke vil eller kan gjøre mer innenfor den miljømessige fronten før markedet gjør dette mulig ved høyere fortjenester eller myndighetene legger opp til dette ved at bærekraftige alternativer blir kompensert for.

Det miljømessige for byggenreprenører må tilstrebes, og for å få gjennom en mer miljømessig produksjon i bransjen så virker det som om det må skje en av følgende:

1. Prisene for bærekraftige produkter og løsninger må bli lavere
2. Bærekraftige produkter og løsninger må bli substituert av staten, slik at offentlige anbud får innvilget budsjettøkning utelukkende for å fremme bærekraft i prosjekter
3. Det må bli strengere krav

7.1 Videre forskning

Jeg skal nå komme med forslag til videre forskning innenfor det oppgaven min har omhandlet. Jeg har i oppgaven hatt fire bedrifter og sett på bransjens krav og reguleringer, og videre hvordan de ser ut til å score innenfor de forskjellige områdene ved CSR og den triple bunnlinjen. Svakheter ved oppgaven er at antallet casebedrifter er relativt lite, og vil ikke kunne generaliseres utover de fire bedriftene jeg har intervjuet. For å få et bedre grunnlag kan man velge å intervju flere bedrifter innenfor dette området, eller benytte en kvantitativ tilnærming ved spørreskjema. Det vil gi mer bredde og kan kunne generaliseres utover flere bedrifter enn kun casebedriftene.

Det kan også være interessant å se på hvordan lønnsomhet og grad av samfunnsansvar henger sammen i bransjen, for å kunne si noe korrelasjon mellom hvor samfunnsansvarlig bedriftene er og hvordan deres lønnsomhet er. Dette ved å for eksempel bruke Carrolls CSR pyramide der man prøver å se om det er noen sammenheng mellom hvor høyt opp på pyramiden bedriftene ligger og hvor lønnsomme bedriftene ser ut til å være.

Referanseliste

Altibbygg. (u.å). Hentet fra <https://www.altibbygg.no/>

- Aupperle, K. E., Carroll, A. B. & Hatfield, J. D. (1985). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of management Journal*, 28(2), 446-463.
- Bagnoli, M. & Watts, S. G. (2003). Selling to socially responsible consumers: Competition and the private provision of public goods. *Journal of Economics & Management Strategy*, 12(3), 419-445.
- Baron, D. P. (2001). Private politics, corporate social responsibility, and integrated strategy. *Journal of economics & management strategy*, 10(1), 7-45.
- Bell, E., Harley, B. & Bryman, A. (2019). *Business research methods* (5. utg.). Oxford: Oxford University Press.
- Brundtland, G. H. & Dahl, O. (1987). *Vår felles framtid* (Our common future). Oslo: Tiden norsk forlag.
- Brønn, P. S., Sjøbu, A. & Ihlen, Ø. (2009). *Åpen eller innadvendt : omdømmebygging for organisasjoner*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Busch, T. (2021). *Akademisk skriving : for bachelor- og masterstudenter* (2. utgave. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Carroll, A. B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International journal of corporate social responsibility*, 1(1), 1-8.
- Carroll, A. B. & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International journal of management reviews*, 12(1), 85-105.
- Carson, S. G., Kosberg, N., Skauge, T. & Laudal, T. (2015). *Etikk for beslutningstakere*. Cappelen Damm Akademisk.
- Ditlev-Simonsen, C. D. (2022). *A Guide to Sustainable Corporate Responsibility: From Theory to Action*. Springer Nature.
- Dyllick, T. & Hockerts, K. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business strategy and the environment*, 11(2), 130-141.
- Elkington, J. (1997). Cannibals with forks. *The triple bottom line of 21st century*, 73.

