



School of Economics  
and Commercial Law  
GÖTEBORG UNIVERSITY

Magister Uppsats

## **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

-vilken information lämnas i årsredovisningen av företagen på Stockholmsbörsens A-lista

*Magisteruppsats*

Jan Möller, 790731

Maria Sjöholm, 810504

Matilda Öster, 820806

*Handledare:*

PhD Gunnar Rimmel

**Företagsekonomi**

**Extern Redovisning/Företagsanalys**

HT2005

## SAMMANFATTNING

---

**Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Extern redovisning och företagsanalys, Magisteruppsats, VT 2005**

**Författare:** Jan Möller, Maria Sjöholm och Matilda Öster

**Handledare:** Gunnar Rimmel

**Titel:** **Corporate Social Responsibility** – vilken information lämnas i årsredovisningen av företagen på Stockholmsbörsens A-lista

**Problembakgrund:** CSR har under de senaste åren blivit en allt viktigare del i många företag. Kraven från intressenter har ökat och en allt större diskussion förs om företags etiska och sociala ansvar. Informationen som företagen redovisar är frivillig och det finns ett stort antal organisationer som har kommit med olika instrument och guider för att strukturera upp företags CSR-redovisning. Frågeställningen i denna uppsats är: Vilken information om CSR redovisas i årsredovisningen av företagen?

**Syfte:** Syftet med denna uppsats är att göra en kartläggning av innehållet i företagen på Stockholmsbörsens A-listans CSR-redovisning. Vi skall utifrån en framtagen checklista se vilka skillnader som finns mellan företagen för att utifrån det se om det går att dra några slutsatser.

**Avgränsningar:** I denna uppsats kommer endast företagen noterade på Stockholmsbörsens A-lista att analyseras. I analysen och kartläggningen kommer endast 2004 års årsredovisning att användas alternativt om företaget har en separat CSR-redovisning. För företag som har brutet räkenskapsår kommer årsredovisningen 2003/2004 att användas. Informationen som analyseras är hämtad ur företagens publicerade årsredovisningar, information som finns på företagens hemsidor lämnas därhän. Då det finns en mängd olika riktlinjer angående CSR-redovisning har författarna valt att avgränsa sig till och utgå från två av dessa; UN Global Compact och GRI.

**Metod:** Uppsatsen bygger på en kvalitativ och kvantitativ innehållsanalys av årsredovisningar. I uppsatsen analyseras samtliga företag på Stockholmsbörsens A-lista utifrån en framtagen checklista, denna bygger på punkter från UN Global Compact och GRI.

**Resultat och slutsatser:** Slutsatsen i denna uppsats är att det finns stora skillnader mellan olika företag och mellan olika branscher. Det viktigaste är att de företag som valt att redovisa CSR utifrån GRIs riktlinjer tillhandahåller mer information än övriga företag. Endast nio av punkterna i checklistan uppfylls av 40 företag eller fler vilket är en signal på att företagen på Stockholmsbörsens A-lista inte har en utvecklad CSR-redovisning.

**Förslag till fortsatt forskning:** Göra om studien om några år för att se om CSR-redovisningen i företagen har ändrats och i så fall hur. Göra intervjuer med ett mindre antal företag för att se hur arbetet med CSR går till i praktiken. Se hur företags CSR-redovisning förändras över tiden genom att med en checklista se vilka punkter som tillkommer och faller bort.

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

---

<b>1. INLEDNING</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Bakgrund</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Problemdiskussion</b> .....	<b>3</b>
<b>1.3 Syfte</b> .....	<b>3</b>
<b>1.4 Avgränsning</b> .....	<b>3</b>
<b>2. TEORI</b> .....	<b>4</b>
<b>2.1 Corporate Social Responsibility</b> .....	<b>4</b>
2.1.1 Bakgrund .....	4
2.1.2 Argument för och mot CSR .....	5
2.1.2.1 Argument för CSR .....	6
2.1.2.2 Argument mot CSR.....	7
2.1.3 CSR-instrument .....	7
2.1.3.1 Global Reporting Initiative .....	8
2.1.3.2 UN Global Compact.....	8
2.1.3.3 OECDs riktlinjer för multinationella företag.....	9
<b>2.2 Intressentteori</b> .....	<b>9</b>
<b>2.3 Legitimitetsteori</b> .....	<b>11</b>
<b>2.4 Frivillig och lagstadgad information</b> .....	<b>12</b>
<b>2.6 Sammanfattning</b> .....	<b>14</b>
<b>3. METOD</b> .....	<b>15</b>
<b>3.1 Val av metod</b> .....	<b>15</b>
<b>3.2 Innehållsanalys av årsredovisningar</b> .....	<b>15</b>
<b>3.3 Tillvägagångssätt</b> .....	<b>16</b>
3.3.1 Checklista.....	17
3.3.2 Empirins uppbyggnad .....	19
3.3.3 Tillvägagångssätt i analysen.....	19
<b>3.4 Validitet och reliabilitet</b> .....	<b>20</b>
<b>3.5 Källkritik</b> .....	<b>21</b>
<b>3.8 Sammanfattning</b> .....	<b>22</b>
<b>4. EMPIRI</b> .....	<b>23</b>
<b>4.1 Riktlinjer och separata CSR-redovisningar</b> .....	<b>23</b>
<b>4.2 Indikatorer</b> .....	<b>24</b>
4.2.1 Övergripande indikatorer .....	24
4.2.2 Ekonomiska indikatorer .....	24
4.2.3 Miljöindikatorer .....	25
4.2.4 Sociala indikatorer.....	26
<b>4.6 Resultat på företagsnivå</b> .....	<b>29</b>
<b>4.7 Sammanfattning</b> .....	<b>30</b>
<b>5. ANALYS</b> .....	<b>31</b>
<b>5.1 Riktlinjer och separata CSR-redovisningar</b> .....	<b>31</b>
5.1.1 GRI och separata CSR-redovisningar .....	31
5.1.2 Ej separata CSR-redovisningar .....	32
5.1.3 UN Global Compact och OECDs riktlinjer.....	33
5.2.1 Övergripande indikatorer .....	34
5.2.2 Ekonomiska indikatorer .....	34
5.2.3 Miljöindikatorer .....	34
5.2.4 Sociala indikatorer.....	35

5.2.5 Sammanfattande analys.....	35
<b>5.4 Sammanfattning .....</b>	<b>36</b>
<b>6. SLUTDISKUSSION.....</b>	<b>37</b>
6.1 Hur följer företagen riktlinjerna? .....	37
6.2 Var ligger skillnaderna i företagens CSR-redovisning? .....	37
6.3 Vilken information om CSR redovisas i årsredovisningen av företagen? .....	37
6.4 Förslag till fortsatt forskning .....	38
<b>7. KÄLLFÖRTECKNING .....</b>	<b>39</b>
<b>BILAGA .....</b>	<b>43</b>

## FIGURFÖRTECKNING

---

### Figurer

- Figur 1 s.4 “The Pyramid of Corporate Social Responsibility” Carroll, A Buchholtz, A, *Business & Society – Ethics and Stakeholder Management*, 2000
- Figur 2 s.5 Tripple Bottom Line, Enell M, *Riktlinjer för hållbar utveckling*, 2002
- Figur 3 s.10 Klassificering av intressenter, egen omarbetning och översättning, Lépineux, *Stakeholder theory, society and social cohesion*, 2005
- Figur 4 s.18 Checklista
- Figur 5 s.20 Affärsvärldens branschindelning
- Figur 6 s.31 Fyrfältsmatris GRI/separat CSR-redovisning

### Diagram

- Diagram 1 s.24 Övergripande indikatorer
- Diagram 2 s.25 Ekonomiska indikatorer
- Diagram 3 s.25 Övergripande miljöindikatorer
- Diagram 4 s.26 Specifika miljöindikatorer
- Diagram 5 s.27 Sociala indikatorer; arbetsförhållanden
- Diagram 6 s.27 Sociala indikatorer; mänskliga rättigheter
- Diagram 7 s.28 Sociala indikatorer; samhälle
- Diagram 8 s.28 Sociala indikatorer; produkter och tjänster
- Diagram 9a s.29 Relation antal punkter/sidor
- Diagram 9b s.32 Relation antal punkter/sidor analys

### Tabeller

- Tabell 1 s.29 Resultat på företagsnivå
- Tabell 2 s.33 Branschgenomsnitt

## FÖRKORTNINGSFÖRTECKNING

---

AA1000S	AccountAbility 1000 Series
BFN	Bokföringsnämnden
CERES	Coalition for Environmentally Responsibly Economies
CSR	Corporate Social Responsibility
ECCR/ICCR	Benchmarks for Global Corporate Responsibility
EMAS	Eco-Management and Audit Scheme
ETI	Ethical Trading Initiative Base Code
GRI	Global Reporting Initiative
IASB	International Accounting Standards Boards
ILO	International Labour Organization
IPPC	Integrated Pollution Prevention and Control
ISO	International Organization for Standardization
LCA	Life-Cycle Analysis/Livsscykelanalys
NGO	Non-Governmental Organization/Icke-statlig organisation
SA8000	Social Accountability 8000
UNEP	United Nations Environment Programme
UN GC	United Nation Global Compact
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
ÅRL	Årsredovisningslagen

# 1. INLEDNING

---

*Vi kommer i detta inledande kapitel ge en bakgrund till utvecklingen inom Corporate Social Responsibility. Därefter diskuteras problemet i denna uppsats vilket följs av en frågeställning. Slutligen diskuteras syftet samt vilka avgränsningar som är gjorda i uppsatsen.*

---

## 1.1 Bakgrund

De senaste åren har det hänt mycket inom Corporate Social Responsibility-området. Till viss del beror detta på de redovisningsskandaler som har skadat förtroendet för företagens finansiella rapporter, exempelvis Enron Andersen etc. Fokus har skiftat; från fokus på barnarbete och arbetsförhållandena i utvecklingsländerna till idag en allt intensivare diskussion om företagens etiska och sociala samhällsansvar.<sup>1</sup> Miljöhoten har blivit mer påtagliga och dagens informationssamhälle gör företagens agerande mer synligt då man på mindre än några timmar kan veta vad som händer på andra sidan jorden.<sup>2</sup>

Social- och miljöredovisning är dock inte ett nytt fenomen utan är något som har vuxit fram sedan andra världskriget.<sup>3</sup> Den stora skillnaden mot tidigare är att idag är det inte bara en angelägenhet för företag utan även regering och samhälle har ett stort intresse av företagens CSR-redovisning. När företag fattar beslut måste de räkna in dels påverkan på området och miljön de agerar i och dels deras påverkan på anställda och kunder, detta för att svara mot intressenters krav på socialt ansvar.<sup>4</sup>

CSR definieras såsom ett koncept där företag på frivillig basis integrerar sociala- och miljöfrågor i deras agerande i förhållandet med sina intressenter.<sup>5</sup> CSR-utveckling vilar på tre fundamentala grunder även kallade Tripple Bottom Line, vilket inkluderar social utveckling, miljöarbete och ekonomisk tillväxt. Syftet är att minska fattigdom, övertramp mot de mänskliga rättigheterna, miljöförstöring och istället förbättra utbildning, biodiversifiering och nå målet ett hållbart samhälle.<sup>6</sup>

Att mycket av information är frivillig kan ses som ett problem då företagen själva beslutar om vilken information som de vill publicera. Enligt legitimitetsteorin skulle deras information ses som ett sätt att marknadsföra sig själva och på det sättet legitimera sina handlingar.<sup>7</sup> Den frivilliga informationen leder även till svårigheter när det gäller att jämföra olika företag då det inte finns några specifika krav på vad CSR-redovisningen skall innehålla. Enligt Deegan och Rankin tenderar den frivilliga informationen främst till att framställa företagens positiva handlingar och

---

<sup>1</sup> Enayatollah M, *Från definition till kommunikation av CSR*, 2003

<sup>2</sup> Knutson T, Hellberg H, *Folkrätten och företagens samhällsansvar*, 2005

<sup>3</sup> Gray C, Owen R, Adams D, *Accounting & accountability*, 1996

<sup>4</sup> www.euractiv.com 05-11-13

<sup>5</sup> European Commission, Employment & social affairs, *CSR- A business contribution to sustainable development*, 2002

<sup>6</sup> www.wbcsd.ch 05-11-13

<sup>7</sup> O'Donovan, *Environmental disclosure in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory*, 2002

innehåller mycket lite negativ information. Baserat på sådana resultat har det argumenterats om huruvida det finns incitament att öka regleringen av information.<sup>8</sup>

Det finns många olika slags instrument för CSR-redovisning, EU kommissionen nämner 19 stycken av dessa instrument som bland annat bygger på praktiska guider, incitamentinstrument och förhandlingsinstrument. Några av de organisationer som publicerar guider och riktlinjer är Global Reporting Initiative (GRI) och United Nation Global Compact (UN GC), andra är Amnesty International, International Organization for Standardization (ISO), Dow Jones Sustainability Index samt Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).<sup>9</sup> I bakgrunden finns även internationella överenskommelser som FN-organet International Labour Organization (ILO) som verkar för sociala rättvisor angående mänskliga rättigheter och arbete.<sup>10</sup>

Dow Jones Sustainability Index är det första globala indexet och har sedan 1999 listat de ledande hållbarhetsdrivna företagen. På Europolistan finns sju stycken svenska företag angivna; Electrolux, Ericsson, Gambro, Skanska, SKF, SSAB och Volvo.<sup>11</sup>

Deloitte har följt utvecklingen av CSR-information sedan 1993. Utvecklingen av information som kompletterar den ekonomiska redovisningen går framåt, detta för att tillgodose de ökande kraven på transparens och tillförlitlighet. Allt fler företag inkluderar information om miljö, etik och socialt ansvar i sin årsredovisning. I Deloitte's undersökning ingår 28 av de 53 företag som finns på Stockholmsbörsens A-lista. Resultatet visar att mängden information angående miljö, etik och socialt ansvar har ökat och blivit bättre jämfört med 2003. Av de 28 företag som ingått i undersökningen bedömdes redovisningarna från, ABB, Astra Zeneca, Electrolux, SAS, Stora Enso och Trelleborg vara de mest utvecklade.<sup>12</sup>

Det finns även kritik mot CSR, hållbar utveckling anses vara ett luddigt och diffust begrepp som många därmed är skeptiska mot.<sup>13</sup> Friedman för fram påståendet att ett företags främsta uppgift är att förvalta aktieägarnas kapital genom vinstmaximering. Många handlingar för ökad hållbarhet minskar vinsten och därmed är inte aktieägarnas intresse i fokus.<sup>14</sup> Ytterligare ett problem ligger i att många olika frivilliga regelsystem och koder gör utvecklingen svåröverskådlig och försvårar jämförbarheten mellan företag. Det är viktigt att vara medveten om att det kan finnas personer eller företag som driver frågorna ur ett personligt eller kommersiellt perspektiv detta för att tjäna pengar på komplicerade regelverk och nya krav.<sup>15</sup>

---

<sup>8</sup> Deegan C, Rankin M, *Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority*, 1996

<sup>9</sup> European Commission, Employment & social affairs, *Mapping instruments for Corporate Social Responsibility*, 2003

<sup>10</sup> [www.ilo.org](http://www.ilo.org) 05-11-12

<sup>11</sup> [www.sustainability-indexes.com/](http://www.sustainability-indexes.com/) 05-11-12

<sup>12</sup> Deloitte, *Årets rapportering 2005*

<sup>13</sup> [sn.svensktnaringsliv.se](http://sn.svensktnaringsliv.se) 05-11-13

<sup>14</sup> Friedman M, *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*, 1970

<sup>15</sup> [sn.svensktnaringsliv.se](http://sn.svensktnaringsliv.se) 05-11-13



## 1.2 Problemdiskussion

CSR har under de senaste åren blivit en allt viktigare del i många företag. Kraven från intressenter har ökat och en allt större diskussion förs om företags etiska och sociala ansvar. Att informationen har fått en större roll visas till exempel i att Dow Jones har ett globalt index över hållbarhetsdrivna företag och att Deloitte anser det intressant att göra en årlig återkommande undersökning om utvecklingen av CSR i årsredovisningen.

Informationen som företagen redovisar är frivillig och det finns ett stort antal organisationer som har kommit med olika instrument och guider för att strukturera upp företags CSR-redovisning. Att det inte finns något standardiserat sätt att redovisa på gör det svårt att jämföra olika företags CSR-redovisningar. Den här uppsatsen tar upp och analyserar hur företagen på Stockholmsbörsens A-lista redovisar sin CSR-information med hjälp av två valda riktlinjer, UN Global Compact och GRI. Uppsatsen syftar också till att ta reda på vilken frivillig information som företagen lämnar ut i sin årsredovisning alternativt i en separat CSR-redovisning samt se vilka skillnader som finns.

Som en följd av denna problemdiskussion blir frågeställningen i denna uppsats:

- Vilken information om CSR redovisas i årsredovisningen av företagen?

I en nedbrytning av frågeställningen ter sig följande två delfrågor naturliga:

- Hur följer företagen riktlinjerna?
- Var ligger skillnaderna i företagens CSR-redovisning?

## 1.3 Syfte

Syftet med denna uppsats är att göra en kartläggning av innehållet i företagen på Stockholmsbörsens A-listans CSR-redovisning. Utifrån en framtagen checklista skall undersökas vilken information som företag lämnar samt vilka skillnader som finns mellan företag för att utifrån det se om det går att dra några slutsatser.

## 1.4 Avgränsning

I denna uppsats kommer endast företagen noterade på Stockholmsbörsens A-lista att analyseras. I analysen och kartläggningen kommer endast 2004 års årsredovisning att användas alternativt om företaget har en separat CSR-redovisning. För företag som har brutet räkenskapsår kommer årsredovisningen 2003/2004 att användas. Informationen som analyseras är hämtad ur företagens publicerade årsredovisningar, information som finns på företagens hemsidor lämnas därhän.

Då det finns en mängd olika riktlinjer angående CSR-redovisning har författarna valt att avgränsa sig till och utgå från två av dessa; UN Global Compact och GRI. Dessa har valts då de måste anses vara två av de mest använda riktlinjerna. Dessutom motiveras valet av GRI med att de är ensamma med att använda Tripple Bottom Line i sina riktlinjer.

