

SVENSK MODEPRODUKTION - IDENTIFIERING AV UTMANINGAR OCH HUR DE KAN BEMÖTAS

Examensarbete – Kandidat
Företagsekonomi

Anna Olausson
Emma Jigberg
Matilda Gunnarsson

2022.1.06



TEXTILHÖGSKOLAN
HÖGSKOLAN I BORÅS

Svensk titel: Svensk modeproduktion - identifiering av utmaningar och hur de kan bemötas

Engelsk titel: Swedish fashion production - identification of challenges and how they can be addressed

Utgivningsår: 2022

Författare: Anna Olausson, Emma Jigberg & Matilda Gunnarsson

Handledare: Martin Behre

Abstract

Today we can observe an uprising trend where more and more fashion companies are opening up to local production. With Swedish fashion production comes a number of advantages such as; quality assurance, reduced transport and logistics costs, geographical vicinity, ethics, transparency and flexibility in small scale production. Challenges that come with Swedish production are high costs, skilled labor, strict environmental regulations, shortage of domestic raw materials, high minimum volumes in material orders and seasonal variation in demand. The study will examine Swedish companies that today have a Swedish fashion production in their entire product range or parts of it. The purpose of the study is to identify challenges that Swedish companies face in a Swedish fashion production, and how to address them.

The used method is qualitative and empirical data has been collected through semi-structured interviews with Swedish companies that have Swedish fashion production in parts of, or their entire assortment. Secondary data consisted of scientific articles and literature. Processing of collected empirical data is done through a thematic analysis in which the most frequent aspects in relation to the research questions are identified.

Four challenges can be identified based on collected empirical data, and based on the challenges also strategies for meeting these. The challenges presented are lack of physical resources, lack of knowledge and skills, lack of capacity, and high costs. Concrete examples of strategies to meet the challenges are addressed in the study and the strategies vary depending on the size and operations of the company.

In the discussion, collected empirical data often goes hand in hand with previous research. The conclusion presents the four challenges that emerged in the collected empirical data and a number of strategies for addressing these challenges are presented. It turned out that the challenges and how to address these challenges can differ, depending on the size of the companies.

The study is written in Swedish.

Keywords: textile economics, production, Swedish fashion production, domestic fashion production, fashion company, the fashion industry, sustainability.

Sammanfattning

Idag syns mönster där allt fler modeföretag öppnar upp ögonen för lokal produktion. Med en svensk modeproduktion kommer en rad fördelar såsom; kvalitetssäkring, reducerade transport- och logistikkostnader, geografisk närhet, etik, transparens och flexibilitet i småskalighet. Utmaningar med svensk produktion är höga kostnader, kvalificerad arbetskraft, strikta miljöbestämmelser, brist på inhemsk råvara, höga minimum volymer i materialbeställningar och säsongsvariation i efterfrågan. Studien skall undersöka svenska företag som idag har en svensk modeproduktion i hela sitt sortiment eller delar av det. Syftet med studien är att undersöka vilka utmaningar dessa svenska företag ställs inför i en svensk modeproduktion, samt hur man bemöter dem.

Metoden som använts är kvalitativ och empiri har samlats in genom åtta semistrukturerade intervjuer med svenska företag som har svensk modeproduktion i delar av, eller hela sitt sortiment. Sekundärdata har bestått av vetenskapliga artiklar samt litteratur. Bearbetning av insamlad empiri har gjorts genom en tematisk analys där de mest frekvent förekommande aspekterna i förhållande till forskningsfrågorna identifierades.

Fyra utmaningar har identifierats utifrån insamlad empiri och baserat på utmaningarna presenteras strategier för att bemöta dessa. Utmaningarna som presenteras är avsaknad av fysiska resurser, avsaknad av kunskap och kompetens, avsaknad av kapacitet, samt höga kostnader och konkreta exempel på strategier för att bemöta utmaningarna tas upp i studien.

I diskussionen går insamlad empiri många gånger hand i hand med tidigare forskning. I slutsatsen presenteras de fyra utmaningar som framkom i den insamlade empirin och ett flertal strategier för att bemöta utmaningarna. Det visade sig att utmaningarna och bemötandet av utmaningarna kan skilja sig åt beroende på företagets storlek.

Uppsatsen är skriven på svenska.

Nyckelord: textilekonom, produktion, svensk modeproduktion, inhemsk modeproduktion, modeföretag, modebranschen, hållbarhet.

Förord

Genom denna uppsats avslutar vi våra studier vid Textilhögskolan i Borås och våra tre år på Textilekonomutbildningen.

Vi vill först rikta ett stort tack till de åtta företag som medverkat i studien och avsatt tid för våra intervjuer. Vi är tacksamma för att vi har fått ta del av era tankar och er kunskap, utan er medverkan hade studien inte kunnat genomföras. Vi vill också tacka vår handledare Martin Behre som gett oss värdefull feedback och uppmuntrat oss när arbetet varit som tyngst.

Anna Olausson, Emma Jigberg & Matilda Gunnarsson

Borås, 4 juni 2022

Innehållsförteckning

1 Inledning	7
1.1 Introduktion	7
1.2 Bakgrund	7
1.2.1 Definition av centrala begrepp	7
1.2.2 Svensk modeproduktions historia och utveckling fram tills idag	7
1.2.3 Förutsättningar för svensk produktion	8
1.3 Problemformulering	9
1.4 Syfte	9
1.5 Forskningsfrågor	9
2 Litteraturoversikt	10
2.1 Svenska textilfabriker stänger ner	10
2.2 Risker med globala försörjningskedjor	10
2.3 Händelser som påverkar globala försörjningskedjor	11
2.3.1 Pandemier	11
2.3.2 Olyckor i handelsvägar	11
2.3.3 Komplexa transporter	11
2.3.4 Krig	12
2.4 Förutsättningar för reshoring & inhemsk produktion	12
2.5 Växande intresse för hållbarhet bland modekonsumenter	13
3 Metod	15
3.1 Kvalitativ metod	15
3.2 Semistrukturerade intervjuer	15
3.3 Urval	16
3.4 Tematisk analys	16
3.5 Litteraturgenomgång	17
3.6 Metodreflektion	17
3.6.1 Fördelar och nackdelar med val av metod	17
3.6.2 Pålitlighet, tillförlitlighet, överförbarhet och bekräftelse	18
3.6.3 Etiskt övervägande	18
4 Resultat & analys	20
4.1 Bakgrundsinformation	20
Tabell 1: Större svenska fabriker	20
Tabell 2: Mindre svenska fabriker	21
Tabell 3: Större inköpande företag	21
Tabell 4: Mindre inköpande företag	22
4.2 Utmaningar med svensk modeproduktion	22
4.2.1 Avsaknad av fysiska resurser	22
4.2.2 Avsaknad av kunskap och kompetens	23

4.2.3 Avsaknad av kapacitet	23
4.2.4 Höga kostnader	24
4.2.5 Mindre frekvent förekommande utmaningar	24
4.3 Hur utmaningarna kan bemötas	24
4.3.1 Avsaknad av fysiska resurser	24
4.3.2 Avsaknad av kunskap och kompetens	25
4.3.3 Avsaknad av kapacitet	26
4.3.4 Höga kostnader	27
4.3.5 Mindre frekvent förekommande utmaningar	27
4.4 Samband, likheter och skillnader	28
4.4.1 Avsaknad av fysiska resurser	28
4.4.2 Avsaknad av kunskap och kompetens	28
4.4.3 Avsaknad av kapacitet	28
4.4.4 Höga kostnader	29
5 Diskussion	30
5.1 Avsaknad av fysiska resurser	30
5.2 Avsaknad av kunskap och kompetens	30
5.3 Avsaknad av kapacitet	31
5.4 Höga kostnader	31
5.5 Mindre frekvent förekommande utmaningar	32
6 Slutsats	34
6.1 Vilka utmaningar möter företag som har en svensk modeproduktion?	34
6.2 Hur kan företag bemöta utmaningarna inom svensk modeproduktion?	34
6.3 Avslutande kommentar	35
7 Referenser	36
8 Bilagor	41
Bilaga 1: Intervjuguide inköpande modeföretag	41
Bilaga 2: Intervjuguide producerande modeföretag	42

1 Inledning

Följande kapitel inleder studien och består av fem avsnitt. Det första avsnittet är en introduktion som introducerar ämnet svensk modeproduktion. Därefter följer en bakgrund där svensk modeproduktions historia presenteras och vidare behandlas förutsättningar för en svensk modeproduktion där risker med globala försörjningskedjor, samt fördelar och nackdelar med en svensk modeproduktion presenteras. Nästa avsnitt är en problemformulering där ett intressant område att undersöka gällande svensk modeproduktion identifieras. I de två sista avsnitten presenteras studiens syfte och forskningsfrågor.

1.1 Introduktion

I början på 1900-talet fanns flera hundra textilfabriker i Sverige. Senare i tiden möttes däremot de svenska textilfabrikerna av en konkurrenskraft från textilfabriker i andra länder, vilket ledde till att svenska textilfabriker började stänga ner (Tekniska museet 2021). Idag var det längesedan det fanns en storartad modeproduktion i Sverige (Pal et al., 2018), men Kleindorfer och Saad (2009) presenterar ett mönster där allt fler företag flyttar hem produktionen igen, då globala försörjningskedjor utsätter företag för ökade risker. Det visar sig idag finnas ett växande intresse bland modet företag för att producera i Sverige (Science Park Borås 2021). Möjlighet till kvalitetssäkring, samt reducerade transport och logistikkostnader (Kinkel 2014) är exempel på fördelar med en svensk modeproduktion.

Men vilka utmaningar finns med en svensk modeproduktion? Enligt Pal, Harper och Vellesalu (2018) är den främsta utmaningen de höga kostnader som företag möts av i en produktion i ett högkostnadsland som Sverige. Vidare anses kvalificerad arbetskraft som en ytterligare utmaning då produktionen inte har funnits i Sverige på länge (Pal et al., 2018). Utmaningar som företagen ställs inför i en svensk modeproduktion, samt riktlinjer för att bemöta dessa utmaningar presenteras i denna uppsats.

1.2 Bakgrund

1.2.1 Definition av centrala begrepp

Modeprodukt, modeproduktion, lokal produktion, inhemsk produktion och reshoring är fem centrala begrepp som är viktiga att definiera i studien. I denna studie avser begreppet *modeprodukt* textila kläder och accessoarer, vidare avser begreppet *modeproduktion* processen från textilt material till färdig modeprodukt. Begreppen *lokal produktion* och *inhemsk produktion* används i denna studie synonymt med svensk produktion. *Reshoring* innebär att produktionen flyttar tillbaka till hemlandet (Fratocchi et al., 2014) och går därför hand i hand med en svensk modeproduktion och av denna anledning används begreppet i studien.

1.2.2 Svensk modeproduktions historia och utveckling fram tills idag

Sveriges första små textilfabriker byggdes i begynnelsen på 1800-talet och ett sekel senare fanns flera hundra textilfabriker i landet (Tekniska museet 2021). De främsta regionerna med svensk modeproduktion var Göteborg, Norrköping och Sjuhäradsbygden (Jörnmark & Gråbacke 2008). I mitten på 1900-talet växte däremot en konkurrens från textilfabriker i

andra länder som betalade ut lägre löner till textilarbetare. Det blev därför förmånligare för svenska modeföretag att välja leverantörer utrikes och till följd av detta började svenska textilfabriker stänga ner (Tekniska museet 2021).

Idag ser vi dock ett mönster där allt fler svenska modeföretag får upp intresse för svensk modeproduktion. Dagens svenska textilfabriker har inte samma storlek som de fabriker som fanns på 1900-talet, men det visar sig att allt fler företag och entreprenörer får upp ögonen för svenska mindre fabriker där de lägger hela, eller delar av sin produktion (Science Park Borås 2021).

1.2.3 Förutsättningar för svensk produktion

En förklaring bakom modeföretags val av svensk produktion kan vara att det som författarna Moore, Rothenberg och Moser (2018) presenterar, finns risker i dagens globala försörjningskedjor. Försörjningskedjor är kedjor av företag där företagen representerar olika steg i produktionen av en ekonomisk produkt. Kedjan innefattar stegen från och med det första steget i produktionen till och med slutkonsumenten (Van Weele 2018). Globala försörjningskedjor är idag komplexa och därmed finns det mindre marginal för fel vid eventuella störningar (Kleindorfer & Saad 2009). Riskerna i globala försörjningskedjor har gjort att lokal produktion i detta avseende kan ses som ett mer fördelaktigt alternativ (Tate & Bals 2017).

Vidare är fördelar med lokal produktion möjlighet till kvalitetssäkring, samt reducerade transport och logistikkostnader (Kinkel 2014). Science Park Borås (2021) presenterar hur den geografiska närheten i en lokal produktion skapar sparsamhet i konsumtion av både tid och utsläpp. Tidigare forskning visar att andra motiv till att producera lokalt kan vara etiska överväganden (Dana et al., 2007). Här presenterar en annan studie hur konsumenter blir allt mer uppmärksamma på både sociala och miljömässiga frågor i produktionsländer (Arrigo 2020).