- Elkington, J. (2013). Enter the triple bottom line. In *The triple bottom line: Does it all add up?* (s. 1-16): Routledge.
- Elliott, S. R. (2005). Sustainability: an economic perspective. *Resources, Conservation and Recycling*, 44(3), 263-277.
- European Commission. (2016). User Guide to the SME Definition. *European Commission, Brussels: Enterprise and Industry Publications*.
- FN. (2021, 28. oktober). Bærekraftig utvikling. Hentet fra <https://www.fn.no/tema/fattigdom/baerekraftig-utvikling>
- Fombrun, C. & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of management Journal*, 33(2), 233-258.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*: Cambridge university press.
- Freeman, R. E. & Dmytriiev, S. (2017). Corporate social responsibility and stakeholder theory: Learning from each other. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, (1), 7-15.
- Friedman, M. (2020). *Capitalism and freedom*: University of Chicago press.
- Gladwin, T. N., Kennelly, J. J. & Krause, T.-S. (1995). Shifting paradigms for sustainable development: Implications for management theory and research. *Academy of management Review*, 20(4), 874-907.
- Grønn Byggallianse. (2018, 13. desember). Strategi 2019-2021. Hentet fra https://byggalliansen.no/wp-content/uploads/2019/05/GB_strategi_utskrift.pdf
- Harstadbygg Entreprenør. (u.å). Hentet fra <https://harstadbygg.no/>
- Henderson, D. (2001). The case against 'corporate social responsibility'. *Policy: A Journal of Public Policy and Ideas*, 17(2), 28-32.
- Hermundsdottir, F. & Aspelund, A. (2021). Sustainability innovations and firm competitiveness: A review. *Journal of Cleaner Production*, 280, 124715.
- Jacobsen, D. I. (2005). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? : innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (2. utg. utg.). Kristiansand: Høyskoleforl.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4), 305-360.
- Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tufte, P. A. (2011). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag* (3. utg. utg.). Oslo: Abstrakt forl.
- Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tufte, P. A. (2016). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (5. utg. utg.). Oslo: Abstrakt.

- Jørgensen, S. & Pedersen, L. J. T. (2013). *Ansvarlig og lønnsom : strategier for ansvarlige forretningsmodeller*. Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Kotler, P. & Lee, N. R. (2005). *Corporate social responsibility : doing the most good for your company and your cause*. Hoboken, N.J: Wiley.
- KsiężaK, P. & FischBach, B. (2017). Triple bottom line: The pillars of CSR. *Journal of corporate responsibility and leadership*, 4(3), 95-110.
- Kvale, S. (1996). *Interviews : an introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, Calif: Sage.
- Kvale, S., Brinkmann, S., Anderssen, T. M. & Rygge, J. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* (3. utg. utg.Interview[s] learning the craft of qualitative research interviewing). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Kylen, J.-A. (2004). *Att få svar : intervju - enkät - observation*. Stockholm: Bonnier Utbildning.
- Lantz, A. (1993). *Intervjumetodik : den professionellt genomförda intervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- Leseth, A. B. & Tellmann, S. M. (2014). *Hvordan lese kvalitativ forskning?* Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, Calif.: Sage.
- Lundeby, E. (2013, februar). Samfunnsansvar – NHOS tilnærming. *Hentet fra <https://old.magma.no/samfunnsansvar-nhos-tilnarming>*
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification? *Strategic management journal*, 21(5), 603-609.
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of management review*, 26(1), 117-127.
- McWilliams, A., Siegel, D. S. & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of management studies*, 43(1), 1-18.
- Mehmetoglu, M. (2004). *Kvalitativ metode for merkantile fag*: Fagbokforl.
- Morgeson, F. P., Aguinis, H., Waldman, D. A. & Siegel, D. S. (2013). Extending corporate social responsibility research to the human resource management and organizational behavior domains: A look to the future. *Personnel Psychology*, 66(4), 805-824.
- NT Entreprenør. (u.å). Hentet fra <https://www.ntentreprenor.no/>
- Nystad, Ø., Jaminon, J. & Jakobsen, O. (2008). Er målsetningen om økonomisk vekst forenlig med kravet om bærekraftig utvikling?

