



AKADEMIN FÖR UTBILDNING OCH EKONOMI  
Avdelningen för ekonomi

---

# Obligatorisk hållbarhetsrapportering och dess påverkan på utgivandet av social och miljömässig hållbarhetsinformation

En undersökning av 23 svenska företag vars verksamhet associeras  
med negativ social eller miljömässig påverkan

Julia Stolt och Wilma Fagrell

2021

Examensarbete, Grundnivå (kandidatexamen), 15 hp  
Företagsekonomi  
Ekonomprogrammet  
Examensarbete företagsekonomi C

Handledare: Jan Svanberg  
Examinator: Arne Fagerström

---

## **Förord**

Vi vill först och främst rikta ett stort tack till alla som stöttat oss i arbetet med vår kandidatuppsats. Vidare vill vi tacka studiekamraterna i vår seminariegrupp för de värdefulla tips och den konstruktiva kritik vi fått under höstens opponeringar. Ett stort tack riktas även till vår handledare Jan Svanberg och vår examinator Arne Fagerström för den betydelsefulla ledningen och de berikande synpunkter vi fått under arbetets gång.

Tack!

Gävle, januari 2021

Julia Stolt

Wilma Fagrell

## Sammanfattning

**Titel:** Obligatorisk hållbarhetsrapportering och dess påverkan på utgivandet av social- och miljömässig hållbarhetsinformation

**Nivå:** Examensarbete på Grundnivå (kandidatexamen) i ämnet företagsekonomi

**Författare:** Julia Stolt och Wilma Fagrell

**Handledare:** Jan Svanberg

**Datum:** 2021-januari

**Syfte:** Rapporteringspliktens effekt på kontroversiella företags utgivande av hållbarhetsinformation inom den hållbarhetsdimension de anses agera negativt inom är i stort sett outforskad. Syftet med studien har därför varit att undersöka om det finns något samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden social hållbarhetsinformation som ges ut av socialt kontroversiella företag. Syftet har också varit att undersöka om det finns något samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden miljömässig hållbarhetsinformation som ges ut av miljömässigt kontroversiella företag.

**Metod:** Studien antar en positivistisk forskningsfilosofi med en deduktiv ansats och longitudinell design med data som omfattar fem år för 23 stycken svenska kontroversiella företag. Studien har genomförts med en kvantitativ metod där primärdata samlats in genom en innehållsanalys. Studien är också baserad på sekundärdata som inhämtats från databasen Retriever. Insamlad data har sedan analyserats i statistikprogrammet SPSS genom deskriptiv statistik, korrelationstest och regressionsanalyser för att testa studiens hypoteser.

**Resultat och slutsats:** Studiens resultat påvisar inget signifikant samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden social hållbarhetsinformation som ges ut av socialt kontroversiella företag. Studiens resultat påvisade däremot att det fanns ett signifikant positivt samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden miljömässig hållbarhetsinformation som ges ut av miljömässigt kontroversiella företag.

**Teoretisk och praktiskt resultat:** Studiens teoretiska resultat bygger vidare på forskningen om eventuella samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden rapportering inom två olika hållbarhetsdimensioner (miljö och social) för två olika grupper av kontroversiella företag (miljö och social). Genom ytterligare empirisk forskning inom området utökas litteraturen då studien funnit resultat som både motsäger och bekräftar tidigare forskning. Studiens praktiska resultat ger även en indikation på hur effektiv regleringen av hållbarhetsrapportering är för socialt och miljömässigt kontroversiella företag.

**Förslag till fortsatt forskning:** Studiens population består av svenska kontroversiella företag som omfattas av obligatorisk hållbarhetsrapportering. Ett bredare perspektiv skulle därför kunna antas där andra länder eller branscher inkluderas för att se om resultatet som denna studie framställer även gäller dem. Studien identifierar också tydliga skillnader mellan socialt och miljömässigt kontroversiella företag, något som vidare forskning kan undersöka.

**Nyckelord:** Obligatorisk hållbarhetsrapportering, Frivillig hållbarhetsrapportering, Kontroversiella företag, Miljödimension, Social dimension

## Abstract

**Title:** Mandatory sustainability reporting and its effect on social and environmental disclosures

**Level:** Student thesis, final assignment for Bachelor Degree in Business Administration

**Author:** Julia Stolt and Wilma Fagrell

**Supervisor:** Jan Svanberg

**Date:** 2021-January

**Aim:** The effect that mandatory sustainability reporting have on disclosures regarding the negative sustainability area for companies operating in controversial industry sectors are widely unexplored. The purpose of this study has therefore been to investigate whether there is a relationship between mandatory sustainability reporting and the amount of social sustainability information disclosed by socially controversial companies. The purpose has also been to investigate whether there is a relationship between mandatory sustainability reporting and the amount of environmental sustainability information disclosed by environmentally controversial companies.

**Method:** The study adopts a positivist research philosophy with a deductive approach and longitudinal design with data covering five years for 23 Swedish controversial companies. The study is carried out with a quantitative method where primary data has been collected through a content analysis. The study is also based on secondary data obtained from the Retriever database. The data was then analyzed in the statistical program SPSS, which carried out descriptive statistics, correlationstest and regressionanalysis to test the hypotheses of the study.

**Result and conclusion:** The results of the study showed no significant relationship between mandatory sustainability reporting and the amount of social sustainability information disclosed by socially controversial companies. On the contrary, the results showed a significant positive relationship between mandatory sustainability reporting and the amount of environmental sustainability information disclosed by environmentally controversial companies.

**Theoretical and practical result:** The theoretical results of the study are further based on research regarding possible connections between mandatory sustainability reporting and the amount of reporting within two different sustainability dimensions (environmental and social) for two different group of controversial companies (environmental and social). Through further empirical research in this area, the literature is expanded as the study has found results that both contradict and confirm previous research. The practical results of the study also give an indication of how effective the regulation of sustainability reporting is for socially and environmentally controversial companies.

**Suggestion for future research:** The population included in this study consist of Swedish controversial companies that are covered by mandatory sustainability reporting. Further reasearch could therefore adopt a broader perspective where other countries or industries are included to see if the results obtained in this study also holds for these countries or industries. The study also identifies differences between socially and environmentally controversial companies. What these differences are due to and whether they have any statistical significance is something that further research can investigate since it was not the pupose of this study to further investigate this.

**Key words:** Mandatory sustainability reporting, Voluntary sustainability reporting, Controversial companies, Environmental dimension, Social dimension.

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b> .....	1
<b>1.1 Bakgrund</b> .....	1
<b>1.2 Problemdiskussion</b> .....	4
<b>1.3 Syfte</b> .....	6
1.3.1 Syfte.....	6
1.3.2 Forskningsfrågor.....	7
1.3.3 Avgränsning.....	7
<b>2. Teoretisk referensram</b> .....	8
<b>2.1 Frivillig hållbarhetsrapportering</b> .....	8
2.1.1 Legitimitetsteorin.....	9
2.1.2 Signaleringssteorin.....	11
<b>2.2 Obligatorisk hållbarhetsrapportering</b> .....	12
2.2.1 EU-direktiv 2014/95.....	12
2.2.2 Evidens från andra länder.....	13
2.2.2.1 Italien.....	13
2.2.2.2. Kina, Danmark, Malaysia och Sydafrika.....	13
2.2.2.3. Spanien.....	14
<b>2.3 Hypotesutveckling</b> .....	14
<b>3. Metod</b> .....	17
<b>3.1 Forskningsprocess</b> .....	17
3.1.1 Forskningsstrategi.....	17
3.1.2 Forskningsfilosofi.....	17
3.1.3 Forskningsansats.....	18
3.1.4 Forskningsdesign.....	18
<b>3.2 Datainsamling</b> .....	19
3.2.1 Population och bortfall.....	19
3.2.2 Primär datainsamling.....	21
3.2.3 Sekundär datainsamling.....	23
<b>3.3 Insamling och kritik av tidigare forskning</b> .....	23
<b>3.4 Operationalisering</b> .....	24
3.4.1 Beroende variabel.....	24
3.4.1.1 Mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen.....	24
3.4.1.2 Mängd hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen.....	25
3.4.2 Oberoende variabler.....	25
3.4.2.1 Reformen SFS 2016:947.....	25
3.4.2.2 Företagsstorlek.....	25
3.4.2.3 Lönsamhet.....	26
3.4.2.4 Börsnotering.....	26
3.4.2.5 Statligt ägande.....	27
<b>3.5 Analysmetoder</b> .....	27
3.5.1 Deskriptiv statistik.....	27
3.5.2 Spearman´s rho.....	28
3.5.3 Multipel linjär regressionsanalys.....	28
<b>3.6 Kvalitetskriterier</b> .....	29
3.6.1 Reliabilitet.....	29
3.6.2 Replikerbarhet.....	30
3.6.3 Validitet.....	30
<b>4. Resultat</b> .....	31

<b>4.1 Deskriptiv statistik</b> .....	31
4.1.1 Beroende variabeln .....	31
4.1.2 Oberoende kontrollvariabler .....	32
4.1.2.1 Miljömässigt kontroversiella företag .....	32
4.1.2.2 Socialt kontroversiella företag .....	33
<b>4.2 Spearman´s rho</b> .....	34
<b>4.3 Regressionsanalyser</b> .....	35
4.3.1 Regressionsanalys socialt kontroversiella företag .....	36
4.3.2 Regressionsanalys miljömässigt kontroversiella företag .....	36
<b>5.Resultatdiskussion</b> .....	38
<b>6. Slutsats, resultat och begränsningar</b> .....	42
6.1 Slutsats .....	42
6.2 Teoretiskt resultat .....	42
6.3 Praktiskt resultat .....	43
6.4 Studiens trovärdighet .....	44
6.5 Studiens begränsningar och förslag till vidare forskning .....	44
<b>7. Källförteckning</b> .....	46
<b>8. Bilagor</b> .....	55
Bilaga 1. Branschkatgorier .....	55
Bilaga 2. Företagspresentation .....	56

## **Ekvationsförteckning**

Ekvation 1. Minsta urvalsstorlek .....	21
--	----

## **Figurförteckning**

Figur 1: Deduktiv ansats .....	18
--------------------------------	----

## **Formelförteckning**

Formel 1. Minsta urvalsstorlek .....	21
Formel 2. Avkastning på totalt kapital .....	26
Formel 3. Medelvärde .....	28
Formel 4. Standardavvikelse .....	28
Formel 5. Multipel regression .....	35
Formel 6. Multipel regression för den sociala dimensionen .....	35
Formel 7. Multipel regression för den miljömässiga hållbarhetsdimensionen .....	35

## **Tabellförteckning**

<b>Tabell 1.</b> Branschindelning .....	20
<b>Tabell 2.</b> Ämnesområden hänförliga till den miljömässiga respektive sociala hållbarhetsdimensionen .....	22
<b>Tabell 3.</b> Mängd hållbarhetsinformation 2015–2016 .....	31
MHIM= Mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen MHIS= Mängd hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen .....	31
<b>Tabell 4.</b> Mängd hållbarhetsinformation 2017–2019 .....	32
MHIM= Mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen MHIS= Mängd hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen .....	32

<b>Tabell 5.</b> Oberoende variabler (företagsstorlek, Lönsamhet) miljömässigt kontroversiella företag 2015–2016 .....	32
<b>Tabell 6.</b> Oberoende variabler (företagsstorlek, Lönsamhet) miljömässigt kontroversiella företag 2017–2019 .....	33
<b>Tabell 7.</b> Oberoende variabeln statligt ägande miljömässigt kontroversiella företag ....	33
<b>Tabell 8.</b> Oberoende variabeln börsnotering miljömässigt kontroversiella företag .....	33
<b>Tabell 9.</b> Oberoende variabler (företagsstorlek, Lönsamhet) socialt kontroversiella företag 2015–2016 .....	34
<b>Tabell 10.</b> Oberoende variabler (företagsstorlek, Lönsamhet) socialt kontroversiella företag 2017–2019 .....	34
<b>Tabell 11.</b> Oberoende variabeln statligt ägande socialt kontroversiella företag .....	34
<b>Tabell 12.</b> Oberoende variabeln börsnotering socialt kontroversiella företag .....	34
<b>Tabell 13.</b> Spearman´s rho .....	35
<b>Tabell 14.</b> Multipel linjär regression för socialt kontroversiella företag år 2015–2019.	36
<b>Tabell 15.</b> Summering av multipel linjär regression för socialt kontroversiella företag år 2015–2019. ....	36
<b>Tabell 16.</b> Multipel linjär regression för miljömässigt kontroversiella företag år 2015–2019. ....	37
<b>Tabell 17.</b> Summering av multipel linjär regression för miljömässigt kontroversiella företag år 2015–2019. ....	37

## **Förkortningar**

ÅRL – Årsredovisningslagen

SFS – Svensk författningssamling

MHIS – Mängd information inom den sociala hållbarhetsdimensionen

MHIM – Mängd information inom den miljömässiga hållbarhetsdimensionen



## **1. Inledning**

Hållbar utveckling definieras som utveckling som tillgodoser nutidens behov, utan att framtida generationers möjlighet att uppfylla sina behov äventyras (WCED, 1987). Definitionen inkluderar både sociala och miljömässiga aspekter där hänsyn bör tas till både samhället och miljöns förmåga att tillgodose människors behov (WCED, 1987).

