



**Handelshögskolan**  
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

Företagsekonomiska institutionen

# **Hur företags CSR-redovisning har utvecklats över tiden**

*- En studie baserad på tre svenska börsbolag*

**Magisteruppsats i Företagsekonomi**

Externredovisning

Vårterminen 2008

Handledare: Gunnar Rimmel

Författare: Cecilia Axelsson

Camilla Carlsson

Sofia Molinder

## FÖRORD

---

*Författarna till denna uppsats vill rikta ett stort tack till samtliga respondenter, som tagit sig tid att dela med sig av sina kunskaper och erfarenheter, och därigenom medverkat till uppsatsens empiriska innehåll.*

*Författarna önskar även tacka Gunnar Rimmel, handledare till denna uppsats, som varit till stor hjälp med sin kunskap genom att bidra med värdefulla tips och råd under arbetes gång.*

*Göteborg, juni 2008*

*Cecilia Axelsson, Camilla Carlsson och Sofia Molinder*

## SAMMANFATTNING

---

### **Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Externredovisning, Magisteruppsats, VT 2008**

**Författare:** Cecilia Axelsson, Camilla Carlsson, Sofia Molinder

**Handledare:** Gunnar Rimmel

**Titel:** Hur företags CSR-redovisning har utvecklats över tiden

- En studie baserad på tre svenska börsbolag

**Bakgrund och Problemformulering:** Den alltmer ökade medvetenheten som kan ses i samhället kring etik, miljö och sociala förhållanden avspeglas även i näringslivet. Samhället ställer allt högre krav på företagen och dess verksamhet, krav vilka företagen nu måste försöka nå upp till för att bibehålla sitt anseende utåt. Genom att utarbeta rapporter där information kring dessa frågor presenteras försöker företagen tillgodose samhället och sina intressenter med tillräcklig information kring dessa frågor. Denna presentation har fått namnet CSR-redovisning. Utformandet av dessa rapporter är på frivillig basis vilket ger företagen möjlighet att sortera ut den information som de väljer att presentera. Detta medför att rapporterna då troligen skiljer sig åt mellan både branscher och företag, samt att utvecklingen av dessa rapporter inte är helt likartad. Frågan är då på vilket sätt bolags CSR-redovisning har förändrats och utvecklats över tiden, samt vilka faktorer som påverkar denna utveckling?

**Syfte:** Undersöka hur CSR-redovisningen hos större och ledande företag i olika branscher har förändrats/utvecklats under de senaste fem åren, samt vilka underliggande faktorer som denna förändring/utveckling kan bero på och om trender kan urskiljas.

**Avgränsning:** Uppsatsen har en geografisk och kategoriindelad avgränsning då endast Svenska bolag som är noterad på börsen kommer att undersökas. Endast bolagens årliga CSR-redovisningar fem år tillbaka i tiden kommer att granskas i denna studie. Hänsyn till övrig information eller till resterande års rapporter har därmed ej beaktats.

**Metod:** Studien bygger på en kvalitativ undersökning baserad på granskning av tre företags CSR-redovisningar, fem år tillbaka i tiden. Utifrån en checklista, där specifika områden valts ut, har författarna sökt urskilja den utveckling som rapporterna genomgått under de granskade åren. För att komplettera informationen, som granskningen frambringade, har intervjuer genomförts via telefon och mail, med representativa respondenter från respektive företag.

**Slutsats:** Det kan konstateras att den utveckling som skett i CSR-redovisningen, under de granskade åren, skiljer sig åt mellan bolagen. Det går dock att urskilja vissa gemensamma trender mellan bolagen så som att CSR-rapporterna har ökat i omfattning för vart år som gått i samtliga bolag. Påtagligt är också att det sociala området, generellt sätt, har genomgått en större utveckling än miljöområdet. Viktiga faktorer som påverkar CSR-redovisningen är framförallt samhället och bolagens intressenter.

**Förslag till fortsatt forskning:** Då framställandet av redovisningar kräver ekonomiska resurser har CSR-redovisningar av naturliga skäl en inverkan på företagets ekonomi. Då denna undersökning har genomförts under en högkonjunktur ser författarna det som intressant att även genomföra en liknande undersökning under en lågkonjunktur, för att se om detta har inverkan på rapportens utformning. Alternativt kan även en liknande studie utföras men då baseras på ett större antal bolag.

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

---

1. INLEDNING .....	1
1.1 Bakgrund .....	1
1.2 Problemdiskussion .....	2
1.3 Problemfrågor.....	3
1.4 Syfte .....	3
1.5 Avgränsning .....	3
1.6 Disposition .....	4
2. METOD.....	5
2.1 Val av metod .....	5
2.1.1 Forskningsmetod .....	5
2.2 Datainsamling.....	6
2.2.1 Primärdata .....	6
2.2.2 Urval av undersökningsenheter .....	6
2.2.3 Granskning av CSR-redovisningar.....	7
2.2.4 Val av intervjuform .....	8
2.2.5 Utförande av intervjuer .....	9
2.2.6 Sekundärdata .....	10
2.3 Undersökningens kvalitet.....	10
2.3.1 Validitet.....	10
2.3.2 Reliabilitet .....	11
2.3.3 Källkritik .....	11
3. TEORETISK REFERENSRAM .....	13
3.1 Corporate Social Responsibility.....	13
3.1.1 Hållbar utveckling .....	15
3.1.2 Trender och utvecklingen inom CSR.....	15
3.1.3 Argument för och mot CSR .....	16
3.2 Intressentteorin .....	18
3.3 Legitimitetsteorin .....	18
3.4 Standarder och granskning inom CSR .....	19
4. EMPIRI .....	21
4.1 SKF.....	21
4.1.1 Intervju med Ulf Andersson - SKF .....	23
4.2 H&M .....	24
4.2.1 Intervju med Karolina Dubowicz - H&M.....	27
4.3 SAS.....	27

4.3.1 Intervju med Lars Andersen - SAS .....	31
5. ANALYS .....	32
5.1 SKF.....	32
5.2 H&M .....	35
5.3 SAS.....	37
5.4 Jämförelse mellan bolagen .....	40
6. SLUTSATS .....	43
6.1 Slutsats .....	43
6.2 Egen diskussion.....	44
6.3 Förslag till framtida forskning.....	45
KÄLLFÖRTECKNING .....	46

## FÖRKORTNINGSLISTA

---

**ACARE:** Advisory Council for Aeronautical Research in Europe

**BFC:** Better Factories Cambodia

**BSR:s AWQWG:** Business for Social Responsibility's Apparel Water Quality Working Group

**CERES:** Collation for Environmentally Responsible Economies

**CoC:** Code of Conduct

**CSR:** Corporate Social Responsibility

**FAP:** Full Audit Programme

**FLA:** Fair Labour Association

**FN:** Förenta Nationerna

**GRI:** Global Reporting Initiative

**H&M:** Hennes & Mauritz

**IASB:** International Standards Board

**ILO:** International Labour Organisation

**ISO:** International Organisation for Standardisation

**IUCN:** International Union for Conservation of Nature

**NGO:** Non-Governmental Organisation

**OECD:** Organisation for Economic Co-operation and Development

**PR:** Public Relations

**SAS:** Scandinavian Airlines

**SEMS:** Supplier Environmental Motivation Strategy

**SKF:** Svenska Kullagerfabriken

**SRM:** SAS Reputation Management

**TBL:** Triple Bottom Line

**UNDP:** United Nations Development Programme

**UNEP:** United Environmental Programme

**UNESCO:** United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

**UNICEF:** United Nations Children's Fund

**WWF:** World Wide Fund for Nature

# 1. INLEDNING

*I detta inledande kapitel ges en bakgrund till det område som kommer att beröras i undersökningen, vilket leder fram till uppsatsens problemformulering. Därefter följer problemfrågor och tillhörande syfte, samt avgränsning.*

---

## 1.1 Bakgrund

Dagens samhälle blir i allt större utsträckning fokuserat på människors värderingar och långsiktigt tänkande, rörande den omgivning vi lever i. Här har frågor kring vår miljö och effekterna kring vårt handlande, samt sociala och etiskt relaterade frågor ofta ställts i centrum. I takt med mediernas allt starkare framväxt ökar informationsflödet i samhället och insynen och medvetenheten av andras handlande kring dessa områden blir allt oftare exponerat, speciellt om det är av negativ karaktär<sup>1</sup>.

Den ökade medvetenheten i samhället avspeglar sig även i näringslivet där frågor kring etik, miljö samt sociala förhållanden blir av allt större vikt för att skapa värde och kvalitet för bolagen. Dessa frågor har även utvecklats till konkurrensverktyg där företagens ställningstagande och värderingar ställs mot varandra.<sup>2</sup> Företagen måste nu nå upp till omgivningens allt högre ställda krav kring dessa frågor, för att bibehålla sitt anseende utåt. De måste kunna visa på sitt ställningstagande och det ansvar som tas för kostnader och effekter som deras verksamhet ger upphov till.<sup>3</sup> Dessa åtaganden kallas genom en gemensam benämning för CSR - *Corporate Social Responsibility*. CSR syftar till att företag på frivillig basis integrerar social- och miljömässig hänsyn i sin verksamhet.<sup>4</sup> Definitionen av vad CSR är kan variera mycket. En variant är modellen Triple Bottom Line som syftar till att hitta en balans mellan ekonomiskt-, socialt- och miljömässigt ansvar.<sup>5</sup> En implementering av CSR leder för vissa företag inte till några större förändringar medan det för andra har lett till att åtgärder måste vidtas.<sup>6</sup> För de företag som genom den ökade globaliseringen flyttat sina verksamheter utomlands, till fattigare länder där miljö- och sociala frågor inte är lika utvecklade som i de industriella länderna, har detta blivit av mycket stor vikt. Företag som bedriver verksamhet i dessa länder måste naturligtvis följa de regelverk som är upprättade där. Samtidigt tvingas de även kontrollera att produktionen ligger i linje med de svenska värderingarna och att de etiska reglerna samtidigt efterföljs.

Även den rad företagsskandaler som inträffat både internationellt och i Sverige under senare tid, vilket lett till minskat förtroende för företag och dess ledning, har medfört ökade krav på företagen. Detta har då medfört ett ökat intresse för CSR frågor hos företagen där de försöker återfå förtroendet hos allmänheten genom att visa på ett stort ansvarstagande gentemot samhället<sup>7</sup>. Den traditionella redovisningen ses nu inte längre som komplett och tillräcklig vad det gäller att avspegla ett företags verksamhet, utan ytterligare information krävs. Denna information bör då även inkludera både sociala och miljömässiga aspekter samt avspegla företagets etiska värderingar.

I takt med denna utveckling har företagen varit tvungna att ta fram mer kvalitativa vägar och egna metoder för att komplettera den traditionella redovisningen. Detta för att visa på bolagets

---

<sup>1</sup> Löhman och Steinholtz, *Det ansvarsfulla företaget – Corporate Social Responsibility i praktiken*, (2003) s. 35

<sup>2</sup> Ibid s. 15

<sup>3</sup> Carrasco, *Corporate Social Responsibility, Values, and Cooperation*, (2007)

<sup>4</sup> European Commission, Employment & social affairs, *Corporate Social Responsibility – A business contribution to sustainable development*, (2002)

<sup>5</sup> Löhman och Steinholtz (2003) s. 91

<sup>6</sup> Ibid (2003) s. 9 ff.

<sup>7</sup> Carrasco (2007)

kvalitet och framtids tänkande samt upprätthållande av sitt goda rykte gentemot externa intressenter. En viktig aspekt är naturligtvis också att ha en välutvecklad extern kommunikation beträffande CSR-frågor för att på så sätt kunna trygga sitt kapital och attrahera framtida investerare. Detta är naturligtvis en positiv utveckling men om alla företag har egna begrepp, utförande och presentation av denna information skulle det resultera i stora skillnader bolagen emellan. Sedermera kan då jämförbarheten företagen i mellan försvåras. Utan likvärdiga gränser är det även lätt för företag att utelämna information som inte är fördelaktig för dem. Detta medför att informationen inte får samma värde i slutändan då dess relevans och användbarhet sjunker. Detta är ett problem som även Jamieson-Pond tar upp då han menar att klarare definitioner skulle hjälpa företag att arbeta med CSR och de åtaganden som medföljer<sup>8</sup>. Även Larsson argumenterar för detta, i Falcks artikel, och menar även vidare att en ökad kontroll av redovisningarna bör finnas och där en oberoende granskning borde vara en självklarhet<sup>9</sup>. För att lösa problemet har en rad olika organisationer tagit fram riktlinjer för hur företagen skall hantera sina åtaganden av detta slag samt hur dessa skall presenteras och granskas i redovisningen. Dessa åtaganden har fått namnet *CSR-redovisning* eller *hållbarhetsredovisning*<sup>10</sup>, som under senare år har blivit vanligt förekommande bland de större bolagen i Sverige. Företagen har under senare år blivit medvetna om vilken vikt CSR-redovisningen har för bolagets ekonomiska utveckling och ställning på marknaden. Det finns även undersökningar som visar på att dessa redovisningar rent av skapar ett högre börsvärde för företagen<sup>11</sup>. Att CSR har en positiv inverkan på företags ekonomiska situation är även något som Abiola Adenekan instämmer med, då han menar att CSR kan ha en direkt effekt på företags vinster<sup>12</sup>.

## 1.2 Problemdiskussion

Att företagets ställningstagande i sociala, etiska och miljörelaterade frågor får allt större betydelse för dess verksamhet kan alltså konstateras. Denna ökade betydelse medför då även att detta är ett aktuellt område vad det beträffar utveckling och förändring. I vilken utsträckning denna utveckling sker samt hur företagen tar till sig detta och applicerar det på sin verksamhet är dock troligen mycket individuellt. Det finns i Sverige, sedan lång tid tillbaka, organisationer som drivit CSR-frågor och dess betydelse i företagsvärlden. Dessa organisationer har även studerat företagens arbete noggrant inom detta område, vilket medfört att vissa har fått utstå hård kritik i medierna då de ej har ansetts uppfylla de krav som samhället ställt. Kritik som bland annat framförts är att företag använt sig av tvivelaktiga leverantörer samt att personalen arbetar under oacceptabla förhållanden. Ett exempel på detta är H&M som under 2007 blev exponerat i medierna då de anklagas för att ha utnyttjat arbetskraft i Indien<sup>13</sup>. Under samma år får H&M även stora rubriker då det framkommer att bomullen i kläderna som företaget tillverkar plockas av barnarbetare i Uzbekistan<sup>14</sup>. Liknande publicitet, som når ut till både konsumenter och externa intressenter, torde medföra betydande negativa konsekvenser för bolagen. Dels sett ur ett ekonomiskt perspektiv på kort sikt, dels bör det även skada företagets image och varumärke på längre sikt. Detta kan då vara ett argument till att företagen försöker utarbeta en informationskälla som i största möjliga mån tillgodoser allmänhetens och externa intressenters utökade informationsbehov, och därigenom

---

<sup>8</sup> Jamieson-Pond, *Clearer definition will help firms' CSR commitments*, (2007)

<sup>9</sup> Falck, *Oberoende granskning ger hållbar kontroll*, (2007)

<sup>10</sup> Författarna väljer att genomgående i uppsatsen använda sig av begreppet CSR-redovisning.

<sup>11</sup> Sullivan, *Citizen of the world – As ethical and environmental issues take center stage, corporate social responsibility projects get an overhaul with a new emphasis on metrics*, (2008)

<sup>12</sup> Abiola Adenekan, *Putting CSR into perspective*, (2007)

<sup>13</sup> Ström, *H&M uppges utnyttja arbetskraft*, (2007)

<sup>14</sup> Storwall, *Barnarbetare som plockar bomullen i H&M:s kläder upprör, samtidigt som många vill handla billiga kläder. Men etiska och ekologiska kläder kostar inte mer än vanliga*, (2007)



undvika att negativ publicitet uppstår. Abiola Adenekan gör i en artikel följande uttalande ”CSR kan inte längre ses som någon lyxvara utan är numera nödvändigt för företagen”<sup>15</sup>, ett uttalande som då är samstämmigt med ovanstående tankegång. Frågan är numer alltså inte om ett företag skall framställa en CSR-redovisning eller inte, utan snarare hur och i vilken omfattning detta skall ske.

I ett fortsatt resonemang kan en diskussion föras kring vilka konsekvenser detta får på presentationen av de negativa händelser som faktiskt uppstår i företagen. Att ta fram en CSR-rapport kan av företagen uppfattas som en möjlighet att i allt större utsträckning själva kunna föra fram och redovisa negativa händelser, innan någon annan gör det. Detta för att visa på en öppenhet och ett ansvarstagande, från företagets sida, för fel som uppstått i verksamheten och undvika obehaglig publicitet. Primärt vill dock naturligtvis alla företag förmedla en så bra bild av sin verksamhet som möjligt, i alla former av rapporter som framställs. Detta skulle i sin tur kunna medföra att en försköning av rapporten främjas eftersom det i nuläget föreligger en frivillighet i vad som presenteras. En motsatt effekt skulle då kunna uppstå där istället negativa händelser mörkas i allt större omfattning för att ingen skall finna informationen och kunna synliggöra den offentligt.

Tankegången ovan visar då på att CSR-rapporterna nödvändigtvis inte behöver avspegla företagets CSR-arbete till fullo utan att den av företaget kan utformas för att passa in och tillgodose det behov som företaget avser med framställandet av rapporten. Vad företagen här värdesätter och väljer att presentera beror troligen på att en mängd olika faktorer och incitamentet, som både är av intern och extern karaktär. Utgångspunkten måste dock vara att den skapar ett mervärde för företaget och dess verksamhet, i annat fall hade den troligen inte existerat.

Ovanstående diskussion har lett fram till det område som denna uppsats kommer att behandla och vad författarna till studien kommer att inrikta sig på, nämligen hur företags CSR-redovisning har utvecklats och varför. Inom området har sedan en problemfråga med två underliggande frågor arbetats fram, vilka sedermera undersökningen kommer att grundas på.

### **1.3 Problemfrågor**

- På vilket sätt förändras/utvecklas bolags CSR-redovisning över tiden?
  - Vilka faktorer kan denna förändring/utveckling bero på?
  - Går det att urskilja en trend i bolagens CSR-redovisning utifrån en granskning av olika punkter och delar i rapporten?

### **1.4 Syfte**

Undersöka hur CSR-redovisningen hos större och ledande företag i olika branscher har förändrats/utvecklats under de senaste fem åren, samt vilka underliggande faktorer som denna förändring/utveckling kan bero på och om trender kan urskiljas.

### **1.5 Avgränsning**

Uppsatsen har en geografisk och kategoriindelad avgränsning då endast Svenska bolag som är noterad på börsen kommer att undersökas. Urvalet av de tre företag som medverkar i studien är ej genomförd efter en specifik bransch. Endast bolagens årliga CSR-redovisning kommer att undersökas i denna studie, vilket medför att resterande information som respektive företag lämnar kring CSR-frågor inte kommer att beaktas. Undersökningen kommer att baseras på

---

<sup>15</sup> Abiola Adenekan (2007)

bolagens CSR-redovisning fem år tillbaka i tiden och hänsyn till resterande år har ej tagits i denna studie.

## 1.6 Disposition

### ➤ *Inledning*

I detta inledande kapitel ges en bakgrund till det område som kommer att beröras i undersökningen, vilket leder fram till uppsatsens problemformulering. Därefter följer problemfrågor och tillhörande syfte, samt avgränsning.

### ➤ *Metod*

I detta kapitel redovisas den vetenskapliga ansats som ligger till grund för uppsatsen, samt vilket urval och metod som använts för att få fram representativ data för studien. Här klargörs även hur och varför problemet har angripits på det sätt det har. Slutligen behandlas uppsatsens validitet och reliabilitet, samt källkritik.

### ➤ *Teoretisk referensram*

I denna del av uppsatsen görs en redogörelse för de teorier som ligger till grund för den empiriska undersökningen. Här behandlas begreppet Corporate Social Responsibility och hållbar utveckling. Vidare diskuteras olika trender och utvecklingar inom CSR samt argument för och mot detta fenomen. Avslutningsvis redogörs för intressentteorin och legitimitetsteorin samt standarder och granskning inom CSR.

### ➤ *Empiri*

I detta avsnitt redovisas den primärdata som samlats in. Inledningsvis ges en kort presentation av de tre företagen vilket efterföljs av utfallet från granskningen av respektive företags CSR-redovisning. Denna granskning har sammanställts i matriser som utgår ifrån checklistans punkter. Avslutningsvis presenteras resultatet av de intervjuer som genomförts med respondenter från de granskade företagen.

### ➤ *Analys*

I denna del av uppsatsen kommer den insamlade empirin att analyseras och kopplas samman med den teoretiska referensramen. Författarna kommer här att analysera företagen separat, var för sig, för att synliggöra de förändringar som kunnat urskiljas. Analysen av företagen kommer att delas in och presenteras efter checklistans punkter. Avslutningsvis kommer företagen även att ställas emot varandra där likheter och skillnader dem emellan synliggörs.

### ➤ *Slutsats och egen diskussion*

I denna del presenteras inledningsvis studiens problemfrågor vilka sedermera följs av de slutsatser som undersökningen har frambringt. Slutsatsen utgår ifrån den checklista som uppsatsens empiriavsnitt baserats på. Detta följs av en diskussion som förs kring ämnet där författarnas egna tankar presenteras. Avslutningsvis ges förslag på framtida studier.

## 2. METOD

---

*I detta kapitel redovisas den vetenskapliga ansats som ligger till grund för uppsatsen, samt vilket urval och metod som använts för att få fram representativ data för studien. Här klargörs även hur och varför problemet har angripits på det sätt det har. Slutligen behandlas uppsatsens validitet och reliabilitet, samt källkritik.*

---

### 2.1 Val av metod

Det första som bör beaktas i en uppsats, efter att problemformulering och syfte är fastställt, är vilken forskningsmetod som studien skall utgå ifrån. Val av metod kommer sedermera att avgöra hur data skall samlas in och behandlas under studiens gång. Denna undersökning är av kvalitativ karaktär genomförd som en multipel fallstudie.

#### 2.1.1 Forskningsmetod

Det metodiska tillvägagångssättet brukar delas upp i två olika angreppssätt, det *kvalitativa* och det *kvantitativa*. De olika angreppssätten har både sina svaga och starka sidor och valet av forskningsmetod bör ha sin grund i den frågeställning och syfte som skall undersökas, på vilka studien således skall grundas på.<sup>16</sup>

Med utgångspunkt från denna studies frågeställning och syfte har en kvalitativ metod valts. Detta ger studien en bättre helhetsbild då det centrala i denna ansats är att få en djupare förståelse för det specifika problemet, samt att formaliseringen är av ringa grad. Detta skulle inte i samma utsträckning vara möjligt att uppnå med en kvantitativ studie som till sin karaktär är betydligt mer formaliserad och strukturerad.<sup>17</sup> Det viktiga under denna studie var att kunna erhålla en djupare förståelse för hur och varför företag utformar och presenterar sin CSR-redovisning på de sätt de gör, samt hur denna har förändrats/utvecklats över tiden. Detta kräver då, enligt författarna, mer utförlig och ingående information än vad exempelvis en kvantitativ enkätundersökning eller standardiserade intervjuer hade kunnat ge. Författarna anser därför att valet av en kvalitativ ansats är mest lämpad och skapar de bästa förutsättningarna för att kunna samla in den information som krävs.