- PEAB Bjørn Bygg. (u.å). Hentet fra <https://bjorn.no/>
- Porter, M. & Kramer, M. (2002). The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard business review*, 80(12), 56-68.
- Porter, M. & Vanderlinde, C. (1995). GREEN AND COMPETITIVE - ENDING THE STALEMATE. *Harvard business review*, 73(5), 120-134.
- Regjeringen. (2008, mars). Bedrifters samfunnsansvar - mindre bedrifter. Hentet fra https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/ud/vedlegg/kompakt_mellomstore08.pdf
- Regjeringen. (2021, 05. oktober). Internasjonale klimaforhandlinger. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/tema/klima-og-miljo/klima/innsiktsartikler-klima/de-internasjonale-klimaforhandlingene/id2741333/>
- Reich, R. B. (2008). The case against corporate social responsibility. *Goldman School of Public Policy Working Paper No. GSPP08-003*.
- Russo, M. V. & Fouts, P. A. (1997). A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability. *Academy of management Journal*, 40(3), 534-559.
- Salzmann, O., Ionescu-Somers, A. & Steger, U. (2005). The business case for corporate sustainability:: literature review and research options. *European Management Journal*, 23(1), 27-36.
- Saunders, M. N. K., Lewis, P. & Thornhill, A. (2016). *Research methods for business students* (7th ed. utg.). Harlow: Pearson.
- Schaltegger, S., Lüdeke-Freund, F. & Hansen, E. G. (2012). Business cases for sustainability: the role of business model innovation for corporate sustainability. *International journal of innovation and sustainable development*, 6(2), 95-119.
- Slaper, T. F. & Hall, T. J. (2011). The triple bottom line: What is it and how does it work. *Indiana business review*, 86(1), 4-8.
- Sneirson, J. F. (2008). Green is good: sustainability, profitability, and a new paradigm for corporate governance. *Iowa L. Rev.*, 94, 987.
- Stenbacka, C. (2001). Qualitative research requires quality concepts of its own. *Management decision*, 39(7), 551-556.
- Tjora, A. H. (2012). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (2. utg. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Waddock, S. A. & Graves, S. B. (1997). The corporate social performance–financial performance link. *Strategic management journal*, 18(4), 303-319.

Wallstreetmojo Editorial Team. (u.å). Triple Bottom Line. Hentet fra

<https://www.wallstreetmojo.com/triple-bottom-line/>

Yin, R. K. (2014). *Case study research : Design and methods* (5th ed. utg.). Los Angeles, Calif.: SAGE.

Vedlegg

Vedlegg 1: Intervjuguide entreprenørbedrifter

Metode:

Tre av intervjuene i oppgaven er gjennomført fysisk mens ett av intervjuene foregikk over Microsoft Teams. Alle fire intervjuene ble tatt opp med godkjente lydopptakere utlånt ifra UiT og ble slettet etter at de var transkribert.

Spørsmålsguide

Teoretisk utgangspunkt for intervjuguide er den Triple Bunnlinjen og CSR.

1. Hvordan bedrift representerer du og hvor lenge har du jobbet i denne bedriften?
2. For å drive bærekraftig er det en forutsetning at man i utgangspunktet driver lønnsomt, altså er økonomisk bærekraftig. Hvordan oppfatter dere fremtidsutsikter for økonomisk bærekraft i bygg- og anleggsbransjen og hva gjør dere for at bedriften deres holder seg økonomisk bærekraftig?
 - i. Med tanke på spesielle markedsføringstiltak, skape konkurransefortrinn, valg av kunder (lønnsomme, ulønnsomme), gunstige leverandøravtaler osv.
 - ii. De senere årene har material blant annet steget betydelig i pris. Hvordan innvirkning har disse prisstigningene hatt på deres evne til å drive økonomisk bærekraftig?
 - iii. Er varslet enda større prisstigninger på material som følge av det som skjer i Ukraina, hvordan innvirkning vil dette ha på din bedrifts økonomi?
3. Bærekraft har fått stor oppmerksomhet de senere årene. Hva legger dere i begrepet samfunnsansvar (CSR), og når ble dette for alvor satt i fokus i deres bedrift?
 - i. Hva var driverne for dette fokuset i deres bedrift når det kom til hhv. den samfunnsmessige og miljømessige siden? Reguleringer, leverandørkrav, press fra kunder, økt søkelys på samfunnsansvar osv.
 - ii. Hvordan har endringene de siste 10 årene vært? Økt etterspørsel etter bærekraftige løsninger osv.