Ur ett konsumentperspektiv så kan därför svensk modeproduktion vara i tiden med hänsyn till marknadens efterfrågan där konsumenter idag bryr sig allt mer om hur företag hanterar hållbarhetsfrågor (Vătămănescu et al., 2021). En faktor som kan vara en fördel inom svensk modeproduktion är därmed också ökad transparens. Svensk modeproduktion kan inte konkurrera med priser i låglöneländer och transparens kan därför fungera som en viktig konkurrensfördel i en svensk modeproduktion (Ny Teknik 2021).

Vidare presenterar Science Park Borås (2021) hur flexibilitet kan vara en fördel med svensk modeproduktion vilket förankras i småskaligheten i dagens svenska mikrofabriker. Småskaligheten i svenska mikrofabriker skapar en flexibilitet som är svår att åstadkomma i fabriker i andra länder som är arbetar med globala kvantiteter. Textile & Fashion 2030 (u.å.a) förklarar hur svenska mikrofabriker dessutom skapar en bättre kontroll över risker för överproduktion, vilket minimerar slöseri i den textila värdekedjan.

Över till utmaningar i en svensk modeproduktion så visar tidigare forskning att en första utmaning med svensk modeproduktion är höga kostnader (Pal et al., 2018). Sverige är ett högkostnadsland vilket definieras som ett land som utmärks av höga produktionskostnader där det framförallt råder höga arbetskostnader (Lica, Di Maria & De Marchi 2020). Arbetskostnaderna avser lön, men även höga kostnader kopplat till arbetslagstiftningen (Pal et al., 2018).

Vidare så anses även kvalificerad arbetskraft som en utmaning då det var längesedan det fanns en storartad modeproduktion i Sverige och kvalificerad arbetskraft därför tynat bort. Det finns även strikta miljöbestämmelser som anses som en utmaning för att kunna producera i Sverige. En annan utmaning är svårigheter i att hitta inhemsk råvara. Tidigare forskning visar också att det samtidigt kan vara svårt för företag med inhemsk produktion att få hem textila material från leverantörer då minimum volymer för en order kan vara för höga. Slutligen presenteras även säsongsvariation i efterfrågan som en utmaning (Pal et al., 2018).

1.3 Problemformulering

Allt fler företag flyttar idag hem produktionen som resultat av en ökad risk för störningar vilket kan kopplas samman med att det idag är mer komplexa försörjningskedjor och därmed mindre marginal för fel vid eventuella störningar (Kleindorfer & Saad 2009). Covid-19 pandemin är en händelse som har påverkat globala försörjningskedjor och till skillnad från tidigare störningar har denna pandemi påverkat produktion, transport, logistik och ett skifte i efterfrågan (Xu et al., 2020).

Kvalitetssäkring, reducerade transport och logistik kostnader presenteras som fördelar med lokal produktion (Kinkel 2014). Vidare är sparsamhet i konsumtion av både tid och utsläpp (Science Park Borås 2021), samt etiska överväganden (Dana et al., 2007) motiv för en lokal produktion. Konsumenter bryr sig idag allt mer om hur företag hanterar hållbarhetsfrågor (Vătămănescu et al., 2021) och ökad transparens blir därmed en fördel i en svensk modeproduktion (Ny Teknik 2021). Småskaligheten i svenska mikrofabriker ger upphov till flexibilitet och kan ses som ytterligare fördel i en svensk modeproduktion (Science Park Borås 2021).

Inom utmaningar med svensk modeproduktion visar sig höga kostnader vara en faktor med stor påverkan. Vidare från höga arbetskostnader så anses också kvalificerad arbetskraft som en utmaning då det var längesedan det fanns en storartad modeproduktion i Sverige. Strikta miljöbestämmelser, brist på inhemsk råvara och höga minimum volymer i materialbeställningar är andra utmaningar. En sista utmaning är säsongsvariation i efterfrågan (Pal et al., 2018).

Med utgångspunkt i tidigare forskning inom svensk modeproduktion identifieras ett intressant område i att undersöka om det kan finnas fler utmaningar i svensk modeproduktion, och huruvida de utmaningarna som presenteras i tidigare forskning stämmer överens med vad svenska modeföretag ser för utmaningar idag. Det finns också ett forskningsgap i att identifiera strategier för att bemöta utmaningarna inom svensk modeproduktion.

1.4 Syfte

Studien skall undersöka svenska företag som idag har en svensk modeproduktion i hela sitt sortiment eller delar av det. Syftet med studien är att undersöka vilka utmaningar dessa svenska företag ställs inför i en svensk modeproduktion, samt hur man bemöter dem.

1.5 Forskningsfrågor

- Vilka utmaningar möter företag som har en svensk modeproduktion?
- Hur kan företag bemöta utmaningarna inom svensk modeproduktion?

2 Litteraturöversikt

Litteraturöversikten består av fem avsnitt med start i varför svenska textilfabriker på mitten av 1900-talet började stänga ner. Därefter presenteras de risker som kommer med globala försörjningskedjor. Ett avsnitt om förutsättningar för reshoring och inhemsk produktion följer sedan. Slutligen kopplas förutsättningarna för en svensk modeproduktion till ett växande intresse för hållbarhet bland konsumenter.

2.1 Svenska textilfabriker stänger ner

I mitten på 1900-talet började svenska textilfabriker stänga ner vilket berodde på en växande konkurrens från länder med lägre arbetskostnader (Tekniska museet 2021). När företag flyttar processer, såsom produktionen till ett annat land möjliggör det besparingar i kostnader på arbetskraft och råvaror eftersom det ofta råder lägre priser i andra delar av världen. Vidare ger det tillgång till resurser i teknologi, kompetens och kunskap (Ashby 2016). Jörnmark och Gråbacke (2008) presenterar att Sverige är ett av de västeuropeiska länder som tidigast upplevde att produktionen flyttade och det var det höga löneläget, kedjeföretag, samt allt mer fria handelsströmmar som var anledningar som påskyndade processen i Sverige. Ett flertal andra västeuropeiska länder har kvar inhemsk modeproduktion än idag, även fast antalet sysselsatta har minskat även i dessa länder (Jörnmark & Gråbacke 2008).

2.2 Risker med globala försörjningskedjor

I och med produktionens utflyttning är dagens försörjningskedjor ofta globala vilket skapar allt mer komplexitet (Christopher & Lee 2004) och eventuella störningar som kan uppstå hos en nyckelaktör i kedjan kan skapa skadliga konsekvenser i hela ledet (Xu et al., 2020). Risker med globala försörjningskedjor blir i denna studie relevanta att undersöka, eftersom riskerna tillsammans med komplexiteten främjar en inhemsk modeproduktion (Tate & Bals 2017).

Något som blir allt viktigare i dagens försörjningskedjor är säkerställning av leverantörsansvar och upprättandet av hållbara metoder. Arbetet kring hållbarhet handlar om både miljömässig hållbarhet och etiska aspekter. Ett tätt samarbete med leverantörer kan gynna både företaget och den textila värdekedjan. När försörjningskedjor blir globala och avståndet till leverantörer ökar, utmanas säkerställning kring hållbarhetsarbetet och möjligheten till att uppnå hållbarhetsmål försvåras (Ashby 2016). Samtidigt gör långa fysiska avstånd att transportkostnader ökar. Ytterligare faktorer som försvårar effektiviteten i globala affärsprocesser är skillnader i kultur och språk (Ashby 2016; Meixell & Gargeya 2005), samt möten som mer sällan sker fysiskt (Ashby 2016).

Fabriksolyckor i utvecklingsländer där anställda skadas visar vilka allvarliga etiska problem som finns inom globala försörjningskedjor i modebranschen (Cai & Choi 2020). Arrigo (2020) förklarar att händelser som skandaler i offshore fabriker kan innebära dolda kostnader för företag, vilket beror på att skandalerna skapar ett negativt rykte om företaget. Etiska problem handlar utöver säkerhet och hälsa, om rättigheter och löner (Cai & Choi 2020), och problemen kan kopplas till de globala målen som exempelvis målen om anständiga anställningsvillkor, samt målen om god hälsa och välbefinnande (Ribeiro-Duthie 2020).

2.3 Händelser som påverkar globala försörjningskedjor

Sedan början av 2000-talet har vår samtid präglats av turbulens och osäkerhet och företag står idag inför osäkerheter i sina försörjningskedjor (Christopher 2011). Till följd av detta, samt den ökade konkurrensen på marknaden, blir de globala försörjningskedjorna allt mer utmanande att hantera och risken för störningar ökar (Christopher & Lee 2004). Händelser som påverkar globala försörjningskedjor blir som i tidigare avsnitt intressanta att undersöka eftersom de främjar en inhemsk modeproduktion (Tate & Bals 2017). Nedan följer möjliga störningar som kan påverka globala försörjningskedjor. Pandemier, olyckor i handelsvägar, komplexa transporter och krig är presenterade med varsin rubrik och störningarna är ibland beroende av varandra.

2.3.1 Pandemier

Sjukdomar och pandemi hotar globala försörjningskedjor och forskning visar hur Covid-19 pandemins konsekvenser som sjukdom bland anställda i fabriker, minskad produktion av material, tyg och tråd, tillsammans med en minskad efterfrågan på kläder i högkostnadsländer, skapat allvarliga störningar i den globala textila försörjningskedjan (Castañeda-Navarrete, Hauge & López-Gómez 2020). Covid-19 är ett virus som har spridit sig över hela världen och präglat nästan alla länder och territorier (Pokhrel & Chhetri 2021). Första fallet rapporterades i Wuhan i Kina den 31 december 2019 och den breda spridningen skapade en pandemi. Forskningen presenterar hur minskad produktion och konsumtion genom Covid-19 pandemin har skapat besvär på en helt ny nivå i den globala ekonomin (Debata, Patnaik & Mishra 2020). Något som visat sig leda till framgång under pandemin är digitala strategier och Textile & fashion 2030 (u.å.a) förväntar sig att företag kommer fortsätta investera i digital innovation.

2.3.2 Olyckor i handelsvägar

Sund och kanaler spelar en stor roll i dagens handel på grund av deras unika geografiska egenskaper och ekonomiska roller. Det innebär stora förluster i tid och ekonomi om dessa blockeras under en längre period (Gao & Lu 2019). Suez kanalen är en förbindelse som skapat förutsättningar för handeln mellan Europa och Asien, då kanalens upphov till den kortare distansen mellan Atlanten och Stilla havet skapar en geografisk närhet över sjön (Qingcheng et al., 2020). Med det sagt så skapar å ena sidan Suez kanalen möjligheter, å andra sidan visar händelser hur risker gömmer sig i dessa möjligheter. Ett exempel är olyckan som inträffade i mars år 2021, där ett 400 meter långt containerfartyg gick på grund i kanalen (BBC 2021). Både globala försörjningskedjor och den globala handeln har blivit påverkade av denna händelse (Lee & Wong 2021).

2.3.3 Komplexa transporter

Sedan 2000-talets början har globala transporter med containrar ökat markant (Shintani et al., 2019). Idag befinner vi oss i ett läge där det råder en brist på containrar och främst finns det för få containrar i de regioner där de behövs, vilket saktar ner och komplicerar den globala handeln (Toygar, Yildirim & İnegöl 2022). Branschfolk menar att det globalt sett finns tillräckligt många containrar och fartyg för att klara dagens fraktvolymmer och att bristen grundas i de förseningar och trängseln som skapats i transporter när terminaler och transporthubbar stängts ner på grund av pandemin. Det har skapats turbulens i logistik där fartyg tvingas kasta loss utan att ha blivit färdig-lastade (Dagens industri 2021).

2.3.4 Krig

Mål 16 i de Globala Målen för hållbar utveckling är "Fredliga och inkluderande samhällen". Målet innebär att man ska främja fredliga och inkluderande samhällen och ses inte bara som ett mål, utan även som ett medel för hållbar utveckling (Globala Målen 2021). Rysslands attack mot Ukraina i februari 2022 har skapat en stor oro som bland annat handlar om huruvida kriget kommer ha en inverkan på den globala ekonomin (Boungou & Yatié 2022). I Ryssland talas det främst om höjda priser på energi och gas vad det gäller konsekvenser av kriget, men det kan även komma att resultera i indirekta handelseffekter (Regeringen 2022). Kriget i Ukraina som lett till stigande el och bränslepriser har tillsammans med Covid-19 pandemins nedstängningar av fabriker lett till en ökad inflation (HBL 2022).

2.4 Förutsättningar för reshoring & inhemsk produktion

Det finns som presenterat en del risker med globala försörjningskedjor. Detta har bidragit till en omvänd trend, där företag ser över tidigare beslut där de flyttat produktionen till andra delar världen och analyserar sina försörjningskedjor (Tate & Bals 2017). Reshoring är ett fenomen som blir mer vanligt (Moore, Rothenberg & Moser 2018) och innebär att produktionen flyttar tillbaka till hemlandet (Fratocchi et al., 2014). Detta eftersom företag som tidigare valt att lägga sin produktion utomlands för att sänka kostnaderna, senare upptäckt att de borde ha övervägt ytterligare faktorer än enbart de ekonomiska (Moore, Rothenberg & Moser 2018).

