



Examensarbete, 15 hp, för
Kandidatexamen i företagsekonomi: Redovisning och Revision
VT 2017

Förändras hållbarhetsarbete när en ny reglering för hållbarhetsredovisning införs?

Alice Nilsson och Erica Andersson

Sektionen för hälsa och samhälle

Förord

Främst vill vi rikta vår tacksamhet till de personer som tog sig tid att besvara vår enkät. Ni har gett oss viktig information som har gjort det möjligt att genomföra undersökningen. Även ett stort tack till Oscar Swärdh och Mustafa El-Chami samt Eva Gustavsson som gav värdefull feedback vid mellanseminariet. Slutligen ett hjärtligt tack till vår handledare Sven-Olof Yrjö Collin för din uppriktighet och ditt engagemang där du givit oss inspiration och fantastisk vägledning.

Kristianstad den 24 maj 2017

Alice Nilsson och Erica Andersson

Abstract

Author

Alice Nilsson och Erica Andersson

Title

Is sustainability work changing when a new regulation for sustainability reporting is introduced?

Supervisor

Sven-Olof Yrjö Collin

Co-examiner

Timurs Umans

Examiner

Sven-Olof Yrjö Collin

Abstract:

A new regulation has been introduced which requires companies to inform about their work with sustainability in the annual report or in a separate report. Areas as corruption, human rights, social relations, environment and staff must be included in the report.

The purpose of the survey is primarily to find out if the companies sustainability work is affected by the new regulation, but also to identify and explain the factors that influence the companies' actions. These factors are illustrated in a model and hypotheses are formulated for each factor. The factors are, industry, size, profitability, ownership concentration, employees and external auditing.

To test the hypothesis, a web-based questionnaire was sent out to 265 Swedish listed companies. 31 companies answered the questionnaire. The answers are presented in a descriptive analysis and a correlation analysis.

The results shows that companies' work with the sustainability areas has become more intense in the last year, which indicated a change in sustainability efforts. Because half of the respondents considered regulation as an important motive for work with sustainability, the change assumed to some extent due to the new regulation. The conclusions are that sustainability work has changed in some areas of sustainability. However, it can not be ensured that the change is due to the new regulation.

Keywords: Sustainability work, Sustainability reporting, regulation.

Sammanfattning

Författare

Alice Nilsson och Erica Andersson

Titel

Förändras hållbarhetsarbete när en ny reglering för hållbarhetsredovisning införs?

Handledare

Sven-Olof Yrjö Collin

Medbedömare

Timurs Umans

Examinator

Sven-Olof Yrjö Collin

Sammanfattning

En ny reglering har införts som innebär att företag måste redovisa om olika hållbarhetsområden i antingen årsredovisningen eller i en separat rapport från och med räkenskapsåret 2017. De områden som ska inkluderas i rapporten är, korruption, mänskliga rättigheter, sociala förhållande, miljö och personal.

Syftet med studien är att undersöka om den nya regleringen av hållbarhetsredovisning medför förändring av hållbarhetsarbetet, samt att förklara vilka faktorer som påverkar hur företagen reagerar. Sambandet illustreras i en modell och utifrån modellen formuleras hypoteser för varje faktor. Faktorerna är bransch, storlek, lönsamhet, ägarkoncentration, anställda och extern granskning.

För att testa hypoteserna har en webbaserad enkät skickats ut till 265 svenska börsnoterade företag. Enkäten besvarades av 31 respondenter och svaren presenteras i en beskrivande analys samt en korrelationsanalys.

Resultatet indikerar på att företagens arbete med samtliga hållbarhetsområden har blivit intensivare det senaste året, vilket tyder på en förändring i hållbarhetsarbetet. Förändringen antas till viss del bero på den nya regleringen eftersom reglering anses vara ett viktigt motiv för att arbeta med hållbarhet enligt cirka hälften av respondenterna. Slutsatsen är att det finns indikationer att hållbarhetsarbetet har förändrats inom vissa hållbarhetsområden. Däremot kan det inte säkerställas att förändringen beror på den nya regleringen.

Ämnesord

Hållbarhetsarbete, hållbarhetsredovisning, reglering.

Innehållsförteckning

1	INLEDNING.....	1
1.1	PROBLEMBAKGRUND.....	1
1.2	PROBLEMDISKUSSION.....	2
1.3	PROBLEMFÖRMULERING.....	4
1.4	SYFTE.....	4
1.5	UPPSATSENS DISPOSITION	4
2	UPPSATSENS METOD	5
2.1	FORSKNINGSANSATS OCH FORSKNINGSMETOD.....	5
2.2	TEORIER.....	6
2.3	KAPITELSAMMANFATTNING	8
3	REGLERING AV HÅLLBARHETSRAPPORTERING.....	9
3.1	DEN NYA REGLERINGEN	9
3.2	REGLERINGENS PÅVERKAN	10
3.3	KAPITELSAMMANFATTNING	11
4	LITTERATUR	12
4.1	HÅLLBARHETSREDOVISNING.....	12
4.2	FÖRETAGS BENÄGENHET TILL FÖRÄNDRING.....	12
4.3	SAMBAND MELLAN HÅLLBARHETSREDOVISNING OCH HÅLLBARHETSARBETE	13
4.4	KAPITELSAMMANFATTNING	13
5	TEORI.....	15
5.1	MODELL.....	16
5.2	BRANSCH	16
5.3	STORLEK	17
5.4	LÖNSAMHET	18
5.5	ÄGARKONCENTRATION	19
5.6	ANSTÄLLDA	20
5.7	EXTERN GRANSKNING	21
5.8	KAPITELSAMMANFATTNING	22
6	EMPIRISK METOD	23
6.1	UNDERSÖKNINGSMETOD	23
6.2	URVAL	23
6.3	DATAINSAMLING	24

6.4	OPERATIONALISERING.....	24
6.5	BORTFALLSANALYS.....	34
6.6	KAPITELSAMMANFATTNING.....	34
7	ENKÄTANALYS.....	36
7.1	BESKRIVANDE ANALYS.....	36
7.2	KORRELATIONSANALYS.....	46
7.3	KAPITELSAMMANFATTNING.....	49
8	DISKUSSION OCH SLUTSATS.....	51
8.1	BRANSCH.....	51
8.2	STORLEK.....	51
8.3	LÖNSAMHET.....	51
8.4	ÄGARKONCENTRATION.....	52
8.5	ANSTÄLLDA.....	52
8.6	EXTERN GRANSKNING.....	53
8.7	SLUTSATS.....	53
8.8	FÖRSLAG TILL FRAMTIDA FORSKNING.....	57
	LITTERATURFÖRTECKNING.....	58
	BILAGOR.....	63
	BILAGA 1 – ENKÄTFRÅGOR.....	63
	BILAGA 2 - BREV TILL RESPONDENTER.....	73
	BILAGA 3 - PÅMINNELSEBREV TILL RESPONDENTER.....	74
	BILAGA 4 - BESKRIVANDE ANALYS.....	75
	BILAGA 5 – KORRELATIONSTABELLER.....	81
	FIGURFÖRTECKNING	
	Figur 1. Faktorer som påverkar företags förändringsbenägenhet.....	16

1 Inledning

Avsnittet inleds med en diskussion om studiens område. Därefter följer en informeraande del gällande det identifierade problemet och dess relevans. Slutligen presenteras studiens problemformulering och ett syfte. Avsnittet struktureras enligt följande, problembakgrund, problemdiskussion, problemformulering, syfte och uppsatsens disposition.

1.1 Problembakgrund

EU:s intresse för miljöfrågor tog fart redan i slutet på 1980-talet, vilket har lett till att de drivit en ambitiös miljöpolitik. EU:s medlemsstater har också konsekvent engagerat sig och antagit sig denna miljöpolitik (Kelemen, 2010). Från och med räkenskapsår som börjar 2017 har EU infört ett nytt redovisningsdirektiv. Detta har den svenska lagstiftningen tolkat, vilket har medfört att direktivet omfattar fler svenska företag än minimikravet (Prop. 2015/16:193).

Regleringen innebär att större företag ska hållbarhetsredovisa i syfte att ge ökad förståelse kring företagets utveckling, ställning, resultat samt konsekvenser av verksamheten (Prop. 2015/16:193). Regleringen kan vara en viktig del i att öka transparensen då företagen blir tvungna att ge mer heltäckande information av organisationen (PwC, 2016). De områden som åtminstone ska ingå i hållbarhetsredovisningen är korruption, mänskliga rättigheter, sociala förhållande, miljö och personal (Prop. 2015/16:193).

Hållbarhetsredovisning innebär att en organisation redovisar deras ekonomiska, miljömässiga och sociala påverkan genom att exempelvis redovisa hur de arbetar med samhällsfrågor och med hållbar utveckling. Syftet med denna hållbarhetsredovisning är att läsaren ska få en rimlig och korrekt bild av resultatet som organisationens hållbarhetsarbete medför. Det innebär såväl negativ som positiv information (GRI, 2000).

Hållbarhetsredovisning innehåller information om hur företaget arbetar mot sina hållbarhetsmål (Amran & Keat Ooi, 2014). Det innebär således att hållbarhetsredovisningen grundas på företagets hållbarhetsarbete. Dessutom är hållbarhetsredovisningen en kommunikationskanal där företaget kan berätta för intressenterna vad de faktiskt gör (Frias-Aceituno, Rodriguez-Ariza, & Garcia-Sanchez, 2012). Detta medför att vi kan se ett direkt samband mellan hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete.

Eftersom lagförändringen gäller räkenskapsår från och med 2017 har inte de första rapporterna publicerats ännu. Trots detta antar vi att företagen redan har påbörjat arbetet med

hållbarhetsredovisningen, eftersom företagen förmodligen vill förbereda sig och agera förebyggande för att uppnå regleringens krav. Vi anser att en förändring i regelverket kan medföra en förändring i det faktiska hållbarhetsarbetet, eftersom regleringen även har som syfte att utveckla företagens arbete med frågorna (Prop. 2015/16:193).

1.2 Problemdiskussion

Enligt den nya regleringen ska hållbarhetsredovisningen innehålla information om företagets arbete med hållbarhetsfrågor. Det är något som företag i hela världen arbetar med. En central fråga som ställs är om det medför något värde eller mening för företagen (Cai, Jo, & Pan, 2011). När företag informerar om sitt hållbarhetsarbete bör fenomenet *window dressing* beaktas. Detta innebär att företagen endast väljer att publicera det positiva om sitt engagemang inom hållbarhet. De undviker således att berätta om de negativa sidorna, vilket resulterar i att intressenterna inte får en helhetsbild (Scalet & Kelly, 2010).

Innan lagkravets införande har det varit frivilligt för stora företag att hållbarhetsredovisa. Trots att det har varit frivilligt, är det många företag som redan hållbarhetsredovisar. Den nya regleringen medför att specifika områden måste tas med och att det numera blir obligatoriskt att hållbarhetsredovisa för cirka 1600 företag i Sverige (Prop. 2015/16:193).

Det finns flera fördelar med att hållbarhetsredovisa och de flesta svenska företagen använder hållbarhetsredovisningen för att säkerställa sin legitimitet. En annan anledning till att företag publicerar en hållbarhetsredovisning är för att skapa konkurrensfördelar. Forskning har även visat att hållbarhetsredovisningens omfattning varierar mellan olika företag. Detta kan bero på att företagen har olika motiv för att arbeta med hållbarhetsfrågor (Hedberg & von Malmborg, 2003).

Tidigare forskning har påvisat att det finns flera faktorer som påverkar företagets motiv att producera en hållbarhetsredovisning (Sibelhorn & Warren, 2007). Vår studie grundas på sex av dessa faktorer. Faktorerna har valts eftersom de tillsammans ger flera perspektiv på vad som påverkar hållbarhetsarbetets omfattning och faktorerna gör det möjligt att undersöka studiens frågeställning.

En faktor kan vara branschen företaget verkar inom. Inom vissa branscher upplever företagen större behov att legitimera sin verksamhet och därför publicerar de mer hållbarhetsinformation (Tagesson, Blank, Broberg, & Collin, 2009; Sibelhorn & Warren, 2007). Ett exempel är företag inom branscher med en högre miljöpåverkan som behöver

publicera mer information för att redovisa att de hanterar hållbarhetsfrågor (Sibelhorn & Warren, 2007; Esrock & Leichty, 1998).

En annan faktor är företagets storlek. Det finns flera studier som påvisar att större företag har större benägenhet att publicera mer hållbarhetsinformation. Det förklaras genom att de är synligare, har mer resurser och är känsligare för externa intressenters krav (Esrock & Leichty, 1998; Frias-Aceituno, Rodriguez-Ariza, & Garcia-Sanchez, 2012).

Företags lönsamhet är en annan faktor som påverkar hållbarhetsredovisningens omfattning (Tagesson et al. 2009). Det kan antas bero på att de har mer resurser för att producera hållbarhetsinformation. Det finns även forskningar som visar att företag som hållbarhetsredovisar också blir ekonomiskt lönsamma (Sibelhorn & Warren, 2007; Frias-Aceituno et al. 2012). Det här antyder på ett samband mellan företags lönsamhet och omfattningen på hållbarhetsredovisningen.

Ytterligare en faktor som påverkar hållbarhetsredovisningens omfattning är företagets ägarkoncentration. Tidigare studier visar att företagets ägarkoncentration påverkar mängden information som publiceras (Mohd, 2007; Eng & Mak, 2003). Det här kan bero på att företag med låg ägarkoncentration är mer benägna att lämna upplysningar om hållbarhet (Meek, Roberts & Gray, 1995).

En faktor som kan påverka företagets motiv för att hållbarhetsredovisa är de anställda. Det kan exempelvis ske genom att de anställda får ett ökat förtroende för företaget om de hållbarhetsredovisar. Det här leder i sin tur till att de anställda arbetar kvar på företaget samt att anställningskostnaden minskar. Det bidrar också till att företaget attraherar nya anställda (Bansal & Roth, 2000; Graafland & Mazereeuw-Van der Duijn Schouten, 2012).

En annan faktor som påverkar hållbarhetsredovisningens omfattning är extern granskning. Detta då efterfrågan på tillförlitlig information om företags hållbarhetsarbete är större än någonsin. Det är viktigt att en oberoende part granskar det som företaget publicerar för att säkerställa trovärdigheten och kvaliteten. Det eftersom den oberoende parten påpekar felaktigheter, vilket medför en mer omfattande hållbarhetsredovisning (Park & Brorsson, 2005) .

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att det finns flera faktorer som antas påverka företags hållbarhetsredovisning. Däremot har det inte framkommit lika tydligt om dessa faktorer också

påverkar företags hållbarhetsarbete. Då hållbarhetsarbetet ska avspeglas i hållbarhetsredovisningen anser vi att det är nödvändigt att undersöka om faktorerna medför att företag har ett aktivt hållbarhetsarbete.

Tidigare forskning har visat att reglering har en positiv påverkan på företag eftersom de tvingas att anpassa sig till lagkravet (Hahn & Kühnen, 2013). Vi ska därför undersöka om den nya regleringen kan medföra att företag inte bara hållbarhetsredovisar utan att de faktiskt förändrar sitt hållbarhetsarbete för att bemöta den nya regleringen.

1.3 Problemformulering

Hur förändras företags hållbarhetsarbete för att kunna möta den nya regleringen om hållbarhetsredovisning?

1.4 Syfte

Vi ska undersöka vilka faktorer som påverkar hur aktivt företag arbetar med de olika hållbarhetsområdena som den nya regleringen tar upp.

1.5 Uppsatsens disposition

Kapitel 2: Detta kapitel behandlar uppsatsens metod där bland annat forskningsmetod och teorier tas upp.

Kapitel 3: Här presenteras reglering av hållbarhetsrapportering, där den nya regleringen tas upp samt dess omfattning.

Kapitel 4: I detta kapitel presenteras vår litteratur, exempelvis diskuteras sambandet mellan hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete.

Kapitel 5: Här presenteras vår modell och teori som består av sex faktorer som påverkar hållbarhetsarbetet.

Kapitel 6: I det här kapitlet introduceras vår empiriska metod, exempelvis datainsamling och operationalisering.

Kapitel 7: I följande avsnitt presenteras en beskrivande analys och en korrelationsanalys utifrån svarsresultaten från enkäten.

Kapitel 8: Det avslutande kapitlet behandlar en diskussion av resultaten, slutsatser samt förslag till framtida forskning.

2 Uppsatsens metod

I detta avsnitt diskuteras den valda metoden för den här studien. Först diskuteras forskningsansats och forskningsmetod. Därefter presenteras de teorier som används i studien. Slutligen summeras kapitlet i en kort sammanfattning.

2.1 Forskningsansats och forskningsmetod

Studiens utgångspunkt är att undersöka om företagens hållbarhetsarbete har förändrats för att möta det nya lagkravet om hållbarhetsredovisning. Fokus ligger på att ta reda på vilka åtgärder som företagen vidtar och vilka faktorer som är avgörande för deras agerande. Dessa faktorer kommer sedan att ligga till grund för vår analys. Vårt grundläggande antagande är att det finns ett samband mellan hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete. Därför kommer också regleringen att medföra en förändring i båda delarna.

Därefter kommer faktorerna användas för att förklara hur företagen anammar den nya regleringen och hur det kan förändra hållbarhetsarbetet. Det finns en variation i hur företag arbetar med hållbarhetsredovisning och därmed även hållbarhetsarbete.

För att undersöka detta kommer fokus vara på att ta reda på hur företag reagerar när det kommer nya lagkrav. Utgångspunkten har varit en deduktiv ansats, eftersom befintliga teorier, faktorer och litteratur har använts för att utveckla en modell. Den främsta teorin som används är institutionell teori eftersom den förklarar företags agerande vid en ny reglering. Denna teori kommer även att kompletteras med fler teorier för att få ett bredare perspektiv på fenomenet.

Utifrån modellen kommer det att formuleras hypoteser som sedan testas i praktiken. Detta gör det möjligt att ta reda på hur förhållandet mellan teori och praktik ser ut. En deduktiv ansats kan innebära att hypotesen sedan ska bekräftas eller förkastas (Bryman & Bell, 2013). Denna typ av deduktiv strategi kan anses vara teoriprovande och kan kopplas till ett kvantitativt synsätt (Lind, 2014). En fördel att använda sig av deduktiv ansats är att det kan ge generella kunskaper om hypotesen bekräftas. En nackdel kan vara att det blir ett smalt problemområde som testas när man formulerar hypoteser (Patel & Davidson, 2011).

Motsatsen till deduktiv ansats är induktiv ansats, vilket innebär att det fokuseras mindre på teorier samt att modeller utvecklas utifrån empiriska resultat (Lind, 2014). En fördel att använda sig av en induktiv ansats är att tidigare forskning inte påverkar studien och därför söker man inte efter att finna specifika faktorer. Nackdelen är att forskningen kan sakna

tydlig objektivitet, då forskarens personliga synvinkel kan påverka forskningen (Patel & Davidson, 2011).

Den deduktiva ansatsen kommer att kompletteras med en induktiv ansats, vilket skapar möjligheten att tolka och finna mönster i de empiriska resultaten. Detta innebär att modellen och hypoteserna kan justeras utifrån de empiriska resultaten. När induktion och deduktion kombineras resulterar det i abduktion, vilket innebär en tydlig teoretisk utgångspunkt, fast inte så tydlig att det behöver finnas en modell (Lind, 2014).

Teorin kommer användas integrerat under studien med en tydlig teoretisk utgångspunkt eftersom vi har skapat en modell. Modellen är baserad på faktorer som har bevisats att påverka hållbarhetsredovisningens omfattning. Dessa faktorer används för att undersöka hur företagens hållbarhetsarbete påverkas vid införandet av den nya regleringen.

Induktiv strategi är aktuell då empirin ska analyseras och tolkas (Lind, 2014). Detta för att finna ett samband mellan faktorerna utan att behöva förkasta hypoteserna. Ovanstående resonemang resulterar i att studien huvudsakligen kommer genomsyras av en deduktiv ansats, men också till viss del av en induktiv ansats, vilket resulterar i en abduktiv ansats (Bryman & Bell, 2013).

Deduktiv ansats brukar kombineras med en kvantitativ forskningsmetod, vilket är en anledning till att en kvantitativ metod har valts (Bryman & Bell, 2013). Det är även viktigt att det empiriska fenomenet granskas på ett objektivt sätt, eftersom forskningen ska ge liknande resultat om den genomförs fler gånger. Forskningen bör därför inte influeras av personliga aspekter (Lind, 2014). I vår undersökning används enkäter från tidigare forskning som inspiration. Dessa har justerats och anpassats till den aktuella studien. På så vis minskar risken för subjektivitet eftersom frågorna delvis redan är formulerade och testade i tidigare forskning.

2.2 Teorier

Teorierna som kommer användas är institutionell-, legitimitet- och intressentteorin. Dessa har valts eftersom de kompletterar varandra och ger flera teoretiska perspektiv på fenomenet, vilket gör att en helhetsbild kan skapas. Den institutionella teorin är mest användbar, eftersom den tar upp hur organisationer agerar när sociala och institutionella krav och förväntningar förändras. Det är aktuellt för vår studie då vi ska undersöka vad som händer när reglering förändras.