Ett exempel på en kvalitativ analys är *fallstudier*. Dessa typer av undersökningar innebär att ett ”fall” utreds från ett helhetsperspektiv för att kunna få en så detaljerad bild av det studerade problemet som möjligt. Undersökningen utgår ifrån att försöka fånga ett fåtal enheter med många variabler.<sup>18</sup> Då denna undersökning baseras på tre bolag, det vill säga ett fåtal enheter, vill författarna uppnå en bred avspiegling på dessa undersökningsobjekt och analysera utvecklingen av deras CSR-redovisningar under en flerårsperiod, det vill säga många variabler. Fallstudier är ofta väl lämpade vid problemundersökningar där en process eller en utveckling över tiden skall undersökas.<sup>19</sup> Eftersom syftet med denna studie är att undersöka en sådan utveckling förelåg valet av fallstudie, som kvalitativ analys, relativt självklar för författarna. Det bör dock poängteras att fallstudier naturligtvis även har sina svagheter. En begränsning är att det är forskaren själv som är det primära instrumentet till att samla in och analysera data. Detta medför att en oetisk forskare själv kan välja bland tillgänglig data och presentera i princip vad som helst. Andra svagheter är att det inte finns några klara riktlinjer för hur slutrapporten skall utformas samt att generaliserbarheten i dessa

---

<sup>16</sup> Holme och Solvang, *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, (1997) s. 14

<sup>17</sup> *Ibid* s.14

<sup>18</sup> Saunders et. al, *Research Methods for Business Students*, (2007) s. 140

<sup>19</sup> Davidson och Patel, *Forskningsmetodikens grunder*, (1994) s. 44

studier ibland ifrågasätts. Det är därför viktigt att både läsare och författare är medvetna om de negativa aspekter som kan påverka slutprodukten.<sup>20</sup>

Vidare har författarna valt att göra en *multipel fallstudie*. Detta innebär att studien består av flera parallella fallundersökningar, det vill säga granskningen av de tre utvalda företagens CSR-redovisningar, vilka sedermera jämförs med varandra. De multipla fallstudierna anses ofta vara mer övertygande för läsaren och menas även öka möjligheten för generalisering av det framarbetade resultatet.<sup>21</sup>

## 2.2 Datainsamling

Studien är uppbyggd utifrån både sekundärdata, det vill säga befintlig fakta inom området, samt nyinsamlad empiri, primärdata.<sup>22</sup>

### 2.2.1 Primärdata

I denna undersökning utgörs primärdata av de analyser som genomförts av de tre utvalda företagens CSR-redovisningar, fem år tillbaka i tiden. Även materialet från de intervjuer som utförts, med insatta personer från respektive bolag, ingår i denna studies primärdata.

### 2.2.2 Urval av undersökningsenheter

Urvalet av företag har baserats på ett såkallat *bedömningsurval*, vilket innebär att företagen inte har valts ut på slumpmässiga grunder. Valet har istället baserats på att företagen representerar den kategori som författarna söker, det vill säga stora börsnoterade företag med en välutvecklad CSR-redovisning som sträcker sig minst fem år tillbaka i tiden. Denna urvalsmetod är vanlig vid undersökning av problem där syftet är tydligt och endast en liten del ses som en aktuell och representativ population, ur vilken specifika enheter väljs ut.<sup>23</sup> Kravet på att företagen skall vara börsnoterade grundar sig i att informationstillgången hos dessa bolag är relativt lättillgänglig. Dessa företag arbetar även troligen, i och med deras offentlighet och medias insyn, hårdast med CSR-redovisningens utveckling och dess presentation i årsredovisningen. En förutsättning här var även att bolagen hade varit noterade på börsen under ett par år, eftersom undersökning syftar till att granska årsredovisningar bakåt i tiden. Utifrån dessa urvalskriterier valdes följande tre företag ut för att ingå i studien: Scandinavian Airlines (SAS), Svenska Kullagerfabriken (SKF) och Hennes & Mauritz (H&M). Företagen kommer härnäst endast att benämnas med de förkortade företagsnamnen.

För att även kunna illustrera problemet utifrån företagets perspektiv, och inte endast utifrån den granskning av årsredovisningar som skett, kontaktades samtliga tre företag med en förfrågan om att få deras bild av hur CSR-redovisningen har förändrats och utvecklats under de senaste fem åren. Bolagen kontaktades först via mail med en kort beskrivning av studiens syfte samt en förfrågan om att få genomföra en intervju kring detta ämne. Efter några dagar kontaktades även företagen per telefon för att höra om intresse för att medverka i en intervju fanns. Samtliga företag ställde sig positiva till att medverka och tid för intervjuer bokades in.

Valet av respondenter till de tre utförda intervjuerna utgick ifrån vilken typ av kunskap och/eller position personerna ifråga hade på respektive företag, för att på så sätt få fram representativa respondenter till intervjuerna. Här kunde det ibland vara svårt för författarna att på egen hand direkt nå fram till personer med rätt kunskap inom företagen. Detta resulterade i

<sup>20</sup> Merriam, *Fallstudien som forskningsmetod*, (1998) s. 47

<sup>21</sup> Ibid s. 164

<sup>22</sup> Ibid s. 56

<sup>23</sup> Saunders et. al (2007) s. 227

att företagen i vissa fall själva, i samråd med författarna, hjälpte till med urvalet av respondenter, efter att uppsatsens syfte och problemformulering presenterats.

### 2.2.3 Granskning av CSR-redovisningar

Granskningen av respektive företags CSR-redovisning har fördelats uppsatsförfattarna emellan. Primärt har varje författare tilldelats ett specifikt bolag att ansvara för. Denne har därefter gjort en grundlig genomgång av sitt tilldelade bolags CSR-redovisning för att urskilja förändringar i rapporterna över åren. Bolagen har sedan roterat i gruppen för att sammanlagt två författare skall ha gått igenom varje företags CSR-redovisning. Detta dels för att inte viktig information skulle förbises genom att endast en författare undersökte rapporten, dels för att bolagens redovisningar skiljer sig åt i omfattning. En annan bidragande orsak till att välja två stycken författare, att granska varje företags CSR-redovisning, var att minimera risken för att resultatet blev snedvridet, vilket författarna ansågs föreligga om endast en person granskade vardera rapport.

Innan granskningen av CSR-redovisningarna genomfördes lade författarna upp en strategi för hur granskningen skulle genomföras samt vilka delar som fokus skulle läggas på. En checklista utarbetades även innan där författarna sammanställt de olika områden som ansågs intressanta och således skulle undersökas i respektive företags CSR-redovisning. Detta medför då att alla förändringar som skett ej beaktats i denna studie. Anledningen till detta är framförallt för att sälla bort sådant som ej ansågs vara relevant men framförallt för att göra informationen, som presenteras för läsaren, hanterbar. Att ha tagit med allt som skett ansågs alltså alltför omfattande och således inte ett bra alternativ. Viktigt att poängtera här är också att vissa av företagen har angivit att ytterligare information om deras CSR-redovisning finns att tillgå på respektive företags hemsida. Denna information har ej beaktats i uppsatsen, vilket även ligger inom ramen för undersökningens avgränsning.

Allmän	Social	Miljö
Inledning av rapporten.	Indelning av det sociala området.	Indelning av miljöområdet.
Certifieringar och medlemskap.	Projekt som företaget stödjer/ingår i, samt hur dessa presenteras.	Projekt som företaget stödjer/ingår i, samt hur dessa presenteras.
Redovisningens upprättande, samt hur den har granskats.	Vilka områden ligger fokus på och hur presenteras dessa.	Vilka områden ligger fokus på och hur presenteras dessa.
Layout – bilder, text och diagram i förhållande till text	Hur presenteras uppsatta mål och hur ser uppföljningen ut.	Hur presenteras uppsatta mål och hur ser uppföljningen ut.
Omfattning och uppdelning	Hur tas negativa aspekter upp och presenteras i redovisningen.	Hur tas negativa aspekter upp och presenteras i redovisningen.

Tabell 2.1 Checklista

Granskningen har fokuserats på förändringar av CSR-redovisningarnas innehåll, inom utvalda områden, och utveckling under en femårsperiod. Detta behöver alltså inte direkt innebära att företagens arbete har utvecklats i samma riktning, utan endast att det som företagen väljer att ta upp och beskriva i sin rapport har ändrats. Vi kommer alltså inte att undersöka huruvida företagens arbete eller insatser inom området har utvecklats och förändrats under åren, utan endast vad de valt att lägga vikten på och ta upp i sin rapport.

Författarna har under arbetets gång noggrant dokumenterat och strukturerat upp granskningen för att undvika att information utelämnas eller att fel uppstår. Det har även varit av stor vikt för studiens kvalitet att samtliga författare har arbetat på liknande sätt. Detta för att få fram jämförbara och likvärdiga resultat som sedermera kommer att användas i analysen. För att uppnå detta har författarna innan granskningen noggrant tillsammans diskuterat igenom hur granskningen skall utföras, vilka delar som granskningen skall fokuseras på genom

checklistan samt vilket grad av noggrannhet och precision som önskades uppnås. Presentationen av granskningen har i empiriavsnittet ej delats in efter de tre grundstenarna social, miljö och ekonomi som CSR är uppbyggd efter, utan har istället delats in i tre delar enligt checklistan nämligen *allmän*, *social* och *miljö*. Motivet till denna indelning var att möjliggöra en bra jämförelsegrund företagen emellan. Då de olika företagens rapporter såg mycket annorlunda ut, indelningsmässigt, där två företag helt saknade delen ekonomi ansågs indelningen enligt CSR:s uppdelning inte som ett bra alternativ.

#### 2.2.4 Val av intervjuform

Efter att urvalet av både företag och respondenter var genomfört sammansattes frågor till de olika intervjuerna, en så kallad *intervjuguide*.<sup>24</sup> Dessa har sedan verkat som underlag för de intervjuer som genomförts. Totalt har tre intervjuer utförts genom två olika metoder: telefonintervju samt mailintervju. Ursprungligen var målet att utföra samtliga intervjuer som personliga intervjuer. Fördelen med de personliga intervjuerna är att intervjuaren har möjlighet till att få en bättre kontakt med respondenten, samt att det under intervjutillfället även går att avläsa kroppsspråk och ansiktsuttryck.<sup>25</sup> Att utföra personliga intervjuer i denna studie var dock inte möjligt då samtliga respondenter, vid denna tidpunkt, hade väldigt stor arbetsbelastning vilket medförde att utrymme för att ta emot oss personligen inte fanns. Istället utfördes två intervjuer via telefon och en intervju via mail.

1.	Hur har er CSR-redovisningen utvecklats över tiden? Har ni uppmärksammat några specifika skillnader/utvecklingar under de senare åren?
2.	Vilka faktorer tror ni har inverkan på CSR-redovisningen och dess utveckling?
3.	Hur anpassas er CSR-rapport efter saker som händer i omvärlden, så som exempelvis aktuella klimatfrågor, nya standarder eller regelverk? Har ni haft något/någon speciell i åtanke vid utformandet av er rapport?
4.	Hur viktig anser ni att CSR-redovisningen är för företagets image?
5.	Följer CSR-redovisningen företagets generella utveckling eller styrs den separat?
6.	Finns det aspekter i CSR-redovisningen som är till för marknadsföringssyfte? Tror ni att det finns en risk för att redovisningen förskönas?
7.	Finns det ytterligare aspekter som ni ser är viktiga angående er CSR-redovisning och dess utveckling?

Tabell 2.2 Intervjuguide

Telefonintervjuerna var av kvalitativ karaktär, vilket innebär att de har en låg grad av standardisering. Nivån av *standardisering* mäter i vilken utsträckning intervjuaren bestämmer frågornas utformning i förväg, såsom vilka frågor som skall ställas och i vilken ordning.<sup>26</sup> Intervjuerna har utformats och genomförts i semistrukturerad form, vilket innebär en viss form av strukturering.<sup>27</sup> *Struktureringen* avgör i vilken utsträckning frågorna begränsar svarsutrymmet.<sup>28</sup> Intervjuerna utgår här ifrån ett antal styrda och bredare frågor, byggda utifrån teoretisk fakta, där respondenterna givits utrymme att själva utveckla sina svar.<sup>29</sup> Skälet till att denna intervjustruktur valdes var att författarna ville skapa en friare diskussion och kunna gå in djupare i respondenternas kunskap och uppfattning inom ämnet, samt även ge

<sup>24</sup> Svensson och Starrin, *Kvalitativa studier i teori och praktik*, (1996) s. 62

<sup>25</sup> Davidsson och Patel (2003) jfr s. 269 ff.

<sup>26</sup> Hartman (2004) s. 232

<sup>27</sup> Jacobsen, *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, (2002) s.163

<sup>28</sup> Davidson och Patel (1994) s. 61

<sup>29</sup> Saunders et. al (2007) s. 312

intervjuerna möjlighet till att ställa följdfrågor. Detta hade inte i samma utsträckning varit möjligt med mer strukturerade intervjuer byggda på styrda frågor med redan angivna svarsalternativ. Helt ostrukturerade intervjuer var inte heller att föredra i denna studie, eftersom författarna då skulle mista förmågan att styra intervjuerna i önskad riktning vilket skulle ha minskat effektiviteten för att få fram önskad information kring studiens specifika problem.

Nackdelen med telefonintervjuer i jämförelse med personliga intervjuer är att det blir svårare för intervjuaren att få en diskussion och ett öppet samtal med respondenterna<sup>30</sup>. Författarna var väl medvetna om denna eventuella negativa inverkan på resultatet men då ingen annan möjlighet fanns ansågs detta vara det bästa alternativet utifrån de förutsättningar som gavs. Av detta skäl förbereddes dessa intervjuer mycket noga innan de genomfördes för att minimera dessa effekter. Författarna var även mycket uppmärksamma under intervjuens genomförande för att snabbt uppmärksamma hur väl samtalet flöt, samt ställa adekvata följdfrågor för att på så sätt få igång en bra dialog med respondenten.

Mailintervjun var av mer standardiserad form, än de övriga två, då möjligheten till att föra en diskussion eller att ställa följdfrågor till respondenterna ej fanns. Intervjuguiden var densamma även under denna intervju med den skillnaden att frågorna preciserades något mer utförligt och skickades iväg med kompletterande information, vilket då medfört en högre grad av standardisering. Detta var viktigt då intervjufrågorna vid användandet av denna metod måste vara mycket välformulerade och ej av alltför komplicerad karaktär för att de skall uppfattas på ett korrekt sätt av respondenterna och därigenom undvika att missförstånd uppstår. För att dock kunna inbringa svar i den omfattning som önskades, nämligen respondentens syn på CSR-redovisningens utveckling, var det av stor vikt att frågorna inte blev av alltför snäv karaktär vilket då skulle ha begränsat respondentens svar. Detta är en svaghet med denna intervjuform som författarna varit väl medvetna om och hoppas ha minimerat genom den noggranna omarbetning av intervjuguiden som genomförts innan intervjun.<sup>31</sup>

### **2.2.5 Utförande av intervjuer**

Innan intervjuerna utfördes valdes en intervjuledare ut, vars uppgift var att ställa frågor samt styra intervjun i rätt riktning. Övriga författare hjälpte dock till att ställa följdfrågor. Fördelen med att ha en intervjuledare var, enligt författarna, att risken för att det talades i mun på varandra under intervjun minskades. Det medför även att respondenten inte känner sig stressad om flera personer samtidigt ställer frågor. Intervjuledaren var densamma vid de båda telefonintervjuerna för att grundförutsättningarna skulle vara så lika som möjligt för respondenterna och därigenom undvika att resultaten blev olika beroende på vem som intervjuade.

Dokumentationen av de utförda telefonintervjuerna skedde med hjälp av inspelning via mobiltelefon, vilket respondenterna blivit informerade om och även godkänt i förväg. Att spela in intervjuerna var viktigt för att fånga en komplett version av vad som sades, där inga viktiga bitar utelämnades. Detta medförde även möjligheten till att citera respondenterna i uppsatsen. En ytterligare anledning var också att intervjuerna till fullo kunde koncentrera sig på att ställa frågorna, samt på att lyssna och ställa följdfrågor vid behov.

---

<sup>30</sup> Jacobsen (2002) s. 161

<sup>31</sup> Ibid s. 147

Samtliga respondenter erhöll intervjufrågorna, via mail, innan intervjutillfället. Avsikten var här att ge respondenterna en möjlighet att förbereda sig inför intervjun genom att känna till vilka frågor som skulle ställas.<sup>32</sup> Även det faktum att samtliga respondenter hade knappt om tid och att intervjuerna då måste ske relativt effektivt, gjorde att frågorna skickades ut i förväg. Detta medför dock en risk då respondentens svar kan bli något tillrättalagda, vilket författarna var väl medvetna om. Författarna tror dock inte att detta skall ha försämrat kvaliteten av resultatet i någon vidare omfattning då grunden för studien utgörs av granskningarna och intervjuerna endast verkar som komplement till dessa.

### **2.2.6 Sekundärdata**

Sekundärdata är information och data som samlats in och dokumenterats utav andra författare sedan tidigare. Exempel på sekundärdata är litteratur, tidningsartiklar och annat offentligt material.<sup>33</sup> Författarna till denna uppsats har använt sig av sekundärdata i form av litteratur, information från olika sidor på Internet samt tidningsartiklar. Sökningen av litteratur och artiklar, för att erhålla relevant källmaterial, har skett genom rekommenderade databaser såsom Gunda, Emerald Insight och Business Source Premier. Slutligen hör även de femton CSR-redovisningar, som studien huvudsakligen bygger på, till sekundärdata. Utifrån dessa data har sedan metodavsnitt och den teoretiska referensramen byggts upp. Informationen har även verkat som underlag för utformandet av den empiriska delen av uppsatsen samt problemdiskussionen.

## **2.3 Undersökningens kvalitet**

Att ha en hög kvalitet på studien innebär att arbetet bygger på trovärdig och pålitlig information, vilket kan säkerställas på olika sätt. Dels genom validitet och reliabilitet, dels genom en kritisk granskning av insamlad data.<sup>34</sup>

### **2.3.1 Validitet**

Begreppet validitet innebär att det framarbetade resultatet stämmer överens med verkligheten och att det som mäts är det som avses att mätas. God validitet på studien innebär att den ej innefattar systematiska mätfel. För att möjliggöra detta och erhålla en hög validitet krävs att hänsyn tas till eventuella faktorer som kan inverka på mätningen och styra den i fel riktning.<sup>35</sup>

Problemformuleringen, byggd utifrån teorin, som presenteras i det inledande kapitlet av uppsatsen utgör grunden för studien. Utifrån denna har sedan frågeställning och syfte utformats, vilket då förstärker uppsatsens struktur. Med detta som underlag utformades sedan en strategi och en checklista för hur granskningen av CSR-redovisningarna skulle genomföras, samt även frågor till intervjuerna. Tack vare detta kunde sedan författarna styra granskning och intervjuer i önskad riktning vilket förhoppningsvis har lett till att systematiska mätfel uteslutits ur studien, i den mån det går. Detta medförde även att författarna kunnat erhålla en viss kontroll över att den information som tillhandahölls verkligen var den som eftersträvades. För att möjliggöra en så fullständig och korrekt beskrivning av problemet som möjligt har författarna, som nämnts ovan, även genomfört intervjuer som komplement till den granskning av CSR-redovisningar som studien utgår ifrån. Att information på detta sätt samlas in från olika källor bidrar till att minska risken för att informationen inte blir snedvriden eller att författarna rent av har missuppfattat den. Detta kallas *källtriangulering* och ger uppsatsen en stärkt validitet.<sup>36</sup>

---

<sup>32</sup> Saunders et. al (2007) s. 320

<sup>33</sup> Ibid jfr s. 248

<sup>34</sup> Ibid s. 149

<sup>35</sup> Ibid s. 150

<sup>36</sup> Ibid s. 139



För samtliga respondenter har så kallad *deltagarkontroll* använts.<sup>37</sup> Detta innebär att respondenterna, efter att intervjun sammanställts, fått läsa igenom och godkänna innehållet. Genom denna extra granskning, av respondenterna själva, har författarna undvikit att resultatet ej är snedvridet på något vis. Även det faktum att författarna noggrant och i tidsföljd har dokumenterat tillvägagångssätt, urvalsprocesser, genomförande av intervjuer och granskningar av rapporter, litteraturval med mera, torde styrka validiteten.<sup>38</sup>

### 2.3.2 Reliabilitet

Reliabilitet innebär att kunskapen är tillförlitlig och syftar till att fastställa trovärdigheten i det som skrivs och presenteras. Det innebär bland annat att liknande studier skall kunna genomföras av andra observatörer och då också generera samma resultat.<sup>39</sup>

Det finns flera faktorer/hot som kan påverka reliabiliteten negativt, *intervjuareffekter* är en utav dem. Intervjuareffekter vid personliga intervjuer och telefonintervjuer innebär att intervjuaren genom sitt uppträdande har inverkan på respondentens svar.<sup>40</sup> För att minimera intervjuareffekten, och därigenom höja reliabiliteten i uppsatsen, fick respondenten ta del av intervjufrågorna innan intervjutillfället. Detta för att ge respondenten möjlighet att fundera igenom frågorna och ämnesområdet innan intervjutillfället, utan författarnas påverkan. Det bör här poängteras att avsikten med dessa intervjuer var att få ta del av respondenternas egna uppfattningar och erfarenheter kring ämnet vilket medför att svaren är av subjektiv karaktär, vilket också var det som författarna eftersträvade. Här finns dock alltid en risk att respondenterna, medvetet eller omedvetet, svarar utifrån vad de tror förväntas utav dem från företagets sida. Detta för att ge en bra bild av sig själva och företaget.<sup>41</sup> Samtliga respondenter gavs dock möjligheten att medverka anonymt i uppsatsen vilket, enligt författarna, torde medföra att deras personliga åsikter lättare kunnat framföras.<sup>42</sup>

Andra åtgärder som kan vidtas för att undvika att kvaliteten på primärdata påverkas negativt är att noga dokumentera metoden och förloppet vid utförandet av CSR-redovisningarnas granskning, samt intervjuerna.<sup>43</sup> Vid intervjuerna är det även viktigt att frågorna är väl utformade och att de uppfattas på ett korrekt sätt av respondenten.<sup>44</sup> Då de båda telefonintervjuerna spelades in undvek författarna risken för att dokumentationen inte skulle bli fullständig och att viktiga delar skulle missas. Frågorna till intervjuerna var noggrant genomarbetade och sammansatta för att svaren skulle bidra med så adekvat och utförlig information som möjligt och följaktligen leda till en god reliabilitet i studien.<sup>45</sup>

### 2.3.3 Källkritik

För att undersöka huruvida en källa är trovärdig eller ej, eller för att kontrollera källans användbarhet bör hänsyn tas till en rad olika faktorer. Bland annat bör upphovsmannen beaktas och vad denna ämnar förmedla, datering och sammanhang är också av vikt, samt källans innehåll och förhållandet/överensstämmelse med andra källor.<sup>46</sup>

---

<sup>37</sup> [www.infovoice.se](http://www.infovoice.se) 2008-02-20, kl. 10:00

<sup>38</sup> [www.infovoice.se](http://www.infovoice.se) 2008-02-20, kl. 11:30

<sup>39</sup> Hartman (2004) s. 146

<sup>40</sup> Saunders et. al (2007) s. 150, 291 f.

<sup>41</sup> Jacobsen (2002) s.165

<sup>42</sup> Saunders et. al (2007) s. 149

<sup>43</sup> [www.infovoice.se](http://www.infovoice.se) 2008-03-02, kl. 12:30

<sup>44</sup> Saunders et. al (2007) s. 320

<sup>45</sup> Jacobsen (2006) s. 164

<sup>46</sup> Holme och Solvang (1997) s.130 ff.

De utvalda företag som ingår i denna undersökning verkar i olika branscher och är av olika storlek. Även CSR-redovisningarna från respektive bolag skiljer sig betydligt åt i omfattning och utförande. Detta medför att de olika rapporterna inte till fullo är helt jämförbara med varandra. Författarna har dock endast granskat de delar som går att finna i samtliga tre bolags rapporter, resterande delar har helt förbisetts, vilket torde medföra att en bra jämförelsegrund har uppnåtts företagen emellan trots att omfattningen skiljer sig åt.

Samtliga intervjuer som genomförts i studien har sammanställts och utgör en del av den empiriska delen av uppsatsen. Det bör dock understrykas att dessa har sammanfattats och presenteras därmed ej i sin fullständiga version. Anledningen till detta val är, enligt författarna, att det skulle bli alltför tungt och inte heller relevant för läsaren att ta in varje ord som sades under intervjuerna. Genom den deltagarkontroll som dock använts, där respondenterna fått läsa igenom och godkänna materialet, anser författarna kunna undvika risken med att innehållet blir felaktigt, vinklat eller färgat av författarnas egna synpunkter.