Bansal (2005) beskriver vidare tre principer inom hållbar utveckling; miljöintegritet, socialt kapital och ekonomiskt välstånd. Miljöintegritet innebär att människors aktiviteter inte ska påverka jordens resurser i form av land, luft eller vatten (Bansal, 2005). Socialt kapital säkerställer att alla medborgare i ett samhälle har tillgång till samma resurser och möjligheter (Bansal, 2005).

Ekonomiskt välstånd främjar en resonabel livskvalité genom produktivitet, samt utvecklande och distribution av produkter och tjänster som hjälper till att höja levnadsstandarden runt om i världen (Bansal, 2005).

För att kunna förstå och förändra ett så komplext system som mänsklighetens interaktion med omvärlden och hur vi allokerar dess resurser krävs att alla delar i samhället hjälps åt (Gray och Milne, 2002). Det inkluderar även företag och deras redovisning som har ett betydande inflytande på samhället i stort (Gray och Milne, 2002). Företagens engagemang för hållbar utveckling har därmed förändrats kraftigt över tid (Bansal, 2005).

### **1.1 Bakgrund**

Redovisningstraditionen har länge varit fokuserad på dokumentering och sammanställning av finansiell data. De senaste decennierna har däremot allmänhetens medvetande för sociala- och miljömässiga frågor ökat, exempelvis gällande arbetsförhållanden respektive koldioxidutsläpp (Tagesson et al., 2009). Till följd av det har efterfrågan på information och transparens från företagen ökat inom sociala och miljömässiga områden (Tagesson et al., 2009).

En större efterfrågan på social och miljömässig information har skiftat redovisningens fokus från enbart finansiell information till att också inkludera icke-finansiell information. Kolk (2004) beskriver att icke-finansiell rapportering i sin begynnelse endast innefattade miljömässig rapportering. Den första separata miljörapporten gavs ut 1989, sedan dess menar Kolk att både rapporteringsgraden och innehållet breddats. Numera inkluderas sociala aspekter av företagets verksamhet, något som 1999 var ovanligt enligt Kolk (2004). År 2002 hade den sociala rapportering ökat och andelen företag som endast rapporterade om sina miljömässiga aspekter minskat avsevärt

(Kolk, 2004). Heltäckande rapporter med fokus på både miljömässiga och sociala aspekter var däremot fortfarande sällsynta (Gray och Milne, 2002).

Idag används främst begreppet hållbarhetsrapportering för att benämna företagets icke-finansiella rapportering. Hållbarhetsrapporteringen har ökat de senaste åren i de flesta delar av världen och i Europa rapporterade 77% av företagen år 2017 (KPMG, 2017). Företag som ger ut icke-finansiell information genom hållbarhetsrapportering förser marknaden med information om styrning samt social och miljömässig prestation (Mion och Loza Adauí, 2019).

Torgusa et al. (2013) beskriver vidare att företagens hållbarhetsaktiviteter samt rapportering utgår ifrån de tre hållbarhetsdimensionerna ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet. Den ekonomiska hållbarhetsdimensionen inkluderar arbete mot långsiktig ekonomisk prestation istället för kortsiktig vinstmaximering (Bansal, 2005). Dimensionen inkluderar också ett effektivt utnyttjande av marknadsmöjligheter och bidragande till att förbättra levnadsstandarden i hela ekonomin (Bansal, 2005). Den sociala hållbarhetsdimensionen fokuserar istället på arbetsplatsen och samhället för att skapa social sammanhållning och rättvisa (Torgusa et al., 2013). Den sociala dimensionen behandlar därför hälsa, säkerhet och generellt välmående på arbetsplatsen samt motivering av personal genom träning och utbildningsmöjligheter (Torgusa et al., 2013). Kolk (2004) beskriver också att upplysningar om hälsa och säkerhet samt personalen och företagets bidrag till samhället är vanliga inom den sociala hållbarhetsdimensionen. Den miljömässiga hållbarhetsdimensionen fokuserar istället på innovation, miljöeffektivitet och förebyggande av föroreningar (Aragon-Correa, 1998; Buysse och Verbeke, 2003). I syfte att minimera sin miljömässiga påverkan menar Walley och Whitehead (1994) att företag systematiskt övervakar och hanterar miljöpåverkan från verksamheten. Därigenom ämnar företag bygga upp trovärdighet hos intressenter (Walley och Whitehead, 1994).

Inom ramen för miljömässiga problem såsom global uppvärmning ifrågasätts företagens legitimitet ständigt, speciellt för företag som agerar inom miljömässigt "smutsiga" branscher menar Kilian och Hennigs (2014). En verksamhet anses endast legitim när den möter och följer förväntningarna i det sociala systemets normer, regler och betydelser (Bebbington et al., 2008; Suchman 1995). Detsamma gäller uppmärksammande av sociala samhällsproblem som exempelvis alkoholmissbruk, vilket leder till att legitimiteten ifrågasätts för företag som agerar på sådana marknader. Det väcker också frågan huruvida företagen kan agera hållbart när verksamheten associeras med negativ social eller miljömässig påverkan. Denna typ av företag benämns därför ofta som kontroversiella.

Företag med negativ social påverkan benämns i studien som socialt kontroversiella. Vollero et al. (2019) förklarar att socialt kontroversiella företag identifieras baserat på de sociala kostnader och verkningar på hälsan som uppstår i samband med verksamheten. Företagen definieras som kontroversiella eftersom de anses syndiga utifrån sociala normer och beskrivs ofta som moraliskt korrupta, oetiska och kränkande (Vollero et al., 2019). Vidare definieras också kontroversiella företag utifrån kontroversiella produkter. Vilket beskrivs som produkter, tjänster eller koncept som med anledning av finkänslighet, anständighet, moral eller rädsla tenderar att skapa reaktioner av avsmak, avsky, kränkning eller upprördhet när de nämns eller presenteras öppet (Wilson och West, 1981 citerat i Kilian och Hennigs, 2014).

Lindgreen et al. (2012) samt Vollero et al. (2019) menar också att socialt kontroversiella företag står i motsättning till rådande normer och att deras sociala beteende anses tveksamt och oetiskt. Det kan handla om att de tillhandahåller en produkt eller tjänst med negativa hälsoeffekter, exempelvis alkohol eller tobak, eller att produkten eller tjänsten anses oetisk att producera eller tillhandahålla, bland annat vapen och spel (Vollero et al., 2019). Historiskt sett är det socialt kontroversiella företag som studerats i större utsträckning och som benämns kontroversiella.

Vollero et al. (2019) menar däremot att begreppet utvecklats och innefattar numera också företag involverade i miljömässiga frågor vilka anses kontroversiella till följd av allmänhetens ökade medvetenhet för miljön. Påståendet styrks av Kilian och Hennigs (2014) som beskriver att miljömässigt skadliga produkter och tjänster ingår i den kontroversiella definitionen. Kilian och Hennigs beskriver också att företag kan anses uppenbart kontroversiella på grund av den marknadsförda produkten, exempelvis tobak, eller i sig kontroversiella på grund av deras externa påverkan på miljön och samhället, exempelvis transport-, energi- och läkemedelsbranschen. Företag anses då kontroversiella på grund av att deras miljömässiga beteende anses tveksamt och oetiskt (Vollero et al., 2019).

Företag med en negativ miljöpåverkan benämns i studien som miljömässigt kontroversiella. Den kontroversiella aspekten handlar då om att produkten de tillhandahåller påverkar miljön negativt i form av utsläpp, alternativt att producerandet av produkten genererar utsläpp eller att miljöfarliga ämnen och kemikalier används i tillverkningsprocessen. Kilian och Hennigs (2014) menar dock att graden av kontroversialitet kan variera mellan olika branscher och företag. Studien omfattar därför företag med varierande grad av miljöpåverkan.

## 1.2 Problemdiskussion

Hållbarhetsrapporteringen har länge varit frivillig och utformningen på rapporterna och innehållet har därför varierat kraftigt (Mion och Loza Adauí, 2019). Till följd av EU-direktivet 2014/95 är det numera obligatoriskt för vissa företag inom EU att publicera en hållbarhetsrapport. EU-direktivet 2014/95 infördes i Sverige genom en reform av årsredovisningslagen (ÅRL, SFS 2016:947). Hållbarhetsrapporter ska därför upprättas för räkenskapsår som inleds efter 1 januari 2017 och bestå av de upplysningar som anses behövas för att förstå företagets utveckling, resultat och ställning samt konsekvenser av verksamheten (6 kap. 12§ ÅRL, SFS 2016: 947). Vad som omfattar konsekvenser av verksamheten är frågor som rör miljö, sociala förhållanden, personal, hänsyn till mänskliga rättigheter samt motverkande av korruption (6 kap. 12§ ÅRL).

Obligatorisk hållbarhetsrapportering är därmed ett nytt fenomen och tidigare studier som studerat kontroversiella företag och dess hållbarhetsrapportering är därför baserade på frivillig hållbarhetsrapportering. Gray och Milne (2002) menar att en konsekvens av frivillig hållbarhetsrapportering är ofullständiga och partiska rapporter med fokus på goda nyheter eftersom det inte finns någon reglering som kräver fullständig rapportering. Motståndarna till reglerad hållbarhetsrapportering hävdar att företagen sköts bäst om de lämnas ifred och att frivilliga regimer är mest effektiva (Gray och Milne, 2002). Ska allmänheten kunna lita på att företagen arbetar mot hållbar utveckling bör de också producera högkvalitativa rapporter med fokus på miljömässig och social hållbarhet (Gray och Milne, 2002). Gray och Milne menar dock att fokus oftast riktas mot de finansiella rapporterna. Det finns därför anledning att misstro företagens frivilliga engagemang enligt Gray och Milne och att reglering krävs för att sådana fullständiga rapporter ska produceras.

Ett flertal studier menar att det främsta syftet med frivillig hållbarhetsrapportering är att positivt påverka intressenternas uppfattning om företaget, bygga upp ett gott rykte samt öka företagets trovärdighet (Bebbington et al., 2008; Kilian och Hennigs, 2014; Michelon, 2011; Vollero et al., 2019). Ett vanligt förekommande tema inom redovisningslitteraturen är att hållbarhetsrapportering syftar till att öka företagets ansvarsskyldighet (Bebbington et al., 2008). Bebbington et al. (2008) menar däremot att andra interna och externa faktorer måste beaktas som eventuella påverkansfaktorer till företagets val att ge ut hållbarhetsinformation. Rapporteringsförespråkare, praktiker och forskare menar nämligen att hållbarhetsrapportering kan ses både som ett resultat av och en del av riskhanteringen för dåligt rykte (Bebbington et al., 2008). För kontroversiella företag menar därför Hahn och Lülfs (2014) att frivillig hållbarhetsrapportering tenderar att bli ett verktyg i syfte att förbättra företagets rykte genom att fokusera på de hållbarhetsdimensioner inom vilka de inte har en negativ påverkan.

Utgivandet av hållbarhetsinformation förklaras också i ett flertal studier med hjälp av legitimitetsteorin (Bebbington et al., 2008; Bradford et al., 2017; Ching och Gerab, 2017; Michelin, 2011). Legitimitetsteorin menar att en organisation kan existera och använda samhällets resurser endast när samhället anser att organisationen är legitim (Ching och Gerab, 2017). Byrd et al. (2017) menar därför att kontroversiella företag har ytterligare ett syfte med rapporteringen. De hävdar att kontroversiella företag söker legitimitet genom att bekräfta sina problem och visa upp sina ansträngningar för att hantera den kontroversiella aspekten av sin affärsverksamhet (Byrd et al., 2017). Hahn och Lülfs (2014) menar dock att rapportering av ett företags negativa aspekter kan äventyra dess legitimitet om det av intressenterna uppfattas stå i motsättning till sociala normer och värderingar.

Kritiken mot hållbarhetsrapportering styrks av Palazzo och Richter (2005) samt Michelin et al. (2015), vilka menar att rapporteringen är en strategi som egentligen inte ger en tydligare bild av företagets mål, aktiviteter samt social och miljömässig påverkan. De menar istället att informationen ges ut i syfte att skydda organisationen från extern press (Palazzo och Richter, 2005; Michelin et al., 2015). De menar också att det finns en risk att rapporten blir ensidig och inkomplett om företaget endast fokuserar på positiva aspekter (Michelin et al., 2015; Palazzo och Richter, 2005). Hahn och Lülfs (2014) hävdar därför att användbarheten i en sådan rapport kan ifrågasättas.