## 2. TEORI

*I detta kapitel kommer en djupare presentation om utvecklingen och problematiken inom CSR. Vidare kommer en teoretisk presentation av intressent- och legitimitetsteorierna samt en diskussion om frivillig information.*

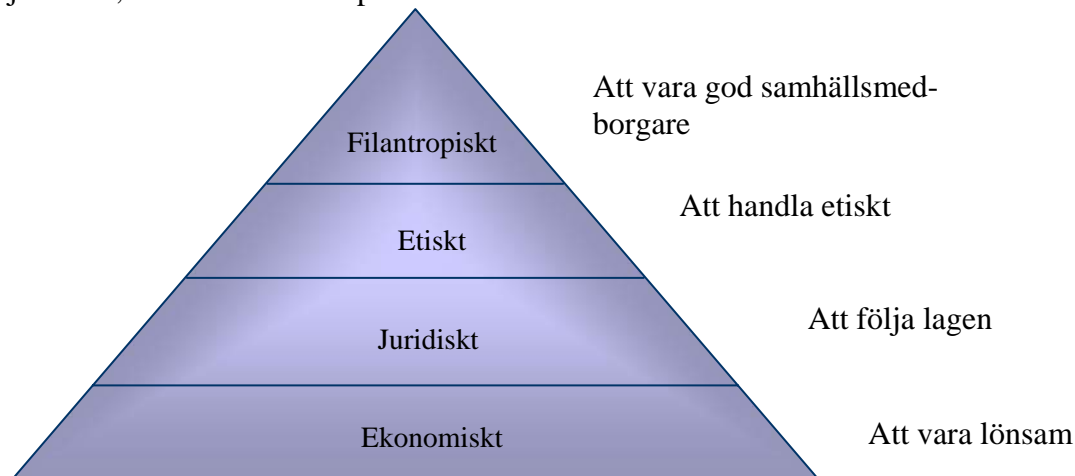
### 2.1 Corporate Social Responsibility

*“The idea of social responsibility supposes that the corporation has not only economic and legal obligations, but also certain responsibilities to society which extend beyond these obligations.”*

Joseph McGuire

#### 2.1.1 Bakgrund

CSR definieras ofta som ett koncept där företag på frivillig basis integrerar sociala- och miljöfrågor i deras drift av verksamheten och i samspelet med sina intressenter.<sup>16</sup> Begreppet CSR går tillbaka till efterkrigstiden då samspelet mellan företag, samhälle och regering undersöktes. Företagens primära roll är att producera de varor och tjänster som samhället behöver, men det finns också ett ömsesidigt beroende mellan företag och samhälle för att kunna skapa en hållbar miljö.<sup>17</sup> Mer specifikt innebär socialt ansvar att företag har mål där etisk standard och sociala mål är viktiga komponenter förutom traditionella mål såsom lönsamhet och en välfungerande organisation. Det sociala ansvaret är ofta inte lagstadgat men företag accepterar det för att möta samhällets förväntningar.<sup>18</sup> Carroll och Buchholtz beskriver socialt ansvar i en fyrdelad modell som fokuserar på de olika typer av socialt ansvar som företag kan ha (se figur 1 nedan). I Carroll och Buchholtz modell sätts mer traditionella ansvar såsom ekonomiska och juridiska i relation med mer socialt orienterade ansvar, detta gör att denna definition, som innefattar fyra olika typer av ansvar, bygger på McGuires definition. De fyra CSR-komponenter som definieras är ekonomiskt, juridiskt, etiskt och filantropiskt ansvar.<sup>19</sup>



Figur 1. “The Pyramid of Corporate Social Responsibility” Carroll, A Buchholtz, A (2000), *Business & Society – Ethics and Stakeholder Management*

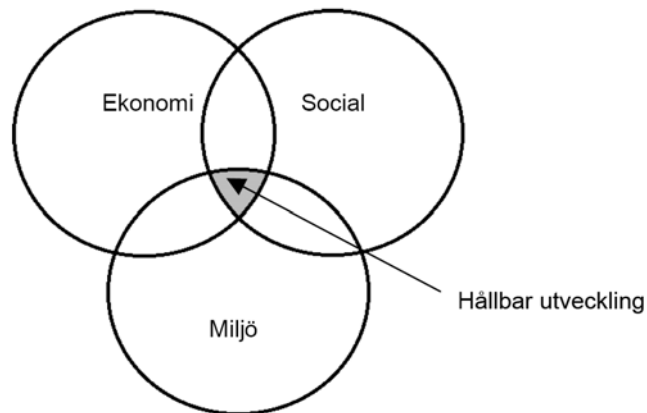
<sup>16</sup> European Commission, Employment & social affairs, *Corporate Social Responsibility – A business contribution to sustainable development*, 2002

<sup>17</sup> Moir L, *The business world’s latest buzzword? CSR and what it means to you*, 2003

<sup>18</sup> Boatright J.R, *Ethics and the Conduct of Business*, 2003

<sup>19</sup> Carroll A, Buchholtz A, *Business & Society – Ethics and Stakeholder Management*, 2000

De företag som arbetar med CSR väljer ofta att redovisa resultatet av arbetet via vad som i Sverige kallas hållbarhetsredovisning,<sup>20</sup> där redovisas företags resultat vad avser ekonomi, sociala frågor och miljöområdet. Dessa tre delar brukar tillsammans benämnas Tripple Bottom Line och syftar till att ge en ökad hållbar utveckling.<sup>21</sup>



Figur 2 Tripple Bottom Line Enell M, *Riktlinjer för hållbar utveckling*, 2002

Företag blir alltmer medvetna om att CSR leder till långsiktig och hållbar framgång samt kan även innebära ekonomiska fördelar.<sup>22</sup> Att investera mer i humankapital, miljö och relationer med intressenter kan resultera i bättre prestationer och företag kan därmed generera större vinst och tillväxt. Den ekonomiska effekten av CSR kan delas in i direkta och indirekta effekter. Direkta resultat kan till exempel härröra från en bättre arbetsmiljö vilket leder till mer engagerad och produktiv personal eller från effektivare användning av naturtillgångar. Indirekta effekter kommer till följd av ökad uppmärksamhet från konsumenter och investerare, vilket kan leda till större möjligheter på marknaden.<sup>23</sup>

Det är många faktorer som ökar kraven på CSR:

- nya intressen och förväntningar från medborgare, konsumenter, statliga myndigheter, NGOs och investerare
- sociala kriterier har fått ökad betydelse för privatpersoners och företags investeringsbeslut
- intresset för miljöförstöring orsakad av ekonomisk aktivitet har ökat
- transparensen i företag har ökat på grund av media, modern information och kommunikationsteknologi<sup>24</sup>

### 2.1.2 Argument för och mot CSR

Åsikterna kring CSR går isär, allt från att företag inte har något annat socialt ansvar än att generera avkastning till att företag bör ta på sig en mer aktiv roll gällande sociala problem. Vad de flesta dock är överens om är att företag har olika typer av ansvar; ekonomiskt och juridiskt. Det ekonomiska ansvaret innebär att producera varor och tjänster och att erbjuda arbetsmöjligheter, men

<sup>20</sup> Vi kommer genomgående i uppsatsen använda benämningen CSR-redovisning .

<sup>21</sup> Löhman O, Steinholtz D, *Det ansvarsfulla företaget - Corporate Social Responsibility i praktiken*, 2004

<sup>22</sup> European Commission, Employment & social affairs, *Corporate Social Responsibility – A business contribution to sustainable development*, 2002

<sup>23</sup> European Commission, Employment & social affairs, *Promoting a European framework for corporate social responsibility*, 2001

<sup>24</sup> Ibid.

även plikten att söka nya råvaror och upptäcka nya källor samt förbättringar inom det tekniska området. Det juridiska ansvaret innebär att styra företag utifrån aktieägarnas intresse men även juridiskt ansvar inför anställda, kunder, leverantörer och andra parter.<sup>25</sup>

### 2.1.2.1 Argument för CSR

Det finns ett flertal anledningar till varför företag väljer att aktivt arbetar med CSR och engagera sig i olika initiativ. I ett antal undersökningar världen över har frågan ställts vad som är viktigast för företag – tjäna pengar eller ta ansvar. Vissa debattörer menar dock att det inte behöver handla om pengar *eller* ansvar, utan att de båda mycket väl kan vara förenliga med varandra. Ununger från etikonsultföretaget Ununger och Wrenfelt nämner följande grunder som de viktigaste till att företag redovisar CSR:

- Vinna marknadsandelar. Den som ligger långt framme i dessa områden kan ta andelar från konkurrenter som inte är lika snabba att ta till sig till exempel konsumenternas miljöintresse.
- Minska kostnader. En mer miljövänlig produkt kan minska kostnaden för det säljande företaget och vara en vinst för alla; tillverkare, försäljare och konsument.
- Minska affärsrisken och förbättra ett dåligt rykte. Ett företag som uppför sig bra riskerar att utsättas för mindre kritik.
- Bli en attraktiv arbetsgivare. Folk trivs bättre på ett företag som är engagerat, det går dessutom bättre att rekrytera den personal man vill ha.
- Attraktivare varumärken. CSR kan vara ett viktigt led i arbetet med att bygga starka varumärken eller förbättra ett varumärkes rykte.<sup>26</sup>

Förespråkare för CSR har som argument att företag till stor del är ansvariga för uppkomna sociala problem och att de därför måste lösa, eller åtminstone förbättra dem. Tar inte företagen sitt sociala ansvar kan det innebära ett hot mot företagets överlevnad på lång sikt. Ytterligare argument för att agera socialt ansvarsfullt är att företag på så sätt undviker alltför stor statlig inblandning med lagstiftning, och därmed stora kostnader som följd. Vidare anses det klart bättre att förekomma än att bli förekommen, detta argument innebär att det är lättare och mindre kostsamt att förebygga sociala problem än att ta tag i dem när de dyker upp. Ett exempel på detta är att det är bättre att förhindra miljöförstöring istället för att i efterhand betala sanering för återställning.<sup>27</sup>

Argumenten för CSR blir allt fler och ett av de viktigaste är att intressenterna har en starkt positiv inställning. En stor förändring är det tryck som företag upplever från såväl interna som externa intressenter. Med den ökande uppmärksamhet som informationssamhället inneburit har företag fått allt högre krav på sig och det har blivit allt viktigare att skydda sitt rykte och varumärke, detta kan bland annat göras genom att redovisa CSR-information.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Boatright J.R, *Ethics and the Conduct of Business*, 2003

<sup>26</sup> www.sida.se 2005-11-25

<sup>27</sup> Carroll A, Buchholtz A, *Business & Society – Ethics and Stakeholder Management*, 2000

<sup>28</sup> Craig Smith N, *Corporate Social Responsibility- Whether or how?*, 2003

### 2.1.2.2 Argument mot CSR

Huruvida företag ska redovisa CSR eller inte, och i vilken form ansvaret ska uttryckas, beror på vilket ekonomiskt perspektiv företaget har.<sup>29</sup> Ett av de främsta argumenten mot CSR är det klassiska ekonomiska argumentet, detta traditionella synsätt innebär att det enda ansvar som ett företag har är att maximera aktieägarnas och ägarnas vinst.<sup>30</sup> Den mest kända förespråkare för detta synsätt är Milton Friedman som menar "Few trends would so thoroughly undermine the very foundations of our free society as the acceptance by corporate officials of a social responsibility other than to make as much money for their shareholders as they possibly can".<sup>31</sup> Carroll och Buchholtz menar dock att inom det ekonomiska argumentet finns en smalare definition av CSR än vad deras modell står för.<sup>32</sup>

Ett annat argument mot CSR är att företag inte är utrustade att hantera sociala aktiviteter. Förespråkare för denna teori menar att företag är orienterade mot finans och att styra verksamheten och att de därmed inte har den nödvändiga kompetensen för att ta sociala beslut. Vidare menar motståndare till CSR att företag redan har tillräckligt mycket makt gällande omvärlden, ekonomi och teknik, så varför ge dem ytterligare makt?<sup>33</sup> Även Peter Frankental framför i en artikel ytterligare ett argument mot CSR. Han menar att CSR är ett PR-påhitt och är vag och obestämd term som kan betyda vad som helst för vem som helst och därmed saknar mening. Vidare anser han att ifall CSR inte endast vore ett PR-påhitt så skulle det följande kännetecken; en allmänt vedertagen definition, allmänt vedertagna mätinstrument för att mäta CSR, interna revisionssystem och extern revision av ackrediterade organ.<sup>34</sup> Ett ytterligare argument är det att konsekvenserna av att tillämpa CSR blir att företagens kostnader ökar vilket i sin tur leder till ökade produktkostnader för konsumenter, detta får negativa konsekvenser för företaget gällande konkurrensen på den internationella marknaden.<sup>35</sup>

### 2.1.3 CSR-instrument

Allteftersom intresset för företags effekt på samhället har ökat har antalet instrument att mäta, utvärdera, förbättra och kommunicera CSR ökat exceptionellt. Termen CSR-relaterade instrument innefattar såväl granskande instrument som breda riktlinjer, Codes of Conducts och benchmarks. CSR-instrument verkar inom en ram av nationella regler och som bakgrund finns internationella överenskommelser, främst ILO-konventionen och Universal Declaration of Human Rights. Det finns många olika riktlinjer som företag kan välja att följa och de viktigaste är; AccountAbility 1000 Series (AA1000S), Amnesty International's Human Rights Guidelines for Companies, Benchmarks for Global Corporate Responsibility (ECCR/ICCR), EU Eco-label criteria, Eco-Management and Audit Scheme (EMAS), Ethical Trading Initiative Base Code (ETI), Environmental Reporting Guidelines, GRI, IFOAM Basic Instruments, International Organization for Standardization (ISO 9000/14001), Organisation for Economic Co-operation and Development Guidelines for Multinational Enterprises (OECDs riktlinjer), Social Accountability 8000 (SA8000), Sigma Guidelines, Global Sullivan Principles, UN Global Compact och UN World

---

<sup>29</sup> Moir L, *What do we mean by corporate social responsibility*, 2001

<sup>30</sup> Carroll A, Buchholtz A, *Business & Society – Ethics and Stakeholder Management*, 2000

<sup>31</sup> Moir L, *What do we mean by corporate social responsibility*, 2001

<sup>32</sup> Carroll A, Buchholtz A, *Business & Society – Ethics and Stakeholder Management*, 2000

<sup>33</sup> Ibid.

<sup>34</sup> Frankental P, *Corporate Social Responsibility – a PR invention?*, 2001

<sup>35</sup> Carroll A, Buchholtz A, *Business & Society – Ethics and Stakeholder Management*, 2000

Summit. De flesta CSR-relaterade instrument tenderar dock att endast omfatta en av de tre delarna av hållbar utveckling; social, miljö eller ekonomisk.<sup>36</sup> Till exempel så fokuserar SA 8000 på arbetsförhållanden och mänskliga rättigheter och på samma sätt koncentreras AA 1000 på intressenternas engagemang. Dessa standarder erbjuder en bra grund för företag i dessa specifika områden men kan inte erbjuda en helhet för företags CSR-orientering.<sup>37</sup> Undantaget är GRI som innehåller alla delar av CSR, en så kallad Tripple Bottom Line-redovisning.<sup>38</sup> Nedan presenteras GRI, UN Global Compact och OECDs riktlinjer närmare då det är de som är relevanta för uppsatsen.

### 2.1.3.1 Global Reporting Initiative

Organisationen GRI startades 1997 på initiativ av the Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) och United Nations Environment Programme (UNEP). Inom organisationen finns företrädare från en mängd intressenter representerade; såsom revisionsorganisationer, företag och branschorganisationer.<sup>39</sup> GRI är ett initiativ vars målsättning är att utveckla och sprida globalt tillämpbara riktlinjer för företags rapportering av ekonomiska-, miljö-, och sociala dimensioner av deras aktiviteter, produkter och tjänster. Ramverket täcker tre dimensioner i redovisningen och resultatet blir således en Tripple Bottom Line-redovisning.<sup>40</sup> Sedan 2002 är GRI en oberoende organisation vars vision är att göra CSR-redovisning lika rutinmässig och trovärdig som annan finansiell rapportering när det gäller jämförbarhet och verifierbarhet. Målsättningen är att riktlinjerna ska uppnå samma status som International Accounting Standards Boards (IASB) ramverk har i den traditionella redovisningen. GRIs regelverket ges ut i form av riktlinjer, "Sustainability Reporting Guidelines" och kan användas av alla typer av företag.<sup>41</sup>

### 2.1.3.2 UN Global Compact

På "World Economic Forum" 1999 uppmanade FNs generalsekreterare näringslivet att ta globalt ansvar genom att delta i ett internationellt initiativ, "the Global Compact" som innefattar mänskliga rättigheter, arbetsrättsliga frågor och miljöskydd lanserades. Global Compacts operationella fas lanserades år 2000 och idag är flera hundra företag, arbetsorganisationer och civila samhällsorganisationer engagerade.<sup>42</sup> Global Compacts principer angående mänskliga rättigheter, arbetsrättsliga frågor och miljöskydd baseras på internationella överenskommelser såsom FNs deklARATION om mänskliga rättigheter, Riodeklarationen om miljö och utveckling, ILOs deklARATION om fundamentala principer och rättigheter på arbetsplatsen.<sup>43</sup> Under 2004 lades en ny princip till de redan existerande nio, FNs konvention om korruption, principen gäller arbete mot korruption.<sup>44</sup>

---

<sup>36</sup> European Commission, Employment & social affairs, *Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility*, 2003

<sup>37</sup> Castka P, Bamber C.J, Bamber D.J, Sharp J.M, *Integrating Corporate Social Responsibility (CSR) into ISO management systems - in search of a feasible CSR management system framework*, 2004

<sup>38</sup> European Commission, Employment & social affairs, *Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility*, 2003

<sup>39</sup> Larsson L-O, *Transparency! Det genomsynliga företaget*, 2002

<sup>40</sup> European Commission, Employment & social affairs, *Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility*, 2003

<sup>41</sup> [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org) 2005-11-23

<sup>42</sup> [www.manskligarattigheter.gov.se](http://www.manskligarattigheter.gov.se) 2005-11-23

<sup>43</sup> [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org) 2005-11-23

<sup>44</sup> [www.regeringen.se/sb/d/4233/a/28066](http://www.regeringen.se/sb/d/4233/a/28066) 2005-11-23

### 2.1.3.3 OECDs riktlinjer för multinationella företag

OECDs riktlinjer förhandlades fram 1976 och har omförhandlats fyra gånger, senast år 2000.<sup>45</sup> Riktlinjerna utgör frivilliga rekommendationer för multinationella företag inom alla större områden inom företagsetik såsom; anställda, mänskliga rättigheter, miljö, disclosure, korruption, konsumentintresse, vetenskap och teknik, konkurrens och skatt.<sup>46</sup> Riktlinjerna har förhandlats fram i samarbete av fackföreningars, arbetsgivares och NGOs representanter. OECDs medlemsländer har åtagit sig att främja riktlinjerna bland annat genom så kallade nationella kontaktpunkter. I Sverige består kontaktpunkten av representanter för flera departement i Regeringskansliet, fack och näringsliv. Kontaktpunkten leds av UD och kan ta upp frågor om brott mot riktlinjerna. Kontaktpunkten har inga tvångsmedel då riktlinjerna är frivilliga men kontaktpunkten ska genom diskussion försöka få företag att följa riktlinjerna.<sup>47</sup> De länder som förbundit sig att stödja OECDs riktlinjer är alla OECDs 30 medlemsländer och nio icke-medlemsländer.<sup>48</sup>

## 2.2 Intressentteori

*Syftet med intressentteorin är att ge en förståelse för vilka intressenter ett företag har samt hur teorin har utvecklats i takt med att nya intressentgrupper fått intresse i företagets agerande. Där till exempel kraven på att företagen skall verka för miljö- och socialt ansvar ökar.*

Intressentteorin beskriver relationen mellan företaget och dess intressenter. En intressent är en individ eller grupp som kan påverka eller påverkas av ett företags aktivitet och agerande. Ett företag har därmed oftast ett stort antal intressenter såsom till exempel ägare, staten, anställda, kunder, leverantörer, konkurrenter och samhället.<sup>49</sup> Enligt Ljungdahl kan intressenterna delas in i två kategorier: primära och sekundära intressenter. Företaget är beroende av en primär intressent för sin fortlevnad, det råder ett mer eller mindre ömsesidigt förhållande mellan företaget och dess primära intressenter som oftast grundas på ett resursutbyte av något slag. En sekundär intressent kan påverka företaget men är däremot inte delaktig i företagets aktiviteter och är inte nödvändig för dess överlevnad.<sup>50</sup>

Enligt Ljungdahl är det troligt att intressentteorin används av företagsledningen för att bedöma intressenternas reaktion av företagets handlande. Bedömningen används för att avgöra vilka intressenter som utgör ett potentiellt hot för företaget samt vilka möjligheter företaget har att övertala intressenterna i viktiga frågor. Ett exempel skulle kunna vara att genom övertalning med hjälp av CSR-information ge intressenterna en god uppfattning om företagets samhällsansvar.<sup>51</sup>

Lépineux menar att klassifikationen av intressenter behöver utvecklas då alla intressenter representerar en kombination av tre sorters intressen; ekonomiska, moraliska och sociala. Till skillnad från den traditionella intressentteorin vill Lépineux ge organisationer med samhällsintresse en mer prioriterad status. Han delar in intressenterna i kategorier som inkluderar underkategorier:

---

<sup>45</sup> [www.ud.se](http://www.ud.se) 2005-12-15

<sup>46</sup> [www.oecd.org](http://www.oecd.org) 2005-12-15

<sup>47</sup> [www.ud.se](http://www.ud.se) 2005-12-15

<sup>48</sup> [www.oecd.org](http://www.oecd.org) 2005-12-15

<sup>49</sup> Gray C, Owen R, Adams D, *Accounting & accountability*, 1996

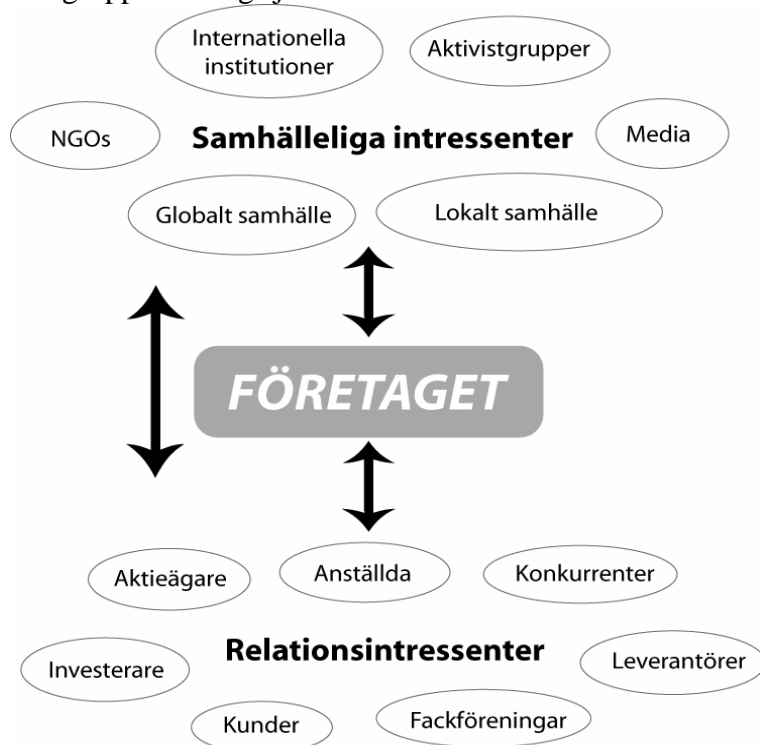
<sup>50</sup> Ljungdahl F, *Utveckling av miljöredovisning i svenska börsbolag*, 1999

<sup>51</sup> Ibid.