Innan granskningen av vardera företags CSR-redovisning lades en strategi upp, i form av en checklista, för vilket slag av förändringar som fokus skulle läggas på. Det är inom dessa delar som förändringar och skillnader har observerats och presenterats. Författarna har i största möjliga mån försökt upptäcka och presentera samtliga större förändringar som går att finna i rapporterna. Dels genom att två personer granskat varje rapport och dels genom den checklista som upprättades innan granskningen. Det bör dock klargöras att författarna inte kan garantera att samtliga förändringar har upptäckts och utesluter inte att ytterligare förändringar kan ha skett. Författarna ser det snarare som troligt att ytterligare skillnader finns. Författarna vill även förtydliga att en utav CSR-redovisningarna ej fanns att tillgå på svenska, vilket medför att eventuella tolkningsfel vid översättning till svenska inte helt kan uteslutas. Författarna anser dock ha minimerat denna risk då granskningen av rapporten har skett separat av författarna, var och en för sig, för att sedan tillsammans sammanställa de förändringar som skett. Även det faktum att endast nya, vedertagna och väluppdaterade ord- och affärslexikon har använts bör medföra att översättningarna blivit så korrekta som möjligt.

Litteratur och övrig sekundärdata inom området CSR och CSR-redovisning är relativt omfattande. Författarna har därför fått göra vissa urval för att få en mängd som var dels representativ och väsentlig för studien, dels hanterbar. Viktigt här har dock varit att få en viss bredd på de källor som använts för att på så sätt få en bra grund att bygga upp den teoretiska referensramen på. Då CSR är ett område inom ständig förändring och utveckling har utgivningsåren på källan här varit av stor vikt. Att använda alltför gamla källor har därigenom ej ansetts som relevant eller representativt för studien. Vid uppbyggandet av metoddelen har dock inte källans ålder varit av samma vikt, vilket medfört att något äldre källor här har accepterats av författarna. Anledningen var här att detta område inte i samma utsträckning är utsatt för förändringar och utveckling. Författarna anser att trovärdigheten i artiklar från dagstidningar, generellt sett, är att ifrågasätta. Information från dessa artiklar har därför endast använts för att beskriva händelser som är kända och inte enbart bygger på subjektiva åsikter. Författarna vill även poängtera att dessa artiklar har använts i syfte att visa på den kraft och möjlighet som dessa typer av tidskrifter har att nå ut till allmänheten, till skillnad från mer vetenskapliga skrifter.

### 3. TEORETISK REFERENSRAM

---

*I denna del av uppsatsen görs en redogörelse för de teorier som ligger till grund för den empiriska undersökningen. Här behandlas begreppet Corporate Social Responsibility och hållbar utveckling. Vidare diskuteras olika trender och utvecklingar inom CSR samt argument för och mot detta fenomen. Avslutningsvis redogörs för intressentteorin och legitimitetsteorin samt standarder och granskning inom CSR.*

---

#### 3.1 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) syftar till att företag på frivillig basis integrerar social- och miljömässig hänsyn i verksamheten, samt i samverkan med intressenter. Detta då intressenter blivit alltmer medvetna om det faktum att ett ansvarsfullt agerande leder till långsiktigt stabila företagsresultat.<sup>47</sup> CSR går tillbaka till efterkrigstiden då relationen mellan företag, samhälle och regering undersöktes. Företags primära uppgift är att producera de varor och tjänster som efterfrågas i samhället, dock finns det ett ömsesidigt beroende mellan företag och samhälle i behovet av att skapa en stabil miljö.<sup>48</sup> CSR har blivit något av en milstolpe för affärsvärlden då detta sätt att redovisa har skapat en mängd påtryckningar om innebörden av en alltmer sammansatt affärsmiljö.<sup>49</sup> CSR hänför sig till de skyldigheter ett företag har gentemot samhället eller mer specifikt till dem som är berörda av företagets policy och utövande, vilka är företagets intressenter.<sup>50</sup> Det är företagsledningen själva som måste bestämma vilket ansvar företaget skall ha och det handlar om att förstå och aktivt arbeta med företagets inverkan på den omvärld som berörs av företagets verksamhet.<sup>51</sup>

Det finns drag som är karaktäristiska när det gäller CSR. För det första är diskussionen om företagets sociala ansvar inte ny, desto mindre all reklam som omger den. Det finns även olika orsaker till vad som kan tänkas vara skälet till att företaget väljer att ägna sig åt CSR; antingen att de vill vara det goda företaget som agerar i ett gott syfte (normativa fallet) eller att de drivs av ett upplyst egenintresse (företagsfallet). Trots att det finns en klar skillnad mellan dessa två motiveringar, kan ett företags orsak till att binda sig till CSR tänkas reflektera en kombination av dessa. När ett företag formar sin CSR strategi skall det centrala vara de åtagande som finns gentemot intressenterna. Det kan dock finnas en osäkerhet kring företags skyldigheter till intressenterna. Om CSR i grund och botten handlar om dessa skyldigheter kommer företagets åtagande mer sannolikt leda till att ledningen ger ut mer detaljerad information om beslutsfattandet. Detta kan i sin tur leda till att vissa kommer att uppfatta det som att intressenter har ett verkligt inflytande på företags beslutsfattande, medan andra kommer att se intressenterna som en informationskälla.<sup>52</sup>

Carroll och Buchholtz påvisar att det finns många värdefulla definitioner av vad CSR är, men att alla har sina begränsningar. Anledningen till att det inte bara finns en klar och tydlig definition beror på att företag varierar i storlek, i vad de producerar, dess tillgångar, lönsamhet samt inverkan på samhället.<sup>53</sup> För att beskriva CSR använder författarna sig av en fyrdels modell som bygger på Carrolls definition; ”*The social responsibility of business encompasses*

---

<sup>47</sup>European Commission, Employment & social affairs, *Corporate Social Responsibility – A business contribution to sustainable development*, (2002)

<sup>48</sup>Moir, *The business world's latest buzzword? CSR and what it means to you*, (2003)

<sup>49</sup>Hawkins, *Corporate Social Responsibility*, (2006) s. 1

<sup>50</sup>Craig Smith, *Corporate Social Responsibility – Whether or how?*, (2003)

<sup>51</sup>Löhman och Steinholtz (2003) s. 10

<sup>52</sup>Craig Smith, (2003)

<sup>53</sup>Carroll och Buchholtz (2006) s. 34

*the economic, legal, ethical and discretionary (philanthropic) expectation that society has of organizations at a given point in time*"<sup>54</sup>

I modellen läggs fokus på de olika typer av ansvar som företag har gentemot samhället. De mer sedvanliga skyldigheterna såsom ekonomiska och juridiska sätts i relation till de mer socialt orienterade intressena. De olika komponenterna är viktiga var och en för sig och företaget skall ta hänsyn till det olika ansvar som finns, dock poängteras att modellen skall ses som en helhet då alla delarna hör ihop. I grunden ligger det ekonomiska ansvaret, det ansvar som samhället förväntar sig från företag. Företag väntas även att följa de lagar och regler som finns, vilket är nästa stadium i modellen. Utöver dessa två komponenter ligger det inom företagens ansvar att handla etiskt samt, det översta steget i modellen, att vara en god samhällsmedborgare.<sup>55</sup>



Figur 3.1 "The pyramid of Corporate Social Responsibility"<sup>56</sup>

➤ *Ekonomiskt ansvar*

Målet i en verksamhet är att producera varor och tjänster som efterfrågas av samhället. Priserna som sätts skall representera värdet för produkterna och tjänsterna på samma gång som företaget skall skapa en vinst som försäkrar företagets framtida överlevnad och tillväxt samt aktieägarnas utdelning. Företag skall vara vinstgivande där de skall maximera försäljningen och minimera kostnaderna.<sup>57</sup>

➤ *Juridiskt ansvar*

Det juridiska ansvaret innebär att företag har en skyldighet gentemot samhället att följa och rätta sig efter de lagar och regler som finns. Ansvaret reflekterar samhällets syn på grundläggande uppfattningar kring lämplig användning av de regelverk som är upprättat. Det juridiska ansvaret motsvarar dock inte alla delar av beteende som samhället förväntar sig av företag. Lagarnas bristfällighet beror på olika faktorer, dels är det svårt för lagen att kontinuerligt täcka in de förändringar som sker på företagens marknad och de nya ämnen som ständigt dyker upp, dels är det omöjligt att uppdatera gällande lagar i takt med den ständigt utvecklande teknologin vilket gör att lagen släpar efter.<sup>58</sup>

➤ *Etiskt ansvar*

Eftersom lagen inte alltid räcker till täcker det etiska ansvaret in de aktiviteter och de beteenden som förväntas eller förbjuds av samhället även om det inte är kodifierat i lag. Här omfattas de normer, standarder och förväntningar som reflekterar vad konsumenterna,

<sup>54</sup> Carroll och Buchholtz (2006) s. 35

<sup>55</sup> Ibid s. 38 f.

<sup>56</sup> Ibid s. 39

<sup>57</sup> Ibid s. 35

<sup>58</sup> Ibid s. 35 f.

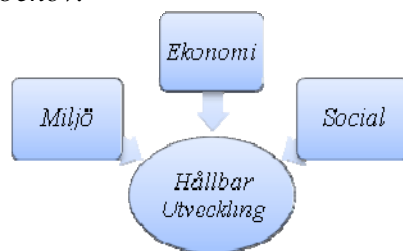
aktieägare och samhället anser vara rättvist och accepterat. Därmed upprätthålls respekten för och skyddandet av aktieägarnas moraliska rättigheter. Förändringar av etiskt beteende förekommer lagen och blir ofta den drivande kraften till att nya lagar och regler skapas.<sup>59</sup>

➤ *Filantropiskt ansvar*

Filantropiskt ansvar innefattar företagets handlingar för att motsvara samhällets tro på dem som goda samhällsmedborgare. Detta inkluderar att de aktivt deltar i frivilligt arbete för att förbättra samhället, till exempel genom välgörenhet. Dessa handlingar leder inte till någon ekonomisk vinst för företaget då engagemanget är ett frivilligt val som ej finns reglerat. Företagets intressenter förväntar sig dock att företaget skall agera på ett visst sätt som innebär att de är goda samhällsmedborgare.<sup>60</sup>

### 3.1.1 Hållbar utveckling

Den grundläggande idén bakom hållbarhet och CSR är att gällande former av beteende, speciellt inom den utvecklade världen, är ohållbara och hotar således det nuvarande och framtida sättet att leva. Hållbarhet är viktigt av olika orsaker och trots att stora grupper i samhället ser det sociala ansvaret på olika sätt och använder olika tillvägagångssätt kan det till en viss grad sägas att alla är överens om att slutmålet är hållbar utveckling.<sup>61</sup> Detta är en generationsdefinition och betyder att företaget skall ha långsiktigt perspektiv på sin verksamhet. Begreppet innefattar dock inte enkom denna betydelse utan det är frågan om att skapa bästa möjliga förutsättningar för hela jorden att klara det långsiktiga, hållbara miljöperspektivet.<sup>62</sup> EU-kommissionens definition av begreppet hållbar utveckling är ”en samhällsutveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov.”<sup>63</sup>



Figur 3.2 Egen modifierad modell av ”Triple Bottom Line”

De företag som arbetar med CSR och hållbar utveckling väljer ofta att redovisa resultatet av arbetet i en särskild redovisning, kallad hållbarhetsredovisning eller CSR-redovisning. Hållbarhet syftar till att försöka hitta en balans mellan ekonomiskt-, socialt-, och miljömässigt ansvar.<sup>64</sup> Balansen mellan dessa tre faktorer kallas ”Triple Bottom Line” (TBL) och står för de tre grundpelarna som redovisningen bygger på.<sup>65</sup>

### 3.1.2 Trender och utvecklingen inom CSR

Intresset för CSR började växa i mitten av 1990- talet som en reaktion av miljö- och finans skandaler. Detta bidrog i sin tur till att konsumenters förtroende för företag sjönk. Carrasco menar att samhällets värderingar ändrades till att numer beakta solidaritet, livskvalitet och miljömedvetenhet. Det växande intresset för hållbarhet har skapat ett positivt inflytande både i

<sup>59</sup> Carroll och Buchholtz (2006) s. 37

<sup>60</sup> Ibid s. 37

<sup>61</sup> Gray et al. *Accounting & Accountability – changes and challenges in corporate social and environmental reporting* (1996) s. 61

<sup>62</sup> Löhman och Steinholtz (2003) s. 175

<sup>63</sup> Definition enligt den Brundtland-kommissionen inför FN:s miljökonferens i Rio de Janeiro 1992

<sup>64</sup> Löhman och Steinholtz (2003) s. 176

<sup>65</sup> Ibid s. 91

samhället och i företaget.<sup>66</sup> Författaren Blowfield för samma resonemang då han anser att CSR inte längre enbart är ett sätt att skydda arbetare och miljö från de ej önskvärda följderna av den internationella handeln. Den utveckling som har skett under de senaste tio åren är att begreppet CSR har fått en mer positiv antydning då det beskrivs som företags olika förpliktelser för att bidra till hållbar ekonomisk utveckling. Dessa förpliktelser innebär att företaget arbetar utöver verksamhetens gränser vilket är bra för både företaget och samhällsutvecklingen.<sup>67</sup> Craig Smith och Ward ser att utvecklingen inom CSR går ifrån gynnande för aktieägare mot ett mer socialt ansvarstagande alternativt att vinsten används för socialt syfte istället för enbart vinstmaximering.<sup>68</sup> Även Carrasco uppmärksammar denna trend då han anser att CSR har utvecklats till att jämväl skapa värde för intressenterna.<sup>69</sup>

Sullivan anser att konkurrensen för att rankas i topp blir allt tuffare för företag som vill ta ansvar. Detta kommer att bidra till en förändring i tillvägagångssätt då företag väljer ut vilka CSR-projekt som de väljer att involvera sig i. Även om vissa företag har möjlighet att skapa förändring i samhället är det fortfarande viktigt att välja det projekt som ger bäst avkastning på de investeringar som gjorts. Sullivan menar vidare att stora företag i nuläget skall uppfattas som transparenta och redovisa vilken påverkan verksamheten har på social- och miljöhänsyn. I framtiden kan därmed CSR-projekt att få minskad betydelse då detta anses som ett standardförfarande.<sup>70</sup> Whitehouse anser att en trend kommer att kunna urskiljas då utvecklingen av CSR kommer att gå framåt med hjälp av frivilliga aktiviteter hos företag, där ibland projekt. Denna utveckling kan dock komma att begränsas då den mest optimala nivån av sociala prestationer hos ett företag kostar mer än vad det bidrar till företagets resultat. Därmed kommer kostnaden att jämföras med den nytta en CSR-redovisning kan ge.<sup>71</sup>

### 3.1.3 Argument för och mot CSR

CSR är ett vida diskuterat och omdebatterat fenomen vilket medfört att argument för och mot innebörden av detta begrepp framställts.

#### ➤ *Argument mot CSR*

När ett företag skall åta sig CSR spelar den ekonomiska synvinkeln en central roll.<sup>72</sup> Carroll och Buchholtz för det klassiska ekonomiska argumentet mot CSR där de menar att företag använder sig av denna redovisning för att maximera vinsten för ägare och intressenter.<sup>73</sup> Friedman hävdade att ett företags sociala ansvar handlar om att tjäna pengar till sina aktieägare och ansåg CSR vara en ”omstörtande doktrin” som hotar grunden till det fria företagsamma samhället.<sup>74</sup> Vidare anser Friedman att sociala problem inte är företags angelägenheter och att dessa problem skall lösas av systemet på den fria marknaden och om detta inte är möjligt skall staten och lagstiftningen sköta de sociala problem som kan uppstå i samhället.<sup>75</sup>

Frankental framför ett argument mot CSR där han ser konceptet som en PR-uppfinning. Han menar att begreppet är en diffus och obestämd term som kan betyda vad som helst för vem som helst och anser att det därmed saknar mening. Därmed anser Frankental att vi i samhället

---

<sup>66</sup> Carrasco (2007)

<sup>67</sup> Blowfield *Corporate Social Responsibility: reinventing the meaning of development?* (2005)

<sup>68</sup> Craig Smith och Ward *Corporate Social Responsibility – at a crossroad*, (2007)

<sup>69</sup> Carrasco (2007)

<sup>70</sup> Sullivan (2008)

<sup>71</sup> Whitehouse *Corporate Social Responsibility: Views from the Frontline*, (2006)

<sup>72</sup> Moir, *What do we mean by Corporate Social Responsibility*, (2001)

<sup>73</sup> Carroll och Buchholtz (2006) s. 41 f.

<sup>74</sup> Lee, *A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead*, (2008)

<sup>75</sup> Carroll och Buchholtz (2006) s. 41 f.

bör begrunda de förfaranden som innefattas av uttrycket *Corporate Social Responsibility*. Han menar att det finns olika motsägelser bakom uttrycket, till exempel; marknadens syn på organisationers etiska inställning, avsaknaden av en klar definition och bristen på en formell teknik för att ta socialt ansvar. Slutsatsen som dras i artikeln är att CSR är en PR-uppfinning och kommer att fortsätta vara det fram till dess att motsatsen bevisats. Detta betyder att CSR endast kan ha ett verkligt innehåll om det innefattar alla intressenter i företaget, om det blir belönat av finansiella marknader, om definitionen relateras till målen för social och miljömässig hållbarhet, om det finns mätinstrument och extern granskning och om CSR är inbyggt i hela organisationen.<sup>76</sup>

Henderson är skeptisk till CSR och anser att det har uppkommit genom påtryckning utifrån, framförallt från olika NGO:s. Likt hållbar utveckling är CSR ett tilltalande koncept och den allmänna uppfattningen är användbar, dock är den nuvarande diskussionen om CSR bristfällig. Enligt Henderson baseras den på en förvriden syn på världens problem och händelser. Han menar att bilden av CSR är ett koncept som tillhör globaliseringen och det sägs att företag måste följa med NGO:s, regeringar och internationella agenturer för att rädda världen. Henderson gör vidare ett antagande om att CSR kommer att leda till högre kostnader, att styrelsen måste sätta upp nya mål samt involvera sig i nya processer innebärande rådgöranden med intressenter. Det Henderson kommer fram till är att ett allmänt antagande av CSR kommer att reducera välfärden och försvaga marknadsekonomin. Han påpekar även att företag skall agera ansvarsfull och bli sedda genom att göra detta, dock måste ett ansvarsfullt företagande inte betyda ett antagande av CSR.<sup>77</sup>

#### ➤ *Argument för CSR*

Carroll och Buchholtz anser att CSR på lång sikt är bra då det ligger i företagets intresse att ta socialt ansvar. För att uppnå hållbar utveckling måste företag agera nu för att försäkra företagets långsiktiga livsduglighet. Även företagets roll i samhället kan förändras om företag inte tar socialt ansvar vilket i sin tur kan innebära hot för den långsiktiga överlevnaden. Ett annat argument som används av förespråkare för CSR är att denna typ av redovisning är en metod för företag att undvika framtida inblandning av staten och myndigheter för att på så vis undkomma framtida svårigheter inom kommande lagar och regler.<sup>78</sup> Även Craig Smith argumenterar kring detta då han anser att företag kan se CSR som ett sätt att undvika en ökning av lagar och regleringar. Genom CSR-rapportering kan företag redovisa i förebyggande syfte och på så vis undvika straffpåföljder. Craig Smith ser även att företag kan dra nytta av CSR i den meningen att det, direkt eller indirekt, leder till ekonomisk effektivitet.<sup>79</sup> Sullivan är inne på samma linje som Craig Smith då han skriver i en artikel att CSR-redovisningar rent av kan skapa ett högre börsvärde för företagen.<sup>80</sup> Att CSR har en positiv inverkan på företags ekonomiska situation är även något som Abiola Adenekan instämmer med, då han menar att CSR kan ha en direkt effekt på företags vinster<sup>81</sup>.

Carrasco menar att då samhället har börjat bry sig mer om hållbarhet skapar detta ett positivt inflytande som kan sättas i relation till den ekonomiska tillväxt som skett. Han menar att utvecklingen av CSR kan ses som att företag integrerar CSR i sina strategier för att erhålla konkurrensfördelar. Vidare kan detta leda till ökning av konsumenters förtroende i form av

---

<sup>76</sup> Frankental, *Corporate Social Responsibility – a PR invention?*, (2001)

<sup>77</sup> Henderson, *The case against "Corporate Social Responsibility"* (2001).

<sup>78</sup> Carroll och Buchholtz (2006) s. 42

<sup>79</sup> Craig Smith (2003)

<sup>80</sup> Sullivan, (2008)

<sup>81</sup> Abiola Adenekan, (2007)

förbättrat rykte, förbättring av bokföring, transparens och reducering av risk genom att välja det säkraste alternativet.<sup>82</sup>

Ett annat argument, som Craig Smith för, är den stora förändring som skett i och med de påtryckningar som företag upplever. Dessa påtryckningar, gällande företagets brukande av CSR, kommer från såväl marknaden som från intressenter men även från anställda. Den ökade uppmärksamhet som informationssamhället har inneburit för företag har lett till att högre krav ställts och att det har blivit allt viktigare att skydda sitt rykte och varumärke. Detta då konsumenter numer även vill veta vad företaget bakom produkten står för och att det inte medverkar i något samarbete som skadar samhället, dess resurser och invånare. Craig Smith menar att dessa högre krav bland annat kan tillgodoses genom att redovisa CSR-information.<sup>83</sup>

### 3.2 Intressentteorin

Enligt Gray finns det två varianter av intressentteorin. I den första varianten är det interagerandet mellan företag och dess intressenter som är centralt. Relationen mellan företag och intressenter är avgörande för hur företaget skall agera i syfte att öka intressenters intresse i företaget. Detta kan innebära att företaget är skyldig intressenterna ansvarstagande över sina handlingar och karaktären av detta ansvar kommer att bero på relationen mellan företaget och intressenterna. Den andra varianten av teorin är mer företagscentrerad vilket gör att det är företagets angelägenheter som är mest centrala. Intressenterna identifieras av dessa angelägenheter och inte samhället som i den första varianten av teorin. Företaget kommer därmed främst att handla i ett egenintresse för att därigenom kunna urskilja och styra intressenter som går i samma linje som företaget. Ju viktigare intressenterna är desto mer kommer företaget att anstränga sig för att bibehålla relationen med dessa. Informationen som företaget ger är ett viktigt verktyg som kan användas för att styra eller manipulera intressenter och därigenom erhålla deras stöd och godkännande, eller för att avleda deras motsättning eller missnöje.<sup>84</sup> Genom att förstå och integrera olika perspektiv och bekymmer från intressenter kan företag därmed minska risken för dålig publicitet för att istället erhålla mer respekt och trovärdighet.<sup>85</sup>

### 3.3 Legitimitetsteorin

Legitimitetsteorin innebär ett beteende där företag svarar på efterfrågan från avvikande intressentgrupper och agerar för att göra företagets handlingar legitima.<sup>86</sup> Enligt Moir är det viktigt att ett företags generella uppfattning, om dess handlande, är accepterade ur ett socialt perspektiv samt överensstämmer med samhällets normer och värderingar.<sup>87</sup> Teorin förutsätter därmed att organisationer enbart kan överleva om samhället uppfattar att företagets arbete och värderingar överensstämmer med samhällets värdering. Gray tar upp Lindbloms tankar om att företag vid hot mot dess legitimitet, såsom redovisningsskandaler, kan använda sig av fyra strategier för att bevara och försvara sin legitimitet. Enligt strategierna skall företag sträva efter att:<sup>88</sup>

- Meddela intressenter om företagets avsikt/mål att förbättra sina prestationer
- Ändra intressenters uppfattning om händelsen, utan att ändra företagets prestationer

---

<sup>82</sup> Carrasco (2007)

<sup>83</sup> Craig Smith (2003)

<sup>84</sup> Gray et al. (1996) s. 45 f.