Margulescu och Margulescu (2014) presenterar fem faktorer som påverkar företag till ett reshoring beslut. Först presenteras minskad löneskillnad mellan utvecklade länder och låglöneländer som en påverkande faktor. Den andra faktorn som presenteras är långa avstånd mellan olika funktioner i produktionen i en global försörjningskedja. Långsammare reaktion på marknadens efterfrågan beroende på långa distanser till produktionen är en tredje faktor. Vidare presenteras utveckling av teknik och därmed minskat behov av arbetskraft kopplat till att robotar har lägre kostnader än arbetskraft, som en fjärde faktor. Den sista faktorn som presenteras är komplexitet i logistik för försörjningskedjor med bred geografisk spridning.

En reshoring medför vissa utmaningar och tidigare forskning presenterar utmaningen i svårigheter med att hitta anställda med nödvändig kompetens i hemlandet när man gör en reshoring. Tillgänglighet till personal, samt behov av att utbilda personal är två faktorer som belyses (Boffelli et al., 2020). Det är på grund av att produktionen inte funnits i Sverige på länge som kvalificerad arbetskraft idag tynat bort (Pal et al., 2018; Ashby 2016). En studie presenterar hur företag upplever att Sverige i modern tid främjar akademisk utbildning, framför yrkesutbildning vilket påverkar svenska tillverkningsföretags möjligheter till att finnas kvar och växa i Sverige (Engström et al., 2018).

Vidare är utmaningar som presenteras med att producera i Sverige höga kostnader vilket är en faktor med stor påverkan. Dessutom är strikta miljöbestämmelser en utmaning och en annan utmaning är brist inhemsk råvara. Tidigare forskning visar också på att det kan vara svårt för företag med inhemsk produktion att få hem material från leverantörer, då minimum för en order kan vara höga. De höga arbetskostnaderna är ytterligare en utmaning som både hänvisas till lön och höga kostnader i arbetslagstiftningen. Säsongsvariation kan också ses som en utmaning i att bemöta kundernas efterfrågan (Pal et al., 2018).

En aspekt som Science Park Borås (2021) presenterar är att samarbete och nätverk inom branschen är en viktig del för att svensk modeproduktion ska kunna växa, där samarbete och nätverk exempelvis kan innebära att företag har gemensamma maskinparkeringar och delar kunskap med varandra.

2.5 Växande intresse för hållbarhet bland modekonsumenter

Lokal produktion kopplas många gånger till hållbara strategier (Science Park Borås 2021). Det finns en vilja hos konsumenter att köpa lokalt producerade textila produkter där produkterna möter konsumenternas krav på komfort och estetik. Det finns även vilja till att betala ett högre pris för de lokalt producerade produkterna och det är faktorer som inställning till rättvisa, ekologi och ekonomi som är framgångsrika i övervägandet (Cao et al., 2014).

En tidigare studie visar att det finns en stor vilja bland konsumenter till att handla modeprodukter som är miljömässigt hållbara och etiskt tillverkade. Rättvisa arbetsförhållanden är för konsumenter en viktig faktor, däremot är kunskapen om vilka plagg eller företag som erbjuder rättvist tillverkade plagg bristande, vilket resulterat i att majoriteten av konsumenterna är ovetande om de köper etiskt tillverkade plagg eller inte (Shen et al., 2012). En senare studie visar dock att konsumenter blir allt mer medvetna och uppmärksamma på hållbara frågor (Arrigo 2020). En enkätundersökning visar också att konsumenter är mer engagerade i hållbarhetsfrågor där människor involverar hållbarhet i sina köpval. Majoriteten av respondenterna i undersökningen svarade att de var villiga att betala en dyrare prislapp när produkterna är producerade och erbjuds av ett hållbart modemärke (Ciasullo et al., 2017).

En aspekt inom lokalt producerade textilier, jämfört med lokalt producerad mat, är att de inte har samma egenskaper i att anses ha överlägsen bra kvalitet och fördelar som att de är färska. Vidare finns inte samma etikettmärkning som inom matindustrin och det kan därför vara svårt att se om en textil produkt är lokalt producerad eller inte (Cao et al., 2014).

En aspekt inom hållbarhet i modeindustrin är egenskapen av att vara en mycket resurskrävande industri där dagens volymer av konsumtion av kläder inte är hållbara. Det sker en ständigt intensiv förändring i vad som är mode och trender sprids snabbt inom branschen (Hur & Cassidy 2019). En rapport om klimatdata för textilier, rapporterar att den parameter som anses viktigast för att minska klimatpåverkan i konsumtion är minskning i volymerna av konsumerade textilier. Här är möjliga insatser att öka ett plaggs livslängd genom att använda de plagg som redan finns i garderoben mer, istället för att köpa nytt. Detta är det mest effektiva sättet att minska konsumtionens påverkan på klimatet. Över 90 procent av klimatpåverkan är förenad till nya produkter och genom att dubblera levnadslängden på alla textila produkter kan klimatpåverkan minska med nästan 50 procent (Roos & Larsson 2018). Detta går att koppla småskaligheten i en svensk modeproduktion där småskaligheten möjliggör hållbara affärsmodeller (Science Park Borås, 2021).

Sammanfattningsvis så påverkas förutsättningarna för en svensk produktion av det växande hållbarhetsintresset hos modekonsumenter, där modekonsumenter är villiga att betala mer för lokalt och hållbart producerade produkter (Cao et al., 2014). Vidare så matchar småskaligheten i en svensk modeproduktion hållbara strategier inom modeproduktion (Science Park Borås, 2021). Det visar sig däremot att kunskap hos konsumenter ibland är bristande där konsumenten inte alltid är medveten om att en modeprodukt är lokalt

producerad eller hållbar (Shen et al., 2012; Cao et al., 2014).

3 Metod

I följande kapitel presenteras och motiveras den metod som användes för studien. Kapitlet är disponerat på sex avsnitt som har rubrikerna; kvalitativ metod, semistrukturerade intervjuer, urval, tematisk analys, litteraturgenomgång samt metodreflektion.

3.1 Kvalitativ metod

För att besvara studiens forskningsfrågor behövdes företags perspektiv på vilka utmaningar svenska modeföretag möter i en svensk modeproduktion, samt vilka strategier som kan användas för att bemöta dessa utmaningar. Information om företagens storlek, strategi och försörjningskedja var viktiga delar att täcka in då det möjliggjorde en djupare förståelse för ämnet. Studien utgick från en kvalitativ metod där det empiriskt material samlades in genom semistrukturerade intervjuer med respondenter på företag inom modebranschen. En kvalitativ metod har använts eftersom det möjliggjorde en djupare förståelse för ämnet, där längre och mer ingående svar på frågor kunde åstadkommas jämfört med en kvantitativ studie. Både respondenter som arbetar på producerande företag som fabriker och respondenter som arbetar på inköpande företag som varumärken medverkade i studien.

3.2 Semistrukturerade intervjuer

Semistrukturerade intervjuer genomfördes för att säkerställa att förutbestämda frågor täcktes in, där det sedan fanns en möjlighet till att ställa relevanta följdfrågor. Intervjuerna utgick från en intervjuguide, men begränsades inte till denna då respondenterna hade fritt utrymme att dela med sig av aspekter som de ansåg var viktiga (Bell, Bryman & Harley 2019).

Intervjuguiden innehöll fyra olika huvudämnen med tillhörande nyckelområden som inkluderades i samtliga intervjuer. Intervjuguiden utformades i två olika upplagor, en som riktade sig till inköpande modeföretag med svensk produktion (bilaga 1), samt en utformad för svenska producerande företag (bilaga 2). Huvudämnena var disponerade kring frågor om respondenten, företaget, produktionen, samt utmaningar. Baserat på dessa huvudämnen formulerades frågor för att samtliga intervjuer skulle behandla samma områden, men det har som tidigare presenterat lämnats utrymme för följdfrågor och spontana tankar. En viktig aspekt är att frågorna i intervjun inte behandlade någon känslig information.

En viktig aspekt är att information om de företag som skulle intervjuas söktes upp innan intervjuerna ägde rum för att erhålla kunskap om aktuellt företag och utnyttja tiden på bästa sätt. Inför intervjuerna fick respondenterna på företagen ta del av intervjuguiden för att vara väl förberedda på vad intervjun skulle handla om. De semistrukturerade intervjuerna genomfördes antingen digitalt eller fysiskt där val av plats bestämdes av respondenterna. Sex intervjuer hölls digitalt genom Teams och två intervjuer hölls fysiskt på plats genom besök på företagen. Enligt Bell, Bryman & Harley (2019) leder fysiska möten till mer detaljerade och djupare svar. För att åstadkomma samma förutsättningar för de digitala intervjuerna och de fysiska intervjuerna, har sammanställning av insamlad empiri bortsett från omgivningens intryck och den insamlade empirin baseras endast på den information som erhållits av respondenterna under intervjuerna.

Samtliga intervjuer spelades in vilket möjliggjorde att intervjuerna senare kunde transkriberas. Detta tillvägagångssätt användes då det gav möjlighet till att vara mer

närvarande under intervjuerna där relevanta följdfrågor kunde ställas. Vidare fick respondenterna tillgång till transkriberingarna för att poängtera eventuella missuppfattningar eller tankar som uppstått efter intervjun. Den reviderade transkriberingen användes sedan som underlag till analysarbetet. En aspekt som Bell, Bryman och Harley (2019) presenterar är att transkribering möjliggör att materialet kan läsas igenom flera gånger, vilket leder till en bättre analys.

3.3 Urval

Studiens urval var målstyrt då det möjliggjorde val av respondenter med branschkunskap inom det område som studien berör. På så sätt valdes respondenter som kunde bidra till att besvara studiens forskningsfrågor (Bryman 2016). Potentiella respondenter kontaktades genom mailadresser som hittades genom företags hemsidor, dessa mailadresser kunde både vara personliga eller företagsmail.

När vi kontaktade företag genom företagsmail fick det kontaktade företaget bestämma vem som skulle bli intervjuad. Detta gjorde att företagen fick besluta vem som lämpligast kunde besvara de frågor intervjun berör. När vi kontaktade respondenter genom deras personliga mail valde vi personer med lämpliga roller till ämnet. Respondenterna på de åtta medverkande svenska företagen hade roller som varierade mellan produktutvecklare, inköpsansvarig, verkställande direktör och grundare. På ett av företagen intervjuades två personer med samma roll inom företaget, annars intervjuades en person per företag. Den gemensamma nämnaren för samtliga respondenter var att de var väl insatta i ämnet och att deras specifika position inte var det väsentliga. Det viktigaste var att respondenterna hade erfarenhet och kunskap inom samtliga teman som togs upp under intervjun för att materialet senare skulle kunna användas som underlag för kommande analys (Ahrne & Svensson 2015). Företagen som intervjuades var företag inom modebranschen som helt, eller delvis hade svensk produktion. I slutet av intervjuerna tillfrågades respondenterna om de hade några ytterligare kontakter inom branschen som kunde bidra i vår studie, därmed inkorporerades även ett snöbollsurval (Bryman 2016).

3.4 Tematisk analys

När transkribering av samtliga intervjuer var klar genomfördes en tematisk analys av den insamlade empirin. En tematisk analys användes för att identifiera, analysera och tolka de teman som framkommit i den insamlade empirin (Clarke & Braun 2017). Analysen började med att samtliga i gruppen läste transkriberingarna för att skapa en helhetsbild av materialet. Därefter skrevs transkriberingen ut i pappersformat och svar som besvarade vår första forskningsfråga markerades med en markeringspenna i en första färg. Svar som besvarade vår andra forskningsfråga markerades med en markeringspenna i en andra färg. Andra svar som kunde vara av betydelse för studien markerades med en markeringspenna i en tredje färg. Denna data sammanställdes sedan i ett dokument där tydliga teman kunde identifieras utifrån vår första forskningsfråga gällande utmaningar med svensk produktion. När utmaningarna hade fastställts kunde empirin sedan analyseras för att identifiera lösningar på dessa utmaningar.

3.5 Litteraturgenomgång

Tidigare forskning inom studiens ämne har undersökts genom en litteraturgenomgång av befintlig litteratur. Detta för att stärka trovärdigheten till den egna forskningen (Bell, Bryman & Harley 2019). De sekundärkällor som använts är främst vetenskapliga artiklar som söktes fram via Google Scholar och Högskolan i Borås biblioteks databas Primo. Vi har även ibland använt ytterligare litteratur såsom böcker och i vissa fall där nutidsaspekten var viktig användes även nyhetsartiklar som komplement. Nyckelord som använts i sökandet på relevanta källor innefattar modeproduktion, svensk produktion, svensk modeproduktion, lokal produktion, reshoring, offshoring, inhemsk produktion, hållbarhet i modeproduktion och globala försörjningskedjor.

