



**EKONOMI  
HÖGSKOLAN**  
Lunds universitet

Företagsekonomiska institutionen

**Kandidatuppsats, 15 hp**

VT08

# ***”With great power comes great responsibility”***

**- en empirisk studie av CSR- aktivitet på Large Cap**

**Författare**

Aino Suijkerbuijk

Caroline Fang

Farida Baha

**Handledare**

Gösta Wijk

# SAMMANFATTNING

---

<b>Titel:</b>	With great power comes great responsibility
<b>Datum för seminarium:</b>	2008-06-02
<b>Kurs:</b>	FEKK01, Examensarbete Kandidatnivå. 15 hp
<b>Författare:</b>	Farida Baha, Caroline Fang & Aino Suijkerbuijk
<b>Handledare:</b>	Gösta Wijk
<b>Nyckelord:</b>	Corporate Social Responsibility, mätinstrument, CSR- tal, korrelation, signifikans, Large Cap
<b>Syfte:</b>	Kartlägga samband mellan explicit CSR och variabler som <i>storlek</i> , <i>utlandsverksamhet</i> och <i>lönsamhet</i> hos företag på den svenska marknaden.
<b>Metod:</b>	Induktiv ansats för att göra en totalundersökning av företagen på Large Cap. Datainsamling sker med hjälp av årsredovisningar för år 2007 samt statistiska beräkningar i SPSS.
<b>Teoretisk referensram:</b>	Den teoretiska referensramen består av tidigare forskning angående samband samt teorier om CSR.
<b>Empiri:</b>	Empirin består av framräknade medelvärden (CSR- tal) och diagram framtagna i programmet SPSS.
<b>Slutsats:</b>	Två samband hittades. Ett mellan lönsamhet (rörelsemarginal) och CSR bland de icke-tillverkande företagen samt ett mellan storlek (antal anställda) och CSR hos de tillverkande företagen. Dock är vår slutsats att det är upp till varje företag att engagera sig i socialt arbete. Arbetet med CSR motiveras ofta med att företag vill bibehålla sin sociala legitimitet.

# ABSTRACT

---

<b>Title:</b>	With great power comes great responsibility
<b>Seminar date:</b>	2008-06-02
<b>Course:</b>	FEKK01, Degree Project Undergraduate level, Business Administration, 15 University Credit Points.
<b>Authors:</b>	Farida Baha, Caroline Fang & Aino Suijkerbuijk
<b>Advisor:</b>	Gösta Wijk
<b>Key words:</b>	Corporate Social Responsibility, instrument of measure, CSR-numbers, correlation, significance, Large Cap.
<b>Purpose:</b>	The purpose of this essay is to map the relation between explicit CSR and the variables <i>size</i> , <i>foreign activity</i> and <i>profitability</i> concerning the corporations on the Swedish market.
<b>Methodology:</b>	Inductive methodology has been used to enable research on the corporations listed on Large Cap. Data collection consists of the annual reports for year 2007 and statistical data made in SPSS.
<b>Theoretical framework:</b>	The theoretical framework consists of previous research and theories about CSR.
<b>Empirical foundation:</b>	Mean values (CSR- numbers) and diagrams made in SPSS are the empirical foundations in this essay.
<b>Conclusion:</b>	Two relations were found: one between profitability (operating margin) and non manufacturing companies and the other between size (the amount of employees) and manufacturing companies. Despite this, our conclusion states that it is up to every corporation to engage in CSR, or not. This is motivated by the view that companies want to maintain their social legitimacy.

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

SAMMANFATTNING.....	2
INNEHÅLLSFÖRTECKNING .....	4
<b>1. Inledning</b>	
.....	7
<b>1.1. Bakgrund</b> .....	7
<b>1.2. Problemdiskussion</b> .....	8
<b>1.3. Frågeställning</b> .....	9
<b>1.4. Syfte</b> .....	9
<b>1.5. Avgränsning</b> .....	9
<b>1.6. Målgrupp</b> .....	9
<b>1.7. Förklaringar till frivilliga avtal, organisationer och index</b> .....	9
<b>1.8. Disposition</b> .....	10
<b>2. Teoretisk referensram</b>	
.....	14
<b>2.1. Corporate Social Responsibility</b> .....	11
<b>2.2. Social Legitimitet</b> .....	12
<b>2.3. Corporate Citizenship</b> .....	13
<b>2.4. Tidigare forskning</b> .....	14
<b>2.4.1. Tidigare forskning om ekonomiska samband</b> .....	14
<b>2.4.2. Tidigare forskning om miljö och storlekssamband</b> .....	14
<b>2.4.3. Kritik mot ekonomiska samband</b> .....	14
<b>3. Metod</b>	
.....	16
<b>3.1. Undersökningsansats</b> .....	16
<b>3.1.2. Val av teorier</b> .....	16
<b>3.1.3. Val av företag</b> .....	16
<b>3.1.4. Uppsatsens definition av CSR</b> .....	17
<b>3.1.5. Datainsamling</b> .....	18
<b>3.1.6. Validitet</b> .....	18
<b>3.1.7. Reliabilitet</b> .....	19
<b>3.1.8. Innehållsanalys</b> .....	20
<b>3.1.9. Fördelar med innehållsanalys och motivering</b> .....	21
<b>3.1.10. Risker med innehållsanalys</b> .....	21
<b>3.2. Kriterier för CSR- talet</b> .....	21
<b>3.2.1. Signifikans</b> .....	21
<b>3.2.2. Inkludering av stakeholders (kunder, leverantörer, ägare, medarbetare, intresseorganisationer, stat &amp; kommun)</b> .....	22

3.2.3. Hållbarhetskontext.....	22
3.2.4. Kvalitet .....	23
3.2.5. Extern CSR- rapport .....	23
3.2.6. CSR- talets totalitet .....	23
3.3. Mät skala för CSR- talet.....	24
3.3.1. Förutsättningar och risker med mätinstrumentet.....	24
3.3.2. Signifikans.....	24
3.3.3. Inkludering av stakeholders (kunder, leverantörer, ägare, medarbetare, intresseorganisationer, stat & kommun) .....	25
3.3.4 Hållbarhetskontext.....	25
3.3.5. Kvalitet .....	26
3.3.6. Extern CSR- rapport .....	27
3.4.1. Storlek .....	28
3.4.2. Utlandsverksamhet .....	28
3.4.3. Lönsamhet.....	28
3.5. Utredningsdesign.....	30
3.5.1. Steg 1.....	31
3.5.2. Steg 2.....	31
3.5.3. Steg 3.....	31
3.5.4. Steg 4.....	32
3.5.5. Eventuella fel vid beräkning .....	33
3.5.6. Kritik mot undersökningsdesignen.....	33
<b>4. Empiri</b>	
.....	34
4.1. Tillverkande företag.....	34
4.1.1. CSR och variabeln storlek.....	35
4.1.2. CSR och variabeln utlandsverksamhet .....	38
4.1.3. CSR och variabeln lönsamhet .....	39
4.2. Icke tillverkande företag.....	39
4.2.1. CSR och variabeln storlek.....	40
4.2.2. CSR och variabeln utlandsverksamhet .....	41
4.2.3. CSR och variabeln lönsamhet .....	42
4.3. Finans- och fastighetsbolag .....	45
4.3.1. CSR och variabeln storlek.....	46
4.3.2. CSR och variabeln utlandsverksamhet .....	47
4.3.3. CSR och variabeln lönsamhet .....	47
4.4. Samtliga företag på Large Cap .....	48
4.5. Sammanfattade medelvärden.....	48
<b>5. Analys</b>	
.....	

.....	55
<b>5.1. Analys av medelvärden .....</b>	<b>55</b>
<b>5.2. Storlek och CSR .....</b>	<b>56</b>
-antal anställda .....	56
-Omsättning .....	56
<b>5.4. Lönsamhet och CSR.....</b>	<b>59</b>
<b>6. Slutsats</b>	
.....	60
-Medelvärden.....	60
-Samband .....	60
<b>6.1. Förslag till fortsatt forskning .....</b>	<b>62</b>
<b>7. Referenser</b>	
.....	63
<b>Böcker .....</b>	<b>63</b>
<b>Artiklar .....</b>	<b>63</b>
<b>Elektroniska källor.....</b>	<b>64</b>
<b>8. Bilagor</b>	
.....	65
<b>Bilaga 1.....</b>	<b>65</b>
<b>Bilaga 1.1.....</b>	<b>65</b>
<b>Bilaga 1.1.....</b>	<b>66</b>
<b>Bilaga 2.....</b>	<b>68</b>
<b>Bilaga 3.....</b>	<b>73</b>

# 1. Inledning

---

Detta avsnitt ämnar redogöra för uppsatsens bakgrund, problemdiskussion frågeställning och syfte. En avgränsning för undersökningen görs och begrepp, som används och återkommer genom hela uppsatsen, förklaras.

---

## 1.1. Bakgrund

*Fashion against aids, I'm not a plastic bag, god el och eco-mat* i många restauranger vittnar om att samhällstrenden är på väg mot ett socialt ansvarstagande som sträcker sig långt utöver ideella organisationer och medelstens källsortering. I DN och i Affärsvärlden kunde man bland annat läsa;

*"De företag som inte tar socialt ansvar straffas. Kunderna är snabba att bojkotta så fort ordet "barnarbete" matas ut på löpsedlarna i samma mening som företagsnamnet. Att ta sitt samhällsansvar, så kallat Corporate social responsibility (CSR), är frivilligt men har blivit allt viktigare...Numera tittar inte kunden bara på pris, utan man tar även in miljöaspekter, arbetsvillkor och så vidare. Det är alldeles entydigt så att företag som tar frågor om samhällsansvar på allvar stärker sig själva på lång sikt. Att sköta ansvaret för CSR är moraliskt riktigt och därtill ekonomiskt motiverat..."<sup>1</sup>*

*"De senaste åren har Corporate Social Responsibility, CSR, blivit ett begrepp bland företagen. Att lyfta upp miljömässiga, etiska och sociala frågor till en strategisk nivå har blivit självklart, framför allt i råvarubaserade industrier och annan verksamhet som belastar miljön. Frågorna anses alltså så viktiga att de tas med i den ordinarie redovisningen..."<sup>2</sup>*

Ansvarsfullt företagande, som det heter på svenska, är utan tvekan här för att stanna. Många stora svenska företag, exempelvis IKEA och H&M, är kända för sitt engagemang gällande hållbar social, ekonomisk och miljömässig utveckling. Som kund vet man att produkter från ett företag, som utmärker sig genom att göra gott, även konsumeras med gott samvete.

När vi läste artiklar och litteratur om CSR väcktes en intressant fråga hos oss; *går det att på något sätt mäta eller uppskatta ett företags CSR och vilka företagsfaktorer kan vara de mest motiverande till att bedriva sådant arbete?* Varför vi valde att forska inom detta område var främst för att socialt ansvar är ett högaktuellt begrepp som hela tiden belyses i media. Vi anser dock att största delen av det empiriska materialet samt litteraturen som finns tillgängligt kommer från USA. Således finns det, enligt oss, en brist på information om svensk CSR och vad denna innebär. Vår nyfikenhet ligger i att kartlägga och förstå hur CSR- arbetet ser ut på de stora företagen, som har mest inflytande på den svenska marknaden, och vad som driver dessa företags sociala arbete.

Även vikten av att, för storföretag som kan påverka miljö och människor i många led, vara socialt ansvarstagande är en faktor som fick oss att vilja sätta ett värde på CSR- arbetet. Denna motivering kan enkelt sammanfattas med följande citat;

*"With great power comes great responsibility"*<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?a=66774212> (2008-04-16)

<sup>2</sup> <http://www.affarsvarlden.se/hem/nyheter/article252418.ece> (2008-04-16)

<sup>3</sup> Lee, Stan (2002) *Spiderman, Citat från Uncle Ben.*

## 1.2. Problemdiskussion

Corporate Social Responsibility har länge varit en företagstradition i USA men har nu även spridit sig till resten av världen<sup>4</sup>. På senare år har CSR blivit ett starkt och viktigt begrepp bland svenska företag, som allt mer uppmärksammar socialt ansvarstagande och miljövänlighet i den egna verksamheten. Som citaten från artiklarna ovan uttrycker, är det uppenbart att denna trend är på väg att nå sin kulmen då de flesta företag, oavsett bransch, försöker göra omgivningen uppmärksam på sitt ansvarsfulla företagande och sin sociala legitimitet.

Eftersom föregångaren USA har satt sin prägel på CSR- begreppet och då förutsättningarna för att bedriva socialt arbetet skiljer sig åt i ett land som Sverige, vill vi först diskutera några aspekter.

CSR- aktivitet kan delas in i två olika delar; en implicit och en explicit, där den implicita står för ett lands formella och informella institutioner som i sin tur formar samhällets syn och krav på socialt ansvarstagande. Implicita CSR består av värderingar, normer och regler, vilka resulterar i att företag måste agera på ett visst sätt när det gäller sociala, politiska och ekonomiska intressen.<sup>5</sup>

Explicit CSR- arbete refererar till ett företags policy och etiska koder som leder till ett intresse för socialt ansvar från företagets sida, exempelvis volontärarbete eller incitament att skapa egna uppförandekoder, program eller strategier som kan stärka företagets relationer till sina intressenter.<sup>6</sup> Vi anser att Sverige och många andra europeiska länder, har en hög andel implicit CSR-arbete som utgörs av lagar, sociala skyddsnet, normer och värderingar. I Sverige har den explicita CSR blivit allt vanligare i dagens organisationer och därför är det den mest intressanta att studera. Detta väckte vår nyfikenhet kring vilka företagsfaktorer som kan ha den största inverkan på ett företags CSR och, framför allt, om det finns något samband mellan sådana faktorer och det CSR- arbete som bedrivs på stora företag.

Vi har formulerat hypoteser kring vilka samband som kan finnas mellan CSR och olika företagsfaktorer, som vi väljer att benämna variabler. Vi tror att stora företag har mer press på sig att vara socialt ansvarstagande, då vi hävdar att de har ett större spektra av intressenter att ta hänsyn till. De är verksamma på fler marknader och påverkar ett stort antal människor samt miljön i en global kontext. Således bör det finnas ett samband mellan CSR och ett företags storlek. Man skulle kunna säga att storleken och utlandsverksamheten går hand i hand dock skiljer sig dessa variabler åt då mindre företag kan ha mer CSR- arbete på grund av hög andel utlandsverksamhet. Vi tror därför att företag, oavsett storlek, med stor andel utlandsverksamhet ägnar sig mer åt CSR- arbete. Detta antagande grundar vi på att olika geografiska regioner har olika hög andel implicit CSR, därmed varierar kravet på explicit CSR och vi tror att utvecklingsländer, dit många företag flyttar sin verksamhet och produktion idag, har ett högre behov av just denna typ. Vi vill även utforska om mer lönsamma företag satsar mer på CSR. Vi tror att företag med stora finansiella resurser är mer benägna att satsa på socialt arbete. Nedan följer en sammanfattning av våra hypoteser:

- *Stora företag har mer CSR- arbete, därmed tror vi att det finns ett samband mellan CSR och storlek.*
- *Företag med utlandsverksamhet ägnar sig mer åt CSR- arbete. Vi tror att det finns ett samband mellan CSR och utlandsverksamhet.*
- *Lönsamma företag har mer resurser att spendera på CSR, vi tror att det finns ett samband mellan lönsamhet och CSR.*

---

<sup>4</sup> Matten, D., Moon, M., (2000) *Pan-European Approach- A Conceptual Framework for Understanding CSR*, sid. 342

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Matten, D., Moon, M., (2000) sid. 341



### 1.3. Frågeställning

Denna studie grundar sig på frågeställningen:

*Hur ser sambanden ut mellan CSR- arbetet hos företagen på Large Cap och variablerna storlek, lönsamhet och utlandsverksamhet?*

### 1.4. Syfte

Vårt syfte är att kartlägga samband mellan explicit CSR och variabler, så som *storlek, utlandsverksamhet och lönsamhet* hos företag på den svenska marknaden. Dessa samband analyseras mot en teoretisk bakgrund.

### 1.5. Avgränsning

Denna undersökning avgränsar sig till företag listade på Large Cap.

### 1.6. Målgrupp

Uppsatsens målgrupp är främst studenter vid Företagsekonomiska Institutionen men även andra personer med motsvarande kunskaper.

### 1.7. Förklaringar till frivilliga avtal, organisationer och index

**Large Cap** är Stockholmsbörsens lista för de största bolagen som även inkluderar nordiska bolag med ett börsvärde på över en miljard euro finns o listade.<sup>7</sup>

**United Nations Global Compact (GC)** är ett ramverk för företag som engagerar sig för att rätta sin verksamhet och sina strategier efter de tio principerna gällande mänskliga rättigheter, arbetsförhållanden, miljö och anti-korruption. Global Compact är världens största ekonomiska verksamhet inom corporate citizenship som ägnar sig åt att bygga upp den sociala legitimiteten på företag och världens marknader. GC är inget formellt organ som kontrollerar företagens ageranden utan förlitar sig på det offentliga ansvaret, transparens samt samhällets och företagets genuina intresse att följa GC principerna.<sup>8</sup>

**Global Reporting Initiative (GRI)** har utvecklat världens mest använda ramverk för hållbarhetsrapportering. Detta ramverk, kallat *G3 Guidelines*, innehåller principer och riktlinjer som organisationer kan använda sig av vid mätning och redovisning av ekonomiska, sociala och miljömässiga prestationer. GRI är ett stort multi- stakeholder nätverk som sträcker sig över hela världen och som samarbetar med FN:s miljöprogram (UNEP).<sup>9</sup>

**International Organization for Standardization (ISO)** är en Non Government Organization som certifierar företag som uppfyller bestämda standarder gällande hälsa, säkerhet och miljö. ISO-standarder utvecklas av experter inom industri- och teknologisektorn och bygger på konsensus mellan dessa experter. Dessa standarder är tekniska överenskommelser som bildar ett ramverk för globalt kompatibel teknologi.<sup>10</sup>

**Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD)** är en internationell organisation som arbetar med olika samarbeten mellan industriländer som har demokrati och marknadsekonomi. OECD utvärderar och jämför medlemsländernas politik och policys gällande

<sup>7</sup> [http://sv.wikipedia.org/wiki/Large\\_Cap](http://sv.wikipedia.org/wiki/Large_Cap) (2008- 05-14)

<sup>8</sup> <http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html> (2008- 05-14)

<sup>9</sup> <http://www.globalreporting.org/AboutGRI/> (2008- 05-14)

<sup>10</sup> [http://www.iso.org/iso/about/discover-iso\\_the-iso-brand.htm](http://www.iso.org/iso/about/discover-iso_the-iso-brand.htm) (2008- 05-10)

hållbar utveckling, levnadsstandards, finansiell stabilitet etc. OECD har även världens största och mest tillförlitliga statistiska databas med uppgifter om ekonomiska, sociala och miljömässiga förhållanden.<sup>11</sup>

*Down Jones Sustainability Index (DJSI)* har sedan 1999 registrerat finansiella prestationer hos ledande företag över hela världen, som drivs av ett engagemang för hållbar utveckling. DJSI har en stor databas med index och tillförlitlig benchmarking av företagens hållbarhetsarbete.<sup>12</sup>

*The Global 100 Most Sustainable Corporations in the World* är ett projekt initierat av Corporate Knights Inc. och Innovest Strategic Value Advisors Inc., ett ledande företag specialiserat på finansiella analyser och prestationer gällande sociala, miljömässiga och ekonomiska aspekter. Global 100 har en stor indexdatabas över de största företagen i världen.<sup>13</sup>

*Non Governmental Organization (NGO)* är en organisation som inte är knuten till någon regering eller statsmakt. NGO är mestadels organisationer som ägnar sig åt olika viktiga frågor angående mänskliga rättigheter, humanitära insatser, miljöfrågor etc. Kända NGO:s är Amnesty International, Greenpeace och Röda Korset/Röda Halvmånen.<sup>14</sup>

*Corporate Social Performance (CSP)* är en organisations prestationer för att förbättra sociala förhållanden. CSP har blivit en viktig del av företagens verksamhet som svar på ökade krav från intressenter och högre konkurrenstryck.<sup>15</sup>

## 1.8. Disposition

- Kapitel 1:  
Inledning** I detta kapitel presenteras uppsatsens bakgrund, problemdiskussion, frågeställning och syfte. En avgränsning görs och relevanta begrepp förklaras.
- Kapitel 2:  
Teori** Detta kapitel innehåller relevanta teorier för att ge läsaren en förståelse för CSR och för att möjliggöra en grundlig analys av empirin.
- Kapitel 3:  
Metod** Här redogörs metoden vi använder oss av i denna undersökning. Vi redogör för statistiska metoder, val av företag samt datainsamling.
- Kapitel 4:  
Empiri** Här presenteras undersökningens empiri, d.v.s. vår datainsamling som består av medelvärden, diagram, tabeller, regressionsanalyser och annan statistisk data.
- Kapitel 5:  
Analys** I detta kapitel analyseras det insamlade materialet mot bakgrund av teorierna.
- Kapitel 6:  
Slutsats** I detta kapitel dras slutsatser från analysen och återkopplas till frågeställningen samt presenteras även förslag till fortsatt forskning.
- Kapitel 7:  
Referenser** Detta kapitel innehåller referenser till materialet som vi har använt oss av.

---

<sup>11</sup> [http://www.oecd.org/pages/0,3417,en\\_36734052\\_36734103\\_1\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/pages/0,3417,en_36734052_36734103_1_1_1_1_1,00.html) (2008- 05-10)

<sup>12</sup> <http://www.sustainability-indexes.com/> (2008- 05-10)

<sup>13</sup> <http://www.global100.org/what.asp> (2008- 05-10)

<sup>14</sup> <http://sv.wikipedia.org/wiki/NGO> (2008- 05-10)

<sup>15</sup> Dentchev, N., A., (2004) *Corporate Social Performance as a Business Strategy* Journal of Business Ethics, sid. 397 f.

## 2. Teoretisk referensram

*Detta avsnitt innehåller de teorier som valts ut för att ge läsaren en förståelse för CSR samt för att grundligt kunna analysera vår empiri. Undersökningen har en induktiv ansats, därav kommer eventuella samband att analyseras mot tidigare forskning.*

### 2.1. Corporate Social Responsibility

För att kunna bedöma vårt empiriska material behövs en teoretisk definition av CSR att stå på. Enkelt uttryckt kan man säga att CSR är det som ett företag gör utöver den vanliga verksamheten, för att förbättra relationen till sina intressenter. Att som företag vara socialt ansvarstagande innebär att ta ansvar för det som händer i miljön där företaget opererar. Det kan exempelvis handla om ett aktivt miljötänkande, att företag inom tillverkningsindustri tar hänsyn till sina utsläpp eller att de har som policy att enbart använda förnyelsebara bränslen. Det kan även handla om den sociala aspekten, goda arbetsförhållanden för sina anställda samt underleverantörer i andra länder. Hållbar utveckling är ett begrepp som kan sammanfatta innebörden av CSR. Hållbar utveckling innefattar såväl social och miljömässig utveckling som ekonomisk utveckling, att medarbetare, aktieägare och företag skall kunna få en så stabil tillvaro som möjligt, samtidigt som produktionen är resurseffektiv.

År 1991 skapade Archie Carroll en pyramidmodell där CSR är en konstruktion av fyra olika, relaterande områden gällande relationen mellan samhälle och företag. Pyramidens lägsta nivå utgörs av företagets ekonomiska ansvar, d.v.s. att vara vinstgivande. Detta måste uppfyllas för att socialt ansvarstagande skall vara möjligt. Företag har intressenter så som aktieägare, vilka kräver sin andel av vinsten som avkastning på gjorda investeringar, anställda som vill ha säkerhet och rättvisa löner för sitt arbete samt kunder som förväntar sig kvalitet och prisvärda produkter.

Den andra nivån handlar om det juridiska ansvaret. Ett företag måste följa lagen för att vara socialt ansvarstagande.

Det etiska ansvarstagandet består av den tredje nivån. Företag ska följa det som av omgivningen och samhället anses vara etiskt, rätt och rättvist även när det inte är tvingande enligt lag. Etiskt ansvarstagande är, enligt Carroll, det som generellt förväntas av samhället, utöver det ekonomiska och det som omfattas av lagen.

Den fjärde och sista nivån är det filantropiska ansvaret hos företaget. Denna aspekt adresserar många olika områden, exempelvis välgörande donationer, byggandet av dagisverksamhet för de anställdas barn, stöd till de lokala skolorna, konst eller sportevenemang. Detta är något som många



Carroll's CSR Pyramid

Figur 1. Carroll (1979) <http://www.csrequest.net/imagefiles/CSR%20Pyramid.jpg>

företag önskar kunna tillföra samhället och något som är ytterst explicit.<sup>16</sup>

Garriga och Melé delar in CSR begreppet i fyra teorier som utgår ifrån olika synsätt på CSR. Den första teorin benämns *Instrumentala teorin* och grundar sig på Milton Friedmans kända uttalande;

“...the only one responsibility of business towards  
society is the maximization of profits to the shareholders  
within the legal framework and the ethical  
custom of the country” (1970)

Enligt denna teori är företagen endast instrument för vinstmaximering, vilket utgör deras enda sociala ansvar. Det är sålunda den ekonomiska aspekten, av interaktionen mellan företag och samhälle, som företagen bör ta hänsyn till. All social aktivitet utöver den sistnämnda accepteras enbart om den har ett vinstmaximerande syfte. CSR är en väg till ökade vinster för företagen.