<sup>85</sup> Burchell och Cook, *Stakeholder dialogue and organisational learning: changing relationships between companies and NGO* (2008)

<sup>86</sup> Tilt, *The Influence of External Pressure Groups on Corporate Social Disclosure Some Empirical Evidence*, (1994)

<sup>87</sup> Moir (2003)

<sup>88</sup> Gray et al. (1996) s. 46



- Avleda eller manipulera uppmärksamheten bort ifrån orosmoment för att istället fokusera på positiva handlingar som inte i direkt mening behöver ha någon sammankoppling med själva misslyckandet.
- Ändra externa parter förväntningar på företagets prestationer.

Gray presenterar Lindbloms teori där CSR-redovisning kan tendera att presentera positiv information om företags prestationer istället för att lägga fokus på det negativa. Detta kan ses som en tendens om att försöka bibehålla allmänhetens uppfattning om företagets betydelse i samhället genom den information som presenteras i CSR-redovisningarna. Att enbart använda CSR ur detta perspektiv kan därmed ses som ett verktyg att försöka bevara legitimiteten av systemet istället för av det enskilda företaget.<sup>89</sup>

### 3.4 Standarder och granskning inom CSR

#### ➤ ISO-certifiering

International Organisation for Standardisation (ISO) är världens största utvecklare och utgivare av internationella normer. Det är en icke-statlig organisation som bildar ett nätverk av nationella standardiseringsorgan från 157 länder.<sup>90</sup> Syftet är att skapa en bro mellan den offentliga och privata sektorn för att därigenom nå samstämmighet och hitta lösningar på de behov som kommer av både samhället och affärlivet. ISO 14001 är en standard som publicerades 1996 och specificerar behovet av ett miljöbetingat ledningssystem.<sup>91</sup>

#### ➤ AA1000 Assurance Standard

AA1000 Assurance Standard startades år 2003. Standardens syfte var att försäkra trovärdigheten och kvaliteten på hållbarhets rapporter och företags prestationer.<sup>92</sup> Begäran om ytterligare utveckling av standarden har resulterat i att den senaste versionen är baserad på tre principer som bygger på att åstadkomma säkerhet i rapporten.<sup>93</sup> Den första principen syftar till att uppnå *fullständighet* genom identifiering, förståelse och hantering av faktorer som kan påverkar säkerheten. Nästa princip handlar om att uppnå *materialitet* i informationen för att underlätta intressenters beslutsprocess. Den sista principen innebär *mottaglighet* för intressenters angelägenheter och vikten av att kommunicera ut bolagets planer på rätt sätt.<sup>94</sup>

#### ➤ OECD:s riktlinjer för multinationella företag

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) etablerades 1960 och arbetar med att analysera de olika områden som påverkar den ekonomiska utvecklingen. Organisationens övergripande mål är att skapa hållbar utveckling både inom OECD-kretsen och globalt. OECD:s riktlinjer är frivilliga gemensamma rekommendationer som stöds av OECD:s 30 medlemsländer och nio observatörländer. Avsikten är att riktlinjerna ska bidra till att säkerställa att multinationella företag drivs i överensstämmelse med lagar, regler och avtal i de länder där de är verksamma. Organisationen behandlar stora områden inom verksamheten och frågor kring företagsetik såsom bland annat; mänskliga rättigheter, verksamhetens informationsutgivning, anställda, miljö, vetenskap och teknik, bekämpande av korruption, konsumentintressen, beskattning och konkurrens.<sup>95</sup> Riktlinjerna har förhandlats fram i samarbete med representanter från fackföreningar, arbetsgivare och NGO.<sup>96</sup>

<sup>89</sup> Gray et al. (1996) s. 46

<sup>90</sup> [www.iso.org](http://www.iso.org) 2008-04-29 kl.14.15

<sup>91</sup> Information for Better Markets, Sustainability: the role of accountants (2004) s. 108

<sup>92</sup> [www.accountability21.net](http://www.accountability21.net) 2008-05-20 kl. 15.30

<sup>93</sup> Information for Better Markets, Sustainability: the role of accountants (2004) s. 89

<sup>94</sup> [www.kpmg.com.au/Portals/0/AA1000AS%20&%20ISAE3000.pdf](http://www.kpmg.com.au/Portals/0/AA1000AS%20&%20ISAE3000.pdf) 2008-05-19 kl. 13.00

<sup>95</sup> Utrikesdepartementet *OECD:s riktlinjer för multinationella företag - en handbok* (2006)

<sup>96</sup> [www.regeringen.se](http://www.regeringen.se) 2008-03-03 kl.14.00

➤ *FN:s Global Compact*

På initiativ av FN:s generalsekreterare Kofi Annan, som på "World Economic Forum" 1999 uppmanade näringslivet att ta ett globalt ansvar, bildades det internationella ramverket "The Global Compact". Initiativet innebär att anslutande företag engagerar och anpassar sin verksamhet och sina strategier efter de principer som ramverket innefattar. Det är tio frivilliga principer som behandlar områden inom mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö och korruption. Principerna baseras på FN:s deklaration om de mänskliga rättigheterna, ILO:s grundläggande konventioner om mänskliga rättigheter i arbetslivet, Rio-deklarationen om miljö samt FN:s konvention mot korruption.<sup>97</sup> Som världens största globala initiativ, för företaget som samhällsmedborgare, handlar the Global Compact först och främst om uppvisning och byggande av den sociala legitimiteten i affärsverksamheten.<sup>98</sup>

➤ *Global Reporting Initiative (GRI)*

Global Reporting Initiative (GRI) startades i Boston 1997 på initiativ av bland andra CERES. Grunden till startandet var uppfattningen om att företag erhåller oförenlig och tidskrävande information angående miljö och sociala prestationer vilket försämrar möjlighet för jämförandet mellan företag. Enligt CERES var den bästa lösning för att undgå de nationella riktlinjerna och vägledningarna att skapa ett frivilligt globalt regelverk, inte bara för företags miljörapportering utan fokus lades även på de sociala och ekonomiska aspekterna. Detta regelverk kom att kallas GRI.<sup>99</sup> Det som har bidragit till GRI:s styrka och acceptans är den internationella inblandning och stöd som riktlinjerna fick ifrån en bred variation av företag och organisationer.<sup>100</sup> GRI:s uppgift är att höja kvaliteten på CSR-rapporteringen för att uppnå samma nivå som de finansiella rapporterna vad det gäller stränghet, jämförbarhet samt granskningsmöjlighet.<sup>101</sup> GRI:s Sustainability Reporting Guidelines gavs först ut år 1999 vilken presenterade omfattande riktlinjer för CSR-redovisning. Dessa innefattar "triple bottom line" av ekonomiska, sociala och miljöfrågor. Den tredje versionen av Guidelines (G3) publicerades 2006 och visar de principer och indikatorer som dels underlättar för företag, dels kan användas för att mäta och rapportera deras ekonomiska, sociala och miljörelaterade prestationer.<sup>102</sup>

➤ *Oberoende granskning*

Oberoende granskning är ett sätt för bolag att förbättra trovärdigheten och kvaliteten av den information som ges kring hållbar utveckling. Det är viktigt att informationen som presenteras i rapporten är relevant, trovärdig och fullständig. En oberoende granskning av rapporter som presenterar sociala, etiska och miljömässiga aspekter kan anses av intressenter som en betydelsefull fördel för bolag. För att säkerställa informationen i rapporterna behöver processen stödjas av användbara redovisningskriterier och förstärkas av utvecklingen av brett accepterade principer angående försäkran att information som ges i rapporterna är riktig. Då det idag inte finns några internationella accepterade standarder för hur rapportering av sociala och ekonomiska aspekter skall presenteras medför detta att oberoende granskning av rapporterna ökar i betydelse.<sup>103</sup>

<sup>97</sup> [www.regeringen.se](http://www.regeringen.se) 2008-03-06 kl. 14.15

<sup>98</sup> [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org) 2008-03-06 kl. 10.00

<sup>99</sup> Willis *The role of the Global Reporting Initiative's Sustainability Reporting Guidelines in the social screening of investments* (2003)

<sup>100</sup> Willis (2003)

<sup>101</sup> [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org) 2008-03-11 kl. 9.00

<sup>102</sup> [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org) 2008-03-11 kl. 9.45

<sup>103</sup> Information for Better Markets, *Sustainability: the role of accountants* (2004) s. 88 f.

## 4. EMPIRI

I detta avsnitt redovisas den primärdata som samlats in. Inledningsvis ges en kort presentation av de tre företagen vilket efterföljs av utfallet från granskningen av respektive företags CSR-redovisning. Denna granskning har sammanställts i matriser som utgår ifrån checklistans punkter. Avslutningsvis presenteras resultatet av de intervjuer som genomförts med respondenter från de granskade företagen.

### 4.1 SKF

Industriföretaget SKF bildades 1907 och har sedan dess utvecklats till en världsledande leverantör av produkter och tjänster inom området tätningar och rullningslager. Företagets verksamhet innefattar även bland annat service, utbildning och tekniskt stöd. Verksamheten är indelad i tre divisioner: Industrial, Automotive och Service. Varje division arbetar på globala marknader och SKF har tillverkning på över 80 platser i världen.<sup>104</sup>

#### ➤ CSR-redovisning

SKF tillämpar OECD:s riktlinjer och ILO-deklarationen för multinationella företag i sin CSR-redovisning. Även GRI:s riktlinjer har antagits och det är dessa som redovisningen har baserats på. SKF:s CSR-redovisningar granskas av en extern revisor. Från och med år 2004 granskas även CSR-redovisningen i enlighet med FAR:s förslag till rekommendation samt AccountAbilitys AA1000 Assurance Standard.

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>ALLMÄN</b>					
<b>Inledning</b>	En presentation av en ny uppförandekod som SKF lanserade och införde under år 2002.	I egenskap av att vara ett globalt företag måste SKF lägga stor vikt vid hållbarhetsfrågor i varje land som de är verksamma i.	I egenskap av att vara ett globalt företag måste SKF lägga stor vikt vid hållbarhetsfrågor i varje land som de är verksamma i.	I egenskap av att vara ett globalt företag skall SKF arbeta enligt den högsta standarden i varje land där koncernen bedriver verksamhet.	I egenskap av att vara ett globalt företag skall SKF arbeta enligt den högsta standarden i varje land där koncernen har verksamhet.
<b>Certifiering</b>	6st enheter certifieras enligt ISO 14001, vilket var enligt plan.	3st enheter certifieras enligt ISO 14001, vilket var enligt plan.	1st enhet certifieras enligt ISO 14001, vilket var enligt plan. Certifierar hela koncernen enligt OHSAS 18001.	3st enheter certifieras enligt ISO 14001, vilket var enligt plan.	Certifieringen av ISO 14001 sker enligt plan. Krav ställs även på att leverantörerna skall certifieras enligt ISO 14001.
<b>Layout</b>	Rapporten innehåller överlag mycket tabeller och bilder i förhållande till text. Granskningsberättels en finns i slutet av rapporten.	Rapporten innehåller mycket tabeller och bilder i förhållande till text. Information om CSR-redovisning finns innan innehållsförteckning i årsredovisningen. Granskningsberättels en finns i slutet av rapporten.	Antalet bilder och tabeller har minskat i förhållande till text. Granskningsberättels en finns i slutet av rapporten.	Antalet bilder har ökat i förhållande till text. Information om CSR-redovisningen finns innan innehållsförteckning i årsredovisningen. Granskningsberättels en finns i slutet av rapporten.	Antalet bilder i förhållande till text är få, men mycket information presenteras i tabeller. Granskningsberättels en finns i slutet av rapporten.
<b>Omfattning och uppdelning</b>	Indelad i tre delar: Organisation 2s, Miljö 6s, Social 3s.	Indelad i tre delar: Organisation 3s, Miljö 4s, Social 4s.	Indelad i tre delar: Organisation 2s, Miljö 5s, Social 4s.	Indelad i tre delar: Organisation 2s, Miljö 4s, Social 4s.	Indelad i många avdelningar utan tydliga områden. organisation 3s, miljö 3s, social 3s.
<b>SOCIAL</b>					

<sup>104</sup> [www.skf.se](http://www.skf.se) 2008-02-15 kl. 10.30

<b>Indelning</b>	Området delas in i: sociala resultat samt hälsa och säkerhet.	Området delas in i: personal samt hälsa och säkerhet, vilka båda ligger under den gemensamma rubriken sociala resultat.	Området delas in i: medarbetare samt hälsa och säkerhet, vilka båda ligger under den gemensamma rubriken sociala resultat.	Området delas in i: medarbetare samt hälsa och säkerhet, som ligger under den gemensamma rubriken sociala resultat.	Området har många underrubriker. Miljö- och sociala resultat har ej egna rubriker utan ligger samlade under rubriken hållbarhet, och presenteras parallellt med övriga delar.
<b>Projekt och samarbeten</b>	Ingen information finns att tillgå om detta	SKF presenterar sponsringsprojekt som de involverat sig i. Ex. sponsringen av UNITECH's utbildningsprogram för studerande. Information finns även om ett internationellt projekt som främjar lokala samhällen och social utveckling. Detta projekt syftar till att främja den sociala utvecklingen för personer som har handikapp, för att förbereda dem för framtida jobb.	Ett stipendieprogram som SKF ingått med ett institut i Kina presenteras. Motiveringen är att SKF vill vara en attraktiv arbetsgivare och därigenom underlätta för en framtida rekrytering. SKF har involverat sig i ett projekt för barn i Brasilien för att tillhandahålla dem mat och utbildning. En familjedag på en enhet i Ukraina har anordnats, där förbättrade arbetsförhållanden visades upp.	En familjedag i Tyskland har anordnats där anställda med familjer bjöds in. Presenterar information om ett projekt för att stödja ett barnsjukhus i Argentina. Ett stödprogram som ger barn möjlighet att utveckla idrottsfärdigheter i Indien, samt att de blir huvudpartner för Gothia Cup.	Ett traineeprogram för studenter i Kina startas. Information om projekt för utbildning för flickor i Turkiet, hjälp till fattiga familjer i Malaysia, sportevenemang för barn i Brasilien, insamling till en cancerorganisation i USA samt att de är en huvudsponsor till Gothia Cup. Information finns om SKF:s arbete för att engagera den egna personalen i olika samhällsfrågor och projekt.
<b>Fokus</b>	År 2000 infördes en uppförandekod för medarbetarna i koncernen. Denna kod innehåller etiska riktlinjer för SKF:s ansvar gentemot sina kunder, intressenter, anställda och samhälle. Detta program beskrivs detaljerat och tar stor del av det sociala resultatet i rapporten.	Informationen kring uppförandekoden har detta år ökat i omfattning och tar upp en större del av den totala rapporten. I år går även att läsa om den uppföljning som kommer att ske framöver av olika enheters efterlevnad av uppförandekoden.	Presentationen av arbetet med noll olyckor sker under 2004 på liknande vis som föregående år, dock i något större omfattning och utgör en stor del av årets rapport. Detta år presenteras ett diagram som visar på den totala olycksfrekvensen inom koncernen.	Stor läggs vikt på de utmärkelser som SKF får för sin CSR-redovisning, vilka tar upp en betydande plats i årets rapport. De olika projekt som SKF ingår i både i och utanför koncernen har ökat i fokus betydligt detta år och tar upp stor plats i rapporten.	Årets rapport fokuserar mycket på de olika projekt som företaget är engagerat i och denna del tar stor plats i årets rapport. Stor vikt läggs även på de olika utmärkelser som koncernen fått för sin CSR-redovisning.
<b>Mål</b>	Detta år lanseras ett nytt program noll olyckor. Detta program har som mål att förhindra olyckor och ej enbart minska dem. Uppföljning av målet presenteras i rapporten i form av diagram, där antal enheter som uppnått målet redovisas.	SKF:s beslutar att samtliga enheter skall certifieras enligt OHSAS 18001, innan utgången av 2005. Målet noll olyckor kvarstår och presenteras i år med en uppföljning. Detta visas i ett diagram av antal enheter med noll arbetsolyckor.	Målet med att certifiera hela koncernen enligt OHSAS 18001 innan 2005, som utlovades i redovisningen från år 2002, har uppfyllts då detta skedde redan under detta år.	Målet noll olyckor presenteras utförligt samt med en uppföljning. Detta visas i ett diagram av antal enheter med noll arbetsolyckor	Målet med att uppnå noll olyckor finns även under detta år. Presenteras väldigt kortfattat med en uppföljning om antal enheter som uppnått detta mål.
<b>Negativa händelser</b>	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta
<b>MILJÖ</b>					
<b>Indelning</b>	Området delas in i: miljöprestanda, produkter och tjänster, energi- och kolväteförbrukning, vatten, avfallshantering, material kravuppfyllelse och miljöprestanda i siffror.	Området delas in i: produkter och tjänster, energi och kolväteförbrukning, avfallshantering, vatten, material, kravuppfyllelse samt miljöresultat i siffror. Dessa ligger under huvudrubriken miljöresultat.	Området delas in i: produkter och tjänster, energi- och kolväteförbrukning, material, vatten, avfallshantering och miljöresultat i siffror. Förbrukning av resurser delas in på enhetsnivå.	Området delas in i: produkter och tjänster, energi- och kolväteanvändning, material, efterlevnad, vatten samt miljöresultat i siffror. Förbrukning av resurser tas upp på koncernnivå.	Området delas in i många underrubriker. miljöresultat och sociala resultat har inte egna rubriker utan ligger samlade under rubriken hållbarhet, och presenteras parallellt med övriga delar.
<b>Projekt och samarbeten</b>	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta

<b>Fokus</b>	Fokus ligger på miljöförbättringar som är kostnadseffektiva, vilket tar stor plats i årets rapport. SKF presenterar här hur konstruktionen på deras lager både minskar kostnaderna för kunden samtidigt som det minskar påverkan på miljön. Redovisning sker i faktiska siffror i en matris	Fokus ligger på minskade utsläpp och energiförbrukning, samt återvinning av restavfall. Information om förbättrande installationer för att minska utsläppen tar upp stor plats. Det presenteras siffror på exakt i vilket mängd som utsläpp och energiförbrukning har minskat samt på vilket sätt detta skett.	Arbetet med att minska utsläpp och minska förbrukningen av resurser ligger även detta år i fokus, och tar upp den större delen av miljöområdet. Mycket information finns om förbättrande installationer för att minska utsläppen.	Fokus ligger på energiförbrukning och utsläpp. Denna del har ökat i omfattning och under året har nya mål satts upp som programmet BeyondZero. Syftet med programmet är att SKF:s negativa miljöpåverkan skall reduceras till noll, samtidigt som den positiva påverkan på koncernens produkter hos kunden skall öka.	Fokus ligger på att minska utsläpp och resursförbrukningen. Samtliga år har SKF presenterat dessa i konkreta siffror men detta år blir det än mer specifika, samt att många tabeller används.
<b>Mål</b>	Mål sattes upp för att minska koldioxidutsläppen. Till 2005 skall utsläppen ha minskat med 10%. SKF har även som mål att samtliga enheter inom koncernen skall vara certifierade enligt ISO 14001 innan 2005.	Målet med att minska koldioxidutsläppen med 10% är satt till 2007. Presentation görs även av att resultatet ligger i linje med det uppsatta målet.	Målet med att minska koldioxidutsläppen med 10% är satt till år 2007. Uppföljningen av målet redovisas och det kan konstateras att arbetet går fortare fram än väntat.	Målet med att minska koldioxidutsläppen med 10% till år 2007 överträffades då det uppnåddes redan 2005. Programmet BeyondZero införs med tillhörande mål.	Programmet BeyondZero, med tillhörande mål, följs ej upp som tidigare utlovats. Information finns dock om den strategi som skall användas för att nå målet. Ett nytt mål med att minska koldioxiden med 5% per år har satts upp.
<b>Negativa händelser</b>	Två mindre fall av lagöverträdelse som skett. Vidare går att läsa att åtgärder vidtagits, i de båda fallen, för att detta ej skall upprepas. Informationen finns sist i rapporten.	Två mindre fall av lagöverträdelse har skett. En rapport lämnades in för sent vilket resulterade i vite samt utsläpp av förorenat avloppsvatten. Processen används ej längre. Informationen finns sist i rapporten.	En mindre lagöverträdelse har skett. Denna skedde i Bulgarien där avloppsvatten förorenats. Åtgärder har vidtagits för att förhindra upprepning. Informationen finns i slutet av rapporten.	En lagöverträdelse har skett i Bulgarien där avloppsvatten förorenats. En ny anläggning har installerats för att undvika upprepning. Informationen finns sist i rapporten.	En lagöverträdelse presenteras, gällande förorenat avloppsvatten, som skedde år 2005 i Bulgarien. En ny reningsanläggning har installerats. Informationen finns sist i rapporten.

Tabell 4.1 SKF

#### 4.1.1 Intervju med Ulf Andersson - SKF

Enligt Andersson har SKF:s CSR-redovisning utvecklats mycket de senaste åren. Från en enkel miljöredovisning till ett bredare perspektiv kring CSR där även sociala aspekter inkluderas. CSR-redovisningen har även blivit mer strukturerad då den numera följer både svenska och globala riktlinjer. SKF har en extern granskning av CSR-redovisningen vilket, enligt Andersson, ger en form av kvalitetsstämpel på rapporten. Detta eftersom även en extern person nu kan intyga att det som påstås i rapporten är sant. Andersson menar vidare att det är viktigt att vara med och utveckla samhället i en positiv riktning, och att denna utveckling är något som kommer att fortsätta även i framtiden. Generellt går det även att se att hållbarhetsbegreppet under senare år genomgått en utveckling och har fått en större innebörd.

CSR-redovisningen följer företagets generella utveckling och kan då sägas avspegla företagets verksamhet och dess ställningstagande utåt sett. Ibland kan dock CSR-redovisningen ligga något före då denna presenterar de mål och initiativ som företaget tar, vilka tar tid att uppfylla. En rak och ärlig kommunikation är mycket viktig och Andersson understryker att rapporten måste lyfta fram både negativa och positiva aspekter av företaget. Naturligt är dock att informationen är överhängande positiv då SKF, genom CSR-rapporten, vill presentera och förmedla en positiv bild av företaget. Bestämt i koncernen är dock att lagöverträdelse alltid skall synliggöras.

CSR-redovisningen är primärt framställd för aktieägare och eventuella investerare, som genom denna rapport skall kunna göra en bedömning av företaget. CSR-redovisningen är därigenom viktig för företaget och även dess image. Det är viktigt att CSR-redovisningen

utvecklas i samma takt, eller helst håller sig i framkant, som samhället i övrigt och följer de trender som finns. Samhället spelar alltså en betydande roll i CSR-redovisningens utveckling, menar Andersson.

## 4.2 H&M

H&M är ett detaljistföretag inom klädbranschen som grundades i Västerås 1947 och säljer kläder och kosmetika i ca 1 500 butiker i 28 olika länder. H&M säljer även mode via kataloger och internet. H&M äger eller driver inga fabriker utan istället tillverkas deras produkter av cirka 700 leverantörer främst i Asien och Europa.<sup>105</sup>

### ➤ CSR-Redovisning

H&M deltar sedan 2001 i FN:s Global Compact och åtar sig att respektera deras tio principer om mänskliga rättigheter, arbetsstandard, miljö och anti-korruption. De tillämpar OECD:s riktlinjer för multinationella företag och deras Code of Conduct (CoC), baseras bland annat på ILO-konventioner om arbetsvillkor och rättigheter i arbetslivet samt FN:s barnkonvention. H&M har antagit GRI:s riktlinjer för CSR-redovisning. Dessa riktlinjer presenteras i 2003, 2004 och 2005 års rapporter.