3.6 Metodreflektion

3.6.1 Fördelar och nackdelar med val av metod

Ett flertal fördelar med semistrukturerade intervjuer kan identifierats. För det första genererade semistrukturerade intervjuer att öppna frågor kunde ställas vilket ledde till djupare svar, i jämförelse med vad exempelvis enkäter hade gjort. Vidare bidrog semistrukturerade intervjuer till en levande intervju med rika svar och att intervjuerna kunde avslutas när en mättnad var uppnådd i de svar respondenten gett. Dessutom innebar semistrukturerade intervjuer att respondenterna hade frihet att inkludera aspekter som de ansåg kunde bidra med betydelsefull information till studien. Vidare kunde respondenten be om att få frågor förtydligade om de upplevs otydliga.

De nackdelar som har identifierats med semistrukturerade intervjuer var utmaningen i att hitta respondenter som hade tid att avsätta för intervjun. Det var därmed en svårighet att få tag på respondenter och boka tid för intervjuer då en intervju av detta slag tar något längre tid i jämförelse med en enkät. Detta bemöttes däremot genom att vi var flexibla och tillgängliga för möten både fysiskt och digitalt, där resultatet låg hos respondenterna.

Fördelen med de fysiska intervjuerna var att det tydligare framgick vad respondenten sa och att det skapades en bättre och personligare kontakt. Vidare skapades en relation med respondenten vid fysisk intervju och detta ledde på så sätt till mer detaljerade och djupare svar, samt längre intervjuer. Nackdelar med de fysiska intervjuerna var att det var lätt att ta in fler intryck än de som faktiskt sades under intervjun. Med detta i åtanke baserades empirin som tidigare presenterat endast på de svar som erhöles under intervjuerna och den fysiska omgivningen påverkade på så sätt inte resultatet. Ytterligare en nackdel med fysiska intervjuer var att det tog mer tid på grund av transport till olika platser.

Vidare är fördelar med vald metod att respondenterna förbereddes med intervjuguiden och på så sätt hade möjlighet att besvara frågorna vid första mötet. Genom att företagen fick ta del av intervjuguiden i förväg kunde de också anpassa vem som skulle svara på intervjun och på så sätt se till att respondenterna som skulle intervjuas hade tillräckligt mycket kunskap för att kunna svara på frågorna i intervjun.

En del av urvalet var ett snöbollsurval då vi under intervjuerna fick tips på potentiella framtida respondenter att intervjuas. En risk med som identifieras med snöbollsurval är att respondenter som rekommenderar varandra kan vara lika och därmed tendera till att ge liknande svar. Detta var däremot inget som noterades i denna studie och i detta fall bidrog

snöbollsurvalet endast till ytterligare synvinklar inom studien då vi fick kopplingar till både fabriker och inköpande företag som gav studiens ämne olika perspektiv. Fördelen med snöbollsurvalet var vidare att det snabbt tillkom nya respondenter till studien.

3.6.2 Pålitlighet, tillförlitlighet, överförbarhet och bekräftelse

Begreppen validitet och reliabilitet används främst när man genomför kvantitativa studier och därför måste de göras om för att appliceras i en kvalitativ studie. Av denna anledning används istället begreppen pålitlighet, tillförlitlighet, överförbarhet och bekräftelse i denna studie (Bryman & Bell 2017). Dessa faktorer används för att kunna försäkra studiens höga kvalitet.

För att skapa hög pålitlighet gjordes en avstämning efter samtliga intervjuer för att säkerställa att uppfattningen av den insamlade empirin från intervjuerna överensstämde mellan oss gruppmedlemmar. Vidare gjordes en säkerställning för att garantera att alla i gruppen översatte begrepp utan åtskillnad. Tillförlitlighet i studien frambringades genom att allt analysarbete genomfördes gemensamt med samtliga gruppmedlemmar för att tillförsäkra en likvärdig tolkning av den insamlade empirin och det material som presenteras i studien.

Genom att lägga egna värderingar och tolkningar åt sidan skapades bekräftelse, då det är av vikt att materialet inte färgas av egna värderingar och tolkningar, då det skulle kunna påverka den insamlade empirin. Överförbarhet kan vara besvärligt att tillämpa på en kvalitativ studie då en kvalitativ studie inte ger samma möjligheter för generalisering som en kvantitativ studie. Den begränsade tidsramen för studien gjorde dessutom att en mindre mängd företag hann intervjuas och mer tid hade kunnat resultera i en starkare överförbarhet. Genom att intervjua företag av olika storlek med olika verksamheter, det vill säga både producerande och inköpande företag, skapades däremot en starkare överförbarhet. (Bryman & Bell 2017).

Bryman, Bell och Harley (2019) betonar begreppen trovärdighet och äkthet som viktiga aspekter i kvalitativ forskning. För att uppnå trovärdighet och äkthet ligger metoden som en grund för att ge oss en möjlighet till att få en djupare förståelse i respondenternas arbete och svar. Frågorna som ställdes till respondenterna utgick från intervjuguiden som inkluderade de ämnen vi ville beröra vilket innebär att samtliga företag fick samma huvudfrågor. Samtliga intervjuer spelades in och transkriberades, vilket gav oss möjligheten till att gå tillbaka och lyssna på inspelningarna i efterhand, samt att vi kunde analysera svaren mer djupgående.

För att öka trovärdigheten genomfördes avstämmningar kontinuerligt under arbetets gång för att säkerställa att samtliga gruppmedlemmar har samma uppfattning. Vidare skedde arbetet i stor utsträckning i grupp för att få in flera aspekter och perspektiv i analysen av informationen. En responsvalidering där respondenterna fick se den färdiga transkriberingen för att kontrollera om vår uppfattning stämmer överens med vad de vill förmedla genomfördes också (Bell, Bryman & Harley, 2019).

3.6.3 Etiskt övervägande

Studien i sin helhet krävde viss etiskt övervägande då intervjuerna spelades in och transkriberades. Detta innebar att respondenterna behövde informeras om att intervjuerna spelades in med en betoning om att det insamlade materialet endast skulle användas i samband med studien inom gruppen och inte i andra kommersiella syften. Vidare var respondenterna anonyma, likaså företagets namn som i studien har döljts och bytts ut mot alternativa namn för att garantera anonymitet. I erbjudandet om deltagande informerades respondenterna om vad som undersöktes och varför, samt om vilka ämnen som skulle beröras

under intervjuerna. Detta gjordes för att ge respondenterna möjlighet till att förbereda sig och bestämma huruvida de ville delta eller inte. Enligt samtyckeskravet blev de till tillfrågade respondenterna informerade om varför just de hade blivit utvalda till att delta, att det är frivilligt att delta, samt vart materialet skulle komma att publiceras (Bell, Bryman & Harley, 2019).

4 Resultat & analys

Följande kapitel består av fyra avsnitt där resultat och analys utifrån insamlad empiri presenteras. I det första avsnittet presenteras bakgrundsinformation om de åtta företag där respondenterna i intervjuerna arbetar. I de två följande avsnitten presenteras fyra teman utifrån insamlad empiri, samt strategier inom dessa teman. Dessutom presenteras mindre frekvent förekommande utmaningar och strategier för att bemöta dessa. Insamlad empiri presenteras genom text med hänvisning till respondent och företag, varvat med citeringar av respondenterna på företagen. I det sista avsnittet görs en analys i huruvida det finns samband, likheter och skillnader mellan företag i insamlad empiri.

4.1 Bakgrundsinformation

Åtta intervjuer med respondenter på olika företag har genomförts och ligger till grund för insamlad empiri. I följande avsnitt presenteras bakgrundsinformation och unika egenskaper hos respektive företag där respondenten arbetar. Informationen presenteras i tabellform där företagen är grupperade efter storlek och verksamhet. Fyra grupper har formats; större svenska fabriker, mindre svenska fabriker, större inköpande företag och mindre inköpande företag.

Tabell 1: Större svenska fabriker

I följande tabell har vi sammanställt relevant bakgrundsinformation om de större svenska fabrikerna A och B.

	Företag A	Företag B
Respondentens roll	En respondent som var VD	En respondent som var tillförordnad VD -och styrelseordförande
Antal anställda	Cirka 15 anställda	Cirka 30 anställda
Marknad	Norden, främst Sverige	Sverige
Prissegment	Premium	Premium priser på Svenska produkter. Lägre priser Europeiska produkter
Produktion	Eget varumärke, samt produktion för externa varumärken	Eget varumärke, samt produktion för externa varumärken
Produktinriktning	Vinterprodukter	Strumpor, mössor, handskar halsvärmare & underställ

Tabell 2: Mindre svenska fabriker

I följande tabell har vi sammanställt relevant bakgrundsinformation om de mindre svenska fabrikerna C och D.

	Företag C	Företag D
Respondentens roll	Två respondenter som båda var grundare	En respondent som var grundare
Antal anställda	5 anställda	5 anställda
Marknad	Sverige	Sverige
Prissegment	Premium & lyx	Premium
Produktion	Produktion för eget externt varumärke, samt produktion för externa varumärken	Produktion för eget externt varumärke, samt produktion för externa varumärken
Produktinriktning	Modeprodukter & främst ytterkläder	Blandade modeprodukter & hemtextilier.

Tabell 3: Större inköpande företag

I följande tabell har vi sammanställt relevant bakgrundsinformation om de större inköpande företagen E och F.

	Företag E	Företag F
Respondentens roll	En respondent som var kvalitet- och produktionsutvecklare	En respondent som var produkt- och inköpsansvarig
Antal anställda	Cirka 250 anställda	Cirka 100 anställda
Marknad	Europa, USA & Kanada	Koncentrerad till Europa
Prissegment	Premium	Varierar: Budget & premium
Produktionsland	Övervägande produktion i Europa, prover tillverkas i Sverige	Övervägande produktion i Sverige, Europa & Asien
Sortiment	Herrkläder	Outdoorkläder

Tabell 4: Mindre inköpande företag

I följande tabell har vi sammanställt relevant bakgrundsinformation om de mindre inköpande företagen G och H.

	Företag G	Företag H
Respondentens roll	En respondent som var grundare	En respondent som var Grundare & VD
Antal anställda	3 anställda	8 anställda
Marknad	Norden	Sverige
Prissegment	Premium	Premium
Produktionsland	Produktion i Sverige	Övervägande produktion i Europa & Kina Utvalda produkter i Sverige
Sortiment	Outdoorkläder	Damkläder & accessoarer

4.2 Utmaningar med svensk modeproduktion

Utifrån insamlad empiri har fyra stycken teman i utmaningar med svensk modeproduktion identifierats. De fyra teman som identifierats är avsaknad av fysiska resurser, avsaknad av kunskap och kompetens, avsaknad av kapacitet och höga kostnader. I följande avsnitt presenteras varje tema med egen rubrik. Slutligen presenteras utmaningar som stöds av ett fåtal företag i empirin som därför inte definieras som utmaningar med svensk modeproduktion i insamlad empiri.

4.2.1 Avsaknad av fysiska resurser

Respondenterna på fem av åtta företag i den insamlade empirin presenterade avsaknad av fysiska resurser som en utmaning med svensk modeproduktion. Fysiska resurser identifieras i detta sammanhang som maskiner, IT och fysiskt utrymme. *“Vi behöver modernare maskiner, vi behöver en modernare produktion för att kunna göra det som kunderna vill ha i en förlängning”* förklarar en respondent på företag C. Vidare förklarar respondenten hur det behövs maskiner för att förenkla och snabba upp produktionen och hur det behövs mer teknik och IT för att kunna komma vidare. Respondenten på företag D förklarar hur allt är väldigt manuellt idag. Vidare förklarar en respondent på företag C hur man är begränsad i det fysiska utrymme och den plats man har.

Respondenten på företag A förklarar hur olika plagg i den textila produktionen kräver olika maskiner och att det är en dyr process att ställa om och introducera nya maskiner. En respondent på företag C förklarar även hur digitaliseringen är dyr och presenterar aspekten i att mönsterkonstruktionsprogram kan vara lika dyra som en CAD-licens, men att

mönsterkonstruktionsprogram blir extremt dyra att köpa in om man kollar på förhållandet till vad en sömmerska tjänar, om man jämför med vad en ingenjör tjänar.

4.2.2 Avsaknad av kunskap och kompetens

Respondenterna på samtliga åtta företag i den insamlade empirin nämnde avsaknad av kunskap och kompetens som en utmaning med svensk modeproduktion. Faktorer som utbildning, arbetskraft och därmed attraktiviteten till yrkesrollen som sömmerska eller sömmare har under intervjuerna tagits upp.

“Det är ett jättestort problem att det inte finns kompetent arbetskraft” berättar en respondent på företag C. Enligt respondenten fanns det mer kompetenta sömmerskor och sömmare att få tag på förut. Idag menar respondenten att andra yrken inom branschen lockar mer än sömnads yrket och att anpassade hantverksutbildningar därför läggs ner. *“Det finns väldigt lite utbildningar idag just vad gäller produktionspersonal och det är väldigt få ungdomar som söker sig in i den världen - att bli sömmerska eller stickare”* säger respondenten för företag B.