Den *Politiska teorin* fokuserar på interaktionen och kontakten mellan företag och samhälle samt företagets makt, position och inneboende ansvar. Det är framförallt makten som avgör ett företags politiska inflytande och dess plikter gentemot samhället. Ett företag med en stor maktposition involveras i större utsträckning i olika samhällsprojekt och samarbeten.<sup>17</sup>

Den tredje teorin, *Integrativa teorin*, påpekar att företag bör interagera med samhället och dess krav. Ett starkt argument hos denna teori är att företag är beroende av sin omgivning. Ett företags existens hänger samman med de krav som samhället ställer eftersom en gynnsam tillväxt annars inte är möjlig.<sup>18</sup>

Den *Etiska teorin* ser att relationen mellan företag och samhälle är sammanknuten av etiska värderingar. Denna teori ser CSR ur ett etiskt perspektiv, således bör företag åta sig socialt ansvar eftersom det är en etisk plikt gentemot samhället.<sup>19</sup>

## 2.2. Social Legitimitet

Hatch beskriver två krav som omgivningen ställer på organisationer; det första innefattar tekniska och ekonomiska krav som gör att organisationer måste producera och handla med sina varor och tjänster. Det andra gäller sociala och kulturella krav som innebär att organisationer måste spela vissa roller i samhället genom att anpassa sig till rådande värderingar, normer, regler och åsikter. Detta synsätt, att anpassning till organisationens interna mål inte är tillräcklig och att även en anpassning till samhällets värderingar krävs, kallas *Institutionell teori*.<sup>20</sup>

Om en anpassning till sociala krav sker, får organisationen socialt stöd och stärker sin överlevnad. När social legitimitet uppnåtts kan organisationer fortsätta att använda de resurser som finns då samhället har 'godkänt' organisationen. En kritisk synpunkt gällande den institutionella teorin menar att när en organisation väl har lyckats förmedla en positiv bild hos omgivningen räcker det med att bara 'putsas' fasaden för att upprätthålla sin sociala legitimitet. I realiteten kanske bilden av företaget inte stämmer överens med dess verksamhet och eftersom det råder brist på kriterier, som kan bedöma organisationens uppträdande, innebär det att institutionaliserade organisationer endast ytligt kan ställas till svars inför samhället.<sup>21</sup>

<sup>16</sup> Matten, D., Moon, M., (2000) sid. 337

<sup>17</sup> Garriga, E & Melé, D., (2004) *Corporate Social Responsibility theories: Mapping the territory*, Journal of Business Ethics, sid. 2 f.

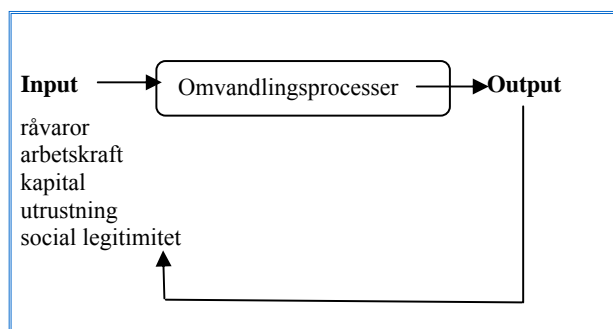
<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> Hatch, M., J., (2002) *Organisationsteori- moderna, symboliska, och postmoderna perspektiv*, Studentlitteratur, sid. 108

<sup>21</sup> Hatch, M., J., (2002) sid. 109 f.

Den institutionella teorin sätter social legitimitet på listan över input i nedanstående modell av organisationer som ett öppet system.



Figur 2: Social legitimitet som en organisatorisk resurs; social legitimitet kan ses som en form av input till organisationens omvandlingsprocesser tillsammans med andra resurser.

Hatch M., J., (2002) *Organisationsteori- moderna, symboliska, och postmoderna perspektiv*, sid. 111

Organisationer är inte endast beroende av råvaror, arbetskraft, kapital, kunskap och utrustning utan de är även beroende av att accepteras i det samhälle de opererar i. En omgivning som ständigt ifrågasätter organisationens verksamhet kan allvarligt hota dess överlevnad och i värsta fall kan det leda till att verksamheten måste upphöra.<sup>22</sup>

### 2.3. Corporate Citizenship

Begreppet *Global Corporate Citizenship* har formulerats av Schwab i artikeln ”*Global Corporate Citizenship; Working With Governments and Civil Society*” och beskriver företagen som intressenter tillsammans med staten och det civila samhället. Det räcker inte bara att ha bra relationer med sina stakeholders, internationella företag måste se sig själva som en del av den globala utvecklingen och ta hänsyn till exempelvis klimatförändringar, energi- och resursförbrukning samt den allmänna hälsan, eftersom alla sådana faktorer påverkar hela företagsverksamheten. Den ökade globaliseringen minskar även staternas makt, hävdar Schwab.

Då handeln breder ut sig och statsgränser alltmer suddas ut får internationell handel mer makt. Till följd av detta krävs bilaterala, regionala eller globala lösningar för att effektivt samla resurser. De lösningar som stater erbjuder är således otillräckliga. De internationella företagens roll har blivit allt viktigare eftersom deras verksamhet påverkar den ekonomiska och politiska stabiliteten i världen. Antalet transnationella och globala företag stiger ständigt och kraven på socialt ansvarstagande skärps. Eftersom dessa typer av företag är så nära sammanknutna med staten, samhället, miljön och människorna i sin omgivning har de förväntningar på sig och bevakas ständigt av intressentgrupper som uppmärksammar varje steg och snedsteg.<sup>23</sup>

Det större sociala ansvarstagandet från företagens sida måste också ses i kontext av ett allt mer aktivt civilt samhälle. Det civila samhället har fått en framstående roll i internationell media och därmed en starkare röst att göra sig hörd. Även antalet globala NGO:s har ökat kraftigt på senare år. Detta har medfört hårdare konfrontationer med transnationella och globala företag, vilket resulterat i att fler företagsledare, främst i utvecklingsländer, har tagit på sig ett större socialt ansvar. *Global Corporate Citizenship* är en logisk förlängning av företagens sökande efter hållbar ekonomisk och social utveckling, något som genererar mervärde både för företagen och för det globala samhället. Det innefattar även rättigheter och ansvar gentemot världens medborgare.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> Hatch, M., J., (2002) sid. 110 f.

<sup>23</sup> Schwab, K., *Global Corporate Citizenship; Working With Governments and Civil Society* (2008) Foreign Affairs

<sup>24</sup> Ibid.

## 2.4. Tidigare forskning

### 2.4.1. Tidigare forskning om ekonomiska samband

Många forskare har försökt att hitta samband mellan ekonomisk prestation och CSR. Arlow & Gannon forskade i huruvida det fanns en koppling mellan ett företags resultat och deras CSR-aktiviteter, studien kom dock fram till att det inte fanns någon koppling mellan ett företags CSR och finansiella prestation. Enligt dem skulle detta kunna bero på att det är ett långt tidsgap mellan CSR-aktiviteterna och tidpunkten då lönsamheten beräknas, därför är det svårt att se ett samband. Arlow & Gannon menade att även om företag hade uppfattat vikten av att vara socialt ansvarstagande så sätts andra mer tydliga ekonomiska mål i första hand. De anser att social aktivitet påverkas av andra faktorer som organisationens storlek och typ. En annan anledning till varför inget samband uppkom menar de kan bero på det tidsgap som uppstår från det att CSR-aktiviteten genomförs och det att ekonomiskt resultat beräknas.<sup>25</sup>

Stanwick & Stanwick utförde sin undersökning under sex år genom att använda sig av *Corporate Reputation Index*, ett index vars tillförlitlighet grundar sig på ett företags finansiella position. Den finansiella prestationen mäts genom att företagets årsresultat divideras med nettoomsättningen, Stanwick & Stanwick visade på ett mycket starkt positivt samband mellan ett företags lönsamhet och dess ställning på *Corporate Reputation Index*.<sup>26</sup>

### 2.4.2. Tidigare forskning om miljö och storlekssamband

Stanwick & Stanwick undersökte även i samma studie om det fanns samband mellan CSR och den miljömässiga prestationen samt organisationens storlek. Den miljömässiga beräknas utifrån ett företags utsläpp och organisationens storlek bestäms av nettoomsättningen. Deras studie visade på ett positivt resultat mellan storlek och CSR. De förklarar att stora företag ofta uppmärksammas i media och har därmed högre krav på sig.<sup>27</sup>

Cochran och Wood menar att det finns samband mellan ålder, tillgångar och CSR. De hävdar att företag vars tillgångar är äldre har sämre CSR. Författarna menar att detta kan bero på att äldre företag är mindre flexibla än nystartade<sup>28</sup>. Författarna anger tidpunkten för företagets grundande som en möjlig orsak till korrelationen, exempelvis fanns inte lika hårda regleringar av utsläpp på sextio talet som det finns idag. Ytterligare en faktor är skillnaden i teknologi mellan gamla och nya industrier. De industrier som anlagts för exempelvis 40 år sedan släpper ut mycket mer och måste göra omfattande renoveringar för att minska utsläppsnivån och energiförbrukningen.<sup>29</sup>

### 2.4.3. Kritik mot ekonomiska samband

Ullman menar i sin artikel att relationen mellan ett företags sociala prestation och ekonomiska prestation är komplex. En positiv relation skulle kunna betyda att enbart de företag som gör bra ifrån sig skulle ha råd att kunna utöva ett socialt ansvar utöver den vanliga verksamheten men även att företaget arbetar effektivt med att uppfylla sina stakeholders krav. En negativ korrelation beror däremot på den mängd resurser som krävs för att ha en hög nivå av CSR. Ullman hävdar att ett företags sociala ansvarstagande är nära relaterad till vilka krav som ställs på företag av den storleken eller den bransch de verkar i. Han skriver även om de studier som tidigare gjorts gällande relationen mellan ekonomisk prestation och CSR vilka har haft olika resultat både positiva och negativa, enligt Ullman beror det på tre olika faktorer: bristfällig teori, den empiriska datans tillgänglighet samt

<sup>25</sup> Arlow, P. & Gannon, J. M. (1982) *Social Responsiveness, Corporate Structure, and Economic Performance*, sid. 235-240

<sup>26</sup> Stanwick, P., A. & Stanwick, S., D. (1998) *The Relationship Between Corporate Social Performance, and Organizational Size, Financial Performance, and Environmental Performance: An Empirical Examination*, sid 196

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Cochran, P., L. & Wood., R., A. (1984) *Corporate Social Responsibility and Financial Performance*, sid. 54

<sup>29</sup> Ibid. sid. 54 f.

ofullständiga resultatmått.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Ullmann, A., A. (1985) Data in search of a theory: A Critical Examination of the Relationship among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S Firms, sid. 540-557



## 3. Metod

---

Detta avsnitt har för avsikt att för läsaren förklara hur vi har utformat vårt mätinstrument för värderingen av CSR- redovisningar. Därefter följer en förklaring av valda variabler samt en beskrivning av de statistiska metoder och analyser som gjorts.

---

### 3.1. Undersökningsansats

Vår undersökning är en empirisk studie av testande och kartläggande karaktär. Vi kartlägger CSR-arbetet på de 65 valda företagen som är listade på Large Cap och testar våra hypoteser. Företagen delas in i tre företagstyper och för varje sådan undersöker vi om det finns ett samband mellan CSR-arbetet och variablerna *storlek*, *utlandsverksamhet* och *lönsamhet* som vi räknat ut. Detta kommer att göras med hjälp av den information som ges i årsredovisningarna för år 2007. Vi har således en induktiv ansats där vårt forskningsresultat kan bidra till nya teoretiska insikter.<sup>31</sup>

I vår undersökning har vi använt oss av både kvantitativa och kvalitativa metoder. En av de kvalitativa forskningsmetoderna är innehållsanalysen, som genomförs för att värdera varje företags CSR- arbete enligt de kriterier som vi har formulerat. Kriterierna avser mäta olika aspekter av den CSR- rapport som finns dokumenterad i årsredovisningarna. Den andra kvalitativa metoden kodar kriterierna på en ordinalskala, enligt vilken innehållsanalysen utförs. Kvantitativa metoder innefattar standardiserade analysverktyg, så som centralmått och spridningsmått, för att uppnå en så hög grad av validitet och reliabilitet som möjligt<sup>32</sup>. Dessa mått kommer att användas för att, med ett plottdiagram, uppskatta sambandet mellan CSR- arbetet och de olika variablerna. Dessa beräkningar bygger på de kvalitativa forskningsmetoderna och har som syfte att beräknar ett medelvärde av CSR- talen, som bildar *CSR- totaliteten*. Därefter sätts den i relation till de olika variablerna för att fastställa hur dessa påverkar ett företags CSR- arbete och för att få fram eventuella samband.

#### 3.1.2. Val av teorier

De teorier som har valts ut för denna undersökning har som syfte att ge en förståelse för Corporate Social Responsibility, vilket är viktigt eftersom detta utgör vårt undersökningsobjekt. Med dessa teorier hoppas vi även kunna få ett bra underlag för den slutliga analysen av denna studie.

#### 3.1.3. Val av företag

Vi har valt samtliga företag listade på Large Cap år 2008, d.v.s. 65 stycken. Vårt mål är att få en övergripande bild av CSR- aktiviteten på den svenska marknaden. Varför dessa företag valts ut för denna undersökning är delvis för att informationen är lättillgänglig men även för att företagen på Large Cap är de största bolagen på den svenska marknaden och har således en stor påverkan, både ekonomiskt och miljömässigt, där de opererar. De har även en hög press på sig, från media och intressentgrupper, att bedriva ett ansvarsfullt företagande. Vi anser att undersökningens relevans stärks genom denna urvalsgrupp. Några av dessa svenska företag listas högt på exempelvis *Down Jones Sustainability Index* och *Global 100* tillsammans med stora utländska bolag<sup>33</sup>. Detta möjliggör en global jämförbarhet vid vidare forskning och vår studie blir även aktuell i en bredare kontext.

---

<sup>31</sup> Bell, E., Bryman, A., (2005) sid. 25

<sup>32</sup> Svenning, C., (1999) *Metodboken- samhällsvetenskaplig metod och metodutveckling*, sid. 67 f.

<sup>33</sup> <http://www.global100.org/2008/index.asp> (2008-04-10)



### 3.1.4. Uppsatsens definition av CSR

Uppsatsens definition av CSR grundar sig på GRI:s riktlinjer samt FN:s Global Compact och dess tio principer på områdena mänskliga rättigheter, arbetsförhållanden, miljö och anti-korruption. Dessa ligger till grunden för värderingarna kring CSR, d.v.s. att företagens sociala arbete innefattar dessa principer och att GRI:s riktlinjer beaktar dessa vid granskning av CSR- redovisningar. Det kan således vara till hjälp att ha dessa i bakhuvudet vid utförandet av undersökningen då GRI bygger på dessa. Nedan följer Global Compact:s tio principer.<sup>34</sup>

#### **Mänskliga rättigheter**

1. Företag bör stödja och respektera internationella mänskliga rättigheter; och
2. försäkra sig om att de inte är medbrottslingar till missbruk av mänskliga rättigheter

#### **Arbetsförhållanden**

3. Företag bör upprätthålla rätten till facklig anslutning och kollektiva förhandlingar
4. eliminera allt tvångsarbete
5. förbjuda barnarbete
6. förbjuda diskriminering på arbetsplatsen och vid anställning

#### **Miljö**

7. Företag ska vidta säkerhetsåtgärder gällande miljö
8. uppmuntra till att ta ett större ansvar för miljön
9. främja spridningen av miljövänlig teknologi

#### **Anti-korruption**

10. Företag skall arbeta mot alla former av korruption, inklusive utpressning och mutor

Dessa tio principer kommer att beaktas vid utförandet av undersökningen genom de riktlinjer som GRI har formulerat. Riktlinjerna utvärderar CSR- arbetet i en årsredovisning mot bakgrund av de ovannämnda områdena. De riktlinjer vi fokuserar på och som kommer att ligga till grund för våra kriterier är *materiality*, *stakeholder inclusiveness*, *sustainability context* och *completeness*.

*Materiality* granskar innehållet i en rapport med avseende på ekonomisk, miljömässig och social påverkan.<sup>35</sup>

*Stakeholder Inclusiveness* syftar till hur väl det framgår vilka stakeholdersföretaget har och hur de svarar på deras intressen och förväntningar.<sup>36</sup>

*Sustainability Context* handlar om hur ett företag uttrycker att de ämnar bidra eller bidrar till en hållbar utveckling. Informationen om företagets CSR skall sättas i ett bredare hållbarhetskontext, d.v.s. i relation till globala eller regionala förhållanden gällande ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet.<sup>37</sup>

*Completeness* syftar till kvaliteten av ett företags CSR- redovisning. Bland annat är det viktigt att uppskatta hur många hållbarhetsaspekter som redovisas samt hur tydligt dess insats och påverkan förklaras. Det finns även ett krav på tidskonsistent redovisning samt en jämförbarhet av CSR-aktiviteterna över tiden.<sup>38</sup>

<sup>34</sup> <http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html> (2008-04-20)

<sup>35</sup> [http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF25F735235CA44/0/G3\\_GuidelinesENU.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF25F735235CA44/0/G3_GuidelinesENU.pdf), sid. 8 (2008-04-20)

<sup>36</sup> Ibid. sid. 10

<sup>37</sup> Ibid. sid. 11

<sup>38</sup> [http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF2-5F735235CA44/0/G3\\_GuidelinesENU.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF2-5F735235CA44/0/G3_GuidelinesENU.pdf), sid. 12 (2008-04-20)

De tio principerna och de ovannämnda riktlinjerna formar den grund vi står på när vi bedömer de valda företagens CSR- rapporter. FN:s tio principer ger en djupare förståelse för vilka aspekter CSR bör innefatta. Tillsammans med riktlinjerna bildar principerna en bild av vad CSR innebär och hur det bör redovisas för att uppnå en så hög tydlighet och förståelse som möjligt för företagens insats och påverkan.

### 3.1.5. Datainsamling

Vår datainsamling kommer till största delen att utgöras av sekundärdata från årsredovisningar som sedan sammanställs för undersökningen. Det är särskilt viktigt att detta material noga utvärderas vad gäller precision, validitet, reliabilitet och relevans i förhållande till undersökningens syfte och frågeställning. Informationen i årsredovisningarna kommer grundligt att granskas och analyseras enligt de kriterier som formulerats för mätningen av CSR- talet. Som forskare bör man ställa sig frågan om det redan finns tillgänglig sekundärdata om det objekt man ämnar studera och hur man i detta fall kan dra nytta av och analysera denna information för att besvara sin frågeställning. Denna uppsats behandlar en hittills okänd frågeställning men kan dra fördelar av studier som undersökt liknande frågor och låta sig inspireras av dessa. En annan sekundär källa är således andra uppsatser som utrett frågor kring CSR och som kommer att användas som stöd i konstruktionen av vårt mätinstrument. Detta instrument kommer att, som tidigare nämnt, baseras på en kvalitativ innehållsanalys som görs av årsredovisningarnas CSR- rapport.<sup>39</sup>

Teorier kring begreppet CSR och relevanta teoretiska modeller samlas in från relevant litteratur och artiklar. Internet kommer även att användas som en källa, då främst för att få information om olika regler för CSR-arbete som utformats av NGO:s.

Hårddata, som utgör grunden i en kvantitativ metod och uttrycks i siffror, kommer att samlas in genom beräkningar av medelvärden, korrelation och regression. Dessa siffror kommer att ge oss en överblick över hur undersökningsmaterialet ser ut. Hårddatan möjliggör även en beskrivning av undersökningsobjektets kvaliteter. I denna undersökning kommer hårddatan först att samlas in genom att räkna ut CSR- talets totalitet för varje företagstyp och sedan sätta det i förhållande till variablerna. Slutligen kommer data att analyseras med hjälp av plottdiagram som görs i programmet SPSS.

### 3.1.6. Validitet

Validitet handlar om förmågan att mäta det man avser att mäta. Begreppet kan delas in i yttre och inre validitet. Inre validitet handlar om själva undersökningen, dess upplägg och uppdelning samt dess direkta koppling till teori och empiri. Undersökningsdesignen är av högsta vikt då alla delar i undersökningen måste uppfylla dessa krav för att projektet i sin helhet ska uppnå validitet. Att ställa rätt frågor, använda ett tillräckligt antal indikatorer och korrekta mätinstrument är avgörande för undersökningen. Den enklaste formen av inre validitet är *face validity* som begränsar sig till forskarnas personliga bedömningar om att det verkar finnas en samklang mellan teori och empiri.

Vi har valt ut teorier som vi finner lämpliga och som kan hjälpa oss att definiera egna riktlinjer och kriterier i forskningen kring CSR- talet. Teorierna bygger på aktuella artiklar och andra studier som har gjorts i ämnet CSR, därför är dessa hjälpmedel passande och relevanta för vår undersökning.

*Innehållsvaliditet* är ytterligare en variant av den inre validiteten och syftar till att fånga alla aspekter av frågeställningen<sup>40</sup>. I vårt fall ska vi först undersöka CSR- informationen som ges i årsredovisningarna. För att göra detta med en hög grad av giltighet måste vi till att börja med utreda begreppet 'CSR'. Sedan måste det operationaliseras för att täcka alla aspekter med konkreta frågor.

Frågeställningen formuleras utifrån vår definition av CSR och alla forskningsmetoder

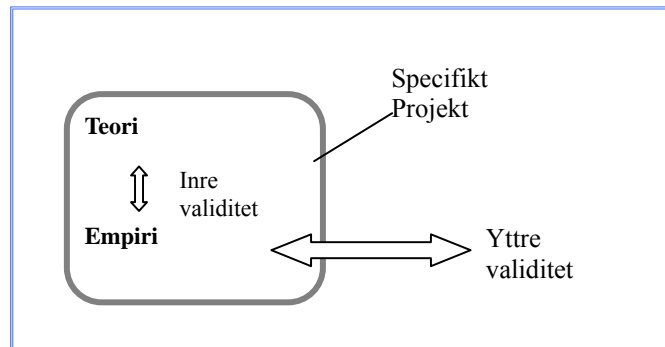
---

<sup>39</sup> Lundahl, U. & Skärvad, P. H. (1999) *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*, Studentlitteratur sid. 97, 131 ff.

<sup>40</sup> Lundahl, U. & Skärvad, P. H. (1999) sid. 67 f.

kommer att bygga på vad vi klassificerar som relevant CSR- aktivitet. Även kriterierna för innehållsanalysen grundar sig på definitionen av CSR. Dessa kriterier har två underfrågor vardera för att fånga in så många aspekter av CSR- arbetet som möjligt. För att kunna mäta CSR-aktiviteterna har underfrågorna klassificerats på en ordinalskala (förutom 1b och 5) som skall ta hänsyn till alla dimensioner av frågan.

Den yttre validiteten tar hänsyn till undersökningen som helhet med krav på möjligheten att konkret generalisera utifrån ett urval, teori och en specifik studie. För vår kvantitativa studie är den grundläggande förutsättningen att den empiriska grunden är riktig för att kunna generalisera och dra relevanta slutsatser utifrån resultatet.<sup>41</sup>



Figur 3: Förhållandet mellan inre och yttre validiteten, efter Svenning, C. (1999), *Metodboken – samhällsvetenskaplig metod och metodutveckling*, sid. 61

### 3.1.7. Reliabilitet

Reliabilitet handlar om att uppnå tillförlitliga resultat. En undersökning som görs ett upprepat antal gånger med samma syfte och metoder ska ge samma resultat, givet att objektet som studeras inte har förändrats. För kvantitativa undersökningar är kravet på reliabilitet högt. Fel som kan uppstå härleds till alla led i undersökningen så som urval, formulerade frågor, tolkningsfel etc. För att öka graden av reliabilitet i en studie bör klara definitioner formuleras av de begrepp som används. Det är även fördelaktigt att använda sig av flera indikatorer för att fånga frågans komplexitet och försäkra sig om en ökad tillförlitlighet hos de data som används.<sup>42</sup>

Denna undersökning har ett relevant urval och använder sig av flera indikatorer och uppdelningar för att stärka reliabiliteten. Våra indikatorer utgörs av variablerna storlek, utlandsverksamhet och lönsamhet som sätts i relation till varje företagstyp. Dessa indikatorer och företagstyper fångar in olika faktorer som kan påverka CSR- arbetet. Detta stärker undersökningens tillförlitlighet då olika aspekter som kan påverka resultatet tas med i beräkningarna.

<sup>41</sup> Ibid. sid. 62

<sup>42</sup> Ibid. sid. 63 f.

### 3.1.8. Innehållsanalys

En innehållsanalys, så kallad textanalys, ska bygga på en teori som vägleder analysen<sup>43</sup>. I denna undersökning kommer vår textanalys att stödjas av de CSR- kriterier vi har utformat med hjälp av *Global Reporting Initiative's* krav för vad som är god redovisning av CSR<sup>44</sup>. Teorier om CSR- begreppet samt definitionen i denna uppsats ligger till grund för uppfattningen om vilka aspekter av CSR som denna forskning innefattar. Den formen av textanalys som används i vår undersökning är en *utsägelseanalys*<sup>45</sup>. Med detta menas att analysens resultat kommer att förmedlas ur det perspektiv som författarna valt. I vårt fall kommer resultatet att formas utifrån de definitioner, kriterier, och mätinstrument som vi har formulerat.

I årsredovisningarna kommer vi endast att uppmärksamma den information som behandlar miljö, socialt ansvar och arbetsförhållanden. Upplýsningar som klassificeras som relevanta för vår studie ska stå under rubrikerna *Hållbar utveckling*, *Socialt ansvarstagande*, *Ansvarsfullt företagande*, *Företagets roll i samhället* och *CSR*. För att fastställa mängden och kvaliteten på den information som ges använder vi oss av de framtagna kriterierna *signifikans*, *inkludering av stakeholders*, *hållbarhetskontext*, *kvalitet* och *fullständighet*. Varje företags CSR- rapport bedöms enligt dessa kriterier, som består av två underfrågor, vardera för att fånga in flera nyanser och aspekter av temat. Innehållsanalysen utförs på så sätt att texten först noggrant läses igenom för att sedan genomgå en granskning enligt underpunkterna för varje kriterium. Exempelvis bedöms rapportens signifikans med punkterna a) *Framgår det uttryckligen hur företagets kärnverksamhet bidrar till en hållbar miljömässig, ekonomisk och social utveckling?* och b) *Går det att tydligt utläsa företagets engagemang i olika intresseorganisationer som har ett inflytande över CSR- arbetet?* Sedan klassificeras och kodas textens innehåll enligt respektive underpunkt. Punkt a) klassificeras på en ordinalskala mellan ett till fem och vid ett positivt svar på punkt b) erhålls 0,5 i extrapoäng. Skalan är särskilt framtagen för varje kriteriums underpunkter och har för avsikt att mäta tydlighetsgraden för kriterierna i CSR- rapporten.

Innehållsanalysen för varje årsredovisning genomförs av två personer i olika omgångar. Först granskar en person CSR- rapporten enligt nämnda kriterier och antecknar sina bedömningar, sedan går den andra personen igenom samma rapport oberoende av tidigare granskning. När båda bedömningarna gjorts jämförs resultaten för att fastställa hur CSR- rapporten uppfattats av de båda granskarna. När resultaten jämförs går båda granskarna igenom rapporten för att fånga in så många aspekter och tolkningar av kriterierna som möjligt. Efter detta gör båda personerna tillsammans en tredje bedömning av de kriterier som skiljer sig åt. Denna procedur görs för att öka undersökningens tillförlitlighet. Dock kan subjektiviteten inte undgås helt vid kvalitativa metoder. Vi anser att vår undersökning är relevant och tillförlitlig eftersom årsredovisningen kan ses som företagets ansikte utåt och budskapet som förmedlas riktar sig till intressenter som uppfattar informationen på olika sätt.