4. Har din bedrift egne strategier når det kommer til det miljømessige, samfunnsmessige og økonomiske perspektivet?
 - i. Hvor er disse strategiene nedfelt? Klimaregnskap? Hvem har innvirkning på disse?
 - ii. Egne ansatte med bærekraftsansvar?
 - iii. Hvordan mål har vært viktige for deres arbeid mot bærekraft? Økt omdømme, kostnadsbesparelse, attraktiv arbeidsgiver, press fra konkurrenter, attraktiv for leverandører, tilpasning til offentlige reguleringer osv.
 - iv. Miljøsertifiseringer – Noe kunder/leverandører i bransjen er veldig opptatt av?
 - v. Har arbeidet mot dette nådd den målsetningen dere hadde?

5. Hvordan bedriftsmessige og bransjemessige reguleringer og krav er det stilt innenfor bærekraft?
 - i. Hvor merker dere mest til disse forventninger og kravene? Kunder, leverandører, offentlige etater osv.
 - ii. Har dere egendefinerte bærekraftsmål tilknyttet dette?
 - iii. Krav til det miljømessige i form av lavutslippsmaterialer, utslippsfri byggeplass, resirkulering, avfallshåndtering og gjenbruk (REHUB)
 - iv. Hvordan belastning har driften deres på natur og miljø i nærområdet? Har dere måter å måle deres CO₂ – utslipp på? Gjort tiltak for å begrense belastningen på miljøet? Hatt effekt?
 - v. Tiltak i form av samfunnsmessig bærekraft? Er lokalsamfunnet involvert på noen måte i denne ressursfordelingen? Eks veldedighet, sponing av idrettsarrangementer, kultur og samfunnsutvikling osv.
 - vi. Er dagens offentlige reguleringer tilknyttet bærekraft i deres bransje for strenge, svake eller helt greie? Hva burde eventuelt hvert forandret på?

6. Hva definerer dere som de største utfordringene når det kommer til å ivareta de økonomiske, samfunnsmessige og miljømessige forholdene i deres bedrift? Er dagens situasjon bærekraftig?
 - i. Er det bundet opp mye ressursbruk for å holde seg innenfor reguleringer tilknyttet det miljømessige, som ellers kunne vært brukt til den samfunnsmessige siden av bærekraft?

- ii. Er disse reguleringene avhengig av størrelse på bedriften? Vil reguleringene forandre seg ved økning/minskning i størrelse?

- 7. Er de økonomiske midlene dere bruker til investering av samfunnsmessig- og miljømessig bærekraft en del av deres årlige budsjett, eller blir disse midlene disponert etter regnskapsåret som et resultat av eventuelle overskudd?
 - i. Hvordan bidrar eventuelt dette overskuddet til samfunnsmessig utvikling? Skaper nye arbeidsplasser ved å utvide, investering i lokale selskaper osv.
 - ii. Tror dere denne investeringen i bærekraft har/vil gi økt avkastning på sikt? Hvordan?