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>ALLMÄN</b>					
<b>Inledning</b>	CSR-ansvarig beskriver hur CSR-arbetet gått under året. Här delgivs läsaren viktiga samt information som sedan utvecklas i rapporten. VD gör ett uttalande vilket följs av presentation av H&M:s CSR-vision och strategi.	CSR-ansvarig beskriver hur CSR-arbetet gått under året. Här delgivs läsaren viktiga samt information som sedan utvecklas i rapporten. VD gör ett uttalande vilket följs av presentation av H&M:s CSR-vision och strategi.	CSR-ansvarig beskriver hur CSR-arbetet gått under året. Här delgivs läsaren viktiga samt information som sedan utvecklas i rapporten. VD gör ett uttalande vilket följs av presentation av H&M:s CSR-vision och strategi.	CSR-ansvarig beskriver hur CSR-arbetet gått under året. Här delgivs läsaren viktiga samt information som sedan utvecklas i rapporten. VD gör ett uttalande vilket följs av presentation av H&M:s CSR-vision och strategi.	Rapporten finns endast på H&M:s hemsida. Redovisning görs för årets viktigaste händelser samt att redovisningen är mindre omfattande i år med hänvisning till 2005 års rapport då policys och arbetsmetoder är oförändrade.
<b>Certifiering</b>	Inga certifieringar, dock nämns ISO 14001 men H&M har valt att inte anta denna då de anser att verksamheten inte stämmer överens med denna byråkrati.	Inga certifieringar, dock nämns ISO 14001 men H&M har valt att inte anta denna då de anser att verksamheten inte stämmer överens med denna byråkrati.	Inga certifieringar, H&M anser inte att konstruktionen för ISO är förenligt med H&M:s arbetsmetoder.	Inga certifieringar. Ges ingen förklaring till varför H&M väljer att inte certifiera sig utan de skriver endast att de inte är ISO certifierade.	Ingen information finns att tillgå om detta
<b>Layout</b>	Få bilder, tabeller diagram i förhållande till mängden text.	Inga bilder i årets rapport. Fortsatt få tabeller och diagram i förhållande till mängden text.	Få bilder, tabeller och diagram i förhållande till mängden text.	Ökat antalet bilder, diagram och tabeller, utgör dock ingen större mängd i förhållande till text.	Utökad mängden bilder, tabeller och diagram i H&M:s rapport på internet.
<b>Omfattning och uppdelning</b>	17 s Organisation 12 s Miljö 34 s Social 4 s Ordlista 10 s Bilagor	17 s Organisation 13 s Miljö 25 s Social 1 s Endnotes	18 s Verksamhet 28 s Miljö 12 s Miljö 7 s Annex	17 s Verksamhet, 39 s Social 13 s Miljö 5 s Annex	Årets rapport har ingen specifik uppdelning. Strukturen är mycket förändrad.
<b>SOCIAL</b>					

<sup>105</sup> [www.hm.se](http://www.hm.se) 2008-02-20 kl. 10.00

<b>Indelning</b>	Området delas in i fem delar; hantering av leverantörer, strategi vid utvärdering och efterlevnad av CoC. H&M:s sociala mål, Global Compacts principer samt OECD:s riktlinjer.	Området delas in i 22 huvudrubriker, inga underrubriker finns. Innehållet är dock i princip detsamma som tidigare år.	Området delas in i två huvuddelar. Den ena delen visar H&M:s aktiviteter inom CoC som innefattar bolagets engagemang i samhället, produktansvar samt bolagets mål. Den andra delen beskriver den styrning som kommer med CoC.	Området delas in i sju delar; översyn av leverantörskedjans arbetsförhållanden, intressentengagemang, samhälls engagemang och välgörenhet, produktansvar, kommunikation och marknadsföring samt H&M:s mål.	Finns i år ingen specifik del som kallas Socialt ansvar dock finns de sociala delarna; översyn av leverantörskedjan, hållbara förbättringar, erkännanden samt målsättningar.
<b>Projekt och samarbeten</b>	Redovisar ett övertidsprojekt i Kina med syfte att förbättra situationen angående orimlig övertid. Två projekt i Bangladesh, ett vars mål är att öka föreningsfriheten för arbetarna samt ett utvecklingsprojekt för unga textilarbetare. Ett sponsringsprojekt i Delhi vars syfte är att utveckla jordbruket. H&M har ett pågående projekt i södra Indien som värnar om barnens skolgång. Donationer till välgörenhet. Deltar i WaterAid för förbättrad tillgång av vatten i Afrika.	H&M har under året startat en dialog med FLA angående framtida samarbeten. Information ges angående övertidsprojekt i Kina. De fortsätter sitt arbete med yrkesmässig träning i Bangladesh och engagerar sig i olika välgörenhetsinitiativ. Vidare presenteras resultatet av det projekt som förts i Delhi.	Redovisar ett treårigt samarbete med UNICEF där bolaget medverkar i två program, ett i syfte att bidra till flickors utbildning och ett med avsikt att bekämpa HIV/AIDS i Kambodja. Två nya projekt har startats i samarbete med lokala NGO i Bangladesh, ett gällande barnledighet och ett utbildningsprogram. Ett möte med intressenter i Bulgarien i syfte att starta ett projekt med fokus på dialogen mellan lokala intressenter. Olika välgörenhetsinitiativ finns även presenterade.	Fortsatt samarbete med lokala NGO i Bangladesh, där årets projektet har som syfte att öka medvetenheten om rättigheter bland fabriksarbetare. H&M visar sitt deltagande i FLA. H&M informerar om sitt samarbete med UNICEF. Presentation ges angående WaterAid projektet samt att en del av vinsten av en McCartney kollektion skall gå till olika organisationer. Olika välgörenhetsprojekt finns även presenterade.	I år redovisas färre projekt och i mindre omfattning. De projekt som nämns är FLA, initiativet BFC samt deltagandet i MFA forum Bangladesh vars syfte är att förbättra arbetsvillkor på fabriker. Vidare ges information kring partnerskapet H&M har ingått med UNICEF.
<b>Fokus</b>	H&M:s CoC arbete samt efterlevnaden av denna har en central roll. Vidare fokus läggs vid att beskriva de inspektioner som görs för att kontrollera efterlevnaden av CoC i leverantörskedjan. Den överträdelse av CoC som H&M väljer att lägga extra fokus vid att förklara är barnarbete och hur de agerar vid upptäckt av detta samt vilka åtgärder som vidtas. De projekt som H&M är involverade i beskrivs också väl och har en betydande roll i det sociala arbetet.	H&M presenterar sin inställning till CSR vilken har starkt fokus på leverantörskedjan. CoC är ständigt återkommande och genomsyrar den sociala delen. Stor fokus läggs vid att förklara H&M:s inspektioner av leverantörskedjan, att alla följer deras CoC, samt att de även startat tränings- och utbildningsprogram för sina CoC inspektörer. Inspektionsprocessen och tillvägagångssättet beskrivs samt vilka verktyg som används.	H&M:s arbete med efterlevnad av CoC. Omfattande information ges om H&M:s nya program FAP, som skall vara en utgångspunkt utvärdering av leverantörers efterlevnad av CoC. De granskningar som görs samt de problem som kan uppstå vid produktion i andra länder läggs mycket vikt vid och genomsyrar rapporten. Beskrivning av problemsituationer som kan uppstå och hur problemet skall tolkas utifrån CoC.	Beskrivning av FAP samt dess metoder och verktyg, vilket genomsyrar hela sociala delen. Här ges information kring indelning av länder utifrån vilken risk som finns på marknaden, detta för att få en inblick i hur efterlevnaden av CoC fungerar. Vikt läggs även vid bolagets intressenter. Här presenteras olika intressenters initiativ vilka H&M har deltagit i samt ges feedback i form av frågor som intressenterna svarat på angående föregående års rapport.	Översyn på leverantörskedjan, genom FAP. Här presenteras en beskrivning av programmet men hänvisning görs även till 2005 års CSR - redovisning för mer utförlig information. Information ges även om uppföljning av föregående års granskningar av fabriker samt FAP-statistik över de vanligaste avvikelserna från CoC.
<b>Mål</b>	Målsättning inför år 2003 finns punkterade och presenteras utan matris med tidsram och strategi. Antalet mål är sju och de är alla kortsiktiga. Finns ingen uppföljning av föregående års mål.	Målsättningen inför 2004 finns i en detaljerad matris. Sex mål finns presenterade och alla skall infrias inom kommande år. Fokus ligger vid full efterlevnad av CoC. Presentation kring uppföljning av	Målsättningen inför 2005 finns i en detaljerad matris. Sex mål finns presenterade och alla skall infrias inom kommande år. Fokus ligger vid full efterlevnad av CoC genom FAP. Presentation kring	Målsättningen inför 2006 finns i en detaljerad matris. Sex mål finns presenterade, fem är kortsiktiga och ett sträcker sig efter 2006. Fokus ligger vid full efterlevnad av CoC. Presentation kring	Målsättningen inför 2007 finns i en detaljerad matris. 14 mål finns presenterade och alla skall infrias inom kommande år. Fokus ligger vid full efterlevnad av CoC. Presentation kring uppföljning av

		föregående års mål finns redovisad.	uppföljning av föregående års mål finns redovisad.	uppföljning av föregående års mål redovisas, dock med få kommentarer till varför vissa ej blivit uppfyllda.	föregående års mål finns redovisad, dock med få kommentarer till varför vissa ej blivit uppfyllda.
<b>Negativa händelser</b>	Förekomsten av barnarbete. Det skrivs dock att detta är ovanligt men att det kan förekomma.	H&M kritiserar för att ha brutit mot regler för marknadsföring då de använt sig av reklam som strider mot könsdiskriminering.	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta
<b>MILJÖ</b>					
<b>Indelning</b>	Området delas in i nio huvudrubriker; huvudaspekter inom H&M:s miljöansvar, uppskattning av miljöpåverkan, bolagets påverkan på miljön i leverantörskedjan (SEMS), miljöledning, kommunikationen av miljöinformation till anställda, mätning av miljöprestationer, växthusgasutsläpp, miljöaspekter som för tillfället ej mäts samt miljösmål.	Området delas in i nio huvudrubriker; miljö, uppskattning av miljöpåverkan, miljöledning, utvärdering av projektet SEMS, miljöinformation till anställda, mätning av miljöprestationer, växthusgasutsläpp samt miljösmål.	Området delas in i två delar med underrubriker i respektive del. De två delarna är; Miljöprojekt som bolaget är verksamma i samt policys och organisationens struktur. Bolagets miljösmål finns presenterade.	Området delas in i två delar med underrubriker i respektive del. De två delarna är; Organisationens olika policys och struktur samt Information kring olika projekt som bolaget är involverad i och dess miljömässiga prestanda. Miljömålen finns presenterade.	De delar som finns presenterade är inom miljöområdet är; CoC, miljökrav, bomull i fokus, renare tygframställning, ökning av miljömärkning, koldioxidutsläpp 2006 samt miljösmål.
<b>Projekt och samarbeten</b>	Ett pilotprojekt har startats, SEMS. Syftet är att öka miljömedvetenheten hos leverantörerna. Fokus läggs här på renare textilier och leverantörers förmåga att reducera miljöpåverkan. Här redovisas även strategi för att uppnå detta mål och projektets aktuella status. Projektet skall vara utvärderat 2003.	Information ges angående SEMS samt beskrivning av dess olika steg. Även utvärdering och slutsatser från projektet redovisas. Presentation av välgörenhetsprojektet WaterAid i Bangladesh.	H&M startar programmet "renare produktion" i samarbete med fristående institut vars syfte är att minska energi- och vattenförbrukning hos leverantörerna. Information om projektet "ECO flower" som är EU:s officiella miljömarke och som visar att produktionskedjan är ren från skadliga ämnen. Har börjat inkludera ekologisk bomull i produktion.	Programmet "renare produktion" redovisas. Projektet ECO Flower samt samarbetet med BSR:s AWQWG vars syfte är att förbättra vattenförbrukningen i tyg- och kläddindustrin. Deltar även i intressentsamarbetet Better Cotton Initiative i syfte att främja ekologiskt odlad bomull.	Projektet har minskat och de som finns redovisas i mindre omfattning. H&M är medlemmar i organisationerna Organic Exchange och Better Cotton Initiative i syfte att främja ekologisk bomullsodling. Det görs även en kort presentation om EU:s miljömarke ECO Flower.
<b>Fokus</b>	Fokus ligger på bolagets och leverantörernas miljöpåverkan genom utsläpp av växthusgaser där koldioxid är mest central. Detta visas i tabeller och diagram.	Fokus ligger vid miljöpåverkan i leverantörskedjan samt utsläpp av koldioxid. Stor vikt läggs även vid presentation av projektet SEMS. I år tas även diskussionen om ekologisk bomull upp. Detta för att H&M i framtiden planerar att utöka sin användning av ekologisk bomull i produktionen.	Fokus ligger vid beskrivning av miljöprojekt där stor vikt läggs vid arbetet med renare textilier. Vidare läggs fortfarande vikt vid koldioxiden och vad som görs för att minska dessa utsläpp.	Fokus ligger vid beskrivning av miljöprojekt där stor vikt läggs vid renare textilier samt arbetet med att inkludera mer ekologisk bomull i produktion. Vidare läggs fortfarande vikt vid koldioxiden och vad som görs för att minska dessa utsläpp.	Fortsatt fokus vid ökningen av användande av ekologisk bomull och information ges därför om initiativ och organisationer som H&M medverkar i. Finns detaljerad information om koldioxidutsläpp i tabeller och diagram över de olika utsläppskällorna
<b>Mål</b>	Målsättningen inför 2003 finns i en detaljerad matris. Elva mål finns presenterade och alla skall infrias inom kommande år. Fokus ligger vid	Målsättningen inför 2004 finns i en detaljerad matris. Tolv mål finns presenterade och alla skall infrias inom kommande år. Fokus ligger vid respekt för	Målsättningen inför 2005 finns i en detaljerad matris. Nio mål finns presenterade: åtta är kortsiktiga och ett långsiktigt koldioxidmål med 10	Målsättningen inför 2006 finns i en detaljerad matris. Sju mål finns presenterade varav sex är kortsiktiga och ett är aktivt sedan 2004. Fokus ligger	Målsättningen inför 2007 finns i en detaljerad matris. Nio mål finns presenterade. Sju mål är kortsiktiga. Två mål sträcker sig till 2009 varav ett är



	miljömedvetenhet. Presentation kring uppföljning av föregående års mål finns redovisad.	naturen. Presentation kring uppföljning av föregående års mål finns redovisad.	% fram till 2009. Fokus ligger på hållbar resursanvändning och ren produktionskedja. Uppföljning av föregående års mål finns redovisad.	vid respekt för naturen och renare leverantörskedja Presentation kring uppföljning av föregående års mål finns redovisad.	aktivt sedan 2004. Fokus ligger vid respekt för naturen. Presentation kring uppföljning av föregående års mål finns redovisad. Dock utan kommentarer.
<b>Negativa händelser</b>	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta

Tabell 4.2 H&M

#### 4.2.1 Intervju med Karolina Dubowicz - H&M

Enligt Dubowicz har CSR-rapportering utvecklats i den mån att H&M genom åren försökt att i allt högre utsträckning tillhandahålla konkreta resultat för att användaren skall få ett balanserat och jämförbart underlag. Den trend som Dubowicz kan se är att CSR-redovisningen utvecklats efter är kravet på transparens. I 2005 års rapport ingick för första gången resultat av H&M:s fabriksrevisioner (FAP), och parallellt med detta inkluderas mer fokuserade framställningar då det finns en efterfrågan av detta. Omvärlden är en faktor som påverkar utformningen av H&M:s CSR-redovisning och Dubowicz anser att det viktigaste är intressenternas förväntningar och deras informationsbehov. Vidare menar Dubowicz att dessa förväntningar kan uttryckas på många olika sätt, till exempel i GRI:s riktlinjer eller genom direkt kontakt med intressenter. Utöver externa krav har även möjligheten att ta fram information en inverkan på redovisningen. Dubowicz påvisar att viss information kan vara intressant att ha, men att det kan fordra orimligt mycket resurser att ta fram den. Innehållet i redovisningen är således en kompromiss mellan hur pass efterfrågad information är, såväl inom som utom organisationen, och hur enkelt det är att ta fram den.

Syftet med redovisningen är att på ett balanserat och relevant sätt redogöra för företagets hållbarhetsarbete. Dubowicz förklarar att H&M eftersträvar idealet; en balanserad redovisning av företagets policys, metoder och resultat inom hållbarhetsområdet. Vid utformningen av redovisningen utgår H&M ifrån GRI:s riktlinjer samt andra uttryck för intressenters förväntningar. Till skillnad från den finansiella redovisningen vänder CSR redovisningen sig till ett flertal intressegrupper vilket gör den mer komplex. Dubowicz understryker att H&M omöjligt kan tillgodose samtliga krav, utan att det blir en avvägning mellan informationsbehovet och de resurser som krävs för att ta fram den efterfrågade informationen. CSR redovisningen är viktig för H&M:s intressentrelationer och den utgör ofta en viktig del i intressenternas beslutsunderlag vilket gör det viktigt att tillhandahålla relevant och korrekt information.

Enligt Dubowicz måste en redovisning per definition vara balanserad och relevant. H&M håller sig till vedertagna redovisningsprinciper och Dubowicz menar att det handlar om trovärdighet och att de som använder H&M:s rapport är insatta och kritiska användare. Dubowicz utesluter inte att H&M inom en snar framtid kommer låta redovisningen granskas av en oberoende part, för ökad trovärdighet. Dubowicz betonar dock att H&M inte har något att vinna på att försköna informationen i rapporten och att både framgångar och misslyckanden skall med i redovisningen.

#### 4.3 SAS

SAS är den största flygkoncernen i Norden och erbjuder flygtransporter och flygrelaterade tjänster mellan länder i Skandinavien samt övriga länder. Koncernen är uppdelad i tre affärsområden: Scandinavian Airlines, Individually Branded Airlines och Aviation Services.

Koncernen har även sin hotellverksamhet i ett affärsområde som är avskilt från flygverksamheten.<sup>106</sup>

➤ *CSR-redovisning*

SAS-koncernens samtliga CSR-redovisningar har granskats av en extern revisor. Granskningen har utförts i enlighet med FAR:s förslag till rekommendation om oberoende översiktlig granskning av frivillig separat CSR-redovisning. SAS koncernen har under 2002 fastställt en hållbarhetspolicy i syfte att integrera miljö och samhällsfrågor i den dagliga verksamheten. Vid utformandet av policyn har koncernen använt Global Compact och GRI som plattform. Från och med 2004 års rapport utgår SAS ifrån sina egna redovisningsprinciper som till viss del är uppbyggda från Deloittes checklista.

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>ALLMÅN</b>					
<b>Inledning</b>	En redovisning av bolagets förbättring av miljöresultatet. Koncernen presenterar ett mål om att samtliga enheter skall bli certifierade enligt ISO 14001.	Årets höjdpunkter i CSR-redovisningen där miljö- och medarbetarmyckeltal presenteras. SAS presenterar en CSR-redovisning med koncernens sociala ansvarstagande.	Sammanfattning av årets viktiga händelser samt tabeller över miljö- och medarbetare nyckeltal presenteras. SAS visar tydligt och tidigt i rapporten upprättandet av CSR-redovisningen samt principer som följts.	Rapporten inleds med att ta upp de miljö- och CSR-frågor som kommit att beaktas under året samt vilken inverkan dessa har på ekonomin samt aktieägarna.	Detta års rapport inleds med att bolaget poängterar vikten av CSR-redovisning för SAS som varumärke samt presenteras koncernens viktigaste händelser som skett under året.
<b>Certifiering</b>	Planerar att certifiera verksamheten enligt ISO 14001. SAS Cargo skall utvidga sin ISO 9002 till att omfatta ISO 9001 och ISO 14001.	Planerar att certifiera verksamheten enligt ISO 14001.	Planerar att certifiera verksamheten enligt ISO 14001. SAS Cargo certifieras enligt ISO 14001 och ISO 9001: 2000.	Planerar att certifiera verksamheten enligt ISO 14001.	Planerar att certifiera verksamheten enligt ISO 14001.
<b>Layout</b>	SAS redovisar en miljöredovisning. Här presenteras få bilder i jämförelse med text. Granskningsberättels en finns endast att tillgå på hemsidan.	Rapporten delas in i många delar och koncernen redovisas ej som helhet. Granskningsberättels en finns i slutet av rapporten.	Antalet tabeller och diagram har ökat i förhållande till text. Granskningsberättels en finns i slutet av rapporten.	Mycket fakta presenteras i diagram och tabeller i förhållande till text. Granskningsberättels en finns i slutet av rapporten.	Avdelningarna är inte lika uppdelade som tidigare. Koncernen redovisas i sin helhet. Granskningsberättels en finns i slutet av rapporten.
<b>Omfattning och uppdelning</b>	Presenterar en miljöredovisning på 14s. SAS meddelar att årets rapport är av mindre omfattning, för att minska bolagets kostnader. Miljöarbetet har dock inte minskat.	Finns ingen konkret uppdelning mellan koncernens ekonomiska, sociala och miljöansvar. Rapportens omfattning är 18s	Finns ingen konkret uppdelning mellan koncernens ekonomiska, sociala och miljöansvar. Rapportens omfattning är 19s	Finns ingen konkret uppdelning mellan koncernens ekonomiska, sociala och miljöansvar. Rapportens omfattning är 21s	Finns ingen konkret uppdelning mellan koncernens ekonomiska, sociala och miljöansvar. Rapportens omfattning är 23s
<b>SOCIAL</b>					
<b>Indelning</b>	Ges liten information om koncernens sociala arbete. Det finns att läsa att koncernens sociala arbete skall utvecklas genom implementeringen av SAS hållbarhetspolicy.	Området delas in i: mångfalden bland personal, medarbetare och socialt ansvar samt ekonomiska aspekterna på SAS sociala ansvar. Vidare delas området upp efter olika verksamhetsgrenar.	Området delas in i olika delar där den största behandlar koncernens sociala ansvar samt dess ekonomiska aspekter. Därefter presenteras det sociala ansvaret i respektive verksamhetsgren.	Området delas in i: bolagets CSR-arbete, socialt ansvar samt de ekonomiska aspekterna på det sociala ansvaret. En ny del finns med i rapporten där koncernens bidrag till samhällsutvecklingen presenteras.	Området delas in i: koncernens CSR-arbete, socialt ansvar samt ekonomiska aspekter på socialt ansvar.