*Relationsintressenter*; aktieägare, interna intressenter och externa affärsintressenter  
 Denna kategori innehåller intressenter med en affärs- eller intresserelation till företaget. De främsta intressenterna är aktieägare, anställda, fackföreningar, kunder, leverantörer, investerare och konkurrenter.

*Samhälleliga intressenter*; globalt samhälle, lokalt samhälle och sociala grupper eller institutioner  
 Denna kategori innehåller intressenter som inte ser till företaget utan ser till hela samhället. De främsta samhälleliga intressenterna är globala föreningar, föreningar i landet där företaget är lokaliserat, regeringar, internationella institutioner, aktivistgrupper, NGOs och media.<sup>52</sup>

Figuren nedan visar klassificeringen av intressenterna och den komplexitet som finns mellan dem och företaget och mellan de olika intressenterna. Här följer en förklaring till bilden. De små pilarna från företaget syftar till att visa det ömsesidiga beroendet som finns mellan företaget och dess intressenter. Den stora pilen visar på att det även finns ett samband mellan de olika intressentgrupperna i sig självt.



Figur 3. Klassificering av intressenter, egen omarbetning efter Lépineux F, *Stakeholder theory, society and social cohesion*, 2005

För att visa vikten av de samhälleliga intressenterna ges exempel med luft- och vattenföroreningar orsakade av kemiindustrin där av media välbevakade rättegångar har fått företagen att arbeta mer för och bättre informera om företagets arbete för miljön. Vidare har NGOs som under 1980-talet endast var kompetenta inom miljörelsen utvecklats och har idag kompetens inom bland annat mänskliga rättigheter och detta leder till att även dem sätter större press på företagen och dess utbud på information.<sup>53</sup>

<sup>52</sup> Lépineux F, *Stakeholder theory, society and social cohesion*, 2005

<sup>53</sup> Pesqueux Y, Damak A.S, *Stakeholder theory in perspective*, 2005



Denna diskussion påvisar att företagen har ett stort intresse i att uppfylla kraven från intressenterna, detta då många intressenter har möjlighet att direkt påverka företaget, något som kan ge stora finansiella konsekvenser. Ju mer betydelsefull en intressent är desto viktigare är det att vårda förhållandet och att uppfylla intressentens krav på till exempel att informera om företagets hållbarhetsredovisning. Redovisningen kan företaget använda för att få eller manipulera till sig intressentens stöd och erkännande.<sup>54</sup>

## 2.3 Legitimitetsteori

*Denna teori förklarar hur företaget gör för att legitimera sina handlingar, detta kan vara intressant då företag frivilligt lämnar ut information i årsredovisningen.*

Legitimitetsteorin anses vara en av de mest använda teorierna för att förklara miljö- och social information. Även om andra teorier kan förklara informationen är legitimitetsteorin den som främst används i undersökningar.<sup>5556</sup>

Legitimitet definieras av Lindblom som ett tillstånd som existerar när ett företags värdesystem är en del av ett större socialt värdesystem.<sup>57</sup> Legitimitet bygger på att företagets agerande är önskvärt och rätt enligt socialt konstruerade normer och värderingar.<sup>58</sup> Legitimitetsteorin har överlappande kopplingar till intressentteorin, detta då det är intressenterna som kan ge företaget legitimitet.<sup>59</sup> Intressenterna utvärderar företaget utifrån sina värderingar och för att företaget skall få legitimitet krävs det att värderingarna och normerna överensstämmer. Om värderingarna och normerna inte överensstämmer hotas företagets hela existens då legitimitet är nödvändigt för företagets fortlevnad.<sup>60</sup>

Lindblom identifierar fyra olika strategier ett företag kan använda sig av om deras legitimitet hotas, dessa är:

1. utbilda och informera relevanta intressenter om förändringar i företagets agerande
2. ändra uppfattning om de relevanta intressenterna men inte ändra företagets agerande
3. manipulera uppfattningen genom att dra uppmärksamheten till någon annan fråga
4. förändra de externa förväntningarna av företagets agerande<sup>61</sup>

Ovanstående strategier bygger på att använda extern information såsom till exempel årsredovisningen. Dessa punkter kan appliceras på att företag använder CSR-redovisningen för att svara upp mot de legitimitetshot som finns relaterade till företagets agerande inom miljö.<sup>62</sup>

---

<sup>54</sup> Gray C, Owen R, Adams D, *Accounting & accountability*, 1996

<sup>55</sup> Milne M.J, Patten D.M, *Securing organizational legitimacy. An experimental decision case examining the impact of environmental disclosures*, 2002

<sup>56</sup> O'Donovan G, *Environmental disclosure in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory*, 2002

<sup>57</sup> Lindblom C.K, *The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure*, 1994

<sup>58</sup> Suchman M.C., *Managing legitimacy: strategic and institutional approaches*, 1995

<sup>59</sup> Gray C, Owen R, Adams D, *Accounting & accountability*, 1996

<sup>60</sup> Lindblom C.K, *The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure*, 1994

<sup>61</sup> Ibid.

<sup>62</sup> Warsame H, Neu D, Simmons C.V, *Responding to 'discrediting' events: annual report disclosure responses to environmental fines*, 2002

Luft Mobus för en diskussion om att samhällets kunskap om den negativa miljöpåverkan företag har på naturen har ökat vilket lett till att kraven för att legitimera företags agerande för miljön har ökat. Pressen på företagen fortsätter och företag som inte klarar pressen riskerar att förlora sin legitimitet genom sanktioner från samhället samt genom rent rättsliga sanktioner som kan utkrävas. Företag bär därmed bördan att visa miljöansvar och de har möjlighet att lyckas genom dynamiken i legitimitet, till exempel genom att använda Lindbloms strategier.<sup>63</sup>

I en studie av Campbell, Craven och Shrives presenteras empiriska bevis för att volymen av CSR-information i årsredovisningar varierar stort mellan företag, sektorer och över tid. Deras studie visar också att företag som enligt legitimitetsteorin förväntas att informera mer på grund av samhällets negativa inställning inte alltid gör så, samtidigt som företag med mindre legitimitetsgap ger mer information. De drar fyra slutsatser om legitimitetsgap och information. Det första, att företag inte nödvändigtvis ser CSR-information som ett sätt att minska det legitimitetsgap som uppkommit på grund av samhällets syn på företagets agerande. För det andra, det kan vara företaget som söker legitimitet med hjälp av CSR-information och att informationsvolym beror på legitimitetsgapets storlek. För det tredje, att lämna ut information för legitimitet anses meningslöst och därför onödigt. För det fjärde, företag kanske söker legitimitet genom att använda CSR-redovisning men de använder olika sorters media beroende på vilken intressent de vill kommunicera med.<sup>64</sup>

## 2.4 Frivillig och lagstadgad information

*Denna del skall förklara varför företag har ett intresse i att ge ut information. Fokus ligger på frivillig information då CSR-redovisningen till största del är frivillig. Av informationen i CSR-redovisningarna är vissa delar lagstadgade. Därför diskuteras de lagregleringar och normer som finns i Sverige.*

Enligt Hendriksen och van Breda är inte den information som ett företag presenterar samma sak som all tillgänglig information. Deras definition på disclosure är i vilken utsträckning information presenteras och vilken är den information som presenteras. Det finns både frivillig och lagstiftad disclosure.<sup>65</sup> Det har diskuterats om huruvida frivillig information i årsredovisningar används av ledningen för att skicka specifika signaler och meddelanden till läsarna för att legitimera sina handlingar.<sup>66</sup>

Frivillig information är ett sätt att redovisa företagets ansvar för deras sociala och miljörelaterade agerande. I frånvaron av en tydlig kulturell definition av miljörelaterat agerande är frivillig rapportering ett sätt att erhålla moralisk legitimitet. Genom att producera frivilliga rapporter som kommunicerar positiva signaler skapas en god tilltro till att företaget är socialt ansvarstagande och att dess agerande rakt igenom är ansvarsfullt.<sup>67</sup> Dock menar Deegan att frivillig CSR-

---

<sup>63</sup> Luft Mobus J, *Mandatory environmental disclosure in a legitimacy theory context*, 2005

<sup>64</sup> Campbell D, Craven B, Shrives P, *Voluntary social reporting in three FTSE sectors: a comment on perception and legitimacy*, 2003

<sup>65</sup> Hendriksen, van Breda, *Accounting theory*, 2001

<sup>66</sup> O'Donovan G, *Environmental disclosure in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory*, 2002

<sup>67</sup> Luft Mobus J, *Mandatory environmental disclosure in a legitimacy theory context*, 2005

information representerar symbolisk information som inte nödvändigtvis måste överensstämma med det verkliga agerandet i företaget. Han menar att informationen kan vara missledande kommunikation från företagets sida och säger "what the weight of the literature on disclosure motivations should do, is provide sufficient evidence to regulators that leaving it to managers to disclose information cannot be expected to lead to the provision of unbiased information".<sup>68</sup>

Enligt Epstein och Freedmans studie från 1994 fanns det redan då krav från samhällliga intressenter på CSR-information. Kravet verkade särskilt starkt på information om produktsäkerhet, kvalitet och majoriteten ville även få information om etik, relation till anställda samt aktiviteter i samhället. Enligt dem borde företagen överväga att ge intressenterna denna information då även dessa samhällliga grupper har "rätt att få veta". Studien av intressenter verkade enligt dem spegla samhället i stort. Det ansågs mycket viktigt att miljön inte skadades och företag står för kvalitet och säkerhet och enligt studiens resultat vill en stor del av intressenterna att denna CSR-information skall finnas i årsredovisningen. En liten minoritet vill till och med gå ett steg vidare och vill att all CSR-information skall revideras.<sup>69</sup>

Det är troligt att det finns fler och inte endast ett specifikt motiv till att lämna information om CSR. Freedman och Stagliano anser att det först och främst handlar om företagsledningens attityd till dess intressenter. De anser att det inte spelar någon roll om det är ekonomiska motiv, om det är en reaktion på intressenternas behov eller politiska motiv, informationen ges som en följd av företagsledningen syn på dess omgivning.<sup>70</sup> Wilmshurst och Frost har i en undersökning tagit reda på vilka faktorer som motiverar företag att lämna ut information om CSR. I undersökningen kom de fram till att det som rankades som den viktigaste orsaken för information var att kunna ge en rättvis och sanningsenlig bild av företaget. Sedan rankades motiven om att möta juridiska krav och att möta samhällets krav som viktiga orsaker för att lämna ut information. Motiv som däremot ansågs vara mindre relevanta som orsak till informations spridning var kunders, leverantörers och miljölobbyisters krav på information.<sup>71</sup>

I tidigare forskning beskrivs också nackdelar med frivillig information. Enligt Deegan och Rankin ger inte alltid innehållet i frivillig information den mest balanserade bilden av företag. Den frivilliga informationen tenderar till att främst framställa positiva handlingar och innehåller mycket lite negativ information. Baserat på sådana resultat har det argumenterats om huruvida det finns incitament att öka regleringen av information.<sup>72</sup> Enligt Milnes och Patten har reglerarna ökat kraven på CSR-information. Risken med ökade krav är att det kan leda till ett hot mot företagets legitimitet, detta då företagen tvingas informera om att de agerat på ett sätt som till exempel har skadat miljön. Den påtvingade informationen kan leda till negativ respons från företagets intressenter och skulle kunna leda till ytterligare hårdare reglering. Konsekvensen blir i detta fall

---

<sup>68</sup> Deegan C, *The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation*, 2002

<sup>69</sup> Epstein M.J, Friedman M, *Social Disclosure and the Individual Investor*, 1994

<sup>70</sup> Friedman M, Stagliano A.J, *European unification, accounting harmonisation, and social disclosure*, 1992

<sup>71</sup> Trevor D, Wilmshurst T.D, Frost G.R, *Corporate environmental reporting - A test of legitimacy theory*, Accounting, 2000

<sup>72</sup> Deegan C, Rankin M, *Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority*, 1996

att företaget får ett starkt incitament till att uppväga den negativa bilden med ytterligare positiv frivillig information.<sup>73</sup>

En del av den information som faller in under begreppet CSR finns reglerad i årsredovisningslagen (ÅRL). Den del av CSR som handlar om miljöinformation finns delvis reglerad i ÅRLs sjätte kapitel. Enligt paragraf 6:1 ”*skall företag som är tillståndsanmälningsskyldiga enligt miljöbalken*<sup>74</sup> lämna upplysningar i övrigt om verksamhetens miljöpåverkan på den yttre miljön”. Normsättaren Bokföringsnämnden (BFN) ger i U98:2 vägledning och går ytterligare ett steg längre genom att rekommendera företag att ”*upplysningar skall lämnas i förvaltningsberättelsen om miljöfrågor som är viktiga för bedömningen av bolagets ställning och resultat eller som är av betydelse för bolagets förväntade utveckling*”. Avslutningsvis anser BFN i sin bedömning av ÅRLs sjätte kapitel att det kan vara lämpligt att lämna upplysningar om till exempel indirekt miljöpåverkan och miljöpåverkande verksamhet vid utländska anläggningar. Det finns även regler avseende social information i ÅRLs femte kapitel. Företag skall redovisa sjukfrånvaro enligt 5:18a, könsfördelning av ledande befattningshavare 5:18b, löner, ersättningar och sociala kostnader 5:19-20 samt medelantal anställda 5:18. I BFN R 4 kan företagen få vägledning om hur medelantal anställda samt löner och andra ersättningar skall redovisas.<sup>75</sup>

Även EU ha de senaste åren infört fler bestämmelser främst kring miljöfrågor i allmänhet och redovisning av miljöinformation. Det främsta exemplet på detta är Integrated Pollution Prevention and Control (IPPC) direktivet från 1996 som syftar till att minska utsläppen från olika punktkällor runt om i Europeiska unionen och att skapa ett samlat register över industriutsläpp.<sup>76</sup>

## 2.6 Sammanfattning

Företag blir allt mer medvetna om att CSR leder till långsiktig och hållbar framgång och att det även kan innebära ekonomiska fördelar. Att investera mer i humankapital, miljö och relationer med intressenter kan resultera i bättre prestationer och företag kan därmed generera större vinst och tillväxt. Till hjälp finns ett stort antal CSR-instrument till exempel GRI, UN Global Compact och OECD. I uppsatsens teorikapitel diskuteras även teorier om intressenter, legitimitet och frivillig information. Dessa teorier har betydelse för företagen då CSR-informationen skulle kunna vara ett sätt att legitimera sina handlingar inför intressenterna. Vidare är det mesta av informationen om CSR frivillig och genom att producera dessa frivilliga rapporter som kommunicerar positiva signaler skapas en god tilltro till att företaget är socialt ansvarstagande och att dess agerande rakt igenom är ansvarsfullt. Viss information är dock lagstadgad till exempel viss miljöinformation och medelantalet anställda i företag.

---

<sup>73</sup> Milne M.J, Patten D.M, *Securing organizational legitimacy: An experimental decision case examining the impact of environmental disclosure*, 2002

<sup>74</sup> se Miljöbalken 9:6

<sup>75</sup> FARs samlingsvolym del 1, 2005

<sup>76</sup> <http://europa.eu.int>, 05-12-15

### 3. METOD

---

*I detta kapitel diskuteras vårt val av metod. Det kommer att föras en diskussion om innehållsanalys av årsredovisningar, hur vår insamling och analys har gått till, en diskussion om vår checklista, samt validitet och tillförlitlighet i insamlad data.*

---

#### 3.1 Val av metod

I uppsatsen kommer både en kvantitativ och en kvalitativ ansats att användas. I den kvalitativa ansatsen kommer en analytisk induktion användas, vilket enligt innebär Lundahl och Skärvad att först avgränsa och formulera det problem uppsatsen syftar till att belysa. Undersökningen skall vidare styras av problemformuleringen och datainsamlingen skall påbörjas neutralt och utan förutfattade meningar. För att datan skall vara relevant skall endast relevanta och tillförlitliga källor användas, i studien används företagens årsredovisningar.<sup>77</sup> Den kvantitativa ansatsen utgörs av en innehållsanalys där innehållet i årsredovisningar kommer att kvantifieras.<sup>78</sup> Analysen sker i två steg först kodning vilket innebär att finna mönster och trender i det som undersöks och i steg två tolka de mönster och trender som upptäckts.<sup>79</sup>

#### 3.2 Innehållsanalys av årsredovisningar

Innehållsanalys försöker analysera publicerad information systematiskt, objektivt och tillförlitligt. Anledningarna till att årsredovisningar har valts som underlag för kartläggning och analys är flera. Årsredovisningar ses som viktiga CSR-dokument på grund av deras utbredda spridning, den höga trovärdigheten och det faktum att flera intressenter har dem som den enda källan till viss information (såsom miljöinformation). De flesta berättiganden i litteraturen till att enbart använda årsredovisningen i innehållsanalys av CSR omfattar just dessa tre faktorer. Adams och Harte menar också att årsredovisningar är lika intressanta angående vad de *inte* rapporterar, som deras verkliga innehåll.<sup>80</sup> En ytterligare anledning att använda årsredovisningar i studier är att det inte är möjligt att identifiera all kommunikation om sociala frågor över en lång tidsperiod och det är därmed inte möjligt att vara säker på hur komplett den icke årliga informationen är och därmed hur resultatet blir.<sup>81</sup> Enligt Niemark är fördelen med årsredovisningar att de produceras regelbundet och ger en möjlighet till jämförande analyser av ståndpunkter och policier. Den stora mängden av tidigare social- och miljöredovisning konstaterar att årsredovisningar är ett ytterst viktigt instrument för att kommunicera social- och miljöinformation till allmänheten. Campbell menar att årsredovisningar kan ses som en lämplig mätare av företags attityd angående social rapportering av två anledningar; företag har fullständig kontroll över dokumentet (förutom den granskade finansiella delen) och det är vanligtvis det mest distribuerade offentliga dokumentet som företag producerar.<sup>82</sup>

Det är dock viktigt att vara medveten om att fullständig fokus enbart på årsredovisningar kan resultera i en ofullständig bild av företags disclosure-praxis. Enligt Gray är ett annat problem att disclosure ofta fokuserar på kvantitet snarare än kvalitet, vilket vanligtvis resulterar i för-

---

<sup>77</sup> Lundahl U, Skärvad P.H, *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*, 1999

<sup>78</sup> Bryman A, Bell E, *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, 2005

<sup>79</sup> Lundahl U, Skärvad P.H, *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*, 1999

<sup>80</sup> Unerman J, *Methodological issues - Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis*, 2000

<sup>81</sup> Ibid.