Vi försöker minska variationen i dessa tolkningar genom att granska rapporten i tre omgångar. Det alternativa tillvägagångssättet för att mäta CSR- aktiviteten hade varit att göra någon sorts totalstudie av företagen på Large Cap genom att tillfråga ansvariga inom området på varje företag, skicka ut enkäter till anställda eller göra intervjuer för att få deras bild av CSR- arbetet på respektive företag. Även en undersökning av det praktiska CSR- arbetet på företagen skulle kunna göras, och en undersökning av samarbetet med underleverantörer skulle även ge en bild av hur väl etiska koder och riktlinjer uppfylls. Dock kräver sådana undersökningar mer än tio veckors arbete och enkäter samt utfrågningar av företagen kan ge en partisk beskrivning av arbetet. Till vår fördel har ingen av oss någon anknytning till företagen och endast haft ytlig kännedom om dem, vilket medför att vi kan granska rapporterna opartiskt. När alla 65 rapporter genomgått denna process

<sup>43</sup> Lundahl, U. & Skärvad, P. H. (1999) sid. 159

<sup>44</sup> [http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF2-5F735235CA44/0/G3\\_GuidelinesENU.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF2-5F735235CA44/0/G3_GuidelinesENU.pdf), sid. 8 ff. (2008-04-20)

<sup>45</sup> Lundahl, U. & Skärvad, P. H. (1999) sid. 160

räknas ett vägt medelvärde för respektive företag som vi benämner *CSR- totaliteten*. Syftet är att beräkna ett tal som kan ge en övergripande bild av de valda företagens CSR-arbete med utgångspunkt från årsredovisningarna för år 2007.

### 3.1.9. Fördelar med innehållsanalys och motivering

Innehållsanalysen är en så kallad *öppen* metod där det är lätt att beskriva de urval som gjorts samt att analysera de observationer som görs i undersökningen. I vår undersökning är det företagets CSR-arbete som skall värderas och approximeras, därför är en innehållsanalys att föredra i vårt fall. Ytterligare en fördel med att använda sig av denna metod i vår studie är att den möjliggör en CSR-analys över tiden baserad på företagets årsredovisningar samt jämförbarhet mellan olika typer av företag. För vidare forskning kan det vara relevant att undersöka hur CSR- arbetet och sambanden med variablerna förändrats över tiden.<sup>46</sup>

Innehållsanalysen kan utforska känsliga frågeställningar, i detta fall det sociala ansvar som företagen åtar sig. En alternativ metod för att ta fram sådana data skulle kunna vara genom intervjuer, men då finns det risk att informationen påverkas av intervjuarens närvaro eller att fakta vinklas eftersom det rör sig om frågor som kan inverka på ett företags rykte eller prestige. Begreppet *social önskvärdhet* beskriver det sistnämnda problemet. Detta innebär att respondenten styr sina svar enligt det han/hon tror är det ”rätta” svaret eller efter det som kan anses önskvärt från intervjuarens sida.<sup>47</sup> Dessa problem kan undgå genom en innehållsanalys av CSR- redovisningen. Denna metod är även flexibel då den kan tillämpas på information som följer olika strukturer men ändå kan analyseras eftersom vi har klara definitioner av vad som ska observeras i texten.

### 3.1.10. Risker med innehållsanalys

Innehållsanalysen begränsas till årsredovisningarnas kvalitet och kan endast bli lika bra och utförlig som källan. När information tas från privata källor, så som företag, måste vi som forskare ifrågasätta dess autenticitet och trovärdighet. I vår undersökning utgår vi ifrån att det som står i årsredovisningen är riktigt utan att göra vidare studier eller kontroller av företagets reella verksamhet.<sup>48</sup>

Vid utformandet av en kodad skala är det omöjligt att undgå en viss subjektivitet gällande våra tolkningar. Det är vi som sätter upp ramar för vad som är relevant information, hur kriterier ska utformas samt hur texten ska tolkas. Även om vi försöker vara så objektiva som möjligt, genom att definiera konkreta kriterier, är det våra värderingar som ligger till grunden för mätinstrumentet. Innehållsanalysen hotas även av att vi är flera stycken som utför den. Olika personer tolkar och bedömer fakta på olika sätt, vilket hotar validiteten och reliabiliteten. Vi försöker dock minska denna riskfaktor genom att göra en tredje, gemensam bedömning.

## 3.2. Kriterier för CSR- talet

*Nedan följer våra fem kriterier, enligt vilka innehållsanalysen utförs. Varje kriterium består av två underfrågor. Under denna rubrik förklaras även CSR- talets totalitet, som är summan av alla kriterier.*

### 3.2.1. Signifikans

Årsredovisningens CSR- rapport skall innehålla signifikant information gällande miljömässig, ekonomisk och social påverkan samt arbetsförhållanden<sup>49</sup>. Med detta menas att företaget i rapporten

<sup>46</sup> Bell, E. & Bryman, A. (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Liber Ekonomi, sid. 227

<sup>47</sup> Ibid. sid. 158

<sup>48</sup> Ibid. sid. 227 f.

<sup>49</sup> [http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF2-5F735235CA44/0/G3\\_GuidelinesENU.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF2-5F735235CA44/0/G3_GuidelinesENU.pdf), sid. 8 (2008-04-15)



ska täcka dessa aspekter, som kan ha en avgörande inverkan på intressenters uppfattning om företaget. Detta kriterium syftar till att utreda om den upplysningar som ges i årsredovisningen är av betydelse för att bilda sig en uppfattning om företagets CSR- arbete. Exempelvis kan social påverkan, förutom globalt arbete och krav på leverantörer, handla om engagemang i olika lokala projekt samt stöd till verksamheter som idrott, ungdomsgårdar och dylikt. Det skall även framgå hur företaget behandlar sina anställda samt vilka insatser som görs för att förbättra miljön utifrån den egna verksamhetens karaktär. Ekonomisk påverkan innebär en redovisning av hur företaget hushåller med knappa resurser. Det kan handla om hur ekonomisk tillväxt förhåller sig till förbrukningen av icke-förnyelsebara resurser samt resurseffektiv produktion som skapar mervärde för lokala och globala ekonomier. Kort och gott mäter signifikansen hur väl läsare/intressenter kan uppfatta företagets prestationer.

Influenser från internationella organisationer som övervakar eller bedömer CSR- arbete ska även beaktas då det i stor grad kan påverka ett företags CSR- aktiviteter, exempelvis om organisationen följer *OECD:s* riktlinjer eller om de innehar ett *ISO4000* certifikat.

Signifikansnivån avgörs genom en granskning av rapporten utifrån aspekterna:

- a) Framgår det uttryckligen hur företagets kärnverksamhet bidrar till en hållbar miljömässig, ekonomisk och social utveckling?
- b) Går det att tydligt utläsa företagets engagemang i olika intresseorganisationer som har ett inflytande över CSR- arbetet?

### **3.2.2. Inkludering av stakeholders (kunder, leverantörer, ägare, medarbetare, intresseorganisationer, stat & kommun)**

Som tidigare förklarats i texten tror vi att företagen på Large Cap har ett ganska stort antal intressenter som ställer krav på deras verksamhet. Därför anser vi att stakeholders kan ha avgörande inverkan på ett företags beslutsfattande, mål och vision. Stakeholders förväntningar och intressen är därför viktiga referenspunkter i en CSR- rapport. För att nå ut och förmedla CSR- arbetet till sina intressenter är det av vikt att företaget identifierar dessa och beskriver hur de med mål, strategier, och visioner ämnar uppfylla de krav och förväntningar som ställs. *Inkludering av stakeholders* avser att undersöka hur medvetna företagen är om sina stakeholders samt om företaget har förklarat vilka de är och hur företagets strategier och mål ämnar uppfylla deras intressen<sup>50</sup>. Detta görs genom att se till om det i CSR- rapporten finns tydliga rubriker eller stycken som förklarar vilka intressenterna är och vad företaget gör för att möta och uppfylla deras krav. Observera att ägare inte kommer att räknas in under detta kriterium om de inte står under rubriker gällande socialt ansvarstagande.

Detta kriterium tar hänsyn till faktorerna:

- a) Framgår det tydligt att företaget förstått vilka dess stakeholders är?
- b) Har företaget i rapporten klargjort hur stakeholders intressen uppfyllts?

### **3.2.3. Hållbarhetskontext**

Informationen i CSR- rapporten ska sättas i rätt sammanhang och svara på frågorna hur organisationen bidrar eller ämnar bidra till framtida utveckling gällande miljö, sociala och ekonomiska förhållanden på lokal, global eller regional nivå<sup>51</sup>. För att besvara dessa frågor räcker det inte med endast en redovisning av företagets trender av individuella prestationer. En diskussion krävs kring prestationen i relation till de begränsningar och krav, som finns där företaget verkar, gällande miljömässiga, ekonomiska och sociala resurser. Exempelvis skall förhållandet mellan

<sup>50</sup> [http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF2-5F735235CA44/0/G3\\_GuidelinesENU.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF2-5F735235CA44/0/G3_GuidelinesENU.pdf), sid. 10 (2008-04-15)

<sup>51</sup> Ibid. sid. 11

företagets utsläpp mäts enligt de utsläppsregleringar som råder globalt eller där företaget opererar. Meningen är att organisationen ska påvisa en förståelse för hållbar utveckling ur ett bredare perspektiv och utvärdera sitt handlande med den aktuella globala utvecklingen i bakhuvudet. För att lyckas med detta krävs även en långsiktig handlingsplan och strategier. För att visa vilken påverkan företagets CSR- arbete har är det en fördel om det i rapporten förekommer diagram, tabeller eller detaljerade beskrivningar av vad som har gjorts samt konsekvenser av detta.

Hållbarhetskontext mäts enligt punkterna nedan:

- a) I förhållande till den omgivning företaget verkar i, har de redovisat en framtidsvision/strategi för en hållbar utveckling gällande miljö, sociala och ekonomiska förhållanden samt relationer med samarbetspartners?
- b) Förmedlar företaget CSR- arbetets insats och påverkan i relation till global eller regional hållbarhetsutveckling?

### **3.2.4. Kvalitet**

Den totala CSR-rapporten ska ge en opartisk bild av företagets arbete genom att ta upp både positiva och negativa aspekter av arbetets insats och påverkan. Sådana aspekter kan vara verksamhetens negativa miljöpåverkan samt den insats företaget gör för att minska den skadliga miljöeffekten. Kriteriet *kvalitet* avser granska rapporten med målet att eliminera eventuella snedvridningar av fakta som kan påverka läsarens uppfattning om CSR- arbetets karaktär samt genomskåda överdrivna prestationsrapporteringar<sup>52</sup>.

För att bestämma kvaliteten av en CSR-rapport har följande kriterier formulerats:

- a) Finns det någon balans mellan positiva och negativa aspekter av företagets prestationer?
- b) Är CSR-aktiviteter redovisade på årsbasis och är de jämförbara samt lätta att analysera?

### **3.2.5. Extern CSR- rapport**

En ytterligare CSR- rapport, vid sidan av det som står i årsredovisningen, kan ge en indikation på hur företaget ser på sitt sociala arbete. En sådan rapport skulle kunna tolkas som en redovisning av aktiviteter som inte anses tillhöra företagets verksamhet utan är en slags extra insats gällande miljö, socialt ansvar och arbetsförhållanden. Om det utöver informationen i årsredovisningen hänvisas till en extern CSR- rapport skall denna tas i beaktande endast om den är redovisad på årsbasis. Den externa CSR- rapporten ska således vara en slags förlängning av årsredovisningen. Hänvisningar till information på hemsidor kommer inte att inkluderas under detta kriterium.

- a) Finns det hänvisningar till en extern CSR- rapport?

### **3.2.6. CSR- talets totalitet**

CSR- rapportens totalitet avgörs av hur väl företagens rapporter uppfyller de ovannämnda kriterierna *signifikans a)*, *inkludering av stakeholders*, *hållbarhetskontext* och *kvalitet*. Ju bättre dessa kriterier uppfylls desto högre rankas CSR- rapporten på ordinalskalan och intressenterna kan ta del av en mer detaljerad, tydlig och balanserad rapport. Totaliteten räknas ut genom ett medelvärde för samtliga kriterier och för varje företag. Sedan adderas 0,5 poäng till medelvärdet för varje positivt svar på fråga *signifikans b)* och *extern CSR- rapport*. Tillsammans bildar dessa värden CSR- talets totalitet. Totaliteten möjliggör en rankning av företagens CSR- arbete inom respektive företagstyp.

---

<sup>52</sup> [http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF2-5F735235CA44/0/G3\\_GuidelinesENU.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF2-5F735235CA44/0/G3_GuidelinesENU.pdf), sid. 12 (2008-04-15)

### 3.3. Mät skala för CSR- talet

Skalan för värderingen av kriterierna *Signifikans a)*, *Inkludering av stakeholders*, *Hållbarhetskontext* och *Kvalitet* är en ordinalskala som avser mäta tydligheten i en CSR- rapport. De nämnda kriterierna kommer att rangordnas efter hur tydligt underfrågorna tränger igenom rapporten. Underfrågorna kommer att kodas och beräknas enligt en skala från ett till fem. Denna skala går från ”otydligt” till ”fullständig tydlighet” och är således en kvalitativ värderingsskala som ser ut på följande sätt<sup>53</sup>:

**1= Otydligt 2= Ganska otydligt 3= Relativt tydligt 4= Tydligt 5= Mycket tydligt**

För kriterierna *Signifikans b)* och *Extern CSR- rapport a)*, som svarar på om det i årsredovisningen förekommer frivilliga avtal eller överenskommelser samt om det finns en hänvisning till en extern CSR- rapport, erhålls 0,5 poäng vid ett positivt svar. Poängen adderas till det totala CSR- talet, d.v.s. till de beräknade medelvärdena för varje företag.

Syftet med mätskalan är att utvärdera informationen i CSR- redovisningen så exakt som möjligt och minimera graden av subjektivitet hos undersökarna. Skalans frekvens, ett till fem, har utformats med avsikt att spegla de variationer av underfrågorna som kan förekomma i CSR- rapporten.

#### 3.3.1. Förutsättningar och risker med mätinstrumentet

För att lyckas med en relevant mätning av CSR- arbetet måste kriterierna uppfylla krav gällande hur de ska formuleras. För det första måste vi säkerställa att kriteriernas dimensioner inte överlappar varandra, empiriskt eller teoretiskt. Det skall således finnas en tydlig skillnad mellan alla kriterier. Underfrågorna måste också vara tydligt skilda från varandra annars kan osäkerhet uppstå kring hur informationen ska kodas på skalan. Det är även viktigt att alla vi som utför denna undersökning har en klar bild av hur vi skall uppfatta respektive kriterium och underpunkter. Detta förutsätter att mätinstrumentet är väl definierat och så konkret och konsekvent som möjligt.<sup>54</sup>

#### 3.3.2. Signifikans

**a) 1= Otydligt:** Ingen information framgår i rapporten om hur företaget bidrar till social, miljömässig och ekonomiskt hållbar utveckling.

**2= Ganska otydligt:** Informationen finns men enbart inom ett område eller otydligt om två med låg medvetenhet om hur företaget bidrar.

**3= Relativt tydligt:** Det finns information om två av områdena eller otydligt om alla tre med medvetenhet om hur företaget bidrar.

**4= Tydligt:** Information om samtliga områden finns med hög medvetenhet.

**5= Mycket tydligt:** Information om samtliga områden finns och är utförlig med mycket hög medvetenhet.

**b) Ja ger + 0,5 poäng till medelvärdet**

<sup>53</sup> Svenning, C., (1999) sid. 41

<sup>54</sup> Bell, E. & Bryman, A. (2005) sid. 226



### 3.3.3. Inkludering av stakeholders (kunder, leverantörer, ägare, medarbetare, intresseorganisationer, stat & kommun)

a) **1= Otydligt:** Ingen information om företagets intressenter framgår i texten.

**2= Ganska otydligt:** Företaget har identifierat ett fåtal intressenter i texten dock med låg medvetenhet utan att uppmärksamma dessa som intressenter med relationer till företaget. Exempelvis kan medarbetare nämnas som en tillgång, inte som intressenter till företaget.

**3= Relativt tydligt:** Det finns information om företagets intressenter samt medvetenhet om intressenternas existens i förhållande till företaget samt behov.

**4= Tydligt:** Det finns tydlig information och kartläggning av företagets intressenterna. Företaget visar på hög medvetenhet om deras roll.

**5= Mycket tydligt:** Rapporten visar på mycket tydligt på av identifiering och kartläggning av intressenter samt hög medvetenhet om alla tänkbara intressenter förhållande, roll och behov. Exempelvis skall det finnas tabeller, diagram, förklaringar etc.

b) **1= Otydligt:** Det finns ingen information om hur företagets intressenters behov uppfylls.

**2= Ganska otydligt:** Det klargörs otydligt om hur stakeholders intressen uppfylls.

**3= Relativt tydligt:** det klargörs tydligt om fåtal av stakeholders intressen, d.v.s. företaget har uppfattat ett behov hos sina intressenter och det framgår att åtgärder har tagits.

**4= Tydligt:** det klargörs tydligt om hur stakeholders intressen uppfyllts samt finns det en beskrivning av hur företaget uppfyller dessa intressen.

**5= Mycket tydligt:** förmedlar, förutom kraven i föregående punkt, en mycket tydlig och detaljerad bild av hur företaget uppfyller sina stakeholders intressen.

### 3.3.4 Hållbarhetskontext

a) **1= Otydligt:** Det framgår inte av texten vilka strategier eller framtida visioner som företaget har/ska implementera för att bedriva en hållbar miljömässig, social och ekonomisk utveckling. Inte heller har arbetet med samarbetspartners beskrivits utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Det finns inga rubriker eller indelningar på dessa ämnen.

**2= Ganska otydligt:** Det går att utläsa vilka strategier eller framtidsvisioner företaget har, men då måste texten läsas igenom noga för att kunna fånga upp informationen. Inga tydliga rubriker eller indelningar finns. Läsaren kan bilda sig en vag uppfattning om hur företaget bidrar till en hållbar utveckling i den miljö där de opererar. Begränsningar av resurser och de miljömässiga samt sociala och ekonomiska krav som ställs framgår inte tydligt.

**3= Relativt tydligt:** CSR- rapporten innehåller rubriker som behandlar framtidsvisioner och strategier för hur företaget ämnar bedriva en hållbar utveckling. Vid granskningen av texten går det att lätt urskilja de indelningar och rubriker som finns. CSR- rapporten beskriver vilka strategier/visioner företaget arbetar efter för att uppnå en hållbar utveckling och tar upp de krav och kriterier som ställs på samarbetspartners. Dock klargörs det inte fullt ut hur företaget aktivt uppfyller dessa.

**4= Tydligt:** En tydlig CSR- rapport redogör, förutom innehållet i föregående punkt, även för hur företaget uppfyller sina mål, visioner och strategier för en hållbar miljö, social och ekonomisk utveckling samt för arbetet med samarbetspartners. Granskaren får en tydlig bild av vilka ”spelregler” företaget följer samt hur de uppfyller dessa i relation till den omgivning de verkar i.

**5= Mycket tydligt:** För att uppnå en mycket tydlig CSR-rapport krävs det att den innehåller detaljerade redogörelser för hur företaget uppnår sina mål. Exempelvis kan detta göras med hjälp av diagram och tabeller som visar hur organisationens koldioxidutsläpp minskat eller ökat i relation till de mål som satts upp. En redovisning av hur ett sådant mål uppfyllts mellan åren ger också en utförlig beskrivning. Det sociala arbetet ska även redogöras med bakgrund mot strategier och visioner samt arbetet med eventuella

avtal skall redovisas mot mål och syfte.

**b) 1= Otydligt:** CSR- arbetets insats och påverkan sätts inte i relation till global eller regional hållbarhetsutveckling. Årsredovisningen förmedlar inte CSR- aktiviteterna ur ett bredare perspektiv och har inte satt sitt CSR-arbete i global kontext. Det framgår inte hur företagets sociala ansvarstagande bidrar till och påverkar hållbarhetsutvecklingen både i närmiljön och i globala sammanhang.

**2= Ganska otydligt:** CSR- rapporten redovisar insats ur ett regionalt eller globalt perspektiv. Företaget har förstått hur deras insats förhåller sig till ett av perspektiven.

**3= Relativt tydligt:** Insats redovisas både ur ett globalt och ett regionalt perspektiv. Det framgår att företaget sätter sitt handlande i relation till regionala och globala krav som finns gällande hållbar utveckling.

**4= Tydligt:** Insats och påverkan redovisas regionalt och globalt. Det framgår att åtminstone ett samband har förstått.

**5= Mycket tydligt:** Både insats och påverkan redovisas ur ett globalt och regionalt perspektiv. Detta visar att företaget har varit medvetna om på de globala trender så väl som de regionala och kunnat se hur deras handlande inte endast påverkar närmiljön men har även omfattande världsliga effekter. Detta kan i CSR- rapporten redovisats med tabeller och diagram som påvisar miljöeffekten av sin verksamhet samt hur de försöker minska dess negativ påverkan. Exempelvis kan insatser som rening av vatten redovisas samt vad det har gett för verkan.

### 3.3.5. Kvalitet

**a) 1= Otydligt:** Företaget har ingen CSR- rapport eller så är rapporten bristfällig till den grad att inga positiva eller negativa aspekter, som står i direkt anknytning till företagets CSR-arbete, tas upp. Det är svårt att bilda sig en uppfattning om företagets insats och påverkan. Även om det förekommer en beskrivning av CSR- verksamheten så finns det inga direkta och konkreta positiva och negativa aspekter som läsaren kan fånga upp.

**2= Ganska otydligt:** CSR- redovisningen beskriver verksamhetens insats och påverkan utifrån dess positiva effekter. Detta ger inte någon djupare bild av CSR- arbetet. Läsaren får endast ta del av de goda effekterna utan att kunna utvärdera och sätta dem i relation till negativa effekter, som skulle kunna ge en mer nyanserad bild av arbetet.

**3= Relativt tydligt:** Både positiva och negativa aspekter av CSR- arbetets insats och påverkan beskrivs i rapporten, dock inte inom samtliga områden (social, miljömässig och ekonomisk utveckling). Det framgår tydligt vilka positiva effekter företagets CSR-arbete genererar och även några enstaka negativa effekter redovisas på ett ytligt sätt. Detta gör att läsaren kan få en lite djupare bild av företagets CSR-arbete genom att ställa positiva och negativa aspekter mot varandra.

**4= Tydligt:** Båda aspekterna av företagets CSR- verksamhet framgår uttryckligen och täcker alla områdena social, miljömässig och ekonomisk utveckling. Det är lätt att bilda sig en uppfattning om arbetets insats och påverkan. Läsaren kan väga positiva och negativa effekter mot varandra inom samtliga områden för CSR och uppskatta arbetet med bakgrund mot de negativa effekterna. Grafiska hjälpmedel kan förekomma.

**5= Mycket tydligt:** CSR- rapporten redogör även för de konsekvenser som företagets verksamhet innebär. Förutom de positiva och negativa aspekterna har rapporten även behandlat sina eventuella konsekvenser för framtiden så att läsaren kan göra en uppskattning av CSR- arbetets långsiktiga påverkan. Dessutom kan läsaren se utvecklingen av dessa aspekter grafiskt eller i tabeller som sammanfattar konsekvenserna av företagets CSR- arbete under en längre period. Det blir då möjligt att se trender i arbetet samt vilka långsiktiga effekter företagets arbete har för social, miljömässig och ekonomisk utveckling.

**b) 1= Otydligt:** Det framkommer inte inom vilken tidsram CSR- aktiviteter är redovisade. Det går således inte att göra en jämförelse av CSR mellan åren, vilket gör CSR- rapporten svår att analysera.

**2= Ganska otydligt:** Det förekommer gamla CSR- aktiviteter i rapporten, dock går det inte att jämföra med det aktuella CSR- arbetet. CSR- analysen blir bristfällig. Det är ofta svårt att göra en avvägning mellan vad som är aktuell och vad som är gammal CSR- aktivitet.

**3= Relativt tydligt:** Företaget har en redovisad CSR för det aktuella året vilket tydligt uppfattas. Rapporten innehåller tidigare CSR- aktiviteter men dessa är inte alltid daterade. Det går att i stora drag göra en jämförelse mellan åren och analysera arbetets framskridande.

**4= Tydligt:** Det aktuella årets CSR framkommer tydligt och tidigare CSR- aktiviteter är redovisade på årsbasis. Det är lätt att göra en jämförelse av aktiviteterna mellan åren med hjälp av tabeller, diagram och/eller tidslinjer.

**5= Fullständig tydlighet:** Förutom föregående punkt inkluderar CSR- rapporten utförliga grafiska hjälpmedel som visar på procentuella förändringar av företagets CSR- aktiviteter mellan åren. Exempelvis visas ökning, minskning, tillväxt, social påverkan etc. på ett detaljerat sätt med bifogade förklaringar. En jämförelse kan göras mellan åren och inom varje område (social, miljömässig och ekonomisk utveckling), vilket möjliggör en djupare analys av förändringen i CSR- arbetet.

### 3.3.6. Extern CSR- rapport

a) Finns det hänvisningar till en extern CSR- rapport?

Ja ger + 0,5 poäng till medelvärdet.

## 3.4. Variabler

Variablerna utgörs av specifika företagsfaktorer som vi finner intressanta i anknytning till arbeten med CSR bland företag listade på Large Cap. Dessa är *företagsstorlek*, *utlandsverksamhet*, och *lönsamhet*. Avsikten är att sätta CSR- talen i relation till variablerna och därmed i en kontext för att säkerställa undersökningens relevans. Vi undersöker huruvida det finns något samband mellan företagets CSR- tal och variablerna. Om ett samband existerar utforskar vi vidare hur detta ser ut och hur starkt det korrelerar med de olika variablerna. Variablerna undersöks mot bakgrund av våra hypoteser:

- *Stora företag har mer CSR- arbete, därmed tror vi att det finns ett samband mellan CSR och storlek.*
- *Företag med utlandsverksamhet ägnar sig mer åt CSR- arbete. Vi tror att det finns ett samband mellan CSR och utlandsverksamhet.*
- *Lönsamma företag har mer resurser att spendera på CSR, vi tror att det finns ett samband mellan lönsamhet och CSR.*

Vi vill besvara dessa hypoteser genom att ställa oss följande frågor, som vi undersöker med hjälp av variablerna:

- *Har företagsstorleken någon betydelse för satsning på CSR-aktiviteter?*
- *Påverkar andelen utlandsverksamhet CSR- arbetet?*
- *Satsar lönsamma företag mer på CSR än mindre lönsamma företag?*

Varje variabel kommer att räknas för de tre företagstyperna: tillverkande och icke- tillverkande företag samt finans- och fastighetsbolag. Vi har delat upp diagrammen enligt företagstyperna eftersom vi vill undersöka de olika variablerna i förhållande till dessa. Uppdelningen har gjorts för att ta hänsyn till olika faktorer som kan påverka företag av skild karaktär. Det kan röra sig om olika

krav och förväntningar från intressenter och detta leder därmed till skilda förutsättningar gällande CSR-arbete. Exempelvis har många av tillverkningsföretagen sin produktion i utlandet vilket medför att hänsyn till de lokala samt regionala lagar och krav måste tas. Icke- tillverkande företag har ofta andra förhållanden att beakta då de opererar i andra företagsmiljöer. Detsamma gäller för finans- och fastighetsbolag. Med denna gruppering vill vi kartlägga hur CSR- arbeten ser ut för de olika företagstyperna samt om det finns någon grupp som är mer framträdande än andra gällande en viss variabel.