2.2.1 Institutionell teori

Många stora företag har redan någon form av hållbarhetsarbete och hållbarhetsredovisning. En teori som kan förklara detta fenomen, är institutionell teori. Den handlar om hur företag reagerar vid förändring och vad deras agerande beror på. Det förklaras också varför företag agerar i enlighet med omgivningens förväntningar, samt varför företag tenderar att följa reglering (Eriksson-Zetterquist, 2009).

Ett viktigt begrepp inom institutionell teori är frikoppling, vilket innebär att företag skapar en stötdämpare för att skydda sin inre kärna. Här är risken att företagen skapar en redovisning som skyddar den operativa kärnan från att påverkas (Deegan & Unerman, 2011). En fördel med det är att företagen skapar en uthållighet för förändringar och en bättre anpassningsförmåga (Eriksson-Zetterquist, 2009).

Isomorfismen är ytterligare en del av institutionell teori, som förklarar varför företag tenderar att likna varandra. Det finns tre delar av isomorfismen. Dessa är tvingande, imiterande och normativ (DiMaggio & Powell, 1983).

Tvingande isomorfism innebär att organisationer förändrar sitt agerande på grund av krav och press från intressenter som organisationen är beroende av. Denna del är relaterad till makt. Exempelvis om det råder frivillig hållbarhetsrapportering och ett företag rapporterar, kan mäktiga intressenter tvinga företaget att använda specifika rapporteringsstandarder, såsom *Global reporting initiatives* riktlinjer. På grund av att de mäktiga intressenterna kan ställa samma krav på andra organisationer, leder det till att organisationer tenderar att likna varandra (Deegan & Unerman, 2011).

Mimetisk isomorfism innebär att i osäkra situationer kan osäkerheten driva företag till att imitera andra företag. Det kan exempelvis ske när organisationer använder teknologi som de inte förstår eller om deras mål är tvetydiga. De antar då en förändring, i form av att imitera andra företag, för att framstå som innovativa och bibehålla legitimitet (DiMaggio & Powell, 1983).

Normativ isomorfism innebär att professionalisering och utbildningar kan ha inflytande på vad som är rätt eller fel samt hur verksamheten ska bedrivas i branschen. Detta kan i sin tur vara ett försök till att skapa en förståelse och legitimitet för organisationen. Därigenom kan organisationer bli mer framgångsrika samtidigt som de lättare kan överleva på marknaden (DiMaggio & Powell, 1983).

2.2.2 *Legitimitetsteorin*

Legitimitetsteorin förklarar varför företag anpassar sig efter samhällets förväntningar och normer för att framstå som legitima. Det innebär att organisationer beaktar samhällets krav och förväntningar för att framstå som legitima. Svårigheten kan vara att kraven och förväntningarna är dynamiska och förändras över tiden. Legitimitet anses viktigt eftersom det kan vara en avgörande resurs för organisationens överlevnad (Deegan & Unerman, 2011).

Legitimitetsteorin förklarar varför företag producerar hållbarhetsredovisning för att framstå som legitima och få möjlighet till konkurrensfördelar (Deegan & Unerman, 2011). Det nya lagkravet kommer medföra förväntningar från samhället att företagen ska producera hållbarhetsredovisning. Det är därför viktigt att företag redan nu har börjat agera och ta till sig regleringens krav för att kunna överleva på marknaden.

2.2.3 *Intressentteorin*

En teori som behandlar olika intressentgrupper är intressentteorin. Den innehåller flera likheter med legitimitetsteorin. Skillnaden är att intressentteorin diskuterar särskilda grupper med intressenter och inte samhället i stort. De olika intressentgrupperna har olika intressen och därmed kan det uppstå konflikter (Deegan & Unerman, 2011).

Intressentteorin förklarar hur intressenterna påverkar företagets hållbarhetsarbete och deras benägenhet till förändring (Wicks et al. 2009) Intressenterna kan ha en avgörande roll för företagets agerande, eftersom deras krav kan påverka i vilken mån företagen anammar reglering (Stubbs et al. 2013).

Det har visat sig att företag tenderar att vara mer mottagliga för krav från intressenter som besitter makt, legitimitet och har viktiga roller (Mitchell, Agle, & Wood, 1997). Exempelvis kan lagstiftaren anses vara en sådan intressent eftersom de beslutar om nya regleringar.

2.3 Kapitelsammanfattning

Det har tydliggjorts att studien främst präglas av en deduktiv ansats eftersom teorin grundas på redan existerande litteratur. Detta kompletteras med en induktiv ansats för att kunna tolka de empiriska resultaten. Den första teorin som presenterades var institutionell teori som kan användas i samband med regleringsförändring. Därefter presenterades legitimitetsteorin och intressentteorin som används för att förklara företags agerande gentemot samhället och andra intressenter.

3 Reglering av hållbarhetsrapportering

Följande kapitel beskriver bakgrunden till den nya regleringen samt dess innebörd. Det beskrivs även hur reglering kan påverka hållbarhetsredovisning, samt fördelar respektive nackdelar med hållbarhetsredovisning. Avsnittet struktureras i följande ordning, den nya regleringen, regleringens påverkan och slutligen en kapitelsammanfattning.

3.1 Den nya regleringen

Den 1 december 2016 infördes en förändring av årsredovisningslagen. Förändringen medförde att stora företag måste redovisa hållbarhet och det gäller räkenskapsår från och med 2017. De ska upplysa om korruption, mänskliga rättigheter, sociala förhållande, miljö och personal (Prop. 2015/16:193,). Dessa olika aspekter samlas under begreppet hållbarhet. Syftet med att införa lagkravet är att informationen om hållbarhet ska vara mer jämförbar och transparensen ska öka. Det ska även utveckla och stödja företagens arbete med hållbarhetsfrågor.

Rapporteringskravet bygger på ett EU-direktiv som tolkats i förhållande till svensk lagstiftning. Det har resulterat i att det omfattar fler företag än minimikraven i direktivet. Det är endast stora företag som omfattas och det gäller de företag som uppfyller minst två av tre kriterier. Dessa kriterier är att medelantalet anställda ska vara mer än 250, balansomslutningen ska vara mer än 175 mkr och nettoomsättningen ska vara mer än 350 mkr. Det innebär att cirka 1600 svenska företag omfattas av den nya regleringen (Prop. 2015/16:193,).

De senaste åren har företagens intresse för hållbarhetsfrågor ökat. Exempelvis är det frågor om hur företagen kan förändra sin inverkan på samhället. En anledning till att företag har engagerat sig i hållbarhetsredovisning är att det medför flera fördelar, såsom förstärkt varumärke och rykte. Hållbarhetsredovisningen har också varit ett sätt att driva förbättringsfrågor vilket har resulterat i att många företag redan idag har ett aktivt hållbarhetsarbete (Amran & Keat Ooi, 2014). Trots detta behövs en ökad transparens, vilket kan uppnås genom regleringen (Prop. 2015/16:193).

Införandet av regleringen ökar möjligheten att jämföra olika företag, eftersom företagen blir tvungade att utvärdera sin verksamhet på lika villkor. Regleringen ska även bidra till att hållbarhetsredovisning fortsätter att utvecklas. Förändringen kan medföra merkostnader för

företagen och deras redovisning. Trots det kommer företagets ställning att stärkas, eftersom de kan använda redovisningen som en konkurrensfördel (Prop. 2015/16:193).

Utifrån ovanstående är det tydligt att lagstiftningen diskuterar hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete växlande. Detta indikerar således att den nya regleringen ska utveckla både redovisningen och företagets arbete med hållbarhetsfrågor. Utifrån ovanstående anses det att lagstiftaren påvisar att det finns ett tydligt samband mellan företagets hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete.

3.2 Regleringens påverkan

Lagkrav har en positiv påverkan på företagets hållbarhetsredovisning (Hahn & Kühnen, 2013), eftersom de medför ökad transparens, mer relevant information och ökad jämförbarhet (Amran & Keat Ooi, 2014). Regleringen kan även skapa en ram för vilka områden som måste inkluderas i redovisningen. Detta kan i sin tur också resultera i att företagen uppnår en mer hållbar verksamhet, eftersom medvetenheten ökar kring frågorna när de måste diskuteras (Hess & Dunfee, 2007). Gray och Milne (2002) anser också att reglering behövs för att företag ska producera en fullständig och rättvisande hållbarhetsredovisning. Samtidigt medför det att företagen blir tvungna att agera hållbart.

Som tidigare nämnts ökar transparensen när hållbarhetsredovisning regleras. Transparens är en viktig del eftersom det medför att intressenterna är medvetna om vad som händer i företaget och varför. Det har visat sig att när intressenterna är välinformerade minskar sannolikheten för negativa uppfattningar om företagets verksamhet. Ökad transparens underlättar således för företagen att behålla en image och uppnå legitimitet (Amran & Keat Ooi, 2014).

Att företagen reagerar vid förändring av reglering kan förklaras genom institutionell teori. Institutionell teori beskriver att det finns starka organisationer som ställer krav på andra mindre starka organisationer. Exempelvis är staten en stark organisation som sätter press i form av införande av reglering och andra kontroller. De mindre starka organisationerna, det vill säga företagen, anpassar sig till förändringen på grund av sin ställning där de är beroende av den starka organisationen (Eriksson-Zetterquist, 2009).

3.3 Kapitelsammanfattning

Ovanstående avsnitt informerade om den nya regleringen och vad den innebär. Det presenterades vilka företag och vilka hållbarhetsområden som omfattas. Regleringen påvisar ett direkt samband mellan hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete, eftersom syftet med regleringen är att utveckla företagens arbete med hållbarhet. Fördelen med regleringen är att det bland annat medför ökad transparens och företagens medvetenhet om sin påverkan på omgivningen ökar. Företagens agerande vid införande av reglering kan förklaras genom institutionell teori, eftersom staten är en starkare organisation som företagen måste anpassa sig efter.

4 Litteratur

I följande kapitel diskuteras litteratur som är aktuell för vår studie. De områden som tas upp är hållbarhetsredovisning, företags benägenhet till förändring, sambandet mellan hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete och slutligen en kapitelsammanfattning.

4.1 Hållbarhetsredovisning

Ett företag påverkas av flera olika intressenter såsom anställda, kunder, leverantörer, långivare och myndigheter. Dessa har olika ekonomiska, miljömässiga och sociala intressen som avgör en organisations framgång (Buchholz & Rosenthal, 2005). Hållbarhetsredovisning är en viktig kommunikationskanal för organisationer där de kan publicera deras hållbarhetsarbete. Genom att offentliggöra hållbarhetsinformation uppnås bland annat transparens, legitimitet och konkurrenskraft.

Standardisering av hållbarhetsredovisning har genomförts med hjälp av bland annat GRI:s riktlinjer för hållbarhetsredovisning. GRI är ett ramverk för hur företag kan redovisa sitt hållbarhetsarbete. Trots detta ramverk, kvarstår signifikanta skillnader mellan företag från olika branscher. Skillnaderna gäller innehållet och kvaliteten av hållbarhetsredovisningen (Fortanier, Kolk, & Pinkse, 2011). Olikheterna kan minska vid införandet av regleringen, eftersom den syftar till att öka jämförbarheten mellan företag men även mellan olika räkenskapsår (Prop. 2015/16:193).

4.2 Företags benägenhet till förändring

Företag måste kunna förändra sig för att kunna utvecklas och möta nya krav. Hur företag agerar vid förändringar är olika. En forskningsstudie visar att de flesta förändringsinitiativ som föreslås misslyckas. En anledning till det kan vara motstånd från medarbetarna till förändringen, vilket är en naturlig reaktion eftersom medarbetare kan se förändringen som ett hot mot deras existens (Stonehouse, 2013).

För att skapa en god förändringsbenägenhet i ett företag krävs kommunikation och deltagande av medarbetare (Soumyaja, Kamalanabhan, & Bhattacharyya, 2011).

Medarbetarna är en del av organisationskulturen som kan påverka förändringsprocessen både negativt och positivt. Exempelvis kan organisationskulturen bidra till att skapa nya strukturer och skapa en positiv upplevelse av förändringen i företaget. Medarbetarna kan dock göra motstånd och motarbeta förändringsprocessen (Bang, 1995).

Forskning indikerar på att en av de främsta orsakerna till att planerade förändringar misslyckas är brister i den interna kommunikationen. Om ledningen kommunicerar tydligare och mer frekvent till medarbetarna, kommer förändringen bli mer framgångsrik eftersom det är medarbetarna som skapar förändring (Johansson & Heide, 2008).

Ledarskap kan vara en avgörande faktor för företags benägenhet till förändring. Drivs ledarskapet genom delaktighet av medarbetarna kan det öka kvaliteten av organisationsförändringen (Pearlmutter, 1998). Det finns organisationer som är i framkant gällande förnyelse och utveckling över tiden. Vanligast är det organisationer som befinner sig i branscher med hög konkurrens samt med stark påverkan av trender i samhället som exempelvis H&M (Schlingmann, 2013).

Enligt institutionell teori medför reglering en organisatorisk förändring, eftersom företag agerar för att bemöta nya lagar och krav som ställs. Reglering har också bevisats att påverka en organisations beteende och struktur (DiMaggio & Powell, 1983).

4.3 Samband mellan hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete

Det finns ett samband mellan företags hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete (Prop. 2015/16:193). Fyrk & Köhlers (2016) forskning indikerar att hållbarhetsredovisningen är ett uttryck för företags ambitioner att utveckla sitt hållbarhetsarbete. Trots det så behöver hållbarhetsredovisningen nödvändigtvis inte avspegla det verkliga hållbarhetsarbetet. Detta kan undersökas genom företags långsiktiga mål. Ett exempel kan vara om miljöutsläpp kontinuerligt följs upp.

Författarna beskriver också indikatorer som tyder på att hållbarhetsarbetet inte motsvarar informationen i hållbarhetsredovisningen. En indikator kan vara brist på relevant information och mer fokus på layouten än på de organisatoriska åtgärderna. Hållbarhetsredovisningen används således främst för att publicera positiv information, även om det inte avspeglar det verkliga agerandet. Exempelvis kan etiska riktlinjer publiceras och sedan saknas uppföljning om genomförandet (Fyrk & Köhler, 2016).

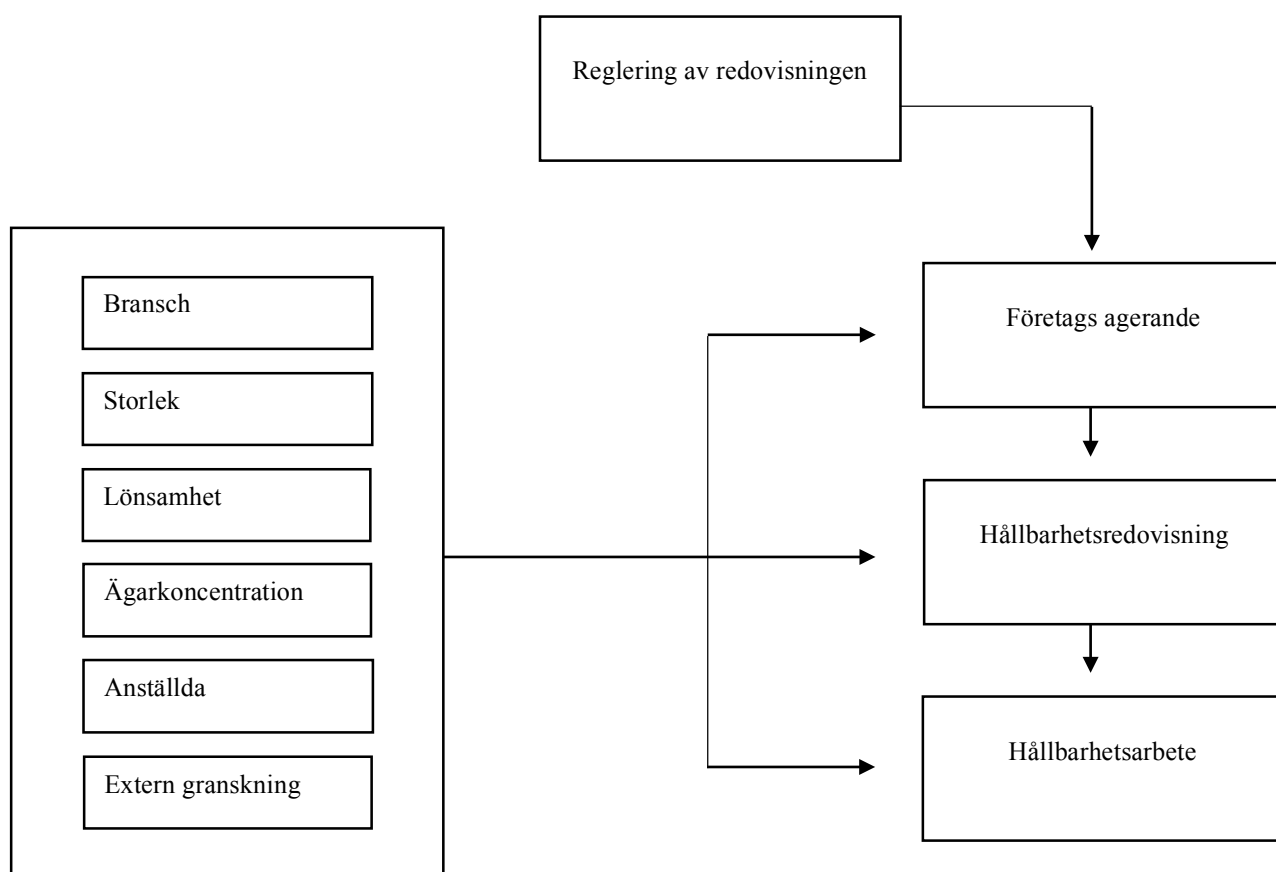
4.4 Kapitelsammanfattning

Det har tydliggjorts att hållbarhetsredovisning är en kommunikationskanal för att nå ut till intressenter. Frivillig redovisning medför att företags hållbarhetsredovisning skiljer sig trots existerande riktlinjer som har varit syftade att standardisera. Dessutom minskar tillförlitligheten eftersom företagen inte visar full transparens. Det som är avgörande för att

uppnå förändring är medarbetarna, kommunikationen och ledarskapet. Vi tydliggör även sambandet mellan hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete, samt konstaterar att hållbarhetsredovisning inte alltid är rättvisande.

5 Teori

I detta avsnitt diskuteras olika faktorer som påverkar hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete. Faktorerna som tas upp är bransch, storlek, lönsamhet, ägarkoncentration, anställda och extern granskning. Faktorerna kopplas även till regleringens effekt på företags agerande. Sambandet förklaras nedan genom en modell som vi har utformat. Därefter diskuteras varje faktor var för sig och hypoteser formuleras. Slutligen presenteras en kapitelsammanfattning.



Figur 1. Faktorer som påverkar företags förändringsbenägenhet (egen bearbetning).

5.1 Modell

Figur 1 illustrerar att reglering av hållbarhetsredovisning påverkar företags agerande, eftersom de måste bemöta regleringen. Det kan medföra en förändring i både hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete då det tidigare påvisats samband mellan hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete. Faktorerna som illustreras till vänster i figur 1 anses påverka hållbarhetsredovisningens omfattning och företags agerande. På grund av det indirekta sambandet anses faktorerna även förklara hållbarhetsarbetets omfattning.

5.2 Bransch

En extern faktor som påverkar incitament till att hållbarhetsredovisa är branschen som företaget är verksam inom. Detta eftersom hållbarhetsredovisning varierar mellan olika branscher. Exempelvis i form av hur företag redovisar hållbarhet samt mängden information som tas med (Tagesson et al. 2009; Amran & Keat Ooi, 2014). Företag som verkar i branscher med hög påverkan på samhället och miljön kan behöva upprätta hållbarhetsredovisning för att agera i enlighet med intressenters krav (Hahn & Kühnen, 2013). Det beror på att inom dessa branscher är intressenterna ofta mer välinformerade och medvetna, vilket gör att de ställer högre krav på företagen (Amran & Keat Ooi, 2014).

Det har konstaterats att vissa branscher arbetar mer avancerat med hållbarhetsfrågor än andra (Jones, Comfort, & Hillier, 2011). Utgångspunkten är att branschen företaget verkar inom avgör hur aktivt de arbetar med hållbarhet. Det beror på hur stort tryck det finns från externa intressenter inom branschen. Företag som har en direkt påverkan på miljön har exempelvis högre krav från intressenter (Hahn & Kühnen, 2013).

Krav från intressenterna kan företagen tillfredsställa genom att bland annat hållbarhetsredovisa. Anledningen till att företag producerar hållbarhetsredovisning är främst för att uppnå legitimitet och bemöta intressenternas krav (Deegan & Gordon, 1996). Det är främst företag som upplever press från samhället, i form av media, som kan använda hållbarhetsredovisning för att försöka uppnå samhällets förväntningar (Stubbs et al. 2013). Hållbarhetsredovisning kan även användas för att rättfärdiga företagets verksamhet för borgenärer och aktieägare (Hahn & Kühnen, 2013).