<sup>82</sup> Guthrie J, Petty R, Yongvanich K, Ricceri F, *Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting*, 2004

lust av information, detta kan dock mildras genom att utvärdera kvaliteten och typen av information som kommuniceras.<sup>83</sup>

Som resultat av ovanstående resonemang kommer innehållsanalys som genomförs vara kvantitativ, detta då informationen i årsredovisningar, alternativt separata CSR-redovisningar analyseras. Enligt Lundahl och Skärvad använder företagsekonomer innehållsanalysen för att identifiera när och hur till exempel miljöfrågor växer sig starkare i årsredovisningen.<sup>84</sup>

### 3.3 Tillvägagångsätt

Uppsatsarbetet har varit upplagt så att, inledningsvis har fördjupning i ämnet skett genom ett teoriavsnitt där grunden till förståelse för ämnet har varit viktigt. Teoriavsnittet innehåller även tre teorier som kan förklara företags beteende gällande redovisning av CSR. När grunden blivit lagd är det tid för att börja själva innehållsanalysen i vilken checklisten följts och företagen gått igenom ett i taget. Efter att ha prickat för vilka olika delar de olika företagen har med i sin CSR-redovisning har arbetet med analysen kunnat börja. Målet är att ta reda på vilken information företagen redovisar om CSR, vilka skillnader som finns mellan de olika företagen samt hur företagen följer riktlinjerna. Utifrån denna analys skall sedan slutsatsen av denna undersökning presenteras. Författarna vill betona att det är den redovisade informationen som punkterna i checklista är inriktade på. Det är alltså inte nivån på verksamhetens arbete med miljö, etik och socialt ansvar.

Valet att granska företagen på A-listan motiveras av att de är från olika branscher och är de större företagen i Sverige. Genom att inkludera samtliga 53 företag ges en högre trovärdighet och risken för att faktorer som kan ge felaktiga slumpmässiga utslag i studien minskas. Företagen i studien är: ABB, Assa Abloy, Astra Zeneca, Atlas Copco, Autoliv, Beijers, Bergman & Beving, Bure Equity, Cardo, Electrolux, Elekta, Ericsson, FSB, Gambro, Getinge, Gunnebo, Haldex, Hexagon, Holmen, Höganäs, Hufvudstaden, Industrivärden, Investor, JM, Lindex, Nordea, Nobel Biocare, Nokia, OMX, Ratos, Sandvik, Sardus, SAS, SCA, Scania, Scribona, SEB, Seco Tools, Securitas, Skandia, Skanska, SKF, SHB, SSAB, Stora Enso, Swedish Match, Telia Sonera, Ticket Travel, Tietoenator, Trelleborg, Volvo, WM-data och ÅF.

Idén med att använda en checklista är i sig ingen nyhet, det finns till exempel en årlig checklista publicerad av Deloitte sedan 1993. Skillnaden mellan Deloitte och den som används i den här studien är att här kartläggs samtliga 53 företag på A-listan medan Deloitte granskar 28, samt att checklistornas utformning inte är lika då syftet med undersökningarna är olika. Checklisten, vilken diskuteras nedan, kommer att utgå från punkterna i GRIs och UN Global Compacts riktlinjer medan Deloitte bygger upp sin checklista i fem olika delar som de anser avspeglar sitt syfte.

I denna studie kommer endast sekundärdata att användas. Författarna till denna uppsats är medvetna om att undersökningsmaterialet, det vill säga årsredovisningarna, inte nödvändigtvis har samma syfte och upplägg som det som används i innehållsanalysen. Det måste dock anses vara ett mindre problem, då hela undersökningen går ut på att ta reda på vilket innehåll som faktiskt finns i dessa företags årsredovisningar. Studien innefattar inte några primärdata och i det fallet intervjuer detta då det i uppsatsen endast är intresserant att analysera det som finns publicerat i årsredovisningarna.

---

<sup>83</sup> Guthrie J, Petty R, Yongvanich K, Ricceri F, *Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting*, 2004

<sup>84</sup> Lundahl U, Skärvad P.H, *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*, 1999

Således har samtliga årsredovisningar beställts och utgångspunkten i studien är den information som finns i tryckt form. Den övriga information om företags CSR-redovisning som kan finnas på hemsidor eller dylikt är inte inkluderad i denna studie. Vid genomgång av företagens årsredovisningar visade det sig att företag valt att hänvisa sina så kallade Code of Conduct till sina respektive hemsidor vilket leder till att den informationen utesluts ur studien. Dock finns en punkt i checklistan som heter Code of Conduct och referering till exempelvis hemsida ger således ett kryss. Valet att inte innefatta denna information bygger på att studien syftar till att se vad företagen anser är intressant att få med i sin tryckta information. Ett annat skäl att inte använda detta bygger på att Internet och hemsidor är lätt föränderliga, företagen har större möjlighet att ändra innehållet på hemsidan än i sina tryckta källor vilket hör ihop med den kommande diskussionen om källkritik.

### 3.3.1 Checklista

Checklistan (se nedan) bygger på Global Compacts och GRIs riktlinjer, dessa har översatts och till viss del bearbetats, detta för att förenkla samt få ut huvudmeningen ur samtliga punkter. Översättningen av GRIs riktlinjer har skett med hjälp av Indikatorer för Hållbar utveckling enligt GRI.<sup>85</sup> De punkter som ej ansågs vara relevanta och kunde tillföra studien något ytterligare har uteslutits. Checklistan är framtagen för att kunna besvara problemformuleringen och dess delfrågor om vilken CSR-information som lämnas av företagen på Stockholmsbörsens A-lista, vilka skillnader som finns samt hur riktlinjer följs. Valet att använda UN Global Compact och GRI som grund motiveras med att de är två organisationer som tillhandahåller riktlinjer och att de är bland de mer använda riktlinjerna.

UN Global Compacts riktlinjer är uppbyggd i fyra delar. Punkterna tar upp mänskliga rättigheter, arbete, miljö och antikorruption och har i checklistan nummer 17, 18, 19, 61, 62, 65, 66, 67, 68 och 73. GRI däremot är uppbyggd enligt Tripple Bottom Line och innehåller de tre delarna, ekonomiska, miljö- och sociala indikatorer. Punkterna i GRI är till skillnad från punkterna i UN Global Compact mycket mer detaljerade.

I punkterna *ett, två och tre* i checklistan efterfrågas information om hur företagen ser på sin CSR-redovisning. Dessa syftar till att visa företagets visioner och strategier samt att redogöra för huruvida företaget har någon intern eller oberoende extern granskning av informationen.

*Ekonomiska indikatorer* - Information om företagets mer konkreta ekonomiska siffror efterfrågas här, till exempel nettoomsättning/land, skatt/land och donationer till samhället. Dessa punkter är tio till antalet och finns i många fall att finna på annan plats i årsredovisningen än i CSR-redovisningen. I punkt 13 Summa investeringar i infrastrukturutveckling i icke-kärnverksamhet avses exempelvis byggande av en skola eller ett sjukhus för anställda och deras familjer.

*Miljöindikatorer* - Redovisning av företagets kvantitet och förbrukning av olika sorters material och avfall efterfrågas under denna punkt. Men även förekomst av diverse olika policyprogram för det miljöarbete som företaget bedriver samt prestandaprogram för leverantörer ryms här. Denna kategori innefattar sex punkter och underkategorin *Specifika miljöindikatorer* innehåller 23 punkter.

---

<sup>85</sup> Piper L, Carty M, Enell M, *Indikatorer för hållbar utveckling enligt GRI- Global Reporting Initiative*, 2005

*Sociala indikatorer* - Generell information avseende om företag har något socialt prestandaprogram eller någon Code of Conduct antingen beskriven eller hänvisad till i årsredovisningen. Punkten Code of Conduct har ingen motsvarighet i vare sig UN Global Compact eller GRI. Den är inkluderad i checklistan då det är vanligt förekommande att företag hänvisar till en sådan punkt på sin hemsida och sådan information inte är inkluderad i uppsatsen. Sedan delas kategorin i fyra underkategorier, *arbetsförhållande*, *mänskliga rättigheter*, *samhälle* samt *produkter och tjänster* och de är 37 stycken till antalet. Här ligger fokus på de anställda och på olika etiska frågor i ett större perspektiv.

Punkterna 42,78 och 79 i checklistan är utformade så att företag uppfyller dessa punkter om de informerat om överträdelser som gjorts eller om att de inte haft några överträdelser.

1. Visioner och strategier kring hållbar utveckling	30. Inverkan av aktiviteter och verksamheter i skyddade och känsliga områden
2. Intern kvalitetssäkring av arbetet med hållbar utveckling	31. Skydd och återställning av ursprungliga ekosystem och arter i degraderade områden
3. Oberoende granskning av hållbarhetsredovisning	
<b><u>Ekonomiska indikatorer</u></b>	
4. Nettoomsättning	32. Utsläpp av växthusgas, CO
5. Geografisk uppdelning av marknader	33. NOx, SOx och andra betydande utsläpp till luften
6. Kostnad för köpta varor, material och tjänster	34. Total mängd avfall
7. Leverantörsfördelning/land	35. Utsläpp till vatten
8. Summa löner och förmåner/land	36. Spill av kemikalier, oljor och bränslen
9. Räntor på skulder och lån samt aktieutdelningar	37. All produktion, transport, import och export av farligt avfall
10. Balanserade vinstmedel	38. Återvinning av avfall
11. Summa erlagd skatt/land	
12. Donationer till organisationer, samhället och andra grupper	39. Miljöprestanda för leverantörer
13. Summa investeringar i infrastrukturutveckling i icke-kärnverksamhet	40. Miljöpåverkan från produkter och tjänster
	41. Miljöpåverkan av transporter
	42. Överträdelser av miljöföreskrifter
	<b><u>Sociala indikatorer</u></b>
	<b><u>Arbetsförhållande</u></b>
	43. Sociala prestandaprogram
	44. Code of Conduct/Uppförandekod
	45. Fördelning av de anställda/land
	46. Genomsnittlig personalomsättning
	47. Anställdas förmåner utöver lagstadgade
	48. Ersättning till koncernledning
	49. Policy och rutiner vid omstrukturering
	50. De anställdas representation vid beslutsfattande eller ledningsarbete
	51. Registrering och rapportering av arbetsskador och arbetsrelaterade sjukdomar
	52. Gemensamma hälso- och skyddskommittéer
	53. Personskador, frånvarofrekvens och dödsfall
	54. Policies eller program avseende HIV/AIDS
	55. Efterlevnad av ILOs riktlinjer för ledningssystem för arbetshälsa
	56. Avtal med fackföreningar kring arbetshälsa och säkerhet
	57. Genomsnittligt antal utbildningstimmar per år och anställd
	58. Policies och program för kompetensutveckling
<b><u>Specifika miljöindikatorer</u></b>	
20. Total materialförbrukning	
21. Användning av återvunna material	
22. Direkt energiförbrukning	
23. Förnybara energikällor och energieffektivitet	
24. Energiförbrukningsmönster för större produkter	
25. Total vattenförbrukning	
26. Vattenkällor och relaterade ekosystem som påverkas	
27. Årligt förbrukning av grund- och ytvatten	
28. Total återvinning och återanvändning av vatten	
29. Mark som ägs, arrenderas eller administreras i områden med rik biologisk mångfald	



- 59. Policies och program för miljöutbildning
- 60. Företagsledningens sammansättning

#### **Mänskliga rättigheter**

- 61. Företag ska stödja och respektera skyddet av internationellt deklarerade mänskliga rättigheter
- 62. Se till att de inte är delaktiga i brott mot mänskliga rättigheter
- 63. Beaktande av mänskliga rättigheter vid beslut om investeringar och upphandling
- 64. Utvärdering och beaktande av mänskliga rättigheter i leverantörskedjan
  
- 65. Företag ska upprätthålla föreningsfrihet och erkännande av rätten till kollektiva förhandlingar
- 66. Avskaffande av all form av tvångsarbete
- 67. Avskaffande av barnarbete
- 68. Avskaffande av diskriminering vid anställning och yrkesutövning

#### **Samhälle**

- 69. Hantering av verksamhetens inverkan på lokala samhällen
- 70. Utmärkelser för socialt, etiskt och miljörelaterat arbete
- 71. Företag ska arbeta mot alla former av korruption, inklusive utpressning och mutor
- 72. Antitrust- och monopolrelaterade rättsfall
- 73. Förebyggande av konkurrensbegränsande beteende

#### **Produkter och tjänster**

- 74. Kundernas hälsa och säkerhet vid användning av produkter och tjänster
- 75. Produktinformation och märkning
- 76. Kundtillfredsställelse
- 77. Produkters miljörelaterade eller sociala märkning
- 78. Överträdelser avseende produktinformation och märkning
- 79. Överträdelser avseende kundhälsa och säkerhet

---

Figur 4 Checklista

### **3.3.2 Empirins uppbyggnad**

Empirin inleds med en presentation av utfallet i studien. Först beskrivs vilka företag som valt att ha separata CSR-redovisningar samt vilka olika riktlinjer företagen följer (se 4.1). Sedan redovisas punkt för punkt hur många företag som valt att redovisa informationen, detta presenteras i diagramform för att ge en tydligare överskådlighet, även branschgenomsnitt i de olika kategorierna presenteras. Presentationen av punkterna delas in på samma sätt som de är uppbyggda i checklistan. Kapitlet avslutas med en presentation på företagsnivå (se 4.6) där det presenteras hur många punkter de olika företagen uppfyller samt ett diagram där antal sidor jämförs med antal punkter. I bilaga 1 finns underlaget för empirin genom den lista utifrån checklistan med kryss på de punkter företagen uppfyller.

### **3.3.3 Tillvägagångssätt i analysen**

I analyskapitlet kopplas empirin ihop med teorierna samt följer i stort empirins uppbyggnad. I analysen analyseras vilka företag som har separata CSR-redovisningar och vilka olika företag som väljer att följa de olika riktlinjerna. I genomgången av företagen framkom att ett antal företag valt att följa OECDs riktlinjer för multinationella företag och därför har deras riktlinjer jämförts med checklistan. Punkterna 18, 19, 65, 66, 67, 68, 71, 73 och 74 i checklistan stämmer överens med OECDs riktlinjer. En koppling mellan antal punkter/sidor och separat CSR-redovisning/GRI utvärderas. Sedan är de olika indikatorerna analyserade branschvis. Branschindelningen är gjord efter Affärsvärldens uppdelning, se figur 5 nedan.<sup>86</sup> En av branscherna, media, är inte medtagen då inget företag på Stockholmsbörsens A-lista är klassificerad i den branschen. Analysens uppbyggnad syftar till att ge svar på problemformuleringen och dess delfrågor för att på så vis leda uppsatsen fram till den kommande slutsatsen.

---

<sup>86</sup> [www.affarsvarlden.se](http://www.affarsvarlden.se) 05-11-14

<b>Industri</b> ABB, Assa Abloy, Atlas Copco, Beijer, Bergman & Beving, Cardo, Gunnebo, Haldex, Hexagon, JM, Sandvik, SAS, Scania, Seco Tools, Skanska, SKF, Trelleborg ÅF	<b>Konsumentvaror</b> Autoliv, Electrolux, Lindex, Sardus, Swedish Match, Volvo	<b>Hälsovård</b> Astra Zeneca, Elekta, Gambro, Getinge, Nobel Biocare	<b>Finans</b> Bure Equity, FSB, Hufvudstaden, Industrivärden, Investor, Nordea, OMX, Ratos, SEB, SHB, Skandia
<b>IT</b> Scribona, Tieto Enator, WM-data	<b>Telekomm.</b> Ericsson, Nokia, Telia Sonera	<b>Tjänste</b> Securitas, Ticket Travel	<b>Råvaror</b> Holmen, Höganäs, SCA, SSAB, Stora Enso

Figur 5 Affärsvärldens branschindelning

### 3.4 Validitet och reliabilitet

En studies kvalitet bestäms enligt Eriksson och Wiederheim-Paul av hur väl studien mäter vad den avser att mäta (validitet) och om den är fri från systematiska fel (reliabilitet). Detta innebär att studiens kvalitet beror på hur väl frågeställningen överensstämmer med svaret och om möjliga felkällor har blivit eliminerade. Det är viktigt att vara källkritisk och utvärdera huruvida källorna är valida och tillförlitliga.<sup>87</sup>

Validitet kan delas upp i två delar, inre och yttre validitet. Inre validitet ifrågasätter om mätinstrumentet som används vid mätningen är användbart för att mäta det forskaren avser att mäta. Yttre validitet innebär däremot att det som mäts skall överstämja med verkligheten.<sup>88</sup>

I de fall där kvantiteten av information om CSR är större i andra dokument än i årsredovisningen inklusive separata CSR-redovisningar skulle validiteten kunna ifrågasättas. Det måste dock sättas en gräns för hur många dokument som skall inkluderas i en studie och detta finns det enligt Gray, Kouhy och Lavers två orsaker till. För det första publicerar stora företag en stor mängd dokument under ett år om allt från årsredovisningar till pressreleaser inkluderas. För det andra finns den möjligheten att sådana dokument inte arkiveras och därmed sjunker tillförlitligheten då det inte är säkert att informationen är fullständig.<sup>89</sup> I checklisten finns punkter som syftar till att besvara vilken information om CSR som redovisas i årsredovisningarna. För att öka validiteten har vissa punkter i GRIs riktlinjer uteslutits detta då de varit alltför detaljerade och inte hjälpt till att visa hur företagens arbete går till i praktiken utan endast visa huruvida GRIs riktlinjer följs fullt ut.

Reliabilitet innebär att studien skall ge en rättvisande bild och vara tillförlitlig. Den ska vidare för att klara kravet på hög reliabilitet vara fri från systematiska fel.<sup>90</sup>

<sup>87</sup> Eriksson, Wiederheim-Paul, *Att forska utreda och rapportera*, 2001

<sup>88</sup> Ibid.

<sup>89</sup> Gray R, Kouhy R, Lavers S, *Constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies*, 1995

<sup>90</sup> Eriksson, Wiederheim-Paul, *Att forska utreda och rapportera*, 2001

Reliabilitet i en innehållsanalys innehåller enligt Milne och Adler två delar. För det första söks klarhet i att informationen som producerats i analysen är tillförlitlig. Det vanligaste sättet att uppnå reliabilitet i detta fall är att vara ett flertal forskare som gör analysen tillsammans och att skillnaderna mellan forskarnas svar är små. För det andra beror reliabiliteten på själva mätinstrumentet, i vårt fall på checklistan. Ju mer välutvecklad och förklarande den är desto färre systematiska fel kan uppstå på grund av mätinstrumentet. Samtidigt som ett tydligt mätinstrument gör det lättare för alla forskare att kunna nå samma slutsatser i materialet.<sup>91</sup>

Krippendorff för diskussionen om att stabilitet är en av fler typer av reliabilitet för innehållsanalyser. Stabilitet innebär möjligheten att rättvisande göra analysen igen på samma sätt över tid. Han ger exemplet att med stöd av en årsredovisning kan undersökningen göras en dag och samma undersökning kan bli gjord igen några veckor senare. Om resultatet blir samma varje gång är stabiliteten i innehållsanalysen perfekt och reliabiliteten hög.<sup>92</sup> Dock kan anses att det bör bli samma resultat om analysen görs av fler forskare istället för att en gör analysen ett flertal gånger men med en viss tidsrymd emellan.