Respondenten på företag A poängterar att det tar lång tid till att erhålla kompetens inom branschen. Detta innebär att det är en stor utmaning med personalförsörjningen i att driva en lokal fabrik då det inte finns tillräckligt med människor som är intresserade i att jobba i fabriken och besitter den kompetens som efterfrågas. En respondent på företag C poängterar också en del av förklaringen till att det finns så få sömmerskor i Sverige kan vara att det finns för få fabriker vilket minskar efterfrågan efter just dessa yrkesgrupper. Vidare förklarar respondenterna på både företag D och F att produkt- och maskinutvecklingen idag sker i Asien vilket bidrar till en bristande kunskap om utveckling i Sverige.

4.2.3 Avsaknad av kapacitet

Respondenterna på sex av åtta företag i den insamlade empirin har nämnt avsaknad av kapacitet som en utmaning med svensk produktion. Kapacitet i detta sammanhang handlar främst om möjlighet till att bedriva en storskalig produktion vilket blir direkt kopplat till bristen på kunnig arbetskraft och personal som är villig att sy.

Respondenten på företag F förklarar att brist på kapacitet i deras fall innebär att produktion i Sverige inte klarar de stora kvantiteter som stora företag kräver. Respondenten menar vidare att det hade behövts en storskalighet i produktionen för att de skall kunna producera mer svensktillverkade alternativ. Respondenten på företag H upplever att det finns få fabriker i Sverige. *“Det ska ju till ganska mycket om man ska producera mer i Sverige igen”* berättar respondenten. För att kunna göra större kvantiteter behövs utrymme och plats vilket respondenten på företag C säger att dem inte har. Det är en bidragande faktor till att de inte har möjlighet att göra stora volymer. Respondenten på företag B menar att Sverige som land har tappat kapaciteten att bedriva produktion i större skala och att det är en följd av den textilkris som vi hade i Sverige för snart 50 år sen.

Vidare förklarar respondenten på företag A huruvida ett säsongsbaserat sortiment försvårar nyttjandet av kapaciteten. Ett säsongsbaserat sortiment gör en begränsad till ett produktionsfönster, men om sortimentet hade varit detsamma året om så hade man kunnat producera två till tre gånger mer än vad man gör idag.

4.2.4 Höga kostnader

Respondenterna på sju av åtta företag i den insamlade empirin nämnde höga kostnader som en utmaning med svensk modeproduktion. Respondenten på företag D förklarar hur det är ett helt annat löneläge i Sverige, jämfört med Asien och södra Europa och att det därför blir dyrare att producera i Sverige. Respondenten för företag B berättar att det inte bara är löner som är högre i Sverige, utan även kostnader runt omkring. Respondenten berättar också att priserna på deras produkter baseras på det slutliga resultatet och räknas då fram genom vilka marginaler produkterna behöver. Respondenten för företag H berättar hur de på sina svenskproducerade plagg inte har möjlighet att ta ut fulla marginaler då kostnaderna är höga och kundens prisbild är begränsad. Respondenten på företag G menar att fler företag bör förändra sina försörjningskedjor till mer lokala, men nämner då att det innebär ett bortfall och sämre resultat.

4.2.5 Mindre frekvent förekommande utmaningar

De fyra utmaningar som presenteras ovan är de utmaningar som var mest förekommande i insamlad empiri. Utöver dessa utmaningar nämns ytterligare utmaningar, men som inte definieras som teman då de inte var lika frekvent förekommande i empirin. En av dessa utmaningar är att det är svårt att använda svensk råvara, vilket nämns av respondenterna på företag B, F och H. Respondenten på företag F nämner att det inte finns de tekniska material som de efterfrågar på den svenska marknaden. Respondenten på företag H berättar vidare att det ligger i deras intresse att potentiellt använda sig av svenska råvaror, men att det inte är helt färdigutvecklat än. Respondenten på företag B berättar att en av anledningarna till att man idag inte använder sig utav svensk ull i större utsträckning är på grund av kvalitén. *“Tyvärr så har ju de svenska fåren lite för grov ull så det passar bättre till grövre ullplagg”*, förklarar respondenten.

En annan utmaning är problematiken för de svenska företagen i att bemöta de höga minimikraven för ordrar. Detta var något som framkom under intervjun med respondenten på företag G som nämnde att de är för små för att arbeta med samma leverantörer som de stora företagen inom samma bransch.

4.3 Hur utmaningarna kan bemötas

Genom insamlad empiri har ett antal strategier identifierats för att bemöta utmaningarna i de fyra teman som presenterades i tidigare avsnitt. Slutligen presenteras även strategier för de mindre frekvent förekommande utmaningarna. Strategierna kommer i detta avsnitt presenteras under varsin rubrik som har samma namn som relaterat tema. På så sätt är strategierna begränsade till de utmaningar som presenterats i föregående kapitel.

4.3.1 Avsaknad av fysiska resurser

För att bemöta utmaningen i avsaknad av fysiska resurser, förklarar respondenterna på företag B och C att det behövs mer automatik. Som effekt av automatisering av maskiner förklarar respondenten på företag B att en teknikers jobb kommer innebära enklare arbetsuppgifter som exempelvis bevakning av att inte en tråd i en maskin går av eller liknande. Detta leder till att en tekniker kan ha ansvar för många fler maskiner samtidigt, vilket leder till att man får ner

kostnaderna. En tekniker kan på detta sätt ta hand om 15 maskiner, istället för att man behöver en tekniker per maskin.

Vidare förklarar respondenten på företag A att det är handarbetet som gör att blir dyrt att sy ett plagg i Sverige och att man därför vill att maskinen arbetar mer åt en. En teknik som respondenten presenterar som kan användas för att nyttja maskintimmarna effektivt i stickning är fully fashion. Genom att sticka fully fashion kan en tröja komma ut ur maskinen som ett bakstycke, ett framstycke och två ärmar. På så sätt minimeras sömnaden och maskinen sköter större delen av jobbet. Vidare förklarar respondenten hur ordningen i produktionsprocessen kan omorganiseras för att spara tid för att göra den mer effektivt. Respondenten förklarar också hur nya investeringar i maskiner blir en nyckel till att göra mer processer inom företaget i Sverige, istället för att outsourca processer utomlands.

Respondenten på företag D menar att tillskärningen är en process som ofta tar lång tid och är i behov utav att effektiviseras, liksom respondenten på företag C som föreslår att de mindre fabriker kan ha gemensamma tillskärningsprocesser. Detta skulle även underlätta i utrymme och plats då ett företag inte behöver samma mängd maskiner. Respondenten på företag D förklarar att tillskärningen skulle kunna effektiviseras genom att digitalisera processen då detta är avgörande för att en svensk textilproduktion skall fungera. "Det behövs faktiskt ny teknik" säger respondenten på företag H.

Textilfabrikerna i området där företag D är verksam har börjat nisch sig mot specifika produktsortiment och har därmed kunnat anpassa sina maskinpark. På så sätt behöver fabriker inte investera i lika många maskiner, utan nischer sig till de maskiner som krävs för just deras produktsortiment. På detta sätt kan mikro- och mindre fabriker tillsammans hjälpas åt för att öka svensk produktion. - "Att vi får hjälpa varandra och tillsammans då öka svensk produktion, att det finns en plats för oss alla" förklarar respondenten på företag D. Exempelvis kan en denim fabrik, investera i den maskinpark som krävs för just denim.

Vidare förklarar respondenten på företag D att de, trots att de inte besitter samtliga maskiner ofta kan tillgodose kundernas efterfrågan då de hittar alternativa lösningar och metoder. De menar att det handlar om att hitta andra lösningar och vara flexibel trots att de inte har tillgång till specifika maskiner. Respondent G berättar att det är viktigt att vara oerhört ödmjuk inför allt; "Det blir aldrig som man tänkt sig, det är en grej. Men det är också roligt för att det kanske ofta kan bli bättre".

En sista aspekt som en respondent på företag C nämner, är att om mönsterprogram var billigare eller att man alternativt hade andra betalningslösningar för dem, så skulle det underlätta.

4.3.2 Avsaknad av kunskap och kompetens

Insamlad empiri visar att det finns flera strategier i att bemöta utmaningen i avsaknad av kunskap och kompetens. Utbildning, anställning av nyanlända och samarbete är tre potentiella lösningar som identifierats i empirin.

Som lösning på det oattraktiva ryktet, har en ny utbildning påbörjats för att förändra synen på yrket. Både respondenten på företag A och B samarbetar med utbildningen genom att bidra med kunskap och praktikplatser för studenterna. Respondenten på företag B poängterar också "Det hade ju varit en väldigt bra rekryteringsbas för flera av oss som håller på med

textilproduktion". Generellt nämner respondenten på företag A att utbildningarna bör nischas och skapas utifrån behovet som finns i branschen och att de frekventa studiebesöken och praktiken gör att studenterna väljer en utbildning som passar just dem och där de kan se en framtid.

Något som var förekommande hos fem av åtta företag i den insamlade empirin var att nyanlända med god kompetens inom sömnad fått jobb på företagen eller fabrikena som producerar åt företagen. Respondenten på företag B förklarar hur de arbetar intensivt med arbetsförmedlingen och kommunen och hur de har haft möjlighet att anställa ett par nyanlända personer. Han förklarar att arbetsförmedlingen och kommunen har kunskap om jobbsökande nyanlända och dess kompetenser och att man där kan hitta kompetenser som passar företaget. Företag E berättade också att arbetsförmedlingen kan ge bidrag när ett företag anställer nyanlända, eftersom de hjälper nyanlända att integreras i samhället.

En aspekt inom expanderingsområde som kopplas till nyanlända är en likhet mellan företag D och G. Båda respondenterna på företagen uppmanar till lokal produktion och båda två menar att om de skulle ske en ökad efterfrågan från länder utomlands är de båda intresserade av att sätta upp verksamheter i dessa länder och därmed bedriva produktionen lokalt även där. *"Vi vill så långt det går kunna producera plaggen där de ska säljas [...]. För vi behöver en, två sömmerskor eller sömmare och så en liten fabrik, det är inte så krångligt"* förklarar respondenten för företag G. Respondenten på företag D förklarar att de också ser möjligheter i att anställa nyanlända även på dessa platser, som har kunskapen och intresse för yrket.

Vidare skulle ett samarbete inom branschen leda till att fler företag framgångsrikt kan arbeta med svensk produktion. En respondent på företag C berättar att de är verksamma i flera nätverk, dock menar de att några av dessa nätverk är riktade mot design och genererar därför inte någon vinning till de som jobbar med produktion. *"Man hade behövt ha vissa saker gemensamt som alla hade kunnat nyttja, som hade fört oss mer framåt"* berättar en respondent på företag C. Respondenten på företag G delar denna tanken om samarbete *"Dela med oss, så blir det bättre för alla!"*. De säger också att fler företag skulle våga arbeta med inhemsk produktion samt att marginalerna skulle bli bättre om aktörerna inom branschen skulle hjälpas åt och hitta synergier.

4.3.3 Avsaknad av kapacitet

För att bemöta utmaningen i avsaknad av kapacitet visar insamlad empiri att det återigen handlar om utbildning och attraktivitet till yrkesrollen som sömmare eller sömmerska. Respondenten på företag F menar att tekniken för en svensk modeproduktion finns, men att kapaciteten är begränsad. *"Med kapacitetsbrist menar jag då att det inte finns människor som är beredda att sätta sig framför en symaskin"*, förklarar respondenten. För att skapa en högre kapacitet i Sverige behövs förhöjd status på yrket och nya utbildningar. En annan aspekt är den tidigare presenterade möjligheten i att anställa nyanlända med god kunskap och kompetens inom modeproduktion. Respondenten på företag A berättar att för dem är det viktigaste att behålla volymen för att kunna anställa fler och ha året runt produktion vilket skapar en ökad kapacitet.

Respondenten på företag B förklarar hur maskiner kan hjälpa till med en ökad kapacitet. Detta genom att man ökar kapaciteten på maskinerna, istället för att anställa fler människor. På så sätt hjälper investeringar i teknik kapaciteten och man ser möjligheter i att fortsätta investera i fabriken. Vidare är automatik en potentiell lösning, där mindre arbetskraft krävs.

4.3.4 Höga kostnader

Insamlad empiri visar att det finns potential i att bemöta de höga kostnaderna i en svensk modeproduktion genom att göra kunden villig till att betala mer för svenskt producerade modeprodukter. Respondenten på företag E förklarar att om man verkligen kan trycka på att produkten är svenskproducerad, så är kunden förhoppningsvis villig att betala för det. Vidare förklarar respondenten på företag H vikten av att utbilda kunden och respondenten förklarar att anledningen bakom att de vågar satsa på svensk produktion är deras medvetna kund.

Respondenten för företag B berättar att många av dagens svenska konsumenter är inställda på att allt mode kommer från andra delar av världen och att konsumenter tänker att det inte finns någon produktion kvar i Sverige. Respondenten fortsätter därefter att förklara hur det är upp till företagen att kommunicera den svenska produktionen tydligare, då respondenten tror att det finns en efterfrågan och menar att priset inte alltid behöver vara det som avgör ett köpval. Vidare berättar respondenten på företag E om arbetsförmedlingens bidrag vid anställning av nyanlända, vilket hjälper företag finansiellt.