När det sker en förändring av regleringen antas det att företag kommer att agera olika, eftersom de inte verkar inom samma bransch. Branscher där intressenter ställer höga krav på att företagen ska ha en hållbar verksamhet antas ha en större benägenhet att arbeta aktivt med

de obligatoriska hållbarhetsområdena. Det kan därför antas att dessa företag även har större incitament att förändra arbetet. Förändringen antas uppstå genom att arbetet med hållbarhetsområdena har blivit intensivare det senaste året. Detta resulterar i den första hypotesen.

H1: Vilken bransch företaget verkar inom påverkar hur aktivt företaget arbetar med hållbarhetsområdena och om arbetet har blivit intensivare det senaste året.

5.3 Storlek

Företagets storlek är en av de mest avgörande faktorerna som påverkar mängden av hållbarhetsfrågor som företaget förväntas arbeta med (Amran & Keat Ooi, 2014; Hahn & Kühnen, 2013). Det beror främst på att större företag är mer synliga, vilket innebär att de är mer känsliga och utsatta för intressenter (Tagesson et al. 2009). Exempelvis har media en viktig roll i att forma intressenters uppfattningar om en verksamhet. Därigenom kan intressenterna få ett företag att agera med högre grad av hållbarhetshandlingar (Amran & Keat Ooi, 2014).

När ett företag utsätts för publicitet från media kan det medföra att de lägger ner mer engagemang på sin hållbarhetsredovisning. Detta kan innebära att redovisningens omfattning och innehåll ökar. Samtidigt vill företag undvika att utsättas för dålig publicitet och istället utnyttja de eventuella fördelar som positiv publicitet kan medföra (Hahn & Kühnen, 2013). Exempelvis kan det stärka företagets varumärke och rykte (Amran & Keat Ooi, 2014).

Vi kan konstatera att företagets storlek har en positiv inverkan på hållbarhetsredovisningen, eftersom stora företag är mer synliga och känsliga för externa intressenters tryck. Trycket från intressenterna, kan även medföra att företag upplever större benägenhet att arbeta mer aktivt med hållbarhet. Det kan bero på att företag som inte arbetar aktivt med hållbarhet kan få negativ publicitet som kan leda till ett försämrat rykte.

Anledningen till att företag väljer att arbeta med hållbarhet är för att vara konkurrenskraftiga och uppfylla intressenternas krav. Det är speciellt större företag som känner ett ökat behov av publicitet om sitt arbete med hållbarhet, eftersom de är mer känsliga för intressenternas krav. Detta kan innebära att det är de stora företagen som förändrar sitt hållbarhetsarbete till följd av den nya regleringen och arbetar mer intensivt med hållbarhetsområdena. Om företag ständigt redovisar om sina hållbarhetsaktiviteter kan de dessutom säkerställa legitimitet (Hahn & Kühnen, 2013).

Regleringen kan medföra att större företag arbetar mer aktivt med de obligatoriska hållbarhetsområdena i regleringen. Det kan även antas att de större företagen agerar för att bemöta den nya regleringen och därför har deras hållbarhetsarbete förändrats det senaste året. Följande resonemang resulterar i den andra hypotesen.

H2: Företagets storlek är positivt korrelerat med hur aktivt arbetet är med de olika hållbarhetsområdena och om arbetet har blivit intensivare det senaste året.

5.4 Lönsamhet

Tidigare forskning indikerar att det finns en korrelation mellan lönsamhet och att redovisa om hållbarhet. Det kan delvis förklaras genom att god lönsamhet leder till mer omfattande hållbarhetsredovisning (Tagesson et al. 2009). Exempelvis menar Tagesson et al. (2009) att ett mer lönsamt företag har mer resurser att publicera information om hållbarhet. Det kan även förklaras genom att arbete med hållbarhetsfrågor i verksamheten leder till god lönsamhet, då hållbarhetsredovisningen kan medföra ökad medvetenhet kring resurser. Det kan i sin tur resultera i att företagets resursanvändning blir effektivare. Detta kan minska kostnaderna i form av lägre råvaruintag eller att hållbarhetsarbetet medför färre konflikter med miljöorganisationer (Almgren & Brorson, 2012).

Det har konstaterats att det finns en korrelation mellan hållbarhetsredovisning och lönsamhet. Det påvisas genom att den nya regleringen av hållbarhetsredovisning medför kostsamma förändringar för många företag (Prop. 2015/16:193). Dessa kostnader kan lättare hanteras av ett lönsamt företag eftersom de har mer resurser för hållbarhetsarbetet. Då resursanvändningen kan effektiviseras ser vi en direkt koppling till hållbarhetsarbetet, eftersom lägre användning av resurser kan vara en del av företagets hållbarhetsarbete (Almgren & Brorson, 2012).

Institutionell teori förklarar bland annat att företag frivilligt producerar information om hållbarhet för skapa en image som möjligtvis kan skilja sig från verkligheten. Exempelvis kan hållbarhetsredovisningen framställas som att företaget arbetar aktivt med hållbarhet, men istället används den för att maximera lönsamheten (Deegan & Unerman, 2011).

Utifrån ovanstående teori antas det att företag med högre lönsamhet arbetar mer aktivt med de olika hållbarhetsområdena i regleringen. Det kan även antas att lönsammare företag har förändrat sitt hållbarhetsarbete det senaste året, eftersom de har mer resurser till att arbeta med hållbarhet. Ovanstående resonemang är grunden till den tredje hypotesen.

H3: Företagets lönsamhet är positivt korrelerat med hur aktivt arbetet är med de olika hållbarhetsområdena och om arbetet har blivit intensivare det senaste året.

5.5 Ägarkoncentration

Företagets ägarstruktur är ytterligare en faktor som påverkar hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete. Ett vanligt sätt att definiera ägarstruktur är genom att mäta ägarkoncentrationen i företaget. Detta innebär att vid hög ägarkoncentration är spridningen av ägarna liten (Tagesson et al. 2009).

En ägarstruktur med hög ägarkoncentration är familjeägda företag. I dessa företag har ägarna en mer personlig förbindelse genom sin investering. Detta kan medföra att familjeföretag tenderar att vara mindre riskbenägna, eftersom de är mer försiktiga och har ett långsiktigt personligt engagemang (Strebulaev & Yang, 2013). Fastän familjeföretag har ett aktivt hållbarhetsarbete, är det inte givet att det hållbarhetsredovisas. Det kan bero på att de inte upplever lika stort tryck att hållbarhetsredovisa från intressenter som exempelvis aktieägare (Tagesson et al. 2009).

Spritt ägande är ett exempel på låg ägarkoncentration, vilket innebär att företagen har många ägare med små innehav. Förväntningar på att dessa företag ska hållbarhetsredovisa är högre än på de företag med hög ägarkoncentration (Tagesson et al. 2009). En anledning kan vara att det finns fler externa intressenter som ställer högre krav på hållbarhetsredovisningen. Däremot kan det inte påvisas att hållbarhetsarbetet blir mer aktivt vid spritt ägande. I företag med spritt ägande är det oftast styrelsen som tar de viktigaste besluten eftersom det saknas majoritet bland ägarna (Jakobsson & Wiberg, 2014).

Även om ägastrukturen skiljer sig mellan företag arbetar alla för att framstå som legitima och uppfylla samhällets krav. För att bemöta kraven bör företagen agera hållbart och sedan redovisa det på ett tillförlitligt sätt. Däremot kan företag ange vissa saker i hållbarhetsredovisningen som inte speglar det verkliga hållbarhetsarbetet. En anledning kan vara att företagen vill skapa en image, vilket överensstämmer med den institutionella teorin (Deegan & Unerman, 2011).

Utifrån ovanstående kan det anses att företag kommer agera olika till följd av regleringen på grund av ägarkoncentrationen. Företag med hög ägarkoncentration antas arbeta mer aktivt med de olika hållbarhetsområdena i regleringen. Det antas också att dessa företag har

förändrat hållbarhetsarbetet för att uppfylla regleringens krav. Företag med spritt ägande anses främst fokusera på hållbarhetsredovisningen istället för att arbeta aktivt med hållbarhetsområdena. Detta resulterar i den fjärde hypotesen.

H4: Ägarkoncentrationen i företaget är positivt korrelerat med hur aktivt arbetet är med de olika hållbarhetsområdena och om arbetet har blivit intensivare det senaste året.

5.6 Anställda

Anställda är en faktor som kan påverka hållbarhetsredovisningens omfattning. Flera fördelar finns med att arbeta med hållbarhet. Exempelvis finns ett samband att företag som arbetar aktivt med hållbarhetsfrågor också är attraktiva arbetsgivare. Företag kan däremot ha olika incitament för att arbeta med hållbarhetsfrågor. Ett incitament kan vara för att attrahera anställda. (Greening & Turban, 2000).

Om de konkurrerande företagen arbetar med hållbarhet leder det till att andra företag härmar detta och arbetar med hållbarhet. Det görs för att kunna attrahera värdefulla medarbetare och överleva på lång sikt. Detta överensstämmer även med den institutionella teorin som beskriver att om många företag har hållbarhetsredovisning, tenderar andra icke-redovisande företag att också utveckla det (DiMaggio & Powell, 1983).

Företag som vill framstå som en attraktiv arbetsgivare och har anställda som värderar hållbarhetsfrågor högt, kommer agera direkt för att bemöta den nya regleringen. Det för att vara konkurrenskraftiga och starka på arbetsmarknaden. De företag som vill framstå som en attraktiv arbetsgivare måste därmed anpassa sig och bemöta den nya regleringen, genom att förändra och arbeta mer intensivt med hållbarhet. Det resulterar i att dessa företag kommer arbeta mer aktivt med de olika hållbarhetsområdena. Ovanstående resonemang resulterar i den femte hypotesen.

H5: Företag som vill framstå som en attraktiv arbetsgivare kommer arbeta mer aktivt med de olika hållbarhetsområdena och att arbetet har blivit intensivare det senaste året.

5.7 Extern granskning

Den nya regleringen ställer även krav på extern granskning då revisorn ska kontrollera att företaget redovisar om hållbarhet (Prop. 2015/16:193). Det innebär således att det faktiska innehållet inte behöver kontrolleras, utan det är upp till företagen att avgöra om de vill att revisorn ska granska innehållet.

Extern granskning anses vara en faktor som påverkar omfattningen av hållbarhetsredovisningen och hållbarhetsarbetet. Revisionen kan även vara ett sätt för företagsledningen att kontrollera hållbarhetsredovisningen och dess funktion. Revisionen verifierar informationen och därmed är det en form av kvalitetskontroll, både internt och externt (Almgren & Brorson, 2012).

Revisionen påverkar hållbarhetsredovisningen positivt eftersom det kan medföra att företaget behöver förändra och förbättra sin redovisning. Det för att revisorn kontrollerar om rapporten ger en rättvisande bild av företaget (Almgren & Brorson, 2012). Investeringarna i hållbarhetsarbetet görs därmed för att hållbarhetsredovisningen ska förbättras. Det innebär att revisionen har en positiv påverkan både på redovisningen och det faktiska arbetet.

Revisorn har också en positiv påverkan på hållbarhetsarbetet eftersom företag kan få rekommendationer på vad som bör förändras. Det kan innebära en förändring i arbetet med de olika hållbarhetsområdena, vilket kan medföra att arbetet blir mer intensivt. Detta leder i sin tur till att företagen kan leva upp till de förväntningar som samhället har. Genom granskningen kan också legitimitet skapas eftersom innehållet kvalitetssäkras av en tredje oberoende part. Detta kan sammankopplas med legitimitetsteorin som innebär att företag vill framstå som legitima. Där den bidragande faktorn till legitimitet är extern granskning av hållbarhetsredovisningen (Deegan & Unerman, 2011).

Det antas att extern granskning bidrar till ett mer aktivt hållbarhetsarbete. Detta eftersom granskningen kan medföra ökade krav på företagen. Bemöter företagen kraven indikerar det att de är villiga att förändra sitt hållbarhetsarbete. Det antas därför att företag som har extern granskning arbetar mer aktivt med de olika hållbarhetsområdena samt att de har förändrat sitt arbete det senaste året. Utifrån det här formuleras den sjätte hypotesen.

H6: Extern granskning medför att företag kommer arbeta mer aktivt med de olika hållbarhetsområdena och att arbetet har blivit intensivare det senaste året.

5.8 Kapitelsammanfattning

Det har identifierats faktorer i kapitlet som påverkar hur företag reagerar till den nya regleringen. Sambandet illustrerades i en modell där det tydliggörs hur faktorerna är kopplade till hållbarhetsarbetet och dess förändring. Faktorerna är bransch, storlek, lönsamhet, ägarkoncentration, anställda och extern granskning. Varje faktor diskuterades i ett enskilt avsnitt och resulterade i hypoteser som kommer testas i den empiriska studien.

6 Empirisk metod

Här presenteras studiens undersökningsmetod, vilket är enkäter. Det diskuteras även hur urval och datainsamling är genomförda. Sedan presenteras en operationalisering som innehåller argument för relevansen av frågorna i enkäten. Därefter har en bortfallsanalys genomförts som bland annat beskriver studiens låga svarsfrekvens. Avsnittet avslutas med en kapitelsammanfattning.

6.1 Undersökningsmetod

Studien kommer genomföras med enkäter som har utformats med hjälp av enkätfrågor från tidigare forskning. På så vis kan vi öka reliabiliteten eftersom frågorna har blivit testade i tidigare studier samt att det möjliggör en jämförelse med vårt resultat. Vi har även formulerat några egna frågor som är anpassade till vår studie. Enkäten har först prövats på några testpersoner eftersom vi vill kontrollera att utformningen på frågorna är korrekta.

Enkäter valdes som undersökningsmetod i studien eftersom det gör det möjligt att nå ut till många respondenter. Vid utskick av enkäter är svarsfrekvensen svår att beräkna vilket kan vara en nackdel (Bryman & Bell, 2013). Fördelen med att använda enkäter är att det är mindre tidskrävande samt ger en möjlighet till att nå ut till många respondenter. Det är också möjligt att enkelt jämföra svaren eftersom alla respondenter får samma frågor och de flesta frågorna innehåller färdiga svarsalternativ (Ejvegård, 2009). Vid enkätundersökningar finns det en risk för svarsbortfall som kan medföra att resultatet av undersökningen blir mindre tillförlitligt om bortfallet är stort (Körner & Wahlgren, 2015).

6.2 Urval

I forskning där populationen är stor kan det vara praktiskt att göra ett urval. Vi har inte haft möjligheten att inkludera alla 1600 företag som berörs av regleringen. Därför har ett urval gjorts och enkäter har skickats ut till 265 företag. Det beräknar vi vara tillräckligt för att kunna generalisera resultaten. Dessutom kan det vara tidseffektivt att genomföra urvalsundersökningar eftersom resultatet kan publiceras innan det blir inaktuellt (Körner & Wahlgren, 2015).

Eftersom den nya regleringen enbart omfattar stora företag har vårt urval baserats på detta. Urvalet består således enbart av stora företag som är relevanta för studien. För att identifiera företag som är aktuella att inkludera i undersökningen har vi använt oss av samtliga segment

från Nasdaq OMX Stockholms börslistor. Det medför en ytterligare begränsning i form av att vi endast tittar på börsnoterade företag.

6.3 Datainsamling

Genom våra enkäter har primärdata samlats in. Sådan data anses mer tillförlitlig då informationen har samlats in direkt från företagen. Enkätundersökningen genomfördes elektroniskt och mejlades ut till företagen. Brev som har skickats ut till respondenterna återfinns i bilaga 2 och 3. Frågorna i enkäten blandades för att den tillfrågade personen inte skulle räkna ut vad som är rätt eller fel svar. På så vis ges ett så verklighetsbaserat svar som möjligt.

6.4 Operationalisering

Nedan presenteras de frågor som enkäten innehåller. En del frågor besvaras med en skala på 1-7, där 1 innebär att påståendet inte stämmer och 7 att det stämmer. Det motiveras och redogörs för varför frågorna tagits med och vad de ska tillföra studien. Operationaliseringen är uppdelad i bakgrundsfrågor, bransch, storlek, lönsamhet, ägarkoncentration, anställda, extern granskning, korruption, mänskliga rättigheter, sociala förhållanden, miljöfrågor, personal samt övriga frågor. För att se hela enkäten med svarsalternativ se bilaga 1.

6.4.1 Bakgrundsfrågor

Enkäten inleds med frågor om respondentens delaktighet i hållbarhetsarbetet och hållbarhetsredovisningen samt hur hållbarhetsarbetet är fördelat i organisationen.

Din funktion i hållbarhetsarbetet

Frågan ställs eftersom vi vill ta reda på individens funktion i hållbarhetsarbetet. Det kan avspegla personens kunskap om företagets hållbarhetsarbete och därmed även påverka hur tillförlitliga svaren är. Svarsalternativen är färdigformulerade och de beskriver kortfattat olika funktioner. Dessa har formulerats koncist för att respondenten enkelt ska avgöra vilket svar som överensstämmer.

Hur är hållbarhetsarbetet organiserat inom företaget?

Den andra bakgrundsfrågan ger en överblick hur företaget arbetar med hållbarhetsfrågor. Respondenten får fyra svarsalternativ och får markera de alternativ som stämmer. Svaren kan indikera på hur engagemanget för hållbarhetsarbetet är i organisationen och det ger oss en överblick.

Hur mycket arbetar du sammanlagt med hållbarhetsredovisningen?

Frågan ställs eftersom det förklarar hur mycket respondenten arbetar med hållbarhetsredovisningen. Svaret är utformat så att respondenten får ange antal timmar per vecka. Utformningen gör det tydligare och enklare för respondenten att snabbt bedöma antalet arbetade timmar. Dessutom kan det i analysen formuleras intervall utifrån svarsalternativen och därmed dras säkra slutsatser.

Hur mycket arbetar du sammanlagt med hållbarhetsarbetet?

Frågan ställs eftersom det ger en inblick i hur insatt respondenten är i hållbarhetsarbetet. Liksom i ovanstående fråga är det ett öppet svarsalternativ och antal timmar per vecka ska anges. Vi anser att det blir tydligare och enklare för respondenten att fritt ange antal timmar. Dessutom kan det i analysen formuleras intervall utifrån svarsalternativen och därmed dras säkra slutsatser.

6.4.2 Bransch

I detta avsnitt undersöks det vilken bransch företaget tillhör. Det är intressant eftersom teorikapitlet beskriver att branschen kan påverka hur företaget reagerar vid ny reglering av hållbarhetsarbetet.

Vilken bransch verkar företaget inom?

Frågan ställs för att ta reda på vilken bransch företaget är verksam inom. Då vi gjort vårt urval av företag utifrån Nasdaq OMX Stockholm, är även svarsalternativen för bransch inhämtade därifrån. Det innebär att svarsalternativen är färdigformulerade och respondenterna får markera det alternativ som anses överensstämma.

6.4.3 Storlek

Följande avsnitt innehåller frågor om företagens storlek, vilket är intressant eftersom regleringen endast omfattar vissa företag. Samtidigt ges möjligheten att dra slutsatser om företagens storlek och om det påverkar hållbarhetsarbetet. Det är aktuellt eftersom teorin antyder att storleken påverkar hur företagen reagerar till förändring.

Vad har företaget för nettoomsättning, räkenskapsår 2016?

Lagkravet omfattar endast företag som har en nettoomsättning som överstiger 350 miljoner kronor. Frågan är intressant eftersom det tydliggör om företaget berörs av den nya regleringen. Här får respondenten själv ange svar, eftersom ett exakt svar ger en mer korrekt

analys. Variabeln kommer användas tillsammans med de två nästkommande frågorna för att vi ska få en korrekt uppfattning om företagets storlek.

Vad har företaget för balansomslutning, räkenskapsår 2016?

Lagkravet omfattar endast företag som har en balansomslutning som överstiger 175 miljoner kronor. Frågan ställs för att ta reda på om företaget omfattas av regleringen och svaret kommer beaktas tillsammans med de andra frågorna om storlek. Även här är det ett öppet svarsalternativ och fördelen är att respondenterna kan ange ett exakt svar. Det underlättar även för analysen eftersom vi själva kan utforma intervall utifrån resultatet.

Vad var medelantalet anställda räkenskapsår 2016?

Lagkravet omfattar endast företag som har mer än 250 anställda. Frågan ställs för att undersöka om företaget omfattas av den nya regleringen och svaren kommer analyseras tillsammans med de övriga storleksmåten. Här är det ett öppet svarsalternativ och därav ges exakta svar. Det bidrar till att en korrekt analys kan genomföras eftersom vi själva utformar intervall utifrån svaren.

6.4.4 Lönsamhet

Följande fråga ställs för att undersöka företagets lönsamhet. Detta är intressant då teorikapitlet beskriver ett samband mellan företags lönsamhet och hållbarhetsarbetets omfattning.

Vad är företagets ROA, avkastning på totalt kapital, räkenskapsår 2016?

Frågan används för att bedöma företagets lönsamhet. Svaret är öppet och respondenten får ange vilken ROA de uppskattar att företaget har. Fördelen är att respondenten kan ange ett exakt svar, vilket underlättar för respondenten eftersom de inte behöver överväga svarsalternativ. Det underlättar även för analysen eftersom det främjar en korrekt analys när exakta svar erhålls.