Företagens negativa effekter definieras av Hahn och Lülfs (2014) som negativ miljömässig eller social påverkan orsakad av affärsverksamheten. Einwiller och Carroll (2020) bygger vidare på det och definierar negativa aspekter som företagets beteende avseende sociala, miljömässiga eller ekonomiska aspekter. Miljömässigt och socialt kontroversiella företag definieras baserat på sin negativa miljömässiga respektive sociala påverkan. Vidare anses deras miljömässiga respektive sociala beteende vara tvivelaktigt och oetiskt (Lindgreen et al., 2012; Vollero et al., 2019). Företagens beteende förväntas även ha eller haft en potentiell eller faktisk negativ inverkan på realiseringen av hållbarhet (Einwiller och Carroll, 2020). Kontroversiella företag kännetecknas därmed av att ha en negativ hållbarhetsdimension baserat på de tre dimensionerna ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet som Torgusa et al. (2013) presenterar.

Problematiken kring kontroversiella företags utgivande av hållbarhetsinformation är därmed att deras verksamhet är negativt sammankopplad med en av de tre hållbarhetsdimensionerna. Företag inom kontroversiella branscher har enligt Byrd et al. (2017) ytterligare incitament att rapportera om den kontroversiella aspekten av verksamheten. Problematiken är dock huruvida de bör rapportera eller inte. Uppmärksammande av kontroversiella aspekter kan leda till negativ publicitet, samtidigt som avsaknad av detsamma minskar intressenternas förtroende för företaget (Hahn och Lülfs,

2014). Hahn och Lülfs (2014) menar också att aktiv rapportering om företagets kontroversiella aspekt sänder positiva signaler till intressenterna om att företaget aktivt arbetar med att hantera de aspekterna. Det finns därmed incitament för företagen att rapportera inom den hållbarhetsdimension de anses ha en negativ påverkan, även när hållbarhetsrapportering är frivilligt (Hahn och Lülfs, 2014).

Tidigare studier med fokus på utgivande av hållbarhetsinformation har fokuserat på motiv och strategier för utgivande av hållbarhetsinformation när det varit frivilligt för företagen att ge ut informationen (Bebbington et al., 2008; Bradford et al., 2017; Byrd et al., 2017; Ching och Gerab, 2017; Hahn och Lülfs, 2014; Kilian och Hennigs, 2014; Michelon, 2011; Michelon et al., 2015; Vollero et al., 2019). Företagen har därför själva kunnat styra och välja vilken typ av information som publiceras. För kontroversiella företag innebär det att de kunnat ignorera den hållbarhetsdimension de anses agera negativt inom. För räkenskapsår som startade 1 januari 2017 och senare har det däremot blivit obligatoriskt för vissa företag att ge ut hållbarhetsinformation (Bolagsverket, 2019). Det innebär att företag som omfattas av kravet på hållbarhetsrapport måste tillhandahålla information om både sociala och miljömässiga aspekter. Frågan är därför hur mycket det påverkat de kontroversiella företagens hållbarhetsrapportering när de inte längre kan välja vilken information som ges ut.

Tidigare studier som studerat rapportering av negativa aspekter är dels få, dels baserade på frivillig rapportering (Einwiller och Carroll, 2020; Hahn och Lülfs, 2014). Studier som studerat obligatorisk hållbarhetsrapporteringens påverkan på mängden hållbarhetsinformation har då inkluderat alla tre hållbarhetsdimensioner (Costa och Agostinis, 2016; Ioannou och Serafeim, 2017; Larrinaga et al., 2002; Llana et al., 2007; Sierra-Garcia et al., 2018). Tidigare studier har inte heller fokuserat på specifika branscher. Rapporteringspliktens effekt på kontroversiella företags utgivande av information inom den hållbarhetsdimension de anses agera negativt inom är därmed i stort sett utforskad. Det forskningsgap ämnar studien bidra till genom att undersöka mängden hållbarhetsinformation innan och efter införandet av EU-direktiv 2014/95 i Sverige, för företag som agerar inom kontroversiella branscher.

## **1.3 Syfte**

### **1.3.1 Syfte**

Ett av studiens syften är att undersöka om det finns något samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden social hållbarhetsinformation som ges ut av socialt kontroversiella företag. Studiens andra syfte är att undersöka om det finns något samband mellan

obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden miljömässig hållbarhetsinformation som ges ut av miljömässigt kontroversiella företag.

### **1.3.2 Forskningsfrågor**

Ger socialt kontroversiella företag ut mer social hållbarhetsinformation när hållbarhetsrapportering är obligatoriskt jämfört med när hållbarhetsrapportering är frivilligt?

Ger miljömässigt kontroversiella företag ut mer miljömässig hållbarhetsinformation när hållbarhetsrapportering är obligatoriskt jämfört med när hållbarhetsrapportering är frivilligt?

### **1.3.3 Avgränsning**

Studien avgränsas till svenska företag som omfattas av kravet på hållbarhetsrapport enligt 6 kap. 10 § ÅRL, SFS 2016:947. Denna reform riktar sig endast mot svenska företag, därför tar studien plats i Sverige. Företag som uppfyller mer än ett av följande krav i 6 kap. 10 § ÅRL måste publicera en hållbarhetsrapport i sin förvaltningsberättelse, alternativt som enskild rapport.

1. medelantalet anställda har under vart och ett av de två senaste räkenskapsåren uppgått till mer än 250,
2. företagets redovisade balansomslutning har för vart och ett av de två senaste räkenskapsåren uppgått till mer än 175 miljoner kronor,
3. företagets redovisade nettoomsättning har för vart och ett av de två senaste räkenskapsåren uppgått till mer än 350 miljoner kronor. (6 kap. 10§ ÅRL, SFS 2016:947).

Kravet på hållbarhetsrapport gäller för räkenskapsår som inleds den 1 januari 2017 eller senare (Bolagsverket, 2019). Studien inkluderar därför rapporter för räkenskapsåren 2015 till 2019.

## 2. Teoretisk referensram

### 2.1 Frivillig hållbarhetsrapportering

I takt med allmänhetens ökade efterfrågan på ansvarsfullt agerande från företagen vill intressenterna bli informerade om vad företagen gör rätt och fel (Kilian och Hennigs, 2014). Fler företag hålls därför ansvariga av allmänheten för deras påverkan på samhället (Hahn och Lülfs, 2014). Det är däremot svårt för externa intressenter att bedöma företagets hållbarhetsprestation och därför förväntas företaget kommunicera om sitt beteende i syfte att minska informationsasymmetrin mellan företaget och dess intressenter (Hahn och Lülfs, 2014). Det främsta målet med hållbarhetsrapportering är därför enligt Kilian och Hennigs (2014) att positivt påverka intressenternas uppfattning om företaget, exempelvis genom att bygga upp ett gott rykte. Det menar även Vollero et al. (2019) som hävdar att rapporteringens syfte är att öka intressenternas medvetenhet gällande företagets aktiviteter och att öka företagets trovärdighet.

Bebbington et al. (2008) samt Michelin (2011) hävdar istället att hållbarhetsrapportering är ett sätt för företag att hantera risken för dåligt rykte. Ett rykte menar de kan ses som en immateriell tillgång med värdeskapande potential (Bebbington et al., 2008; Michelin, 2011). Bebbington et al. beskriver också att företagets rykte grundar sig på de aktiviteter som företaget utför samt andras uppfattning om aktiviteterna. Att upprätthålla ett bra rykte beskriver Bebbington et al. som viktigt, men framhäver också att ett rykte lätt kan ta skada. Byrd et al. (2017) argumenterar därför att både rapporteringen och strukturen på rapporten bör reflektera företagets behov av att bygga upp och bibehålla ett gott rykte. För kontroversiella företag kan det därför innebära att de framhäver det positiva, trots att verksamheten associeras med negativ social eller miljömässig påverkan.

Hahn och Lülfs (2014) beskriver däremot att syftet med företagets hållbarhetsrapportering bör vara att ge en komplett och balanserad bild av företagets hållbarhetsprestation. Generellt menar de att transparent utgivning av hållbarhetsinformation ökar intressenternas förtroende för företaget eftersom det signalerar om god styrning (Hahn och Lülfs, 2014). Avsaknad av god styrning och information sänder istället signaler om att företaget utgör en risk (Hahn och Lülfs, 2014). Hahn och Kühnen (2013) beskriver också att målet med hållbarhetsrapportering är att uppnå ökad transparens, varumärkes värde, rykte och legitimitet. Ytterligare motiv är bland annat att signalera sin konkurrenskraft och motivera medarbetarna (Hahn och Kühnen, 2013).

Gray och Milne (2002) menar vidare att oreglerad hållbarhetsredovisning leder till partiska och ofullständiga rapporter inom den sociala och miljömässiga hållbarhetsdimensionen. När företagen själva får välja vilken information som ska publiceras menar Gray och Milne att goda nyheter



framhävs och att företagen framställs som goda, trots att deras verksamhet kretsar kring ohållbarhet. Påståendet styrks av Einwiller och Carroll (2020) som beskriver att en balans mellan positiv och negativ information i rapporteringen är avgörande för framgångsrik hållbarhetsrapportering. De menar att negativ information om ett företags verksamhet är av vikt för dess intressenter (Einwiller och Carroll, 2020). Baserat på den tidigare forskningen förväntas därför kontroversiella företag rapportera en mindre mängd information inom sin negativa hållbarhetsdimension när rapporteringen är frivillig (Gray och Milne, 2002; Hahn och Lülfs, 2014).

### **2.1.1 Legitimitetsteorin**

Dowling och Pfeffer (1975) menar att företag enligt legitimitetsteorin försöker säkerställa att de agerar i samklang med samhällets normer och att företaget ska uppfattas som legitimt av allmänheten. Hartwig (2018) förklarar också att de normer som företaget strävar efter att verka i samklang med, förändras över tid och således inte är statiska. Det är därför viktigt för företag att anpassa sig efter de nya normer och värderingar som växer fram för att kunna behålla sin legitimitet (Hartwig, 2018). Ett exempel är allmänhetens ökade intresse gällande sociala och miljömässiga frågor som kräver att företagen anpassar sin hållbarhetsrapportering för att upprätthålla legitimiteten.

Legitimitetsteorin används i ett flertal studier i syfte att förklara frivillig utgivning av hållbarhetsinformation (Bebbington et al., 2008; Bradford et al., 2017; Ching och Gerab, 2017; Michelon, 2011). Teorin gör antagandet att en organisation kan existera och använda samhällets resurser endast när samhället anser att organisationen är legitim (Ching och Gerab, 2017).

Suchmans (1995) definition av legitimitet är vanligt förekommande. Suchman definierar legitimitet enligt följande;

” Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions.” (Suchman, 1995 s.574).

Bebbington et al. (2008) definierar också legitimitet som att möta och följa förväntningarna i det sociala systemets normer, regler och betydelser. Skulle samhället anse att organisationen inte är legitim svarar de med att hota organisationens sociala kontrakt, exempelvis genom att bojkotta företagets produkter (Bebbington, 2008).

Ching och Gerab (2017) hävdar att företag med större sannolikhet för att allmänheten ser på företaget som illegitimt, har större incitament att anta legitimeringsstrategier. Vollero et al. (2019) beskriver också att den kontroversiella aspekten av ett företag påverkar hållbarhetsrapporteringen eftersom dessa företag är utsatta för mer omfattande offentlig granskning. De menar också att deras intressenters etiska och sociala förväntningar ökat (Vollero et al., 2019). Det innebär att intressenter numera efterfrågar rättfärdigande och rapportering av miljömässiga och sociala aspekter, utöver det finansiella (Vollero et al., 2019).

Byrd et al. (2017) menar dock att de flesta företag har information som de vill kommunicera till sina intressenter, exempelvis hur de behandlar sina anställda, hur de bidrar till samhället och hur de minskar sin miljöpåverkan. Vidare menar Byrd et al. att kontroversiella företag har ytterligare ett syfte med utgivandet av hållbarhetsinformation, att ge ut information i syfte att legitimera den kontroversiella aspekten av affärsverksamheten. Det styrks av Ching och Gerab (2017) som menar att investerare inte längre nöjer sig med endast finansiell information, de vill också säkerställa att företagets agerande är hållbart innan de investerar. Kontroversiella företag antas således producera detaljerad och noggrann hållbarhetsinformation även när rapporteringen är frivillig (Vollero et al., 2019).