För att illustrera eventuella mönster gällande korrelation och samband görs plottdiagram för varje företagstyp och variabel. Enheter på x-axeln indikerar graden för variablerna och y-axeln CSR- talens storlek (Se resultaten av plottdiagrammen i bilaga 3). Beräkningar av korrelation, genom standardavvikelse och signifikans, har även gjorts för att stärka validiteten och reliabiliteten för diagrammen och våra hypoteser.

### **3.4.1. Storlek**

Måttet storlek har använts för att utreda huruvida företagsstorlek har en inverkan på CSR- arbetet. Som tidigare nämnts är en av våra hypoteser bland annat att stora företag generellt har större krav på socialt ansvar jämfört med mindre företag och att det därför har lett till att fler företag satsat på CSR som varit utöver vad som fordrats av intressenterna. Vi finner det intressant att undersöka om ett sådant samband existerar.

Företagens storlek kan, med uppgifter från årsredovisningen, uppskattas på två sätt. Det första alternativet är att beakta omsättningen för respektive företag. Det andra alternativet för att uppskatta storleken på företagen är att se till antalet anställda. Då bedöms storleken efter det som finns angivet under noten för medelantal anställda i årsredovisningen för år 2007. Motivet till att vi valde antalet anställda som det främsta måttet på företagens storlek är för att omsättningen är ett relativt osäkert mått. Delvis eftersom den skiljer sig mellan branscher men också för att omsättningen inte tar hänsyn till vinstmarginaler och företagens resultat. Till exempel kan företag med hög omsättning till synes vara stort men i realiteten vara litet eftersom vinstmarginalen för företaget är små. Trots detta har vi ändå valt att ha med omsättning då tidigare forskning har visat på att det funnits ett samband (se tidigare forskning).

### **3.4.2. Utlandsverksamhet**

Vi har observerat att många företag på Large Cap har stora andelar utlandsverksamhet. När företag verkar i andra länder ställs de inför andra lagar, regleringar och krav på CSR som de ska anpassa och följa. I Sverige, som har implicit CSR- arbete, finns många av företagens intressenter. Därför är det viktigt att företagen tillgodoser kraven från intressenterna och länderna de opererar i. Intressant att se till är om företag med större verksamhet utomlands även har mer CSR- arbete, eller tvärtom. Målet är således att undersöka om det finns något samband mellan utlandsverksamhet och CSR.

Variabeln för andel av utlandsverksamhet har angivits i procenttal. Denna har inte uppgetts i årsredovisningarna och därför har vi studerat antalet anställda i utlandet i förhållande till det totala antalet anställda för företagen. Antalet anställda för utlandsverksamhet har dividerats med företagets totala anställda för att få fram procentuella andelen av utlandsverksamhet för respektive företag.

### **3.4.3. Lönsamhet**

Flera efterforskningar har gjorts om CSR och dess lönsamhet, men det är fortfarande ovisst huruvida det är lönsamt för företag att arbeta med CSR. Denna variabel har till syfte att undersöka om det finns något samband mellan lönsamhet för företag och CSR.

Det finns två räknesätt som kan tillämpas för att beräkna lönsamhet: vinstprocent och rörelsemarginal. Rörelsemarginalen mäter justerat rörelseresultat i förhållande till nettoomsättningen. Företagets resultat härleds endast från dess kärnverksamhet. Vinstprocenten skiljer sig från rörelsemarginalen då den även tar hänsyn till de finansiella intäkter och kostnader

som företagen gjort från exempelvis bankmedel och andra finansiella tillgångar. Eftersom undersökningen avser att studera hur CSR påverkar eller påverkas av företagets resultat från dess huvudverksamhet har vi använt oss av rörelsemarginal för att kartlägga ett eventuellt samband.<sup>55</sup>

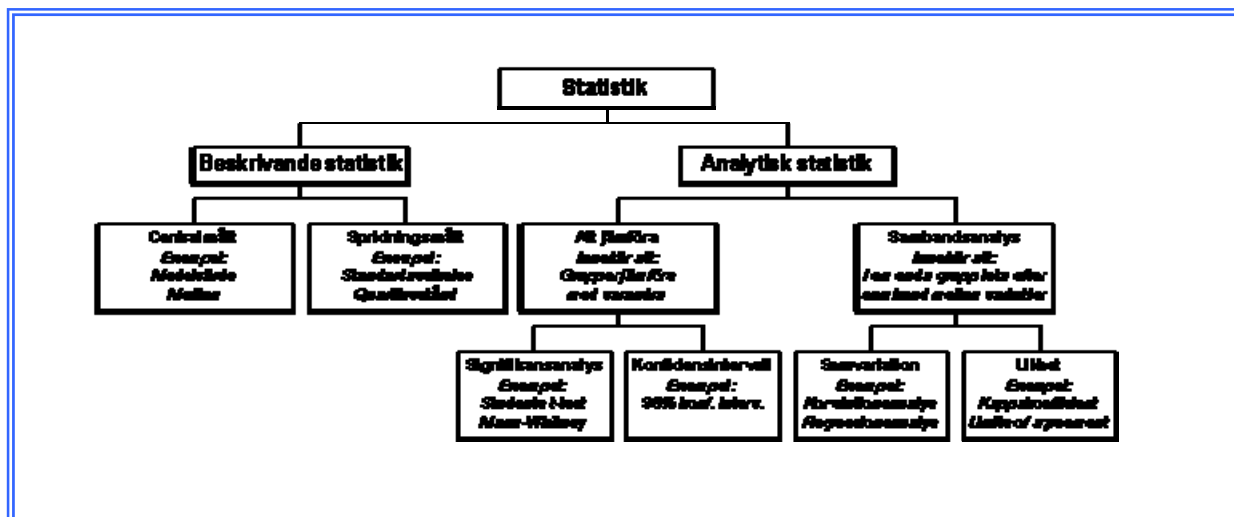
$$\text{Rörelsemarginal (\%)} = \frac{\text{Justerat rörelseresultat}}{\text{Nettoomsättning (justerat)}}$$

---

<sup>55</sup> Arvidson, P., Hansson, S., Lindquist, H. (2006) *Företags- och räkenskapsanalys*, Studentlitteratur. sid. 111 ff.

### 3.5. Utredningsdesign

En totalundersökning har genomförts på samtliga företag listade på Large Cap. Vi har valt att studera ett begränsat antal variabler i relation till CSR till fördel för ett mer tillförlitligt resultat. Syftet är att utredningen ska ge information om huruvida det finns samband mellan CSR och olika variabler.<sup>56</sup> Efter genomförd innehållsanalys använder vi oss av beskrivande statistik för att beräkna CSR- talen.



Figur 4. <http://infovoice.se/fou/bok/10000013.htm>

Den beskrivande statistiska metoden som vi valt att använda har till syfte att ordna, sortera och bearbeta siffror för att göra datainsamlingen mer lätthanterlig.<sup>57</sup>

Centrala begrepp för beskrivande statistik är centralmått och spridningsmått. Centralmått är ett enkelt och sammanfattande mått som beskriver fördelningen av data och värden. Dessa är typvärde, median och aritmetiskt medelvärde. Vi har valt att använda det aritmetiska medelvärdet för att beräkna hur väl respektive företag uppfyller våra kriterier. Måttet är lämpligt eftersom vårt mätinstrument begränsar värdena så att extremvärden exkluderas. Vi har beräknat medelvärdet på de samtliga CSR- talen (se bilaga 2), vi benämner detta medelvärde för CSR- talets totalitet. I undersökningar som innerhåller extremvärden är median och typvärde mer lämpliga val. Nedan följer det matematiska uttrycket för det aritmetiska medelvärdet<sup>58</sup>.

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n}$$

Centralmåtten kombineras ofta med ett spridningsmått som avser att beskriva hur stor spridning fördelningen har och även hur starka sambanden är mellan variablerna<sup>59</sup>. Vi kommer nedan att förklara, steg för steg, hur vi har gått till väga.

<sup>56</sup> Bell, E., Bryman, A., (2005), sid. 261

<sup>57</sup> <http://hem.passagen.se/benthorn/statistik/faktarutabeskr.htm> (2008-05-16)

<sup>58</sup> Körner, S., Wahlgren L., (2002) *Praktisk statistik*, Studentlitteratur 3:e uppl, sid. 75

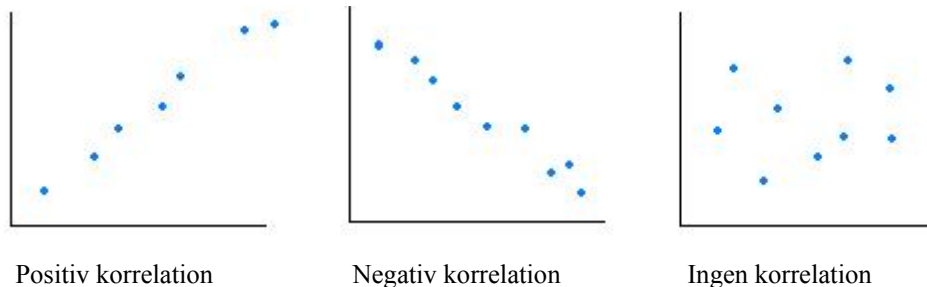
<sup>59</sup> Bell, E., Bryman, A., (2005), sid. 261

### 3.5.1. Steg 1

För att få en tydligare bild har vi valt att utesluta eventuella extremvärden bland variablerna. Extremvärdena räknas ut genom ett boxplot-diagram, se bilagor(1-13), som sammanfattar det insamlade materialet genom fem värden: medianen, under och övre kvartilen samt ett minimum och maximum. De värden som ligger tre kvartilavstånd bortom den övre och undre kvartilen benämns som uteliggare och visas med ett asterisk (\*). Värden som ligger på 1,5 kvartilavstånd kallas för extremvärden och markeras med en ring.<sup>60</sup>

### 3.5.2. Steg 2

När extremvärden har exkluderats undersöks sambanden mellan CSR- talets totalitet och variablerna. Detta görs genom ett plottdiagram som ger en överskådlig bild över sambandet mellan varje företags CSR- tal och variabel. Nedan följer en grafisk förklaring av samband i plottdiagram.



Sambandets styrka mellan olika variabler kan variera. En positiv korrelation råder då ett högt värde på y- variabeln även ger högt värde på x- variabeln. Negativ korrelation råder då ett högt värde på y- variabeln ger lågt värde på x- variabeln. När det inte finns någon korrelation mellan x- och y- variablerna finns det inga samband. Formeln för korrelationskoefficienten ( $r$ ) visas nedan<sup>61</sup>:

$$r_{xy} = \frac{\sum(x_i - x)(y_i - y)}{\sqrt{\sum(x_i - x)^2 \sum(y_i - y)^2}}$$

Korrelationskoefficienten mäter om det finns ett linjärt samband mellan två variabler.

$r = -1$  innebär ett negativt samband och att samtliga observationer ligger på regressionslinjen

$r = +1$  innebär ett positivt samband och att samtliga observationer ligger på regressionslinjen

$r = 0$  innebär att det inte finns något samband mellan variablerna

<sup>60</sup> Körner, S., Wahlgren L., (2002) sid. 99

<sup>61</sup> Ibid. sid. 164 f.



### 3.5.3. Steg 3

Efter att ha plottat varje företagstyp görs en bivariat korrelationsanalys, vilken beräknar sambandet mellan två variabler i syfte att visa hur de två är relaterade till varandra<sup>62</sup>. Om analysen visar på ett samband mellan någon av variablerna (variablerna och CSR-tal). Sambandet visar sig i tabellen *Correlations* under *pearsons correlation* vilket beräknar styrkan på sambandet (signifikans) med en, två eller tre stjärnor.<sup>63</sup>

Signifikansnivån är antingen fem procent, en procent eller 0,1 procent, alla värden över dessa kan förkastas då det inte finns någon korrelation mellan nämnda värden, även om det kan verka som om samband existerar. Det finns även en skala från noll till tre stjärnor, i studien nämnd till 3-tailed, tre stjärnor, 0,1 procent vilket tyder på mycket starkt stöd för sambandet. Tvåstjärnig signifikans på en procent visar på starkt stöd samt den enstjärniga signifikansnivån på fem procent<sup>64</sup>.

I grunden är det mer sannolikt att korrelationskoefficient är statistisk signifikant ju större urvalet är. Det är viktigt att både ta hänsyn till signifikansnivån och korrelationskoefficienten ( $r$ ) då båda påverkar sannolikheten av mothypotesen, båda ska uppmärksammas för en tillförlitlig studie. Om  $r$  exempelvis ligger närmare 0,731, vilket är ett relativt starkt samband och  $\alpha = 1\%$  betyder det att populationen endast vid ett fall av hundra inte har lutningen 0,731.<sup>65</sup>

### 3.5.4. Steg 4

Om den bivariata analysen visar på ett samband mellan de två variablerna samt signifikans görs vanligtvis en linjär regressions och residualanalys. Den ovannämnda korrelationskoefficientens visar styrkan i sambandet medan en regressionsanalys försöker specificera relationens utseende genom en rät linje ( $y = a + bx$ ), där  $a$  = konstanten (interceptet),  $b$  = regressionskoefficienten, lutningen, vilken anger hur mycket  $y$  förändras då  $x$  ökar med en enhet. En regressionslinje visar hur väl de olika mätvärdena ligger linjens väntevärden. En regressionsanalys görs för att visa upp en modell, där  $R^2$ , determinationskoefficienten (nämns i ANOVA-tablån under ostandardiserade koefficienter), demonstrerar diagrammets förklaringsförmåga, dvs. hur väl modellen lyckats beskriva variationerna i den beroende variabeln och används för att mäta korrelationen.

$$\begin{aligned} \Rightarrow R^2 = 1 &\sim \text{fullständig förklaring} \\ \Rightarrow R^2 = 0 &\sim \text{ingen förklaring} \end{aligned}$$

En modell med låg förklaringsgrad kan vara riktig då det kan bero på otillförlitliga mätinstrument, felaktig form på modellen men den kan även spegla en stor verklig variation. I vår undersökning plottas CSR-talen mot vardera variabel och är alltså bestämd från början som den beroende variabeln, d.v.s. den variabeln som är beroende av hur den andra variabeln varierar.<sup>66</sup> En residualanalys, vilken är en viktig del av regressionsanalysen, görs automatiskt vid en regressionsanalys i SPSS, Korrelationskoefficienten mäter enheternas avvikelser kring regressionslinjen. Med residualen  $e$  menas skillnaden på det observerade värdet och det motsvarande enligt regressionslinjen<sup>67</sup>. Variationen kring linjen brukar kallas residualspridning<sup>68</sup>.

$$e = y - \hat{y}$$

<sup>62</sup> Bell, E. & Bryman, A., (2005) sid. 260 f.

<sup>63</sup> Ibid. sid. 263

<sup>64</sup> Körner, S., Wahlgren L., (2006) *Statistisk Dataanalys*, 4e Uppl., Studentlitteratur, sid. 208

<sup>65</sup> Bryman, A., Bell, E., (2005) sid. 269- 271

<sup>66</sup> Eriksson, L.T., Wiedersheim-Paul, F., (1989), *Att utreda och rapportera*, 3:1Uppl., Liber, sid. 71 f.

<sup>67</sup> Körner, S., Wahlgren L.,(2006) sid. 380

<sup>68</sup> <http://www.ises.abo.fi/kurser/stat/8765/forelasning/kapitel7.htm> (2008-05-16)



När man arbetar med ett statistisk material, ligger den stora svårigheten i materialets tillförlitlighet när det gäller att generalisera resultatet till populationen. I undersökningen betyder det att ett samband mellan någon av variablerna och företagstyp skulle vara allmängiltigt för alla företag av samma typ. För att vara säkra på att resultatet är tillämpligt på hela populationen samt riskerna med att dra några slutsatser beräknas materialets signifikans ut.<sup>69</sup> Det vi kartlägger med SPSS har sin utgångspunkt i den klassiska hypotesprövningen, med en utvecklad nollhypotes och en mothypotes. Då nollhypotesen exempelvis menar på att det inte finns något samband och mothypotesen är att det finns ett samband mellan exempelvis ett företags CSR-talet totalitet och dess storlek<sup>70</sup>.

### 3.5.5. Eventuella fel vid beräkning

Vid en statistisk signifikansnivå kan två typer av fel begås: typ I fel begås då nollhypotesen förkastas trots att den är sann vilket kan bero på att sambandet uppkommit av ren tillfällighet. Detta är vanligare vid en större signifikansnivå till exempel när  $\alpha = 0,05$  än när  $\alpha = 0,01$  det vill säga risken för fel av typ I ökar desto större alpha (signifikansnivå man har). Feltyp II, uppstår då i stället, man antar på grund av den ”låga” nivån,  $= 0,01$  att nollhypotesen stämmer trots att den är oriktig. Vid signifikansnivån  $\alpha = 0,0001$ , 3-tailed, trestjäning, är sannolikheten att resultatet är felaktigt bara en på 10 000. Vid fem procent är det ett av tjugo resultat som har typ I fel och vid en procents nivå ett av 100 som har typ II fel. När man beräknar den statistiska signifikansen innebär det en uträkning av sannolikheten att samband mellan två variabler finns.

*”Om en analys som visar på ett statistisk signifikant resultat, behöver detta inte betyda att resultatet i sig är viktigt, som är en av betydelseerna av signifikant – i statistiska sammanhang betyder ordet bara den tilltro en forskare kan ha till sina resultat.”<sup>71</sup>*

### 3.5.6. Kritik mot undersökningsdesignen

Det finns flera aspekter att ha i åtanke när man utreder CSR och variablerna med vårt utformade mätinstrument. Eftersom vi utgår från en stor mängd datainsamling från samtliga årsredovisningar för företag på Large Cap finns det risk för att små misstag begås vid bearbetning av siffrorna för variablerna. Bedömningen av hur väl företagen uppfyller kriterierna kan, på grund av tolkningsfel, göra att den inte blir riktig. Detta kan i sin tur påverka de olika diagrammen och de resultaten vi fått. Vi anser dock att urvalet av företagen är relativt stort och därför påverkar eventuella fel resultatet i liten utsträckning. Eftersom vi endast utgår från årsredovisningarna vid datainsamling granskas inte de CSR- redovisningar som redovisas i en extern bilaga. Detta kan medföra att några företag får lägre CSR- tal. Vi tar hänsyn till denna faktor genom att ge dessa företag 0,5 poäng.

Det finns flera sätt att utforma ett mätinstrument. Olika mått kan användas för att uppskatta variablerna för företagen. De kan vara bristfälliga då vi försökt finna ett gemensamt mått för varje variabel för alla företagsbranscher. Lönsamhetsmått skulle exempelvis spegla förhållanden mer riktigt om olika mått hade används för de olika företagstyperna. Problemet däremot är att det inte går att jämföra dessa mellan olika branscher.

---

<sup>69</sup> Bryman, A., Bell, E., (2005) sid. 268

<sup>70</sup> Körner, S., Wahlgren L.,(2006) sid. 190

<sup>71</sup> Bryman, A., Bell, E., (2005) sid. 269 tabell 11.5

## 4. Empiri

Detta avsnitt innehåller våra empiriska resultat. Det utgörs av plottdiagram för varje företagstyp, uppdelat per variabel samt sammanställda medelvärden från innehållsanalysen. Förklaringar till tabellerna i detta avsnitt finns i bilaga 2.1 och 2.2

Empirin kommer att bestå av det resultat som vi fått fram från vårt mätningssinstrument. Den har sammanställts med flera diagram och tabeller för att på ett enklare sätt åskådliggöra eventuella samband mellan CSR och olika variabler. Nedan har vi delat in empirin efter olika företagsbranscher för att sedan beskriva de olika förhållanden som finns mellan CSR-talen och variablerna. Varje del inleds med en sammanfattande bivariat korrelationsanalys mellan varje variabel och CSR-tal. I denna kan man utläsa korrelationens lutning, *Pearson Correlation* för de olika sambanden och också om de är signifikanta eller inte. Om korrelationens lutning är signifikant följs den av en, två eller tre stjärnor. En stjärna visar på fem procents signifikansnivå och två stjärnor visar på en procents signifikansnivå. Tre stjärnor, som vi förvisso inte har i vårt resultat visar på att en signifikansnivå på 0,1 procent.

I empirin finns det också ett plottdiagram för varje variabel för att ge en översiktlig bild över de olika företagens CSR-tal i förhållande till variabeln. Om den visar ett mönster på eventuella korrelationer kan man utläsa graden av den i den sammanfattande bivariata korrelationsanalysen. Om det finns samband följs plottdiagrammen av en ANOVA-tablå, en analys över regression och residualspridning. Observera att det finns ett litet antal bortfall som utgör de företag som inte angivit information om variablerna eller CSR i sina årsredovisningar. Extremvärden har också exkluderats från diagrammen för att göra dem mer tydliga för läsaren. Vi har använt oss av en boxplot för varje diagram för att se vilka företag som utgör extremvärdena, dessa uppges i bilagorna. Nedan följer de olika företagstyperna och variabler.

### 4.1. Tillverkande företag

Nedan följer samtliga diagram för de tillverkande företagen samt en regression- och residualanalys.

		Correlations			
		CSRTal	Anställda	Rörelsemarginal	Spridning
CSRTal	Pearson Correlation	1,000	-,384*	-,121	-,115
	Sig. (2-tailed)		,040	,525	,532
	N	33,000	29	30	32
Anställda	Pearson Correlation	-,384*	1,000	-,183	,419*
	Sig. (2-tailed)	,040		,370	,030
	N	29	29,000	26	27
Rörelsemarginal	Pearson Correlation	-,121	-,183	1,000	,227
	Sig. (2-tailed)	,525	,370		,229
	N	30	26	30,000	30
Spridning	Pearson Correlation	-,115	,419*	,227	1,000
	Sig. (2-tailed)	,532	,030	,229	
	N	32	27	30	32,000

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

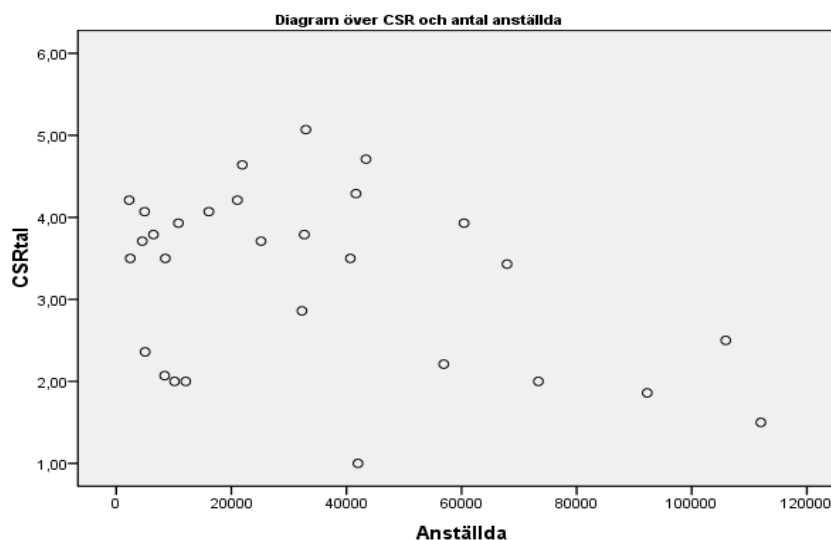
Tabell 1. Visar en bivariat korrelationsanalys på variablerna lönsamhet, antal anställda samt geografisk spridning för tillverkande företag.

### Correlations

		CSRTal	Omsättning
CSRTal	Pearson Correlation	1,000	-,126
	Sig. (2-tailed)		,508
	N	33,000	30
Omsättning	Pearson Correlation	-,126	1,000
	Sig. (2-tailed)	,508	
	N	30	30,000

Tabell 2. Kompletterande korrelationsanalys med variabeln omsättning

#### 4.1.1. CSR och variabeln storlek



Diagrammet är justerat

Diagram 1. Visar på ett negativt samband mellan CSR- tal och antal anställda hos de tillverkande företagen. Securitas är exkluderad i diagrammet då det är extremvärde. Se bilaga 1.

Den bivariata korrelationsanalysen visar på ett samband med lutningen  $-0,384$ , det vill säga en negativ korrelation, med en signifikans nivå på 5 %. Det betyder att företagen har mindre CSR ju fler anställda företagen har. Dock är lutningen relativt svag eftersom den ligger närmare 0 än  $-1$ , något som även visar sig med den enstjärniga signifikansnivån på fem 5 %. Den femprocentiga signifikansnivån betyder att i ett fall av 20 begås typfel I, d.v.s. att man förkastar nollhypotesen trots att den är sann. Enklare uttryckt, man tror att det finns ett samband när det egentligen uppkommit av en slump. Det är därför viktigt att ha detta i åtanke när man använder sig av empirin.

Ett resultat är även mer signifikant vid större urval. Eftersom vi gör en total undersökning och inte ett urval kan vi inte heller ställa våra resultat mot ett annat urval, det vi kan säga är att så här ser de ut bland de tillverkande företagen på Large Cap, även om det finns en möjlighet att resultatet är en tillfällighet eller att den beror på mätinstrumentens tillförlitlighet.

Eftersom ett negativt samband konstaterats görs en linjär regressionanalys och en residualanalys.