6.4.5 Ägarkoncentration

Följande fråga inkluderas i enkäten för att undersöka ägarkoncentrationen. Det är intressant eftersom modellen illustrerar att ägarkoncentrationen kan påverka företagets arbete med hållbarhetsfrågor.

Antal ägare som behövs för att uppnå röstmajoritet

Det är intressant att ta reda på hur många ägare som behövs för att uppnå röstmajoritet, eftersom det mäter ägarkoncentrationen. Svarsalternativen är färdigformulerade och

respondenterna ska markera ett svar. Frågan är inhämtad från tidigare forskning, vilket kan bidra till en ökad tillförlitlighet (Karlsson & Skoglund, 2010). Ägarkoncentration kan mätas på olika sätt. Vi valde att respondenterna ska ange antalet ägare, eftersom teorikapitlet argumenterar för att en högre ägarkoncentration medför att hållbarhetsarbetets omfattning ökar.

6.4.6 Anställda

Avsnittet innehåller frågor som ska mäta om företagen anses vara attraktiva arbetsgivare. Detta är intressant eftersom modellen tar upp att faktorn påverkar företags agerande när den nya regleringen införs. Svartalternativen för samtliga frågor i avsnittet består av en skala 1-7. Fördelen med utformningen är att det är enkelt för respondenterna att svara, samt att det blir användbart i analysen.

Uppfattar du att företaget är attraktivt för tjänstemän?

Frågan ställs för att få en uppfattning för hur attraktivt företaget är. Risken är att alla respondenter svarar att företagen är attraktiva, även om inte så är fallet. Frågan har tagits med eftersom det var det bästa alternativet av de frågorna som vi valde mellan.

Vad erbjuder företaget sina anställda?

- 1) *Möjlighet till ansvarstagande för individen*
- 2) *Möjlighet till befordran*
- 3) *Möjlighet till utveckling*

Alla ovanstående påståenden är formulerade utifrån en tidigare studie (Knutsson & Malmros, 2014). Detta är faktorer som har identifierats att påverka arbetstillfredsställelsen. Frågan är intressant eftersom vi ska definiera en attraktiv arbetsgivare.

Hur kommuniceras hållbarhetsarbetet internt?

- 1) *Regelbundet via interna informationskanaler*
- 2) *Regelbundna utbildningsinsatser*
- 3) *I utbildningen av nyanställda*
- 4) *På annat sätt*

Denna fråga ställs för att undersöka hur väl hållbarhetsarbetet genomsyrar hela organisationen. Det är intressant eftersom det kan indikera på hur medvetna och informerade de anställda är om företagets hållbarhetsfrågor. Det kan i sin tur anknytas till företagets hållbarhetsarbete. Svartalternativen är färdigformulerade och hämtade från tidigare litteratur.

Detta ökar jämförbarheten och även tillförlitligheten eftersom frågorna har använts i tidigare studier (Hållbart värdeskapande, 2011).

6.4.7 Extern granskning

Nästkommade frågor är syftade till att mäta om företaget redovisar hållbarhet samt hur det granskas. Det är intressant eftersom teorikapitlet diskuterar extern granskning som en faktor som påverkar hållbarhetsarbetets omfattning.

Hur redovisar företaget sitt arbete med hållbarhetsfrågor?

Eftersom studiens frågeställning utgår från förändring i hållbarhetsarbetet anses det vara relevant att undersöka i vilken utsträckning företaget redovisar hållbarhetsfrågor. Detta för att ta reda på om respondenten anser att företaget informerar om hållbarhetsfrågor.

Svarsalternativen är formulerade så att respondenten får markera de alternativ som stämmer. Alternativen är baserade på egna erfarenheter och tidigare litteratur för att försöka inkludera de mest relevanta alternativen (Hållbart värdeskapande, 2011).

Hur granskas hållbarhetsredovisningen?

Modellen tar upp att extern granskning är en faktor som påverkar hållbarhetsarbetet och ökar trovärdigheten för redovisningen. Därmed anses det intressant att ta reda på vilka företag som har extern granskning. Svarsalternativen är hämtade från tidigare forskning som har undersökt området och respondenten får markera de alternativ som stämmer (Hållbart värdeskapande, 2011). Det innebär att respondenten kan markera flera alternativ om det är aktuellt.

6.4.8 Korruption

Frågor i avsnitt 6.4.8 - 6.4.12 är baserade på hållbarhetsområdena som omfattas av den nya regleringen. Regleringen innebär att företag måste informera om vissa områden i hållbarhetsredovisningen. De områdena som åtminstone ska behandlas är korruption, mänskliga rättigheter, sociala förhållande, miljö och personal. Nedanstående frågor ställs för att undersöka hållbarhetsarbetet och hur det har utvecklats det senaste året. Frågorna är uppdelade efter hållbarhetsområdena och strukturen på varje område är densamma. Det vill säga att frågorna på varje område har utformats likadant, vilket underlättar jämförbarheten i analysen.

Företaget arbetar aktivt mot korruption

Frågan medtages för att ta reda på om företaget överhuvudtaget arbetar med

korruptionsfrågor. Samtidigt ges ett svar på hur aktivt respondenten anser att arbetet är. Här anges svarsalternativ från 1–7, och respondenten markerar ett alternativ för att besvara hur väl påståendet stämmer.

Företagets arbete med korruption har blivit intensivare det senaste året

Frågan ställs eftersom vi ska undersöka hur hållbarhetsarbetet har förändrats till följd av den nya regleringen. Vid utformandet av enkäten märkte vi att det är svårt att formulera en fråga som fångar både den nya regleringen och hur hållbarhetsarbetet har påverkats. Utifrån diskussioner enades vi om att ovanstående fråga var lämpligast, eftersom den mäter om arbetet har förändrats. Respondenterna får svara på en skala 1-7 hur väl påståendet stämmer.

Det finns en antikorrupsionsstrategi

En strategi för att hantera och motverka korruption kan formuleras genom en policy. En sådan policy kan variera väldigt mycket. Det handlar huvudsakligen om att företaget har grundprinciper för hur olika situationer kring korruption ska hanteras. Att ha en policy kan öka trovärdigheten för hållbarhetsarbetet (Arnsvik Bjurefalk, 2014). Anledningen till att frågan ställs är för att det kan indikera på hur mycket företaget arbetar kring frågorna. Svarsalternativen anges på en skala mellan 1-7 och respondenten väljer nummer för hur väl påståendet stämmer.

Strategin följdes senast upp

Frågan behandlar hur väl företaget följer upp sin strategi. Det undersöks för att ta reda på om strategin uppfyller sin funktion. Frågan har ett öppet svar och respondenterna får ange när företaget senast följde upp strategin.

Vad är ett viktigt motiv för företagets arbete med korruption

Lagstiftning

Reglering

Företagets kultur

Samhällets påtryckningar

Massmedias bevakning

Konkurrenskraft

Frågan är intressant eftersom det ska undersökas vilka motiv som ligger bakom företagets arbete mot korruption. Svarsalternativen kan framställas på olika sätt och ett alternativ kan vara att respondenterna får rangordna de olika motiven. Då framkommer det inte om två

motiv värderas lika högt och därför har vi istället valt att respondenterna får svara på en skala mellan 1-7.

6.4.9 Mänskliga rättigheter

Följande avsnitt innehåller frågor om hur företagen arbetar med mänskliga rättigheter, vilket är det andra området som ska inkluderas i hållbarhetsredovisningen.

Företaget arbetar aktivt med mänskliga rättigheter

Frågan ställs för att ta reda på om företaget arbetar med frågor kring mänskliga rättigheter. Även för att ta reda på hur aktivt företaget anses arbeta med mänskliga rättigheter enligt respondenterna. Svartalternativ anges från 1–7 och respondenterna markerar ett nummer för hur väl de anser att påståendet stämmer.

Företagets arbete med mänskliga rättigheter har blivit intensivare det senaste året

Frågan ska undersöka om arbetet med mänskliga rättigheter har förändrats till följd av den nya regleringen. Svartalternativen består av en skala 1–7 och respondenterna får markera det alternativ som stämmer.

Det finns en strategi för hur arbete sker med mänskliga rättigheter

Frågan ställs för att ta reda på om företaget har en strategi eller liknande för arbete med mänskliga rättigheter. En strategi kan öka trovärdigheten för hur aktivt arbetet med mänskliga rättigheter är. Svartalternativ är en skala 1–7 och respondenterna får markera det som stämmer.

Strategin följdes senast upp

Har företaget en strategi, är det även intressant att undersöka när strategin senast följdes upp. Det kan indikera på hur aktivt företaget arbetar med strategin. Frågan har ett öppet svar där respondenterna anger när den senaste uppföljningen genomfördes.

Vad är ett viktigt motiv för företagets arbete med mänskliga rättigheter

Lagstiftning

Reglering

Företagets kultur

Samhällets påtryckningar

Massmedias bevakning

Konkurrenskraft

Frågan är intressant eftersom det ska undersökas vilka motiv som ligger bakom företagets arbete med mänskliga rättigheter. Respondenterna får värdera motiven på en skala 1-7.

6.4.10 Sociala förhållande

Avsnittet behandlar frågor som berör hur företaget arbetar med sociala förhållanden. Det är intressant eftersom det är ett område som ska inkluderas i hållbarhetsredovisningen enligt den nya regleringen.

Företaget arbetar aktivt med sociala förhållande

Frågan ställs för att ta reda om företaget arbetar med frågor som rör sociala förhållande samt för att ta reda på hur aktivt arbetet är. Här anges svarsalternativ från 1–7 och respondenterna svarar hur väl de anser att påståendet stämmer.

Företagets arbete med sociala förhållande har blivit intensivare det senaste året

Denna fråga ställs för att ta reda på om företagets arbete med sociala förhållande har ökat det senaste året. Svarsalternativen är påstående 1–7 och respondenterna får markera det alternativ som stämmer.

Det finns en strategi för hur arbete sker med sociala förhållande

Har företaget en strategi eller liknande för hur de arbetar med sociala förhållanden, kan det tyda på att arbetet är mer aktivt. Det ökar även trovärdigheten i respondenternas resonemang, eftersom det innebär att företaget har något konkret att arbeta efter. Svarsalternativen anges i form av alternativ 1–7 och respondenterna får markera ett alternativ.

Strategin följdes senast upp

Det är intressant att undersöka om företaget följer upp strategin, eftersom det kan vara en indikation att företaget arbetar aktivt med sociala förhållanden. Frågan har ett öppet svar och respondenterna får ange när företaget senaste följde upp strategin.

Vad är ett viktigt motiv för företagets arbete med sociala förhållande

Lagstiftning

Reglering

Företagets kultur

Samhällets påtryckningar

Massmedias bevakning

Konkurrenskraft

Frågan är intressant eftersom vi ska undersöka hur arbetet med sociala förhållanden påverkas

vid införandet av den nya regleringen. Det undersöks vilka motiv som anses vara viktiga för arbetet med sociala förhållanden enligt respondenterna. Respondenterna får svara på en skala 1-7 hur viktigt respektive motiv är.

6.4.11 Miljöfrågor

Avsnittet behandlar frågor som berör hur företaget arbetar med miljöfrågor. Det är intressant eftersom det är ett område som ska inkluderas i hållbarhetsredovisningen enligt den nya regleringen.

Företaget arbetar aktivt med miljöfrågor

Frågan ställs för att undersöka om företaget arbetar med miljöfrågor samt hur aktivt respondenterna anser att företagets arbete är. Svartalternativ anges på en skala mellan 1–7 och respondenterna svarar hur väl påståendet stämmer.

Företagets arbete med miljöfrågor har blivit intensivare det senaste året

Vi ska undersöka den förändring som regleringen kan ha medfört. Därför är det intressant att undersöka om företagets arbete med miljöfrågor har blivit intensivare det senaste året. Svartalternativen är påstående 1–7 och respondenterna får markera det alternativ som stämmer.

Det finns en strategi för hur arbetet sker med miljö

En strategi eller liknande kan indikera på att företaget arbetar mer aktivt med miljö. Det ökar dessutom trovärdigheten för respondenternas tidigare svar, eftersom det finns riktlinjer för hur de ska arbeta. Svartalternativ anges på en skala 1–7 och respondenterna får markera det alternativet som stämmer.

Strategin följdes senast upp

Frågan behandlar när strategin senast följdes upp, vilket kan indikera på hur aktivt företaget arbetar med strategin. Frågan har ett öppet svar och respondenterna får ange tidpunkten för den senaste uppföljningen.

Vad är ett viktigt motiv för företagets arbete med miljöfrågor

Lagstiftning

Reglering

Företagets kultur

Samhällets påtryckningar

Massmedias bevakning

Konkurrenskraft

Frågan ställs eftersom det ska undersökas hur arbetet med miljöfrågor kan påverkas av den nya regleringen. Det görs genom att ta reda på vad respondenterna anser vara viktiga motiv för att arbeta med miljö. Varje påstående anges på en skala 1-7 och respondenterna får markera det alternativ som stämmer.

6.4.12 Personal

Avsnittet behandlar frågor som berör hur företaget arbetar med personalfrågor. Vilket är intressant eftersom det är ett område som ska inkluderas i hållbarhetsredovisningen enligt den nya regleringen.

Företaget arbetar aktivt med personalfrågor

Det är intressant att undersöka om företaget arbetar med personalfrågor och hur aktivt arbetet är. Detta eftersom personal är ett område som omfattas av regleringen. Svartalternativ anges från 1–7 och respondenterna markerar det alternativ som stämmer.

Företagets arbete med personalfrågor har blivit intensivare det senaste året

Genom frågan undersöks det hur företagets arbete har förändrats sedan regleringens införande. Därför är det intressant att se om arbetet med personalfrågor har påverkats och blivit intensivare det senaste året. Svartalternativen är en skala med 1–7 och respondenterna får markera det alternativ som stämmer.

Det finns en strategi för hur arbete sker med personalfrågor

En strategi för arbete med personalfrågor kan indikera på att företaget arbetar mer aktivt med personalfrågor, eftersom det finns riktlinjer för hur företaget ska agera i situationer som berör personalfrågor. Svartalternativen är 1–7 och respondenterna får markera det alternativ som stämmer.

Strategin följdes senast upp

Det är även intressant om företaget efterlever strategin, eftersom förändring är aktuell i studien. Genom att undersöka när strategin senast följdes upp kan indikation ges på hur aktivt företaget arbetar med strategin. Frågan har ett öppet svar och respondenterna får ange när strategin senast följdes upp.

Vad är ett viktigt motiv för företagets arbete med personalfrågor

Lagstiftning

Reglering

Företagets kultur

Samhällets påtryckningar

Massmedias bevakning

Konkurrenskraft

Frågan ställs eftersom vi är intresserade av att undersöka vad som anses vara viktiga motiv för arbetet med personalfrågor. Respondenterna får värdera varje påstående var för sig på en skala 1-7.

6.4.13 Övriga frågor

Enkäten avslutades med två övriga frågor.

Arbetar företaget med andra område inom hållbarhet än som angivits ovan?

Här ges respondenterna möjlighet att tillägga om företaget arbetar med fler hållbarhetsområden än vad som tagits upp i enkäten. Vi har enbart tagit med de områden som omfattas av den nya regleringen, men här får vi reda på om det finns företag som arbetar med fler hållbarhetsfrågor.

Vill du ha resultatet av vår undersökning, ange din mejladress nedan så skickar vi en sammanfattning.

Slutligen ger vi respondenterna möjligheten att ange sin mejladress om de vill ha resultaten av studien.

6.5 Bortfallsanalys

Svarsbortfallet på vår enkätundersökning är högt. Enkäten skickades ut till 265 företag och det var endast 31 respondenter som besvarade enkäten. Det motsvarar ett svarsbortfall på 234 företag och en total svarsfrekvens på 12%. En del av dessa 31 respondenter besvarade inte alla frågor i enkäten, vilket medförde olika svarsfrekvenser på varje fråga. Det medför att vi hela tiden arbetar med olika respondenturval i analysen av resultatet.

En möjlig anledning till det stora svarsbortfallet kan vara att enkäten aldrig kom fram till rätt person. Det kan även bero på tidsbrist då vi tror att de stora börsnoterade bolagen får in många enkäter och förfrågningar kring examensarbete under den här perioden. Vi kan inte dra några generella slutsatser utan enbart se indikationer då svarsfrekvensen är låg.

6.6 Kapitelsammanfattning

I avsnittet presenterades att studiens empiri har samlats in genom enkäter, vilket gör det möjligt att nå ut till många respondenter. Företagen som enkäten skickades till är

börsnoterade på Nasdaq OMX börslistor. Därefter har operationaliseringen presenterats där det har redogjorts varför enkätfrågorna har tagits med. Slutligen diskuterades svarsbortfallet.

7 Enkätanalys

Kapitlet presenterar en enkätanalys utifrån svaren från enkäten. Enkätanalysen har genomförts i programmet SPSS och frekvenstabeller, alfatest och korrelationsanalys har framställts. Kapitlet inleder med en beskrivande analys av enkätresultaten. Därefter presenteras korrelationsanalys som visar om och hur variablerna korrelerar med varandra. Kapitlet avslutas med en kapitelsammanfattning där de mest centrala delarna presenteras.

7.1 Beskrivande analys

I följande avsnitt presenteras de mest relevanta resultaten i form av en beskrivande analys och Cronbach's alfa. Genom Cronbach's alfa testas det om variablerna mäter samma sak. Det som undersöks är alfavärdet. Visas ett alfa på 0,7 eller högre, indikerar det att variablerna samvarierar (Körner & Wahlgren, 2015).

De enkätfrågor som besvarats med en skala på 1-7 har kodats om till en tregradig skala. Det innebär att svar 1-3 är lika med stämmer inte, 4 är neutral och svar 5-7 stämmer. Detta var nödvändigt då svarsfrekvensen var låg vilket innebär att vi behövde minska variansen. Fullständiga svar för respektive fråga återfinns i bilaga 4.

7.1.1 Bakgrundsfrågor

Resultatet visar att cirka 40% respektive 45% av respondenterna är ansvariga eller involverade i hållbarhetsarbetet. Därför kan de anses ha kunskap inom området och därmed ökar svarens reliabilitet. Endast en respondent är inte involverad i hållbarhetsarbetet och det kan innebära att dennes svar inte är lika tillförlitligt. Ingen hänsyn tas till detta eftersom andelen enbart är 3,2%.

Att de flesta respondenter är insatta i hållbarhetsarbetet avspeglar även deras nerlagda timmar med hållbarhet. Totalt sätt är det nästan 40% av respondenterna som arbetar 40 timmar per vecka med hållbarhetsarbete. Respondenterna arbetar inte lika mycket med hållbarhetsredovisning då medelvärdet är cirka 4 timmar per vecka. Det indikerar att enkäten har nått ut till rätt personer som är kunniga inom området, vilket bidrar till ökad reliabilitet.

Studien visar att cirka 90% av företagen har hållbarhetsarbete idag, men det är organiserat på olika sätt. De allra flesta, cirka 77%, har hållbarhetsarbete på alla nivåer inom företaget. Däremot har cirka 10% av företagen en specifik avdelning som arbetar med hållbarhet. Det är endast ett företag som inte har något hållbarhetsarbete överhuvudtaget.

7.1.2 Bransch

I vår modell är bransch en faktor som påverkar hur företag reagerar när ny reglering införs. För att det ska kunna undersökas har varje bransch granskats som en enskild variabel. Variablerna har även kodats om till dummy variabler, eftersom det gör det möjligt att jämföra de olika branscherna. Den aktuella branschen är =1 och de övriga branscherna är =0.

Företagen som har besvarat enkäten är verksamma i branscherna informationsteknik, industrivaror och tjänster, sällanköpsvaror och tjänster, finans och material. Flest företag är verksamma i branschen industrivaror och tjänster, motsvarande cirka 20%. I branscherna informationsteknik och finans är andelen cirka 16% vardera. Tre företag, motsvarande 9,7%, är i branschen sällanköpsvaror och tjänster. Slutligen är 6,5% av företagen i branschen material. Resultaten visar att det finns en varians i materialet. Detta möjliggör att vi kan genomföra en ytterligare analys för att se om det finns någon bransch som avviker från övriga.

7.1.3 Storlek

Vår modell utgår från att storleken påverkar hur företagen reagerar när regleringen förändras. Som tidigare nämnts finns det flera storleksmått och i analysen används måttet nettoomsättning, eftersom det är ett vanligt och tillförlitligt mått som mäter företagets totala rörelseintäkter. Svaren har kodats om till tre kategorier, eftersom det minskar variansen och underlättar för att analysera datamaterialet.

Den första kategorin visar de företag som har en nettoomsättning som uppgår till 350 miljoner kronor. Gränsen valdes eftersom 350 miljoner kronor är ett av minimikraven för att företaget ska omfattas av den nya regleringen. Kategori två inkluderar företag som har en nettoomsättning mellan 350 miljoner kronor - 10 miljarder kronor. Intervallet kan förklaras med att medelvärdet är ca 12 miljarder och därav har vi valt att dra gränsen vid 10 miljarder kronor. Den sista kategorin behandlar de företag som har en nettoomsättning som överstiger 10 miljarder kronor.