### 3.5 Källkritik

Syftet med källkritik är enligt Eriksson och Wiederheim-Paul att bestämma om källan är valid, reliabel vilket diskuteras ovan samt relevant, vilket innebär att den skall vara väsentlig för forskaren. För att utvärdera källor kan man använda fyra kriterier:

- Samtidskrav – hur aktuell är informationen?
- Tendenskritik – vilka egenintressen har uppgiftslämnaren?
- Beroendekritik – är källorna beroende av varandra?
- Äkthet – är källan det den utger sig för att vara?<sup>93</sup>

För att uppfylla samtidskravet och för att få aktuell information används årsredovisningar från 2004 alternativt vid brutet räkenskapsår 2003/2004. Att använda aktuell information är en viktig del i undersökningen då stora förändringar skett inom företags sätt att redovisa CSR det senaste decenniet. Författarna är medvetna om att företag till viss del kan ha tendens att använda årsredovisningen för att marknadsföra sig själva. Dock är utgångspunkten att företag inte borde komma med felaktig information i sina tryckta årsredovisningar men det finns en medvetenhet om att det skulle kunna ske. Företag har möjlighet att få sina CSR-redovisningar externt granskade, men i uppsatsen görs ingen skillnad på dem som är granskade externt eller internt inom företaget. Kriteriet angående beroende anses till viss del vara irrelevant i frågan om att de olika företagen skulle vara beroende av varandra, däremot finns en medvetenhet om att de är beroende av sina intressenter och att det kan föreligga en risk att årsredovisningarna används för att manipulera intressenterna för att på så sätt uppnå legitimitet vilket även är relaterat till tendenskriteriet. I uppsatsen används tryckta årsredovisningar alternativt separat tryckta CSR-redovisningar, skälet till det är att förvissa sig om äktheten i informationen. Först diskuterades huruvida det var intressant att ha med information från företagets hemsidor, men då den informationen inte kan anses lika pålitlig som den tryckta samt att den är lätt att ändra om det är något som företagen skrivit men sedan ångrar inkluderas den inte.

Övriga referenser i uppsatsen är främst litteratur om metodik och olika användbara teorier inom området. De artiklar som har kommit till användning har främst sökts genom databaser

---

<sup>91</sup> Milne M.J, Adler R.W, *Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis* 1999

<sup>92</sup> Krippendorff, K, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 1980

<sup>93</sup> Eriksson, Wiederheim-Paul, *Att forska utreda och rapportera*, 2001

som finns tillgänglig via Internet på universitetsbiblioteket. För att uppfylla samtidskravet har i första hand aktuella artiklar och böcker eftersökts. Sedan har exempelvis referenser i de artiklarna/litteratur följts upp för att finna den ursprungliga källan för att minska risken i beroendekriteriet. Det finns en medvetenhet om att vissa artiklar/böcker har skrivits i ett annat syfte dock används modeller och åsikter som för denna uppsats framåt. Även hemsidor har använts som referens i teori- och metodkapitlen och dessa har granskats kritiskt tillsammans med övrig litteratur.

### **3.8 Sammanfattning**

Uppsatsen bygger på en kvalitativ och kvantitativ innehållsanalys av årsredovisningar. Årsredovisningar används då de ses som viktiga CSR-dokument på grund av deras utbredda spridning, den höga trovärdigheten och det faktum att flera intressenter har dem som den enda källan till viss information (såsom miljöinformation). De flesta berättiganden i litteraturen till att enbart använda årsredovisningen i innehållsanalys av CSR omfattar just dessa tre faktorer. I uppsatsen analyseras samtliga företag på Stockholmsbörsens A-lista utifrån en framtagen checklista, denna bygger till stor del på punkter från UN Global Compact och GRI. För att öka validiteten har vissa punkter i GRIs riktlinjer uteslutits detta då de varit alltför detaljerade och inte hjälpt till att visa hur företagens arbete går till i praktiken utan endast visa huruvida GRIs riktlinjer följs fullt ut. Författarna har under arbetet varit källkritiska mot den litteratur och de hemsidor de kommit i kontakt med.

## 4. EMPIRI

---

*I detta kapitel redogörs sammanställningen av empirin. För att göra det överskådligt är sammanställningen gjord i diagramform. Kapitlet delas upp efter checklistans utformning, i riktlinjer och separata CSR-redovisningar, indikatorer och redovisning på företagsnivå.*

---

Syftet med sammanställningen av checklisten är att visa i vilken utsträckning företagen redovisar CSR-information. Resultatet av vilka företag som uppfyller vilka punkter finns i sin helhet i bilaga 1. Inledningsvis kommer en presentation av vilka företag som följer vilka riktlinjer och vilka företag som har separata CSR-rapporter. För att illustrera sammanställningen presenteras sedan resultatet uppdelat i samma kategorier som i checklisten (se figur 4, 3.4); övergripande, ekonomiska, miljö- och sociala indikatorer. Punkterna i checklisten redovisas var för sig för att ge en bild av vilka punkter som är frekvent förekommande och för att på så sätt visa vilken information företag väljer att redovisa i sina årsredovisningar. Uppdelningen i diagramform visar vilka punkter som företagen väljer att redovisa inom varje kategori. Därefter presenteras en sammanställning av resultatet på företagsnivå, detta för att visa hur utvecklad CSR-redovisning de olika företagen har. Slutligen diskuteras sambandet antal punkter/antal sidor.

### 4.1 Riktlinjer och separata CSR-redovisningar

Checklisten som används i uppsatsen bygger till stor del på GRI och UN Global Compacts riktlinjer och under genomgången av årsredovisningar undersöktes också om företag följer något ytterligare CSR-instrument. Genomgången visade att förutom de två nämnda CSR-instrumenten följs även OECDs riktlinjer för multinationella företag av ett antal företag. Nedan presenteras vilka företag som har valt att följa vilka riktlinjer, vissa företag har valt att följa fler än en riktlinje. Vidare presenteras de företag som har en separat CSR-redovisning samt de företag som valt att inte inkludera något CSR-avsnitt i sina årsredovisningar.

ABB, Astra Zeneca, Atlas Copco, Electrolux, Ericsson, FSB, Holmen, Nokia, SAS, SCA, Skanska, SKF, Stora Enso och Trelleborg har valt att basera sin CSR-redovisning på GRI. Värt att notera är att av dessa företag publicerar Nokia och Stora Enso samtliga GRI punkter i punktform och hänvisar till samt borrar av de punkter de följer.

ABB, Assa Abloy, Autoliv, Electrolux, Ericsson, FSB, Gambro, Gunnebo, Lindex, Nokia, SAS, SCA, SEB, Skanska, SKF, SSAB, Stora Enso och Volvo följer UN Global Compact. Nokia publicerar även punkterna från UN Global Compact med hänvisning till var i CSR-redovisningen eller årsredovisningen de går att finna.

ABB, Assa Abloy, Autoliv, Electrolux, Gambro, Gunnebo, Industrivärden, Sandvik, SCA, Scania, SEB, SHB och Volvo följer OECDs riktlinjer för multinationella företag.

ABB, Astra Zeneca, Electrolux, Ericsson, Holmen, Nokia, SAS, SCA, Skanska, SKF, Stora Enso, Telia Sonera, Trelleborg och ÅF har separata CSR-redovisningar.

Beijer, Bure Equity, Cardo, Nordea, Ratos, Securitas och WM-data har inga separata sidor med CSR-information.

## 4.2 Indikatorer

Nedan följer sammanställningen av checklistan uppdelat på de olika indikatorerna och dess underkategorier. Kategorierna som presenteras är, *övergripande indikatorer*, *ekonomiska indikatorer*, *miljöindikatorer* och *sociala indikatorer*. De två sistnämnda redovisas även med underkategorier, miljöindikatorer med underkategorin *specifika miljöindikatorer* samt sociala indikatorer är uppdelat i *arbetsförhållande*, *mänskliga rättigheter*, *samhälle* samt *produkter och tjänster*. Empirin beskrivs genom diagram, vilka följs av en förklarande text som fokuserar på de delar som bör belysas. Även branschgenomsnitt är uträknade på de tre kategorierna ekonomiska, miljö- och sociala indikatorer samt ett totalt genomsnitt. Det totala genomsnittet av antal uppfyllda punkter från checklistan är 26,8. Fördelas genomsnittet enligt affärsvärldens branschindelning (se figur 5) blir fördelningen som följer; industri, 28,8, konsumentvaror, 28,0, hälsovård, 27,4, finans, 16,1, telekomm., 42,7, tjänste, 12,5, råvaror, 43,6 och IT, 16,0.

### 4.2.1 Övergripande indikatorer

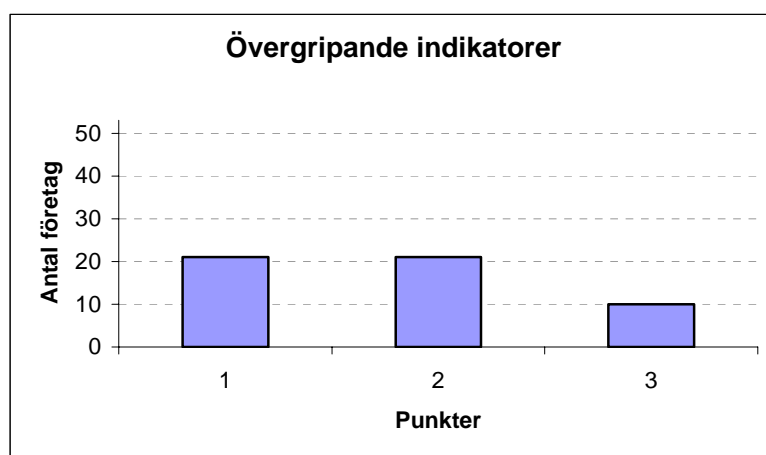


Diagram 1

ABB, Astra Zeneca, Electrolux, SAS, SCA, Skanska, SKF, Stora Enso, Trelleborg och ÅF uppfyller alla de övergripande punkterna; visioner och strategier (punkt 1), intern kvalitetssäkring (punkt 2) och oberoende granskning (punkt 3).

Förutom de företag som har uppfyllt alla tre punkterna finns det 16 företag som uppfyller någon av punkterna om visioner alternativt intern kvalitetssäkring eller uppfyller båda dessa punkter. Över hälften av företagen, 27 stycken, uppfyller inte någon av de tre punkterna.

### 4.2.2 Ekonomiska indikatorer

De ekonomiska indikatorerna innehåller totalt 10 punkter och företagens totala genomsnitt inom denna kategori är 5,0. Genomsnittet i de olika branscherna fördelar sig som följer; industri, 5,0, konsumentvaror, 4,8, hälsovård, 5,2, finans, 4,9, telekomm., 5,7, tjänste, 4,5, råvaror, 6,0 och IT, 4,0.

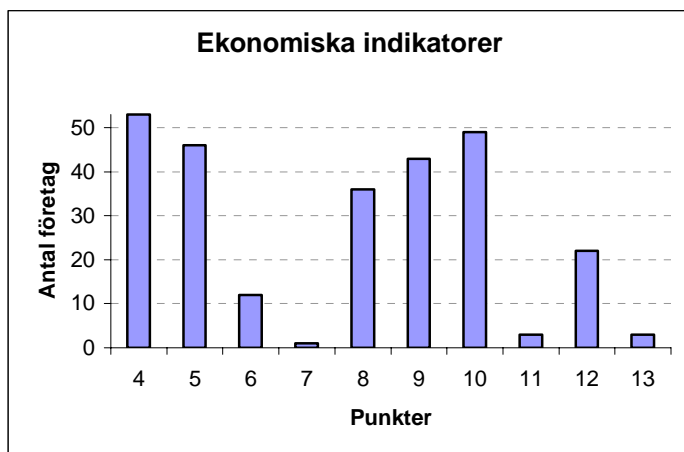


Diagram 2

Gällande de ekonomiska indikatorerna har information även hämtats ur årsredovisningarnas finansiella del. (se 3.4) Det är en del i förklaringen till att i princip alla företag uppfyller punkterna om omsättning (punkt 4 och 5), löner (punkt 8), aktieutdelning (punkt 9) och balanserad vinst (punkt 10). Syftet med punkterna ovan, som återfinns i GRIs riktlinjer, är att informationen skall vara redovisad i hållbarhetsredovisningen. I genomgång av årsredovisningarna har det visat sig att endast ett fåtal företag inkluderar informationen om ekonomiska faktorer i CSR-redovisningen. Under 2004 har ett stort antal företag valt att skänka donationer (punkt 12) till samhället. Donationerna har främst bestått av antingen sponsring av lokal verksamhet eller av mer global karaktär och då framför allt gåvor till återuppbyggnaden efter Tsunamikatrafosten. Punkterna 6, 7, 11 och 13 uppfylls av en minoritet av företagen.

#### 4.2.3 Miljöindikatorer

Miljöindikatorer har totalt 29 punkter. Genomsnittet i de olika branscherna är; industri, 10,3, konsumentvaror, 8,7, hälsovård, 7,0, finans, 2,2, telekomm., 14,0, tjänste, 0, råvaror, 18,4 och IT, 3,3. Totalt får alla företag tillsammans ett genomsnitt på 8,2.

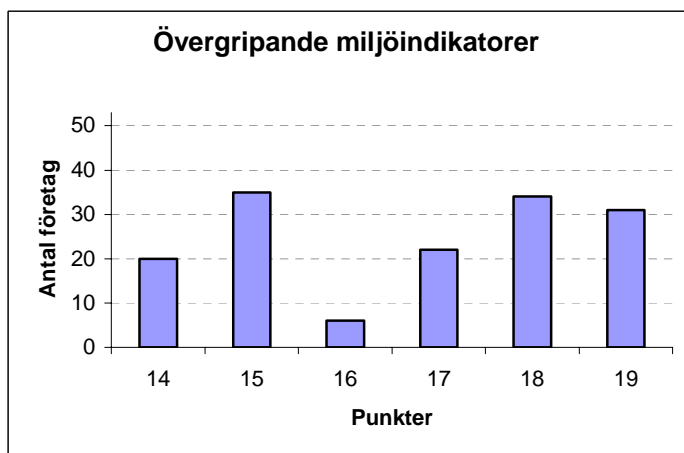


Diagram 3

Kategorin övergripande miljöindikatorer har totalt sex punkter och sammanställningen visar att många företag på något vis redovisar sitt miljöarbete. Det är vanligt förekommande att företag har en miljöstrategi, ett prestandaprogram (punkt 14) och/eller ett ledningssystem (punkt 15). Vanligast är att företag är ISO-certifierade, dessa är ABB, Assa Abloy, Atlas

Copco, Autoliv, Bergman & Beving, Cardo, Electrolux, Ericsson, FSB, Gambro, Getinge, Gunnebo, Haldex, Holmen, Höganäs, Lindex, Nobel Biocare, Nokia, Sandvik, Sardus, SAS, SCA, Scania, Scribona, SEB, Seco Tools, Skanska, SKF, SSAB, Stora Enso, Swedish Match, Telia Sonera, Trelleborg, Volvo och ÅF. Punkterna 17, 18 och 19 är UN Global Compacts riktlinjer för miljö dessa punkter uppfylls av 22, 34 respektive 31 företag. Punkten om miljö-kostnader (punkt 16) uppfylls av mindre än 10 företag.

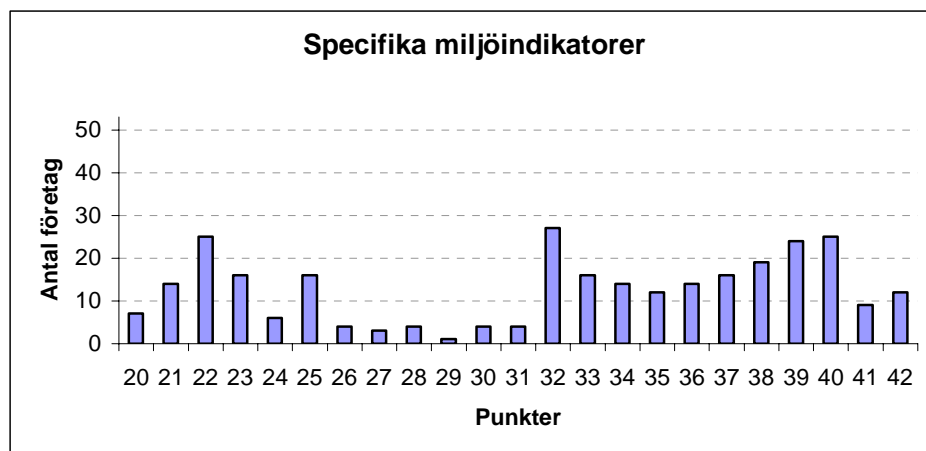


Diagram 4

Underkategorin specifika miljöindikatorer innehåller 23 punkter. Punkterna 32 till 38 behandlar avfall och utsläpp och det är punkten om utsläpp av koldioxid (punkt 32) som av specifika miljöindikatorerna är den mest frekvent redovisade. Krav från EU angående utsläppskvoter gör att många företag fokuserar på dessa frågor och lämnar tydlig information. Direkt energiförbrukning (punkt 22) är efter punkt 32 den mest förekommande inom denna kategori dock uppfylls den av mindre än hälften av företagen. De företag som har ett utvecklat miljöarbete väljer att i stor utsträckning redogöra för verksamhetens miljöpåverkan (punkt 40), ofta genom att produkter analyseras ur ett livscykelperspektiv (LCA). Vidare har dessa företag ofta även höga miljökrav på sina leverantörer (punkt 39). De punkter som mindre än 10 företag informerar om behandlar total materialförbrukning, energiförbrukning på större produktenheter, olika former av påverkan på vatten och vattenkällor, olika former av påverkan på den biologiska mångfalden samt miljöpåverkan av transporter.

#### 4.2.4 Sociala indikatorer

Sociala indikatorer har totalt 37 punkter vilket gör den till den största kategorin i checklistan. Förtagen har ett totalt genomsnitt på 12,4 och de olika branschernas genomsnitt är; industri, 12,3, konsumentvaror, 13,5, hälsovård, 13,8, finans, 8,6, telekomm., 21,3, tjänste, 8,0, råvaror, 17,4 och IT, 8,3.



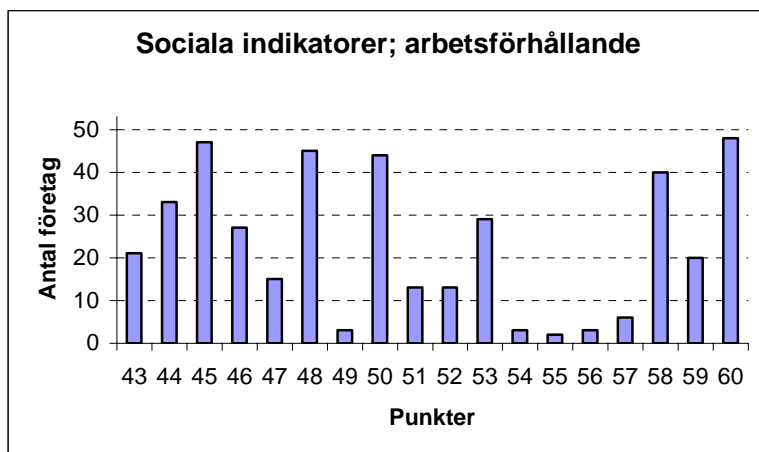


Diagram 5

Underkategorin arbetsförhållanden innehåller 18 punkter. Det är arbetsförhållanden som av de sociala indikatorerna är det vanligast förekommande. Information om antal anställda (punkt 45), ersättning till koncernledning (punkt 48), anställdas representation vid beslutsfattande (punkt 51) och företagsledningens sammansättning (punkt 60) går främst att hitta i årsredovisningens finansiella del, vilket är en förklaring till varför dessa punkter ofta uppfylls.