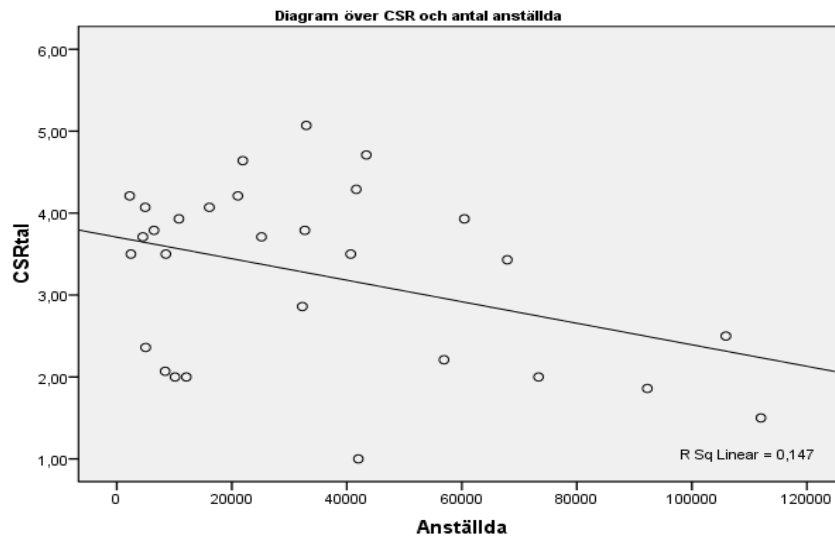


Diagram 2. Visar en negativ regressionslinje med  $R^2 = 0,147$

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,384 <sup>a</sup>	,147	,116	1,01348

a. Predictors: (Constant), Anställda

Tabell 3. Visar en summering av regressionsanalysen.

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,788	1	4,788	4,662	,040 <sup>a</sup>
	Residual	27,733	27	1,027		
	Total	32,521	28			

a. Predictors: (Constant), Anställda

b. Dependent Variable: CSRtal

Tabell 4. Analys av variansen i materialet

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,706	,281		13,193	,000
	Anställda	-1,314E-5	,000	-,384	-2,159	,040

a. Dependent Variable: CSRTal

Tabell 5. Visar den linjära regressionens koefficient. ( $y = a + bx$ )

### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,2350	3,6767	3,2559	,41354	29
Residual	-2,15445	1,79664	,00000	,99522	29
Std. Predicted Value	-2,469	1,018	,000	1,000	29
Std. Residual	-2,126	1,773	,000	,982	29

a. Dependent Variable: CSRTal

Tabell 6. Visar statistik över residualerna (= det observerade värdet – det förväntade värdet).

Regressionsanalysen visar på att regressionslinjen har en lutning som är relativt flack samt att residualvariansen är väldigt hög, 27,733. Det finns därför en tämligen stor spridning kring regressionslinjen. Residualspridningen visar på att det observerade värdet skiljer sig från det verkliga värdet och att en sådan linjär konstruktion av verkligheten stärker osäkerheten kring sambandets signifikans.

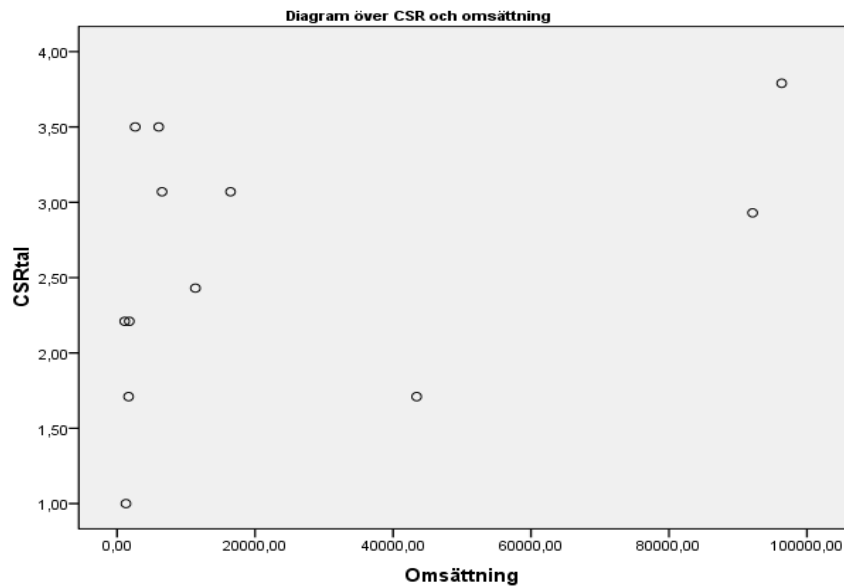


Diagram 3. Okorrelerat samband mellan CSR och omsättning.

Den sammanfattande bivarata korrelationsanalysen visar på att korrelationen, *Pearson Correlation* för omsättningen och CSR är 0,363, med andra ord befinner sig talet nära 0 som betyder att diagrammet är fullständigt okorrelerat. Därför finns det ingen korrelation och därmed inget samband mellan icke tillverkande företags storlek och CSR.

#### 4.1.2. CSR och variabeln utlandsverksamhet

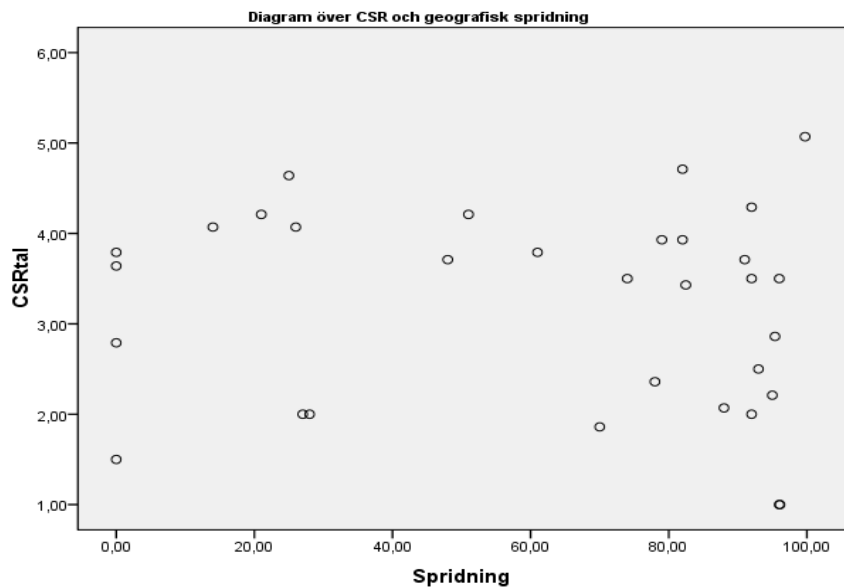
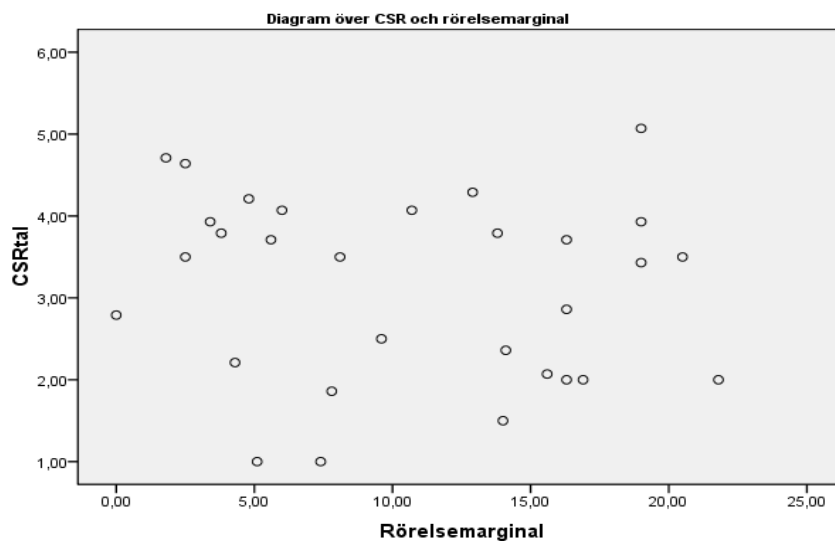


Diagram 4. Visar på ett okorrelerat samband över CSR-tal och företagens geografiska spridning.

Den sammanfattande bivariata korrelationsanalysen visar på att korrelationen, *Pearson Correlation* för geografisk spridning och CSR är -0,115, med andra ord befinner sig talet nära 0 som betyder att diagrammet är fullständigt okorrelerat.

### 4.1.3. CSR och variabeln lönsamhet



Diagrammet är justerat

Diagram 5. Visar på ett okorrelerat samband mellan lönsamhet och CSR. Nobel biocare holding och Vostok Gas är exkluderade i diagrammet då de är extremvärden Se bilaga

Den sammanfattande bivariata korrelationsanalysen visar på att korrelationen, *Pearson Correlation* för rörelsemarginal och CSR är  $-0,121$ , med andra ord befinner sig talet nära 0 som betyder att diagrammet är fullständigt okorrelerat

### 4.2. Icke tillverkande företag

Sammanfattande bivariat korrelationsanalys för CSR- talen och alla variabler.

Correlations

		CSRTal	Anställda	Rörelsemarginal	Spridning
CSRTal	Pearson Correlation	1,000	,295	,731**	,482
	Sig. (2-tailed)		,409	,007	,112
	N	12,000	10	12	12
Anställda	Pearson Correlation	,295	1,000	-,386	,049
	Sig. (2-tailed)	,409		,270	,893
	N	10	10,000	10	10
Rörelsemarginal	Pearson Correlation	,731**	-,386	1,000	,484
	Sig. (2-tailed)	,007	,270		,111
	N	12	10	12,000	12
Spridning	Pearson Correlation	,482	,049	,484	1,000
	Sig. (2-tailed)	,112	,893	,111	
	N	12	10	12	12,000

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabell 6. Visar en bivariat korrelationsanalys mellan CSR- tal och variablerna anställda, rörelsemarginal och geografiska spridning. Korrelation mellan lönsamhet och CSR på enprocentsnivå.

### Correlations

		CSRTal	Omsättning
CSRTal	Pearson Correlation	1,000	,363
	Sig. (2-tailed)		,247
	N	12,000	12
Omsättning	Pearson Correlation	,363	1,000
	Sig. (2-tailed)	,247	
	N	12	12,000

Tabell 7. Kompletterande korrelationsanalys med variabeln omsättning.

#### 4.2.1. CSR och variabeln storlek

Första alternativet för att beräkna storleken är antalet anställda.

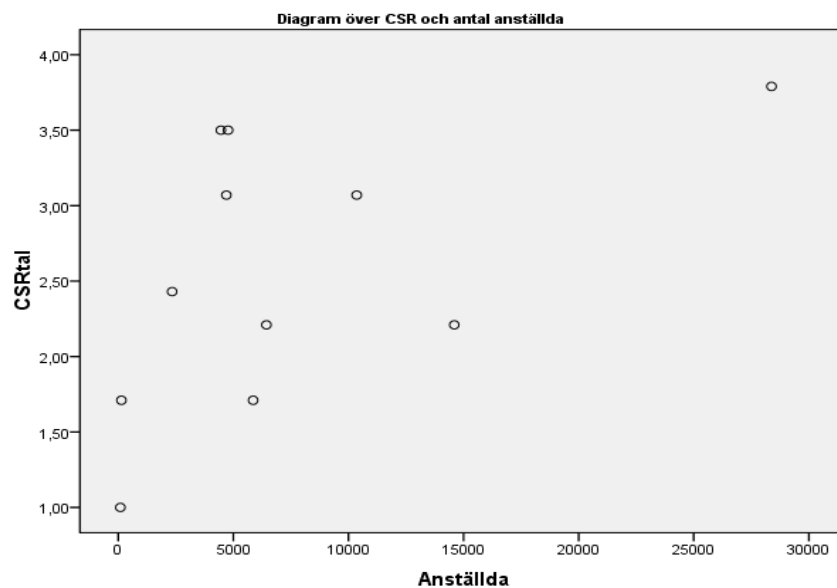


Diagram 6. Visar på ett okorrelerat samband mellan CSR och antal anställda. H&M är exkluderad i diagrammet då det är ett extremvärde. Se bilaga.

Den sammanfattande bivarata korrelationsanalysen visar på att korrelationen, *Pearson Correlation* för antalet anställda och CSR är 0,295, med andra ord befinner sig talet nära 0 som betyder att diagrammet är fullständigt okorrelerat.



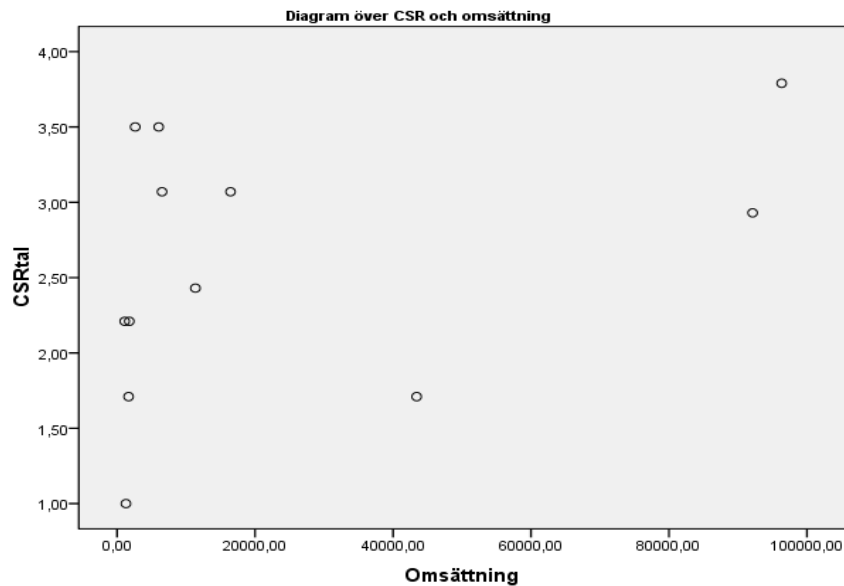


Diagram 7. Okorrelerat samband mellan CSR och omsättning.

Den sammanfattande bivarata korrelationsanalysen visar på att korrelationen, *Pearson Correlation* för omsättningen och CSR är 0,363, med andra ord befinner sig talet nära 0 som betyder att diagrammet är fullständigt okorrelerat. Därför finns det ingen korrelation och därmed inget samband mellan icke tillverkande företags storlek och CSR.

#### 4.2.2. CSR och variabeln utlandsverksamhet

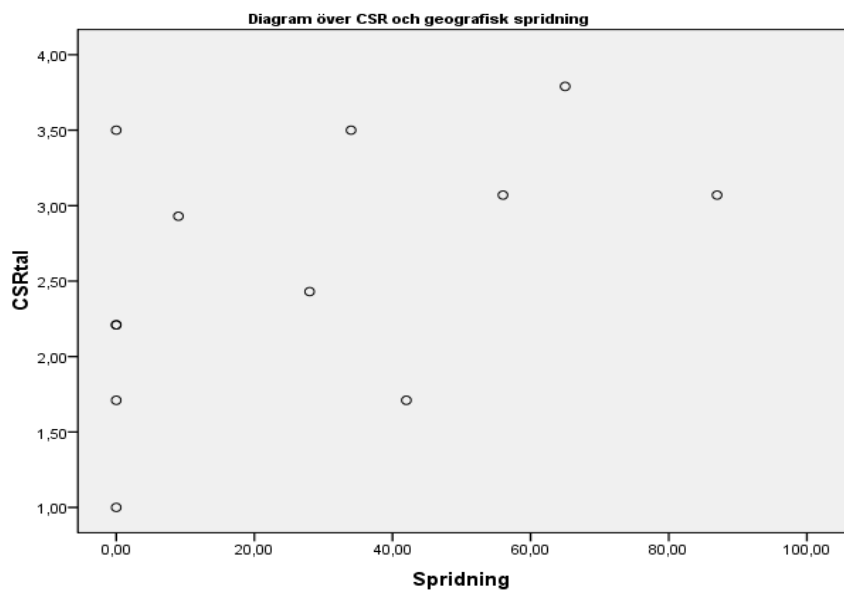


Diagram 8. Visar på ett okorrelerat samband mellan CSR och geografisk spridning.

Den sammanfattande bivarata korrelationsanalysen visar på att korrelationen, *Pearson Correlation* för geografisk spridning och CSR är 0,482, med andra ord befinner sig talet nära 0 som betyder att diagrammet är fullständigt okorrelerat. Därför finns det ingen korrelation och därmed inget samband mellan icke tillverkande företags utlandsverksamhet och CSR.

### 4.2.3. CSR och variabeln lönsamhet

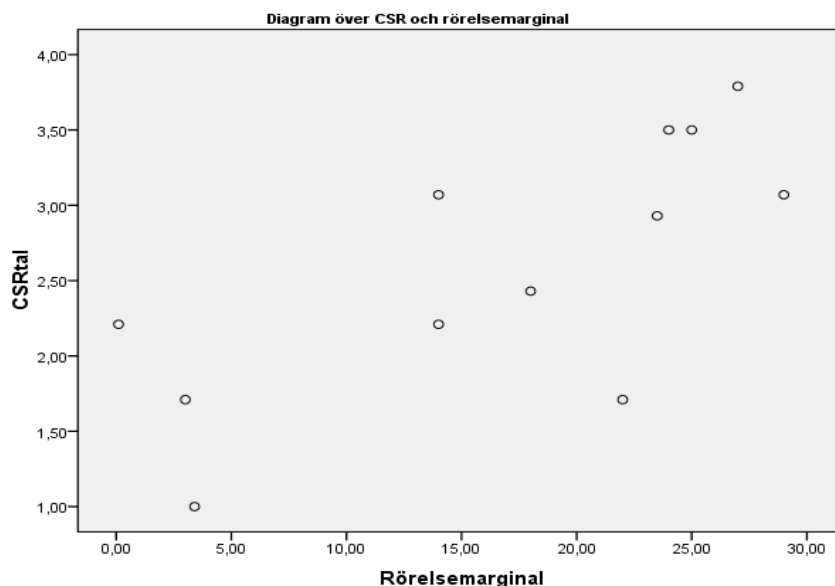


Diagram 9. Diagrammet visar en korrelation mellan CSR och lönsamhet bland icke-tillverkande.

Det finns ett samband mellan rörelsemarginal och CSR hos de icke-tillverkande företagen. Den har en positiv lutning på 0,731 som är tämligen starkt eftersom den ligger betydligt närmare +1 än noll. Sambandet visar på att företag som är lönsammare har desto högre CSR. Signifikansnivån för diagrammet är på ca en procent (0,7%) och är tvåstjärnig vilket innebär att typfel II blir vanligare. Denna begås då man på grund av den låga signifikansnivån tror att nollhypotesen är sann trots att den är falsk, men risken för avvikande samband än 0,731 förekommer endast vid ett fall av hundra. Intressant att ta i beaktning är att underlaget för urvalet endast består av 11 stycken företag.

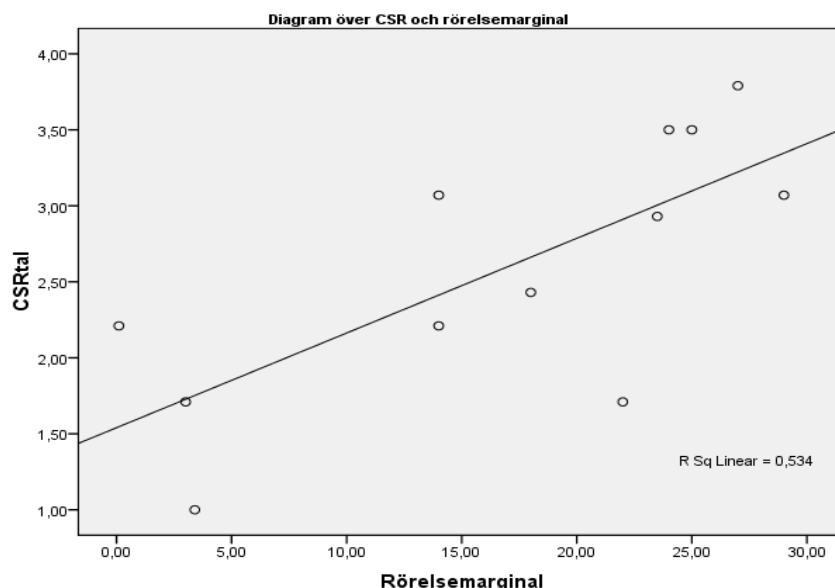


Diagram 10. Visar en positiv regressionslinje med  $R^2 = 0,534$

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,731 <sup>a</sup>	,534	,487	,61297

a. Predictors: (Constant), Rörelsemarginal

b. Dependent Variable: CSRTal

Tabell 8. Visar en summering av regressionsanalysen.

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,306	1	4,306	11,461	,007 <sup>a</sup>
	Residual	3,757	10	,376		
	Total	8,064	11			

a. Predictors: (Constant), Rörelsemarginal

b. Dependent Variable: CSRTal

Tabell 9. Visar en analys av variansen i materialet.

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,540	,358		4,302	,002
	Rörelsemarginal	,062	,018	,731	3,385	,007

a. Dependent Variable: CSRTal

Tabell 10. Visar den linjära regressionens koefficient. ( $y = a + bx$ )

### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1,5466	3,3469	2,5942	,62569	12
Residual	-1,20083	,66341	,00000	,58444	12
Std. Predicted Value	-1,674	1,203	,000	1,000	12
Std. Residual	-1,959	1,082	,000	,953	12

a. Dependent Variable: CSRTal

Tabell 11. Visar statistik över residualerna (= det observerade värdet – det förväntade värdet).

Regressionslinjen har en lutning som är relativt nära +1 samt att residualvariansen är relativt låg, 3,757. Detta kan jämföras med residualvariansen från sambandet mellan tillverkande företag och antalet anställda som var på 27,733. Det finns därför ingen större spridning kring regressionslinjen, vilket tyder på ett starkare samband. Variansen kring linjen visar på att det observerade värdet till stor del inte skiljer sig från det verkliga värdet. Signifikansen är därför hög.

### 4.3. Finans- och fastighetsbolag

Sammanfattande bivariat korrelationsanalys för CSR- talen och alla variabler.

		Correlations			
		CSRTal	Anställda	Rörelsemarginal	Spridning
CSRTal	Pearson Correlation	1,000	,157	-,047	,061
	Sig. (2-tailed)		,520	,854	,797
	N	20,000	19	18	20
Anställda	Pearson Correlation	,157	1,000	-,073	,691**
	Sig. (2-tailed)	,520		,781	,001
	N	19	19,000	17	19
Rörelsemarginal	Pearson Correlation	-,047	-,073	1,000	-,049
	Sig. (2-tailed)	,854	,781		,845
	N	18	17	18,000	18
Spridning	Pearson Correlation	,061	,691**	-,049	1,000
	Sig. (2-tailed)	,797	,001	,845	
	N	20	19	18	20,000

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabell 12. Visar en bivariat korrelationsanalys mellan CSR och variablerna antal anställda, lönsamhet och geografiska spridningen. Ingen korrelation finns.

		Correlations	
		CSRTal	Omsättning
CSRTal	Pearson Correlation	1,000	,095
	Sig. (2-tailed)		,718
	N	20,000	17
Omsättning	Pearson Correlation	,095	1,000
	Sig. (2-tailed)	,718	
	N	17	17,000

Tabell 13. Komplettering av korrelationsanalys med variabeln omsättning.

### 4.3.1. CSR och variabeln storlek

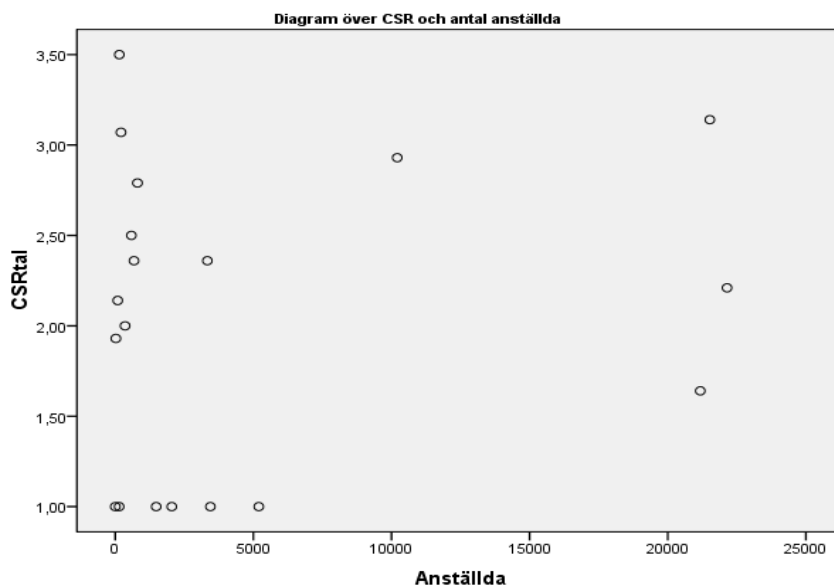
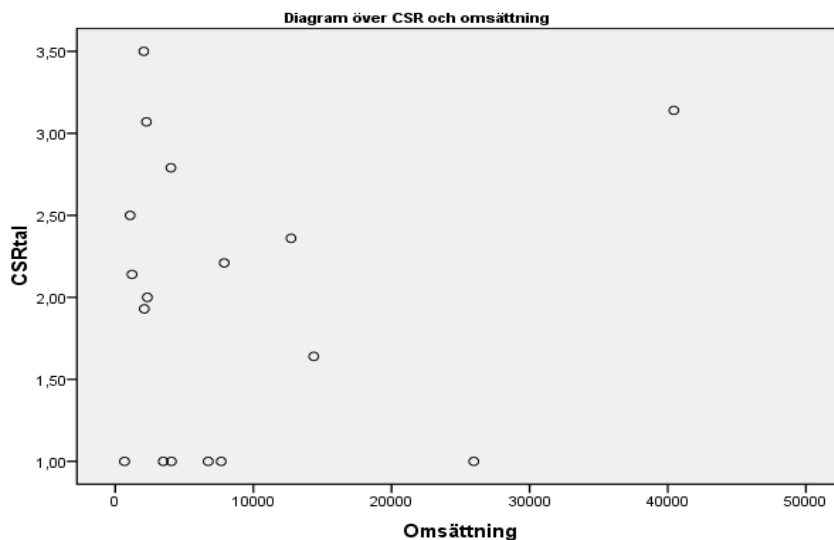


Diagram 11. Visar på ett okorrelerat samband mellan CSR och antal anställda. Nordea är exkluderad i diagrammet då det är ett extremvärde. Se bilaga 3

Den sammanfattande bivarata korrelationsanalysen visar på att korrelationen, *Pearson Correlation* för antalet anställda och CSR är 0,157, med andra ord befinner sig talet nära 0 som betyder att diagrammet är fullständigt okorrelerat. De plottar som kan urskiljas i diagrammet med vår insamlade data av variabelerna, är fastighetsbolagen som utgör den lodräta linjen från nollpunkten eftersom de alla har relativt få antal anställda. Investmentbolagen som har större spridning av antalet anställda men relativt låga CSR- tal utgör den vågräta linjen av plottar från nollpunkten. Banker hade inom gruppen för finans- och fastighetsbolag flest anställda.