Resultatet visar en svarsfrekvens på 24 personer, vilket kan förklaras med att respondenterna får ägna tid åt att undersöka och ta reda på svaret. Det är enbart fyra företag som har en nettoomsättning som understiger minimikravet på 350 miljoner kronor. Resterande 20 företag har en nettoomsättning som är högre, vilket är fördelat med 11 företag i den andra kategorin och 9 företag i den tredje kategorin.

Vi kan därmed dra slutsatsen att majoriteten uppfyller minimikravet på 350 miljoner kronor i nettoomsättning. Dessutom kan en viss varians i materialet identifieras, vilket är intressant för att finna samband med förändring av hållbarhetsarbetet.

7.1.4 Anställda

Enligt modellen är anställda en faktor som påverkar företagets agerande vid införandet av den nya regleringen. Om företaget framstår som en attraktiv arbetsgivare, kommer de agera för att inkludera fler delar av regleringen. Det kan konstateras att cirka tre fjärdedelar av respondenterna anser att företaget är en attraktiv arbetsgivare. Nackdelen med frågan är att de flesta respondenter anger att företaget är en attraktiv arbetsgivare, även om inte så är fallet. Det är något vi befarat tidigare och därav har fler frågor tagits med.

Det arbetsgivaren erbjuder sina anställda kan påverka arbetstillfredsställelsen och därmed hur attraktiv arbetsgivaren är. Resultatet visar att mer än 70% uppger att företaget erbjuder sina anställda möjlighet till ansvarstagande, möjlighet till befordran och möjlighet till utveckling. Detta innebär att det saknas varians eftersom nästan alla respondenter instämmer med ovanstående påstående.

Ett ytterligare sätt att undersöka om anställda är en faktor som påverkar företagets agerande är att undersöka hur hållbarhetsarbetet kommuniceras internt. Det kommer visa hur väl hållbarhetsarbetet genomsyrar hela organisationen. Det är cirka 50% av företagen som kommunicerar sitt hållbarhetsarbete genom interna informationskanaler, regelbundna utbildningsinsatser, via utbildning av nyanställda eller på annat sätt. Resultaten visar även att cirka 20% kommunicerar inte hållbarhetsarbetet på ovanstående sätt.

Respondenternas svar indikerar på att de anställda är medvetna och informerade om företagets hållbarhetsfrågor. Det eftersom de flesta företag kommunicerar sitt hållbarhetsarbete regelbundet och via flera kanaler. Därmed antas att företagets hållbarhetsarbete är aktivt i hela organisationen.

Det som genomsyrar avsnittet är en låg varians, vilket medför att resultatet enbart beskrivs översiktligt. Det kommer inte genomföras en korrelationsanalys, eftersom svaren saknar varians.

7.1.5 Lönsamhet

Modellen innehåller variabeln lönsamhet och vi beskriver ett samband mellan företags lönsamhet och hur de agerar vid förändring av reglering. Resultaten har kodats om till tre

olika kategorier för att enklare se hur variansen är i materialet. Då företagens ROA varierar mellan 0-21 % har kategorierna utformats så att bredden för varje kategori är densamma, det vill säga ett intervall på 7 procentenheter.

Tre företag har en ROA mellan 0-7%, sju företag har en ROA mellan 8-15% och fyra företag har en ROA mellan 16-21%. Resultaten indikerar på att det finns en varians i materialet och därför kan det undersökas vidare om företagets lönsamhet påverkar hur deras hållbarhetsarbete förändras av den nya regleringen.

7.1.6 Extern granskning

Modellen beskriver att extern granskning av hållbarhetsredovisning medför att företaget arbetar mer aktivt med hållbarhetsområdena. Resultaten från enkäten visar att cirka en tredjedel låter hållbarhetsredovisningen granskas av en oberoende tredje part och 41,9% gör inte det. Resultaten kan analyseras vidare och därigenom kan det konstateras om extern granskning är en faktor som är avgörande för hur företaget agerar.

Cirka en tredjedel av respondenterna angav även att företaget har internkontroll.

Internrevision är det endast två företag som har och 29% har ingen kontroll. Resultaten tyder på att en del av företagen använder flera kontroller för att säkerställa hållbarhetsredovisningens kvalitet. Det kan innebära att hållbarhetsarbetet är mer aktivt, men detta kommer inte att undersökas ytterligare.

Förutom extern granskning undersöker vi hur företagen presenterar sitt hållbarhetsarbete. Det är enbart två företag, motsvarande 6,5%, som redovisar sitt hållbarhetsarbete genom reklam. Resultatet visar att 29,0% av företagen har en separat hållbarhetsrapport där de redovisar sitt hållbarhetsarbete.

Det vanligaste sättet att redovisa om sitt hållbarhetsarbete är genom årsredovisningar, hemsidor och sociala medier, eftersom det är mer än 50% av respondenterna som anser det. Den höga andelen kan bero på att samhället har digitaliserats och att företagen når ut till intressenter via dessa kanaler. Det finns även några företag, cirka 20%, som redovisar på annat sätt än ovanstående.

Modellen visar att förändring av hållbarhetsredovisning medför förändring även i hållbarhetsarbetet. Då de flesta företag redovisar sitt hållbarhetsarbete via flera kanaler, kräver det att företagen arbetar mer aktivt med hållbarhet för att ha material att publicera.

7.1.7 Ägarkoncentration

Resultaten visar att 19,4% behöver fem eller färre ägare för att uppnå röstmajoritet. 32,3% har svarat att fler än fem ägare behövs för att uppnå röstmajoritet. Fördelningen mellan alternativen möjliggör en analys för att se om ägarkoncentrationen påverkar hur företagen reagerar till regleringen. Det är intressant eftersom modellen innehåller ägarkoncentration som en påverkande faktor till hur företagen förändras vid införande av ny reglering.

8.1.7 Korruption

Majoriteten av företagen arbetar aktivt med motverkande av korruption och det är endast några få företag som inte gör det. Ytterligare en faktor som kan indikera ett aktivt arbete är att det finns någon strategi för arbetet mot korruption. Övervägande 54,8% svarade att de har en strategi för motverkande av korruption. Övriga 16% anger att företaget inte har en sådan strategi.

Resultaten visar att majoriteten har en antikorrupsionsstrategi, vilket kan indikera att de företagen har ett mer aktivt arbete eftersom det finns en strategi för hur de ska arbeta. Cronbach's alfa motbevisar ovanstående resonemang eftersom alfavärdet blev 0,6. Detta är något för lågt för att påvisa att frågorna samvarierar. Därav kan det inte konstateras om företagets strategi gör att de arbetar mer aktivt med korruption.

Uppföljning av strategin är ytterligare en faktor som kan indikera hur aktivt arbetet är, eftersom uppföljningen antas innehålla information om resultat av arbetet och vad som kan förändras. 29,0% följde upp strategin 2016 och 22,6% följde upp den 2017. Endast ett företag följde senaste upp strategin 2014. Svartsbortfallet var nästan hälften av respondenterna, vilket kan bero på att de var tvungna att undersöka svaret. Vi kan se att de företag som har en strategi även följer upp den och arbetar aktivt med hållbarhetsområdet.

Det är hela 45% som anser att deras arbete har blivit intensivare det senaste året och det är 25% som anser att det inte har blivit intensivare. Svartsfördelningen indikerar att hållbarhetsarbetet har förändrats det senaste året, däremot kan det inte förklaras om det är till följd av regleringen.

7.1.8 Viktiga motiv för arbete mot korruption

Lagstiftning och reglering anses vara viktiga motiv för arbete mot korruption enligt 58% av respondenterna. Totalt är det cirka 13% som anser att det är oviktigt respektive är neutrala i frågan. Lagstiftning och reglering är båda institutionella faktorer och utifrån ovanstående

resultat samt ett Cronbach´s alfa på 0,996 kan det utläsas att de institutionella faktorerna är lika viktiga motiv. Svaresresultaten indikerar att företagets arbete med korruption förändras när lagkrav eller reglering införs, vilket är en central del av modellen.

Majoriteten av respondenterna, motsvarande cirka 68%, är eniga om att ett viktigt motiv för att arbeta mot korruption är företagets kultur. Det fanns en respondent som är neutral i frågan, men ingen av respondenterna anser att företagets kultur är oviktigt. Det tyder på att det är en betydande faktor till varför företag arbetar mot korruption.

Det är 50 % av respondenterna anger att de externa områdena såsom samhällets påtryckningar, massmedias bevakning och konkurrenskraft är viktiga motiv för arbetet mot korruption. Det finns dock cirka 3-10% på respektive område som anser att det är oviktigt och cirka 10-13 % som är neutrala. Genom Cronbach´s alfa på 0,807 kan vi även se att ovanstående motiv samvarierar med varandra, vilket tyder på att respondenterna anser att de externa områdena är lika viktiga motiv.

Resultaten tyder på att samtliga motiv är avgörande för företagets arbete mot korruption. Det går således inte att urskilja om reglering har en större påverkan än något annat motiv. Däremot kan det antas att företagen påverkas av den nya regleringen eftersom majoriteten anger att det är ett viktigt motiv.

7.1.9 Mänskliga rättigheter

Andelen som anger att företagen arbetar aktivt med mänskliga rättigheter är 48,4%. Övriga 22,6% svarar att företagen inte arbetar aktivt respektive är neutrala. Andelen som har en strategi för arbetet med mänskliga rättigheter är 48,4% och 22,6% har inte det. Om företagen har en strategi för arbete med mänskliga rättigheter kan det tyda på att de arbetar mer aktivt inom området. Alfavärdet för variablerna blev 0,923 vilket indikerar att de samvarierar. Det tyder på att företag som har en strategi för mänskliga rättigheter anser också att de arbetar aktivt med hållbarhetsområdet.

Det är 25,8% som följde upp strategin 2016 och 19,4% följde upp strategin 2017. Endast 3,2% följde upp strategin 2012. Resultaten visar att de flesta företag följde upp strategin nyligen, vilket indikerar på att de arbetar aktivt med sin strategi. Arbetet med mänskliga rättigheter har blivit intensivare det senaste året enligt 51,6% av respondenterna och 19,4% anger att arbetet inte har blivit intensivare. Resultaten tyder på att arbetet med mänskliga

rättigheter har blivit intensivare det senaste året och därmed verkar regleringen ha medfört förändring i hållbarhetsarbetet.

7.1.10 Viktiga motiv för arbete med mänskliga rättigheter

Nästan hälften av respondenterna, 48,4%, svarar att lagstiftning och reglering är viktiga motiv för arbetet med mänskliga rättigheter. Det finns företag, motsvarande 16%, som anser att det inte är viktiga motiv. Svaren från respondenterna tyder på att lagstiftning och reglering samvarierar och det styrks genom alfavärdet som blev 0,998. Resultaten indikerar att de flesta företag förändrar sitt arbete med mänskliga rättigheter till följd av nya regleringar och lagkrav.

Det är 61,3% av respondenterna anser att företagskulturen är ett viktigt motiv för arbetet med mänskliga rättigheter, medan cirka 6% inte gör det. Resultatet indikerar således att företagskulturen påverkar hur företaget arbetar med mänskliga rättigheter. Det kan även utläsas att företagets kultur är ett motiv som skiljer sig från övriga motiv då många respondenter värdesätter detta högt.

Vi kan utläsa att det är 40% av respondenterna som anser att de externa faktorerna samhällets påtryckningar, massmedias bevakning och konkurrenskraft är viktiga motiv för arbetet med mänskliga rättigheter. Slutligen är det 16%-23% av respondenterna som svarar att de tre externa faktorerna inte är viktiga motiv för arbetet med mänskliga rättigheter. Resultaten tyder på att variablerna mäter samma sak och alfavärdet visar samma, eftersom det blev 0,849.

7.1.11 Sociala förhållanden

Övervägande 58,1% av företagen arbetar aktivt med sociala förhållanden. Totalt 9,7% arbetar inte aktivt respektive är neutrala i frågan. Resultatet visar att cirka 42% av företagen har en strategi för deras arbete med sociala förhållanden. Totalt är det 26% som anger att företaget inte har någon strategi. Andelen som har en strategi för sociala förhållande är lägst i jämförelse mot de andra hållbarhetsområdena. Det kan indikera att företagen inte arbetar lika aktivt med detta område som med övriga. Respondenternas svar och ett alfavärde på 0,82 ger även här en indikation på att företag med en strategi för sociala förhållande även arbetar aktivt med hållbarhetsområdet.

Av de företag som har en strategi är det vanligast att den följdes upp 2016. Det finns även företag, motsvarande 16%, som följde upp strategin 2017. Trots högt svarsbortfall, 54,8%

visar resultaten att de företag som har en strategi arbetar aktivt med sociala förhållanden, eftersom uppföljning av strategin gjordes i år eller föregående år.

Det är 38,7% av respondenterna anger att företagets arbete med sociala förhållande har blivit intensivare det senaste året. 29,1% anger att det inte har blivit intensivare. Resultaten tyder på att majoriteten arbetar aktivt med området. Det är nästan 40% som arbetar intensivare med sociala förhållanden än tidigare. Däremot kan det inte avgöras om förändringen beror på den nya regleringen.

7.1.12 Viktiga motiv för arbete med sociala förhållanden

Lagstiftning och reglering anses vara viktiga motiv av cirka en tredjedel av respondenterna. Det är sammanlagt cirka 26% som anger att det inte är viktiga motiv respektive är neutrala i frågan. Resultaten visar att lagstiftning och reglering samvarierar, vilket även visas genom alfavärdet som blev 0,998. Utifrån svaren kan vi se att lagstiftning och reglering inte är lika avgörande som i tidigare område. Anledningen kan vara att arbetet med sociala förhållanden inte förändras lika mycket av den nya regleringen som de andra områdena.

Samtliga respondenter som besvarat frågan, vilket är 61%, anser att företagskulturen är ett viktigt motiv för arbete med sociala förhållanden. Detta är det enda motivet som samtliga respondenter anser vara viktigt för arbetet med sociala förhållanden, vilket kan indikera att företagets kultur påverkar hur de arbetar med sociala förhållanden.

De tre externa faktorerna skiljer sig mer åt än i tidigare område. Samhällets påtryckningar och konkurrenskraft anses vara viktiga motiv då cirka 50% och cirka 10% angav att det inte är viktigt respektive är neutrala i frågan. Det är 35,5 % av respondenterna som anser att massmedias bevakning är ett viktigt motiv. Andelen som inte anser att det är ett viktigt motiv respektive är neutrala i frågan är 22,6%. Trots att motiven avviker mer än tidigare från varandra blir alfavärdet 0,754, vilket indikerar att det finns en viss samvarians mellan variablerna.

7.1.13 Miljöfrågor

Samtliga respondenter, 67,7%, anser att företaget arbetar aktivt med miljöfrågor. Övriga 32,3% har inte besvarat frågan. Det här visar att det är fler företag som arbetar aktivt med miljöfrågor jämfört med de andra hållbarhetsområdena. En möjlig anledning kan vara att hållbarhetsarbete lätt förknippas med miljöfrågor eftersom det är ett välkänt område.

Ytterligare en faktor som kan indikera om företagen arbetar aktivt är om de har en strategi för arbetet med miljöfrågor. Det är enbart två företag som inte har någon strategi för arbetet med miljöfrågor, vilket motsvarar 6,4%. Det är 62,3% som har en strategi för hur arbetet sker med miljöfrågor. När ovanstående variabler testas ges ett alfavärde på 0,381, vilket innebär att variablerna inte samvarierar. Vi kan därför inte konstatera att företagen arbetar aktivt med miljöfrågor om de har en strategi.

Det är 35,5% av företagen som följde upp strategin under 2016 och det är 19,4% av företagen som gjorde sin uppföljning under 2017. Endast ett företag gjorde sin senaste uppföljning 2013, vilket motsvarar 3,2%. De flesta av företagen har följt upp strategin nyligen. Det indikerar att företagen arbetar mer aktivt med miljöfrågor eftersom de utvärderar sitt arbete och visar att de arbetar efter strategin.

Att företagen arbetar aktivt kan kopplas till att 38,7%, av företagens arbete med miljöfrågor har blivit intensivare det senaste året. Det är 25,8% som anser att arbetet med miljöfrågor inte har blivit intensivare. Även här att andelen är mindre än i tidigare områden. Det kan förklaras med att företagen redan arbetar aktivt med miljöfrågor och därav har arbetet inte blivit intensivare. Resultatet indikerar att den nya regleringen därför inte haft någon påverkan på arbetet med miljöfrågor.

7.1.14 Viktiga motiv för arbete med miljöfrågor

Lagstiftning och reglering anses vara viktiga motiv enligt cirka 42% respektive 48% av respondenterna för arbetet med miljö. Andelen som inte anser att de är viktiga motiv respektive är neutrala är totalt 16,1% för lagstiftning och 19,4% för reglering. Hur respondenterna har svarat på motiven varierar mer än tidigare och därför presenteras de var för sig. Nästan hälften av företagen anser att lagstiftning och reglering är viktiga motiv och därför kan de antas att de reagerar till följd av den nya regleringen. Trots att variansen är större än i övriga områden, samvarierar motiven eftersom alfavärdet är 0,979. Det tyder på att en del respondenter värderar lagstiftning och reglering lika.

Precis som i tidigare avsnitt, anger samtliga respondenter som besvarat frågan att företagets kultur är ett viktigt motiv för att arbeta med miljöfrågor. Svaren indikerar att företagskulturen påverkar hur företagen arbetar med miljöfrågor.

Samhällets påtryckningar och konkurrenskraft anses vara viktiga motiv enligt cirka hälften av respondenterna. Medan det är totalt 29% av respondenterna som anser att det är oviktiga

motiv eller är neutrala i frågan. Massmedias bevakning anses vara ett viktigt motiv enligt 38,7%. Det finns dock respondenter, motsvarande 23%, som anser att det inte är ett viktigt motiv eller är neutrala i frågan. Att ovanstående motiv samvarierar med varandra kan också visas genom ett högt alfavärde på 0,814. Svaren visar att flera av motiven är viktiga för arbetet med miljöfrågor och därför kan reglering eller lagstiftning inte identifieras vara avgörande faktorer för arbetet med miljöfrågor.

7.1.15 Personalfrågor

Det är 58,1% av respondenterna som anger att företaget arbetar aktivt med personalfrågor och två respondenter, det vill säga 6,5%, är neutrala i frågan. En faktor som kan ge en indikation att företag arbetar aktivt med personalfrågor är om det finns en strategi för arbetet med personalfrågor. Majoriteten, motsvarande 54,8%, av företagen har en strategi. Det är 9,7% som inte har en strategi eller är neutrala. Alfavärdet för variablerna blev 0,848 vilket innebär att de samvarierar.

Det var 22,6% av företagen som följde upp sin strategi 2016 respektive 2017. Det indikerar att företagen arbetar aktivt med personalfrågor eftersom strategierna har följts upp nyligen. Det är 41,9% av företagen som har arbetat mer intensivt det senaste året med personalfrågor. 6,5% är neutrala i frågan, vilket kan tolkas som att arbetet inte har blivit mer intensivt. Majoriteten anger att de har ett aktivt arbete med miljöfrågor och en något mindre andel anger att arbetet har blivit intensivare det senaste året. Däremot kan det inte avgöras om förändringen beror på den nya regleringen.

7.1.16 Viktiga motiv för arbete med personalfrågor

Cirka en tredje del av respondenterna anger att lagstiftning och reglering är viktiga motiv för företagets arbete med personalfrågor. Det är 12,9% som anger att dessa inte är viktiga motiv och 6,5% respektive 9,7% är neutrala i frågan. Andelen som anser att lagstiftning och reglering är viktiga motiv är en något lägre andel i jämförelse mot de andra hållbarhetsområdena. Det kan antas bero på att företagen redan arbetar aktivt med personalfrågor. Det finns en viss samvarians mellan motiven lagstiftning och reglering då alfavärdet är 0,993.

Respondenterna är eniga om att företagets kultur är ett viktigt motiv för arbete med personalfrågor, då samtliga respondenter, 54,8%, som besvarade frågan angav detta. Det indikerar precis som tidigare att företagets kultur kan vara avgörande för hur företaget arbetar med personalfrågor.

Det är 41,9% av företagen som anser att samhällets påtryckningar är ett viktigt motiv. Det är 9,7% som anser att samhällets påtryckningar inte är ett viktigt motiv och 3,2% är neutrala i frågan. Massmedias bevakning anses vara ett viktigt motiv enligt 32,3%, medan 22,6% av respondenterna inte anser att det är ett viktigt motiv. Slutligen presenteras det att 51,6 % av respondenterna anser att konkurrenskraft är ett viktigt motiv och 3,2% är neutrala.

I detta fall finns det inte någon stark samvarians mellan samhällets påtryckningar, massmedias bevakning och konkurrenskraft då alfavärdet är 0,654. Däremot tyder det på att samhällets påtryckningar och massmedias bevakning samvarierar med varandra eftersom alfavärdet är 0,856.