Problematiken med utgivande av hållbarhetsinformation inom den dimension där företaget agerar negativt är att det kan hota företagets legitimitet (Hahn och Lülfs, 2014). Samtidigt som avsaknad av information kan leda till skepticism hos intressenterna gällande tillförlitligheten i rapporten (Hahn och Lülfs, 2014). Hahn och Lülfs (2014) menar dock att aktiv rapportering gällande företagets kontroversiella aspekter sänder positiva signaler till intressenterna om att företaget aktivt arbetar med att hantera dessa aspekter snarare än att de ignoreras. Det kan således finnas incitament för företagen att rapportera inom den hållbarhetsdimension de anses ha en negativ påverkan, även när hållbarhetsrapportering är frivilligt (Hahn och Lülfs, 2014).

Chan et al. (2013) menar också att information är nödvändig för att ändra människors uppfattning. Om ett företag inför nya strategier i samklang med samhällets förväntningar måste det också förmedlas för att kunna påverka uppfattningen om företaget (Chan et al., 2013). Det uppmärksammar den strategiska vinningen av att producera mer information i företagsrapporterna (Chan et al., 2013). Chan et al. beskriver även att företag inom olika typer av branscher har olika gränser för vad som anses legitimt av samhället. Företag inom känsliga branscher, exempelvis produktion med hög klimatpåverkan, har större incitament att förmedla en bra företagsimage för att behålla sin legitimitet (Chan et al., 2013). Påståendet styrks av Kotchen och Moon (2012) som hävdar att rapporteringens främsta syfte är att legitimera oansvarigt agerande. Oansvarigt agerande

förekommer ofta i kontroversiella företag till följd av den kontroversiella aspekten (Kotchen och Moon, 2012). I syfte att kompensera för de oansvariga aktiviteterna och legitimera sin illegitima verksamhet publicerar därför kontroversiella företag mer hållbarhetsinformation (Kotchen och Moon, 2012).

Omfattningen av offentliga påtryckningar som företag upplever gällande deras legitimitet, varierar mellan olika typer av branscher (Chan et al., 2013). Företag inom kontroversiella branscher anses därför ha större incitament att avslöja mer omfattande hållbarhetsinformation, än företag inom icke-kontroversiella branscher (Chan et al., 2013). Påståendet grundar sig i legitimitetsteorin som förutspår att kontroversiella företag har större incitament att framställa en bra företagsimage för att upprätthålla sina konkurrensfördelar (Chan et al., 2013).

Dierks och Preston (1977) menar också att företag vars ekonomiska verksamhet påverkar miljön, är mer benägna att ge ut information om sin miljöpåverkan än företag i andra industrier. Deegan och Gordon (1996) styrker påståendet i sin studie som fann att företag som arbetar inom miljökänsliga industrier använder miljöinformation för att legitimera verksamheten. Hall (1993) menar även att företag i känsliga industrier är under större tryck att uppvisa legitimitet vilket innebär att de också förväntas tillhandahålla mer omfattande hållbarhetsrapportering. Hall förklarar också att det är ett sätt för företagen att framställa en ansvarsfull social image samt bibehålla konkurrensfördelar.

Legitimitetsteorin kan därför förklara varför kontroversiella företag ger ut hållbarhetsinformation inom den hållbarhetsdimension de anses agera negativt. När hållbarhetsrapportering är frivilligt finns det alltså incitament för kontroversiella företag att ge ut information inom den negativa hållbarhetsdimensionen i syfte att legitimera sin verksamhet (Byrd et al., 2017; Chan et al., 2013; Ching och Gerab, 2017; Deegan och Gordon, 1996; Dierks och Preston, 1977; Kotchen och Moon, 2012; Vollerö et al., 2019). En följd av det skulle kunna vara att miljömässigt kontroversiella företag ger ut miljömässig hållbarhetsinformation, och att socialt kontroversiella företag ger ut social hållbarhetsinformation, även när hållbarhetsrapportering är frivilligt.

### **2.1.2 Signaleringsteorin**

Hahn och Lülfs (2014) menar att informationsfördelningen mellan företaget och dess intressenter gällande företagets hållbarhets prestation är asymmetrisk eftersom det är svårt för externa intressenter att bedöma företagets prestation. Signaleringsteorin gör gällande att den bättre informerade parten på ett trovärdigt sätt försöker framföra informationen till den mindre

informerade parten i syfte att minska informationsasymmetrin (Spence, 1973). Signalerings teorin kan därför ge en förklaring till varför företag ger ut frivillig hållbarhetsinformation.

Hartwig (2018) beskriver istället signalerings teorin som att högpresterande företag vill signalera att de är högpresterande och därför ger ut mer frivillig information i sina rapporter. Lågpresterande vill däremot inte signalera att de är lågpresterande och förutspås därför ge ut en mindre mängd frivillig information (Hartwig, 2018). Påståendet kan överföras på kontroversiella företag och hållbarhetsrapportering. Miljömässigt och sociala kontroversiella företag anses agera negativt inom den miljömässiga respektive sociala hållbarhetsdimensionen och förutspås därför ge ut mindre mängd frivilliga upplysningar inom respektive dimension. Det beror på att de enligt signalerings teorin inte vill signalera sitt dåliga beteende till sina externa intressenter (Hartwig, 2018).

## **2.2 Obligatorisk hållbarhetsrapportering**

Crawford och Williams (2010) menar att ett resultat av intressenternas ökade efterfrågan på ansvarstagande från företagen är att efterfrågan på obligatorisk rapportering ökat. Obligatorisk rapportering medför enligt Crawford och Williams ett antal fördelar eftersom det skapar standardisering och jämförbarhet mellan företagen. De beskriver däremot att obligatorisk rapportering inte alltid innebär att rapporteringens kvalitet ökar (Crawford och Williams, 2010). Med kvalitet menar de information som är tillförlitlig och relevant (Crawford och Williams, 2010). Utgivning av mer information görs därför enbart i syfte att upprätthålla legitimitet enligt Crawford och Williams (2010).

### **2.2.1 EU-direktiv 2014/95**

EU-direktiv 2014/95 innebär att företag i sina årsrapporter måste inkludera information om sina policys, risker och resultat gällande miljöfrågor, sociala aspekter, medarbetare, respekt för mänskliga rättigheter, antikorrup tion och mutor samt mångfald i styrelsen (Grewal et al., 2015). I Sverige infördes EU-direktivet 2014/95 genom reformen SFS 2016:947. Hållbarhetsrapporter ska därför upprättas för räkenskapsår som inleds efter 1 januari 2017 och bestå av de upplysningar som behövs för att förstå företagets utveckling, resultat, ställning samt konsekvenser av verksamheten (6 kap. 12§ ÅRL, SFS 2016: 947). Vad som omfattar konsekvenser av verksamheten är frågor som rör miljö, sociala förhållanden, personal, hänsyn till mänskliga rättigheter samt motverkande av korrup tion (6 kap. 12§ ÅRL).

Torre et al. (2018) menar att icke-finansiell rapportering genom reformen blivit obligatoriskt för vissa företag inom EU, och att det markerar ett skifte från frivillig till obligatorisk

hållbarhetsrapportering. Torre et al. menar också att direktivet syftar till att harmonisera den icke-finansiella rapporteringen mellan EU:s medlemsstater. Termen icke-finansiell rapportering anses dock tvetydig eftersom begreppet specifikt syftar på miljömässig och social rapportering (Torre et al., 2018).

Johansen (2016) förklarar vidare att EU-direktivet 2014/95 är en blandning av obligatorisk och frivillig hållbarhetsrapportering. Direktivet räknas som obligatoriskt eftersom det ställer krav på att företagen som omfattas ger ut viss information, samtidigt som det anses frivilligt i vilken grad informationen måste ges ut (Johansen, 2016). Företagen kan därmed välja att ge ut minsta möjliga information, exempelvis förklara varför en policy inte finns, men anses ändå fullfölja kravet som direktivet innebär (Johansen, 2016).

Adams (2004) menar också att riktlinjer för företagen gällande vad de bör rapportera, inte är tillräckligt för att företagens rapportering ska bli mer än en legitimeringsstrategi. Att tala om för företagen vad de bör rapportera är därför inte tillräckligt för att säkerställa verkligt ansvarstagande från företagen (Adams, 2004). Adams menar därmed att företagens hållbarhetsrapportering kan vara inkomplett även när det finns reglering och riktlinjer för vad som ska rapporteras.

## **2.2.2 Evidens från andra länder**

### **2.2.2.1 Italien**

Costa och Agostinis (2016) studie utförs i Italien och undersöker hur lag 32/2007 påverkat företagens rapportering. Lagen innebär att företag ska tillhandahålla information om sina medarbetare och miljö i sina årsrapporter (Costa och Agostini, 2016). Studien påvisade en ökning i mängden rapportering under åren som regleringen infördes (Costa och Agostini, 2016). Costa och Agostini finner däremot inga bevis för att ökningen beror på regleringen. De menar att det saknas en dialog mellan företaget och de externa intressenterna, varför regleringen inte är tillräcklig för att ge en signifikant påverkan på företagens rapportering (Costa och Agostini, 2016).

### **2.2.2.2. Kina, Danmark, Malaysia och Sydafrika**

Ioannou och Serafeim (2017) genomförde en studie i syfte att undersöka obligatorisk hållbarhetsrapporterings påverkan på mängden hållbarhetsinformation för länderna, Kina, Danmark, Malaysia och Sydafrika. Resultatet visade att implementeringen av regleringen ökat mängden hållbarhetsrapportering i dessa fyra länder (Ioannou och Serafeim, 2017). Ioannou och Serafeim menar däremot att reglering inte alltid leder till en ökad mängd hållbarhetsrapportering, eftersom den ökande mängden kan bero på andra faktorer och principer.

### **2.2.2.3. Spanien**

Larrinaga et al. (2002) menar också att implementering av obligatorisk hållbarhetsrapportering inte alltid leder till en större mängd information. Larrinaga et al. genomförde en studie som undersökte effekten av regleringen för hållbarhetsrapportering som infördes i Spanien 1998. Den bestod av 70 företag varav 20% hållbarhetsrapporterade i olika utsträckning (Larrinaga et al., 2002). I syfte att öka rapporteringsgraden införde Spanien en mer omfattande reform 2002 (Llena et al., 2007). Till följd av reformen ökade rapporteringen, men främst för företag vars verksamhet hade en miljöpåverkan (Llena et al., 2007). Llena et al. (2007) beskriver däremot att rapporteringen till stor del bestod av information som fokuserade på vad företagen gjorde bra och publicerades i syfte att se bra ut i samhällets ögon.

Sierra-Garcia et al. (2018) studerade också hur EU-direktiv 2014/95 påverkat spanska företags icke-finansiella rapportering. Direktivet implementerades i spansk lag genom Royal Decree-Law 18/2017 och började gälla för räkenskapsår 2017 (Sierra-Garcia et al., 2018). Resultat visade att 97,1% av företagen som ingick i studien publicerade icke-finansiell information i en separat rapport innan direktivet trätt i kraft (Sierra-Garcia et al., 2018). Denna siffra hade sedan minskat till 80% efter att direktivet trätt i kraft (Sierra-Garcia et al., 2018). Studien påvisade också skillnader mellan olika branschsektorer. De företag som agerar inom känsliga branscher, exempelvis transportbranschen, ger också ut mer icke-finansiell information (Sierra-Garcia et al., 2018).

## **2.3 Hypotesutveckling**

Fram till 2000-talet har hållbarhetsrapportering internationellt främst varit frivillig (Mion och Loza Adauí, 2019). Flertalet studier menar att när hållbarhetsrapporteringen är frivillig fokuserar företag mer på sina positiva än sina negativa aspekter av verksamheten (Einwiller och Carroll, 2019; Hahn och Lülfs, 2014). Företagets negativa aspekter definieras av ett företags negativa sociala eller miljömässiga påverkan orsakad av affärsverksamheten (Hahn och Lülfs, 2014). Vidare definieras kontroversiella företag baserat på sitt negativa sociala eller miljömässiga beteende (Vollero et al., 2019). Företagens beteende förväntas även ha eller haft en potentiell eller faktisk negativ inverkan på realiseringen av hållbarhet (Einwiller och Carroll, 2020). Kontroversiella företags negativa aspekt är därmed en negativ hållbarhetsdimension baserat på de tre dimensionerna ekonomiskt, social och miljömässig hållbarhet som Torgusa et al. (2013) presenterar.