<sup>106</sup> SAS Årsredovisning (2006) s. 2

<b>Projekt</b>	Ingen information finns att tillgå om detta	Koncernen bidrar till kommersiell sponsring till Rädda Barnen samt "Royal Awards for Sustainability" vilka genomför CSR-relaterade aktiviteter i Europa. SAS hotellverksamhet stödjer UNESCO's arbete med historiska världsarv.	Koncernen har verkat för att etablera ett partnerskap med FN:s utvecklingsprogram UNDP. Detta till förmån för ett flygambulansprojekt som skall användas som ett sjukhus i katastrofsituationer. Koncernen är även verksam i är Rädda Barnen.	SAS stödjer projekt med FN. Några av SAS dotterbolag bedriver samarbete med UNESCO om utbildning, vetenskap, kultur. Koncernen stödjer Rädda Barnen. SAS egna medarbetare samt koncernen bedriver välgörenhetsprojekt för Rädda Barnen för flodvågsdrabbade.	Medarbetare i koncernen har under året deltagit i hjälpprogram i Afrika och Asien. SAS frigör personal samt flygplan vid katastroftillfällen. SAS dotterbolag bedriver samarbete inom vetenskap, kultur och miljö med organisationerna UNESCO, Ramsar och IUCN.
<b>Fokus</b>	Då det inte finns en fullständig rapport som tar med sociala aspekter finns ingen information att tillgå om denna punkt.	Fokus ligger på koncernens ekonomiska utvecklingen. SAS har anslutit sig till Global Compact vilket medfört större fokus på mänskliga rättigheter och arbetsvillkor samt på medarbetare. SAS har under året arbetat fram en mångfaldspolicy samt skapat en rubrik mångfald där både kön, religiös tillhörighet och etiskt ursprung tas upp.	Andelen kvinnor och män inom koncernen belyses och mål sätts upp för hur fördelningen mellan könen skall se ut. Ett diagram över könsfördelningen finns med i rapporten. Fokus läggs på att bli mer kostnadseffektiva. Detta kan ses genom att detta är minskade SAS sin personalstyrka för att nå sitt mål 2005.	Fokus ligger på SAS bidrag till en hållbar utveckling, där samhället och de anställda är det centrala. En del av de sociala aspekter som blivit mer omfattande är SAS bidrag till samhällsutvecklingen där SAS visar tydligt i en tabell hur många arbetstillfällen de ger upphov till. Samtidigt ges en beskrivning av hur SAS påverkar samhället genom ökade arbetstillfällen.	Fokus ligger på ekonomin inom koncernen och på anställda då de påverkas av SAS strävan mot att bli kostnadseffektiva. Mångfaldspolicyn utvecklas och innefattar nu alla människor och dess lika värde. Här lyfts vikten av deras rekryteringsprocess fram, i ett mångfalds perspektiv, koncernen utvecklar frågor angående sexuella trakasserier.
<b>Mål</b>	Då det inte finns en fullständig rapport som tar med sociala aspekter ges ingen information om denna punkt.	Koncernens sociala mål är att bidra till hållbar utveckling. En matris tar upp punkter som är viktiga för SAS CSR-arbete. Information ges om koncernens uppföljning och efterlevnad av koncernens mål i en matris. Här ges information huruvida SAS uppfyller deras visioner och riktlinjer.	Koncernens sociala mål är att bidra till hållbar utveckling. En matris tar upp punkter som är viktiga för SAS CSR-arbete. Här ges information huruvida dotterbolag samt verksamhetsgrenar följer koncernens sociala policier och riktlinjer.	Mål för att öka jämställdheten sätts upp. Med hjälp av ett projekt skall andelen kvinnliga ledare öka inom koncernen. SAS har satt upp mål att följa valda principer från Global Compact. En matris, uppdelad efter verksamhetsgren och dotterbolag, informerar om hur väl SAS har uppfyllt sina sociala mål.	En matris visar hur SAS arbetar med deras sociala ansvar samt deras efterlevnad av CoC jämfört med tidigare år. Omfattningen på den information som ges här är mindre än i tidigare år.
<b>Negativa händelser</b>	Då det inte finns en fullständig rapport som tar med sociala aspekter ges ingen information om denna punkt.	Under detta år avskedar SAS mycket folk för att bli mer kostnadseffektiva.	Ingen information finns att tillgå om detta	Antalet uppsagda presenteras. Olyckor och incidenter som inträffat under året presenteras. Uppföljning sker ur en ekonomisk syn.	Ingen information finns att tillgå om detta
<b>MILJÖ</b>					
<b>Indelning</b>	Området delas in efter: de viktigaste miljöfrågorna, omvärlden samt flygverksamheten. Uppdelning sker sedan efter verksamhetsgren och delas in i årets resultat samt miljöledning.	Området delas in i: miljö, omvärlds och samhällskrav samt ekonomiska aspekter. Vidare sker uppdelning i en del som enbart berör koncernens miljöansvar där information kring verksamhetens miljöpåverkan ges.	Området delas in i: omvärldsfaktorer och samhällskrav, handel med utsläppsrätter, miljöansvar samt dess ekonomiska aspekter. Respektive verksamhetsgren presenteras.	Området delas in efter olika delar vilka beskriver arbetet för en hållbar utveckling. Därefter presenteras delar som berör omvärldsfaktorer och intressentkrav, miljöansvar samt de ekonomiska aspekterna på miljöansvar.	Området delas in i: omvärldsfaktorer och intressenter, miljöansvar samt dess ekonomiska aspekter på miljöansvaret.
<b>Projekt</b>	SAS har tillsammans med Boeing påbörjat miljö- och utvecklingsprojekt	Koncernen ingår i en stiftelse tillsammans med Coca Cola för ökad vattenkvalitet i	Projektet "Öresund Environment Academy" för miljöforskning	Samarbetet med Coca Cola fortsätter, samt även sponsring av Sofiepriset. SAS	SAS koncernen deltar aktivt i nationella och internationella möten

	Green Team i syfte att minska buller och bränsleförbrukning. Det presenteras att SAS stödjer projekt som startats av WWF, Stiftelsen Håll Sverige Rent samt huvudsponsor för norska Sofiepriset för hållbar utveckling.	Norden och Östersjöområdet. SAS har samarbeten och dialoger om projekt, för att utveckla en emissionskalkylator. "Öresund Environment Academy" är ett projekt för att utveckla marknadsföringen av regionen. Samarbetet med Boeing har fortsatt under 2003. SAS sponsrar även Sofiepriset.	fortsätter. SAS flygbolag deltar i både nationella och internationella möten där luftfartens miljöfrågor behandlas. SAS hotellverksamhet har deltagit i utveckling av en branschgemensam standard: Sustainable Construction Guidelines. SAS sponsrar tillsammans med Coca Cola det norska Sofiepriset.	sponsrar "Öresund Environment Academy". SAS flygbolag deltar i nationella och internationella möten kring luftfartens miljöfrågor. SAS deltar i forsknings- och utvecklingsprojektet ACARE vars syfte är att finna lösningar för att halvera flygets bränsleförbrukning, koldioxidutsläpp samt minska bullernivåerna.	där luftfartens villkor behandlas. Koncernen deltar i det europeiska forsknings- och utvecklingsprojekt. Koncernen deltar även i "Öresund Environment Academy".
<b>Fokus</b>	Fokus ligger på flygets miljöpåverkan. Fokus ligger även på SAS ekonomiska tillväxt och strävan att skapa värdetillväxt för aktieägarna. Sedan presenteras att SAS ekonomiska medvetenhet, kring ökade konkurrens och lågkonjunktur som de påverkas av, vilket även genomsyrar hela rapporten.	Fokus ligger på flygverksamhetens miljöpåverkan genom användning av icke förnyelsebart bränsle samt vad som kan göras för att reducera koldioxidutsläppen. Vidare ges information om de bullerkrav som finns och koncernens försök att minska dessa vilket även genomsyrar hela miljöområdet.	Handel med utsläppsrätter tar ett relativt stort utrymme detta år, vilket kan ses som ett steg för att öka externa intressenters insyn i verksamheten. SAS har därför skapat verktyget SRM. Generellt ligger fortfarande stort fokus på att minska utsläppen av koldioxid och sänka bullernivån	Fokus ligger på effektivisering av bränsleförbrukningen vars syfte är att utnyttja produktionskapacitet bättre inom koncernens alla verksamheter för att därmed minska koldioxidutsläppen. Även om fokus ligger på handel med utsläppsrätter är omfattningen i detta års redovisning mindre än tidigare år.	Koncernens mål och visioner är mer specifikt presenterade. Fokus läggs på lösningar för att minska koldioxidutsläpp från flyg genom att undersöka huruvida användandet av bränsle från förnyelsebara råvaror samt ett projekt som innebär grön inflygning kan minska påverkan på miljön.
<b>Mål</b>	SAS skall använda ett miljöindex med årlig uppföljning, där en jämförelse med tidigare år görs. Målet är en förbättring med tre enheter per år fram till 2004. Ingen presentation av uppföljning på strategi eller metod för att uppnå dessa mål finns. På lång sikt skall samtliga miljöledningssystem certifieras enligt ISO 14001, Ingen tidsram eller strategi för att uppnå målet ges.	På lång sikt skall samtliga miljöledningssystem vara certifierade enligt ISO 14001. Certifiering av systemen avgörs av respektive bolags- eller affärsenhet efter bedömningar. Ingen uppföljning avseende certifieringen av ISO 14001 presenteras i rapporten. Ingen information ges heller för hur planen ser ut för denna certifiering eller när målet skall vara uppfyllt.	På lång sikt skall samtliga miljöledningssystem vara certifierade enligt ISO 14001. Certifiering av systemen avgörs av respektive bolags- eller affärsenhet efter bedömningar. Uppföljning av målet med certifieringen ISO 14001 presenteras i en tabell som visar hur långt respektive enhet följer koncernens miljökrav och policys.	Koncernen har satt upp mål rörande en ständig förbättring. Vidare sätter dotterbolagen upp individuella mål för miljöindex och tar ansvar för att de uppfylls. Även de miljömål som satts i enlighet med koncernens miljöpolicy samt efterlevnad av dessa presenteras i en matris där det finns en möjlighet för jämförelse med tidigare år.	Huruvida SAS har uppfyllt sina miljömål samt uppföljning av certifiering enligt ISO 14001 av deras miljöledningssystem finns presenterade i en matris som visar resultat från respektive verksamhetsgren. Data från tidigare år finns även presenterat. Det finns dock ingen specifik och tydlig uppföljning av vilka enheter som blivit certifierade.
<b>Negativa händelser</b>	Ingen information finns att tillgå om detta	Ingen information finns att tillgå om detta	Ett bränsleläckage inträffade på Köpenhamns flygplats vid en anläggning som delvis är ägd av SAS Oil. En skadad ventil läckte ut flygbränsle från tanksystemet. Information ges att rutiner har skapats för att förhindra liknande incidenter.	Allvarliga händelser vid landning samt vid start presenteras. Ett fall av bränsledumpning har inträffat vid Shanghais flygplats, vilket inneburit högre kostnader samt intäktsbortfall. Finns en hänvisning till s. 15 i årsredovisningen där ingen vidare information ges. Inga miljöaspekter på händelsen redovisas.	Tidigt i redovisningen ges information om att ett dotterbolag till SAS har blivit föremål för utredning om olaglig kartellverksamhet inom internationell fraktverksamhet. Ingen information ges senare i rapporten.

Tabell 4.3 SAS

### **4.3.1 Intervju med Lars Andersen - SAS**

Enligt Andersen har CSR-redovisningen blivit alltmer omfattande och mer detaljerad över tiden men även mindre teknisk. Detta tror Andersen är bra då allt fler skall förstå och kunna ta till sig den informationen som lämnas i rapporterna. Vidare kan han urskilja en trend om att CSR-redovisningen kommer att vävas in alltmer i den normala verksamheten. Vilket då kommer att innebära att det sociala, miljö- och ekonomiska ansvaret kommer att vävas in i årsredovisningen och att redovisningen kommer att bli enhetlig.

CSR-redovisning är mycket viktig för företaget menar Andersen. En bra CSR-redovisning är positivt för ett företags image. Han menar vidare att det inte skapar någon trovärdighet eller framåtanda att inte ha en öppen och ärlig approach eller infallsvinkel på de viktiga frågorna om hållbarhet. Det är än mer viktigare för koncernen att beskriva vad bolaget arbetar för att förbättra miljön och vilka mål som satts för framtiden med den ökade debatten kring miljön som pågår i dagens samhälle.

Då CSR-redovisningen har granskats av revisorer menar Andersen att det inte går att förvränga siffror och fakta för att få verkligheten att se bättre ut. Han menar även att om fel information skulle ges avsiktligt skulle detta kunna innebära ett nedslag och att det är idiotiskt att exponera bolaget för en sådan risk. Revisorerna kvalitetssäkrar den fakta som presenteras och att SAS faktiskt har planer att göra det som beskrivits i rapporten. Möjligheten finns att välja att lyfta fram saker så att koncernen framställs mer ambitiös än andra men att i bolagets redovisning finns inget som kan vara lögn eller falsk. SAS CSR-redovisning lyfter fram de avvikelser som har funnits. Andersen menar att SAS inte döljer något för att det är negativt, utan han framhåller att detta skall vara en rapport som läsaren skall kunna finna vad som hänt och vad som är aktuellt. Det är även viktigt att läsaren har förtroende att det som presenteras redovisar verkligheten. Att det säkerligen finns de företag som väljer att använda redovisningen som ett sätt att berätta positiva saker för att därmed undanhålla negativa saker, SAS använder inte sin CSR-redovisning på det sättet vilket påpekas av Andersen.

## 5. ANALYS

*I denna del av uppsatsen kommer den insamlade empirin att analyseras och kopplas samman med den teoretiska referensramen. Författarna kommer här att analysera företagen separat, var för sig, för att synliggöra de förändringar som kunnat urskiljas. Analysen av företagen kommer att delas in och presenteras efter checklistans punkter. Avslutningsvis kommer företagen även att ställas emot varandra där likheter och skillnader dem emellan synliggörs.*

### 5.1 SKF

#### ➤ Allmän

Det första undersökta året inleds med en presentation av SKF:s uppförandekod. Resterande fyra års rapporter har istället en inledande del om vikten av hållbarhetsfrågor i koncernen i egenskap av att vara ett globalt företag. Här kan då ses att SKF med åren lägger större vikt vid CSR-frågor och dess presentation. Denna utveckling verifieras även genom teorin då den ökade fokuset på CSR-frågor och dess utveckling genomsyrar hela den teoretiska referensramen. Detta är även något som bekräftas i intervjun med Andersson som menar på att *”hållbarhet utvecklas hela tiden och har blivit allt viktigare för företagen och samhället”*. En utveckling som han tror kommer att fortsätta även i framtiden. Enligt teorin har företagen även en stor medvetenhet kring att ett ansvarsfullt agerande leder till stabila företagsresultat, vilket då naturligt torde medföra en ökad fokus på CSR-frågor hos vinstdrivande organisationer som SKF<sup>107</sup>. Från och med år 2005 har denna inledning formulerats om en aning och innefattar nu även att det är den högsta standarden i varje enhet, inom detta område, som eftersträvas. Här tar alltså SKF ytterligare ett steg och menar att det inte räcker med att hantera hållbarhetsfrågor utan att det även är betydelsefullt att kvaliteten hålls på en hög nivå.

SKF har från och med första året som granskats satt upp konkreta mål för hur certifieringen med ISO 14001 skall fortlöpa under framtida år. Denna certifiering har även en tydlig uppföljning som redovisas i varje års CSR-redovisning. De mål som sätts upp har infriats för vart och ett av de år som granskats. År 2006 dras detta ett steg längre då SKF nu ställer krav på att även sina större leverantörer skall vara certifierade enligt ISO 14001. Att SKF anser certifiering enligt standarder viktigt står klart efter att ha granskat dess redovisning under fem år. Detta skulle då kunna ses som ytterligare ett steg att öka kvaliteten på redovisningen och ge den en bättre tyngd. En ökad kvalitet och tyngd skulle i sin tur kunna motverka den skepticism kring CSR, som diskuteras i den teoretiska referensramen, där Frankental menar att CSR är något diffust som saknar mening och att det snarast är ett PR-verktyg för företagen<sup>108</sup>.

Genomgående har SKF:s CSR-redovisning följt samma riktlinjer varje år samt att granskning skett av en extern revisor. Från och med 2004 granskas den även av FAR:s förslag till rekommendation och AccountAbilitys AA1000 Assurance Standard. Denna förändring är även något som Andersson berör då han i intervjun menar att *”SKF:s CSR-redovisning under senare år har blivit mer uppstyrd av regler”*. Andersson menar vidare att kvaliteten av rapporten är viktig och stärks i och med att en extern granskare kontrollerar siffrorna. Detta är även något som får stöd i den teorin, då en oberoende granskning anses stärka CSR-rapportens kvalitet och trovärdighet<sup>109</sup>. Denna utökade granskningen ligger då även i linje med den ökade fokus som läggs på att en hög standard eftersträvas på redovisningen, som senare kan urskiljas av 2005 och 2006 års rapporters inledning.

<sup>107</sup> European Commission, Employment & Social affairs (2002)

<sup>108</sup> Frankental (2001)

<sup>109</sup> Information for Better Markets, Sustainability: the role of accountants (2004) s. 88 f.

Det som tydligt går att urskilja i SKF:s CSR-redovisning är att layouten har ändrats genom åren. Vissa år ges exempelvis information om CSR-redovisningen innan innehållsförteckning och vissa år inte. Detta har dock skiftat åren emellan och ingen tydlig trend går här att urskilja. Under åren har antalet bilder generellt sätt minskat i redovisningen för vart år som gått, med undantag för år 2005. Klart synbart är även att antalet sidor i CSR-redovisningarna ökar för varje år. Enligt Abiola Adenekan finns en ökad medvetenhet hos företagen idag att ett ansvarsfullt agerande leder till långsiktigt stabila företagsresultat<sup>110</sup>. Detta skulle då kunna vara en förklaring till den årlig ökning av CSR-redovisningens omfattning då denna typ av information är något som företagen verkligen vill få fram och förmedla ut till intressenter för att uppnå ett maximalt resultat. Fördelningen i rapporten har ändrats successivt under åren där miljöområdet har fått stå tillbaka en aning för att ge utrymme till det sociala området.

#### ➤ *Indelning*

Indelningen av rapporterna är relativt konsekvent under de första fyra åren och en märkbar skillnad går att urskilja först det sista undersökta året, år 2006. CSR-redovisningen blir då mer sammanvävd och det går inte längre lika tydligt att skilja mellan miljöområdet och det sociala området. Detta kan vid en första anblick uppfattas som en komplicering av rapporten då det blir betydligt svårare att urskilja gränser områdena emellan. Frågan är dock om det kanske är exakt det som är meningen? Det blir i och med detta mer tydligt att dessa delar, precis som den teoretiska referensramen tar upp med figuren Trippel Bottom Line, faktiskt inte till fullo går att separera var för sig, utan att de på många sätt hör ihop och påverkar varandra<sup>111</sup>. Begreppet hållbarhet blir nu, i och med denna integrering, mer enhetligt.

#### ➤ *Projekt*

SKF ingår i en mängd olika projekt som har ökat successivt för varje år. År 2002 finns endast information om ett fåtal interna projekt, medan det från och med 2003 finns information om projekt som sträcker sig utanför koncernens gränser. De externa projekt som ingår är av enbart social karaktär. Under de nästkommande åren innefattas fler projekt för varje år. Under de senare åren finns även information att tillgå om projekt som inte rör själva koncernens verksamhet samt att den egna personalen nu involveras i samhällsfrågorna. Enligt Carroll och Buchholtz klassas detta som ett filantropiskt ansvar, ett ansvar som inte i direkt mening genererar pengar till företaget men att det finns ett bakomliggande krav från intressenter att företaget skall agera som goda samhällsmedborgare<sup>112</sup>. Denna förändring av projekt som företaget väljer att involvera sig i kan bero på en mängd faktorer. Sullivan menar dock i sin artikel att konkurrens blir alltmer påtaglig mellan bolagen, för att ligga i topp bland de företag som har ett bra ansvarstagande gentemot samhället. Han menar vidare att detta i sin tur påverkar det val som företag gör av de CSR-projekt som de väljer att involvera sig i.<sup>113</sup>

#### ➤ *Fokus*

Den del som ligger i fokus och även tar upp mest plats i vardera års rapport, ändras över åren på det sociala området. Den stora fokus på säkerhet som kunnat urskiljas under de första åren får under det sista året stå tillbaka en aning i förmån för det utökade engagemanget som SKF har för olika samhällsfrågor utanför koncernen. Första åren ligger även fokus på att vara en attraktiv arbetsgivare, vilket även går att se under senare år men då i en något mer utvecklad form. Detta genom att fokus läggs mer på de samarbeten som genomförts med bland annat olika universitet, vilket är ett led i att rekrytera bra personal. Olika evenemang för personal och deras familjer samt projekt som ligger utanför den egentliga verksamheten och på

---

<sup>110</sup> Abiola Adenekan (2007)

<sup>111</sup> Löhman och Steinholtz (2003) s. 91

<sup>112</sup> Carroll och Buchholtz (2006) s. 37

<sup>113</sup> Sullivan (2008)

samhället i övrigt, får ett ökat utrymme i rapporterna för varje år. Detta är ytterligare en aspekt som visar på den trend som går att urskilja i SKF:s CSR-redovisningar, nämligen att arbetet med dessa frågor mer och mer även förs utanför koncernen och dess verksamhet. Miljöområdets fokus ändras inte lika tydligt utan har hela tiden sikte på att minska förbrukningen av resurser och utsläpp. Själva presentationen och detaljeringen kan dock skilja sig en aning åt. Från och med 2005 års rapport ges en mer ingående presentation av de positiva effekter som den kontinuerliga utvecklingen av produkterna har på miljön, vilket inte lika tydligt har kunnat urskiljas under tidigare år.

➤ *Mål*

SKF är genomgående tydliga med att presentera sina framtida mål, när de skall ha uppnåtts samt strategier för hur de skall uppnås. Det som tydligast kan ses är det som rör koldioxidutsläppen. I 2002 års rapport sattes detta mål till att minska utsläppen med 10% till år 2005. I 2004 års rapport har sedan detta mål flyttats fram till att istället vara uppfyllt år 2007. I CSR-redovisningen år 2005 går det sedan att läsa att detta mål har uppfyllts tidigare än beräknat då det uppfyllts redan under detta år, det vill säga år 2005, vilket var det år som målet först sattes till. Genom att läsa 2005 års rapport uppfattas då detta som mycket positivt då SKF har uppfyllt målet två år tidigare, vilket i själva verket var helt enligt den plan som först utställdes. Ett sådant tillvägagångssätt går att koppla till Grays legitimitetsteori där han menar att företag kan försöka stärka sin legitimitet genom att ändra företags uppfattning om händelser utan att själva händelsen i sig har ändrats<sup>114</sup>. Om detta var planerat går dock inte att visa, men självklart är att detta får en positiv effekt på 2005 års rapport.

➤ *Negativa händelser*

Till största del består CSR-redovisningarna av positiva händelser som skett under åren. Att på detta vis presentera övervägande bra saker kan tydligt härledas till både intressentteorin och legitimitetsteorin där relationen till intressenter och samhälle är av stor vikt vilket då medför att företaget vill presentera en så bra sida som möjligt. Denna inställning bekräftas även i intervjun med Andersson som menar på att SKF självklart vill förmedla en positiv bild av företaget som möjligt, men menar vidare att SKF har som policy att lagöverträdelser alltid skall offentliggöras. Denna policy kan bekräftas av de CSR-redovisningar som granskats då SKF under samtliga år presenterar en eller två lagöverträdelser som inträffat. Inledningsvis är dock informationsmängden relativt sparsam men ökar under de senare åren. Sista året tas en överträdelse upp som skett och även presenterats i de två föregående årens rapporter, med en hänvisning till 2005 års rapport. Samma händelse presenteras alltså tre år i rad, med något skiftande informationsmängd dock. Författarna ser det som lite svårt att tyda vad syftet är med detta. Möjligen kan det vara att det anses stärka rapportens trovärdighet om både positiva och negativa händelser presenteras. Detta skulle då medföra att, har inget negativt hänt under året presenteras incidenter från tidigare år. Ett sådant tankesätt skulle då ligga i linje med legitimitetsteorin där företaget försöker undervisa sina intressenter om företagets svaghet och dess avsikt att förbättra sina prestationer och därigenom förbättra bolagets legitimitet<sup>115</sup>. Det ses dock inte som helt troligt att inte något negativt överhuvudtaget har hänt under år 2006 och 2005 vilket torde innebära att det, av denna anledning, skulle ha gått att inkludera annan information. Resonemanget kan då föras vidare kring legitimitetsteorin där en annan strategi är att avleda uppmärksamheten bort från det verkliga orosmomentet och istället presentera andra händelser, vilket då detta skulle kunna liknas vid<sup>116</sup>.

---

<sup>114</sup> Gray et al. (1996) s. 46

<sup>115</sup> Ibid s. 46

<sup>116</sup> Ibid s. 46



## 5.2 H&M

### ➤ *Allmän*

Rapporternas inledande del utvecklas inte nämnbart under de fem granskade åren. Rapporterna inleds varje år med att CSR-ansvarig beskriver hur H&M:s CSR-arbete fortlöpt under året och delger även läsaren relevant information om olika händelser som påverkat CSR-arbetet. H&M väljer herefter att presenteras bolagets CSR-vision och strategi. Vidare sker även en förändring år 2006 då H&M väljer att endast publicera denna rapport på Internet. Strukturen av rapporten förändras helt och det finns under det sista granskade året ingen specifik uppdelning av respektive område. H&M har inte antagit några certifieringar, dock ges varje år en kort presentation av miljöstandarden ISO14001 där H&M förklarar att bolaget valt att inte anta certifieringen då de anser att verksamheten inte stämmer överens med den byråkrati som kommer med en ISO - certifiering.