7.1.17 Avslutande frågor

Det har undersökts ifall företagen arbetar med de områden som den nya regleringen kräver. Det kan konstateras att det finns företag som arbetar med ytterligare områden som inte omfattas av lagkravet. Resultatet visar att 29% av företagen arbetar med andra hållbarhetsområden än ovanstående. Svartsbortfallet är över 50% och det är 19,4% som anger att de inte arbetar med fler område.

7.2 Korrelationsanalys

I avsnittet behandlas en korrelationsanalys, se bilaga 5. Grunden för analysen är de olika områdena som regleras av lagstiftningen, det vill säga korrupsion, mänskliga rättigheter, sociala förhållande, miljö och personal. Därefter analyseras dessa hållbarhetsområden mot de olika faktorerna som tas upp i modellen. Dessa är bransch, storlek, lönsamhet, ägarkoncentration, anställda och extern granskning.

Analysen genomförs för att kunna undersöka om hållbarhetsarbetet har förändrats sedan det nya lagkravet införts. Varje faktor testas tillsammans med hur aktivt företagen arbetar med varje hållbarhetsområde samt om arbetet blivit intensivare. Det för att undersöka om det finns några samband. Utifrån resultaten kan vi sedan analysera hypoteserna och avgöra om de ska accepteras eller förkastas.

I korrelationsanalysen är de beroende variablerna om företaget arbetar aktivt med hållbarhetsområdena och om arbetet har blivit intensivare det senaste året. De oberoende variablerna är således de olika faktorerna bransch, storlek, lönsamhet, anställda, ägarkoncentration och extern granskning.

Korrelationsanalysen genomförs med Spearmans rangkorrelation som används eftersom det är ett litet stickprov. Analysen baseras på totalt 31 svar, men på en del frågor är svarsfrekvensen lägre eftersom respondenterna inte besvarade samtliga frågor. Analysen genomförs genom att granska p-värdet som uppstår mot signifikansnivå. En vanlig signifikansnivå att använda är 5%, om p-värdet är lägre innebär det att korrelationen är signifikant. Det vill säga att det är statistiskt säkerställt att det finns en korrelation mellan variablerna. Finner vi ett högre värde kan det inte påvisas att en korrelation finns (Körner & Wahlgren, 2015).

7.2.1 *Bransch*

Första området som analyseras är om företaget arbetar aktivt med respektive hållbarhetsområde och om det korrelerar med vilken bransch företaget verkar inom. Det är intressant eftersom den första hypotesen undersöker om branschen påverkar hur aktivt företaget arbetar med de olika hållbarhetsområdena. Korrelationsanalysen visar att ingen av branscherna kan påvisas ha en korrelation med hur aktivt företagen arbetar med hållbarhetsområdena.

Andra området som analyseras är om företagens arbete med hållbarhetsområdena har blivit intensivare det senaste året och om det korrelerar med företagens bransch. Det är intressant att undersöka om arbetet har blivit intensivare det senaste året, då det kan indikera att företagens arbete har förändrats efter införandet av regleringen. Det är enbart inom finanssektorn som det finns korrelation mellan branschen och ett intensivare arbete med sociala förhållanden och miljöfrågor. Detta eftersom p-värdena är 2,5 respektive 2,8, vilket är lägre än signifikansnivån 5%. Inom övriga branscher kan ingen korrelation påvisas eftersom p-värdena är högre än signifikansnivån.

7.2.2 *Storlek*

Nästa område som analyseras är hur aktivt företaget arbetar med de olika hållbarhetsområdena och om det korrelerar med företagens storlek som mäts genom företagens nettoomsättning. Det här görs för att undersöka om hypotesen som berör storlek ska accepteras eller förkastas. Då nettoomsättningen inte är normalfördelad har den gjorts om till logaritmen av nettoomsättningen. Ingen korrelation kan påvisas mellan företagens storlek och hur aktivt företaget arbetar med de olika hållbarhetsområdena, eftersom p-värdena är högre än signifikansnivån 5%.

Andra området som analyseras är om företagets arbete med hållbarhetsområdena har blivit intensivare det senaste året och om det korrelerar med företagets storlek. Det är intressant att undersöka om arbetet har blivit intensivare det senaste året, eftersom det kan indikera att företagets arbete har förändrats efter införandet av regleringen. Det finns inte heller någon korrelation mellan företagets nettoomsättning och om arbetet med de olika hållbarhetsområdena har blivit mer intensivt det senaste året. Det eftersom p-värdena är högre än signifikansnivån 5%.

7.2.3 Lönsamhet

Nästa område som analyseras är om det finns ett samband mellan företagets lönsamhet och hur aktivt företaget arbetar med de olika hållbarhetsområdena. Det är intressant för att kunna besvara hypotesen.

För att mäta företagets lönsamhet har måttet ROA använts. Resultatet visar att fyra hållbarhetsområden inte kan påvisas korrelera med lönsamhet. Det är områdena mänskliga rättigheter, sociala förhållande, miljö och personal. Däremot kan det påvisas korrelation mellan hur aktivt företaget arbetar med korruption och lönsamhet, eftersom p-värdet är 3,6 vilket är lägre än signifikansnivån 5%.

Därefter analyseras det andra området, vilket är om arbetet med hållbarhetsområdena har blivit intensivare det senaste året och om det korrelerar med företagets lönsamhet. Det finns en korrelation mellan företagets lönsamhet och ett intensivare arbete med hållbarhetsområdena korruption, mänskliga rättigheter och sociala förhållanden. P-värdena som redovisas är 1,8, 3,4 och 2,7 och alla är lägre än signifikansnivån 5%. Inom övriga område, det vill säga miljö och personal, kan det inte påvisas någon korrelation.

7.2.4 Anställda

I följande avsnitt var avsikten att testa om det fanns något samband mellan hur attraktiv arbetsgivare företaget är och hur aktivt företaget arbetar med hållbarhetsområdena samt om arbetet har blivit intensivare det senaste året. För att mäta hur attraktiv arbetsgivare företaget är, formulerades ett flertal frågor i enkäten. Resultaten saknar varians eftersom samtliga respondenter ansåg att deras arbetsgivare var attraktiv och därav kunde ingen korrelationsanalys genomföras.

7.2.5 Ägarkoncentration

Nästa område som analyseras är ägarkoncentration och om det korrelerar med hur aktivt företagen arbetar med hållbarhetsområdena. Det undersöks eftersom en av hypoteserna beskriver att ägarkoncentrationen påverkar hur aktivt företaget arbetar med hållbarhetsområdena. Ingen korrelation kan påvisas, eftersom samtliga p-värde är högre än signifikansnivån 5%.

Andra området som analyseras är om det finns korrelation mellan företagets ägarkoncentration och om deras arbete med hållbarhetsområdena har blivit intensivare det senaste året. Det finns en negativ korrelation mellan antalet ägare och om företagets arbete med personalfrågor har blivit intensivare det senaste året. Det eftersom p-värdet är -4,6, vilket är lägre än signifikansnivån 5%.

7.2.6 Extern granskning

Sista området som analyseras är extern granskning i form av oberoende tredje part och om det korrelerar med hur aktivt företaget arbetar med hållbarhetsområdena. Det kan inte påvisas ett samband att företag som har extern granskning även arbetar mer aktivt med hållbarhetsområdena personal, sociala förhållanden och mänskliga rättigheter. Det eftersom p-värden är högre än signifikansnivån 5%.

Däremot är aktivt arbete med miljöfrågor korrelerat med extern granskning, eftersom p-värdet är 4,7, vilket är precis under signifikansnivån 5%. Ännu starkare korrelation finns mellan aktivt arbete med korruption och extern granskning. Det eftersom p-värdet är 0,05 vilket medför en tvåstjärnig signifikans. Det innebär bland annat att det finns ett starkt stöd för hypotesen, där företag med extern granskning arbetar mer aktivt mot korruption.

Det andra området analyserar om företags arbete med hållbarhetsområdena har blivit intensivare det senaste året och om det korrelerar med företag som har extern granskning. Enligt analysen finns det en korrelation mellan extern granskning och ett intensivare arbete med områdena korruption och sociala förhållanden. Detta då p-värdena är 1,9 respektive 4,5, vilket är mindre än signifikansnivån på 5%.

7.3 Kapitelsammanfattning

Ovanstående avsnitt behandlade en analys av enkäten. Först presenterades den beskrivande analysen som förklarade fördelningen av svaren på respektive fråga. Det ger en överblick över vad respondenterna har svarat och det har även identifierats mönster i svaren.

Cronbach's alfa presenterades även i den beskrivande analysen för att få indikationer på vilka variabler som samvarierar. Slutligen genomfördes en korrelationsanalys och resultaten indikerade att det finns flera samband mellan variablerna.

8 Diskussion och slutsats

I nedanstående avsnitt diskuteras resultatet från korrelationsanalysen, vilket gör det möjligt att besvara hypoteserna. Detta följs av en diskussion där vi presenterar egna reflektioner på resultatet. Till följd av en låg svarsfrekvens på enkäten resulterade vår undersökning i ett litet stickprov. Det kan medföra att studiens trovärdighet minskar och inga utvecklade svar anges (Körner & Wahlgren, 2015). Varje faktor diskuteras var för sig.

8.1 Bransch

Utifrån resultatet kan det endast återfinnas två samband inom faktorn bransch. Det vill säga samband mellan finanssektorn och ett intensivare arbete med sociala förhållanden och miljöfrågor. Det indikerar att hypotesen till viss del kan accepteras. Däremot kan inga samband påvisas för de flesta hållbarhetsområdena, vilket innebär att hypotesen till viss del också kan förkastas.

Resultatet tyder på att företag inom finansbranschen arbetar mer intensivt med miljö och sociala förhållanden än vad företag inom andra branscher gör. Det kan bero på att finanssektorn utsätts för tryck från intressenter eftersom de är en central del i samhällsekonomin. Detta leder till att de kan behöva arbeta mer aktivt med hållbarhetsområdena för att agera i enlighet med intressenternas krav.

Det kan även tyda på att finansbranschen sedan tidigare arbetar aktivt med övriga hållbarhetsområden och därmed är det endast deras arbete med sociala förhållande och miljö som har förändrats. Det går dock inte att säkerställa om det beror på den nya regleringen.

8.2 Storlek

Resultatet visar inte någon korrelation mellan företags storlek och om deras arbete med de olika hållbarhetsområdena är aktivt eller har blivit mer intensivt. Trots att större företag anses vara mer känsliga för intressenter och dålig publicitet finner vi inga indikationer att större företag arbetar mer aktivt med hållbarhet eller att arbetet har blivit intensivare. Det innebär att hypotesen kan förkastas eftersom ingen korrelation mellan företags storlek och ett aktivare arbete med hållbarhetsområdena eller att arbetet har förändrats kan påvisas. En möjlig anledning till att ingen korrelation kunde påvisas är att företagens storlek är svårt att mäta.

8.3 Lönsamhet

Resultatet visar ett samband mellan företagens lönsamhet och hur aktivt arbetet är mot korruption. Det kan även påvisas samband med lönsamhet och om arbetet har blivit

intensivare det senaste året med korruption, mänskliga rättigheter och sociala förhållanden. Detta indikerar på ett samband med företags lönsamhet och hur aktivt arbetet med hållbarhetsområdena är samt om det har förändrats det senaste året. Hypotesen kan därför till viss del accepteras. På grund av att inga samband påvisas med hållbarhetsområdena miljö och personal kan hypotesen också till viss del förkastas.

Utfallet av korrelationsanalysen visar på flera samband mellan lönsamhet och hållbarhetsområdena. Det kan indikera att företagen innehar resurser som de kan använda för att utveckla sitt arbete med de olika hållbarhetsområdena. Vi kan även utläsa att det inte finns en korrelation mellan lönsamhet och ett intensivare miljöarbete. Det kan tyda på att företagen redan har ett aktivt arbete med miljö och därav har de satsat på att intensifiera arbetet med andra områden såsom korruption.

8.4 Ägarkoncentration

Vår hypotes innebär att företag med hög ägarkoncentration arbetar mer aktivt med hållbarhetsområdena och att arbetet har blivit intensivare det senaste året. Vårt resultat visar ett negativt samband mellan antalet ägare och ett intensivare arbete med personal. Det innebär att det finns ett positivt samband mellan ägarkoncentration och ett intensivare arbete med personal, eftersom färre ägare innebär en hög ägarkoncentration.

Resultatet innebär att ju färre ägare företaget har, desto mer benägna är de att jobba med hållbarhetsområdet. Därmed kan vi till viss del acceptera hypotesen, men även till viss del förkasta hypotesen. Det eftersom vi enbart kan påvisa korrelation med ett av hållbarhetsområdena.

En förklaring till att arbetet endast har blivit intensivare med personalfrågor kan vara att det är ett område som tidigare inte har förknippats med hållbarhetsarbete. Effekten av regleringens införande kan därför bli att företagen med hög ägarkoncentration förändrar sitt hållbarhetsarbete, vilket resulterar i att arbetet inom området har blivit intensivare. Vårt resultat kan även förklaras av att företag med låg ägarkoncentration redan har ett aktivt arbete med personalfrågor och därför har det inte blivit intensivare.

8.5 Anställda

Vi har tidigare konstaterat att frågorna som undersökte om företaget är en attraktiv arbetsgivare har en låg varians, vilket medförde att ingen korrelationsanalys kunde

genomföras. Det innebär att hypotesen varken accepteras eller förkastas eftersom ingen vidare analys har genomförts.

Att det var låg varians kan antas bero på att samtliga respondenter anser att företaget är en attraktiv arbetsgivare, eftersom de själv har valt att arbeta på företaget. Det indikerar således att det är svårt att ställa frågan till de anställda och få ett användbart svar. Exempelvis hade det nog varit ett bättre alternativ att ta med olika kriterier som signalerar en attraktiv arbetsgivare, för att sedan på egen hand leta upp informationen.

8.6 Extern granskning

Resultatet visar att det finns ett samband mellan extern granskning och ett aktivt arbete med miljö och korruption. Det påvisas även ett samband mellan extern granskning och ett intensivare arbete med korruption och sociala förhållanden. Det indikerar att extern granskning till viss del medför att företags hållbarhetsarbetet blir mer intensivt.

Hypotesen kan till stor del accepteras eftersom flera områden korrelerar med extern granskning. Det innebär att extern granskning är en faktor som påverkar hur aktivt företag arbetar med vissa områden, samt om det har blivit mer intensivt. Vilket vi tror beror på att den oberoende tredjeparts granskningen ställer krav på företaget. Om företaget har extern granskning kan det också innebära att de är benägna att bemöta de kraven som ställs från den tredje parten. Hypotesen kan också förkastas till viss del, eftersom vi inte helt kan påvisa att extern granskning medför att företag arbetar mer aktivt med hållbarhetsområdena samt att arbetat har förändrats.

8.7 Slutsats

Syftet med studien var att undersöka vilka faktorer som påverkar hur aktivt företag arbetar med de olika hållbarhetsområdena som den nya regleringen tar upp. Genom studien har vi fått indikationer på vilka faktorer som påverkar hur aktivt företags hållbarhetsarbete är. Resultatet av studien ger också indikationer om hur företagen har påverkats av den nya regleringen.

Studiens bidrag till forskningen är således att det råder mer klarhet kring vilka faktorer som påverkar hållbarhetsarbetets omfattning. Vår studie tillför även mer kunskap kring hur den nya regleringen om hållbarhetsredovisning påverkar hållbarhetsarbetet. Vi kommer nedan att diskutera hur varje faktor påverkar företags hållbarhetsarbete till följd av den nya regleringen.

Den första faktorn som testades var bransch. Tidigare forskning har påvisat att vissa branscher är mer benägna att publicera mer hållbarhetsinformation, såsom företag inom branscher med hög miljöpåverkan (Sibelhorn & Warren, 2007; Esrock & Leichty, 1998). Den första hypotesen testade om branschen påverkade hur aktivt hållbarhetsarbetet var och om det har blivit intensivare när den nya regleringen infördes.

Resultatet av vår studie är delvis i linje med tidigare forskning då vi fann att branschen kan påverka hur aktivt hållbarhetsarbetet är med ett specifikt hållbarhetsområde. Däremot fann vi inte att det var en bransch med hög miljöpåverkan som hade ett intensivare hållbarhetsarbete, utan det var finansbranschen. Det här kan bero på att finansbranschen utsätts för ett större tryck från exempelvis media, vilket har medfört ett intensivare arbete med ett av hållbarhetsområdena.

Resultatet kan delvis förklaras av att undersökningen saknade företag i samtliga branscher och att företag har ett aktivt arbete med hållbarhet oavsett bransch. Det här kan vara en följd av den nya regleringen, då företag inom samtliga branscher har tvingats att hantera hållbarhetsfrågor.

Den andra faktorn var storlek. Tidigare forskning har visat att större företag publicerar mer hållbarhetsinformation, då större företag är mer synliga och känsliga för påtryckningar från intressenter (Esrock & Leichty, 1998; Frias-Aceituno et al. 2012). Den andra hypotesen testade om företagets storlek påverkade hur aktivt hållbarhetsarbetet är och om det har blivit intensivare när den nya regleringen infördes.

Resultatet visade inget samband mellan företagets storlek och ett aktivare hållbarhetsarbete i samband med införandet av den nya regleringen. Därmed är resultatet inte i linje med tidigare forskning och vi kan inte påvisa att hållbarhetsarbetet påverkas av företagets storlek. En möjlig anledning till resultatet kan vara att variationen i företagens storlek inte var tillräcklig. Detta eftersom samtliga företag som deltog i undersökningen är börsnoterade och därmed kan de alla anses vara stora och synliga företag.

Den tredje faktorn var lönsamhet. Tidigare forskning har funnit att lönsamhet samvarierar med mängden hållbarhetsinformation som publiceras (Tagesson et al. 2009). Det kan vara att ökad lönsamhet bidrar till mer hållbarhetsinformation. Detta då lönsammare företag antas ha mer resurser att publicera hållbarhetsinformation (Sibelhorn & Warren, 2007; Frias-Aceituno

et al. 2012). Hypotesen testade om det fanns ett samband mellan lönsamhet och att hållbarhetsarbetet blir mer aktivt och intensivare vid införandet av den nya regleringen.

Resultatet är i linje med vad tidigare forskning har påvisat, då vi har funnit flera samband mellan ett intensivare hållbarhetsarbete och företags lönsamhet. Studiens resultat kan förklaras genom att de företag som arbetar med hållbarhetsfrågor blir ekonomiskt lönsamma. Det kan även förklaras genom att den nya regleringen medför ökade kostnader för företagen och att det är de lönsamma företagen som har mer resurser för att förändra hållbarhetsarbetet.

Ägarkoncentration var nästa faktor som undersöktes. Tidigare studier har bland annat påvisat att företag med fler ägare publicerar mer omfattande hållbarhetsinformation (Mohd, 2007; Eng & Mak, 2003). Exempelvis antogs det att familjeägda företag arbetar mer aktivt med hållbarhetsområdena eftersom de har ett personligt engagemang (Eng & Mak, 2003). Hypotesen testade om ägarkoncentrationen påverkade hur aktivt hållbarhetsarbetet är och om det har blivit intensivare vid införandet av den nya regleringen.

Resultatet gav vaga indikationer att företag med hög ägarkoncentration arbetar mer aktivt med hållbarhetsområdena. Teorin beskriver att företag med låg ägarkoncentration främst fokuserar på att hållbarhetsredovisa sitt arbete för att skapa legitimitet (Meek, Roberts & Gray, 1995). Vårt resultat visar indikationer att företag med låg ägarkoncentration har ett mindre aktivt hållbarhetsarbete än företag med hög ägarkoncentration. Detta innebär att resultatet inte överensstämmer med tidigare forskning.

Resultatet kan bero på att företagen med låg ägarkoncentration främst fokuserar på hållbarhetsredovisningen och inte lika mycket på hållbarhetsarbetet. Det kan också bero på att företag med hög ägarkoncentration oftare är sämre på att redovisa trots att de har ett aktivt hållbarhetsarbete. Resultatet kan tyda på att företags ägarkoncentration har påverkat hur företagen har förändrat sitt hållbarhetsarbete sen den nya regleringen infördes.

Nästa faktor som testades var anställda. Tidigare forskning har påvisat att företag kan hållbarhetsredovisa för att attrahera anställda, skapa förtroende och därmed minska deras anställningskostnader (Bansal & Roth, 2000; Graafland & Mazereeuw-Van der Duijn Schouten, 2012). Hypotesen testade om företag som vill framstå som attraktiva arbetsgivare har ett mer aktivt hållbarhetsarbete och om arbetet har blivit intensivare när den nya regleringen infördes.

Resultatet visade att samtliga svarande ansåg att företaget är en attraktiv arbetsgivare och därför kan vi inte avgöra om hållbarhetsarbetet har påverkats av faktorn. Det här medförde att det inte var möjligt att dra någon generell slutsats om anställda är en faktor som påverkar om företag förändrar sitt hållbarhetsarbete för att bemöta den nya regleringen.

Den sista faktorn som inkluderades i studien var extern granskning. Tidigare studier har påvisat att det har en positiv påverkan på omfattningen av hållbarhetsredovisningen (Bansal & Roth, 2000). Detta eftersom extern granskning av hållbarhetsredovisningen leder till en högre trovärdighet och ökad kvalitet eftersom revisionen medför högre krav på företaget. Hypotesen testade om extern granskning påverkar hur aktivt hållbarhetsarbetet är och om det har blivit intensivare när den nya regleringen infördes.