Signaleringsteorin menar också att företag inte vill signalera sitt dåliga beteende till de externa intressenterna (Hartwig, 2018). Miljömässigt och socialt kontroversiella företag förutspås därför ge ut en mindre mängd frivilliga upplysningar inom den miljömässiga respektive sociala

hållbarhetsdimensionen. Flera studier menar också att det främsta syftet med hållbarhetsrapportering är att upprätthålla och bibehålla ett gott rykte om verksamheten (Bebbington et al., 2008; Kilian och Hennigs, 2014; Michelon, 2011; Vollero et al., 2019). För kontroversiella företag kan det innebära att de försöker dölja de negativa aspekterna av verksamheten i syfte att upprätthålla ett gott rykte.

Gray och Milne (2002) menar vidare att oreglerad hållbarhetsredovisning leder till partiska och ofullständiga rapporter inom de två områdena social och miljömässig hållbarhet. När företagen själva får välja vilken information som ska publiceras menar Gray och Milne att företagen framställs som goda trots att verksamheten associeras med ohållbarhet. Kontroversiella företag förväntas därför rapportera en mindre mängd information inom sin negativa hållbarhetsdimension när rapporteringen är frivillig (Gray och Milne, 2002; Hahn och Lülfs, 2014).

Sedan 2017 är det obligatoriskt för de största företagen att hållbarhetsrapportera (Bolagsverket, 2019). Företag som omfattas av kravet på hållbarhetsrapportering har därför inte längre möjlighet att välja vilken information som ska finnas med. För kontroversiella företag innebär det att information om deras kontroversiella aspekt av affärsverksamheten måste finnas med, information som de tidigare kunnat dölja eller undvika. Sierra-Garcia et al. (2018) samt Llana et al. (2007) påvisar i sina studier av spanska företag att det är företag inom känsliga branscher som producerar mer hållbarhetsinformation till följd av att hållbarhetsrapportering är obligatoriskt. Kontroversiella företag förväntas därför publicera en större mängd information inom den hållbarhetsdimension de anses agera negativt när rapporteringen är obligatorisk, jämfört med när den är frivillig. Studiens första två hypoteser är således följande:

*H<sub>1</sub>: Det finns ett positivt samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden social hållbarhetsinformation som ges ut av socialt kontroversiella företag.*

*H<sub>2</sub>: Det finns ett positivt samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden miljömässig hållbarhetsinformation som ges ut av miljömässigt kontroversiella företag.*

Vidare menar legitimitetsteorin att det finns incitament för kontroversiella företag att ge ut information inom sin negativa hållbarhetsdimension, även om hållbarhetsrapportering är frivilligt (Byrd et al., 2017; Chan et al., 2013; Ching och Gerab, 2017; Deegan och Gordon, 1996; Dierks och Preston, 1977; Kotchen och Moon, 2012; Vollero et al., 2019). Chan et al. (2013) förklarar också att kontroversiella företag har större incitament än icke-kontroversiella företag att ge ut denna typ av information i syfte att legitimera sin verksamhet. Påståendet grundar sig i att kontroversiella företag har större incitament att ge ut information i syfte att upprätthålla en bra företags-image

eftersom de är utsatta för större granskning av allmänheten (Chan et al., 2013; Hall, 1993; Kotchen och Moon, 2012).

Det finns också ett flertal studier som studerat hur obligatorisk hållbarhetsrapportering påverkat mängden information (Costa och Agostini, 2016; Iannou och Serafeim, 2017; Llena et al., 2007). Studierna påvisar att det inte alltid finns något statistiskt signifikant samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden information. Adams (2004) menar också att hållbarhetsrapporteringen kan vara inkomplett även när det finns reglering och riktlinjer för vad som ska rapporteras. Att tala om för företagen vad de bör rapportera menar Adams inte säkerställer ett verkligt ansvarstagande. Johansen (2016) beskriver också EU-direktivet, som ligger till grund för att hållbarhetsrapportering blivit obligatoriskt, som delvis obligatoriskt, delvis frivilligt. Anledningen är att direktivet endast ställer krav på att rapportera, men företagen kan själva välja hur mycket (Johansen, 2016). Resonemanget ligger till grund för studiens tredje och fjärde hypotes;

*H<sub>3</sub>: Det finns inget samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden social hållbarhetsinformation som ges ut av socialt kontroversiella företag.*

*H<sub>4</sub>: Det finns inget samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden miljömässig hållbarhetsinformation som ges ut av miljömässigt kontroversiella företag.*



### **3. Metod**

#### **3.1 Forskningsprocess**

##### **3.1.1 Forskningsstrategi**

Studien undersöker mängden hållbarhetsrapportering som ges ut av kontroversiella företag, vilket är en del inom forskningsområdet affärsetik (Lock och Seele, 2015). Campbell och Cowton (2015) samt Lock och Seele (2015) förklarar att det inom forskningsområdet affärsetik är vanligt att tillämpa kvantitativa metoder. Lock och Seele (2015) menar vidare att syftet med kvantitativ forskning är att tillämpa en objektiv bedömning när ett specifikt fenomen studeras. De beskriver också att kvantitativ metod kännetecknas av begreppskvantifiering och mätbara data där relationerna mellan olika variabler mäts och testas statistiskt (Lock och Seele, 2015).

Syftet med studien är att undersöka eventuella samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden rapportering inom socialt och miljömässigt kontroversiella företags negativa hållbarhetsdimension. Undersökningen syftar därför till att kvantifiera begreppen hållbarhetsinformation och obligatorisk hållbarhetsrapportering. Campbell och Cowton (2015) menar att det är viktigt att den valda metoden passar med den forskningsfråga som ämnar besvaras. Den kvantitativa metoden anses passa väl in på studiens fokusområde och de forskningsfrågor som ämnar besvaras eftersom relationen mellan de olika variablerna testas och mäts statistiskt.

##### **3.1.2 Forskningsfilosofi**

Studien har en positivistisk forskningsfilosofi, vilket beskrivs som en vanlig förekommande forskningsfilosofi vid kvantitativ forskning (Campbell och Cowton, 2015; Lock och Seele, 2015). Sohlberg och Sohlberg (2013) beskriver positivismen som en filosofi där kunskap genereras genom erfarenheter och att fokus ligger på objektiva mätbara variabler. För att förhållningssättet vid positivistisk forskningsfilosofi ska vara objektiv, värderingsfri och fri från spekulationer måste kunskapen vara mätbar (Sohlberg och Sohlberg, 2013; Campbell och Cowton, 2015). Studien ämnar undersöka mängden hållbarhetsinformation inom de två dimensionerna social och miljömässig hållbarhet som beroende variabel och obligatorisk hållbarhetsrapportering som oberoende variabel. Dessutom inkluderas ett antal kontrollvariabler och studien består därför av kvantifierade begrepp i form av mätbara data som används för att härleda objektiva slutsatser. Positivistisk forskningsfilosofi anses därför passa väl in på studien.

Sohlberg och Sohlberg (2013) menar också att kunskapen i en positivistisk forskningsfilosofi ska tas fram utifrån ett objektiv synsätt. Studien består av en innehållsanalys vilket skapar motsägelse till den positivistiska forskningsfilosofin om objektiv kunskap. Motsägelsen uppstår eftersom det i

genomförandet av en innehållsanalys kan vara svårt att undvika subjektiva bedömningar. För att minska subjektiva bedömningar och öka objektiviteten har det tydliggjorts vilka kriterier som delar av innehållet ska uppfylla för att orden ska räknas, samt har en tät kommunikation haft under innehållsanalysens genomförande.

### 3.1.3 Forskningsansats

Studien har genomförts med en deduktiv forskningsansats. Det deduktiva förhållningssättet innebär att tidigare forskning och teorier ligger till grund för ett antal hypoteser som sedan provas genom insamling och analys av data (Campbell och Cowton, 2015). I denna studie har fyra hypoteser härletts utifrån tidigare forskning. Primärdata har sedan samlats in genom en innehållsanalys och en sekundär datainsamling har tillämpats för kontrollvariablerna som hämtats från databasen Retriever. Insamlad data analyserades sedan i syfte att pröva de fyra hypoteser som härletts från tidigare forskning, vilken kännetecknar det deduktiva förhållningssättet mellan teori och forskning (Campbell och Cowton, 2015).

Figur 1: Deduktiv ansats



Bryman och Bell (2017 s.43)

### 3.1.4 Forskningsdesign

Studien har en longitudinell forskningsdesign. Års- och hållbarhetsrapporter har studerats under fem år i syfte att förklara hur reformen 2016:947 som infördes 2017 påverkat mängden hållbarhetsinformation inom kontroversiella företags negativa hållbarhetsdimension. En longitudinell forskningsdesign anses passande när syftet är att undersöka en förändring där tidsaspekten spelar en viktig roll (Ployhart och Vandenberg, 2010; Sohlberg och Sohlberg, 2013). Studiens syfte handlar om hur reformen 2016:947 som infördes 2017 påverkat hållbarhetsrapporteringen. För att kunna besvara studiens syfte krävs därför att observationer görs i olika tidsstadium.

Ployhart och Vandenberg (2010) menar även att en longitudinell forskningsdesign endast är tillämplig i de fall tidsspannet för undersökningen är minst tre år. Reformen trädde i kraft 2017 varför års- och hållbarhetsrapporter för åren 2015 till 2019 inkluderats i studien. Tidsspannet

används också för att få tillförlitliga data som gör det möjligt att dra slutsatser om hypoteserna är trovärdig eller bör förkastas.

## **3.2 Datainsamling**

Studiens data är baserad på företags årsredovisningar alternativt separata hållbarhetsrapporter. Rapporterna har hämtats från databasen Retriever eller på respektive företags hemsida. Deegan och Unerman (2011) menar att om företagen inte publicerar sådana rapporter eller om de lagar och regler som finns inte följs, utsätts företag för olika typer av konsekvenser. Informationen som publiceras i en hållbarhetsrapport eller årsredovisning anses därför vara tillförlitlig och säker data att använda i denna studie.

### **3.2.1 Population och bortfall**

Valet av företag till studien har genomförts med hjälp av databasen Retriever. Studiens population består av företag inom kontroversiella branscher, vilka har valts ut med hjälp av databasen Retrievers branschindelningsskategorier. De branschskategorier som populationen består av presenteras i bilaga 1 och har valts ut baserat på definitionen av kontroversiella branscher i tabell 1 nedan. För att undvika subjektiva bedömningar gällande vilka företag som anses kontroversiella har samtliga företag inom varje bransch inkluderats. Den totala populationen av kontroversiella företag i Sverige baserat på denna branschindelning är 4574. Studiens population består vidare av de företag som uppfyller kraven för reformen SFS 2016:947 för åren 2017 till 2019 eftersom studien ämnar undersöka hur reformen som trädde i kraft 2017 har påverkat rapporteringen under de åren. Data om företagets nettoomsättning, antal anställda och totala tillgångar har därför samlats in. Populationen av kontroversiella företag som uppfyller kraven på obligatorisk hållbarhetsrapportering under åren 2017 till 2019 är således 73.

Kontroversiellt område	Bransch	Referenser
Socialt	Tobak	Palazzo och Richter (2005), Cai et al. (2012), Lindorff et al. (2012), Jo och Na (2012), Byrd et al. (2017)
	Alkohol	De Colle och York (2009), Cai et al. (2012), Lindorff et al. (2012), Jo och Na (2012), Byrd et al. (2017)
	Spel	Cai et al. (2012), Lindorff et al. (2012), Jo och Na (2012), Reast et al. (2013), Leung och Snell (2019), Byrd et al. (2017)
	Vapen	Byrne (2010), Cai et al. (2012), Jo och Na (2012), Byrd et al. (2017)
Miljö	Läkemedel	Hasseldinen et al. (2005) Lee och Hutchison (2005), Cai et al. (2012), Du och Veira (2012), Jo och Na (2012), Song et al. (2020)
	Energi och ”utvinning”	Hasseldinen et al. (2005) Lee och Hutchison (2005), Perez och Sanchez (2009), Rodrigo et al. (2016), Song et al. (2020)
	Transport	Hasseldinen et al. (2005) Lee och Hutchison (2005), Kilian och Hennigs (2014)

**Tabell 1.** Branschindelning

Med anledning av att populationen var relativt liten inkluderades samtliga 73 företag i studien. Därefter exkluderades de vars rapporter inte fanns tillgängliga, antingen via Retriever eller företagets hemsida, eftersom det inte funnits möjlighet tidsmässigt att få tag på rapporterna på annat sätt. Det innebar ett bortfall av 15 företag. Därefter exkluderades dotterbolag som i enlighet med 6 kap. 10§ ÅRL hänvisat till moderbolagets rapport, med anledning av att informationen i

dotterbolagets rapport då blir frivillig. Det innebär ett bortfall av 35 företag. Det slutliga antalet företag som ingått i studien är därmed 23. De presenteras mer utförligt i bilaga 2.