Diagrammet är justerat

Diagram 12. Visar ett okorrelerat samband mellan CSR och omsättning. Swedbank, SHB och Kaupthing Bank är exkluderade i diagrammet då det är ett extremvärden. Se bilaga

Den sammanfattande bivarata korrelationsanalysen visar på att korrelationen, *Pearson Correlation* för omsättning och CSR är 0,095, med andra ord befinner sig talet nära 0 som betyder att diagrammet är fullständigt okorrelerat.

### 4.3.2. CSR och variabeln utlandsverksamhet

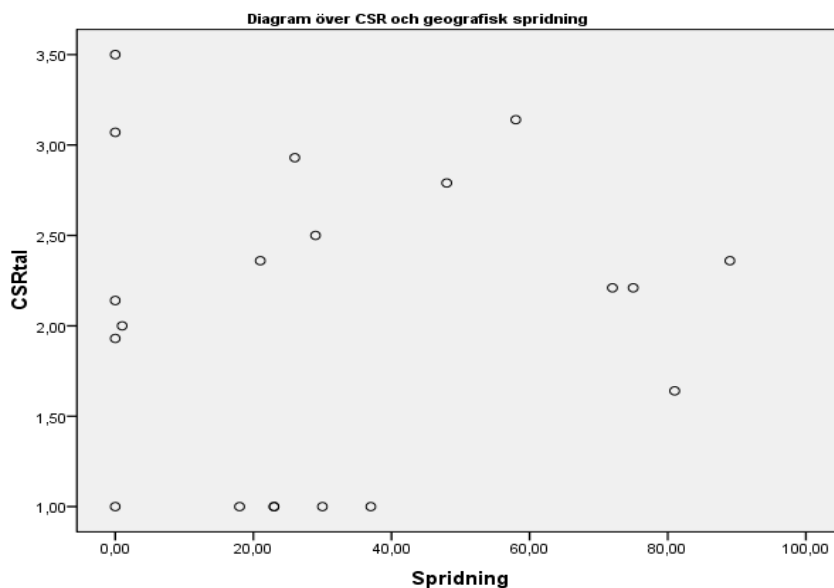
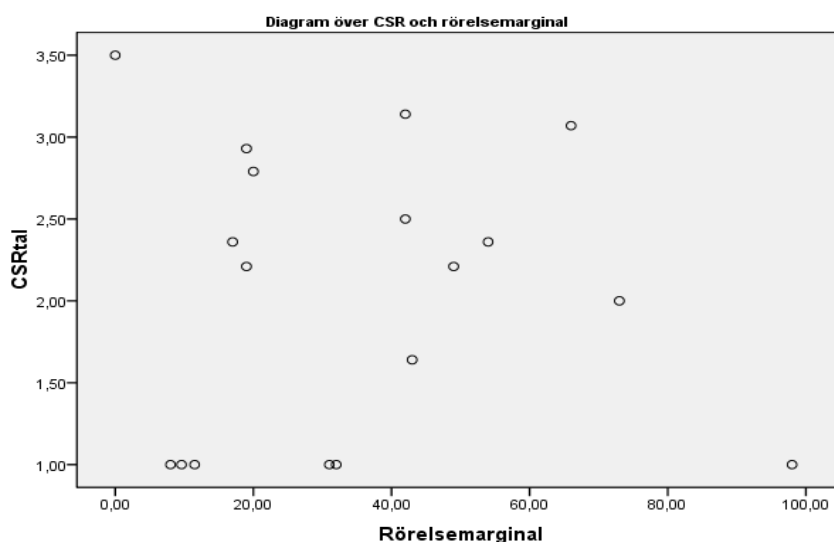


Diagram 11. Visar ett okorrelerat samband mellan CSR och geografisk spridning.

Den sammanfattande bivarata korrelationsanalysen visar på att korrelationen, *Pearson Correlation* för geografisk spridning och CSR är 0,061, med andra ord befinner sig talet nära 0 som betyder att diagrammet är fullständigt okorrelerat. Därför finns det ingen korrelation och därmed inget samband mellan finans- och fastighetsbolagens utlandsverksamhet och CSR.

### 4.3.3. CSR och variabeln lönsamhet



Diagrammet är justerat

Diagram 12. Visar ett okorrelerat samband mellan CSR och lönsamhet

Den sammanfattande bivarata korrelationsanalysen visar på att korrelationen, *Pearson Correlation* för rörelsemarginal och CSR är -0,047 med andra ord befinner sig talet nära 0 som betyder att diagrammet är fullständigt okorrelerat. Därför finns det ingen korrelation och därmed inget samband mellan lönsamhet och CSR.

#### 4.4. Samtliga företag på Large Cap

Sammanfattande diagram och tabeller för alla företags CSR och variabler.

		Correlations			
		CSRTal	Anställda	Rörelsemarginal	Spridning
CSRTal	Pearson Correlation	1,000	,102	-,139	,223
	Sig. (2-tailed)		,435	,292	,087
	N	65,000	61	59	60
Anställda	Pearson Correlation	,102	1,000	-,217	,524**
	Sig. (2-tailed)	,435		,105	,000
	N	61	61,000	57	58
Rörelsemarginal	Pearson Correlation	-,139	-,217	1,000	-,067
	Sig. (2-tailed)	,292	,105		,624
	N	59	57	59,000	56
Spridning	Pearson Correlation	,223	,524**	-,067	1,000
	Sig. (2-tailed)	,087	,000	,624	
	N	60	58	56	60,000

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabell 13. Visar en bivariat korrelationsanalys mellan CSR och variablerna.

#### 4.5. Sammanfattade medelvärden

De tio företagen i vår undersökning som hade högst CSR redovisas i nedanstående tabell. I resultatet som följer nedan kan vi konstatera att samtliga på listan är tillverkande företag och att åtta av 65 företag (12 %) har ett CSR-tal som är högre än fyra.

De tio företag med högst CSR	
1. Atlas Copco	5,07
2. Stora Enso	4,71
3. SAS	4,64
4. SKF	4,29
5. NCC	4,21
6. Nobel Biocare	4,21
7. Holmen	4,07
8. Husqvarna	4,07
9. Alfa Laval	3,93
10. Skanska	3,93

Tabell 14. Tabell över 10 i topp-listan



Vidare har vi undersökt medelvärdet av CSR för varje företagstyp för att se hur de förhåller sig till varandra. Tillverkande företag har det högsta medelvärdet jämfört med de övriga företagstyperna på 3,12, följt av icketillverkande företag och finans- och fastighetsbolag med medelvärdet på 2,59 respektive 2,04.

Inom typen finans- och fastighetsbolag finns det märkbara skillnader i CSR-arbetet mellan banker, fastighet och investmentbolag. Banker har ett CSR-medelvärdet på 2,57, fastighetsbolag på 2,61 och investmentbolag med 1,49. Förklaringen till investmentbolagens låga CSR-medelvärdet är att 60% av bolagen saknade information om CSR i årsredovisningarna.

### CSR- medelvärde för olika företagstyper

Tillverkande företag	3,12
Icke tillverkande företag	2,62
Finans- och fastighetsbolag	2,04

Tabell 15. Medelvärden för företagstyper.

Nedan följer CSR-medelvärdet efter hur väl respektive företagstyp uppfyller de olika kriterierna.

### CSR- medelvärde för hur väl företagen uppfyller kriteriet signifikans

a) CSR-värde för hur väl företagen uttrycker hur dess kärnverksamhet bidrar till en hållbar miljömässig, ekonomisk och social utveckling.

Tillverkande företag	3,03
Icke-tillverkande företag	2,50
Finans och fastighetsbolag	2,00
Samtliga företag	2,51

Tabell 16. Medelvärden för uppfyllt kriterium signifikans a.

### Andelen företag med frivilliga avtal

Tillverkande företag	91%	(30 av 33)
Icke tillverkande företag	66,7%	(8 av 12)
Finans- och fastighetsbolagen	65%	(13 av 20)
Samtliga företag	78,46%	( 51 av 65)

Tabell 17. Procentuell mätning av kriterium signifikans b).

### CSR- medelvärde för hur väl företagen uppfyller kriteriet inkludering av stakeholders.

*a) CSR- värde för hur väl företagen identifierat sina stakeholders.*

Tillverkande företag	2,39
Icke-tillverkande företag	2,5
Finans och fastighetsbolag	1,6
Samtliga företag	2,1

*b) CSR- värde för hur väl stakeholders intressen uppfyllts.*

Tillverkande företag	2,45
Icke-tillverkande företag	2,25
Finans och fastighetsbolag	1,5

Tabell 18. Medelvärden för inkludering av stakeholders.

**CSR- medelvärde för hur väl företagen uppfyller kriterier för hållbarhetskontext.**

- a) *CSR- värde för hur väl företagen redovisat en framtidsvision/strategi för en hållbar utveckling gällande miljö, sociala, ekonomiska förhållanden och relationer med samarbetspartners i förhållande till den omgivning företaget verkar i.*

Tillverkande företag	2,91
Icke-tillverkande företag	2,42
Finans och fastighetsbolag	1,80
Samtliga företag	2,38

- b) *CSR- värde för hur väl företagen förmedlar insats och påverkan av CSR-arbete i relation till global och regional hållbarhetsutveckling.*

Tillverkande företag	3,03
Icke-tillverkande företag	2,83
Finans och fastighetsbolag	1,35
Samtliga företag	2,40

Tabell 19. Medelvärden för kriterium hållbarhetskontext.

### CSR- medelvärde för hur väl företagen uppfyller kriterier för kvalitet

a) *CSR-värde för hur väl företagen väger positiva och negativa aspekter av företagens prestationer.*

Tillverkande företag	2,64
Icke-tillverkande företag	2,25
Finans och fastighetsbolag	1,85
Samtliga företag	2,25

b) *CSR-värde för hur väl företagen redovisar CSR-aktiviteter på årsbasis och på ett jämförbart sätt vid analyser.*

Tillverkande företag	2,52
Icke-tillverkande företag	1,67
Finans och fastighetsbolag	1,40
Samtliga företag	1,86

Tabell 20. Medelvärde för kriterium kvalitet.

### Andelen företag med extern CSR- rapport

Tillverkande företag	15%	(5 av 33)
Icke tillverkande företag	8,33%	(1 av 12)
Finans- och fastighetsbolagen	5%	(1 av 20)
Samtliga företag	10,77%	(7 av 65)

Tabell 21. Medelvärde för kriterium extern CSR rapport

#### 4.5.1. Rangordning av de olika variablerna

##### CSR hos de tio företag med flest antal anställda

<i>Företag</i>	<i>Antalet anställda</i>	<i>Företagstyp</i>	<i>CSR</i>
1. Securitas	231588	tillverkande	1,00
2. ABB	112000	tillverkande	1,50
3. SCA	105913	tillverkande	2,50
4. Volvo	92260	tillverkande	1,86
5. Ericsson	73345	tillverkande	2
6. Astra Zeneca	67900	tillverkande	3,43
7. Skanska	60435	tillverkande	3,93
8. Electrolux	56898	tillverkande	2,21
9. H&M	47029	icke tillverkande	2,93
10. Stora Enso	43391	tillverkande	4,71

Tabell 22. Flest antal anställda

##### CSR hos de tio företag med störst geografisk spridning (utlandsverksamhet)

<i>Företag</i>	<i>Spridning</i>	<i>Företagstyp</i>	<i>CSR</i>
1. Atlas Copco	99,74%	tillverkande	5,07
2. Astra Zeneca	96,7%	tillverkande	3,43
3. Securitas	96,11%	tillverkande	1,00
4. Autoliv	96%	tillverkande	1,00
5. Meda	96%	tillverkande	3,50
6. Assa Abloy	95,38%	tillverkande	2,86
7. Electrolux	95%	tillverkande	2,21
8. SCA	93%	tillverkande	2,5
9. SKF	92%	tillverkande	4,29
10. Swedish Match	92%	tillverkande	2,00

Tabell 23. Störst geografisk spridning.

Alla de tio företagen med högst geografisk spridning är tillverkande företag. Medelvärdet för dessa tio är 3,01 medan det totala medelvärdet för alla tillverkande företag ligger på 3,12.

### CSR hos de tio företag med högst rörelsemarginal

<i>Företag</i>	<i>Rörelsemarginal</i>	<i>Företagstyp</i>	<i>CSR</i>
1. Hufvudstaden	234 %	fastighet	2,14
2. Melker Schörling	98%	investment	1
3. Kungsleden	73%	fastighet	2
4. Castellum	66%	fastighet	3,07
5. Kaupthing Bank	54%	investment	2,36
6. Nordea Bank	49%	bank	2,21
7. Ratos	43%	investment	1,64
8. SEB	42%	bank	3,14
9. Hakon Invest	42%	investment	2,5
10. Nobel Biocare Holding	32,5%	tillverkande	4,21

Tabell 24. Högst rörelsemarginal.

## 5. Analys

Nedan följer en analys av de diagram och medelvärden som framkommit ur datainsamlingen samt en analys av de funna sambanden. Vi kommer även att med hjälp av teorier knyta an till de korrelationer vi fått fram för att genom dessa kunna öka förståelsen för det empiriska resultatet.

### 5.1. Analys av medelvärden

#### Medelvärden per företagstyp

Tillverkande: 3,12    Icke-tillverkande: 2,63    Finans och fastighet: 2,04

Av samtliga 65 företag, som var med i undersökningen, fanns det endast åtta stycken (12 %) som hade ett högre totalt CSR- tal än fyra, och bara ett företag, Atlas Copco, hade högre än fem av ett maximum på sex. Detta resultat väckte funderingar kring varför CSR- rapporterna uppfyllde våra kriterier på ett bristfälligt vis. Kanske är det fortfarande så att CSR oftare används som ett marknadsföringstrick för att uppnå social legitimitet. Om företagen kan visa att de ägnar sig åt socialt arbete, även om informationen inte är utförlig eller håller god kvalitet, legitimerar de sin verksamhet och putsar fasaden bara genom att ha rubriker gällande CSR i sin årsredovisning. En annan möjlig förklaring, till att relativt få företag har fått höga värden, kan vara att CSR- rapporter i årsredovisningar är ett relativt nytt fenomen.

De tillverkande företagen har högst CSR- medelvärden och de har även fått högst svar på samtliga kriterier, förutom *Inkludering av Stakeholders b)* där de icke- tillverkande företagen fick högst värde. Detta kan härledas till verksamhetens karaktär. När vi granskade årsredovisningarna uppfattade vi att de tillverkande företagen har en tendens till att arbetar mer proaktivt eftersom deras strategier innefattar förebyggande åtgärder mot de negativa konsekvenserna av företagsverksamheten, exempelvis utsläpp, föroreningar etc.

De icke-tillverkande företagen har ett lägre CSR- medelvärde än den föregående företagstypen. Vid mätningen av CSR uppmärksammade vi att icke-tillverkande företag varierade mycket gällande CSR- redovisning. Detta kan bero på att vissa är renodlade serviceföretag medan andra som exempelvis H&M har underleverantörer och ett aktivt CSR-arbete.

Vi anser att det finns svårigheter med att analysera företagstypen finans och fastighetsbolag, eftersom det varierar mellan de olika slags företag. Bankerna (2,57) och fastighetsbolagen (2,61) har i snitt högre CSR än investmentbankerna (1,49). Detta kan bero på att banker och fastighetsbolag generellt möts av krav från många olika håll. Exempelvis är de flesta av oss kunder hos någon av de stora bankerna och involverade i dess verksamhet, de flesta av oss vill inte att våra sparpengar ska hamna i oetiska fonder samt att bankverksamhet regleras av lagen. Fastighetsbolagen som har ett nästan lika högt totalt CSR- talet som icke-tillverkande förvaltar fastigheter, verksamheten består av att hyra ut lokaler för kontor, butiker, lager och industrier.

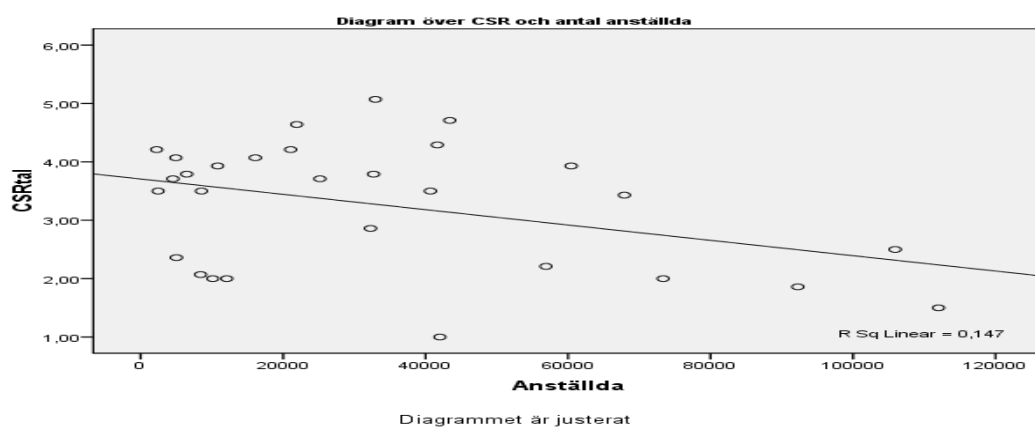
En fundering är om det i framtiden kommer bli aktuellt med mer CSR i investmentbolagens redovisningar. Pengar innebär makt att fördela resurser mellan olika institutioner vilket borde resultera i ett större krav på socialt ansvar, särskilt vid internationella investeringar. 60 % av investmentföretagen saknade en CSR- redovisning, totalt var det 15 % av alla företag i undersökningen som saknade en CSR- redovisning. D. Carneige hade dock ett medelvärde på 2,79, vilket skulle kunna indikera på en attitydförändring hos investmentbolag. Att investera etiskt samt uppmärksamma nya intressentgrupper är något som vi tror kommer att bli allt vanligare. Dock måste hänsyn tas till karaktären hos denna typ av företag, är det en trend som kommer att avgöra om CSR redovisas eller är det meningsfullt för investmentbolagens intressenter.

## 5.2. Storlek och CSR

Vår hypotes om sambandet mellan CSR och storlek säger att stora företag har mer CSR- arbete, därmed tror vi att det finns ett samband.

### -antal anställda

Tidigare forskning har visat på ett positivt samband mellan storlek och CSR. Detta har motiverats med att stora företag har mer fokus på sig och borde därför prestera bättre när det handlar om CSR. Bland företagen på Large Cap hittades ett negativt samband mellan totalt CSR- tal och antal anställda i tillverkande företag, vilket alltså motsäger tidigare forskning. Detta kan delvis bero på de mått som använts i Stanwick & Stanwicks forskning var nettoomsättning och inte antal anställda. Vi fann ett samband mellan antal anställda och CSR hos de tillverkande företagen men inget samband visade sig bland antal anställda och de andra två företagstyperna. Det kan också bero på det samband som Cochran & Wood visade på, att företag med äldre tillgångar hade sämre CSR eftersom de är trögrörliga. Många av dessa tillverkande företag är gamla industrier som har svårt att anpassa sig till svängningar i omgivningen och CSR- tänkandet är inte integrerat i hela organisationen. Trots det negativa sambandet, så visar vår CSR- mätningar att de tillverkande företagen har ett mycket högre medelvärde än någon av de andra företagstyperna. Även om vi tittar på de företag som har de bästa CSR- talen består listan av enbart tillverkande företag (Se empirin, tabell 14). Vi tror att detta samband påverkas av att skalan är lång, dvs. att ett företag som har ett högt CSR- tal ändå har ca: 20 000-40 000 anställda, vilket är tämligen stort. Vi vet även att vi har en relativt hög varians mellan observerat värde och verkligt värde, vilket gör sambandet mindre tillförlitligt. Det vi dock kan utläsa är att det finns en negativ trend som antagligen kan härledas till att vissa av de observerade företagen är äldre industrier som ännu inte har anpassat efter den nya världens krav.



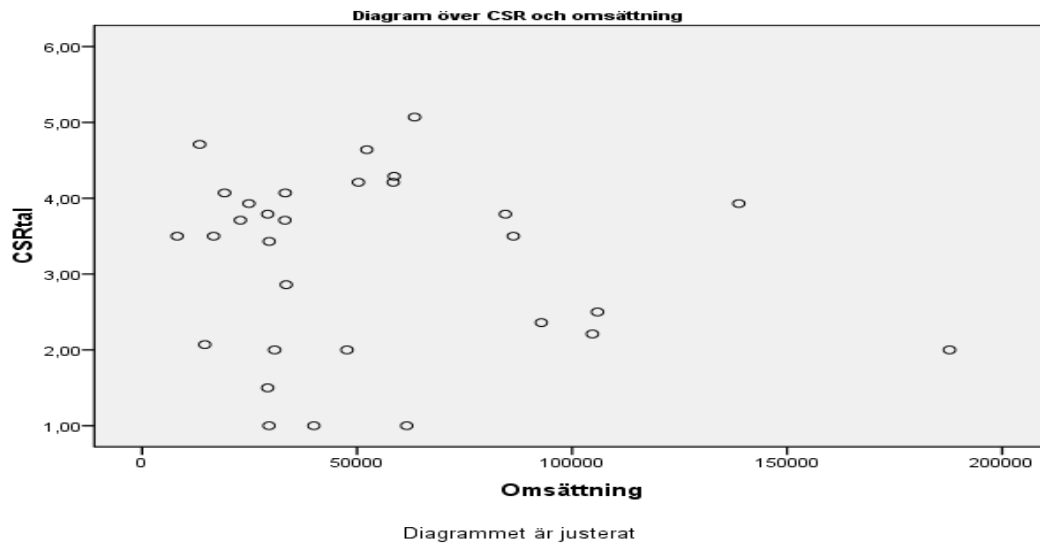
Som diagrammet ovan visar finns ett negativt samband mellan storlek och CSR bland tillverkande, dock bör hänsyn tas till att samtliga av de tillverkande företagen anses vara stora och att detta egentligen visar ett negativt samband mellan stora och mycket stora företag. Det företag med lägst antal anställda har ändå över 2000 anställda.

### -Omsättning

Enligt tidigare forskning av Stanwick & Stanwick finns samband mellan ett företags storlek och dess CSP, dock som tidigare nämnts, är forskningen relativt liten när det kommer till CSR och storlek. Inga samband hittades i vår undersökning, varken negativa eller positiva när det gällde de olika företagstyperna. De tillverkande företagen som hade ett negativt samband mellan CSR och antal anställda, hade däremot inget samband med omsättningen. Detta kan bero på att omsättningen egentligen inte säger något om ett företags storlek, eftersom även små företag kan ha en hög omsättning. Deras undersökning kan mycket väl fått sitt resultat på grund av det urval som de valde. Stanwick & Stanwick utgick ifrån ett ryktesindex, vilket kan påverka resultatet då företag som är



listade inte utgör ett stickprov av en population. Skillnaden mellan vår undersökning och deras är att deras utgick ifrån en redan bedömd grupp företag medan vår förutsatte en obeddömd.



Vår hypotes, att stora företag skulle ha mer CSR, motbevisades då resultatet blev okorrelerat.

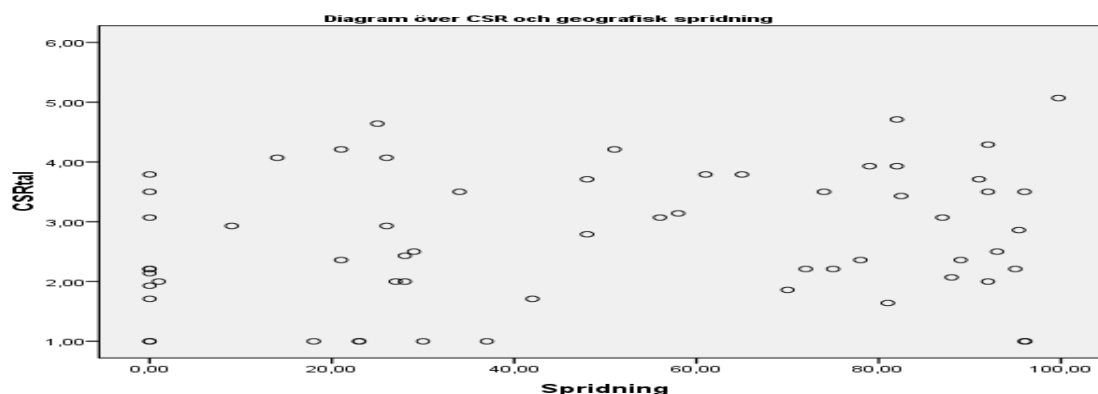
### 5.3. Den geografiska spridningen och CSR

Vår hypotes säger att företag med utlandsverksamhet ägnar sig mer åt CSR- arbete. Således tror vi att det finns ett samband mellan CSR och utlandsverksamhet.

All tre företagstyper visade på tydligt okorrelerade diagram d.v.s. det finns inget samband mellan ett företags CSR och dess geografiska spridning. Detta går emot det vi tidigare hävdade, att ju större geografisk spridning desto högre CSR- tal för företagen, då de som har sin verksamhet i olika delar av världen har mer press på sig av olika organisationer.

Enligt Carroll:s teori borde tillverkande företag korrelera med geografisk spridning, eftersom de ofta verkar i utvecklingsländer och ligger därmed på den filantropiska nivån i pyramiden. Vår hypotes grundade sig på att företag med mycket utlandsverksamhet skulle ägna sig åt mer explicit CSR, som att bygga skolor eller infrastruktur. Enligt Schwab är företag en del av den globala utvecklingen och axlar ansvaret för klimatförändringar, resurs- och energiförbrukning och borde aktivt arbeta för att motverka sina utsläpp eller resursförbrukning. Detta kan bero på att den geografiska spridningen har beräknats på fel grunder och kan därför vara missvisande. Vår variabel har beräknats utifrån andelen anställda utanför Sverige delat med det totala antalet anställda i världen. Vårt mått visar andelen utlandsverksamhet, det visar inte var i världen de anställda finns. Detta medför att måttet inte tar hänsyn till andelen verksamhet i u- eller i- länder, därför kan det inte utläsas hur mycket CSR varierar beroende på region. Den tar inte heller hänsyn till att vissa av de företag som är med på Large Cap inte är svenska, deras utlandsverksamhet skulle därför bli annorlunda om vi tog den faktorn i beaktande. Även att vi har räknat med ett mått i procent kan vara missvisande när det gäller mängden arbete, ett företag med 20 anställda, varav tio i Norge får en lika stor utlandsverksamhet som ett företag med 10 000 anställda varav 5000 av dessa befinner sig i Afrika.