Resultatet av studien visade att extern granskning bidrar till ett mer aktivt arbete på flera av hållbarhetsområdena. Det här överensstämmer med tidigare forskning, där extern granskning verkar vara en faktor som påverkar hur aktivt ett företags hållbarhetsarbete är. Det innebär således att extern granskning verkar ha en positiv påverkan på både hållbarhetsredovisningen och hållbarhetsarbetet. Resultatet kan bero på att revisionen medför högre krav på företagets hållbarhetsarbete och därav är arbetet mer aktivt efter införandet av den nya regleringen.

Slutligen presenteras våra slutsatser kring den nya regleringen och hur den har påverkat företagets hållbarhetsarbete. Lagstiftaren var tydlig med att den nya regleringen även var syftad att påverka hållbarhetsarbetet eftersom det finns en tydlig koppling till hållbarhetsredovisningen. Tidigare studier har påvisat att reglering kan vara en avgörande faktor för att företag ska ha ett aktivt hållbarhetsarbete (Hahn & Kühnen, 2013).

Vår studie påvisar indikationer att reglering och lagstiftning är viktiga motiv för att arbeta med hållbarhet. Det här medför att de flesta företagen har agerat och förändrat sitt hållbarhetsarbete när den nya regleringen infördes, eftersom deras arbete med flera hållbarhetsområden har blivit intensivare det senaste året. Däremot tyder vårt resultat på att regleringen inte får samma effekt på samtliga områden, även då vi antar att regleringen syftar till att påverka hållbarhetsområdena lika mycket. Det här kan bero på att företag har olika motiv för att arbeta med de olika hållbarhetsområdena och därav varierar det hur aktivt arbetet är med hållbarhetsområdena.

8.8 Förslag till framtida forskning

Idag saknas det studier som visar hur kvaliteten är i lagkravets olika områden. Framtida forskning inom företags hållbarhetsarbete kan exempelvis beröra kvaliteten av arbetet. Ett förslag till framtida forskning kan vara att granska de olika områden som måste inkluderas i hållbarhetsrapporten enligt regleringen. Det vill säga korruption, mänskliga rättigheter, sociala förhållande, miljö och personal.

Det kan undersökas om kvaliteten av hållbarhetsarbetet varierar mellan de olika områdena. Detta skulle kunna bidra till att identifiera om företag är bättre inom vissa områden än andra och på så vis kan det konstateras om det finns områden som företagen brister inom. Utifrån det kan förbättringar genomföras för att företag ska kunna uppnå en mer hållbar verksamhet och bidra till den hållbara utvecklingen.

Litteraturförteckning

- Almgren, R., & Brorson, T. (2012). Miljörevision: Handbok för miljörevisorer och andra som är intresserade av miljöledning och miljörevision. Täby: Green business.
- Amran, A., & Keat Ooi, S. (2014). Sustainability reporting: meeting stakeholder demands. *Strategic Direction* , 30 (7), 38-41.
- Arnsvik Bjurefalk, T. (2014). *Hur arbetar internationella organisationer mot korruption? En jämförande analys (C-uppsats)*. Institutionen för humaniora, utbildnings- och samhällsvetenskap. Tillgänglig: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva> Örebro: Örebro universitetet .
- Bang, H. (1995). *Organisationskultur 3:e upplagan*. Lund: Studentlitteratur.
- Bansal, P., & Roth, K. (2000). Why companies go green: A model of ecological responsiveness. *The academy of management journal* , 43 (4), 717-736.
- Bryman, A., & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Stockholm: Liber.
- Buchholz, R. A., & Rosenthal, S. B. (2005). Toward a Contemporary Conceptual Framework for Stakeholder Theory. *Journal of Business Ethics* , 58 (1), 137-148.
- Cai, Y., Jo, H., & Pan, C. (2011). Doing Well While Doing Bad? CSR in Controversial Industry Sectors. *Journal of Business Ethics* , 108 (4), 467-480.
- Deegan, C., & Unerman, J. (2011). *Financial Accounting Theory: Second European Edition*. Maidenhead: McGraw-Hill Education.
- Deegan, G., & Gordon, B. (1996). A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. *Accounting and Business Research* , 26 (3), 187-199.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review* , 48 (2), 147-160.
- Ejvegård, R. (2009). *Vetenskaplig metod*. Lund: Studentlitteratur.
- Eng, L. L., & Mak, Y. T. (2003). Corporate governance and voluntary disclosure. *journal of accounting and public policy* , 22 (4), 325-345.

- Eriksson-Zetterquist, U. (2009). *Institutionell teori - idéer, moden, förändring*. Malmö: Liber.
- Esrock, S. L., & Leichty, G. B. (1998). Social responsibility and corporate web pages: Self-presentation or agenda-setting? *Public Relations Review* , 24 (3), 305-19.
- Fernandez-Fejoo, B., Romero, S., & Ruiz, S. (2014). Effect of Stakeholders' Pressure on Transparency of Sustainability Reports within the GRI Framework. *Journal of Business Ethics* , 122 (1), 53-63.
- Fortanier, f., Kolk, A., & Pinkse, J. (2011). Harmonization in CSR Reporting: MNEs and Global CSR Standards. *Management International Review* , 51 (5), 665-696.
- Frias-Aceituno, J. V., Rodriguez-Ariza, L., & Garcia-Sanchez, I. M. (2012). Explanatory factors of integrated sustainability and financial reporting. *Business strategy and the environment* , 23 (1), 56-72.
- Fyrk, S., & Köhler, D. (2016). *Sambandet mellan hållbarhetsredovisningens omfattning och företags hållbarhetsutveckling: En studie av svenska privatägda företag (kandidatuppsats)*. Högskolan i Gävle, Akademin för utbildning och ekonomi, Avdelningen för ekonomi. Tillgänglig: <http://hig.diva-portal.org/smash/get/diva/>, Gävle.
- Graafland, J., & Mazereeuw-Van der Duijn Schouten, C. (2012). Motives for corporate social responsibility. *De Economist* , 160 (4), 377-396.
- Gray, R., & Milne, M. J. (2002). Sustainability Reporting: Who's Kidding Whom? *Centre for Social & Environmental Accounting Research* .
- Gray, R., Dave, O., & Adams, C. (1996). *Accounting and accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. London: Prentice Hall.
- Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000). corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business and society* , 39 (3), 254-280.
- GRI. (2000). Hämtat från RG: Riktlinjer för hållbarhetsredovisning: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-G3-Swedish-Reporting-Guidelines.pdf> den 05 05 2017
- Haddock, J. (2005). Consumer influence on internet-based corporate communication of environmental activities: the UK food sector. *British Food Journal* , 107 (10), 792-805.

Hahn, R., & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: a review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production* , 59, 5-21.

Hållbart värdeskapande. (2011). *Hållbart värdeskapande 2011* . Hämtat från http://media.hallbartvardeskaping.se/2016/03/HV_2011_FINAL.pdf den 25 04 2017

Hedberg, C.-J., & von Malmberg, F. (2003). The Global Reporting Initiative and corporate sustainability reporting in Swedish companies. *Corporate Social - Responsibility and Environmental Management* , 10 (3), 153-164.

Hess, D., & Dunfee, T. W. (2007). Hess, D., Dunfee, T.W., 2007. The Kasky-Nike threat to corporate social reporting: implementing a standard of optimal truthful disclosure as a solution. *Business Ethics Quarterly* , 17 (1), 5-32.

Jakobsson, U., & Wiberg, D. (2014). *Vem ska styra de svenska företagen?* Stockholm: Svenskt näringsliv.

Johansson, C., & Heide, M. (2008). *Kommunikation i förändringsprocesser*. Malmö: Liber.

Jones, P., Comfort, D., & Hillier, D. (2011). Sustainability in the global shop window. *International Journal of Retail & Distribution Management* , 39 (4), 256-271.

Körner, S., & Wahlgren, L. (2015). *Statistiska metoder*. Lund: Studentlitteratur.

Karlsson, C., & Skoglund, J. (2010). *Ägarstrukturen i Sverige: Hur påverkar den företagens resultat?* Umeå universitet/Handelshögskolan vid Umeå universitet (Magisteruppsats). Umeå: Umeå universitet/Handelshögskolan vid Umeå universitet.

Tillgänglig:<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva/>.

Kelemen, R. D. (2010). Globalizing European Union environmental policy. *Journal of European public policy* , 17 (3), 335-349.

Knutsson, P., & Malmros, E. (2014). *Attraktiva arbetsgivare: en kvantitativ studie inom Luftfartsverket*. Institutionen för psykologi (Kandidatuppsats). Lund: Lunds universitet.

Lind, R. (2014). *Vidga vetandet: en introduktion till samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlitteratur.

- Meek, G., Roberts, C., & Gray, S. (1995). Factors influencing voluntary annual report disclosures by US, UK and continental European multinational corporations. *Journal of International Business Studies*.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22 (4), 853-886.
- Mohd, N. A. (2007). Ownership structure and corporate social responsibility disclosure: some Malaysian evidence. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 7 (3), 251-266.
- Palazzo, G., & Richter, U. (2005). CSR business as usual? The case of the tobacco industry. *Journal of Business Ethics*, 61 (4), 387-401.
- Park, J., & Brorsson, T. (2005). Experiences of and views on third-party assurance of corporate environmental and sustainability reports. *Journal of cleaner production*, 13 (10), 1095-1106.
- Patel, R., & Davidson, B. (2011). *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.
- Pearlmutter, S. (1998). Self-Efficacy and Organizational Change Leadership. *Administration in Social Work* 22 (3), 23-38.
- Prop. 2015/16:193., *Företagens rapportering om hållbarhet och mångfaldspolicy*. Tillgänglig: <http://www.regeringen.se/49e317/contentassets/foretagens-rapportering-om-hallbarhet-och-mangfaldspolicy-prop.-201516193>.
- PwC. (den 14 12 2016). *Krav på hållbarhetsrapportering-en viktig förändringsresa*. Hämtat från <http://www.pwc.se/sv/publikationer/hallbar-affarsutveckling/krav-pa-hallbarhetsrapportering.html> den 01 03 2017
- Scalet, S., & Kelly, T. F. (2010). CSR Rating Agencies: What is Their Global Impact? *Journal of Business Ethics*, 94 (1), 69-88.
- Schaltegger, S., Bennett, M., & Burritt, R. (2006). *Sustainability Accounting and Reporting: Development, Linkages and Reflection. An Introduction*. Dordrecht: Springer.

- Schlingmann, P. (2013). *Stå aldrig still! Så kan du använda kommunikation och ledarskap för att driva framgångsrik förändring*. Stockholm: Bokförlaget Forum.
- Sibelhorn, D., & Warren, R. C. (2007). Defining corporate social responsibility: A view from big companies in Germany and the UK. *European Business Review* , 19 (5), 352-372.
- Soumyaja, D., Kamalanabhan, T. J., & Bhattacharyya, S. (2011). Employee Readiness to Change and Individual Intelligence: The Facilitating Role of Process and Contextual factors. *International Journal of Business Insights & Transformation* , 4 (3), 85-92.
- Stonehouse, D. (2013). Resistance to change: the organisation dimension. *British Journal of healthcare Assistants* , 7 (3), 150-151.
- Strebulaev, I., & Yang, B. (2013). The mystery of Zero-Leverage Firms. *Journal of financial economics* , 109 (1), 1-23.
- Stubbs, W., Higgins, C., & Milne, M. (2013). Why Do Companies Not Produce Sustainability Reports? *Business Strategy and the Environment* , 22 (7), 456-470.
- Tagesson, T., Blank, V., Broberg, P., & Collin, S.-O. (2009). What explains the extent and content of social and environmental disclosures on corporate websites: a study of social and environmental reporting in Swedish listed corporations. *Corporate Social Responsibility and Environmental management* , 16 (6), 352-365.
- Wicks, A. C., Freeman, R. E., Werhane, P. H., & Martin, K. E. (2009). *Business ethics : a managerial approach*. New Jersey: Prentice Hall.
- Vormedal, I., & Ruud, A. (2009). Sustainability Reporting in Norway – an Assessment of Performance in the Context of Legal Demands and Socio-Political Drivers. *Business Strategy and the Environment* , 18 (4), 207-222.

Bilagor

Bilaga 1 – Enkätfrågor

2. Bakgrundsfrågor

1. Din funktion i hållbarhetsarbetet

Jag är ansvarig för hållbarhetsarbetet

Jag är involverad i hållbarhetsarbetet

Jag är inte alls involverad i hållbarhetsarbetet

2. Hur är hållbarhetsarbetet organiserat inom företaget?

Hållbarhetsarbetet sker på alla nivåer inom organisationen

Det är en specifik avdelning som arbetar med hållbarhet

Hållbarhetsarbetet är toppstyrt

Har inget hållbarhetsarbete

3. Hur mycket arbetar du sammanlagt med hållbarhetsredovisningen?

Antal timmar per vecka:

4. Hur mycket arbetar du sammanlagt med hållbarhetsarbetet?

Antal timmar per vecka:

3. Storlek

5. Vad har företaget för nettoomsättning räkenskapsår 2016?

6. Vad har företaget för balansomslutning räkenskapsår 2016?

7. Vad var medelantalet anställda räkenskapsår 2016?

4. Bransch

8. Vilken bransch verkar företaget inom?

Energi

Material

Industrivaror och tjänster

Sällanköpsvaror och tjänster

Dagligvaror

Hälsovård

Finans

Informationsteknik

Telekomoperatörer

Kraftförsörjning

5. Anställda

9. Uppfattar du att företaget är attraktivt för tjänstemän?

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

10. Vad erbjuder företaget sina anställda?

Möjlighet till ansvarstagande för individen

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

Möjlighet till befordran

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

Möjlighet till utveckling

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

11. Hur kommuniceras hållbarhetsarbetet internt?

Regelbundet via interna informationskanaler

8. Ägarkoncentration

15. Antal ägare som behövs för att uppnå röstmajoritet:

1

2

3

4

5

Fler än 5

9. Korruption

16. Företaget arbetar aktivt mot korruption

1

2

3

4

5

6

7

Stämmer inte

Stämmer helt

17. Företagets arbete med korruption har blivit intensivare det senaste året

1

2

3

4

5

6

7

Stämmer inte

Stämmer helt

18. Det finns en antikorrupsionsstrategi

1

2

3

4

5

6

7

Stämmer inte

Stämmer helt

19. Strategin följdes senast upp

År:

20. Vad är ett viktigt motiv för företagets arbete med korruption

Lagstiftning

1

2

3

4

5

6

7

Stämmer inte

Stämmer helt

Reglering

1

2

3

4

5

6

7

32. Företagets arbete med miljöfrågor har blivit intensivare det senaste året

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

33. Det finns en strategi för hur arbete sker med miljö

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

34. Strategin följdes senast upp

År:

35. Vad är ett viktigt motiv för företagets arbete med miljöfrågor

Lagstiftning

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

Reglering

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

Företagets kultur

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

Samhällets påtryckningar

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

Massmedias bevakning

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

Konkurrenskraft

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

13. Personalfrågor

36. Företaget arbetar aktivt med personalfrågor

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

37. Företagets arbete med personalfrågor har blivit intensivare det senaste året

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

38. Det finns en strategi för hur arbete sker med personalfrågor

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

39. Strategin följdes senast upp

År:

40. Vad är ett viktigt motiv för företagets arbete med personalfrågor

Lagstiftning

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

Reglering

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

Företagets kultur

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

Samhällets påtryckningar

1	2	3	4	5	6	7
Stämmer inte					Stämmer helt	

Massmedias bevakning

Bilaga 2 - Brev till respondenter

Hej!

Det har införts en ny reglering om hållbarhetsrapportering, vilket innebär att ca 1600 av de största företagen i Sverige måste hållbarhetsredovisa. För ert företag kan det innebära förändringar i både redovisningen och i hållbarhetsarbetet. Frågan är om det är aktuellt för företaget att utveckla hållbarhetsarbetet?

Det är det här som vi, två studenter på Högskolan i Kristianstad, undersöker i vårt examensarbete. Det för att ta reda på hur stor inverkan den nya regleringen faktiskt har. Vi förstår att ni har mycket att göra, men vi skulle verkligen uppskatta om ni tog er tid att svara på enkäten. Vi följer forskningsetiska regler vilket bland annat innebär att vi kommer behandla era svar med anonymitet.

Det tar ca 10 minuter att besvara enkäten. Vill ni ha resultatet av studien utskickat till er vänligen fyll i er mejladress i slutet av enkäten

Vår handledare är Professor Sven-Olof Collin (e-mailadress).

Har ni frågor, kontakta oss på e-mailadress (e-mailadress) eller telefonnummer (telefonnummer).

Tack på förhand!

Alice Nilsson

Erica Andersson

Bilaga 3 - Påminnelsebrev till respondenter

Hej igen!

För en vecka sedan fick ni en förfrågan om att fylla i en elektronisk enkät vad gäller den nya reglering om hållbarhetsrapportering, vilket innebär att ca 1600 av de största företagen i Sverige måste hållbarhetsredovisa. För ert företag kan det innebära förändringar i både redovisningen och i hållbarhetsarbetet. Frågan är om det är aktuellt för företaget att utveckla hållbarhetsarbetet?

Det är det här som vi, två studenter på Högskolan i Kristianstad, undersöker i vårt examensarbete. Det för att ta reda på hur stor inverkan den nya regleringen faktiskt har. Vi förstår att ni har mycket att göra, men vi skulle verkligen uppskatta om ni tog er tid att svara på enkäten, gärna så fort som möjligt. Svaren behandlas med anonymitet.

Det tar ca 10 minuter att besvara enkäten. Vill ni ha resultatet av studien utskickat till er vänligen fyll i er mejladress i slutet av enkäten

Vår handledare är Professor Sven-Olof Collin (mejladress).
Har ni frågor, kontakta oss på mejladress (mejladress) eller telefonnummer (telefonnummer).

Tack på förhand!

Alice Nilsson

Erica Andersson

Bilaga 4 - Beskrivande analys

Bakgrundsfrågor

41,9% av respondenterna som är ansvariga för hållbarhetsarbetet, 45,2% är involverade i hållbarhetsarbetet. 6,5% är inte involverade i hållbarhetsarbetet. Svartsbortfallet är 6,5 %.

77,4% av företagen har hållbarhetsarbete på alla nivåer inom företaget. 12,9% har en specifik avdelning som arbetar med hållbarhet. 3,2% har inte något hållbarhetsarbete. Svartsbortfallet är 6,5 %.

Respondenterna arbetar mellan 0-15 timmar per vecka med hållbarhetsrapportering, vilket ger ett medelvärde på cirka 4 timmar. Det är 12,9% som inte besvarade frågan.

Respondenterna arbetar mellan 1-40 timmar per vecka och det ger ett medelvärde på cirka 22 timmar per vecka. Det är 38,7% som arbetar 40 timmar per vecka. Svartsbortfallet är 12,9%.

Storlek

12,9% av företagen har en nettoomsättning som är mindre än 350 miljoner. 35,5% har en nettoomsättning mellan 350 miljoner-10 miljarder och 29,0% har en nettoomsättning högre än 10 miljarder. Svartsbortfallet på frågan är 22,6%.

6,5 % har en balansomslutning som understiger 175 miljoner. 22,6% av företagen har en balansomslutning mellan 175 miljoner- 20 miljarder. 29,0 % har en balansomslutning som överstiger 20 miljarder. Svartsbortfallet är 41,9%.

Andelen som har färre än 250 anställda är 16,1%. 25,8% har mellan 250-2000 anställda och slutligen är det 35,5% som har mer än 2000 anställda. Svartsbortfallet är 22,6%.

Anställda

74,2% av respondenterna som ansåg att företaget är en attraktiv arbetsgivare och 3,2% gör inte det. 74,2% av företagen erbjuder möjlighet till ansvarstagande för individen. 3,2% är neutrala i frågan. 71,0% erbjuder sina anställda möjlighet till befordran och 6,5% är neutrala. Möjlighet till utveckling svarar 74,2% att det finns i företaget och 3,2% är neutrala. Svartsbortfallet på samtliga påståenden är 22,6%.

54,8% av företagen kommunicerar sitt hållbarhetsarbete genom interna informationskanaler regelbundet. 19,4% av företagen kommunicerar inte hållbarhetsarbetet på ovanstående sätt. 48,4% av företagen kommunicerar hållbarhetsarbetet genom regelbundna utbildningsinsatser

och andelen som inte gör det är 25,8%. 58,1% av företagen som kommunicerar sitt hållbarhetsarbete via utbildning av nyanställda. 16,1% anger att det inte ingår i utbildning av nyanställda.

45,2% av företagen kommunicerar sitt hållbarhetsarbete på annat sätt än ovanstående. 16,1% av företagen kommunicerar inte hållbarhetsarbetet på något annat. På samtliga påstående är det 3,2% av respondenterna som är neutrala och svarsbortfallet är 22,6%.