Om det slutliga antalet företag som ingått i studien (23) ska kunna generaliseras till resterande del av populationen (4574), krävs det att antalet företagen som ingått i studien är tillräckligt stort. För att undersöka om generalisering är möjlig måste minsta urval beräknas (Israel, 1992).

$$n = N / (1 + N(e)^2)$$

n= urvalets storlek  
N= populationens storlek  
e= signifikansnivå

*Formel 1. Minsta urvalsstorlek (Yamane, 1967 citerat i Israel, 1992)*

Studiens population består av 4574 kontroversiella företag och signifikansnivån är i följande ekvation 5%;

$$n = 4574 / (1 + 4574(0,05)^2)$$

n= 367

*Ekvation 1. Minsta urvalsstorlek*

Enligt ekvationen måste studien bestå av minst 367 kontroversiella företag för att generalisering ska vara möjligt till den totala populationen om 4574 företag. Studien består endast av 23 kontroversiella företag vilket gör att en generalisering inte kan göras utöver de 23 företagen.

### **3.2.2 Primär datainsamling**

Primär datainsamling har genomförts med en kvantitativ innehållsanalys av företagens års- eller hållbarhetsrapporter. Primär datainsamling innebär att data samlas in i syfte att besvara den specifika forskningsfrågan genom metoder som passar bäst in på den specifika frågan (Hox och Boeije, 2005). Fördelen med primär datainsamling är att operationaliseringen, forskningsdesignen och datainsamlingsstrategin kan anpassas efter den specifika frågan som ska besvaras (Hox och Boeije, 2005).

Kvantitativ innehållsanalys beskrivs av Lock och Seele (2015) som en forskningsmetod för objektiv, systematisk och kvantitativ beskrivning av innehållet i någon form av kommunikation. Företags års- och hållbarhetsrapporter kan därför ligga till grund för en kvantitativ innehållsanalys. Syftet med denna studie har varit att kvantifiera begreppen social och miljömässig hållbarhetsinformation samt analysera förekomsten av denna information i företagens års- eller hållbarhetsrapporter. Baserat på Lock och Seeles definition av en kvantitativ innehållsanalys anses det därför vara en passande forskningsmetod för studiens forskningsfrågor.

Innehållsanalysen har genomförts i syfte att mäta mängden information som miljömässigt kontroversiella företag ger ut inom miljödimensionen samt mängden information som socialt kontroversiella företag ger ut inom den sociala dimensionen. I kontexten av kontroversiella företag har en uppdelning gjorts mellan de företag som anses socialt kontroversiella och miljömässigt kontroversiella. Uppdelningen presenteras i tabell 1 ovan.

Vid en kvantitativ innehållsanalys är det viktigt att forskarens egna värderingar i så liten utsträckning som möjligt påverkar processen, samt att olika personer som genomför analysen kommer fram till samma resultat (Unerman, 2000). Unerman (2000) beskriver därför att det i förväg tydligt ska definieras vilka olika delar av ett råmaterial som ska hänföras till olika kategorier. I tabell 2 presenteras därför de olika ämnesområden som hänförs till den miljömässiga respektive sociala hållbarhetsdimensionen.

Hållbarhetsdimension	Ämnesområde
Socialt	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Personalupplysningar</li> <li>· Folkhälsa</li> <li>· Anti-korruption</li> <li>· Motverkande av penningtvätt</li> <li>· Mänskliga rättigheter</li> <li>· Samhällspåverkan</li> </ul>
Miljö	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Utsläpp</li> <li>· Miljöfarliga kemikalier</li> <li>· Avfall</li> <li>· Påverkan på biologisk mångfald</li> <li>· Vattenförbrukning</li> <li>· Energiförbrukning</li> </ul>

**Tabell 2.** Ämnesområden hänförliga till den miljömässiga respektive sociala hållbarhetsdimensionen.

Utifrån de ämnesområden som presenteras i tabell 2 har meningar som berör ämnesområdena använts som analysenhet. Därefter har antalet ord i meningarna beräknats med hjälp av Words ordräkningsfunktion, och utgör data för de beroende variablerna. Beräkning av antalet ord som mätmetod är vanligt inom kvantitativa studier som syftar till att mäta mängden hållbarhetsinformation (Unerman, 2000). Genom att beräkna antalet ord får undersökningen även en större tillförlitlighet samt att sannolikheten för mätfel reduceras jämfört med andra mätmetoder (Deegan och Gordon, 1996). Unerman (2000) menar däremot att en nackdel med ordräkning är att viktig information i form av grafer och bilder inte inkluderas. Det finns därför en risk att studien blir

mindre betydelsefull och förlorar sin relevans. Hållbarhetsinformation ges däremot främst ut i textform, varför denna mätmetod anses tillräcklig för den undersökning som genomförts.

### **3.2.3 Sekundär datainsamling**

Sekundär datainsamling innebär att data som redan finns tillgänglig samlas in och används i syfte att besvara nya frågor (Hox och Boeije, 2005). Tillämpning av sekundär datainsamling gör studien både tids- och kostnadseffektiv (Hox och Boeije, 2005). Nackdelen med datainsamlingsmetoden är däremot att data inte tagits fram i syfte att besvara den specifika frågan och kan därför ge ett mindre tillförlitligt resultat (Hox och Boeije, 2005). I denna studie används sekundär datainsamling endast för kontrollvariablerna eftersom det av tids- och kostnadsskäl inte anses rimligt att samla in denna data manuellt.

Sekundärdata har samlats in med hjälp av databasen Retriever, vilken baseras på företagens egna årsredovisningar. Syftet med databasen Retriever är att tillhandahålla företagsinformation, vilket gör studiens data mer tillförlitlig (Hox och Boeije, 2005). Studiens sekundärdata bedöms också som trovärdig eftersom den baseras på företagens årsredovisningar. Det ställs hårda krav på innehållet i årsredovisningarna i ÅRL och därför anses rapporterna hålla god kvalitet och bidra med säker information (Bryman och Bell, 2017).

### **3.3 Insamling och kritik av tidigare forskning**

Studiens teoretiska referensram består främst av vetenskapliga artiklar samt relevant litteratur och hemsidor. Vid insamling av materialet har databasen Google Scholar använts. De sökord som främst förekommit vid eftersökningen av material är “sustainability reporting”, “controversial industries”, “negative sustainability disclosure” och “mandatory disclosure”. De vetenskapliga artiklar som studien bygger på är alla “peer-reviewed”, vilket varit av vikt för studiens trovärdighet och kvalitet.

Vidare nämner Eriksson (2018) två aktuella kriteriefrågor för att bedöma en källas tillförlitlighet, *beroendefrågor* samt *tidsfrågor*. Beroendekriteriet berör frågan om det är den ursprungliga källan informationen kommer ifrån (primärkälla) eller om informationen är upprepad i en annan källa (sekundärkälla) (Eriksson, 2018). Eriksson (2018) menar att en sekundärkälla sällan består av exakt återgiven information eftersom det kan uppstå snedvridningar och därmed uppstå luckor i informationen som gör den inkorrekt. Denna studie består av både primära och sekundära källor i form av vetenskapliga artiklar och litteratur. Sekundärkällor har endast använts i de fall primärkällan inte varit tillgänglig.

Tidsfrågor handlar om tidsaspekten, om källan är äldre eller fortfarande aktuell (Eriksson, 2018). Studien består av källor med varierande aktualitet. Användandet av äldre källor skulle kunna anses sänka studiens trovärdighet eftersom de inte anses aktuella idag. Valet av äldre källor är däremot medvetet eftersom de hittats via aktuella studier. De äldre källorna som används i studien är också väl citerade och håller en hög kvalité.

Genom att använda källor med varierande aktualitet skapas även ett djup i studien. Källorna ger en presentation av hållbarhetsrapporteringens utveckling och möjligheten att kunna bygga vidare på tidigare forskning. Det gör studien kumulativ och bidrar med relevant bakgrund som åskådliggör det forskningsområde studien ämnar undersöka.

### **3.4 Operationalisering**

Studiens syfte har varit att undersöka om det finns något samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden rapportering inom den sociala hållbarhetsdimensionen för socialt kontroversiella företag. Studiens syfte har också varit att undersöka om det finns något samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden rapportering inom den miljömässiga hållbarhetsdimensionen för miljömässigt kontroversiella företag. "Mängd hållbarhetsinformation" är därför det centrala begreppet i studien. En övergång av begreppet från teori till empiri kallas operationaliseringsprocessen, och gör begreppen kvantifierbara (Sohlberg och Sohlberg, 2013).

Utöver "mängd hållbarhetsinformation" består studien av andra viktiga begrepp som används för kontroll av resultatet och benämns kontrollvariabler. Även kontrollvariablerna måste därför kvantifieras och definieras. Att redogöra för varje begrepps operationaliseringsprocess är enligt Sohlberg och Sohlberg (2013) viktigt. Därför presenteras mätningarna för respektive begrepp vidare i avsnitt 3.4.1 och 3.4.2.

#### **3.4.1 Beroende variabel**

##### **3.4.1.1 Mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen**

För miljömässigt kontroversiella företag är den beroende variabeln, *mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen*. Meningar som behandlar miljö har identifierats med hjälp av de ämnesområden som presenteras i tabell 2. Därefter har antalet ord i meningarna använts som måtenhet för mängden hållbarhetsrapportering inom miljödimensionen.



### **3.4.1.2 Mängd hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen**

För socialt kontroversiella företag är den beroende variabel, *mängd hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen*. Meningar som behandlar social hållbarhet har identifierats med hjälp av de ämnesområden som presenteras i tabell 2. Därefter har antalet ord i meningarna använts som måtenhet för mängden hållbarhetsrapportering inom den sociala dimensionen.

### **3.4.2 Oberoende variabler**

#### **3.4.2.1 Reformen SFS 2016:947**

Studien undersöker års- och hållbarhetsrapporter för åren 2015 till 2019. Reformen har därför inte trätt i kraft för två av de år som inkluderats i studien. Reformen används därför i analysen som en oberoende variabel i syfte att identifiera eventuell påverkan på den beroende variabeln. Reformen SFS 2016:947 mäts genom en dikotom variabel som visar om reformen trätt i kraft eller inte. Variabeln antar värdet 1 om reformen trätt i kraft och hållbarhetsrapporteringen är obligatorisk. Vidare antar variabeln värdet 0 om reformen inte trätt i kraft och hållbarhetsrapporteringen är frivillig.

#### **3.4.2.2 Företagsstorlek**

Flertalet studier påvisar ett positivt samband mellan företagsstorlek och mängden hållbarhetsinformation som företag ger ut (Gamerschlag, et al., 2011; Garde Sánchez et al., 2017; Hossain och Reaz, 2007; Tagesson et al., 2009; Zheng och Zhang, 2016). Tagesson et al. (2009) menar att det beror på att större företag har tillgång till fler anställda som kan arbeta med rapporteringen. Större företag har också fler intressenter, vilket ökar efterfrågan på information från företagen (Tagesson et al., 2009). Garde Sánchez et al. (2017) samt Argento et al. (2019) styrker påståendet och beskriver att stora företag är mer synliga för allmänheten och därmed också utsatta för mer offentlig granskning. I enlighet med legitimitetsteorin rapporterar därför större företag mer hållbarhetsinformation (Garde Sánchez et al., 2017). De beskriver vidare att hållbarhetsrapportering kan vara kostsamt (Garde Sánchez et al., 2017). Stora företag har därför möjlighet att rapportera i en mer omfattande utsträckning utifrån ett kostnadsperspektiv (Garde Sánchez et al., 2017). Studien inkluderar endast stora företag som omfattas av kravet på obligatorisk hållbarhetsrapportering, varför företagsstorlek använts som kontrollvariabel.

Företagsstorleken mäts med totala tillgångar i tusentals kronor. Totala tillgångar har också i tidigare studier inom hållbarhet använts som en kontrollvariabel (Hahn och Kühnen, 2013; Hamid, 2004; Hmaittane et al., 2019), därför görs detsamma i denna studie.

### 3.4.2.3 Lönsamhet

Tidigare studier som studerat samband mellan mängden hållbarhetsrapportering och företagets lönsamhet påvisar tvetydiga resultat (Da Silva Monteiro och Aibar-Guzmán, 2010; Gamerschlag et al., 2011; Tagesson et al., 2009; Wan Abd Rahman et al., 2011). Vissa studier menar att det finns ett positivt signifikant samband (Gamerschlag et al., 2011; Tagesson et al., 2009), samtidigt som andra studier menar att det inte finns något statistiskt signifikant samband (Da Silva Monteiro och Aibar-Guzmán, 2010; Wan Abd Rahman et al., 2011). Tagesson et al. (2009) hävdar att lönsamma företag har en kompetent ledning som gjort företaget lönsamt. Tagesson et al. menar därför att de också har förståelse för vikten av hållbarhetsrapportering, och därmed rapporterar i större utsträckning. Det positiva sambandet mellan lönsamhet och mängd hållbarhetsrapportering kan också bero på att lönsamma företag har de ekonomiska medel som krävs för att ge ut mer omfattande hållbarhetsrapporter (Tagesson et al., 2009). Till följd av att det finns tidigare studier (Gamerschlag et al., 2011; Tagesson et al., 2009) som påvisat ett positivt samband, har även lönsamhet tagits med som kontrollvariabel.