Personalfrågor har en stor betydelse i företagen vilket återspeglas i det stora antal punkter som uppfylls. Ett exempel som tydliggör betydelsen är att många företag informerar om frånvarofrekvens, olycksfall och dödsfall (punkt 53) samt kompetensutveckling (punkt 58). Det faktum att 32 av företagen informerar om en Code of Conduct (punkt 44) visar att sociala frågor har betydelse i majoriteten av företagen. Även punkt 46 om genomsnittlig personalomsättningshastighet uppfylls av mer än hälften av företagen, 27 stycken. Övriga punkter som behandlar sociala prestandaprogram (punkt 43), registrering och rapportering av arbetsskador (punkt 51), olika policies, ledningssystem för arbetshälsa (punkterna 52-55), avtal med fackföreningar kring arbetshälsa (punkt 56), genomsnittligt antal utbildningstimmar (punkt 57) och miljöutbildning (punkt 59) uppfylls endast av en minoritet av företagen.

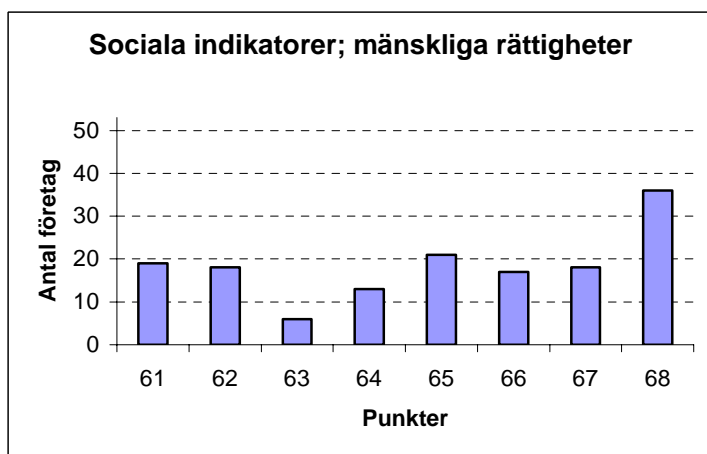


Diagram 6

Mänskliga rättigheter innehåller åtta punkter, dessa punkter, 61-68, följs främst av de företag som följer GRIs eller UN Global Compacts riktlinjer. ABB, Electrolux, Nokia, SCA och Stora

Enso inkluderar alla åtta punkter om mänskliga rättigheter i sina CSR-redovisningar. Assa Abloy, Ericsson, Lindex, SAS, Securitas, Skanska, Swedish Match och Telia Sonera uppfyller även de punkterna om mänskliga rättigheter i företaget men ställer inte samma höga krav på mänskliga rättigheter gällande leverantörer och investeringar. Flest antal företag, 36 stycken, uppfyller punkt 68 om avskaffande av diskriminering.

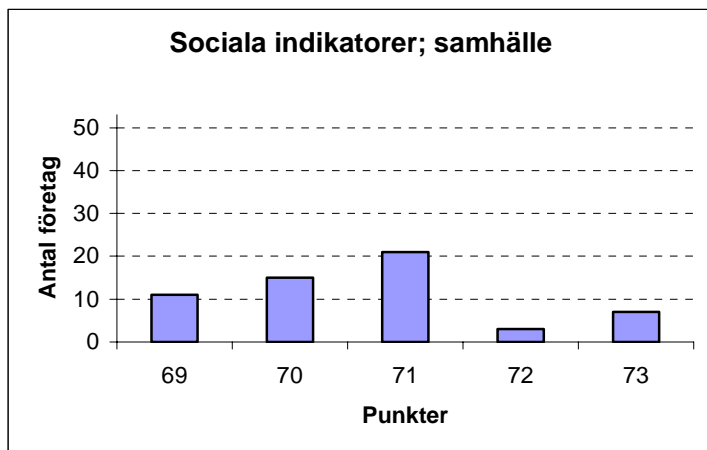


Diagram 7

Underkategorin samhälle innehåller fem punkter och de samhälleliga indikatorer är inte ett prioriterat område i årsredovisningen. Av dessa punkter är det vanligast att företagen har någon policy mot korruption (punkt 71). ABB, Astra Zeneca, Electrolux, Elekta, FSB, Gambro, Nokia, SAS, SCA, Skanska, SKF, SHB, Stora Enso, Telia Sonera, Trelleborg och ÅF har alla informerat att de fått någon form av utmärkelse för sitt socialt, etiskt och miljörelaterade arbete (punkt 70). Punkterna 72 och 73 tar upp monopolrelaterade rättsfall och arbete mot konkurrensbegränsande beteende och uppfylls av mindre än 10 företag. Företags inverkan på det lokala samhället (punkt 69) uppfylls även det endast av ett fåtal företag.

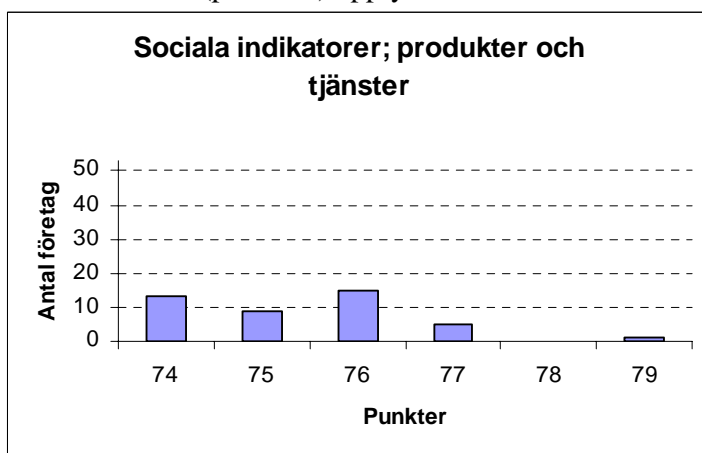


Diagram 8

Underkategorin om produkter och tjänster innehåller sex punkter och är inte heller prioriterade av företagen i årsredovisningen. Information om överträdelser avseende produktinformation (punkt 78) förekommer inte alls och endast Astra Zeneca redovisar information om överträdelser avseende kundsäkerhet (punkt 79). Ett fåtal företag har informerat om kundtillfredsställelse (punkt 76) och vanligt förekommande i dessa fall är Nöjd-Kund-Index. De företag som informerat om kundernas hälsa och säkerhet (punkt 74) är främst företag inom industri-

sektorn. Punkterna 75 och 77 som behandlar produktinformation och miljörelaterad märkning uppfylls av mindre än 10 företag.

#### 4.6 Resultat på företagsnivå

Indikatorer	Företag	Antal
>50	ABB, Astra Zeneca, Nokia, SCA, Stora Enso, Trelleborg	6
41-50	Electrolux, Ericsson, SAS	3
31-40	Holmen, Scania, Skanska, SKF, SSAB, Telia Sonera, Volvo	7
21-30	Assa Abloy, Atlas Copco, Bergman & Beving, Elekta, FSB, Gambro, Gunnebo, JM, Lindex, Nobel Biocare, Scribona, SEB, Seco Tools, SHB, Swedish Match, ÅF	16
11-20	Autoliv, Beijer, Cardo, Getinge, Haldex, Hufvudstaden, Höganäs, Industrivärden, Investor, OMX, Sandvik, Sardus, Securitas, Skandia, Tietoenator, WM-data	16
1-10	Bure Equity, Hexagon, Nordea, Ratos, Ticket Travel	5

Tabell 1

I intervallet 11 till 30 punkter finns majoriteten av företagen, 33 av 53 företag. Det är lika fördelat med företag som har 11- 20 punkter och företag med 21- 30 punkter. Med i tankarna bör finnas att ett antal punkter är lagstadgade av reglerare och dessa punkter uppfyller de flesta av företagen även de utan CSR-redovisning. Sex företag får över 50 punkter och de är ABB, Astra Zeneca, Nokia, SCA, Stora Enso, Trelleborg. 10 företag får mellan 30 och 50 punkter och där kan urskiljas att dessa företag redovisar allt från fem sidor till drygt 40 sidor om CSR. Till sist kan utläsas att fem företag får mellan 1 till 10 stycken uppfyllda punkter.

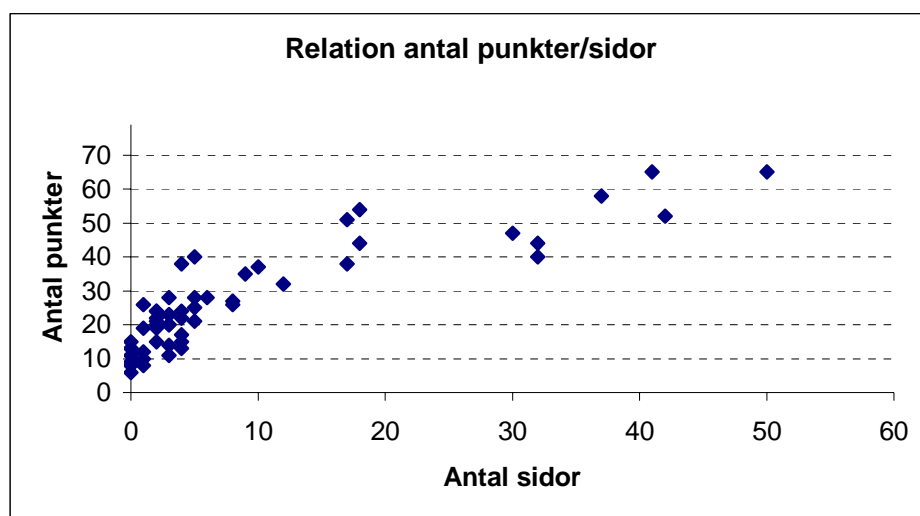


Diagram 9a

Diagrammet visar relationen mellan antal uppfyllda punkter och antal sidor information. Majoriteten av företagen uppfyller färre än 30 av punkterna på ett fåtal sidor. Av de sex företag som uppfyllt mer än 50 punkter (se tabell 1) är ABB, Nokia, SCA och Stora Enso de som publicerar flest antal sidor. Astra Zeneca och Trelleborg får även de över 50 punkter uppfyllda men på under 20 sidor. I diagrammet går det att utläsa att det finns fyra företag med 10 sidor eller färre med CSR-redovisning som trots detta uppfyller mellan 31 och 40 punkter, dessa är

Scania, SKF, SSAB och Volvo. Electrolux, Ericsson och Holmen publicerar cirka 30 sidor CSR och uppfyller mellan 40 och 50 punkter.

#### **4.7 Sammanfattning**

I empirin presenteras inledningsvis vilka företag som har valt att följa GRI, UN Global Compact och OECD. Totalt har 26 av de 53 företagen valt att basera sin CSR-redovisning på något av dessa tre instrument. Vad som vidare framgår vid denna genomgång är att ett flertal företag valt att följa mer än ett CSR-instrument. För att illustrera sammanställningen av checklistan presenteras resultatet uppdelat i kategorierna övergripande, ekonomiska, miljö- och sociala indikatorer. I de åtta diagrammen går det att utläsa vilka av punkterna som är de mest frekvent förekommande i företagens CSR-redovisning. För de punkter som utmärker sig eller som kan anses mest väsentliga specificeras vilka företag som informerar om dessa. I resultatet på företagsnivå redogörs för hur många punkter varje företag uppfyller. Spridningen går från 6 till 65, av totalt 79, uppfyllda punkter.

## 5. ANALYS

*I det här kapitlets analyseras de empiriska resultaten från föregående kapitel vilken kopplas ihop med den teoretiska referensramen. Kapitlet följer i stort samma upplägg som empirin och är uppdelat på Riktlinjer och separata CSR-redovisningar samt Indikatorer.*

### 5.1 Riktlinjer och separata CSR-redovisningar

#### 5.1.1 GRI och separata CSR-redovisningar

I det empiriska materialet går att utläsa att de nio företag som uppfyller flest punkter från checklistan även följer GRI, dessa är ABB, Astra Zeneca, Electrolux, Ericsson, Nokia, SAS, SCA, Stora Enso och Trelleborg. Av de 16 företag som ligger i intervallet 31 punkter eller fler följer totalt sett tolv av dem GRI. Förutom de nio som nämnts ovan är det Holmen, Skanska och SKF. Endast Atlas Copco och FSB av de företag som följer GRI hamnar i ett lägre intervall, 21-30. En förklaring till att de företag som följer GRI uppfyller många av punkterna i checklistan är att GRI har ett Tripple Bottom Line-synsätt (se 2.1). Som går att läsa i teorin är GRI det enda CSR-instrument med fokus på de tre delarna ekonomiska, miljö och sociala aspekter. Förutom de företag som följer GRI placerar sig Scania, SSAB Telia Sonera och Volvo i intervallet 31 eller fler uppfyllda punkter.

ABB, Astra Zeneca, Electrolux, Ericsson, Holmen, Nokia, SAS, SCA, Skanska, SKF, Stora Enso, Telia Sonera, Trelleborg och ÅF har separata CSR-redovisningar. Av dessa företag är det Telia Sonera och ÅF som inte följer GRI. En orsak till att ha separat CSR-redovisning är enligt Pesqueux och Damak Ayadi (se 2.2) att de samhällseliga intressenternas kompetens ökat och detta leder till att även de sätter större press på företagen och dess utbud på information. Det är även ett av de argument som framförts av Smith, en av förespråkarna för CSR, i teori-kapitlets del om argument för CSR (se 2.1.2.1). ÅFs separata CSR-redovisning innehåller endast information om miljörelaterade frågor vilket kan förklara varför ÅF uppfyller mindre antal punkter jämfört med övriga företag med separat CSR-redovisning.

	Separat CSR-redovisning	Ej separat CSR-redovisning
G R I	ABB, Astra Zeneca, Electrolux, Ericsson, Holmen, Nokia, SAS, SCA, Skanska, SKF, Stora Enso, Trelleborg	FSB, Atlas Copco
Ej G R I	Telia Sonera, ÅF	Assa Abloy, Autoliv, Beijer, Bergman & Beving, Bure Equity, Cardo, Elekta, Gambro, Getinge, Gunnebo, Haldex, Hexagon, Högnäs, Hufvudstaden, Industrivärden, Investor, JM, Lindex, Nordea, Nobel Biocare OMX, Ratos, Sandvik, Sardus, Scania, Scribona, SEB, Seco Tools, Securitas, Skandia, SHB, SSAB, Swedish Match, Ticket Travel, Tieto Enator, Volvo, WM-data

Figur 6 Fyrfältsmatris GRI/separat CSR-redovisning

Fyrfältsmatrisen visualiserar på ett överblickande sätt vilka företag som följer GRI:s riktlinjer samt har separata CSR-redovisningar. Kopplas matrisen ihop med digram 9b som är en utveckling av diagram 9a i empirin (se 4.6) är det möjligt att dra vissa slutsatser. De 12 företag som följer GRI och har en separat CSR-del hamnar i matrisens övre vänstra hörn, vilka är de företag som ligger i område C i diagrammet med ett stort antal punkter och en stor mängd sidor. De företag som ej har en separat del och ej följer GRI står i matrisens nedre högra hörn vilka är företagen i område A i diagrammet och är majoriteten av företag. Undantag från gruppen i nedre högra hörnet i matrisen är Scania, SSAB och Volvo som istället hamnar i B i diagrammet. Det fjärde företaget i B är Telia Sonera. Även om dessa fyra företag faller utanför ramen finns ett starkt samband mellan antal sidor och antal punkter samt mellan uppfyllda punkter och att följa GRI:s riktlinjer och ha separat CSR-redovisning.

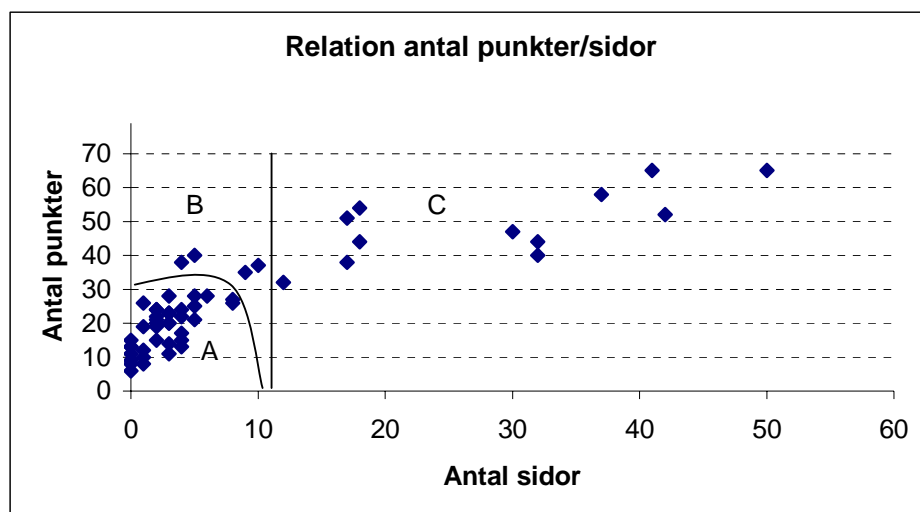


Diagram 9b

### 5.1.2 Ej separata CSR-redovisningar

Företagen utan separata sidor med CSR-information, Beijer, Bure Equity, Cardo, Nordea, Ratos, Securitas och WM-data ligger i intervallet 1-20. Då information om CSR till viss del är lagstadgad och praxis kan det förklara att vissa punkter uppfylls. Anledningen till att företagen kan uppfylla ett stort antal punkter utan att ha någon separat sida är att informationen kan finnas på annan plats i årsredovisningen, till exempel har Securitas lämnat information om sin uppförandekod i sin förvaltningsberättelse.

Majoriteten av företagen i studien har få sidor information om CSR och det finns teorier som kan förklara orsaken. Att välja att inte redovisa CSR-information kan kopplas ihop med Friedmans teori om att ett företags primära ansvar är att maximera ägarens vinst. Bristen på uppfyllda punkter inom miljö- och sociala indikatorer kan stödja teorins ide om att företag ej bör ha ett socialt ansvar (se 2.1.2.2). En annan förklaring till att företag väljer att inte redovisa CSR-information är enligt Campbell, Craven och Shrives studie att företagen inte nödvändigtvis ser CSR-information som ett sätt att minska legitimitetsgap, beror på legitimitetsgapets storlek, informationen anses onödig och de använder andra sorters media för att sprida informationen (se 2.3). Här bör återigen påpekas att i denna studie har endast information från årsredovisningar eller separata CSR-redovisningar använts, all eventuell information på företags hemsidor har lämnats därhän (se 3.2 och 3.3).

### 5.1.3 UN Global Compact och OECDs riktlinjer

ABB, Assa Abloy, Autoliv, Electrolux, Ericsson, FSB, Gambro, Gunnebo, Lindex, Nokia, SAS, SCA, SEB, Skanska, SKF, SSAB, Stora Enso och Volvo följer UN Global Compact. Vid en granskning av checklistan framkommer att enbart hälften av de företag som i sin årsredovisning skriver att de följer UN Global Compact följer minst nio av de 10 punkterna. De fem företag som bara följer nio av punkterna missar samtliga punkt nummer 10 om korruption vilket skulle kunna förklaras med att den punkten tillkom under sommaren 2004 (se 2.1.3.2). Mer häpnadsväckande är att sju företag missar fyra eller fler punkter, och gemensamt för dessa är att de saknar information om mänskliga rättigheter (se 3.3.3 och bilaga 1). Resterande två företag saknar information om två av UN Global Compacts riktlinjer, korruption samt en riktlinje om miljöinformation.