Respondenten på företag C förklarar hur man hade behövt ha vissa saker gemensamt som alla hade kunnat nyttja, vilket gör att företag inte behöver göra lika stora investeringar. En annan aspekt som respondenten för företag G nämner, är skalfördelar. Respondenten förklarar att så fort företaget kommer upp i högre volymer, så blir det en bättre nettomarginal. *“vi kommer att tjäna på det i det långa loppet och att då kommer det att vara värt det”*.

Vidare förklarar respondenten på företag B hur automatik och dess konsekvens i ett mindre behov av personal är något som kan minska de höga lönekostnaderna. Eftersom automatik leder till ett mindre behov av beläggning i fabriken blir automatik en nyckel i de minskade lönekostnaderna.

4.3.5 Mindre frekvent förekommande utmaningar

I utmaningen med att använda svensk råvara belyser respondenten på företag H hur vi har mycket skog i Sverige och hur den potentiellt skulle kunna nyttjas genom att framställa viskosfibrer. Vidare presenterar respondenten på företag B presenterar att det just nu pågår projekt i att konvertera svensk ull till garn och respondenten på företag H menar att det vore kul att göra något av svensk ull. Gällande bristen på tekniska material så menar respondenten på företag G att det kommer komma mer tekniska material i framtiden *“Om någon säger såhär: Vi har ett bra material, då är vi först på att testa det.”* säger respondenten. Respondenterna på företag C och H berättar att de arbetar till stor del med överblivna material, där respondenten på företag H nämner hur det finns materiallager med återanvändningsbart material i närområdet, här i Sverige. *“ Vi anser att det finns så mycket tyg i världen som inte används utan bara bränns upp så det är orimligt nästan”*, poängterar respondenterna på företag C.

Generellt sett såg respondenterna inte hinder i att det inte finns svensk råvara för en svensk modeproduktion, utan företagen använder material från andra delar av världen, samt återanvändningsbart material som redan finns producerat i Sverige. Det visar sig dock att det finns en vilja och nyfikenhet till att använda svensk råvara om det etableras.

I utmaningen med att möta de höga minimikraven i volymer av material förklarar respondenten på företag G hur de har fått möjlighet till att köpa restprodukter från större

företags ordrar. *“När man är liten får man vara lite smart och kreativ”*, förklarar respondenten. Vidare belyser respondenten hur de genom att köpa restprodukter tar vara på sådant som redan är producerat.

4.4 Samband, likheter och skillnader

I följande avsnitt görs en analys i huruvida det finns samband, likheter och skillnader mellan företag i insamlad empiri. Analysen är disponerad med fem rubriker utifrån de fyra teman som presenterades i avsnitt 4.2 och avslutas med en sammanfattning.

4.4.1 Avsaknad av fysiska resurser

Likheter och skillnader i insamlad empiri visar att bemötandet av utmaningen i avsaknad av fysiska resurser vad gäller maskiner ser olika ut beroende på storlek av företag. De mindre företagen ser lösningar i färre investeringar genom gemensamt nyttjande av maskiner eller genom ett nischat produktsortiment där olika företag riktar sig åt olika håll. De större företagen talar istället om att successivt investera i fler maskiner och automatik inom företaget, för att utöka den interna maskinparken. Tolkningen blir därför att större företag är intresserade av interna investeringar i en bredare maskinpark för att bemöta avsaknaden av fysiska resurser, medan mindre företag är mer öppna för delat nyttjande av maskiner och att nischas till olika inriktningar på produkter för att på så sätt skapa ett minskat behov i investeringar av maskiner. Investeringar i IT och digitalisering är något som samtliga företag ser som en viktig aspekt, oavsett verksamhet och storlek.

En aspekt i denna utmaning är att den blir relativt riktad till fabriker bland företagen som blivit intervjuade, däremot påverkas även de inköpande företagen då det är en del av försörjningskedjan.

4.4.2 Avsaknad av kunskap och kompetens

Samtliga respondenter på företagen i insamlad empiri angav avsaknad av kunskap och kompetens som en utmaning inom svensk modeproduktion. Attraktionen till yrket som sömmare eller sömmerska, samt utbildning var faktorer som många tog upp. Detta tyder på att Sverige på nationell nivå behöver arbeta för att skapa utbildningar och attraktivitet till yrket.

4.4.3 Avsaknad av kapacitet

Företagen som ligger till grund för insamlad empiri har olika sortimentsstrategier där man arbetar med olika volymer. Detta innebär att utmaningen i avsaknad av kapacitet ser olika ut för de olika företagen. De två stora inköpande företagen ser mest hinder i kapacitet vad gäller svensk produktion, då man i Sverige har svårt att komma upp i de stora volymer företagen arbetar med.

En respondent på företag C förklarar hur småskaligheten i en liten verksamhet underlättar då man enklare kan ställa om och lägga undan ordrar som inte har lika bråttom om något med mer tidspress dyker upp. Respondenten ser till perspektivet mellan en liten och en stor fabrik, där en stor fabrik som kanske har tusen anställda inte bara kan ändra i produktionen, utan det skulle leda till stopp i processer. Respondenten förklarar att det på så sätt är väldigt olika

beroende på om man har en stor eller liten verksamhet. Respondenten förklarar hur det på så sätt kanske inte alltid behöver vara en nackdel i att inte kunna göra stora volymer. På detta sätt behöver inte avsaknad av kapacitet vara en lika stor utmaning för mindre fabriker och företag, som för de större.

4.4.4 Höga kostnader

Å ena sidan visar insamlad empiri att en svensk modeproduktion medför höga kostnader, å andra sidan vittnar både stora och små företag i insamlad empiri om stigande logistik priser så väl som energipriser i globala försörjningskedjor. Respondenten för företag A menar att den procentuella skillnaden i att göra saker hemma jämfört med utomlands, därför kanske inte blir lika stor som den en gång varit. Vidare menar respondenten på företag G att det på lång sikt måste kosta mer att producera ett plagg för att alla individer i kedjan ska få betalt och för att produktionen ska göras på rätt sätt. Respondenten uttrycker också sin önskan om att fler stora aktörer tar fler aktiva beslut där man ser längre än resultatet i nästa kvartalsrapport. Dessa beslut kan innebära stora kostnader för företagen på kort sikt, men långsiktigt blir det värt det och man skapar en hållbar lönsamhet.

I insamlad empiri identifieras vissa mönster där det finns likheter och skillnader som är beroende av företagens storlek. Det visar sig att större företag kan utnyttja skalfördelar och det var mer vanligt förekommande bland de mindre företagen att det fanns ett behov av samarbete inom industrin och att nätverkande är en nyckel. Konkreta exempel på hur samarbete kan se ut är exempelvis gemensamt nyttjande av maskiner, samt nisch inom branschen där olika företag fokuserar på olika produktgrupper.

5 Diskussion

I detta kapitel kopplas studiens litteraturöversikt till insamlad empiri där en diskussion om huruvida insamlad empiri stämmer överens med den teoretiska referensramen äger rum. Diskussionen är disponerad på de fyra utmaningar som identifierats i insamlad empiri. Dessutom sker en diskussion kring de utmaningar som var mindre frekvent förekommande i insamlad empiri.

5.1 Avsaknad av fysiska resurser

Avsaknaden av fysiska resurser hittas främst i tidigare forskning när man talar om IT och digitalisering. Digitala strategier har växt under pandemin och företag förväntas fortsatt att investera i digital innovation (Amen et al., 2022). Detta går hand i hand med insamlad empiri där flera företag talat om digitala lösningar och menar att det behövs för att föra utvecklingen framåt. Vidare visade insamlad empiri att det fanns ett behov av maskiner inom svensk modeproduktion, samt att det fanns behov av utrymme och plats. Detta var något som inte tydligt presenterades i tidigare forskning, det var däremot något som var tydligt presenterat i insamlad empiri och genom att blicka framåt så presenterar företag särskilda tillvägagångssätt för att bemöta avsaknaden av maskiner. Här talade större företag om interna investeringar i en bredare maskinpark, medan mindre företag var mer öppna för delat nyttjande av maskiner och att nischa sig till olika inriktningar på produkter. Delat av nyttjande av maskiner går hand i hand med Science Park Borås idé om gemensamma maskinparker.

Generaliseringen som kan göras utifrån tidigare forskning och presenterade teorier kopplat till insamlad empiri är därför att det finns ett starkt behov av investering i digitalisering och IT för att bemöta avsaknaden i fysiska resurser. Det verkar också enligt insamlad empiri finnas ett behov av maskiner för bemöta avsaknaden av fysiska resurser. Eftersom detta var frekvent förekommande i insamlad empiri och respondenterna på företag hade särskilda förslag på tillvägagångssätt för att bemöta avsaknaden av maskiner, motiverar detta att det är en utmaning som finns inom svensk produktion idag, även om tidigare forskning inte tydligt presenterar det.

5.2 Avsaknad av kunskap och kompetens

Ashby (2016) presenterar hur globalisering och ett långt avstånd till leverantörer leder till att kompetens tynar bort i hemlandet. Detta stämmer överens med insamlad empiri som visar att det idag har skapats en brist på kompetens i Sverige och att man ser en utmaning i att återfå kompetensen inom landet. Insamlad empiri visar att det kommer behövas utbildningar och en attraktivitet till yrket som sömmare för att skapa kompetens i hemlandet igen. Samtidigt som tidigare forskning pratar om hur företag upplever att Sverige idag främjar akademisk utbildning, framför yrkesutbildning vilket leder till att svenska tillverkningsföretags möjligheter till att finnas kvar och växa i Sverige minskar (Engström et al., 2018).

Detta innebär att en utmaning i avsaknad av kunskap och kompetens idag kan identifieras. Lösningar som presenteras i insamlad empiri är skapandet nischade utbildningar inom modeproduktion och också skapa en attraktion till yrket som sömmare och sömmerska. Vidare är möjligheten i att anställa nyanlända med kompetens inom modeproduktion en potentiell lösning. Liknande Science Park Borås (2021) teorier presenterar insamlad empiri

att nätverkande och delad kunskap inom branschen kan vara ytterligare en nyckel för att få svensk produktion att växa, liksom insamlad empiri bekräftar.

5.3 Avsaknad av kapacitet

Tidigare forskning visar att kvalificerad arbetskraft inte funnits i Sverige på länge, då produktionen flyttats utanför landets gränser (Pal et al., 2018). Detta stämmer överens med insamlad empiri där företag F menar att det idag inte finns någon kapacitet, där respondenten med kapacitet menar människor som är beredda att sätta sig framför en symaskin. Vidare stämmer det med hur respondenten på företag B beskriver att utflytten av textilproduktionen för snart 50 år sedan var en textilkris och menar vidare att vi tappat mycket av kapaciteten sedan dess.

Vidare visar insamlad empiri på skillnader i huruvida man upplever avsaknad av kapacitet kopplat till hur stort ett företag är och vilka volymer man producerar och säljer. Insamlad empiri visar att större företag upplever en större utmaning i avsaknad av kapacitet, medan mindre företag snarare kan se fördelar i att ha en småskalig produktion där respondenten på företag C förklarar hur småskaligheten i en liten verksamhet underlättar då man enklare kan ställa om och lägga undan ordrar som inte har lika bråttom om något med mer tidspress dyker upp. Denna fördel stämmer överens med hur Science Park Borås (2021) presenterar att flexibilitet är en fördel med småskaligheten i svenska mikrofabriker.

En annan aspekt som går att koppla till småskalig produktion är att tidigare forskning visar att den parameter som anses viktigast för att minska klimatpåverkan i konsumtion är minskning av volymerna av konsumerade textila material (Roos & Larsson 2018). Detta visar även insamlad empiri där respondenten på företag H påpekar hur dagens stora volymer producerade modeprodukter är orimliga. Detta gör att man kan fråga sig huruvida en storskalig kapacitet är lämplig relaterat till framtidens efterfrågan då tidigare forskning också visar att konsumenter blir allt mer hållbart medvetna (Shen et al., 2012).

Ytterligare aspekter som går att koppla till småskalighet är att tidigare forskning visar hur Covid-19 leder till besvär i globala textila försörjningskedjor (Castañeda-Navarrete, Hauge & López-Gómez 2020). Tidigare forskning visar också hur pandemin lett till minskad produktion av tyg och tråd, samt minskad efterfrågan på kläder i högkostnadsländer (Castañeda-Navarrete, Hauge & López-Gómez 2020). Dessa problem gör att det blir allt viktigare att vara flexibel i produktionen och kan på så vis motivera en småskalig svensk produktion.

En annan aspekt som både tidigare forskning och insamlad empiri tar upp är utmaningar som skapas med ett säsongsbaserat sortiment. Respondenten på företag A förklarar hur nyttjandet av kapaciteten försämras i ett säsongsbaserat sortiment. Vidare presenterar tidigare forskning att vissa utmaningar är beroende av en hög efterfrågan med säsongsvariation (Pal et al., 2018).