Rapporteringen följer samma riktlinjer för varje år men H&M låter inte rapporten granskas av någon extern oberoende part. Dubowicz ser dock att bolaget, inom en snar framtid, kommer låta rapporten granskas för en ökad trovärdighet. Detta ställningstagande kan ses ligga i linje med det faktum att oberoende granskning ökar i betydelse och att det av intressenterna kan anses som en betydelsefull fördel för företaget<sup>117</sup>. Dubowicz berättar att CSR-redovisningen är viktig för H&M:s intressentrelationer och påvisar att *"Mer än något annat styr våra intressenters förväntningar vår CSR redovisning"*. Hon menar vidare att den utgör en viktig del i intressenternas beslutsunderlag vilket gör det viktigt att tillhandahålla relevant och korrekt information. Dubowicz påvisar dock att H&M inte har något att vinna på att försköna rapporten och att både misslyckanden och framgångar skall ingå i redovisningen.

Layouten i rapporterna utvecklas inte märkbart under de granskade åren. Det går dock att urskilja en liten ökning av antalet bilder, diagram och tabeller i förhållande till text. Det går även att uppfatta en förändring i strukturen av rapporten då H&M med åren gör en tydligare uppdelning av de olika områden som rapporten innefattar. Detta med undantag för 2006 års rapport som inte har någon specifik uppdelning alls. Vidare utveckling som kan utläsas är att omfattningen av den sociala delen ökar under senare år. En bakomliggande faktor till detta kan tänkas vara att intressenter i allt större omfattning efterfrågar denna typ av information. Detta nämns även av Dubowicz då hon menar att *"Innehållet i redovisningen är en kompromiss mellan hur pass efterfrågad information är (såväl inom som utom H&M), och hur enkelt det är att ta fram den"*

### ➤ *Indelning*

Indelningen i H&M:s CSR-rapporter följer en tydlig utveckling då presentationen blir alltmer konsekvent för vart år som går. Under de första åren finns ingen tydlig uppdelning av informationen i respektive område. Under 2004 sker dock uppdelning av de båda områdena och informationen delas nu in i två delar under respektive område. Denna ändring av strukturen gör det lättare för läsaren att följa tråden i rapporterna och ger en bättre överblick över respektive område. Användandet av denna struktur kan grunda sig i att H&M valt ut vilka områden som anses vara viktiga och värdefulla för att lyfta fram dessa ytterligare. Paralleller kan då dras till Dubowicz uttalande i intervjun där hon menar att CSR handlar om de skyldigheter ett företag har gentemot sina intressenter, samt att det är intressenternas förväntningar och informationsbehov som till störst del styr utformningen av redovisningen. Detta är även något som återkommande diskuteras i den teoretiska referensramen. Gray exempelvis menar i intressentteorin att informationen som företaget ger fungerar som ett

---

<sup>117</sup> Information for Better Markets, Sustainability: the role of accountants (2004) s. 88 f.

verktyg som kan användas av företaget för att styra eller påverka intressenter. Detta i syfte att erhålla deras stöd och godkännande eller för att avleda deras motsättning eller missnöje<sup>118</sup>. Ytterligare utveckling kan utläsas då H&M år 2006 väljer att endast publicera rapporten via sin hemsida. Här sker en radikal förändring av strukturen i rapporten och den är inte längre indelad efter olika områden. Vidare hänvisar H&M till 2005 års rapport då de menar att policys, vision och strategi inte förändrats.

➤ *Projekt*

H&M medverkar i en mängd olika projekt och en tydlig utveckling av dessa går att utläsa under de granskade åren. Antalet sociala projekt håller en jämn nivå under de fyra första åren medan de miljörelaterade projekten ökat under samma period. Gemensamt är dock att antalet projekt minskar under 2006. Flertalet av projekten är interna med verksamheten i centrum. De externa projekt som presenteras sträcker sig utanför bolaget och dess leverantörers gränser och inriktar sig på den samhällsnytta som H&M bidrar med. Genom sitt engagemang i olika välgörenhetsprojekt visar H&M på ett stort filantropisk ansvar<sup>119</sup>. I rapporten finns väl detaljerad och beskrivande information om de flesta projekt som H&M involverar sig i vilket tyder på att bolaget vill visa sitt intresse för bättre förhållanden inom och utom bolaget. Detta sätt att redovisa kan härledas till Grays resonemang gällande intressentteorin som menar att företag är skyldiga sina intressenter ansvarstagande över sina handlingar<sup>120</sup>. I CSR-rapporter får företag en chans att visa på sitt engagemang och deltagande för att medverka till en mer rättvis värld. Craig Smith resonerar vidare kring detta då han menar att informations-samhället har inneburit en ökad uppmärksamhet kring CSR och företag upplever ett större tryck från intressenter<sup>121</sup>. Intressenter vill numer även veta vad företaget som ligger bakom produkterna eller tjänsterna står för. Detta då alltmer talar för att intressenter ser positivt på CSR i och med större medvetenhet och intresse i hur företag agerar.

➤ *Fokus*

Vid granskningen av rapporterna går det tydligt att se vart fokus ligger och vilken del av verksamheten som bolaget ger mest uppmärksamhet. I bolagets sociala ansvarstagande ligger fokus på H&M:s arbete med att förbättra förhållanden till leverantörerna. Detta är även något som generellt sett genomsyrar hela rapporten och som på sikt ses som ett stort projekt för att kunna visa och garantera för omvärlden att det inte förekommer några överträdelser av lagar och regler. Detta kan även ses ligga i linje med Craig Smiths resonemang då det finns ett intresse hos intressenterna att veta att företaget inte agerar på något sätt som skadar samhället, dess resurser och invånare<sup>122</sup>. År 2004 läggs stor vikt vid att presentera introduceringen av granskningsprogrammet FAP, vilket är ett program som relateras till förhållandena hos leverantörerna. I 2005 års rapport har H&M inkluderat intressenters feedback av 2004 års rapport vilket även är något som Dubowicz påpekar då hon menar att rapportens utformning även styrs av olika uttryck för intressenters förväntningar. Påpekandet kan härledas till Craig Smiths uttalande om att det centrala, när företag formar sin CSR-strategi, skall vara intressentengagemanget<sup>123</sup>. Han menar vidare att intressenter kan ses både som en informationskälla och som ett verkligt inflytande i bolagets beslutsfattande. Även Gray för ett resonemang kring intressenters betydelse där han menar att bolag kan minska risken för dålig publicitet genom att integrera olika perspektiv från intressenter för att istället vinna

---

<sup>118</sup> Gray et al. (1996) s. 46

<sup>119</sup> Carroll och Buchholtz (2006) s. 37

<sup>120</sup> Gray et al. (1996) s. 45 f.

<sup>121</sup> Craig Smith (2003)

<sup>122</sup> Ibid

<sup>123</sup> Ibid

trovärdighet<sup>124</sup>. I rapporten kan en generell trend utläsas i miljöområdet då fokus genom åren framförallt ligger vid bolagets och dess leverantörers utsläpp av koldioxid. Presentationen av dessa utsläpp utvecklas under de fem granskade åren och blir under senare år mer omfattande. Detta blir än mer tydligt då fler tabeller och diagram visar verksamhetens utsläpp och dess påverkan på miljön. Vidare kan ses att informationen gällande främjande av ekologisk bomull har utvecklats så tillvida att H&M presenterar mer information och även involverar sig i fler projekt gällande detta område. Enligt Sullivan sker utvecklingen av CSR i det avseendet att företag numer skall uppfattas som transparenta och redovisa vilken påverkan deras verksamhet har på samhället<sup>125</sup>. Resonemanget ligger helt i linje med Dubowicz då hon menar att den trend som H&M:s CSR-redovisning utvecklats efter är just kravet på transparens.

#### ➤ *Mål*

H&M presenterar genomgående tydligt de mål som bolaget skall uppnå, vilka även följs av tydliga uppföljningar. De flesta av målen som ställs upp är kortsiktiga, dock väljer H&M att under senare år ta med alltmer långsiktiga mål. År 2004 kommer ett miljömål med syfte att minska koldioxidutsläppen med 10 % mellan 2005-2009. En tendens som kan utläsas av H&M:s mål är att sluttiden, i vissa fall, ibland skjuts fram. Mestadels ges kommentarer till detta, dock blir den något knapphändig under de senare åren. I rapporterna finns dock ingen uppföljning till de mål som inte uppfyllts inom tidsramen. Detta torde vara en brist då Dubowicz påtalar att H&M försöker tillhandahålla konkreta resultat för att användaren skall få ett så balanserat och jämförbart underlag som möjligt. Vidare menar Dubowicz att CSR är en viktig del för H&M:s intressentrelationer och att det då är viktigt att intressenterna får tillhandahålla relevant och korrekt information.

#### ➤ *Negativa händelser*

Genomgående, i de granskade rapporterna, redovisar H&M mycket lite information kring negativa händelser. År 2002 går att urskilja en antydning till företeelser som kan frambringa en negativ påverkan då det under detta år ges en detaljerad beskrivning av förekomsten av barnarbete och vad bolaget gör vid upptäckten av detta. Vidare år 2003 finns information om kritik mot H&M för att ha brutit mot marknadsföringsregler då de använt könsdiskriminerande reklam. I H&M:s miljödel finns inga negativa händelser presenterade. Detta kan då ställas i relation till intervjun med Dubowicz då hon betonar att ” *Vi har ingenting att vinna på att försköna rapporten. I redovisningen skall både framgångar och misslyckanden med*”. Vidare koppling kan dras till legitimitetsteorin som påvisar att bolag kan missleda uppmärksamheten från något negativt genom att frambringa positiva aspekter<sup>126</sup>. En risk som kan ses då rapporterna mer tydligt framhäver de positiva händelser som skett under året torde vara att rapporten istället får ett visst marknadsföringssyfte. Detta kan då ses gå i linje med Frankentals argument där han menar att risken med CSR-rapportering, om den inte görs på rätt sätt, är att den kan uppfattas som en PR-uppfinning<sup>127</sup>.

## 5.3 SAS

#### ➤ *Allmänt*

Inledningen i SAS CSR-redovisningar har inte utvecklats markant under de granskade åren. Det första året ligger fokus på de miljöförbättringar som genomförts under året. Under de senare åren är redovisningens höjdpunkter och viktiga områden mer centrala. En trend kan urskiljas, under senare år, då redovisningen inleds med att ta upp viktiga aspekter som inte

<sup>124</sup> Gray et al. (1996) s. 45 f.

<sup>125</sup> Sullivan (2008)

<sup>126</sup> Gray et al. (1996) s. 46

<sup>127</sup> Frankental (2001)

bara kan knytas till koncernens verksamhet, utan även utanför denna. Tidigt i rapporten nämns vikten av att ge avkastning till aktieägare och strävan efter att bli en kostnadseffektiv koncern. Detta ökade avkastningskrav till aktieägarna samt fokus på att koncernens varumärke kan stärkas genom ökat samhällsansvar finns i varje års inledande delar, dock blir det mindre tydligt under de senare åren. Denna inledande del i redovisningen kan därmed ses följa den linje som motståndare till CSR har, däribland Lee som menar att ett bolags bidrag till hållbar utveckling mestadels handlar om att tjäna pengar<sup>128</sup>. Då den ekonomiska utgångspunkten i rapporterna blir mer dold under senare år och koncernens verkliga syfte visas mindre tydligt kan detta ses som ett tecken på att CSR-redovisningen har utvecklats till att bli mer transparent gentemot sina intressenter och en stark koppling kan då ses till intressentteorin<sup>129</sup>.

Koncernen har ett långsiktigt mål där verksamheten skall vara certifierade enligt miljöstandarden ISO 14001. Uppföljning av denna certifiering är otydlig under de tidiga åren, men utvecklas i de senare års rapporter. Uppföljningen presenteras i en matris som visar hur långt respektive verksamhetsgren och dotterbolag har kommit i processen. Frågan om certifiering avgörs av respektive bolags- eller affärsenhet vilket då kan medföra att risken för att enheter blir certifierad med felaktiga grunder ökar då det ej är en oberoende part som certifierar dessa enheter.

En trend som har gått att urskilja genom granskningen av CSR-redovisningarna är att koncernen i senare års rapporter väljer att följa fler riktlinjer och hjälpmedel vid upprättandet av redovisningen. I tidigare års rapporter fanns inte de principer som följdes presenterade, utan endast länkade till bolagets hemsida. Detta går då i linje med intressentteorin som tar upp att bolag genom en ökad användning av fler riktlinjer och organisationer kan uppfattas av omvärlden som att kvaliteten på CSR-redovisning är lika hög som de finansiella rapporterna. Revisorer som granskar CSR-redovisningen är ytterligare ett sätt för koncernen, enligt intervju med Andersen, att visa intressenter att nivån och kvaliteten på redovisningen är god och att den information som ges är tillförlitlig. Detta resonemang, om att en oberoende granskning ökar rapportens tillförlitlighet, får även stöd av den teoretiska referensram som presenterats tidigare<sup>130</sup>.

Genomgående i rapporten presenteras få bilder i förhållande till text. I senare års redovisningar presenteras dock mer fakta i tabeller och diagram. Koncernens CSR-redovisning är inte tydligt uppdelad efter bolagets ekonomiska-, sociala- och miljömässiga ansvar, vilket försvårar möjlighet till att skåda en utveckling mellan dessa områden. En tydlig trend som dock går att se är att omfattningen av redovisningen har utökats under åren.

#### ➤ *Indelning*

Den generella utvecklingen i redovisningarna är relativt liten. Det är först år 2005 som en markant skillnad går att urskilja. Enligt Andersen kommer en utveckling av koncernens CSR-rapport att ske då presentationen av rapporten kommer att bli mer integrerad med bolagets normala verksamhet, och kommer därmed inte att presenteras i en enskild rapport. Denna tendens överensstämmer även med grundstenarna i teorin kring Triple Bottom Line<sup>131</sup> vilket kan ses då koncernens sociala, ekonomiska och miljöaspekter knyts samman och integreras i rapporten. Detta är något som tydligt går att urskilja redan i 2006 års rapport då strukturen har

---

<sup>128</sup> Lee, (2008)

<sup>129</sup> Gray et al.(1996) s. 45 f.

<sup>130</sup> Information for Better Markets, Sustainability: the role of accountants s. 87 f.

<sup>131</sup> Löhman och Steinholtz (2003) s. 91

ändrats och informationen som ges inte längre är lika tydligt presenterad och uppdelad efter respektive område. Denna utveckling är något som Carrasco förespråkar då han menar att bolag genom en mer sammanvävd CSR-redovisning, med företagets strategier, kan förbättra samhällets och intressenters syn på bolaget<sup>132</sup>.

#### ➤ *Projekt*

Antalet projekt som presenteras i rapporterna har ej förändrats märkbart under åren. Samhället och omvärlden ställer allt hårdare krav på att bolagens handlande stämmer överens med samhällets och intressenters värderingar, vilket är ett faktum som genomsyrar uppsatsens teoretiska referensram. Presentationen av både de sociala och miljömässiga projekten borde därmed ha ökat i omfattning i rapporterna för att därigenom visa samhället och intressenter vad bolaget gör för omvärlden. Vid en granskning av SAS rapporter kan utläsas att koncernen inte följer denna utveckling då antalet projekt är konsekvent. SAS presentation av koncernens engagemang i samhället kan därmed ses strida mot Blowfields resonemang om att utvecklingen inom CSR-redovisning går alltmot mot att bolagets förpliktelser bidrar till en hållbar utveckling som skall gynna bolaget, anställda och samhället<sup>133</sup>. Då det finns ett tryck från intressenter att bolag skall presentera engagemang som de är involverade i, är något som Craig Smith diskuterar i artikeln<sup>134</sup> vilket då även går emot den utveckling som kan ses i SAS rapporter.

#### ➤ *Fokus*

Under åren sker en förändring i vart fokus ligger, inom både det sociala- och miljömässiga området. Det framgår under de tidigare åren att den viktigaste och centrala delen av hållbar utveckling är ekonomisk lönsamhet för koncernen. Information som redovisas i de tidigare rapporterna ger indikationer om att den ekonomiska utvecklingen skall ske i samverkan med ett förbättrat miljöarbete samt socialt ansvarstagande. En trend som kan utläsas är att utvecklingen går från fokus på ekonomisk utveckling samt avkastning till aktieägare, till att bli mer inriktad på koncernens anställda. Denna trend kan då ses gå emot det klassiska argument som Friedman för där han menar att företag enbart använder sig av CSR för att tjäna pengar till sina aktieägare<sup>135</sup>. Även presentationen av koncernens dialog med intressenter har utvecklats under senare år och framhåller vikten av att förbättra denna med tanke på ökad konkurrenskraft. Detta kan även ses genom att SAS utvecklar verktyget SRM för att bättre förstå intressenters syn på verksamheten och skapa acceptens hos omvärlden och försöker därmed, mer än tidigare, att upprätthålla dialogen med intressenterna. Denna förändring av fokus ligger då i linje med intressentteorin som menar att rapporten och information som ges av koncernen delvis är till syfte att styra intressenterna och tillgodose deras krav på koncernen<sup>136</sup>. Inom området som berör miljömässiga aspekter ligger fokus i tidigare års rapporter på hållbar utveckling genom att skapa lönsamhet till aktieägare. Miljöfokus har utökats från att fokusera på minskning av flygverksamhetens miljöpåverkan ur en ekonomisk synvinkel, till att även beröra handel med utsläppsrätter och alternativt bränsle. Detta kan kopplas till författarna Craig Smith, Ward<sup>137</sup> och Carrascos<sup>138</sup> syn på CSR-rapporteringens utveckling som de menar går mot ett vidare perspektiv där värde för övriga intressenter och företags sociala ansvarstagande är viktiga. Även om ett bolags grundläggande syfte är att

---

<sup>132</sup> Carrasco (2007)

<sup>133</sup> Blowfield (2005)

<sup>134</sup> Craig Smith och Ward (2003)

<sup>135</sup> Lee (2008)

<sup>136</sup> Gray et al. (1996) s. 45 f.

<sup>137</sup> Craig Smith och Ward (2003)

<sup>138</sup> Carrasco (2007)

skapa maximala vinster torde SAS lägga mer fokus på sitt sociala- och miljömässiga ansvarstagande som de har gentemot samhället. Detta då en bra CSR-rapportering, enligt Abiola Adenek, ger en positiv inverkan på företags ekonomiska situation och att rapporten därmed kan ha en direkt effekt på företags vinster<sup>139</sup>.

#### ➤ *Mål*

SAS har något diffusa mål i tidigare års rapporter där varken tidsram eller strategi för att uppnå målen presenteras. Koncernens huvudmål är att bidra till hållbar utveckling samt att certifiera miljöledningssystem enligt ISO 14001. Här är den information som ges om målens uppföljning knapphändigt presenterad i de flesta fall. Vidare är det även svårt för läsaren att kunna analysera den uppföljning som presenteras av miljöindexmålen då data från de tre föregående åren har justerats i 2003 års rapport. Här ges varken någon förklaring till hur eller varför denna justering har gjorts. Genom granskning av målens uppföljning kan det därmed ge en fel bild av huruvida koncernen har uppfyllt målen eller ej samt huruvida det då bidrar till hållbar utveckling. Eftersom miljöcertifieringen är upp till varje enhet att bestämma över kan detta medföra att det för läsaren blir svårt att analysera den information som ges då den är något oklar och ofullständig. Tillförlitligheten på dessa certifieringar kan, i och med denna valfrihet, även minska. I senare års rapporter kan dock utläsas att SAS uppföljning av koncernens sociala mål och visioner samt certifiering av ISO 14001 blir mer tydligt presenterade i matriser. Detta kan då ses ligga i linje med samhällets informationskrav och följer därmed Grays resonemang kring intressentteorin som påvisar att bolag genom sitt handlande kommer att anstränga sig för att behålla relationen med sina intressenter, om bolaget anser dessa vara värdefulla<sup>140</sup>. Detta genomförs genom att ge den information som enligt intressenter är önskvärd och därmed erhålla deras godkännande.

#### ➤ *Negativa händelser*

SAS presenterar relativt få negativa händelser som kommer från verksamheten i de tidigare årens rapporter. Detta utvecklas under åren då allt fler negativa händelser presenteras. Förändringen som sker kan även ses i hur och vart SAS väljer att presentera dessa händelser i rapporten. Under samtliga år ges information om händelserna i mitten av rapporten med undantag för sista årets rapport där den negativa händelsen presenteras redan i inledningen av rapporten. Denna trend, där SAS under det sista året framhäver de negativa händelserna genom att presentera dem tidigt i rapporten, går även att se i intervjun med Andersen. Detta då han menar att koncernen väljer att redovisa negativa händelser som ett medel för att påvisa trovärdighet för rapporten. Han menar vidare att då redovisningen granskas av oberoende part kontrolleras uppgifter och information som presenterats mer ingående, vilket innebär att möjlighet att presentera felaktiga uppgifter reduceras. Detta kan även ses som ett sätt för att öka samhällets och intressenternas förtroende för koncernen.

## 5.4 Jämförelse mellan bolagen

Efter en genomgång av samtliga företags CSR-rapporter kan författarna konstatera att många likheter och skillnader går att finna mellan företagen och deras rapporters utveckling under de fem granskade åren. Samtliga bolags *inledande delar* har genomgått en förändring under de fem år som granskats. De förändringar som kan utläsas är dock relativt små och är överlag endast förändringar i ord eller omflyttningar. SAS blir under sista året mer konkreta vad det gäller rapportens syfte och kan därmed uppfattas som att bli mer transparent gentemot sina intressenter. Även SKF följer samma utveckling då de under senare år mer konkret betonar

---

<sup>139</sup> Abiola Adenekan (2007)

<sup>140</sup> Gray et al. (1996) s. 45 f.

betydelsen av CSR-redovisning och av att upprätthålla en god kvalitet på dessa rapporter. Tydligt här blir att dessa två företag har utarbetat starkare och mer kraftfulla inledningar med åren. H&M:s inledning däremot har inte ändrats märkbart då samtliga rapporter inleds på samma vis, med den enda skillnad att delar har flyttats om och rubriker ändrats.

Presentation samt uppföljning av de *certifieringar* som bolagen genomför/innehar skiljer sig stort åt bolagen emellan. SKF är väldigt tydliga i sin presentation av de certifieringar som genomförts, samt framtida mål kring dessa certifieringar. Uppföljningen är också genomgående mycket konkret och tydlig. SKF har även satt upp krav på sina leverantörer där de begär att även dessa skall certifieras enligt vissa standarder, ett krav som inte går att se hos något av de andra två bolagen. SAS har ett relativt långsiktigt mål med sina certifieringar som presenteras mer diffust, medan H&M väljer att inte certifiera verksamheten överhuvudtaget. Detta då H&M inte anser att verksamheten ej stämmer överens med certifieringarnas byråkrati. Detta är alltså ett område där bolagen skiljer sig mycket åt och där de valt att göra helt olika presentationer. En likhet som dock finns i denna del är att den inte genomgått någon större förändring och presenteras därmed likartad under samtliga år i samtliga bolag.

Både H&M och SKF har under samtliga fem år som granskat följt samma *riktlinjer* vid upprättandet av sin CSR-redovisning. SAS däremot presenterar en successiv utökning av antalet riktlinjer som följs. Den externa granskningen av bolagens CSR-redovisningar skiljer sig åt mellan bolagen då SKF och SAS under samtliga år har haft en extern oberoende granskare av rapporten. SAS har även valt att under senare år publicera denna granskningsberättelse i CSR-rapporten vilket är något som SKF gjort under samtliga år. SKF har även valt att utöka granskningen under de senare åren med ytterligare en standard som följs. H&M däremot väljer att inte använda sig av någon extern granskare överhuvudtaget.