Förutom GRI och UN Global Compact är OECDs riktlinjer för multinationella företag det CSR-instrument som företag väljer att använda (se 2.1.3.3). De som valt att följa dessa riktlinjer är ABB, Assa Abloy, Autoliv, Electrolux, Gambro, Gunnebo, Industrivärden, Sandvik, SCA, Scania, SEB, SHB, SKF och Volvo. Hälften av företagen uppfyller sju till nio av punkterna i OECDs riktlinjer, dessa företag är till stor del även de företag som uppfyller många av och följer UN Global Compacts riktlinjer. Det beror på att sju av de nio riktlinjerna överensstämmer med UN Global Compacts riktlinjer. Industrivärden, Sandvik, Scania och SHB har valt att endast följa OECDs riktlinjer, dock uppfyller Industrivärden och Sandvik endast en respektive två av punkterna.

## 5.2 Indikatorer

I den här delen av analysen kommer resultatet av checklistans ekonomiska, miljö- och sociala indikatorer att analyseras branschvis och på företagsnivå. Branschindelningen efter Affärsvärldens uppdelning finns i figur 5 (se 3.3.3). Branschindelningen har skett för att förtydliga vilka skillnader som finns i CSR-redovisningarna. Gemensamt för alla indikatorer är att det är stor spridning i mängden information som lämnas ut av de olika företagen. Det stämmer överens med resultatet av en studie gjord av Campbell, Craven och Shrides där empiriska bevis presenteras för att volymen av CSR-information i årsredovisningar varierar stort mellan företag, sektorer och över tid (se 2.3). Checklistan i denna uppsats tar inte hänsyn till tidsaspekten då endast årsredovisningar från 2004 ingår i studien. Resultatet av deras studie angående variationer i volym stämmer väl överens med denna studie. Utifrån resultatet i checklistan ses en tydlig spridning mellan företagen avseende antal sidor och antal uppfyllda punkter. Sidantalet varierar mellan 0 och 50 sidor och antal uppfyllda punkter mellan 6 och 65, för en mer övergripande bild se diagram 9b. Nedan följer tabell 2 med genomsnittligt antal uppfyllda punkter i de olika branscherna.

Bransch	Ekonomiska	Genomsnitt		
		Miljö	Sociala	Totalt
Industri	5,0	10,3	12,3	28,8
Konsumentvaror	4,8	8,7	13,5	28,0
Hälsovård	5,2	7,0	13,8	27,4
Finans	4,9	2,2	8,6	16,1
Telekomm.	5,7	14,0	21,3	42,7
Tjänste	4,5	0	8,0	12,5
Råvaror	6,0	18,4	17,4	43,6
IT	4,0	3,3	8,3	16,0
Totalt genomsnitt	5,0	8,2	12,4	26,8

Tabell 2<sup>94</sup>

<sup>94</sup>Det totala genomsnittet inkluderar de övergripande indikatorerna.

### 5.2.1 Övergripande indikatorer

Det finns ett samband mellan att uppfylla de tre övergripande indikatorerna om visioner, intern och oberoende granskning av CSR-information och att ha separat CSR-redovisning och följa GRI:s riktlinjer. Av de företag som uppfyller de tre punkterna är det endast ÅF som inte följer GRI:s riktlinjer, samtliga 10 företag har separat CSR-redovisning.

### 5.2.2 Ekonomiska indikatorer

Det går inte att se några trender mellan olika branscher inom denna kategori (se tabell 2). Det faktum att de ekonomiska indikatorerna omsättning, omsättning på geografiska marknader, summa löner och ersättningar/land till viss del är lagstadgade genom ÅRL (se 2.4) och aktieutdelning samt balanserade vinstmedel ofta är en del i årsredovisningen kan till stor del förklara varför företag inkluderar denna information. Övriga punkter inom ekonomiska indikatorer är inte lika traditionella utan mer CSR-inriktade.

Enligt GRI skall den ekonomiska informationen även finnas med i den del av årsredovisningen som behandlar CSR. I denna undersökning visade det sig att endast ett fåtal av de företag som säger sig följa GRI:s riktlinjer redovisar den ekonomiska informationen enligt riktlinjen.

### 5.2.3 Miljöindikatorer

Om företagen följer de teorier som framförs av Warsame, Luft Mobus och Lindblom (se 2.3) kan företag använda sig av CSR-redovisning för att möta de olika legitimitetshot de kan tänkas ställas inför, det tydliggörs här i kategorin miljöindikatorer. Företag som saknar miljöredovisning uppfyller dock i flera fall punkterna om miljöledningssystem, miljöpåverkan, energiförbrukning och koldioxidutsläpp. Ett exempel är SEB, som varken följer GRI eller har separat CSR-redovisning, som inte har någon direkt miljöpåverkande verksamhet ändå informerar om dessa fyra punkter. Det bör bero på samhällets ökade kunskap om miljöfrågor som har lett till ett ökat krav från intressenter om denna information. Vissa av företagen är nödgade att lämna upplysningar om företagets påverkan på den yttre miljön enligt ÅRL 6:1 (se 2:4), vilket gör att företagen således uppfyller vissa av checklistans miljöpunkter. De företag vars verksamhet har miljöpåverkan kan även ha större incitament att ge legitimitet åt sitt handlade vilket kan förklara att de har mer utförliga redovisningar om miljöfrågor.

Miljöindikatorerna i checklisten är 29 stycken och genomsnittet varierar mellan 0 för Tjänstesektorn och 18,4 för Råvaror, för en fullständig överblick se tabell 2. Finans-, Tjänste- och IT-sektorerna uppfyller i genomsnitt 0 till 3,3 punkter om miljöinformation. Förklaringen bör ligga i att dessa branscher har en mindre direkt miljöpåverkan och därmed finns inget tydligt krav från intressenterna på denna information. Gray, Owen & Adams (se 2.2) anser att enligt intressentteorin har företag ett stort intresse i att uppfylla krav från sina intressenter då det är dessa som har möjlighet att direkt påverka företaget, något som kan ge stora finansiella konsekvenser. Därmed anses att dessa sektorer inte kan ha något krav från intressenterna att redovisa om miljöpåverkan då de i det fallet bör lämna den informationen för att tillgodo se intressenternas behov. Industrisektorn har ett lågt genomsnitt, 10,3 punkter, jämfört med vad som kan förväntas om hänsyn tas till diskussionen i ovanstående stycke rörande legitimitet och lagstadgad information. Skillnaden inom branschen är stor, ABB och Trelleborg har väl utvecklade CSR-redovisningar, med 25 respektive 23 punkter, medan ingen av Assa Abloy, Beijer, Cardo och Hexagon kommer över fyra punkter. Skillnaden förklaras av att ABB och Trelleborg både följer GRI och har separat CSR-redovisning medan övriga fyra varken följer GRI eller har separat CSR-redovisning.



#### 5.2.4 Sociala indikatorer

Inom de sociala indikatorerna finns vissa skillnader mellan de olika branscherna från tre branscher med ett genomsnitt på cirka 8 till telekommsektorn som har ett genomsnitt på 21,3, av totalt 37 punkter. Telekommsektorns höga genomsnitt måste anses bero på att företagen inom denna sektor valt att separat redovisa CSR och att Ericsson och Nokia dessutom följer GRI. I industrisektorn finns det stora skillnader även inom sociala frågor. ABB med 30 uppfyllda punkter har ett klart högre genomsnitt än de övriga företagen. Hexagon har lägst antal uppfyllda punkter, tre, och informationen handlar om arbetsförhållanden. I kategorin miljöindikatorer förklarades den stora variationen av tillämpning av GRI och separata CSR-redovisningar, en liknande analys är möjlig att göra här.

Det totala genomsnittet måste anses vara lågt då Epstein och Freedmans (se 2.4) i en studie från 1994 kom fram till att det redan då fanns krav från samhällseliga intressenter på CSR-information. Kravet verkade särskilt starkt på information om produktsäkerhet, kvalitet och majoriteten ville även få information om etik, relation till anställda samt aktiviteter i samhället.

Inom sociala indikatorerna finns det stora skillnader mellan de fyra underkategorierna. Företagen uppfyller flest punkter gällande arbetsförhållande och därefter kommer information om mänskliga rättigheter. Endast ett fåtal företag lämnar information om samhälle samt om produkter och tjänster. Utfallet stämmer överens med tidigare studier som säger att direkta resultat kan härröra från en bättre arbetsmiljö vilket leder till mer engagerad och produktiv personal, vilket kan vara en förklaring till att företagen arbetar med arbetsmiljöfrågor (se 2.1). Med hjälp av Trevors teori om att kunders och leverantörers krav på information anses vara mindre relevanta som orsak till informationsspridning kan bristen på information om samhälle samt produkter och tjänster förklaras (se 2.4).

#### 5.2.5 Sammanfattande analys

I den utvecklade intressentteorin av Lépineux (figur 3) tillkommer samhällseliga intressenter som tillför ett globalt perspektiv i modellen. Kopplas detta ihop med Ljungdahls teori (se 2.2) om att intressentteorin används av företagsledningen för att bedöma intressenternas reaktion av företags handlande är det inte orimligt att det finns en skillnad mellan företagens CSR-information beroende på vilket intressentperspektiv företaget har. Det empiriska materialet i denna undersökning motsäger inte detta. Skillnaden mellan de företag som har flest antal uppfyllda punkter och de som har minst antal är stor. De sex företag som uppfyller flest punkter enligt checklisten klarar 73% av punkterna och de sex företag med lägst antal uppfyllda punkter klarar endast 11%.

Ett annat sätt att förklara företagens skillnader är enligt Warsame, Nue och Simmons att CSR-redovisningen kan användas för att svara upp mot de legitimitetshot som finns relaterade till ett företags agerande. Lindblom (se 2.3) identifierar fyra olika strategier ett företag kan använda sig av om deras legitimitet hotas. Författarna anser att företagen kan använda tre av strategierna för att genom CSR redovisningen minska legitimitetshotet, utbilda och informera relevanta intressenter om förändringar i företagets agerande, manipulera uppfattningen genom att dra uppmärksamheten till någon annan fråga och förändra de externa förväntningarna av företagets agerande. Det är en förklaring till att företagen som uppfyller flest antal punkter (se tabell 1) inte beror på branschtillhörighet utan att det är företaget i sig som är det avgörande då de sex företag som uppfyller mer än 50 punkter tillhör tre olika branscher.

## 5.4 Sammanfattning

I analysen framkommer det att 12 av de 16 företag som ligger i intervallet 31 punkter eller fler följer GRI och att detta kan förklaras av att GRI har ett Tripple Bottom Line- synsätt. Totalt så har 14 av de 53 företagen valt att följa GRI. Samband kan också ses mellan antal uppfyllda punkter och separat CSR-redovisning. Anledningarna till att de företag som inte har några separata sidor med CSR-information ändå uppfyller ett antal punkter förklaras dels genom att information om CSR till viss del är lagstadgad och dels genom att informationen kan finnas på annan plats i årsredovisningen. I genomgången av de olika indikatorerna framgår det ekonomiska- och miljöindikatorer redovisas mer frekvent än sociala indikatorer och att det delvis går att se skillnader i olika branscher, främst gällande miljö- och sociala indikatorer. Förklaringen till branschskillnaderna anges vara verksamheternas olika miljöpåverkan samt intressenternas krav.

## 6. SLUTDISKUSSION

---

### 6.1 Hur följer företagen riktlinjerna?

Av de 53 företagen som ingår i studien anger 26 stycken att de har valt att följa en eller fler riktlinjer om CSR. Flertalet företag, 18 stycken, skriver att de följer UN Global Compacts riktlinjer, dock framkom det i undersökningen att sju stycken saknar information om minst fyra av de 10 punkterna och då saknas främst information om mänskliga rättigheter. Av företagen i studien anger 14 stycken att de följer GRI och gemensamt för dem är att de ligger på den övre delen av antal uppfyllda punkter vilket visar att de som valt att följa GRIs riktlinjer i allmänhet har en väl utvecklad CSR-redovisning som i många fall är en separat del av den publicerade årsredovisningen. Under genomgången av årsredovisningarna visades det sig att det finns ytterligare en riktlinje som 14 företag valt att följa, OECDs riktlinjer för multinationella företag, där många av punkterna är identiska med UN Global Compacts riktlinjer. Slutsatsen blir då att företag som endast valt att enligt de själva följa antingen UN Global Compacts eller OECDs riktlinjer inte nödvändigtvis måste ha en utvecklad CSR-redovisning. Frågan som då bör ställas är om många av företagen endast nämner dessa riktlinjer för att det skapar mervärde och legitimitet? De företag som däremot följer GRIs riktlinjer och eventuellt samtidigt UN Global Compact och/eller OECDs riktlinjer ligger högt i antal uppfyllda punkter och har i majoriteten av fallen publicerat en separat CSR-redovisning.

### 6.2 Var ligger skillnaderna i företagens CSR-redovisning?

Att det finns en stor skillnad mellan de olika företagen går att utläsa i empirin, i analysen valde vi att titta på företagen branschvis vilket kan ge en indikation på olikheter. Skillnaderna mellan branscherna är störst inom miljöindikatorer där råvaruföretagen har högst genomsnitt, vilket skulle kunna förklaras av att dessa företag har en stor direkt påverkan på miljön och att de av den anledningen valt att informera om just miljö. Industribranschen fick ett betydligt lägre genomsnitt beroende på den stora olikheten mellan företag inom branschen, trots att vissa företag har väl utvecklad CSR-redovisning har majoriteten av företagen i branschen inte utvecklad CSR, vilket avspeglas i en stor spridning på antal uppfyllda miljöindikatorer. Tjänste- Finans och IT-branscherna har mycket låga genomsnitt vilket till stor del bör bero på dess minimala direkta miljöpåverkan. De sociala indikatorerna har överlag ett högre genomsnitt av antal uppfyllda punkter i checklistan, men många företag har valt att inte alls nämna de mänskliga rättigheterna, relation till samhälle eller överträdelser och säkerhet förknippat med produkter och tjänster. De flesta företag har dock någon sorts information om arbetsförhållanden.

En viktig skillnad i analysen är att de företag som följer GRI och har en separat CSR-redovisning har ett bättre utfall på antal uppfyllda punkter och därmed lämnar mest information. De sex företag som uppfyller mer än 50 punkter i checklistan är ABB, Astra Zeneca, Nokia, SCA, Stora Enso och Trelleborg, och de följer GRI och har separat CSR-redovisning.

### 6.3 Vilken information om CSR redovisas i årsredovisningen av företagen?

Endast nio av punkterna i checklistan uppfylls av 40 företag eller fler vilket är en signal på att majoriteten av företagen på Stockholmsbörsens A-lista inte har en utvecklad CSR-redovisning. De nio punkterna innehåller information om nettoomsättning, geografisk uppdelning av marknader, aktieutdelning, balanserade vinstmedel, fördelning av anställda/land, ersättning till koncernledningen, anställdas representation vid beslutsfattande, policies för kompetensutveckling och företagsledningens sammansättning. En intressant iakttagelse är att ing-

en punkt om miljö är med bland de nio vilket förklaras av den stora branschskillnad som finns. De punkter om miljö som uppfylls av flest företag, 35 respektive 34 stycken, är information om miljöledningssystem och då främst ISO samt om att ta initiativ att i större utsträckning stödja miljöansvar. Utfallet i analysen visar att företag till stor del inte lämnar ut frivillig information om CSR.

Att endast nio punkter uppfylls av 40 företag eller fler förklaras av att skillnaden mellan de företag som har flest antal uppfyllda punkter och de som har minst antal är stor. Den kategori som har högst uppfyllningsgrad i undersökningen är ekonomiska indikatorer med 50,6%. Det har analyserats tidigare i studien att orsak till detta är att punkterna till viss del bygger på lagstadgade eller bygger på praxis att de är hämtade på annan plats i årsredovisningen än i CSR-delen. Inom kategorin miljöindikatorer är uppfyllningsgraden 28,6% medan den är 32,6% inom sociala indikatorer. De sex företag som uppfyller flest punkter enligt checklisten klarar 73% av punkterna och de sex företag med lägst antal uppfyllda punkter klarar endast 11%. Det totala genomsnittet på antal uppfyllda punkter är 34,1% (27 av 79 punkter) vilket påvisar att företagen inte lämnar mycket information om CSR i sina årsredovisningar.

Slutsatsen i denna uppsats är att det finns stora skillnader mellan olika företag och mellan olika branscher. Det tydligaste är att de företag som valt att redovisa CSR utifrån GRI:s riktlinjer och har separata CSR-redovisningar tillhandahåller mer frivillig information än övriga företag. Företagen på Stockholmsbörsens A-listan överlag lämnar mest ut information rörande ekonomiska faktorer förutom denna information lämnar företag ut mer information angående social verksamhet än om miljö. Andelen frivillig information som lämnas ut beror mest på företagen i sig, majoriteten av företag har inte en väl utvecklad CSR-redovisning.

## **6.4 Förslag till fortsatt forskning**

- Göra om studien om några år för att se om CSR-redovisningen i företagen har ändrats och i så fall hur.
- Göra intervjuer med ett mindre antal företag för att se hur arbetet med CSR går till i praktiken.
- Se hur företags CSR-redovisning förändras över tiden genom att med en checklista se vilka punkter som tillkommer och faller bort.