Lönsamhet

Företagens ROA varierar mellan 0-21 % har kategorierna utformats så att bredden för varje kategori är densamma, det vill säga ett intervall på 7 procentenheter. Tre företag har en ROA mellan 0-7%, Sju företag har en ROA mellan 8-15% och fyra företag har en ROA mellan 16-21%

Presentation av hållbarhetsarbete

29% angav att företaget har en separat hållbarhetsrapport för att redovisa företagets hållbarhetsarbete. 45,2% angav att de inte redovisar hållbarhetsarbetet i en separat rapport.

51,6 % av företagen redovisar om hållbarhet i årsredovisning, hemsida och sociala medier. 22,6% angav att företaget inte redovisar på något av ovanstående sätt.

6,5% angav att företaget redovisar om hållbarhet i reklam. 74,2%, använder inte reklam för att redovisa om hållbarhet. 19,4% redovisar på annat sätt än ovanstående påståenden. 54,9%, redovisar inte på något annat sätt. Svartsbortfallet på samtliga påstående är 25,8%.

Extern granskning

32,3% av företagen låter hållbarhetsredovisningen granskas av oberoende tredje part. 41,9% inte har oberoende tredjepartsgranskning. Svartsbortfallet är 25,8%.

6,5% har internrevision. 67,7%, har ingen internrevision. Svartsbortfallet är 25,8%.

Internkontroll har 32,3% och 45,2% har inte internkontroll. Svartsbortfallet är 22,6%. 29 % svarar att de inte har någon kontroll av hållbarhetsredovisningen och 48,4% av företagen har någon form av kontroll. Svartsbortfallet är 22,6%.

Ägarkoncentration

19,4% behöver fem eller färre ägare för att uppnå röstmajoritet. 32,3% har svarat att fler än fem ägare behövs för att uppnå röstmajoritet. Svartsbortfallet är 48,4%.

Korruption

3,2% av företagen arbetar inte aktivt med korruption. 9,7% svarade neutralt på frågan och 58,1%, svarade att de arbetade aktivt. Svartsbortfallet är 29,0%. Därefter angav 9,7% att arbetet med korruption inte har blivit intensivare det senaste året. 16,1% var neutrala och 45,2% svarade att det blivit intensivare det senaste året. Svartsbortfallet är 29,0%.

9,7% av företagen har ingen antikorrupsionsstrategi. 6,5% besvarade frågan neutralt och 54,8% svarade att de har en strategi för motverkande av korruption. Svartsbortfallet är 29,0%. 3,2%, följde senaste upp strategin 2014. 29,0% följde upp strategin 2016 och 22,6% följde upp den 2017. Svartsbortfallet är 45,2%. Det kan även utläsas att ingen svarade att de inte hade någon strategi.

Viktiga motiv för arbete mot korruption

9,7% ansåg att lagstiftning och reglering inte är viktigt, 3,2% är neutrala och 58,1% ansåg att lagstiftning och reglering är viktigt. Svartsbortfallet är 29,0%. Det är ingen av respondenterna som anser att företagets kultur är oviktigt. 3,2% är neutrala och 67,7% anser att det är ett viktigt motiv. Svartsbortfallet är 29,0%.

3,2 % av respondenterna anser att påtryckningar från samhället inte är ett viktigt motiv. 12,9% är neutrala och 54,8% ansåg att det är ett viktigt motiv. Resterande 29,0% besvarade inte frågan. Massmedias bevakning ansågs inte vara ett viktigt motiv enligt 12,9% och lika stor en andel är neutrala. Nästan hälften, 45,2%, anser att det är ett viktigt motiv. Svartsbortfallet på frågan är 29,0%. Konkurrenskraft är inte ett viktigt motiv enligt 6,5% och 9,7% är neutrala. 54,8% anser att det är ett viktigt motiv och är svartsbortfallet 29,0%.

Mänskliga rättigheter

9,7% av respondenterna angav att de inte arbetar aktivt med mänskliga rättigheter och 12,9% är neutrala i frågan. 48,4% svarade att de arbetar aktivt med mänskliga rättigheter. Svartsbortfallet är 29,0%.

19,4% angav att arbetet med mänskliga rättigheter inte har blivit intensivare det senaste året. Andelen som är neutrala i frågan är 12,9% och 38,7% svarade att arbetet har blivit mer intensivt. Svartsbortfallet är 29,0%.

22,6% svarade att de inte har någon strategi för arbete med mänskliga rättigheter och 48,4% anger att företaget har en strategi. Svartsbortfallet är 29,0%. 3,2% följde upp strategin 2012,

25,8% följde upp strategin 2016 och 19,4% följde upp strategin senast 2017. Svartsbortfallet är 51,6%.

Viktiga motiv för arbete med mänskliga rättigheter

Lagstiftning och reglering ansågs inte vara ett viktigt motiv för arbete med mänskliga rättigheter enligt 16,1%. 48,4%, svarade att det är viktiga motiv och ett svartsbortfall på 35,5%. 3,2% angav att företagets kultur inte är ett viktigt motiv för arbetet med mänskliga rättigheter och 3,2% är neutrala. 61,3% ansåg att företagskulturen är ett viktigt motiv och svartsbortfallet är 32,3%.

Samhällets påtryckningar är inte ett viktigt motiv enligt 9,7% och 6,5% är neutrala i frågan. 45,2% angav att det är ett viktigt motiv och svartsbortfallet är 38,7%. Massmedias bevakning är inte ett viktigt motiv för arbete med mänskliga rättigheter enligt 19,4%. 3,2% är neutrala i frågan och 41,9% ansåg att massmedias bevakning är ett viktigt motiv. Svartsbortfallet är 35,5%. Slutligen svarade 9,7% att konkurrenskraft inte är ett viktigt motiv. 12,9% är neutrala i frågan och 41,9% anger att konkurrenskraft är ett viktigt motiv för arbete med mänskliga rättigheter. Svartsbortfallet är 35,5%.

Sociala förhållande

6,5% arbetar inte aktivt med sociala förhållande och 3,2% är neutrala i frågan. 58,1% arbetar aktivt med sociala förhållande och svartsbortfallet är 32,3%. Arbetet med sociala förhållande har inte blivit intensivare de senaste året enligt 19,4% och 9,7% är neutrala i frågan. 38,7% anser att det har blivit intensivare det senaste året och svartsbortfallet är 32,3%.

Andelen som angav att företaget inte har en strategi för arbete med sociala förhållande är 22,6%. 3,2% är neutral i frågan och 41,9% ansåg att de har en strategi för sociala förhållande. Svartsbortfallet är 32,3%. Enligt 29,0% av respondenterna följdes strategin senast upp 2016, däremot var det 16,1% som följde upp strategin 2017. Svartsbortfallet är 54,8%.

Viktiga motiv för arbete med sociala förhållande

Lagstiftning ansågs inte vara ett viktigt motiv enligt 22,6% och 3,2% är neutrala i frågan. 35,5% svarade att det är ett viktigt motiv och svartsbortfallet är 38,7%.

Reglering är ett oviktigt motiv enligt 22,6% och 3,2% är neutrala i frågan. 32,3% angav att reglering är ett viktigt motiv. Svartsbortfallet är 41,9%.

61,3% angav att företagskulturen är ett viktigt motiv för arbete med sociala förhållande. Svartsbortfallet är 38,7%. Samhällets påtryckningar ansågs inte vara ett viktigt motiv enligt 6,5% och 3,2% är neutrala i frågan. 48,4% ansåg att samhällets påtryckningar är ett viktigt motiv. Svartsbortfallet är 41,9%.

Medias bevakning är inte ett viktigt motiv enligt 16,1% och 6,5% är neutrala. 35,5% ansåg att medias bevakning är ett viktigt motiv och svartsbortfallet är 41,9%. 6,5% svarade att konkurrenskraft inte är ett viktigt motiv och 3,2% är neutrala. 51,6% angav att konkurrenskraft är ett viktigt motiv och svartsbortfallet är 38,7%.

Miljöfrågor

67,7%, angav att företaget arbetar aktivt med miljöfrågor. Svartsbortfallet är 32,3%. Det är 12,9% som ansåg att arbetet med miljöfrågor inte har blivit intensivare, samt 12,9% som är neutrala i frågan. 38,7% av företagens arbete med miljöfrågor har blivit intensivare det senaste året. Svartsbortfallet är 35,5%.

3,2% har inte någon strategi för arbetet med miljöfrågor och 3,2% svarade neutralt i frågan. Andelen som har en strategi för hur arbetet sker med miljöfrågor är 62,3%. Svartsbortfallet är 32,3%. Under 2016 är det 35,5% av företagen har följt upp strategin och andelen som följt upp strategin under 2017 är 19,4%. 3,2% gjorde sin senaste uppföljning 2013 och svartsbortfallet är 41,9%.

Viktiga motiv för arbete med miljöfrågor

12,9% som angav att lagstiftning inte är ett viktigt motiv för företagets arbete med miljö och 3,2% är neutrala. 48,4 %, angav att lagstiftning är ett viktigt motiv. Svartsbortfallet är 35,5% Reglering är inte ett viktigt motiv enligt 9,7% och lika stor andel är neutrala i frågan. 41,9% att det är ett viktigt motiv och svartsbortfallet är 38,7%.

64,5%, ansåg att företagets kultur är ett viktigt motiv för arbetet med miljöfrågor. Svartsbortfallet är 35,5%. 9,7%, ansåg att samhällets påtryckningar inte är ett viktigt motiv för arbete med miljöfrågor och 3,2% är neutrala. Samhällets påtryckningar är ett viktigt motiv enligt 51,6% och svartsbortfallet är 35,5%.

38,7% ansåg att massmedias bevakning är ett viktigt motiv. 16,1% ansåg att det inte är ett viktigt motiv och 6,5%, är neutrala i frågan. Svartsbortfallet är 38,7%. 3,2% angav att

konkurrenskraft inte är ett viktigt motiv. 12,9% är neutrala och 48,4% ansåg att konkurrenskraft är ett viktigt motiv. Här är svarsbortfallet 35,5%.

Personalfrågor

6,5% är neutrala och 58,1% av företagen arbetar aktivt med personalfrågor. Svarsbortfallet är 35,5%. 6,5% har inte arbetat mer intensivt med miljöfrågor det senaste året och 16,1% är neutrala. 41,9% av företagen har arbetat mer intensivt och svarsbortfallet är 35,5%.

6,5% har inte en strategi för arbete med personalfrågor och 3,2% är neutrala. 54,8% har en strategi för hur arbetet ska ske med personalfrågor. Svarsbortfallet är 35,5%. Under 2016 var det 22,6% av företagen som följde upp sin strategi och under 2017 var det 22,6%. Svarsbortfallet är 54,8%.

Viktiga motiv för arbete med personalfrågor

12,9% ansåg att lagstiftning inte är ett viktigt motiv för arbete med personalfrågor och 6,5% är neutrala. 35,5% ansåg att det är ett viktigt motiv för företagets arbete med personalfrågor. Svarsbortfallet var 45,2%. Reglering är inte ett viktigt motiv för arbete med personalfrågor enligt 12,9% och 9,7% är neutrala i frågan. 32,3% angav att det är ett viktigt motiv och svarsbortfallet är 45,2%.

54,8% ansåg att företagskulturen är ett viktigt motiv. Resterande 45,2% besvarade inte frågan. 9,7% ansåg att samhällets påtryckningar inte är ett viktigt motiv och 3,2% är neutrala. 41,9% ansåg att samhällets påtryckningar är ett viktigt motiv och svarsbortfallet är 45,2%. Massmedia är inte ett viktigt motiv enligt 22,6% och 32,3% ansåg att det är ett viktigt motiv. Svarsbortfallet är 45,2%. 3,2% är neutrala och 51,6% av företagen ansåg att konkurrenskraft är ett viktigt motiv. Svarsbortfallet är 45,2%.

Avslutande frågor

29,0%, arbetar även med andra områden än de som angivits ovan. Medan det är enbart 19,4% som inte gör det. Svarsfrekvensen var enbart 51,6%.

Bilaga 5 – Korrelationstabeller

	Korruption intensifierat	Mänskliga rättigheter intensifierat	Sociala förhållande intensifierat	Miljö intensifierat	Personal intensifierat
Korruption intensifierat	Korrelationskoefficient	1,000			
	Sig (två-sidig)	N			
Mänskliga rättigheter intensifierat	Korrelationskoefficient	22,000	1,000		
	Sig (två-sidig)	,752**			
Sociala förhållande intensifierat	Korrelationskoefficient	22,000	22,000	1,000	
	Sig (två-sidig)	0,000	,654**		
Miljö intensifierat	Korrelationskoefficient	21,000	21,000	21,000	1,000
	Sig (två-sidig)	0,003	0,001	,647**	
Personal intensifierat	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	20,000	20,000
	Sig (två-sidig)	0,383	0,376	,459*	0,360
Informations teknik	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	20,000	19,000
	Sig (två-sidig)	-0,275	0,102	0,042	0,130
Industrivaror och tjänster	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	20,000	19,000
	Sig (två-sidig)	0,241	-0,206	-0,385	-0,037
Sällanköpsvaror och tjänster	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	19,000	18,000
	Sig (två-sidig)	-0,050	0,384	0,103	0,880
Material	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	19,000	18,000
	Sig (två-sidig)	0,834	-0,146	-0,127	-0,281
Finans	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	19,000	18,000
	Sig (två-sidig)	-0,153	0,539	0,605	0,243
Logaritmen nettoomsättning	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	19,000	18,000
	Sig (två-sidig)	0,521	0,074	0,032	0,066
ROA	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	19,000	18,000
	Sig (två-sidig)	0,949	0,756	0,897	0,790
Ågar koncentration	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	19,000	18,000
	Sig (två-sidig)	0,423	0,144	,513*	,502*
Extern granskning	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	19,000	18,000
	Sig (två-sidig)	0,063	0,544	0,025	0,028
Ågar koncentration	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	19,000	18,000
	Sig (två-sidig)	0,015	0,238	-0,064	-0,311
Ågar koncentration	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	19,000	18,000
	Sig (två-sidig)	0,949	0,313	0,795	0,195
Ågar koncentration	Korrelationskoefficient	20,000	20,000	19,000	18,000
	Sig (två-sidig)	0,049	0,039	0,247	-0,258
Ågar koncentration	Korrelationskoefficient	21,000	21,000	20,000	19,000
	Sig (två-sidig)	0,832	0,866	0,293	0,286
Ågar koncentration	Korrelationskoefficient	21,000	21,000	20,000	19,000
	Sig (två-sidig)	0,618*	,569*	,611*	0,441
Ågar koncentration	Korrelationskoefficient	14,000	14,000	13,000	13,000
	Sig (två-sidig)	0,018	0,034	0,027	0,132
Ågar koncentration	Korrelationskoefficient	16,000	16,000	15,000	15,000
	Sig (två-sidig)	-0,206	-0,348	0,033	-0,123
Ågar koncentration	Korrelationskoefficient	16,000	16,000	15,000	15,000
	Sig (två-sidig)	0,444	0,186	0,906	0,675
Ågar koncentration	Korrelationskoefficient	21,000	21,000	20,000	19,000
	Sig (två-sidig)	,507*	0,315	,445*	0,103
Ågar koncentration	Korrelationskoefficient	21,000	21,000	20,000	19,000
	Sig (två-sidig)	0,019	0,165	0,049	0,674

	Informationsteknik	Industrivaror och fönster	Sällanköpsvaror och fönster	Finans	Material	Logaritmen nettomättning	ROA	Ågarkoncentration	Extern granskning
	1,000								
	21,000								
	-0,354	1,000							
	0,116								
	21,000	21,000							
	-0,228	-0,258	1,000						
	0,320	0,258							
	21,000	21,000	21,000						
	-0,313	-0,354	-0,228	1,000					
	0,168	0,116	0,320						
	21,000	21,000	21,000	21,000					
	-0,181	-0,205	-0,132	-0,181	1,000				
	0,431	0,372	0,567	0,431					
	21,000	21,000	21,000	21,000	21,000				
	-0,370	-0,114	0,036	0,369	0,173	1,000			
	0,108	0,634	0,879	0,110	0,465				
	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	23,000			
	-0,246	0,135	-0,272	-0,022	-0,078	-0,035	1,000		
	0,418	0,661	368,000	0,942	0,801	0,904			
	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	14,000	14,000		
	-0,431	0,289	-0,080	0,185		0,295	0,090	1,000	
	0,109	0,297	0,777	0,510		0,186	0,792		
	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	11,000	16,000	
	-0,290	-0,290	-0,380	,638**	0,369	0,381	0,357	0,163	1,000
	0,215	0,215	0,098	0,002	0,110	0,088	0,211	0,547	
	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	21,000	14,000	16,000	23,000

	Korruption aktivt	Mänskliga rättigheter aktivt	Sociala förhållande aktivt	Miljö aktivt	Personal aktivt
Korruption aktivt	Korrelationskoefficient	1			
	Sig (två-sidig)	22			
Mänskliga rättigheter aktivt	Korrelationskoefficient	,475*	1		
	Sig (två-sidig)	0,025	22		
Sociala förhållande aktivt	Korrelationskoefficient	,440*	,605**	1	
	Sig (två-sidig)	0,046	0,004	21	
Miljö aktivt	Korrelationskoefficient	,484*	0,342	0,064	1
	Sig (två-sidig)	0,026	0,129	0,781	21
Personal aktivt	Korrelationskoefficient	0,331	0,105	-0,206	,460*
	Sig (två-sidig)	0,155	0,66	0,383	0,041
Informationsteknik aktivt	Korrelationskoefficient	-0,306	-0,094	0,041	-0,259
	Sig (två-sidig)	0,19	0,694	0,868	0,284
Industrivaror och tjänster aktivt	Korrelationskoefficient	0,011	-0,148	-0,012	-0,375
	Sig (två-sidig)	0,963	0,534	0,961	0,114
Sällanköpsvaror och tjänster aktivt	Korrelationskoefficient	-0,153	0	-0,29	0,203
	Sig (två-sidig)	0,52	1	0,228	0,405
Finans	Korrelationskoefficient	0,412	0,209	0,19	0,353
	Sig (två-sidig)	0,071	0,377	0,437	0,138
Material	Korrelationskoefficient	-0,017	0,06	-0,018	0,203
	Sig (två-sidig)	0,943	0,801	0,941	0,405
Logaritmen nettoomsättning	Korrelationskoefficient	0,305	0,26	0,344	0,295
	Sig (två-sidig)	0,179	0,255	0,137	0,206
ROA	Korrelationskoefficient	,563*	0,202	0,299	0,09
	Sig (två-sidig)	0,036	0,49	0,321	0,77
Ågarkoncentration	Korrelationskoefficient	0	-0,296	0,296	-0,023
	Sig (två-sidig)	1	0,266	0,284	0,934
Extern granskning	Korrelationskoefficient	,587**	0,245	0,138	,449*
	Sig (två-sidig)	0,005	0,285	0,561	0,047
	N	21	21	20	20

	Informationsteknik	Industrivaror och fönster	Sällanköpsvaror och fönster	Finans	Material	Logaritmen nettomsättning	ROA	Ägarconcentration	Extern granskning
21	21	1	1	21	1	23	14	16	23
-0,354	0,116	0,258	0,32	-0,228	0,32	0,035	0,09	0,163	1
0,116	0,258	0,32	0,32	0,32	0,32	0,035	0,09	0,163	1
21	21	21	21	21	21	23	14	16	23
-0,228	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,035	0,09	0,163	1
21	21	21	21	21	21	23	14	16	23
-0,313	0,168	0,116	0,116	0,116	0,116	0,035	0,09	0,163	1
0,168	0,116	0,116	0,116	0,116	0,116	0,035	0,09	0,163	1
21	21	21	21	21	21	23	14	16	23
-0,181	0,431	0,205	0,372	-0,132	0,431	0,035	0,09	0,163	1
0,431	0,372	0,205	0,372	0,372	0,372	0,035	0,09	0,163	1
21	21	21	21	21	21	23	14	16	23
-0,37	0,108	-0,114	0,634	0,036	0,369	0,035	0,09	0,163	1
0,108	0,634	-0,114	0,634	0,036	0,369	0,035	0,09	0,163	1
20	20	20	20	20	20	23	14	16	23
-0,246	0,418	0,135	0,272	0,272	0,942	0,035	0,09	0,163	1
0,418	0,661	0,135	0,272	0,272	0,942	0,035	0,09	0,163	1
13	13	13	13	13	13	23	14	16	23
-0,431	0,289	0,289	-0,8	0,185	0,295	0,035	0,09	0,163	1
0,109	0,297	0,289	-0,8	0,185	0,295	0,035	0,09	0,163	1
15	15	15	15	15	15	23	14	16	23
-0,29	0,215	-0,29	0,38	0,638**	0,369	0,035	0,09	0,163	1
0,215	0,215	-0,29	0,38	0,638**	0,369	0,035	0,09	0,163	1
20	20	20	20	20	20	23	14	16	23
0,098	0,098	0,098	0,098	0,098	0,098	0,035	0,09	0,163	1
20	20	20	20	20	20	23	14	16	23
0,098	0,098	0,098	0,098	0,098	0,098	0,035	0,09	0,163	1