5.4 Höga kostnader

Höga kostnader i svensk modeproduktion var en återkommande utmaning i insamlad empiri, vilket styrker studiens litteraturöversikt. Detta avser höga kostnader inom framförallt modeproduktion där lönen, men även höga kostnader relaterade till arbetslagstiftningen är

högre i Sverige (Pal et al., 2018). Å andra sidan visar det sig att höga kostnader inte endast kopplas till en inhemsk produktion. Ashby (2016) presenterar att långa fysiska avstånd gör att transportkostnader ökar och insamlad empiri vittnar om att elpriser och logistik priser just nu ökar. Detta styrker litteraturöversiktens upplysning om stigande energipriser och inflation (HBL 2022). Detta gör att ett antagande kan göras i att priser just nu pressas uppåt, vilket kan innebära att som respondenten för företag A menar; att det i framtiden eventuellt inte kommer vara lika stor procentuell skillnad i att producera hemma som i andra delar av världen. Detta går hand i hand med Margulescu och Margulescu (2014) teori som presenterar att en faktor som påverkar företag till ett reshoring beslut är minskad löneskillnad mellan utvecklade länder och låglöneländer.

En tidigare studie visar att det finns en stor vilja bland konsumenter till att handla modeprodukter som är miljömässigt hållbara och etiskt tillverkade. Rättvisa arbetsförhållanden är för konsumenter en viktig faktor (Shen et al., 2012). Vidare visar tidigare forskning att det finns en vilja att betala ett högre pris för de lokalt producerade produkterna och det är faktorer som inställning till rättvisa, ekologi och ekonomi som var framgående i övervägandet (Cao et al., 2014). Detta kan kopplas till insamlad empiri där företag H berättar om hur deras medvetna kunder är villiga att betala mer för hållbara produkter.

Däremot visar tidigare forskning att kunskapen inte alltid finns hos konsumenten och Shen, Wang, Lo och Shum (2012) presenterar att kunskapen om vilka plagg eller företag som erbjuder rättvist tillverkade plagg är bristande, vilket resulterat i att majoriteten av konsumenterna är ovetande om de köper etiskt tillverkade plagg eller inte (Shen et al., 2012). Tidigare forskning visar också att det inte finns samma etikettmärkning som inom matindustrin och att det därför vara svårt att se om en textil produkt är lokalt producerad eller inte (Cao et al., 2014). Detta kan kopplas till företag B i insamlad empiri som berättar att det är många av deras kunder som inte vet om att företaget har svensk produktion och att man kan förbättra sig på detta plan och utbilda kunden bättre.

Höga kostnader är en tydlig utmaning med svensk modeproduktion. Det visar sig däremot att det finns olika aspekter att ta hänsyn till. En av dessa aspekter är att de höga kostnaderna inte enbart kopplas till en inhemsk produktion. Ytterligare en aspekt är att löneskillnaden mellan utvecklade länder samt låglöneländer minskar samt att de förväntas att minska skillnaden i framtiden. Vidare finns det en vilja att betala ett högre pris för de lokalt producerade produkterna. Här finns det också en potential i att utbilda kunden bättre, då många konsumenter idag inte alltid vet om att modeprodukter är tillverkade i Sverige.

För att minska kostnaderna i att producera mode i Sverige kan investeringar i automatik vara till hjälp, det verkar däremot inte vara en lösning på problemet. Man bör istället se en möjlighet i att utbilda konsumenter kring svensk produktion vilket kan motivera dem till att betala ett högre pris för svensktillverkade mode produkter.

5.5 Mindre frekvent förekommande utmaningar

Avsaknad av fysiska resurser, avsaknad av kunskap och kompetens, avsaknad av kapacitet samt höga kostnader är teman inom utmaningar med en svensk modeproduktion som identifierades i insamlad empiri. Nedan följer utmaningar som presenterades i

litteraturöversikten, men som inte vara lika frekvent förekommande i insamlad empiri och därför inte identifierades som teman i föregående kapitel.

En utmaning som tas upp i litteraturöversikten är brist på råvara i en svensk modeproduktion (Pal et al., 2018). Å ena sidan visar insamlad empiri att det är svårt att få tag på svensk råvara, å andra sidan visar insamlad empiri att det däremot är flera företag som är öppna för att använda svensk råvara om det etableras. Det framkommer genom insamlad empiri att det just nu genomförs projekt i att möjligtvis kunna använda svensk ull som textil råvara. Vidare visade en respondent intresse för potentiellt utnyttjande av den svenska skogen genom framställning av viskosfibrer. Insamlad empiri styrker på ett plan litteraturöversikten, men på ett annat plan visar det sig att forskning och arbete pågår för att i framtiden kunna använda svensk råvara. Insamlad empiri visar också hur flera företag idag använder återanvändningsbart material som redan finns på plats i Sverige. Generellt såg företag inte hinder i att det inte finns svensk råvara för en svensk modeproduktion, utan ser möjligheter i att använda material från andra delar av världen, samt återanvändningsbart material som redan finns producerat i Sverige. Således identifieras inte svensk råvara som en utmaning inom svensk modeproduktion.

Tidigare forskning visar också på att det kan vara svårt för företag med inhemsk produktion att få hem material från leverantörer då minimum för en order kan vara för höga (Pal et al., 2018). Detta var något som respondenten företag G i insamlad empiri nämnde var förekommande, men det identifieras inte som en utmaning då företaget hade lösningar som medförde att det kunde gå runt problemet.

Utmaningar som tidigare forskning presenterar men som inte var förekommande i insamlad empiri är att det finns strikta miljöbestämmelser som anses som en utmaning för att kunna producera i Sverige och att säsongsvariation i efterfrågan ses som en utmaning (Pal et al., 2018). Dessa utmaningar var inget som togs upp i insamlad empiri och är därför inget som identifieras som en utmaningar inom svensk modeproduktion i denna studie.

6 Slutsats

I detta kapitel presenteras slutsatsen med arbetet som är baserad på tidigare forskning tillsammans med insamlad empiri och diskussion. Studiens forskningsfrågor besvaras och en avslutande kommentar presenteras.

6.1 Vilka utmaningar möter företag som har en svensk modeproduktion?

Efter en sammanställning av insamlad empiri identifierades fyra utmaningar med svensk modeproduktion. De fyra utmaningar som identifierades var avsaknad av fysiska resurser, avsaknad av kunskap och kompetens, avsaknad av kapacitet, samt höga kostnader. Utmaningarna var i vissa fall beroende av vilken typ av verksamhet företagen ägnade sig åt, samt vilken storlek företagen hade.

Avsaknaden av fysiska resurser ses som en utmaning då det framgått att det finns ett behov av mer maskiner samt, utrymme och plats för att kunna möta den kapacitet som efterfrågas. Avsaknaden av kunskap och kompetens har bevisats vara en utmaning för företag med svensk produktion. Utmaningen grundas i att Sverige förlorade majoriteten av kunskap och kompetens inom svensk modeproduktion i samband med att produktionen flyttade till lågkostnadsländer. För att kunna bedriva svensk produktion behöver kunskap och kompetens komma tillbaka till landet igen. Avsaknad av kapacitet identifierades som en utmaning, främst av de större svenska modeföretagen. Detta är något som i dagsläget inte finns i någon större utsträckning i Sverige. Små företag möts inte av samma utmaning med kapaciteten, då snarare småskaligheten är en fördel som skapar flexibilitet. En småskalig produktion motiveras också av minskad efterfrågan på produkter som följd av Covid-19, samt konsumenternas inställning till hållbarhet och konsumtion. De höga kostnaderna ses som en utmaning då läget gällande löner och arbetslagstiftningskostnader i Sverige är fortsatt höga.

6.2 Hur kan företag bemöta utmaningarna inom svensk modeproduktion?

För att bemöta avsaknaden av fysiska resurser behövs mer investering i digitalisering och IT, samt nya maskiner. Om finansiella medel finns är en lösning att utveckla den interna maskinparken inom företag. Samarbete företag emellan kan också främja denna avsaknad då gemensamma maskinparker kan nyttjas av flera företag, till en lägre kostnad. Företag kan även genom att nischa sig åt olika håll skapa ett minskat behov av investeringar i maskiner.

För att återfå kunskap och kompetens behöver Sverige främja yrkesutbildningar samt skapa fler nischade utbildningar för att höja branschens attraktivitet. Att anställa nyanlända med en god kunskap och kompetens inom modeproduktion ses också som en lösning. Vidare är en nyckel att skapa fler nätverk inom branschen för att öka samarbetet.

Vad gäller utmaningen i avsaknad av kapacitet så går lösningen hand i hand med att öka kunskap och kompetens, då det krävs erfaren och kvalificerad personal som är villig att sy. Utökning av digitalisering och IT är också en möjlig lösning på avsaknaden av kapacitet då detta möjliggör mer automatiserade lösningar vilket innebär ett reducerat behov av arbetskraft.

Utmaningen i höga kostnader i en svensk modeproduktion kan bemötas då det finns en vilja hos konsumenter att handla mer miljömässigt hållbara och etiskt tillverkade produkter. Företagen måste generellt sätt bli bättre på att kommunicera ut att det använder sig av svensk produktion samt utbilda kunderna i vad det innebär. För att göra det enklare för konsumenter att veta vad de köper för typ av plagg skulle det vara fördelaktigt med en etikettmärkning, likt de som finns inom livsmedelsindustrin för att enklare belysa för kunderna att plaggen är producerade i Sverige.

6.3 Avslutande kommentar

En avslutande kommentar som inte är kopplad till studiens syfte är att svensk modeproduktion verkar lämpa sig allra bäst för småskalig produktion där producerande aktörer samarbetar inom industrin och skapar kvalitativa och hållbara produkter som gör att kunden kan tänka sig att betala en högre prislapp.

7 Referenser

Ahrne, G. & Svensson, P. (2015). Handbok i kvalitativa metoder. 2. uppl., Stockholm: Liber AB

Amen, I., Berg, A., Balchandani, A., Hedrich, S., Jensen, J., Straub, M., Rölkens, F., Young, R., Brown, P., Merle, L., Crump, H. & Dragan, A. (2022) *The State of Fashion 2022* <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20fashion/2022/the-state-of-fashion-2022.pdf> [22-05-06]

Arrigo, E. (2020). Global Sourcing in Fast Fashion Retailers: Sourcing Locations and Sustainability Considerations. *Sustainability*, 12(2), p.508. doi:10.3390/su12020508

Ashby, A. From global to local: reshoring for sustainability. *Operations Management Research* 9, 75–88 (2016). doi:10.1007/s12063-016-0117-9

Bals, L., Kirchoff, J.F. and Foerstl, K. (2016). Exploring the reshoring and insourcing decision making process: toward an agenda for future research. *Operations Management Research*, [online] 9(3-4), pp.102–116. doi:10.1007/s12063-016-0113-0.

BBC (2021) *Ever Given: Ship that blocked Suez Canal sets sail after deal signed* <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-57746424> [2022-03-04]

Bell, E., and Bryman, A. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 3 uppl., Stockholm: Liber.

Bell, E., Bryman, A. and Harley, B. (2019). *Business Research Methods*. 5th ed. Oxford: Oxford University Press.

Boffelli, A., Golini, R., Orzes, G and Dotti, S. (2020) Open the box: A behavioural perspective on the reshoring decision-making and implementation process. *Journal of purchasing and supply management*. [Online] 26 (3), p. 100623. doi: 10.1016/j.pursup.2020.100623

Boungou, W., Yatié, A., (2022) The impact of the Ukraine–Russia war on world stock market returns. *Economics Letters*. [Online] 215 (110516) doi:10.1016/j.econlet.2022.110516

Brydges, T., Heinze, L & Retamal, M. (2021). Changing geographies of fashion during COVID-19: The Australian case. *Geographical research*. [Online] 59 (2), pp. 206-216. doi:10.1111/1745-5871.12460

Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. 5th ed. Oxford: Oxford University Press.

Cai, Y.-J. and Choi, T.-M. (2020). A United Nations' Sustainable Development Goals perspective for sustainable textile and apparel supply chain management. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 141, p.102010. doi:10.1016/j.tre.2020.102010

Cao, H., Scudder, C., Howard, C., Piro, K., Tattersall, H. and Frett, J. (2014). Locally produced textiles: product development and evaluation of consumers' acceptance. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 7(3), pp.189–197. doi:10.1080/17543266.2014.950347

Castañeda-Navarrete, J., Hauge, J. and López-Gómez, C. (2020). COVID-19's impacts on global value chains, as seen in the apparel industry. *Development Policy Review*, 39(6). doi:10.1111/dpr.12539.

Christopher, M. (2011). *Logistics & Supply Chain Management*. 4th ed. Harlow, England ; New York: Pearson Education.

Christopher, M. and Lee, H. (2004). Mitigating supply chain risk through improved confidence. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 34(5), pp.388–396. doi:10.1108/09600030410545436.

Ciasullo, Vincenza, M., Maione, Gennaro, Torre, Carlo, Troisi, Orlando (2017) What about Sustainability? An Empirical Analysis of Consumers' Purchasing Behavior in Fashion Context. *Sustainability (Basel, Switzerland)*. [Online] 9 (9), 1617. doi:10.3390/su9091617

Clarke, V. and Braun, V. (2017). Thematic Analysis. *The Journal of Positive Psychology*, 12(3), pp.297–298. doi:10.1080/17439760.2016.1262613.