Rapporternas *layout* har ändrats under åren i samtliga bolag. Generellt innefattar bolagens rapporter bilder i olika omfattning vilket även är något som ändras över åren. SKF har över lag en stor andel bilder, i förhållande till text, i sin rapport i jämförelse med de andra bolagen. Tendensen är dock att andelen bilder minskar i redovisningen för varje år. H&M och SAS däremot har liten andel bilder vilket hos H&M istället har ökat med åren. I SAS rapport ökar antalet diagram under åren, men däremot inte antalet bilder. Gemensamt för samtliga bolag är att CSR-redovisningen har ökat i omfattning för varje år under de fem granskade åren. Denna utveckling går då även i linje med den utveckling som kan ses i samhället i övrigt där bolags ansvarstagande har fått större plats och fokus. I SKF och H&M:s rapporter kan även urskiljas en ökning av den sociala delens omfattning i förhållande till miljöområdet. En sådan utveckling av de olika områdenas omfattning är svår att urskilja i SAS rapport då denna inte har någon specifik uppdelning av områdena miljö och social. Utvecklingen i H&M och SKF:s rapporter följer då samma utveckling där den sociala delen med åren blir alltmer central.

Gemensamt för samtliga bolag är att en utveckling av *indelningen* i rapportens olika delar kan urskiljas. I H&M:s rapport sker utvecklingen så tillvida att presentationen av respektive område blir tydligare och mer strukturerad under de senare åren. SAS och SKF:s indelning förändras däremot inte nämnvärt med undantag för det sista granskade året där en total förändring av strukturen sker. Denna förändring innebär att områdena i rapporten, i motsats till H&M, blir mindre uppdelade än under tidigare år och verksamhetens resultat och ansvar blir sammanvävt då det redovisas som en helhet i rapporten.

Antal *projekt* som företagen är involverade i har genomgått en förändring genom åren, dock går det inte att urskilja någon likhet företagens utveckling emellan. I SKF:s rapport går det att

se en tydlig ökning av antal redovisade projekt som sker gradvis under åren. Dessa projekt är endast av social karaktär där flertalet sker utanför koncernens verksamhet. Vid granskningen av SAS rapporter kan istället utläsas att antalet projekt inte förändras synbart under åren. Dessa projekt är även mestadels av intern karaktär. I H&M:s presentation sker däremot en viss förändring framförallt inom miljöområdet då projekten här till antalet ökar under åren, med undantag för år 2006 då redovisningen av projekt minskar. Vidare kan urskiljas att H&M, liksom SAS, presenterar fler interna social- och miljörelaterade projekt. Tydligt går här att se att SKF genom de projekt de involverar sig i vidgar sin syn med åren och går utanför koncernens verksamhet, vilket de övriga två inte gör i samma utsträckning.

De områden som **fokus** ligger på ändras under åren för samtliga bolag. Här kan tydligt ses att de delar som företagen anser vara viktiga skiftar och är ej bestående under de granskade fem åren. Mellan H&M och SKF finns likheten att under de granskade åren genomgår den sociala delen en större förändring i jämförelse med miljöområdet, i SAS rapporter däremot sker förändringar i samma utsträckning i de båda delarna. Gemensamt för samtliga tre bolag är den återkommande fokus på minskade koldioxidutsläpp som ses under varje år. Utöver detta har H&M även fokus på ekologisk bomull medan SKF har på minskad resursförbrukning och SAS har på miljövänligt bränsle och handel med utsläppsätter. I den sociala delen har H&M mycket fokus på själva verksamheten genom att förbättra förhållandena hos leverantörerna. I likhet med H&M kan det även i SAS rapport urskiljas en stor intern fokus inom det sociala området. Denna har dock ändras under åren och gått ifrån bättre lönsamhet till att fokus läggs på koncernens anställda och dialog med intressenter. Denna interna fokus kan även ses hos SKF under de första åren men utvecklas under de senare åren till att gå mer utanför verksamheten, där de externa projekten istället är det centrala.

Både SKF och H&M ställer upp tydliga och konkreta **mål** i sin rapport, vilka även följs av en noggrann uppföljning. H&M:s mål är relativt många, vilka ändras under åren, och går från att vara kortsiktiga till mer långsiktiga mål. SKF har istället relativt få mål och är i motsats till H&M satta mer på längre sikt. SKF:s mål är även bestående och presenteras återkommande i samtliga rapporter. En likhet i bolagen är att målens sluttid ändras allteftersom vilket tydligt framgår i H&M:s redovisning men däremot inte i SKF:s. Till skillnad från SKF och H&M har SAS istället relativt diffusa mål med en uppföljning som inte är lika konkret som de andra två bolagens. Denna uppföljning blir dock mer tydlig i senare års rapporter men kommer aldrig upp på samma nivå som H&M och SKF. Klart är då att de konkreta målen är betydligt lättare att följa upp än de diffusa vilket både har sina för- och nackdelar för bolaget.

Samtliga granskade bolag redovisar **negativa händelser** i sin CSR-redovisning. En stor variation vad det beträffar informationens innehåll och omfattning kan dock ses mellan bolagen. SKF är det bolag som i sin redovisning presenterar flest negativa händelser och är den enda utav de tre bolagen som redovisar för rena lagöverträdelser. Det bör dock påpekas att en och samma händelser tas upp och presenteras återkommande i flera års rapporter. Lagöverträdelserna är endast av miljökaraktär och informationsmängden är knapphändig men utvecklas till att bli mer konkret i senare års rapporter. H&M däremot presenterar under de fem granskade åren endast en konkret händelse, med tillägg för en antydning till en etisk överträdelse. Båda dessa händelser var av social karaktär. SAS presenterar under åren totalt tre negativa händelser inom miljöområdet vilka då är under de tre sista åren. En stor skillnad som går att urskilja i bolagens presentation av dessa händelser är att SAS och H&M redovisar sina negativa händelser i mitten av rapporten förutom sista året då SAS inleder rapporten med att presentera händelsen. SKF däremot presenterar samtliga lagöverträdelser i slutet eller rent av sist i rapporten.



## 6. SLUTSATS

*I denna del presenteras inledningsvis studiens problemfrågor vilka sedermera följs av de slutsatser som undersökningen har frambringat. Slutsatsen utgår ifrån den checklista som uppsatsens empiriavsnitt baserats på. Detta följs av en diskussion som förs kring ämnet där författarnas egna tankar presenteras. Avslutningsvis ges förslag på framtida studier.*

### 6.1 Slutsats

Utifrån studiens huvudfråga *På vilket sätt förändras/utvecklas bolags CSR-redovisning över tiden?* Har författarna kommit fram till att den utveckling som kan urskiljas, under de granskade åren, generellt sätt skiljer sig åt mellan bolagen. Det går dock, utifrån en granskning av olika punkter och delar i rapporten, att urskilja vissa gemensamma trender bolagen i mellan, även om dessa är relativt få. Författarna har även kunnat urskilja och identifiera olika faktorer som dessa förändringar beror på.

Författarna kan konstatera att den utveckling som skett i bolagens CSR-redovisning inte är lika stor och omfattande i samtliga tre granskade bolag. Överlag kan ses att SAS och SKF:s rapporter har genomgått större förändringar än vad som skett i H&M:s rapporter. Gemensamt för bolagen är dock att CSR-rapporterna har ökat i omfattning för vart år som gått. Utifrån den teoretiska referensramen samt empirin ser författarna de påtryckningar som finns i samhället och hos intressenter som de bakomliggande faktorerna till denna ökning. Påtagligt är också att det sociala området har genomgått en större utveckling än miljöområdet då detta tydligt ses i två av de tre granskade bolagen. Det sociala ansvaret och engagemanget har även gått mer utanför bolagens ordinarie verksamhet.

Något som genomgående är bestående hos samtliga bolag är de riktlinjer som följs vid upprättandet av rapporterna. I ett av bolagen görs en liten utökning medan de övriga två har behållit samma riktlinjer. Slutsatsen är alltså att samtliga bolag fortfarande idag anser sig nöjda med de initiativ och organisationer som fanns redan för fem år sedan. En tydlig slutsats som kan dras är att kvalitet är en faktor som ökat i fokus för samtliga bolag vilket även två av bolagen valt att stärka genom en utökad extern granskning av rapporterna. Dessa två företag är även de som valt att certifiera bolagen enligt olika standarder. Resultatet från granskningen av bolagens redovisningar visar på att dessa bolag har större ambition av att fastställa kvaliteten och trovärdigheten i rapporten genom detta.

Rapporternas layout har ändrats under de år som granskats. De olika bolagens rapporter har dock ändrats i olika riktningar och olika trender går att urskilja i respektive bolag. Detta medför att ingen konkret gemensam slutsats går att dra av denna utveckling. Det som däremot kan konstateras är att bolagens indelning av rapporterna ändrats markant under det sista granskade året. Två utav bolagen presenterar detta år en rapport där områdena plötsligt blir mer integrerade med varandra. Författarna ser det inte som troligt att detta är en slump då en så stor skillnad kan urskiljas hos två utav tre bolag under exakt samma år. Slutsatsen som kan dras utifrån undersökningen är att CSR-frågornas samverkan har fått fäste och implementerats i företagets sätt att redovisa. Integrering och samverkan är med andra ord en faktor som påverkar företags utformning av CSR-rapporten.

Empirin visar att det finns en tydlig skillnad mellan de projekt som bolagen presenterar. Även utvecklingen av projektens presentation och omfattning sker i olika utsträckningar i bolagen. Två utav bolagen har haft tämligen likartade projekt under samtliga fem år där även omfattningen av dessa projekt har varit av relativt samma grad. Ett av bolagen sticker ut då det istället radikalt har ökat antalet projekt och vidden av dessa under de fem granskade åren.

Utifrån studien kan utläsas att bakomliggande faktorer till denna utveckling är samhällets och intressenters ökade intresse för bolags engagemang i olika samhällsfrågor. En sådan slutsats medför då dock att övriga bolag har gått emot den generella utvecklingen och således inte följer trenderna som finns i samhället.

Ett område som skiljer sig mycket åt mellan bolagen är vart fokus ligger i bolagens rapporter. Vissa likheter går dock att se då samtliga bolag genom åren lägger stor vikt vid att minska koldioxidutsläppen. Förutom denna likhet fokuserar bolagen på olika delar relativt mycket mellan åren. Att denna skillnad finns kan bero på en mängd olika faktorer men det faktum att bolagen agerar på olika marknader och bedriver olika verksamheter menar författarna vara en naturlig underliggande variabel till att bolagen fokuserar på olika områden.

De mål som satts upp i bolagen skiljer sig åt av naturliga skäl då de verkar i olika branscher. Det går således inte att dra några slutsatser utifrån vilka specifika mål som företaget satt upp. En karaktäristisk indelning kan dock göras av målen då de antingen är satta på kort eller på lång sikt. Tydligt är då att två av bolagen har långsiktiga mål medan ett har övervägande kortsiktiga mål. Om utgångspunkten vid en granskning av ett bolag skulle vara dess uppsättandet av mål och ett antagande görs att dessa mål även i viss mån avspeglar företagets generella sätt att resonera och lägga upp sin strategi kring CSR-redovisningen, blir slutsatsen att majoriteten av företagen resonerar mer långsiktigt medan minoriteten planerar på kort sikt.

I empirin konstateras att samtliga bolag redovisar negativa händelser i sina CSR-rapporter, även om omfattningen varierar bolagen i mellan. Från att det bolag som redovisar minst negativa händelser, det vill säga endast en konkret händelse över en femårsperiod, till det bolag som redovisar flest negativa händelser, det vill säga åtta händelser på en femårsperiod. Majoriteten av händelserna presenteras relativt knapphändigt och går vanligen att finna i slutet av bolagens rapporter. Slutsatsen författarna drar, utifrån insamlade data, är att denna typ av information inte är något bolagen prioriterar att presentera och framhäva i rapporterna.

## **6.2 Egen diskussion**

Innan arbetet med undersökningen drog igång fanns naturligtvis redan en del åsikter och förväntningar kring detta ämne hos författarna. Författarna hade en förväntan om att de tre undersökta bolagen skulle presentera mer likartade CSR-redovisningar än vad som visade sig under arbetets gång, framförallt vad det beträffar omfattningen av rapporten.

Efter att ha studerat de tre bolagen och dess CSR-rapporter fem år tillbaka i tiden har en del funderingar och tankar uppkommit hos författarna. Som i studien framkommit är två av företagens utveckling mer samstämmig än med det tredje och sista företaget, nämligen H&M. De mest utmärkande punkterna, som avskiljer det tredje bolaget från de övriga två, är avsaknaden av en extern granskning av rapporten, valet att avstå från certifiering samt presentation av negativa händelser. Författarna ser dessa variabler, vilket även bekräftas av de övriga bolagen, som viktiga för att uppnå en trovärdig CSR-rapport. Under intervjun med respondenten i det berörda företaget framkommer det att trovärdigheten är viktig i rapporten och att den även stärks av att en extern granskare kontrollerar rapporten. Att då detta företag helt saknar denna del i sin redovisning ser författarna som något egendomligt. Samma företag betonar även att det inte finns någon anledning att försköna rapporten vilket då kanske kan ifrågasättas eftersom i stort sett inga negativa händelser finns redovisade hos detta företag. Naturligtvis skulle det kunna vara att bolaget inte råkat ut för några negativa händelser under dessa fem år, men det ställer sig författarna kritiska till. Faktum är också att olika artiklar, som försatt bolaget i blåsväder, har publicerats vilket stärker författarnas skepticism.

Det som kan ses i de granskade företagens CSR-rapporter är att engagemanget i olika projekt är väl presenterade. I ett av bolagens redovisning, nämligen SKF, går även att urskilja en trend där dessa projekt ökar till antalet över åren och även sträcker sig mer utanför koncernens verksamhet. Detta kan ses som en väldigt positiv utveckling för bolaget då olika engagemang för utsatta grupper i världen är något fint och som samhället ser positivt på. Det går dock inte att undvika det faktum att detta ger företag positiv publicitet vilket således är till fördel för bolags verksamhet och även resultat. Företag är i första hand en vinstdrivande organisation som primärt skall generera pengar till ägarna. Denna kombination tror författarna gör att det största incitamentet för dessa handlingar inte nödvändigtvis måste vara ”den goda gärningen” utan istället ett upplyst egenintresse. Detta är också något som måste finnas i åtanke vid granskning av bolags CSR-rapporter och den information som presenteras där.

Ovanstående resonemang kan även föras vidare genom att titta på i vilken grad de olika bolagen faktiskt berör de ekonomiska aspekterna av sitt CSR-arbete. Tydligt är att SAS i betydligt större omfattning presenterar vilken effekt deras sociala och miljömässiga agerande får på bolagets ekonomi. Vid en första anblick ses det som att innehållet, i detta bolags rapport, överhängande fokuseras på ekonomi istället för det sociala- och miljörelaterade arbetet. I jämförelse med övriga granskade rapporter kan detta då få en något negativ klang hos läsaren. Frågan som dock författarna ställer sig här är huruvida detta bolag redovisar en mer sanningsenlig syn på CSR-arbetet, det vill både de insatser som företaget gör för samhället samt vilken ekonomisk effekt detta har på företaget, både positivt och negativt? Författarna anser nämligen att företagen i praktiken givetvis har stor medvetenhet kring de ekonomiska effekterna deras handlande har då syftet i grund och botten är vinstmaximering. Detta skulle då medföra att de övriga två bolagen möjligen väljer att endast presentera utvalda delar av sitt CSR-arbete. Detta skulle då troligen kunna få dessa företag att framstå i bättre dager eftersom rapporten insinuerar att bolagen har ett samhällsengagemang oberoende av vilken ekonomisk effekt detta har för företaget, eftersom detta inte presenteras.

### **6.3 Förslag till framtida forskning**

Denna undersökning har genomförts och baserats på CSR-redovisningar som utformats under en ekonomisk högkonjunktur. Då framställandet av rapporterna kräver ekonomiska resurser har CSR-redovisningen av naturliga skäl en inverkan på företagets ekonomi. Författarna ser det då som intressant att även genomföra en liknande undersökning under en lågkonjunktur. Detta eftersom det under arbetes gång har framkommit att framställandet av CSR-redovisningen delvis är beroende av kostnaden kontra nyttan. Det skulle vara intressant att se om konjunkturen har någon effekt på rapportens utformning eller till och med innehåll.

Författarna anser att det även skulle vara intressant att genomföra denna undersökning på ett större antal bolag för att därigenom få en mer generell avspeglning av utvecklingen inom CSR-rapportering. Alternativt skulle även undersökningen kunna genomföras på fler antal år, men färre företag, för att se om trenderna blivit alltmer tydliga eller rent av om andra trender hade kunnat urskiljas.

## KÄLLFÖRTECKNING

---

### **Böcker och tidskrifter**

- Carroll, Archie B & Buchholtz, Ann K (2006), *Business & Society- Ethics and Stakeholder Management*, USA: Thomson, South-Western 6<sup>th</sup> Edition ISBN 0-324-32317-4
- Hartman, Jan (2004), *Vetenskapligt tänkande*, Lund: Studentlitteratur, Andra upplagan, ISBN 91-44-03306-0
- Hawkins, David E (2006), *Corporate Social Responsibility- Balancing Tomorrow's Sustainability and Today's Profitability*, New York: Palgrave Macmillan ISBN 978-0-230-00220-3
- Holme, Idar Mange & Solvang, Bernt Krohn (1997), *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, Lund: Studentlitteratur.
- Gray, Rob, Owen, Dave & Adams, Carol (1996), *Accounting & accountability – changes and challenges in corporate social and environmental reporting*, Hertfordshire: Prentice Hall Europé ISBN 0-13-175860-8
- Jacobsen, Dag Ingvar (2002), *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Lund: Studentlitteratur. ISBN 91-44-04096-2
- Löhman, Ola & Steinholtz, Daniel (2003), *Det ansvarsfulla företaget – Corporate Social Responsibility i praktiken*, Stockholm: Ekerlids Förlag.
- Merriam, B Sharan (1998), *Fallstudien som forskningsmetod*, Lund: Studentlitteratur. ISBN 91-44-39071-8
- Patel, Runa & Davidson, Bo (1994), *Forskningsmetodikens grunder*, Lund: Studentlitteratur, Andra upplagan. ISBN 91-44-30952-X
- Saunders, Mark, Lewis, Philip & Thornhill, Adrian (2007), *Research Methods for Business Students*. Essex, UK: Pearson Education Limited. 4<sup>th</sup> Edition. ISBN 978-0-273-70148-4
- Svensson, Per-Gunnar & Starrin, Bengt (1996), *Kvalitativa studier i teori och praktik*, Lund: Studentlitteratur. ISBN 91-44-39851-4

### **Artiklar och broschyrer**

- Abiola Adenekan, Samuel (2007), *Putting CSR into perspective*, Communication World, Vol. 24, Issue 6, p 48-48
- Burchell Jon, Cook Joanne (2008), *Stakeholder dialogue and organisational learning: changing relationships between companies and NGOs*, Business Ethics: A European Review Vol. 17, Nr. 1, p 35-46

- Blowfield, Michael (2005), *Corporate Social Responsibility: reinventing the meaning of development?* International affairs, Vol. 81, Nr. 3, p 515–524
- Carrasco, Immaculada (2007), *Corporate Social Responsibility, Values, and Cooperation*, International Advances in Economic Research, Vol.13, Issue 4, p 454-460,
- Craig Smith N, Ward H, (2007) *Corporate Social Responsibility - at a crossroad*, Business Strategy review, Vol. 18, Issue 1, p16-21
- Craig Smith N, (2003), *Corporate Social Responsibility – Whether or how?* California Management Review, Vol. 45, Nr 4
- European Commission, Employment & social affairs (2002), *CSR – A business contribution to sustainable development*
- Falck, Mats (2007), *Oberoende granskning ger hållbar kontroll*, Öhrlings PricewaterhouseCoopers nr 1, 2007
- Frankental, Peter. (2001), *Corporate Social Responsibility – a PR invention?* Corporate Communications: An International Journal, Vol. 6, Nr. 1, p 18-23
- Information for Better Markets (2004), *Sustainability: the role of accountants*, The Institute of Chartered Accountants in England and Wales
- Henderson, David. (2001), *The Case Against "Corporate Social Responsibility"*, Policy, Vol.17, Nr.2, p 28-32
- Jamieson-Pond, Marcus. (2007), *Clearer definition will help firms' CSR commitments*, The Lawyer, Vol. 21, Issue 44, p 8-8
- Lee, Ming-Dong Paul. (2008), *A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead*. International Journal of Management Reviews, Vol. 10 Issue 1, p 53-73
- Moir, Lance (2003), *The business world's latest buzzword? CSR and what it means to you*, Strategic Direction, Vol. 19, Issue 6, p7-9
- Moir, Lance, (2001), *What do we mean by Corporate Social Responsibility*, Corporate Governance: The International Journal of Effective Board Performance, Vol. 1, Issue 2, p16-22
- Storwall Anna-Karin (2007), *Barnarbetare som plockar bomullen i H&M:s kläder upprör, samtidigt som många vill handla billiga kläder. Men etiska och ekologiska kläder kostar inte mer än vanliga*, 2007- Expressen
- Ström, Sofia (2007), *H&M uppges utnyttja arbetskraft*, 2007-11-27 kl. 16:14, Aftonbladet
- Sullivan, Tom (2008), *Citizen of the world – As ethical and environmental issues take center stage, corporate social responsibility projects get an overhaul with a new emphasis on metrics*, PM Network, March 2008, Vol. 22 Issue 3, p52-57

Tilt, Carol Ann (1994), *The Influence of External Pressure Groups on Corporate Social Disclosure Some Empirical Evidence*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 7, Nr. 4, p 47-72.

Utrikesdepartementet, Enheten för internationell utrikespolitik, (UD-IH), *OECD:s riktlinjer för multinationella företag - en handbok*, Edita Stockholm, 2006, ISBN 91-7496-361-9

Willis, Alan (2003), *The role of the Global Reporting Initiative's Sustainability Reporting Guidelines in the social screening of investments*, Journal of Business Ethics, Vol. 43, Nr. 3, p233-237

Whitehouse, Lisa (2006), *Corporate Social Responsibility: Views from the Frontline*, Journal of Business Ethics, Vol. 63 Nr. 3, p 279–296

### **Internet**

<http://www.infovoice.se/fou/bok/10000035.htm> 2008-02-20, 2008-03-02

<http://www.kpmg.com.au/Portals/0/AA1000AS%20&%20ISAE3000.pdf> 2008-05-19

<http://www.accountability21.net/publications.aspx?id=1242&terms=AA1000+Assurance+standard> 2008-05-20

<http://www.globalreporting.org/AboutGRI/> 2008-03-11

[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) 2008-03-11

<http://www.iso.org/iso/about.htm> 2008-04-29

<http://www.regeringen.se/sb/d/5467/a/14556> 2008-03-03

<http://www.regeringen.se/sb/d/4233/a/32248> 2008-03-06

<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html> 2008-03-06

<http://www.regeringen.se/sb/d/2657/a/70932> 2008-03-06

[http://www.skf.com/portal/skf\\_se/home/omskf?contentId=056869&lang=sv](http://www.skf.com/portal/skf_se/home/omskf?contentId=056869&lang=sv) 2008-02-15

[http://www.hm.com/se/omhm/faktaomhm/kortomhm\\_hminbreif.nhtml](http://www.hm.com/se/omhm/faktaomhm/kortomhm_hminbreif.nhtml) 2008-02-20

### **Årsredovisningar och rapporter**

H&M Årsredovisning 2002-2006

H&M CSR-rapport 2002-2006

SAS Årsredovisning 2002-2006

SKF Årsredovisning 2002-2006

### **Muntliga källor**

Ulf Andersson – Svenska Kullagerfabriken, 2008-03-12

Lars Andersen – Scandinavian Airlines, 2008-04-10

Karolina Dubowicz – Hennes & Mauritz, 2008-03-13