- 8. Hvor stort søkelys er det på de tre forskjellige bærekraftsområdene i deres bedrift? Når dere vurderer nye prosjekter, er det overordnede målet utelukkende profitt eller i hvor stor grad vektlegges det miljømessige og samfunnsmessige søkelyset på bærekraft i disse vurderingene?
 - i. Er det like viktig at deres kunder drives bærekraftig som leverandører eller er det noen forskjeller i vurderingene der?

- 9. Eventuelle andre relevante kommentarer til bærekraft foruten det som er blitt sagt til nå?

Vedlegg 2 : Intervjuguide offentlig byggherre

Spørsmål offentlige byggherrer

1. Kan du fortelle litt om hvordan denne prosessen foregår? Hvordan jobber dere mot bærekraft i deres anbud?
2. Har dere noen vurderingskriterier som det bedømmes etter i disse anbudene med hensyn på bærekraft og eventuelt noen dokumenter som vises hvordan disse vurderingskriteriene?
3. Hvor høyt settes den scoren bedriftene oppnår tilknyttet bærekraft opp mot kostnaden de kalkulerer prosjektet for når det gjelder om de vinner frem i anbudet eller ikke?
4. Er det kun dere som utformer disse kravene, eller kommer kravene dere må stille som offentlige byggherrer fra regjeringshold?
5. Har dere størst fokus på den samfunnsmessige siden av bærekraft fremfor den miljømessige siden?
6. Hvor mye tror dere at dere utgjør av inntektene til entreprenørbedriftene?

Vedlegg 3: Informasjonsskriv byggentreprenører

Vil du delta i forskningsprosjektet ***Bærekraft i Bygg- og anleggsbransjen***

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å redegjøre for bærekraft i bygg- og anleggsbransjen. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Formålet med prosjektet er å finne hvordan lokale bedrifter i Tromsø/Harstad regionen i bygg- og anleggsbransjen jobber mot bærekraft. Målet er å finne ut om deres arbeid mot bærekraft har noen sammenheng med lønnsomheten i bedriften. Foreløpig problemstillingen er: “ *Hvordan påvirker økte krav til bærekraft lønnsomheten i bygg- og anleggsbransjen? Hva kjennetegner vinnerne?*”

Prosjektet er en del av min masteroppgave i Økonomistyring ved UiT Norges Arktiske Universitet

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

UiT Norges Arktiske Universitet Fakultet for Biovitenskap, Fiskeri og Økonomi er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Utvalget er trukket etter geografisk lokalisering, og etter varierte størrelser på bedriftene. Det er bedrifter i samme bransje som er spurt om å delta, og antall bedrifter er 4 stk.

2 av bedriftene har blitt henvendt ved en ekstern person som har nettvert til bransjen, mens dem 2 andre bedriftene har jeg kontaktet direkte.

Hva innebærer det for deg å delta?

Metoden er et intervju, fortrinnsvis fysisk, hvor det vil bli gjort lydopptak. Lydopptaket vil bli lagret på en ekstern sky hvor de vil være utilgjengelige for andre. Opplysninger i intervjuet skal minimere personopplysninger, og de aktuelle spørsmålene vil kun forholde seg til bærekraft i de aktuelle bedriftene.

- Det vil ta ca. 45 minutter å gjøre intervjuet. Spørsmålene vil inneholde spørsmål tilknyttet bærekraft i sin aktuelle bedrift og bransjen. Svarene blir registret elektronisk.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet.

Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

- Tilgang til opplysningene i intervjuet vil begrense seg til meg og min veileder.
- Benevnelsen til de som intervjues vil i oppgaven og under intervjuet bli benevnt som ‘‘Informant x’’ for å minimere kontaktopplysningene. Selve opptaket av intervjuet vil bli lagret på en egen sky med begrenset tilgang, adskilt fra personlige harddisker og lagringsarenaer.