Lönsamhet mäts i denna studie med måttet, avkastning på totalt kapital. Även tidigare studier (Hamid, 2004; Lim et al., 2007) har använt sig av avkastning på totalt kapital för att kunna förklara mängden hållbarhetsinformation, varför samma mått tillämpas även i denna studie.

*Formel 2. Avkastning på totalt kapital*

$$\text{(Rörelseresultat + Finansiella intäkter)} / \text{Totalt kapital} = \text{Avkastning på totalt kapital (\%)}$$

### 3.4.2.4 Börsnotering

Ett antal studier menar också att det finns ett samband mellan mängden hållbarhetsrapportering och företagets ägarstruktur (Amran och Haniffa, 2011; Hahn och Kühnen, 2013; Tagesson et al., 2009; Venturelli et al., 2017). Hahn och Kühnen (2013) menar bland annat att börsnoterade företag har incitament att rapportera en större mängd hållbarhetsinformation. Det kan exempelvis bero på att de vill vara konkurrenskraftiga och leva upp till intressenternas krav (Hahn och Kühnen, 2013). Hahn och Kühnen (2013) samt Venturelli et al. (2017) hävdar också att notering på aktiemarknaden ofta är förknippat med högre rapporteringsgrad.

Börsnotering mäts genom en dikotom variabel där 1 innebär att företaget är börsnoterat och 0 att företaget inte är börsnoterat.

### 3.4.2.5 Statligt ägande

Amran och Haniffa (2011) samt Tagesson et al. (2009) beskriver också att statligt ägande ofta är förknippat med en större mängd hållbarhetsrapportering. Sedan 2008 är det krav för statligt ägda företag att hållbarhetsrapportera enligt Global Reporting Initiative (GRI) (Regeringskansliet, 2015). Det ställer krav på rapportering om både sociala och miljömässiga aspekter (Regeringskansliet, 2015). Eftersom studien inkluderar ett antal statligt ägda företag som även påverkas av denna reglering används statligt ägande som kontrollvariabel i studien. Mängden hållbarhetsinformation som offentliggörs av statligt ägda företag kan också bero på att de utsätts för större granskning eller för att de vill föregå med ett gott exempel (Amran och Haniffa, 2011; Tagesson, 2009). Hahn och Kühnen (2013) menar dock att det endast finns ett begränsat antal studier som bekräftar påståendet.

Samtliga statligt ägda företag i studien är 100% statligt ägda och därför används en dikotom variabel för att mäta statligt ägande. 1 innebär att företaget är statligt ägt, 0 innebär att företaget inte är statligt ägt.

## 3.5 Analyismetoder

I studien genomförs statistiska kontroller, vilket Spector och Brannick (2011) menar ger en mer exakt uppskattning av relationen mellan de variabler som inkluderas i studien. För att genomföra de statistiska kontrollerna har statistikprogrammet SPSS använts.

### 3.5.1 Deskriptiv statistik

Enligt Ho och Yu (2015) är det passande att tillämpa deskriptiv statistik vid en kvantitativ analys som ämnar undersöka eventuella samband mellan olika variabler. Därför har en univariat analys genomförts i form av deskriptiv statistik. Fisher och Marshall (2009) menar att syftet med deskriptiv statistik är att presentera centraltendensen och spridningen av värdena för att ge en överblick av insamlade data. Vilken form av deskriptiv statistik som bör presenteras beror på vilken typ av variabel som studeras (Fisher och Marshall, 2009).

Frekvenstabeller bör enligt Fisher och Marshall (2009) användas för ordinalvariabler. Därför presenteras de två kontrollvariablerna *statligt ägande* och *börsnotering* som frekvenstabeller i avsnitt 4.1.2.1 samt 4.1.2.2. Frekvenstabellerna visar antalet företag samt andelen företag inom varje kategori för den aktuella variabeln. En uppdelning har också gjorts på socialt och miljömässigt kontroversiella företag.

För de beroende variablerna, *mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen* och *mängd hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen*, samt de två kontrollvariablerna

*företagsstorlek* och *lönsamhet*, presenteras den deskriptiva statistiken i form av mått på centraltendensen samt spridningsmått. Fisher och Marshall (2009) menar att denna typ av statistik passar bäst för intervall-/kvotvariabler. Som mått på centraltendensen används medelvärdet, vilket är det genomsnittliga värdet för samtliga värden som ingår i analysen (Fisher och Marshall, 2009).

Formel 3. Medelvärde

$$\text{Summan av värdena} / \text{Antalet värden} = \text{Medelvärde}$$

Vidare är vanliga spridningsmått omfånget och standardavvikelsen. Omfånget beskrivs som avståndet mellan det största och minsta värdet (Fisher och Marshall, 2009). Standardavvikelsen åskådliggör istället den genomsnittliga variationen kring medelvärdet.

Formel 4. Standardavvikelse

$$\sigma = \sqrt{\sum (x - m)^2 / n}$$

### 3.5.2 Spearman´s rho

En bivariat analys har genomförts med korrelationstestet Spearman´s rho för studiens oberoende variabler. Syfte med ett korrelationstest är att upptäcka eventuell samvariation mellan de oberoende variablerna (Dahmström, 2011). Analysen anses nödvändig eftersom ett flertal oberoende variabler inkluderas i regressionsanalysen och eventuell samvariation skulle kunna ge ett missvisande resultat. Bryman och Bell (2017) menar också att Spearman´s rho är det mest passande korrelationstestet när det förekommer en blandning av ordinal och intervall-/ kvotvariabler. I studien inkluderas de oberoende variablerna *företagsstorlek*, *lönsamhet*, *börsnotering*, *statligt ägande* och *reformen*. *Företagsstorlek* och *lönsamhet* är intervall-/kvotvariabler och *börsnotering*, *statligt ägande* samt *reformen* är ordinalvariabler.

Spearman´s rho koefficienten visar styrkan i sambandet mellan variablerna och kan anta värden mellan -1 och +1 (Dahmström, 2011). Det är viktigt att ta hänsyn till att värdena inte ligger för nära 1 eller -1 eftersom det indikerar samvariation och kan påverka studiens resultat (Bryman och Bell, 2017).

### 3.5.3 Multipel linjär regressionsanalys

Multipel linjär regressionsanalys har använts som analysmetod i studien. En multipel linjär regressionsanalys innebär att den beroende variabeln testas mot flera olika oberoende variabler

(Uyanik och Güler, 2013). Syftet med regressionsanalysen har varit att besvara frågor gällande exempelvis huruvida det finns något samband mellan den beroende variabeln och de oberoende variablerna (Uyanik och Güler, 2013). Studiens syfte har varit att undersöka om det finns något samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden social hållbarhetsinformation som ges ut av socialt kontroversiella företag. Syftet har också varit att undersöka om det finns något samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden miljömässig hållbarhetsinformation som ges ut av miljömässigt kontroversiella företag. I kapitel 3.4 identifieras också ett antal kontrollvariabler som skulle kunna påverka mängden hållbarhetsinformation. Det anses därför lämpligt att inkludera ett flertal oberoende variabler i regressionsanalysen, varför en multipel linjär regressionsanalys tillämpats för att kunna besvara syftet.

### **3.6 Kvalitetskriterier**

#### **3.6.1 Reliabilitet**

Studien inkluderar en innehållsanalys där förekomsten av rapportering inom den miljömässiga och sociala hållbarhetsdimensionen mätts. Vid bedömning av studiens reliabilitet ställs frågan huruvida resultatet från undersökning skulle bli densamma om undersökningen upprepas, eller om resultatet beror på slumpmässiga händelser (Bryman och Bell, 2017).

Stabilitet är därför en viktig faktor att ta hänsyn till och handlar om hur mätningen påverkas av tiden (Bryman och Bell, 2017). I studien används måttet mängd hållbarhetsinformation som då avser mängden rapportering inom miljödimensionen för de miljömässigt kontroversiella företagen och inom den sociala dimensionen för de socialt kontroversiella företagen. Enligt Chan et al. (2013) påverkas kontroversiella företag i större utsträckning av offentliga påtryckningar. Hartwig (2018) förklarar också att de normer som företaget strävar efter att verka i samklang med, förändras över tid. Företagen måste därför anpassa sig efter de nya normer och värderingar som växer fram (Hartwig, 2018). Kontroversiella företags hållbarhetsrapportering kan därför inte förväntas vara statisk över tid, vilket är något som kan påverka stabiliteten på måttet mängd hållbarhetsinformation. Syftet med studien är däremot inte att mäta mängden rapportering utan att undersöka om obligatorisk rapportering påverkar mängden hållbarhetsinformation. Studiens resultat kan därför anses tillförlitligt även om måttet som används inte är stabilt över tid.

Bryman och Bell (2017) nämner även interbedömarreliabilitet som en viktig faktor att ta hänsyn till inom reliabilitet. I studien är det två personer som genomfört innehållsanalysen och begreppet interbedömarreliabilitet är således ett relevant begrepp. Begreppet handlar om i vilken utsträckning olika individer bedömer eller kodar data på ett likartat sätt och denna form av reliabilitet är ofta

aktuell vid en innehållsanalys (Bryman och Bell, 2017). För att öka interbedömarreliabiliteten har ett antal rapporter vid innehållsansalysens start gemensamt gått igenom i syfte att etablera en samstämmig bedömning över vilka meningar som ska hänföras till respektive hållbarhetsdimension. Det har även upprättats ämnesområden som behandlar respektive dimension för att skapa en samstämmighet vid bedömningen. För ett mindre urval av rapporter har även samma rapporter gått igenom enskilt och sedan jämförts för att säkerställa likartade bedömningar och samstämmigheten bedöms varit god. I de fall bedömningen varit svår har kommunikationen varit tät för att komma fram till en gemensam bedömning.

### **3.6.2 Replikerbarhet**

Enligt Bryman och Bell (2017) handlar replikerbarhet om i vilken grad undersökningen och dess resultat går att upprepa. Replikerbarhet är därför endast möjligt om undersökning går att upprepa (Bryman och Bell, 2017). För att undersökningen ska kunna replikeras måste tillvägagångssättet för insamling av data beskrivas i detalj (Bryman och Bell, 2017). Studiens tillvägagångssätt beskrivs i detalj genom att samtliga branscher presenteras i bilaga 1 och har tagits fram genom databasen Retriever. Eftersom data samlats in på internet med hjälp av databasen Retriever kommer den troligtvis finnas tillgänglig i framtiden. Det möjliggör för andra forskare att kunna replikera studien. En annan aspekt som stärker studiens replikerbarhet är att tillvägagångssättet vid innehållsanalysen beskrivs ingående, eftersom denna del av studien kan vara svår att replikera. Viktiga begrepp definieras därför tydligt och ett antal ämnesområden hänförs till respektive hållbarhetsdimension vilket återigen ökar studiens replikerbarhet.

### **3.6.3 Validitet**

Ytterligare ett kriterium som anses viktigt inom forskning är begreppet validitet (Bryman och Bell, 2017). Validitet handlar om bedömning av hur väl slutsatserna från en undersökning stämmer överens (Bryman och Bell, 2017). Kriteriet validitet stärks i denna studie genom att det återfinns en beskrivning i avsnitt 3.4 om hur varje begrepp har mätts samt i avsnitt 3.4 återges motivering till val av måtten.

Intern validitet handlar om huruvida slutsatser som består av ett orsakssamband mellan minst två variabler är hållbara eller inte (Bryman och Bell, 2017). För att bedöma den interna validiteten i denna studie består studien av fyra kontrollvariabler, *företagsstorlek*, *lönsamhet*, *börsnotering* samt *statligt ägande*. Kontrollvariabler inkluderas i syfte att öka slutsatsernas tillförlitlighet, eftersom de kan påverka sambandet mellan reformen SFS 2016:947 och mängden hållbarhetsinformation inom kontroversiella företags negativa hållbarhetsdimension.

## 4. Resultat

### 4.1 Deskriptiv statistik

#### 4.1.1 Beroende variabeln

Tabell 3 och 4 presenterar den deskriptiva statistiken för de beroende variabelerna, mängd hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen (MHIS), och mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen (MHIM). Tabell 3 inkluderar åren 2015 och 2016, när rapportering varit frivilligt och tabell 4 inkluderar år 2017 till 2019, när rapportering varit obligatorisk.