## 7. KÄLLFÖRTECKNING

---

### Litteratur

Boatright J.R (2003) *Ethics and the Conduct of Business*, 4e upplagan, Prentice Hall, Chicago

Bryman A, Bell E (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Liber Ekonomi, Malmö

Carroll A, Buchholtz A (2000), *Business & Society – Ethics and Stakeholder Management*, South-Western College Publishing, Cincinnati

Eriksson, Wiederheim-Paul (2001) *Att forska utreda och rapportera*, 7e upplagan, Liber ekonomi, Karlshamn

FAR samlingsvolym del 1 (2005) Far förlag, Avesta

Gray C, Owen R, Adams D (1996) *Accounting & accountability – changes and challenges in corporate social and environmental reporting*, Prentice Hall Europe, Hertfordshire

Hendriksen, van Breda (2001) *Accounting theory*, 5th edition, McGraw-Hill, Singapore

Krippendorff, K (1980) *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, Sage, London

Larsson L-O (2002) *Transparency! Det genomsynliga företaget*, GECCO information, Malmö

Ljungdahl F (1999) *Utveckling av miljöredovisning i svenska börsbolag – praxis, begrepp, orsaker*, Lund University Press, Lund

Lundahl U, Skärvad P.H (1999) *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*, 3e upplagan, Studentlitteratur, Lund

Löhman O, Steinholtz D (2004) *Det ansvarsfulla företaget -Corporate Social Responsibility i praktiken*, Ekerlids förlag, Stockholm

Piper L, Carty M, Enell M (2005) *Indikatorer för hållbar utveckling enligt GRI- Global Reporting Initiative*, Sinf miljö & kvalitet, Stockholm

### Artiklar och broschyrer

Campbell D, Craven B, Shrives P (2003) *Voluntary social reporting in three FTSE sectors: a comment on perception and legitimacy*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volume 16 Number 4

Castka P, Bamber C.J, Bamber D.J, Sharp J.M (2004), *Integrating corporate social responsibility (CSR) into ISO management systems – in search of a feasible CSR management system framework*, The TQM Magazine, Volume 16 Number 3

Craig Smith N, (2003) *Corporate Social Responsibility – Whether or How?*, California Management Review, Volume 47 Number 4

Deegan C (2002) *The legitimizing effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volume 15 Number 3

Deegan C, Rankin M (1996) *Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority*, Accounting Auditing & Accountability Journal, Volume 9 Number 2

Deloitte (2005) *Årets rapportering 2005, Börsföretagens redovisning av miljö, etik, socialt ansvar och bolagsstyrning*

Enayatollah M (2003) *Från definition till kommunikation av CSR*, Agenda nummer 4, från JKL

Enell, M. (2002) *Riktlinjer för hållbar utveckling*, Miljöguiden

Epstein M.J, Friedman M (1994) *Social Disclosure and the Individual Investor*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volume 7 Number 4

European Commission, Employment & social affairs (2002) *CSR- A business contribution to sustainable development*

European Commission, Employment & social affairs (2003) *Mapping instruments for Corporate Social Responsibility*

European Commission, Employment & social affairs (2001) *Promoting a European framework for corporate social responsibility*

Frankental P (2001) *Corporate Social Responsibility – a PR invention?*, Corporate Communications: An International Journal, Volume 6 Number 1

Friedman M, Stagliano A.J (1992) *European unification, accounting harmonisation, and social disclosure*, The International Journal of Accounting, Volume 27 Number 2

Friedman M (1970) *Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*, New York Times Magazine

Gray R, Kouhy R, Lavers S (1995) *Constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volume 8 Number 2

Guthrie J, Petty R, Yongvanich K, Ricceri F (2004) *Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting*, Journal of Intellectual Capital, Volume 5 Number 2

Knutson T, Hellberg H (2005) *Folkrätten och företagens samhällsansvar*, Advokaten, nummer 7

Lépineux F (2005) *Stakeholder theory, society and social cohesion*, Corporate Governance, Volume 5 Issue 2

Lindblom C.K (1994) *The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure*, Critical Perspectives on Accounting Conference, New York

Luft Mobus J (2005) *Mandatory environmental disclosure in a legitimacy theory context*, Accounting, Auditing & Accountability Journal; Volume 18 Issue 4, Research paper

Milne M.J, Adler R.W (1999) *Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volume 12 Number 2

Milne M.J, Patten D.M (2002) *Securing organizational legitimacy: An experimental decision case examining the impact of environmental disclosure*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volume 15 Issue 3

Moir L (2001) *What do we mean by Corporate Social Responsibility?* Corporate Governance, Volume 1 Number 2

Moir L (2003) *The business world's latest buzzword? CSR and what it means to you*, Strategic Direction, Volume 19 Issue 6

O'Donovan G (2002) *Environmental disclosure in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volume 15

Pesqueux Y, Damak A.S (2005) *Stakeholder theory in perspective*, Corporate Governance, Volume 5 Issue 2

Suchman M.C (1995) *Managing legitimacy: strategic and institutional approaches*, Academy of Management Review, Volume 20 Number 3

Trevor D, Wilmshurst T.D, Frost G.R (2000) *Corporate environmental reporting - A test of legitimacy theory*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volume 13 Number 1

Unerman J (2000) *Methodological issues - Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volume 13 Number 5

Warsame H, Neu D, Simmons C.V (2002) *Responding to 'discrediting' events: annual report disclosure responses to environmental fines*, Accounting and the Public Interest, Volume 2

### **Internet**

Affärsvärlden, [www.affarsvarlden.se](http://www.affarsvarlden.se), 2005-11-14

Bendrot I, Nyberg C,  
[sn.svensktnaringsliv.se/SN/debatt.nsf/wdebattall/7D19A7F0AFE6E3F5C12570450038A995](http://sn.svensktnaringsliv.se/SN/debatt.nsf/wdebattall/7D19A7F0AFE6E3F5C12570450038A995)  
2005-11-13

Dow Jones sustainability index, [www.sustainability-indexes.com](http://www.sustainability-indexes.com) 2005-11-12

Europeiska kommissionen, [http://europa.eu.int/comm/environment/ippc/index\\_sv.htm](http://europa.eu.int/comm/environment/ippc/index_sv.htm) 05-12-15

Global Compact, [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org) 2005-11-23

Global Reporting Initiative, [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org) 2005-11-23

International Labour Organization, [www.ilo.org](http://www.ilo.org) 2005-11-12

OECD, [www.oecd.org/about/0,2337,en\\_2649\\_34889\\_1\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/about/0,2337,en_2649_34889_1_1_1_1_1,00.html) 2005-12-15

Regeringen, [www.regeringen.se/sb/d/4233/a/28066](http://www.regeringen.se/sb/d/4233/a/28066) 2005-11-23

Regeringskansliet,  
[www.manskligarattigheter.gov.se/extra/page/?module\\_instance=10&action=page\\_show&id=18](http://www.manskligarattigheter.gov.se/extra/page/?module_instance=10&action=page_show&id=18) 2005-11-23

SIDA, [www.sida.se/sida/jsp/sida.jsp?d=627&a=4292&searchWords=ilo/](http://www.sida.se/sida/jsp/sida.jsp?d=627&a=4292&searchWords=ilo/) 2005-11-24

Utrikesdepartementet, [www.ud.se/sb/d/2656/a/14556;jsessionid=aH5oLYeGLBp4](http://www.ud.se/sb/d/2656/a/14556;jsessionid=aH5oLYeGLBp4) 2005-12-15

World Business Council for Sustainable Development,  
[www.wbcsd.ch/templates/TemplateWBCSD1/layout.asp?type=p&MenuId=MzI3&doOpen=1&ClickMenu=LeftMenu](http://www.wbcsd.ch/templates/TemplateWBCSD1/layout.asp?type=p&MenuId=MzI3&doOpen=1&ClickMenu=LeftMenu), 2005-11-13

#### **Årsredovisningar inkl. hållbarhetsredovisningar från 2004 alternativt 2003/2004**

ABB Ikt.	Holmen AB	SEB AB
Assa Abloy AB	Höganäs AB	Seco Tools
Astra Zeneca PLC	Hufvudstaden AB	Securitas AB
Atlas Copco AB	Industrivärden AB	Skandia AB
Autoliv Inc.	Investor AB	Skanska AB
Beijers AB	JM AB	AB SKF
Bergman & Beving AB	Lindex AB	Svenska Handelsbanken
Bure Equity AB	Nordea AB	AB
Cardo AB	Nobel Biocare Holding	SSAB
Electrolux AB	Nokia	Stora Enso AB
Elekta AB	OMX AB	Swedish Match AB
Ericsson LM AB	Ratos AB	Telia Sonera AB
Föreningssparbanken AB	Sandvik AB	Ticket Travel
Gambro AB	Sardus AB	Tietoenator
Getinge AB	SAS AB	Trelleborg AB
Gunnebo AB	SCA	Volvo AB
Haldex AB	Scania AB	WM-data AB
Hexagon AB	Scribona AB	AB Ångpanneföreningen



BILAGA								Övergrip ind.					Ek ind.	
Företag	Punkter GRI	GRI	GC	OECD	Sep.	Ingen	Ant.p	Ant.Sid	1	2	3	4	5	
ABB		x	x	x	x		65	41	x	x	x	x	x	
Assa Abloy			x	x			24	2	x	x		x		
Astra Zeneca		x			x		51	17	x	x	x	x	x	
Atlas Copco		x					28	5	x			x	x	
Autoliv Inc.			x	x			14	3				x	x	
Beijer						x	13	0				x	x	
Bergman & Beving							22	2		x		x	x	
Bure Equity						x	8	0				x		
Cardo						x	13	0				x	x	
Electrolux		x	x	x	x		47	30	x	x	x	x	x	
Elekta							21	2	x			x	x	
Ericsson		x	x		x		44	32	x	x		x	x	
FSB		x	x				24	4	x	x		x	x	
Gambro			x	x			23	3		x		x	x	
Getinge							20	3				x	x	
Gunnebo			x	x			25	5				x	x	
Haldex							19	1		x		x	x	
Hexagon							8	1				x	x	
Holmen		x			x		40	32	x	x		x	x	
Höganäs							17	4				x	x	
Hufvudstaden							20	2				x	x	
Industrivärden				x			12	1				x	x	
Investor							15	4				x		
JM							21	5				x	x	
Lindex			x				24	2				x		
Nordea						x	9	0				x	x	
Nobel Biocare							22	4		x		x	x	
Nokia		x	x		x		52	42	x	x		x	x	
OMX							13	4				x	x	
Ratos						x	6	0				x		
Sandvik				x			19	2				x	x	
Sardus							20	3				x	x	
SAS		x	x		x		44	18	x	x	x	x	x	
SCA		x	x	x	x		58	37	x	x	x	x	x	
Scania				x			40	5				x	x	
Scribona							26	1		x		x	x	
SEB			x	x			28	6	x			x	x	
Seco Tools							23	3				x	x	
Securitas						x	15	0				x	x	
Skandia							15	2				x	x	
Skanska		x	x		x		38	17	x	x	x	x	x	
SKF		x	x	x	x		37	10	x	x	x	x	x	
SHB				x			27	8	x			x		
SSAB			x				38	4				x	x	
Stora Enso		x	x		x		65	50	x	x	x	x	x	
Swedish Match							28	3	x			x	x	
TeliaSonera					x		32	12				x	x	
Ticket Travel							10	1				x	x	
Tietoenator							11	3				x	x	
Trelleborg		x			x		54	18	x	x	x	x	x	
Volvo			x	x			35	9	x	x		x	x	
WM-data						x	11	0				x	x	
ÅF					x		26	8	x	x	x	x		

BILAGA	Ek. Indikatorer									Miljöindikatorer							
	Företag	Punkter	GRI	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
ABB					x	x	x			x	x		x		x	x	x
Assa Abloy					x	x	x						x			x	x
Astra Zeneca					x	x	x		x	x		x			x	x	
Atlas Copco							x	x			x					x	x
Autoliv Inc.													x				
Beijer		x			x	x	x									x	
Bergman & Beving							x	x					x			x	
Bure Equity						x		x									
Cardo							x	x				x	x				x
Electrolux						x	x	x		x		x	x		x	x	x
Elekta							x	x		x							x
Ericsson						x	x	x		x	x	x	x		x	x	x
FSB						x	x	x			x	x	x			x	
Gambro							x			x			x		x		
Getinge						x	x	x					x			x	
Gunnebo							x	x				x	x			x	x
Haldex						x	x	x					x				x
Hexagon						x	x	x									
Holmen		x					x	x		x			x	x	x	x	x
Höganäs						x	x	x					x		x	x	x
Hufvudstaden						x	x	x				x				x	x
Industrivärden		x				x	x	x									
Investor						x	x	x		x							
JM						x		x				x			x	x	x
Lindex		x				x		x		x			x		x	x	
Nordea						x	x	x									
Nobel Biocare		x					x	x					x				
Nokia							x	x		x		x	x		x	x	x
OMX						x		x									
Ratos		x						x									
Sandvik						x	x	x					x			x	x
Sardus						x	x	x					x		x	x	x
SAS							x	x		x		x	x	x	x	x	x
SCA								x		x		x	x		x	x	x
Scania						x	x	x		x		x	x	x	x	x	x
Scribona						x	x	x					x		x	x	x
SEB							x	x		x		x	x			x	x
Seco Tools						x	x	x				x	x		x	x	x
Securitas						x	x										
Skandia		x				x		x		x							
Skanska						x	x	x				x	x		x	x	x
SKF						x	x	x		x		x	x			x	x
SHB		x				x	x	x		x						x	
SSAB		x				x	x	x					x		x	x	x
Stora Enso		x	x			x	x	x		x		x	x	x	x	x	x
Swedish Match						x		x		x			x			x	x
TeliaSonera		x					x	x		x			x	x			x
Ticket Travel						x	x	x									
TietoEnator								x									
Trelleborg		x				x	x	x		x		x	x	x	x	x	x
Volvo						x	x	x		x		x	x		x	x	x
WM-data							x	x									
ÅF						x	x						x			x	x

BILAGA	Specifika miljööndikatorer														
	Företag/Punkter GRI	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
ABB	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x
Assa Abloy															
Astra Zeneca			x	x		x					x		x	x	
Atlas Copco			x		x	x			x			x	x		
Autoliv Inc.													x		
Beijer															
Bergman & Beving															
Bure Equity															
Cardo															
Electrolux			x			x							x	x	
Elekta															
Ericsson			x	x		x							x	x	
FSB	x	x											x		
Gambro			x	x		x			x						
Getinge		x											x		
Gunnebo			x	x		x	x						x		
Haldex		x											x		
Hexagon															
Holmen		x	x									x		x	
Höganäs		x											x	x	
Hufvudstaden			x	x											
Industrivärden															
Investor															
JM			x	x										x	
Lindex															
Nordea															
Nobel Biocare			x			x									
Nokia		x	x	x		x	x						x	x	
OMX															
Ratos															
Sandvik		x	x											x	
Sardus														x	
SAS			x		x	x								x	x
SCA	x	x	x	x	x	x	x	x	x			x	x	x	
Scania	x		x			x								x	x
Scribona														x	
SEB			x	x											
Seco Tools			x												x
Securitas															
Skandia															
Skanska			x									x			
SKF		x	x				x							x	
SHB														x	
SSAB	x	x	x	x	x									x	x
Stora Enso	x	x	x	x		x		x			x	x	x	x	
Swedish Match			x	x										x	
TeliaSonera														x	x
Ticket Travel															
TietoEnator															
Trelleborg	x	x	x	x	x	x								x	x
Volvo		x	x	x		x								x	x
WM-data															
ÅF				x											

BILAGA	Spec. miljöindikatorer										Soc ind, arbetsförhållande					
	Företag	Punkter	GRI	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46
ABB				x		x	x	x	x	x	x	x		x	x	
Assa Abloy									x				x	x	x	
Astra Zeneca				x	x		x		x	x	x	x	x	x	x	
Atlas Copco				x					x	x			x		x	
Autoliv Inc.									x				x			x
Beijer										x				x	x	
Bergman & Beving								x	x			x	x	x	x	
Bure Equity														x	x	
Cardo														x	x	
Electrolux					x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	
Elekta									x				x	x	x	
Ericsson				x	x		x	x	x	x		x	x	x	x	x
FSB														x	x	
Gambro							x	x					x	x	x	x
Getinge								x		x			x	x	x	
Gunnebo					x			x		x			x	x	x	
Haldex								x		x				x	x	
Hexagon														x	x	
Holmen				x	x	x	x			x	x			x	x	x
Höganäs													x	x		
Hufvudstaden									x					x		x
Industrivärden									x				x			
Investor								x						x		x
JM									x	x			x	x		
Lindex									x			x	x	x		
Nordea														x		
Nobel Biocare												x	x	x	x	
Nokia				x	x		x	x	x	x		x	x	x		x
OMX													x	x		x
Ratos																x
Sandvik							x			x		x	x	x		
Sardus									x					x	x	
SAS				x		x			x	x		x	x	x	x	
SCA				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Scania				x	x	x	x	x	x	x		x		x		
Scribona						x	x	x	x					x		
SEB				x									x	x		x
Seco Tools				x		x	x	x					x	x		
Securitas													x	x		
Skandia													x	x		
Skanska						x	x		x			x	x	x		
SKF								x		x		x	x	x		
SHB												x		x		x
SSAB				x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x
Stora Enso				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Swedish Match										x		x	x	x		
TeliaSonera								x	x			x		x		x
Ticket Travel														x		
TietoEnator												x		x	x	
Trelleborg				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Volvo						x	x		x	x			x	x		x
WM-data													x			x
ÅF						x			x	x		x		x	x	x

BILAGA	Soc indikatorer arbetsförhållande													
	Företag/Punkter GRI	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
ABB	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	
Assa Abloy			x			x							x	
Astra Zeneca	x		x	x	x	x					x	x	x	
Atlas Copco	x					x	x			x	x		x	
Autoliv Inc.						x				x	x		x	
Beijer	x											x	x	
Bergman & Beving	x		x			x					x		x	
Bure Equity	x					x							x	
Cardo	x		x			x						x		
Electrolux	x		x	x	x	x					x	x		
Elekta	x												x	
Ericsson	x		x								x	x	x	
FSB	x		x			x					x	x		
Gambro	x					x					x		x	
Getinge	x		x			x					x		x	
Gunnebo	x		x								x	x	x	
Haldex	x										x		x	
Hexagon	x													
Holmen	x		x	x	x	x					x	x	x	
Höganäs			x								x		x	
Hufvudstaden	x		x			x					x		x	
Industrivärden	x		x										x	
Investor	x		x			x					x		x	
JM			x			x					x		x	
Lindex	x		x								x	x	x	
Nordea	x		x										x	
Nobel Biocare	x		x	x							x		x	
Nokia	x		x	x	x	x		x				x	x	
OMX	x		x			x					x		x	
Ratos	x												x	
Sandvik	x		x										x	
Sardus	x		x			x					x	x	x	
SAS	x	x	x	x	x	x			x		x		x	
SCA	x		x	x	x	x					x	x	x	
Scania	x		x								x		x	
Scribona	x		x								x	x	x	
SEB	x		x			x					x	x	x	
Seco Tools	x		x			x					x		x	
Securitas			x								x		x	
Skandia	x		x								x		x	
Skanska			x	x	x	x					x	x	x	
SKF			x	x		x	x						x	
SHB	x		x			x	x				x		x	
SSAB	x		x	x		x					x	x	x	
Stora Enso	x	x	x	x	x	x					x	x	x	
Swedish Match	x		x								x		x	
TeliaSonera	x		x			x					x			
Ticket Travel	x		x								x		x	
Tietoenator			x								x		x	
Trelleborg	x	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x	
Volvo	x		x								x	x	x	
WM-data	x		x									x	x	
ÅF	x		x			x					x	x	x	

BILAGA	Mänskliga rättigheter										
	Företag	Punkter	GRI	61	62	63	64	65	66	67	68
ABB				x	x	x	x	x	x	x	x
Assa Abloy				x	x			x	x	x	x
Astra Zeneca				x	x		x	x	x	x	x
Atlas Copco											x
Autoliv Inc.											x
Beijer											
Bergman & Beving				x	x						x
Bure Equity											
Cardo											
Electrolux				x	x	x	x	x	x	x	x
Elekta									x	x	x
Ericsson				x	x		x	x	x	x	x
FSB											x
Gambro											
Getinge											x
Gunnebo											x
Haldex											x
Hexagon											
Holmen								x			x
Höganäs											
Hufvudstaden											x
Industrivärden											x
Investor				x							x
JM											x
Lindex				x	x		x	x	x	x	x
Nordea											
Nobel Biocare								x			
Nokia				x	x	x	x	x	x	x	x
OMX											x
Ratos											
Sandvik											
Sardus											
SAS				x	x			x	x	x	x
SCA				x	x	x	x	x	x	x	x
Scania				x	x		x	x		x	
Scribona											x
SEB								x	x	x	x
Seco Tools											
Securitas				x	x			x	x	x	x
Skandia											x
Skanska				x	x		x	x	x	x	x
SKF				x	x			x	x	x	x
SHB				x	x	x		x			x
SSAB								x			
Stora Enso				x	x	x	x	x	x	x	x
Swedish Match				x	x		x	x	x	x	x
TeliaSonera				x	x			x	x	x	x
Ticket Travel											
TietoEnator											
Trelleborg								x			x
Volvo						x					x
WM-data											
ÅF											x

BILAGA	Samhälle					Produkter och tjänster							
	Företag	Punkter GRI	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79
ABB		x	x	x		x	x	x	x	x			
Assa Abloy				x		x							
Astra Zeneca		x	x	x				x	x				x
Atlas Copco		x											
Autoliv Inc.							x		x				
Beijer													
Bergman & Beving													
Bure Equity													
Cardo													
Electrolux		x	x	x									
Elekta		x	x	x			x				x		
Ericsson				x									
FSB			x						x				
Gambro			x				x						
Getinge													
Gunnebo													
Haldex													
Hexagon													
Holmen		x		x					x				
Höganäs													
Hufvudstaden									x				
Industrivärden													
Investor													
JM				x									
Lindex													
Nordea													
Nobel Biocare				x		x	x						
Nokia		x	x	x	x	x	x	x					
OMX													
Ratos													
Sandvik													
Sardus							x						
SAS			x	x									
SCA		x	x	x			x	x			x		
Scania				x		x	x	x					
Scribona								x	x	x			
SEB				x					x				
Seco Tools													
Securitas													
Skandia				x					x				
Skanska			x	x		x							
SKF			x	x				x					
SHB			x	x						x			
SSAB								x					
Stora Enso		x	x	x	x	x	x		x				
Swedish Match		x											
TeliaSonera		x	x		x		x		x	x			
Ticket Travel													
Tietoanator				x						x			
Trelleborg			x				x	x	x				
Volvo				x			x						
WM-data									x				
ÅF													