Deltakerne vil ikke kunne gjenkjennes direkte i masteroppgaven, men opplysninger om arbeidsplass vil bli publisert.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er

01.06.22. Etter dette vil intervjuene bli slettet fra nettskyen.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra UiT Norges Arktiske Universitet har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- UiT Norges Arktiske Universitet ved Student: Lasse Trones, Mail: ltr015@uit.no, Mobil: 40626115
- Veileder: Helen Marita Sørensen Holst, Mail: helen.m.holst@uit.no, Mobil: 77645596
- Vårt personvernombud: Joakim Bakkevold, Mail: personvernombud@uit.no, Mobil: 776 46 322

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost: personverntjenester@nsd.no eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Helen Marita Sørensen Holst
(Forsker/veileder)

Lasse Trones
(Student)

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet Bærekraft i bygg- og anleggsbransjen, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

å delta i intervju

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Velgegg 4: Informasjonsskriv for offentlig byggherre

Vil du delta i forskningsprosjektet

Bærekraft i Bygg- og anleggsbransjen

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å redegjøre for bærekraft i bygg- og anleggsbransjen. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Formålet med prosjektet er å finne hvordan lokale bedrifter i Tromsø/Harstad regionen i bygg- og anleggsbransjen jobber mot bærekraft. Målet er å finne ut hvordan bedriftene jobber mot økte krav og reguleringer tilknyttet bærekraft. Foreløpig problemstillingen er: ‘*Hvordan påvirker økte krav og forventninger til driften i bygg- og anleggsbransjen? Hva kjennetegner vinnerne?*’

Prosjektet er en del av min masteroppgave i Økonomistyring ved UiT Norges Arktiske Universitet

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

UiT Norges Arktiske Universitet Fakultet for Biovitenskap, Fiskeri og Økonomi er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Etter intervjurundene med bedrifter i bygg- og anleggsbransjen ble det klart at offentlige byggherrer er de som stiller mest krav til bærekraft i prosjekter.

Utvalget er trukket på bakgrunn av det for at en offentlig byggherre i regionen Tromsø-Harstad vil kunne utdype mer informasjon om hvordan krav og reguleringer som stilles i bransjen.

Hva innebærer det for deg å delta?

Metoden er et intervju hvor det vil bli gjort lydopptak. Lydopptaket vil bli lagret på en ekstern sky hvor de vil være utilgjengelige for andre. Opplysninger i intervjuet skal minimere

personopplysninger, og de aktuelle spørsmålene vil kun forholde seg til krav til bærekraft som blir stilt i anbud og hvordan denne prosessen foregår.

- Det vil ta ca. 30 minutter å gjøre intervjuet. Spørsmålene vil inneholde spørsmål tilknyttet krav til bærekraft i offentlige anbud og vurderingsprosessen. Svarene blir registret elektronisk.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

- Tilgang til opplysningene i intervjuet vil begrense seg til meg og min veileder.
- Benevnelsen til de som intervjues vil i oppgaven og under intervjuet bli benevnt som ‘‘Informant x’’ for å minimere kontaktopplysningene. Selve opptaket av intervjuet vil bli lagret på en egen sky med begrenset tilgang, adskilt fra personlige harddisker og lagringsarenaer.

Deltakerne vil ikke kunne gjenkjennes direkte i masteroppgaven, men opplysninger om arbeidsplass vil bli publisert.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er 01.12.22. Lydopptakene vil bli slettet etter transkribering.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra UiT Norges Arktiske Universitet har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- UiT Norges Arktiske Universitet ved Student: Lasse Trones, Mail: ltr015@uit.no, Mobil: 40626115
- Veileder: Helen Marita Sørensen Holst, Mail: helen.m.holst@uit.no, Mobil: 77645596
- Vårt personvernombud: Joakim Bakkevold, Mail: personvernombud@uit.no, Mobil: 776 46 322

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost: personverntjenester@nsd.no eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Helen Marita Sørensen Holst
(Forsker/veileder)

Lasse Trones
(Student)

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet Bærekraft i bygg- og anleggsbransjen, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

å delta i intervju

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