Ett alternativt mått hade varit att räkna på företagens marknadsandelar eller försäljning eftersom de marknader de flesta av dessa företag säljer till är kontrollerade av olika instanser som WTO, EU, FN, stater och lagar som ställer de största kraven på hur produkterna har tillverkats. I länder med välutvecklade marknadssystem ställs högre krav på corporate citizenship, vilket skulle resultera i ett samband mellan CSR och försäljning, tror vi. Dock skulle ett sådant mått inte vara tillförlitligt då det inte skulle visa vilken marknader i vilka länder. Måttet skulle inte heller vara lättillgängligt då dessa siffror inte alltid figurerar i årsredovisningar.

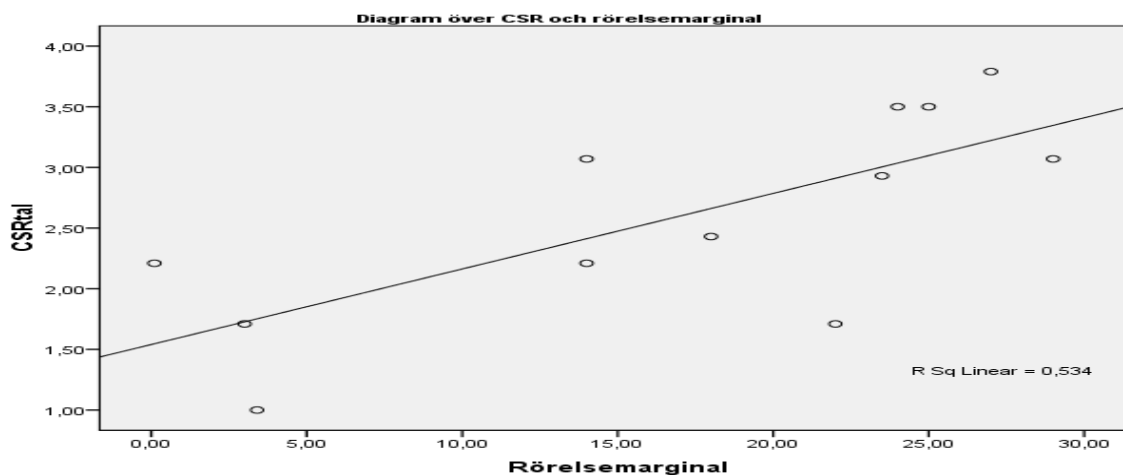


## 5.4. Lönsamhet och CSR

Hypotesen som vi har formulerat hävdar att lönsamma företag har mer resurser att spendera på CSR, vi tror att det finns ett samband mellan lönsamhet och CSR.

Vår hypotes angående samband mellan lönsamhet och CSR visade sig stämma för de icke-tillverkande företagen. Ett samband mellan rörelsemarginal och totalt CSR-tal bland icke-tillverkande företag hittades med  $r = 0,731$  och en signifikansnivå på 1 %, det vill säga en tvåstjärnig signifikans. Om sambandet godtas kan denna korrelation bero på att icke-tillverkande företag använder sig av andra slags resurser än exempelvis tillverkande företag. Tillverkande företag förbrukar fysiska resurser som direkt påverkar miljön och därmed ökar kraven på socialt ansvar och är mer beroende av sin sociala legitimitet än de icke-tillverkande företagen. Det kan tyckas vara logiskt att ju lönsammare de icke-tillverkande företagen är, desto mer har de 'råd' att satsa på CSR-arbete. Det finns en relativt stor del i tidigare forskning som har visat på samband när det gäller lönsamhet och CSR men nästan lika stor del har visat på att det inte finns några samband. Vår undersökning visade på samband men enbart mellan icke-tillverkande och lönsamhet, de andra två företagstyperna fick okorrelerade resultat.

Det är svårt att säga att sambandet i undersökningen är allmängiltigt när det enbart gäller de icke-tillverkande företagen. Det går inte att härröra resultatet till någon specifik bransch. Gruppen innehåller många olika typer av företag, från detaljhandel till renodlade tjänsteföretag som Eniro och Tele2 samt att det handlar om enbart elva företag. Det vi kan säga är att de icke-tillverkande företagen på Large Cap, förutom finans och fastighetsbolag, är mer socialt engagerade ju lönsammare de är. Viktigt att poängtera är att de flesta teorier och tidigare forskning är grundad på ett urval av amerikanska företag och att det vi undersöker består av företag på den svenska marknaden, ett relativt utforskat område.



En annan intressant aspekt är huruvida företagen är lönsamma för att de har en bra CSR-redovisning. Detta är dock något vi ej kan påvisa då lönsamhet kan bero på olika faktorer. Det vi kan påstå är att lönsamma icke-tillverkande företag tenderar att ha högre CSR än mindre lönsamma.

## 6. Slutsats

---

Nedan följer slutsatser som dragits av undersökningens resultat samt förslag till fortsatt forskning.

---

### **-Medelvärden**

Det var enbart tillverkande företag, bland de tio, som hade högst CSR- värde. De fick även mer i snitt på samtliga kriterier än någon av de andra företagstyperna (se tabell 14.) Vi tror att en anledning till detta kan bero på att deras verksamhet ofta är påfrestande för miljön och att företag som använder icke-förnyelsebara resurser, måste väga upp de negativa konsekvenserna av sin verksamhet. En organisation som besvarar intressenternas krav samt vars verksamhet accepteras av dem, får fortsätta att använda de resurser som finns, enligt den institutionella teorin. Vi anser att ett kontinuerligt ifrågasättande av verksamheten kan skada ett företags trovärdighet. Därför är en del av de tillverkande företagen proaktiva i sina redovisningar och vill gärna visa på ett integrerat socialt ansvarstagande i sin verksamhet. Exempelvis har Atlas Copco, Stora Enso och SAS tydliga diagram och förklaringar till hur de går till väga med sitt sociala arbete. Tillverkande företag är även ständigt bevakade av miljöorganisationer och andra NGO:s som ställer krav på socialt ansvar. Det är viktigt för dem att implementera socialt ansvarstagande så att intressenterna ska uppfatta deras CSP och bibehålla trovärdigheten för sin verksamhet.

Investmentbankerna ser i de flesta fall endast aktieägaren som intressent. Deras affärsverksamhet har i sig ingen direkt miljöpåverkan och de anställda har oftast bra arbetsvillkor. Däremot investerar de kapital i diverse andra företag vars verksamhet kan ifrågasättas. Enligt den instrumentala teorin av Garriga och Melé, vilken grundar sig på Milton Friedmans uttalande om att ett företags enda ansvar är att vara vinstmaximerande, menar vi att den överensstämmer med vår mätning av investmentbolagen. Som tidigare nämnts saknade mer än hälften av dem en redovisad CSR. Även om vissa av investmentbankerna har en CSR- redovisning är deras medelvärde på blott 1,49. Vi tror att en anledning till varför banker och fastighetsbolag fått högre resultat än investmentbankerna kan vara att investmentbolagens verksamhet inte är lika beroende av omgivningens godkännande som de andra företagstyperna och är därför inte motiverade till att ägna sig åt socialt arbete i samma utsträckning. Den största intressenten är ägarna, vilka har mest inflytande och legitimerar verksamheten, därmed blir vinstmaximering det största ansvaret.

Även icke-tillverkande företag är beroende av en god CSP och godkännande från stakeholders. Båda företagstyper utsätts för högt tryck från flertal intressenter och måste arbeta effektivt för att bibehålla sin sociala legitimitet samt öka sin försäljning. Många av företagen har proaktiva strategier för att skydda sig från eventuella negativa händelser som kan uppstå när det gäller miljö och sociala förhållanden. En annan faktor till varför de icke-tillverkande företagens fick ett lägre medelvärde än de tillverkande kan vara att företagens miljö och sociala ansvarstagande inte direkt kan kopplas till den egna kärnverksamheten utan sker i andra led, exempelvis hos underleverantörer. Därför betraktas den verksamheten som något externt och redovisas som en extraåtgärd eller så redovisas den inte alls.

### **-Samband**

Vi testade våra hypoteser om samband mellan CSR och företagens storlek, lönsamhet och utlandsverksamhet. Vi trodde att det skulle finnas samband mellan dessa variabler och företagen på Large Cap. Vi fann dock enbart två samband, en positiv korrelation mellan lönsamhet och CSR hos icke-tillverkande företag samt en negativ korrelation mellan storlek (*antal anställda*) och CSR hos tillverkande företag.

Det positiva sambandet mellan CSR och lönsamhet hos icke-tillverkande företag anser vi kan bero på olika faktorer. För det första så har de ingen produktion vilket inte skapar samma behov att legitimerar sin verksamhet som hos de tillverkande företagen. Vissa av företagen har dock

underleverantörer eller andra områden där sociala aspekter berörs som gör att de har mer krav på sig än exempelvis finansbolagen. Att lönsamma icke-tillverkande företag har bättre CSR kan dels bero på att det är en trend och ett sätt att marknadsföra sig på vilket medför att endast lönsamma företag har tillräckligt med resurser för att satsa på socialt arbete. Det kan även ha sin orsak i variationen av företag, olika branscher är olika lönsamma och har olika krav på CSR.

Den negativa korrelationen mellan antal anställda och CSR- verksamhet bland de tillverkande företagen anser vi har sin orsak i att de stora företagen är mindre flexibla. Detta kan bero på att till skillnad från mindre företag, som genom olika sätt vill öka sina marknadsandelar, vill behålla sin sociala legitimitet eller skapa konkurrensfördelar är mer villiga att anpassa sig efter omgivningens krav medan äldre företag med gamla tillgångar som redan är väldigt stora inte känner sig lika hotade eller inte inser behovet av förändring.

Att vi inte fick ett samband mellan den geografiska spridningen och CSR beror antagligen på mätinstrumentets utformning eller att det helt enkelt inte existerar något samband på Large Cap. Att mäta geografisk spridning utan komplikationer är svårt.

The Global 100 listade följande företag: Atlas Copco (5,07), Faberge(3,5), HM(3,34), SCA(2,5) och Scania(3,79). Våra CSR- tal är inom parentes. Likheterna med vår undersökning är följande Atlas Copco toppar vår lista som det företag med det högsta CSR- talet och är även listade på Global 100 samt har sin redovisning godkänd av GRI. Därefter slutar likheterna mellan vår 10-i-top lista och de listade företagen. Detta anser vi kan bero på att hur man mäter CSR, en avgörande faktor för om det finns ett samband eller inte.

Mycket av den tidigare forskningen, som tas upp i uppsatsen, är amerikansk och behandlar amerikanska företag. USA har som tidigare nämnt en mycket längre tradition av CSR och det är därför inte överraskande att resultaten inte sammanfaller. Det är möjligt att vi ännu inte sett effekterna av ett hållbart CSR- arbete.

Slutligen tror vi att, även om samband hittades mellan CSR och två av variablerna, handlar det i grunden om varje företags vilja att bidra till en hållbar utveckling och en bättre värld. Det finns inget perfekt mått för CSR och det finns inte heller några universella standarder för hur det sociala arbetet skall se ut, även om det finns organisationer som kontrollerar och utformar riktlinjer. För vissa företag är det helt enkelt viktigare att bibehålla en social legitimitet, särskilt för dem som har en verksamhet som tär på miljön och har riskfyllda arbetsuppgifter. Information sprids snabbt idag och dåligt rykte kan få stora konsekvenser för dessa företag. Ändock tror vi att CSR till stor del är ett sätt att marknadsföra företaget och skapa en positiv opinion kring den egna verksamheten. Detta incitament motiveras av allmänhetens värderingar och syn på vad som gör en god samhällsmedborgare, och detta är något som företag tjänar på att leva upp till.

## 6.1. Förslag till fortsatt forskning

*Nedan anges ett antal förslag till fortsatt forskning inom ämnet, som skulle kunna vara intressant.*

- Ett förslag är att använda sig av andra variabler, exempelvis försäljning och marknadsandelar för geografisk spridning. Under studiens gång märkte vi att vissa av de variabler vi använde oss av inte var de mest korrekta alternativen.
- Det hade även varit intressant att, istället för en totalundersökning, göra ett stickprov från både A- och O-listan för att skapa större variation i underlaget. Då skulle chanserna kunna öka för att få fram samband.
- Det skulle även vara möjligt att göra en global jämförelse mellan företag från olika regioner och försöka få fram några gemensamma nämnare gällande CSR- arbete.
- Det skulle även vara intressant att jämföra 2007 års resultat med tidigare års för att se en eventuell ökning och förändring.

## 7. REFERENSER

---

### **Böcker**

Arvidson, P., Hansson, S., Lindquist, H. (2006) *Företags- och räkenskapsanalys*, Studentlitteratur.

Bryman, A., Bell, E., (2005) *Företagsekonomiska forskningmetoder*, uppl.1:1, Liber.

Eriksson, L.T., Wiedersheim-Paul, F., (1989), *Att utreda och Rapportera*, 3:1Uppl., Liber.

Hatch, M., J., (2002) *Organisationsteori- moderna, symboliska, och postmoderna perspektiv*, Studentlitteratur.

Körner, S., Wahlgren L.,(2006) *Statistisk Dataanalys*, 4:e Uppl., Studentlitteratur.

Körner, S., Wahlgren L.,(2002) *Praktisk statistik*, 3:e Uppl., Studentlitteratur.

Lundahl, U. & Skärvad, P. H. (1999) *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*, Studentlitteratur.

Svenning, C., (1999) *Metodboken- samhällsvetenskaplig metod och metodutveckling*,

### **Artiklar**

Arlow, P. & Gannon, J.M. (1982) *Social Responsiveness, Corporate Structure, and Economic Performance*,

Cochran, P., L. & Wood , R., A. (1984) *Corporate Social Responsibility and Financial Performance*.

Dentchev, N., A., (2004) *Corporate Social Performance as a Business Strategy*, Journal of Business Ethics.

Garriga, E & Melé, D., (2004) *Corporate Social responsibility theories: Mapping the territory*, Journal of Business Ethics.

Matten, D., Moon, M., (2000) *Pan-European Approach- A Conceptual Framework for Understanding CSR*.

Schwab, K., (2008) *Global Corporate Citizenship; Working With Governments and Civil Society*, Foreign Affairs.

Stanwick, P., A. & Stanwick, S., D. (1998) *The Relationship Between Corporate Social Performance, and Organizational Size, Financial Performance, and Environmental Performance: An Empirical Examination*.

Ullmann, A. A. (1985) *Data in search of a theory: A Critical Examination of the Relationship among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S Firms*





## 8. Bilagor

### Bilaga 1.

#### Företag på Large Cap

Tillverkningsföretag	Icke tillverkande företag	Finans och fastighet
Tillverkningsföretag	Icke-tillverkningsföretag	finansiella och fastighetsföretag
ABB Ltd	Axis	Castellum
Alfa Laval	Electra	D. Carnegie & CO
Assa Abloy	Eniro	Fabege
Astra Zeneca	Getinge	Hakan Invest
Atlas copco	H&M	Hufvudstaden
Autoliv	Lawson Software	Industrivärlden
Axfood	Millicom	Investor
Boliden	MTG	JM
Electrolux	Oriflame	Kaupthing Bank
Ericsson	Seco Tools	Kinnevik
Hexagon	Tele 2	Kungsleden
Holmen	Telia Sonera	Latour
Husqvarna	Tieto Enator	Lindbergföretagen
Lindab International		Melker Schörling
Lundin Mining		Nordea Bank
Lundin Petroleum		OMX
Meda		Ratos
NCC		SEB
Nobel Biocare Holding		SHB
Nobia		Swedbank
Saab		
Sandvik		
SAS		
SCA		
Scania		
Securitas		
Skanska		
SKF		
SSAB		
Stora Enso		
Swedish Match		
Trelleborg		
Volvo		
Vostok Gas		

## Bilaga 1.1.

### Tillverkande företag

<u>Företag</u>	<u>CSR-medelvärde</u>	<u>Antal anställda</u>	<u>Rörelsemarginal</u>	<u>Geografisk spridning</u>	<u>Omsättning</u>
ABB	1,5	112000	14	0	29183
Alfa Laval	3,93	10804	19	79	24849
Assa Abloy	2,86	32267	16,3	95,38	33500
Astra Zeneca	3,43	67900	19	82,47	29559
Atlas Copco	5,07	32947	19	99,74	63355
Autoliv	1	42000	7,4	96	39937
Axfood	3,79	6463	3,8	0	29189
Boliden	3,71	4524	16,3	48	33204
Electrolux	2,21	56898	4,3	95	104732
Ericsson	2	73345	16,3	73	187780
Hexagon	2,07	8406	15,6	88	14587
Holmen	4,07	4931	6	26	19159
Husqvarna	4,07	16093	10,7	14	33284
Lindab International	2,36	5013	14,1	78	92850
Lundin Petroleum	3,64				
Meda	3,5	2440	20,5	96	8145
NCC	4,21	21047	4,8	51	58397
Nobel Biocare Holding	4,21	2242	213,17	21	50308
Nobia	3,5	8526	8,1	92	16622
Saab	2,79				
Sandvik	3,5	40672	2,5	74	86338
SAS	4,64	21898	2,5	25	52251
SCA	2,5	105913	9,6	93	105913
Scania	3,79	32692	13,8	61	84486
Securitas	1	231588	5,1	96,11	61552
Skanska	3,93	60435	3,4	82	138781
SKF	4,29	41645	12,9	92	58599
SSAB	2	10119	16,9	28	47651
Stora Enso	4,71	43391	1,8	82	13374
Swedish Match	2	12075	21,8	92	30810
Trelleborg	3,71	25158	5,6	91	22852
Volvo	1,86	92260	7,8	70	285405
Vostok Gas	1		98		29512
<b>Medelvärde</b>	3,12				

## Icke-tillverkande företag

<u>Företag</u>	<u>CSR-medelvärde</u>	<u>Antal anställda</u>	<u>Rörelsemarginal</u>	<u>Geografisk spridning</u>	<u>Omsättning</u>
Axis	1,71	137	22	42	1671
Electra	1	94	3,4	0	1285
Eniro	3,07	4697	29	56	6508
Getinge	3,07	10358	14	87	16445
H&M	2,93	47029	23,5	9	92123
Millicom	3,5	4768	25	0	2631
MTG	2,43	2341	18	28	11351
Oriflame	2,21	6438	14	0	1109
Seco tools	3,5	4458	24	34	6034
Tele 2	1,71	5859	3	0	43420
Telia Sonera	3,79	28376	27	65	96344
Tieto Enator	2,21	14597	0,1	0	1772

Medelvärde 2,59

## Investering och fastighet företag

<u>Företag</u>	<u>CSR-medelvärde</u>	<u>Antal anställda</u>	<u>Rörelsemarginal</u>	<u>Geografisk spridning</u>	<u>Omsättning</u>
Castellum	3,07	208	66	0	2259
D.Carnegie & CO	2,79	804	20	48	4028
Fabege	3,5	146	0	0	2066
Hakon invest	2,5	584	42	29	1075
Hufvudstaden	2,14	88	284	0	1213
Industrivärden	1,93	22	-116	0	2107
Investor	1	141	8	23	3474
JM	2,36	678	17	21	12731
Kaupthing Bank	2,36	3334	54	89	304331
Kinnevik	1	2044	11,5	18	7673
Kungsleden	2	356	73	1	2324
Latour	1	3444	9,6	23	6730
Lundbergföretagen	1	5196	31	30	25958
Melker Schörling	1	2	98	0	673
Nordea Bank	2,21	31867	49	75	7886
OMX	1	1481	32	37	4067
Ratos	1,64	21179	43	81	14371
SEB	3,14	21523	42	58	40440
SHB	2,93	10209	19	26	79418
Swedbank	2,21	22148	19	72	83385

Medelvärde 2,04

## Bilaga 2. Uträkningar för medelvärde

### FASTIGHETS- OCH INVESTERINGSBOLAG

	Castellum	D. Carnegie & CO	Fabege	Hakon Invest	Hufvudstaden	Industrivärlden	Investor	JM	Kaupthing Bank	
<b>Signifikans</b>										
a)	3	3	3	3	2	2	1	2	2	
<b>Inkuldering av stakeholders</b>										
a)	2	2	3	2	2	1	1	2	2	
b)	2	2	3	2	2	1	1	2	2	
<b>Hållbarhetskontext</b>										
a)	2	3	3	2	3	2	1	1	2	
b)	2	3	3	2	2	2	1	2	2	
<b>Kvalitet</b>										
a)	3	2	3	2	2	1	1	3	2	
b)	4	1	3	1	2	1	1	1	1	
<b>Medelvärde</b>	<b>2,57</b>	<b>2,29</b>	<b>3,00</b>	<b>2,00</b>	<b>2,14</b>	<b>1,43</b>	<b>1,00</b>	<b>1,86</b>	<b>1,86</b>	
<b>Extern CSR-rapport</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Frivilligaavtal</b>	0,5	0,5	0,5	0,5	0	0,5	0	0,5	0,5	
<b>CSR-talets totalitet</b>	<b>3,07</b>	<b>2,79</b>	<b>3,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,14</b>	<b>1,93</b>	<b>1</b>	<b>2,36</b>	<b>2,36</b>	

	Kinnevik	Kungsleden	Latour	Lindbergföretage	Melker Schörling	Nordea Bank	OMX	Ratos	SEB	SHB	Swedbank	
	1	2	1	1	1	2	1	1	1	3	3	3
	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
	1	3	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2
	1	2	1	1	1	2	1	1	1	3	3	2
	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	3	2
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
<b>Medelvärde</b>	<b>1,00</b>	<b>2,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,71</b>	<b>1,00</b>	<b>1,14</b>	<b>2,14</b>	<b>2,43</b>	<b>1,71</b>	
<b>Extern CSR-rapport</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	0	0
<b>Frivilligaavtal</b>	0	0	0	0	0	0,5	0	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
<b>CSR-talets totalitet</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2,21</b>	<b>1</b>	<b>1,64</b>	<b>3,14</b>	<b>2,93</b>	<b>2,21</b>	

**ICKE TILLVERKANDE FÖRETAG**

	Axis	Electra	Eniro	Getinge	H&M	Lawson Software	Millicom	MTG	Oriflame	Seco Tools	Tele 2	Telia Sonera	Tieto Enator	
<b>Signifikans</b>														
a)	2	1	3	3	4		1	2	2	2	3	2	3	2
<b>Inkuldering av stakeholders</b>														
a)	2	1	2	3	2		1	5	4	1	2	1	4	2
b)	1	1	2	3	1		1	4	3	1	3	1	4	2
<b>Hållbarhetskontext</b>														
a)	2	1	3	2	4		1	3	2	2	4	2	2	1
b)	2	1	4	3	3		1	3	3	3	3	3	3	2
<b>Kvalitet</b>														
a)	2	1	2	3	2		1	2	2	2	3	2	3	2
b)	1	1	2	1	1		1	2	1	1	3	1	4	1
<b>Medelvärde</b>	<b>1,71</b>	<b>1</b>	<b>2,57</b>	<b>2,57</b>	<b>2,43</b>		<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2,43</b>	<b>1,71</b>	<b>3</b>	<b>1,71</b>	<b>3,29</b>	<b>1,71</b>
<b>Extern CSR-rapport</b>	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Frivilliga avtal</b>	0	0	0,5	0,5	0,5		0	0,5	0	0,5	0,5	0	0,5	0,5
<b>CSR-talets totalitet</b>	<b>1,71</b>	<b>1</b>	<b>3,07</b>	<b>3,07</b>	<b>2,93</b>		<b>1</b>	<b>3,5</b>	<b>2,43</b>	<b>2,21</b>	<b>3,5</b>	<b>1,71</b>	<b>3,79</b>	<b>2,21</b>

**TILLVERKANDE FÖRETAG**

	ABB Ltd	Alfa Laval	Assa Abloy	Astra Zeneca	Atlas copco	Autoliv	Axfood	Boliden	
<b>Signifikans</b>									
a)		1	4	2	3	5	1	3	3
<b>Inkuldering av stakeholders</b>									
a)		1	2	2	1	5	1	5	2
b)		1	2	2	1	5	1	4	2
<b>Hållbarhetskontext</b>									
a)		1	5	2	3	5	1	3	3
b)		1	4	2	3	4	1	3	3
<b>Kvalitet</b>									
a)		1	4	2	4	3	1	2	3
b)		1	3	1	2	5	1	3	3
<b>CSR-talet</b>		<b>1</b>	<b>3,43</b>	<b>1,86</b>	<b>2,43</b>	<b>4,57</b>	<b>1</b>	<b>3,29</b>	<b>2,71</b>
<b>Extern CSR-rapport</b>		0	0	0,5	0,5	0	0	0	0,5
<b>Frivilliga avtal</b>		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0	0,5	0,5
<b>CSR-talets totalitet</b>		<b>1,5</b>	<b>3,93</b>	<b>2,86</b>	<b>3,43</b>	<b>5,07</b>	<b>1</b>	<b>3,79</b>	<b>3,71</b>

Electrolux	Ericsson	Hexagon	Holmen	Husqvarna	Lindab International	Lundin Mining	Lundin Petroleum	Meda	NCC	Nobel Biocare Holding	
	2	1	3	2	4	2	1	4	3	4	4
	1	1	4	2	3	1	1	3	3	4	3
	1	1	4	2	4	1	1	3	3	5	4
	2	1	2	1	3	2	1	3	3	4	4
	2	1	3	1	4	2	1	4	4	3	4
	3	1	2	2	3	3	1	3	3	3	3
	1	1	1	1	4	2	1	2	2	3	4
<b>1,71</b>	<b>1</b>	<b>2,71</b>	<b>1,57</b>	<b>3,57</b>	<b>1,86</b>	<b>1</b>	<b>3,14</b>	<b>3</b>	<b>3,71</b>	<b>3,71</b>	
0	0,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
<b>2,21</b>	<b>2</b>	<b>3,21</b>	<b>2,07</b>	<b>4,07</b>	<b>2,36</b>	<b>1</b>	<b>3,64</b>	<b>3,5</b>	<b>4,21</b>	<b>4,21</b>	

Nobia	Saab	Sandvik	SAS	SCA	Scania	Securitas	Skanska	SKF	SSAB	Stora Enso	Swedish Match	Trelleborg	Volvo	Vostok Gas
3	2	4	5	3	4	1	5	5	2	5	2	3	2	1
3	3	1	4	2	2	1	2	3	1	4	2	4	1	1
3	3	1	3	1	3	1	3	3	1	4	2	4	1	1
3	2	4	4	3	3	1	4	5	2	5	2	4	3	1
3	3	4	4	2	4	1	4	5	3	5	3	5	3	1
3	2	3	4	2	3	1	3	4	2	5	2	2	2	1
3	1	4	5	1	4	1	3	5	3	5	1	4	1	1
<b>3</b>	<b>2,29</b>	<b>3</b>	<b>4,14</b>	<b>2</b>	<b>3,29</b>	<b>1</b>	<b>3,43</b>	<b>4,29</b>	<b>2</b>	<b>4,71</b>	<b>2</b>	<b>3,71</b>	<b>1,86</b>	<b>1</b>
0	0	0	0	0	0	0	0,5	0	0	0	0	0	0	0
0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0
<b>3,5</b>	<b>2,79</b>	<b>3,5</b>	<b>4,64</b>	<b>2,5</b>	<b>3,79</b>	<b>1</b>	<b>4,43</b>	<b>4,79</b>	<b>2,5</b>	<b>5,21</b>	<b>2,5</b>	<b>4,21</b>	<b>2,36</b>	<b>1</b>

Bilaga 2.1.

**Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,731 <sup>a</sup>	,534	,487	,61297

a. Predictors: (Constant), Rörelsemarginal

b. Dependent Variable: CSRTal

Determinationskoefficienten, R<sup>2</sup>,

Standardavvikelsen

Regressionensmodellens skärningspunkt. (1,540)

Standardavvikelser i koefficienterna

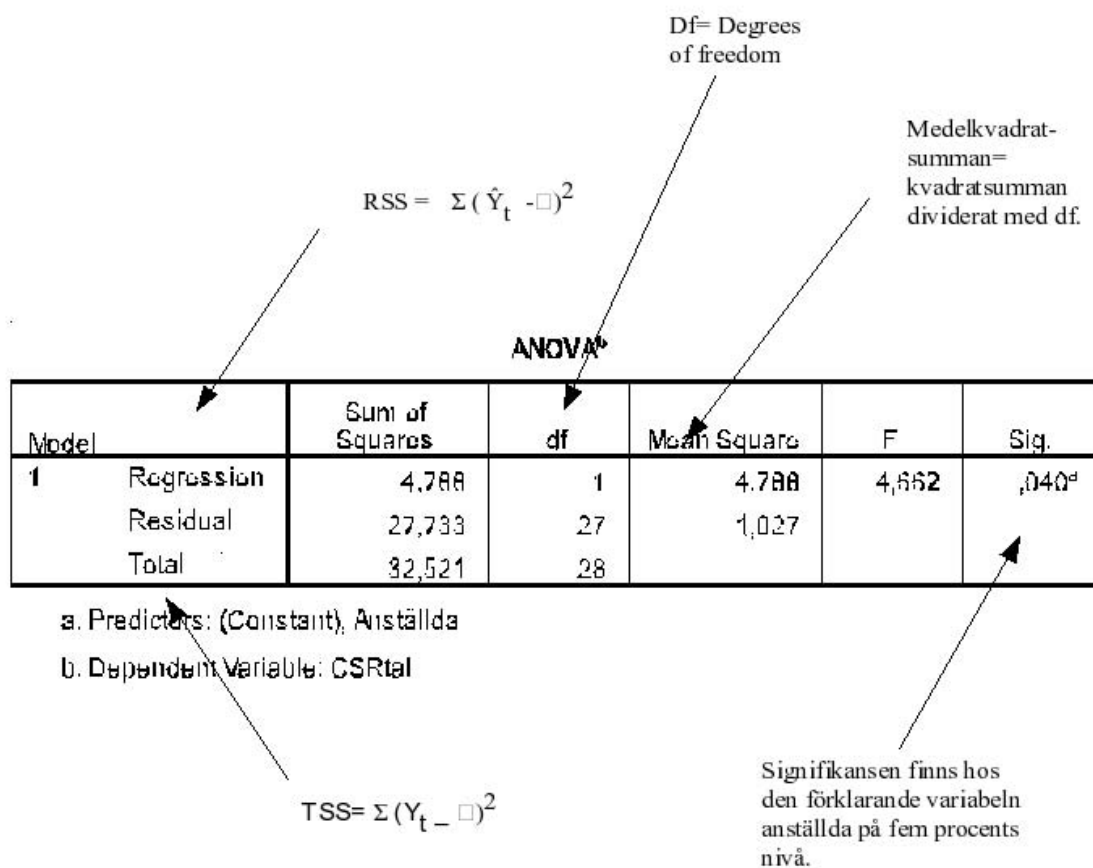
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,540	,358		4,302	,002
	Rörelsemarginal	,062	,018	,731	3,385	,007

a. Dependent Variable: CSRTal

Riktningkoefficienten, r, på korrelationen i materialet.

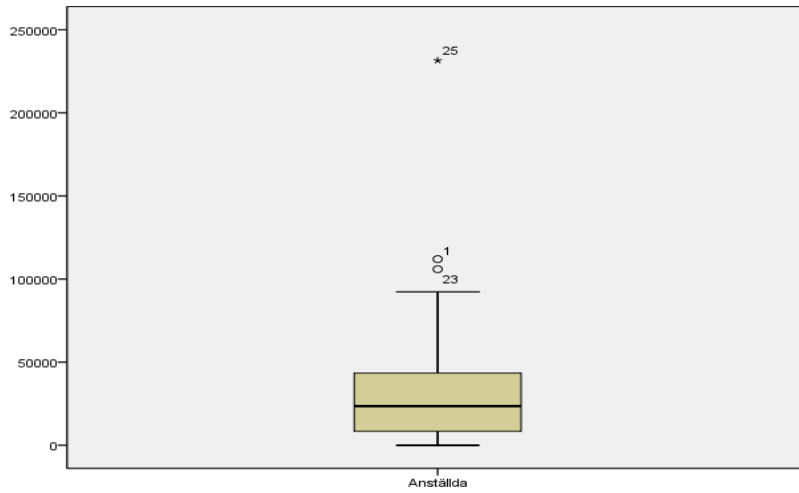
**Bilaga 2.2.**





## Bilaga 3.

### CSR och variabler för tillverkande företag

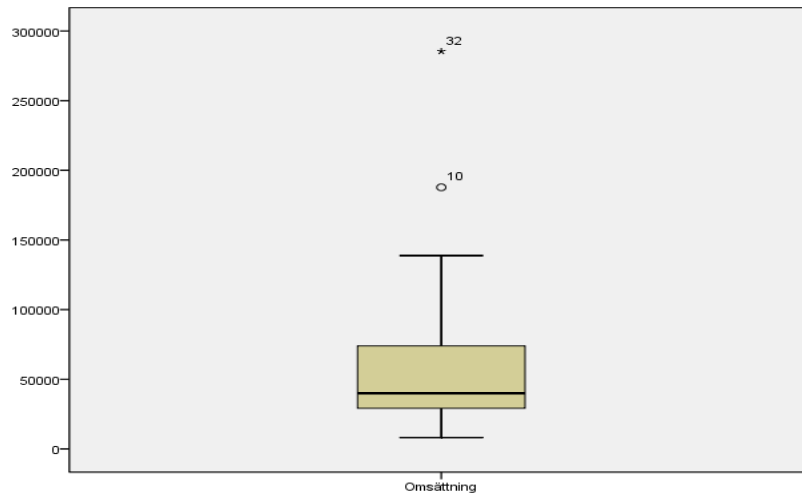


\* 25 = Securitas

Boxplot för antalet anställda och CSR.

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Anställda	30	46,2%	35	53,8%	65	100,0%

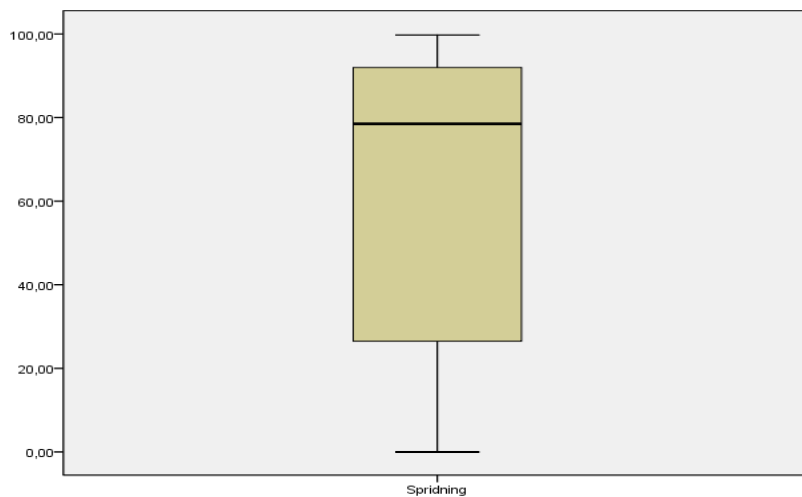


\* 32 = Volvo

Boxplott för omsättning och CSR

Case Processing Summary

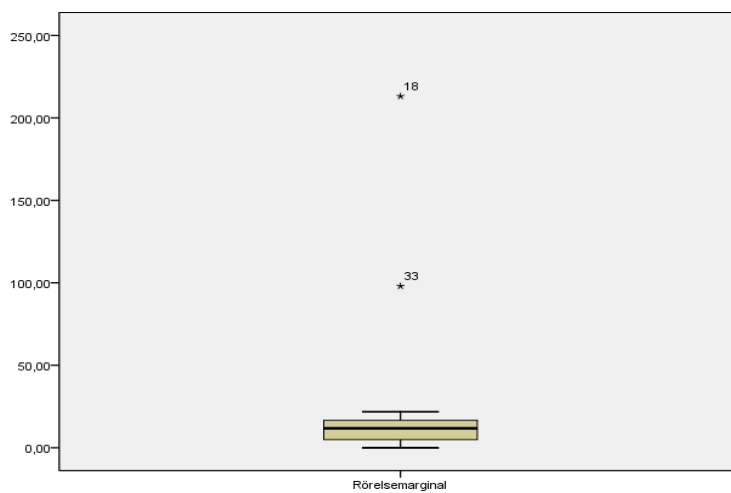
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Omsättning	31	93,9%	2	6,1%	33	100,0%



Boxplot för geografisk spridning och CSR

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Spridning	32	49,2%	33	50,8%	65	100,0%



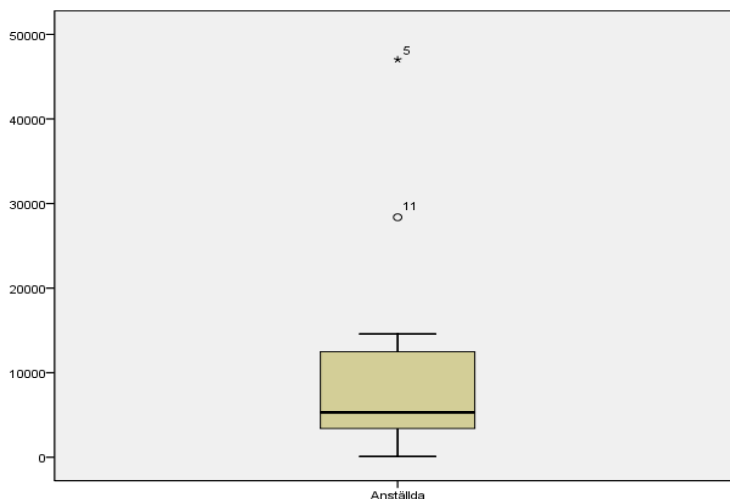
\* 18= Nobel biocare holding, \* 33= Vostok gas

Boxplot för rörelsemarginal och CSR

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Rörelsemarginal	32	49,2%	33	50,8%	65	100,0%

## CSR och variabler för icke tillverkande företag

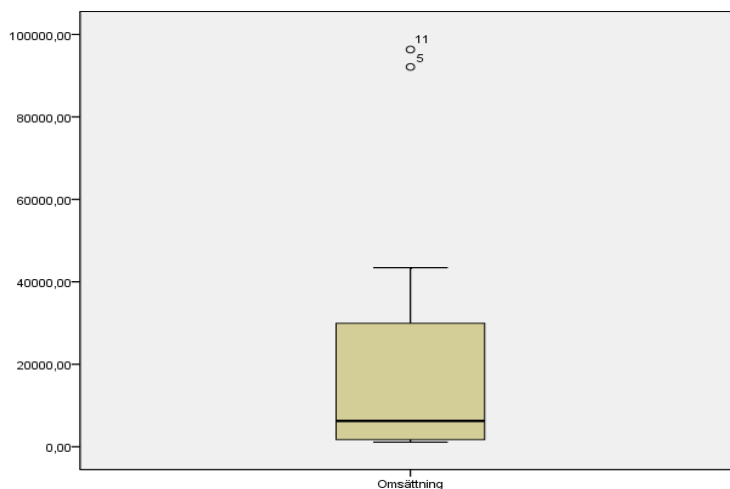


\* 5 = HM

Boxplot för antalet anställda och CSR

Case Processing Summary

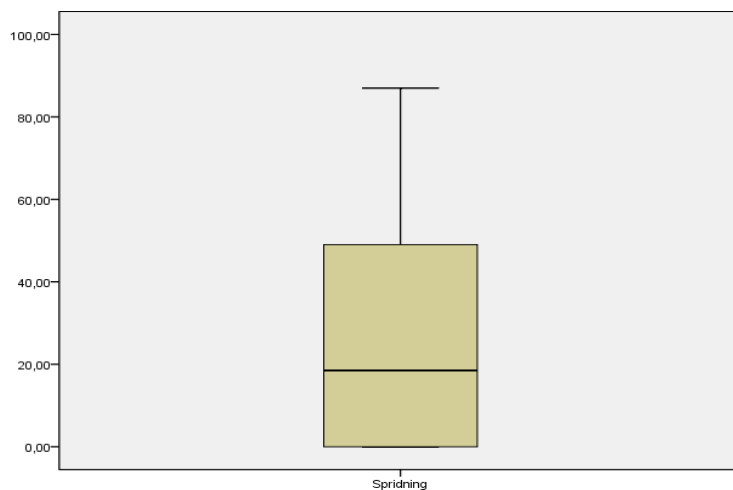
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Anställda	12	18,5%	53	81,5%	65	100,0%



Boxplot för omsättning och CSR

Case Processing Summary

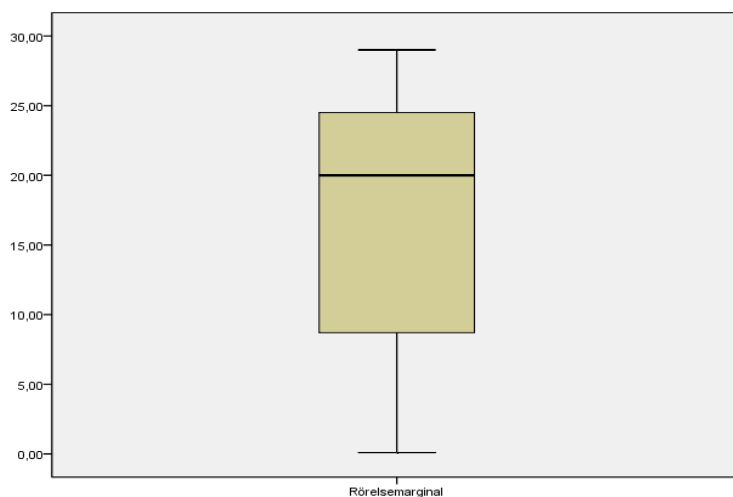
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Omsättning	12	100,0%	0	,0%	12	100,0%



Boxplot för geografisk spridning och CSR

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Spridning	12	18,5%	53	81,5%	65	100,0%

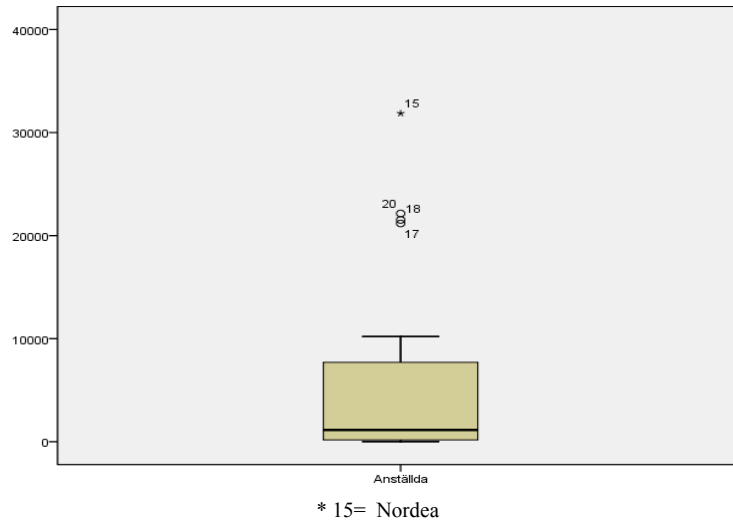


Boxplot för rörelsemarginal och CSR

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Rörelsemarginal	12	18,5%	53	81,5%	65	100,0%

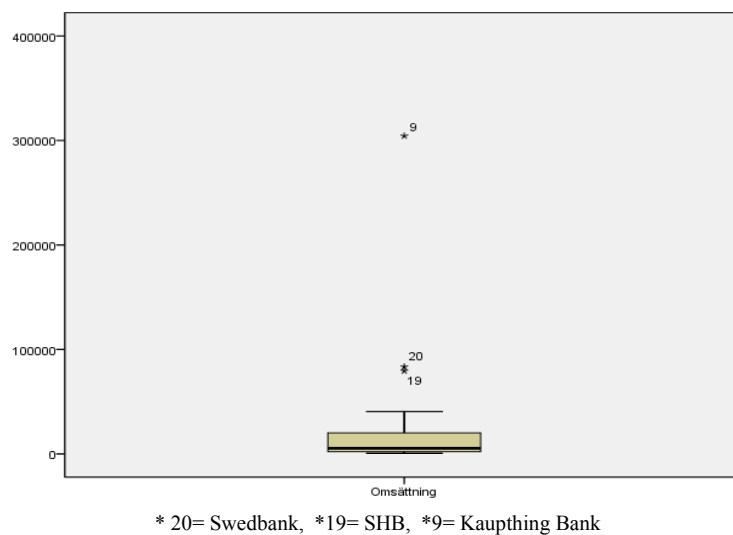
## CSR och variabler för finans och fastighetsbolag



Boxplot för omsättning och CSR

Case Processing Summary

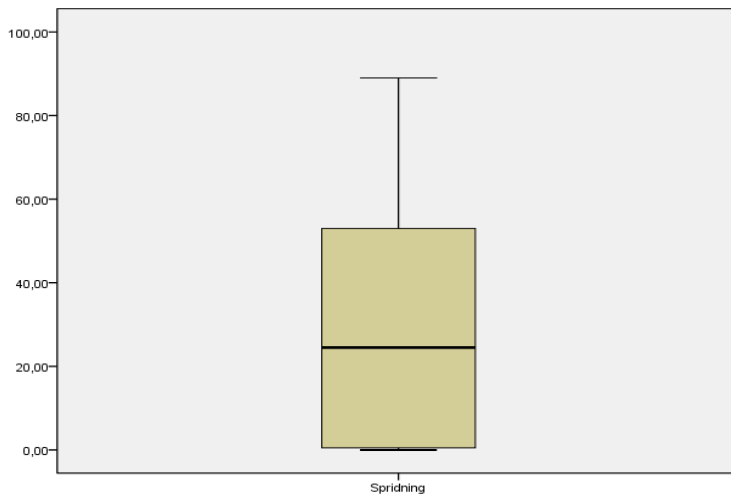
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Anställda	20	30,8%	45	69,2%	65	100,0%



Boxplot för omsättning och CSR

Case Processing Summary

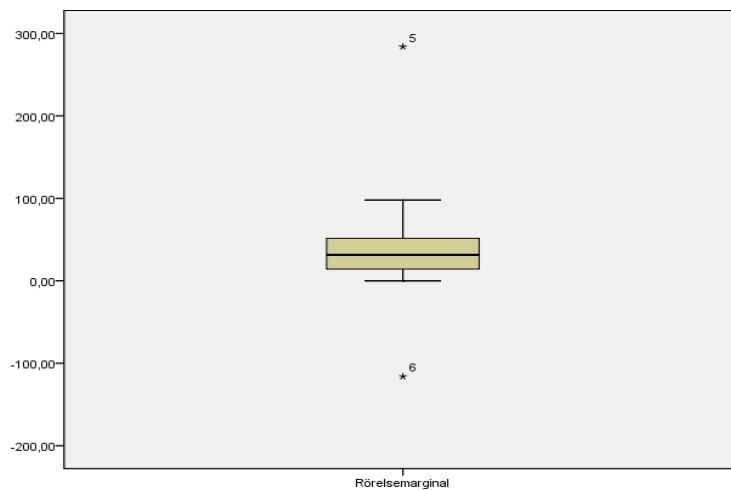
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Omsättning	20	100,0%	0	,0%	20	100,0%



Boxplot för geografisk spridning och CSR

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Spridning	20	30,8%	45	69,2%	65	100,0%



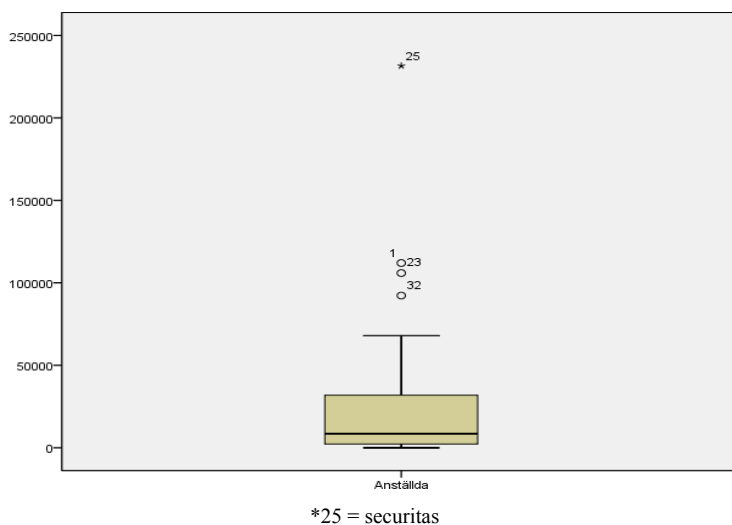
\*5 = Hufvudstaden, \*6 = Industrivärden

Boxplot för rörelsemarginal och CSR

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Rörelsemarginal	32	49,2%	33	50,8%	65	100,0%

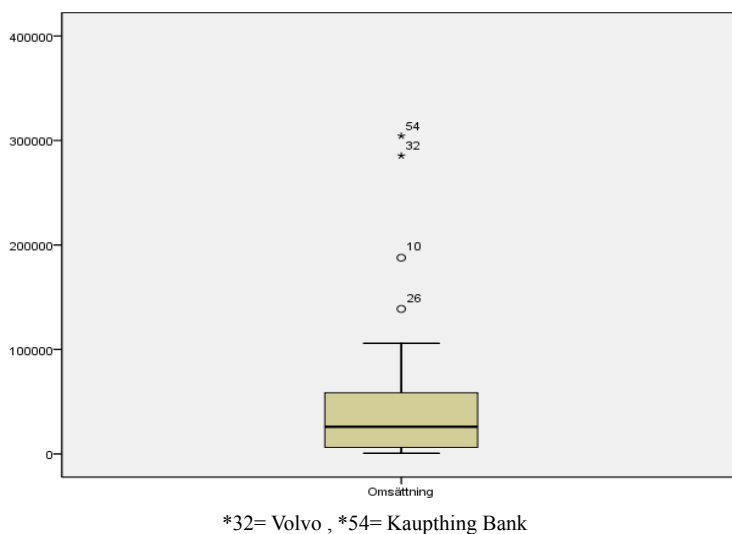
## CSR och variabler för alla företag på Large Cap



Boxplot för antalet anställda och CSR

Case Processing Summary

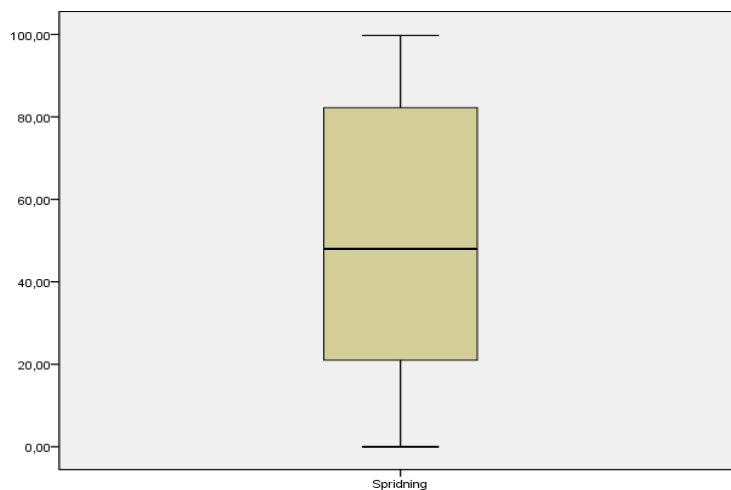
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Anställda	62	95,4%	3	4,6%	65	100,0%



Boxplot för antalet omsättning och CSR

Case Processing Summary

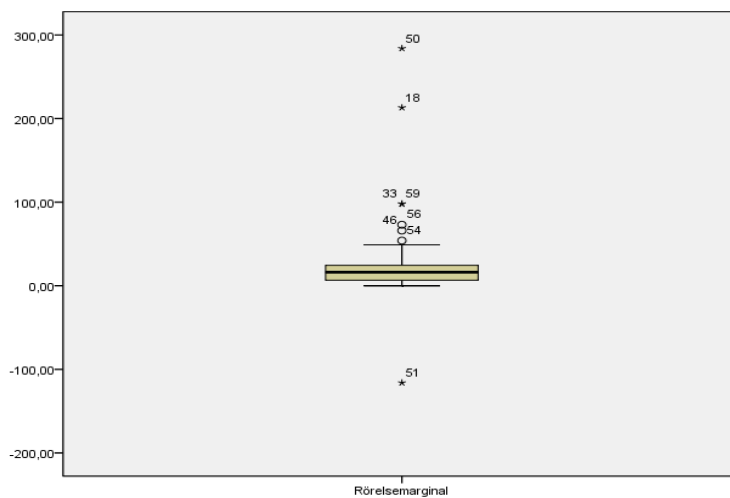
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Omsättning	63	96,9%	2	3,1%	65	100,0%



Boxplot för geografisk spridning och CSR

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Spridning	60	92,3%	5	7,7%	65	100,0%



\*50 = Hufvudstaden, \*18= Nobel biocare, \*33= Vostok Gas, \*59= Melker Schörling, \*51= Industrivärden

Boxplott för rörelsemarginal och CSR

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Rörelsemarginal	64	98,5%	1	1,5%	65	100,0%