Dagens industri (2021) Branschen varnar: Containerbristen kan vara kvar i årtal. <https://www.di.se/nyheter/branschen-varnar-containerbristen-kan-vara-kvar-i-aratal/> [2022-05-06]

Dana, L.P., Hamilton, R.T. & Pauwels, B. Evaluating offshore and domestic production in the apparel industry: The small firm's perspective. *J Int Entrepr* 5, 47 (2007). doi:10.1007/s10843-007-0015-1

Debata, B., Patnaik, P. and Mishra, A. (2020). COVID-19 pandemic! It's Impact on people, economy, and Environment. *Journal of Public Affairs*, 20(4). doi:10.1002/pa.2372.

Engström, G., Sollander, K., Hilletoft, P. and Eriksson, D. (2018). Reshoring drivers and barriers in the Swedish manufacturing industry. *Journal of Global Operations and Strategic Sourcing*, 11(2), pp.174–201. doi:10.1108/jgoss-06-2017-0014.

Fratocchi, L., Di Mauro, C., Barbieri, P., Nassimbeni, G and Zanoni, A. (2014) When manufacturing moves back: Concepts and questions. *Journal of purchasing and supply management*. [Online] 20 (1), 54–59. doi: 10.1016/j.pursup.2014.01.004

Gao, T. and Lu, J. (2019). The impacts of strait and canal blockages on the transportation costs of the Chinese fleet in the shipping network. *Maritime Policy & Management*, 46(6), pp.669–686. doi:10.1080/03088839.2019.1594423.

Globala målen (u.å) <https://www.globalamalen.se/> [2022-04-21]

Globala målen (2021)

<https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-16-fredliga-och-inkluderande-samhallen>
[2022-04-25]

Gray, J.V., Skowronski, K., Esenduran, G. and Johnny Rungtusanatham, M. (2013). The Reshoring Phenomenon: What Supply Chain Academics Ought to know and Should Do. *Journal of Supply Chain Management*, 49(2), pp.27–33. doi:10.1111/jscm.12012.

HBL (2022) *Krig och corona pressar upp inflationen*

<https://www.hbl.fi/artikel/krig-och-corona-pressar-upp-inflationen/> [2022-05-09]

Hur, E. & Cassidy, T. (2019). Perceptions and attitudes towards sustainable fashion design: challenges and opportunities for implementing sustainability in fashion. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 12(2), pp.208–217. doi:10.1080/17543266.2019.1572789.

Jörnmark, J. & Gråbacke, C. (2008). Den textila modeindustrin i Göteborgsregionen - en kartläggning. Göteborg: Business Region Göteborg.

Kinkel, S. (2014). Future and impact of backshoring—Some conclusions from 15 years of research on German practices. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 20(1), pp.63–65. doi:10.1016/j.pursup.2014.01.005.

Kleindorfer, P.R. & Saad, G.H. (2009). Managing Disruption Risks in Supply Chains. *Production and Operations Management*, [online] 14(1), pp.53–68. doi:10.1111/j.1937-5956.2005.tb00009.x.

Klepp, I.G. & Laitala, K. (2018). Nisseluelandet—The Impact of Local Clothes for the Survival of a Textile Industry in Norway. *Fashion Practice*, 10(2), ss.171–195. doi:10.1080/17569370.2018.1458497

Lee, J.M. & Wong, E.Y. (2021). Suez Canal blockage: an analysis of legal impact, risks and liabilities to the global supply chain. *MATEC Web of Conferences*, 339, p.01019. doi:10.1051/mateconf/202133901019.

Lica, D., Di Maria, E. and De Marchi, V. (2020). Co-location of R&D and production in fashion industry. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 25(1), pp.133–152. doi:10.1108/jfmm-02-2020-0023.

Manuj, I. and Mentzer, J.T. (2008). Global supply chain risk management strategies. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 38(3), pp.192–223. doi:10.1108/09600030810866986.

Margulescu, S. & Margulescu, E. (2014) RESHORING IN MANUFACTURING AND SERVICES. *Challenges of the Knowledge Society*. 4 (1), 511–516.

Meixell, M.J. and Gargeya, V.B. (2005). Global supply chain design: A literature review and critique. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 41(6), pp.531–550. doi:10.1016/j.tre.2005.06.003.

Moore, M.E., Rothenberg, L. and Moser, H. (2018). Contingency factors and reshoring drivers in the textile and apparel industry. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 29(6), pp.1025–1041. doi:10.1108/JMTM-07-2017-0150

Moser, H. & Kelley, M. 2016, "Companies Reshore to Achieve Higher Quality", *Quality*, vol. 55, no. 10, pp. 35-39.

Naturvårdsverket (u.å.) *Dagens textila flöden – en global miljöutmaning*
<https://www.naturvardsverket.se/amnesomraden/textil/dagens-textila-floden-ar-en-global-miljoutmaning/> [2022-02-16]

Ny Teknik (2021) *Projektet "Mikrofabriker" ska ta hem textilindustrin till Sverige*
<https://www.nyteknik.se/hallbar-industri/projektet-mikrofabriker-ska-ta-hem-textilindustrin-till-sverige-7021879> [2022-04-08]

Pal, R., Harper, S. & Vellesalu, A. 2018, "Competitive manufacturing for reshoring textile and clothing supply chains to high-cost environment: A Delphi study", *International Journal of Logistics Management*, vol. 29, no. 4, ss. 1147-1170. doi:10.1108/IJLM-10-2017-0270

Pokhrel, S. and Chhetri, R. (2021). A Literature Review on Impact of COVID-19 Pandemic on Teaching and Learning. *Higher Education for the Future*, [online] 8(1), pp.133–141. doi:10.1177/2347631120983481.

Qingcheng, Z., Tingyu, L., Kun-Chin, Lin., Kum F, Y., Kevin X., L. 2020 The competitiveness of Arctic shipping over Suez Canal and China-Europe railway. *Transport Policy*, vol. 86, ss. 34-43. doi:10.1016/j.tranpol.2019.11.005

Regeringen.se (2022) *Den ryska invasionens påverkan på svenska företag och utrikeshandeln*.
<https://www.regeringen.se/artiklar/2022/03/den-ryska-invasionens-paverkan-pa-svenska-foretag-och-utrikeshandeln/> [2022-05-09]

Ribeiro-Duthie, A.C. (2019). SDG 8 Decent Work and Economic Growth. *Science for Sustainable Societies*, pp.117–133. doi:10.1007/978-981-32-9927-6_9.

Roos, S. and Larsson, M. (2018). *Klimatdata för textilier*.
<https://www.naturvardsverket.se/globalassets/amnen/textil/rapport-klimatdata-for-textilier-sv-erea-2018.pdf>

Science Park Borås (2021) *Ett nytt nätverk för svensk textilproduktion tar form*
<https://scienceparkboras.se/2021/09/ett-nytt-natverk-for-svensk-textilproduktion-tar-form/> [2022-04-07]

Shen, B., Wang, Y., Lo, C. & Shum, M. (2012). The impact of ethical fashion on consumer purchase behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*. Vol. 16(2), ss. 234-245. doi:10.1108/13612021211222842

Shintani, K., Konings, R., Imai, A. (2019) Combinable containers: A container innovation to save container fleet and empty container repositioning costs. *Transportation research. Part E, Logistics and transportation review*. [Online] 130248–272. doi:10.1016/j.tre.2019.09.004

Tate, W.L. and Bals, L. (2017). Outsourcing/offshoring insights: going beyond reshoring to rightshoring. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 47(2/3), pp.106–113. doi:10.1108/ijpdlm-11-2016-0314.

Tekniska museet (2021) *Textilindustrins historia*

<https://www.tekniskamuseet.se/lar-dig-mer/industrihistoria/textilindustrins-historia/>
[2022-04-06]

Textile & fashion 2030 (u.å.a) "*Mikrofabriker*" – nytt projekt för smartare textilproduktion
<https://textileandfashion2030.se/articles/mikrofabriker-nytt-projekt-for-smartare-textilproduktion/>
[2022-04-08]

Textile & fashion 2030 (u.å.b) *Globala målen* <https://textileandfashion2030.se/globala-malen/>
[2022-04-21]

Toygar, A., Yildirim, U. and İnegöl, G.M. (2022). Investigation of empty container shortage based on SWARA-ARAS methods in the COVID-19 era. *European Transport Research Review*, 14(1). doi:10.1186/s12544-022-00531-8.

Van Weele, A-J. (2018) *Purchasing and supply chain management*. 7th edition., Andover: Cengage Learning EMEA

Vătămănescu, E.M. Dabija, D.C. Gazzola, P. Cegarro-Navarro, J.G. Buzzi, T. (2021) Before and after the outbreak of Covid-19: Linking fashion companies' corporate social responsibility approach to consumers' demand for sustainable products. *Journal of cleaner production*. [Online] 321128945–. doi:10.1016/j.jclepro.2021.128945

Xu, Z., Elomri, A., Kerbache, L. and El Omri, A. (2020). Impacts of COVID-19 on Global Supply Chains: Facts and Perspectives. *IEEE Engineering Management Review*, [online] 48(3), pp.153–166. doi:10.1109/emr.2020.3018420.

8 Bilagor

Bilaga 1: Intervjuguide inköpande modeföretag

Intervjun kommer att utgå från dessa frågor, naturligt kommer eventuella följdfrågor ställas där det passar. Vi uppmuntrar också till era tankar och input och uppskattar om ni vill dela med er av värdefull information som ni besitter om ämnet, även om det inte ingår i någon fråga.

Personligt:

- Vem är du? Vilken roll har du inom företaget? Hur länge har du varit på företaget?
- Vad har du för bakgrund? *Tidigare jobb, utbildning etc.*

Företaget:

- Kan ni beskriva er organisation?
 - Vilka roller finns inom företaget och hur många anställda är ni?
 - Var i Sverige finns ni, har ni någon del av företaget utomlands?
 - Vad är tanken bakom era priser och vad har ni för prisstrategi?
 - Hur länge har ni funnits?

Produktion:

- Hur har er produktion sett ut historiskt sett?
- Vad har ni för strategi idag och hur ser er försörjningskedja ut?
- Varifrån kommer material huvudsakligen?
- Har ni något material som kommer ifrån Sverige, om inte, ser ni potential i att hitta svenskt material?
- Val av produktionsland och fabrik - varför?
- Vilka produkter eller delar av produkter produceras i Sverige? Varför just dessa?
- Avgörande tekniker för att lokal produktion skall fungera? Hur kom ni fram till det?
- Har ni några specifika framtidsutsikter gällande er produktion?
- Vilka är fördelarna respektive nackdelarna med svensk produktion?
- Upplever ni att konsumenter vet om att ni har svensk produktion? Hur skyltar ni med att ni har svensk produktion?

Utmaningar:

- Har ni identifierat några utmaningar med svensk produktion?
- Har ni tagit med er några värdefulla lärdomar gällande inhemsk produktion?

Övrigt:

- Har ni tips på kontakter som skulle kunna bidra med ytterligare värdefull information till vår studie?

Bilaga 2: Intervjuguide producerande modeföretag

Intervjun kommer att utgå från dessa frågor, naturligt kommer eventuella följdfrågor ställas där det passar. Vi uppmuntrar också till era tankar och input och uppskattar om ni vill dela med er av värdefull information som ni besitter om ämnet, även om det inte ingår i någon fråga.

Personligt:

- Vem är du?
 - Vilken roll har du inom företaget?
 - Hur länge har du varit på företaget?
 - Vad har du för yrkesbakgrund? *Tidigare jobb, utbildning etc.*

Företaget:

- Kan ni beskriva er organisation?
 - Hur länge har ni funnits?
 - Vilka roller finns inom företaget och hur många anställda är ni?
 - Var i Sverige finns ni, har ni någon del av företaget utomlands?
 - Hur tänker ni gällande era priser till kund och vad har ni för prisstrategi?
 - Vad har ni för typ av kunder? Fördelning svenska / utländska kunder?

Produktion:

- Vilka delar i produktionen ägnar ni er åt?
- Vilka typer av produkter tillverkar ni?
- Varifrån sourcar ni ert textila material?
- Vilken är den största respektive lägsta orderkvantiteten ni tar emot?
 - Har det alltid varit samma kvantitet och hur ser ni på framtiden - skala upp - skala ner?
- Har ni några specifika framtidsutsikter gällande er produktion?
- Vilka är fördelarna med svensk produktion?
- Vilka är nackdelarna med svensk produktion?

Utmaningar:

- Har ni identifierat några utmaningar med svensk produktion?
 - Hur kan man bemöta de utmaningarna?
- Kan ni identifiera avgörande tekniker för att lokal produktion skall fungera?
- Har ni tagit med er några värdefulla lärdomar gällande inhemsk produktion?

Övrigt:

- Har ni tips på kontakter som skulle kunna bidra med ytterligare värdefull information till vår studie?



TEXTILHÖGSKOLAN
HÖGSKOLAN I BORÅS

Besöksadress: Allégatan 1 · Postadress: 501 90 Borås · Tfn: 033-435 40 00 · E-post: registrator@hb.se · Webb: www.hb.se