Tabellerna visar att mängden hållbarhetsinformation ökat när rapporteringen varit obligatorisk jämfört med frivillig, för både miljömässigt och socialt kontroversiella företag. Medelvärde har ökat med 53% för miljömässigt kontroversiella företag och 56% för socialt kontroversiella företag. Åren 2015 och 2016 fanns ett socialt kontroversiellt företag som inte rapporterade någon information inom den sociala dimensionen, vilket inte påvisas för åren 2017 till 2019.

Tabellerna visar också en skillnad i rapportering mellan socialt och miljömässigt kontroversiella företag. År 2015 till 2016 rapporterar socialt kontroversiella företag i genomsnitt 8,6 gånger mer än miljömässigt kontroversiella företag, år 2017 till 2019 har denna siffra minskat till 4,2.

Vidare har spridningen mellan de företag som rapporterat mest och minst inom de två olika dimensionerna ökat för åren 2017 till 2019 jämfört med åren 2015 till 2016. Standardavvikelsen har också ökat med 28% för miljödimensionen respektive 43% för den sociala dimensionen.

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MHIM	32	17	2 603	676,22	684,376
MHIS	16	0	10 630	2 811,44	3 097,163

**Tabell 3.** Mängd hållbarhetsinformation 2015–2016

*MHIM= Mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen*

*MHIS= Mängd hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MHIM	48	76	3 732	1 034,88	876,136
MHIS	24	760	16 494	4 374,08	4 435,246

**Tabell 4.** *Mängd hållbarhetsinformation 2017–2019*

*MHIM= Mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen*

*MHIS= Mängd hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen*

#### 4.1.2 Oberoende kontrollvariabler

##### 4.1.2.1 Miljömässigt kontroversiella företag

Tabell 5 och 6 sammanfattar den deskriptiva statistiken för de oberoende variablerna *företagsstorlek* och *lönsamhet* för de miljömässigt kontroversiella företagen. Tabell 5 inkluderar åren 2015 och 2016 när rapportering varit frivilligt. Tabell 6 inkluderar åren 2017 till 2019 när rapportering varit obligatorisk.

Den genomsnittliga företagsstorleken har ökat med 13,22% för åren 2017 till 2019 jämfört med åren 2015 till 2016. Samtidigt har den genomsnittliga lönsamheten minskat med 1,9% under samma tidsperiod. Skillnaden i storlek mellan det största och minsta företaget har ökat med 13,5% för åren 2017 till 2019 jämfört med åren 2015 till 2016. Skillnaden i lönsamhet mellan de företag som är mest och minst lönsamma har ökat med 32% under samma tidsperiod.

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Företagsstorlek	32	265 494	462317000	62146374,81	135754404,3
Lönsamhet	32	-12,2	17,5	5,903	6,4973

**Tabell 5.** *Oberoende variabler (företagsstorlek, Lönsamhet) miljömässigt kontroversiella företag 2015–2016*



	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Företagsstorlek	48	296 200	524837000	70362301,40	149533086,4
Lönsamhet	48	-15,5	23,7	5,788	8,2477

**Tabell 6.** Oberoende variabler (företagsstorlek, Lönsamhet) miljömässigt kontroversiella företag 2017–2019

Tabell 7 och 8 visar fördelningen för de oberoende variablerna *statligt ägande och börsnotering* för de miljömässigt kontroversiella företagen. Fördelningen av ägandet har varit konstant under åren 2015 till 2019.

	Antal (n)	Andel (%)
Statligt ägt	3	18,75
Ej statligt ägt	13	81,25

**Tabell 7.** Oberoende variabeln *statligt ägande* miljömässigt kontroversiella företag

	Antal (n)	Andel (%)
Börsnoterade	6	37,5
Ej börsnoterade	10	62,5

**Tabell 8.** Oberoende variabeln *börsnotering* miljömässigt kontroversiella företag

#### 4.1.2.2 Socialt kontroversiella företag

Tabell 9 och 10 sammanfattar den deskriptiva statistiken för de oberoende variablerna *företagsstorlek* och *lönsamhet* för de socialt kontroversiella företagen. Tabell 9 inkluderar år 2015 och 2016 när rapportering varit frivilligt. Tabell 10 inkluderar åren 2017 till 2019 när rapportering varit obligatoriskt.

Den genomsnittliga företagsstorleken ökade med 20,8% för åren 2017 till 2019 jämfört med åren 2015 till 2016. Samtidigt har den genomsnittliga lönsamheten minskat med 23,9% under samma tidsperiod. Skillnaden i storlek mellan det största och det minsta företaget har ökat med 46,3% för åren 2017 till 2019 jämfört med åren 2015 till 2016. Skillnaden i lönsamhet mellan de företag som är mest och minst lönsamma har minskat med 8,7% under samma tidsperiod.

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Företagsstorlek	16	1451000	41211000	9954950,75	11853983,48
Lönsamhet	16	3,6	214,6	43,875	66,1474

**Tabell 9.** Oberoende variabler (företagsstorlek, Lönsamhet) socialt kontroversiella företag 2015–2016

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Företagsstorlek	24	1677764	59858000	12025150,13	16632317,76
Lönsamhet	24	0,6	193,3	33,371	48,1571

**Tabell 10.** Oberoende variabler (företagsstorlek, Lönsamhet) socialt kontroversiella företag 2017–2019

Tabell 11 och 12 visar fördelningen för de oberoende variablerna *statligt ägande och börsnotering* för de socialt kontroversiella företagen. Fördelningen av ägandet har varit konstant under åren 2015 till 2019.

	Antal (n)	Andel (%)
Statligt ägt	2	25
Ej statligt ägt	6	75

**Tabell 11.** Oberoende variabeln statligt ägande socialt kontroversiella företag

	Antal (n)	Andel (%)
Börsnoterade	4	50
Ej börsnoterade	4	50

**Tabell 12.** Oberoende variabeln börsnotering socialt kontroversiella företag

## 4.2 Spearman's rho

Tabell 13 presenterar ett Spearmankorrelationstest som genomförts för samtliga oberoende variabler mellan åren 2015 till 2019. Samtliga värden ryms inom intervallet +0,355 och -0,424, vilket indikerar att det inte finns någon stark samvariation mellan variablerna.

	Företagsstorlek (Tkr)	Lönsamhet	Börsnotering	Statligt ägande	Reform
Företagsstorlek (Tkr)	1,000	-,058	,355**	,277	,086
Lönsamhet	-,058	1,000	,336**	-,309	,023
Börsnotering	,355**	,366**	1,000	-,424**	,000
Statligt ägande	,277*	-,309**	-,424	1,000	,000
Reform	,086	,023	,000	,000	1,000

\*Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed)  
\*\* Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed)

Tabell 13. Spearman's rho

### 4.3 Regressionsanalyser

Multipla regressionsanalyser har genomförts för att testa studiens hypoteser. Den beroende variabeln har varit *mängd hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen* (MHIS) för socialt kontroversiella företag och *mängd hållbarhetsinformation inom miljödimeensionen* (MHIM) för miljömässigt kontroversiella företag. De oberoende variablerna har varit *reform* (R), *företagsstorlek* (FS), *lönsamhet* (L), *börsnotering* (B) samt *statligt ägande* (SÄ). Formeln för multipel regression är följande;

$$y = \text{alfa} + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n + \varepsilon$$

Formel 5. Multipel regression (Djurfeldt, 2009)

y = beroende variabel

alfa = en konstant

$\beta$  = regressionskoefficient (visar hur y förändras när x ökar en enhet)

x = oberoende variabel

$\varepsilon$  = residualen (summan av de kausala faktorer som bestämmer de beroende variabeln y och som inte har inkluderats bland de oberoende variablerna x).

Funktionen för multipel regression definieras därför enligt följande för den sociala hållbarhetsdimensionen;

$$\text{MHIS} = a_0 + \beta R_1 + \beta FS_2 + \beta L_3 + \beta B_4 + \beta SÄ_5 + \varepsilon$$

Formel 6. Multipel regression för den sociala dimensionen

Funktionen för multipel regression definieras enligt följande för den miljömässiga hållbarhetsdimensionen;

$$\text{MHIM} = a_0 + \beta R_1 + \beta FS_2 + \beta L_3 + \beta B_4 + \beta SÄ_5 + \varepsilon$$

Formel 7. Multipel regression för den miljömässiga hållbarhetsdimensionen

### 4.3.1 Regressionsanalys socialt kontroversiella företag

Tabell 14 och 15 presenterar regressionsanalysen för socialt kontroversiella företag. Syftet med regressionen är att pröva två av studiens hypoteser, H<sub>1</sub> och H<sub>3</sub>.

Tabell 14 påvisar inget statistiskt signifikant samband mellan den oberoende variabeln *reformen* och den beroende variabeln, *mängd hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen*. Resultatet stödjer därmed H<sub>3</sub>. Resultatet påvisar istället ett positivt samband mellan *mängd hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen* och *statligt ägande*. Sambandet är signifikant på nivå 0,01. Övriga kontrollvariabler påvisar inget signifikant samband med den beroende variabeln. Adjusted R Square i tabell 15 visar en förklaringsgrad på 36,5% vilket innebär att 36,5% av variationen i den beroende variabeln kan förklaras av förändringar i de oberoende variablerna.

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	888,794	1550,466		,573	,570
Företagsstorlek (Tkr)	4,399E-5	,000	,163	1,133	,265
Lönsamhet	-3,869	10,835	-,054	-,357	,723
Börsnotering	342,476	1522,204	,044	,225	,823
Statligt ägande	5933,187	1554,167	,653	3,818	,001
Reformen	1430,943	1034,068	,178	1,384	,175

a. Dependent Variable: Mängd hållbarhetsinformation

Tabell 14. Multipel linjär regression för socialt kontroversiella företag år 2015–2019.

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,668 <sup>a</sup>	,446	,365	3177,326

a. Predictors: (Constant), Statligt ägande, Lönsamhet, Företagsstorlek (Tkr), Börsnotering

Tabell 15. Summering av multipel linjär regression för socialt kontroversiella företag år 2015–2019.

### 4.3.2 Regressionsanalys miljömässigt kontroversiella företag

Tabell 16 och 17 presenterar regressionsanalysen för miljömässigt kontroversiella företag. Syftet med regressionen är att pröva två av studiens hypoteser, H<sub>2</sub> och H<sub>4</sub>.

Tabell 16 påvisar ett positivt samband mellan den oberoende variabel *reformen* och den beroende variabeln, *mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen*. Sambandet är signifikant på nivå 0,05. Resultatet stödjer därmed H<sub>2</sub>. Ostandardiserad beta för variabeln, *reformen*, är 353,519.

Värdet indikerar att miljömässigt kontroversiella företag i genomsnitt rapporterar cirka 354 fler ord

inom den miljömässiga hållbarhetsdimensionen när reformen trätt i kraft, jämfört med innan den trätt i kraft.

Resultatet påvisar även ett positivt samband mellan *börsnotering* och *mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen*. Sambandet är signifikant på nivå 0,01. Variabeln *statligt ägande* visar också ett positivt samband med *mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen*. Sambandet är signifikant på nivå 0,1. Övriga kontrollvariabler påvisar inget signifikant samband med den beroende variabeln. Adjusted R Square i tabell 17 visar en förklaringsgrad på 18,8% vilket innebär att 18,8% av variationen i den beroende variabeln kan förklaras av förändringar i de oberoende variablerna.

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	200,349	179,208		1,118	,267
Företagsstorlek (Tkr)	7,482E-7	,000	,131	1,173	,244
Lönsamhet	8,738	11,909	,081	,734	,465
Börsnotering	645,895	194,903	,393	3,314	,001
Statligt ägande	507,789	260,850	,243	1,947	,055
Reformen	353,519	168,615	,213	2,097	,039

a. Dependent Variable: Mängd hållbarhetsinformation

**Tabell 16.** Multipel linjär regression för miljömässigt kontroversiella företag år 2015–2019.

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,489 <sup>a</sup>	,240	,188	738,454

a. Predictors: (Constant), Statligt ägande, Lönsamhet, Företagsstorlek (Tkr), Börsnotering

**Tabell 17.** Summering av multipel linjär regression för miljömässigt kontroversiella företag år 2015–2019.

## 5. Resultatdiskussion

Studiens deskriptiva resultat visar att 22 av de 23 företag som ingått i studien ger ut hållbarhetsinformation inom sin negativa hållbarhetsdimension, även när rapporteringen är frivillig. Hahn och Lülfs (2014) menar att rapportering om ett företags kontroversiella aspekt av affärsverksamheten sänder positiva signaler till intressenterna. Samtidigt hävdar Vollero et al. (2019) att rapportering om den kontroversiella aspekten stärker affärsverksamhetens trovärdighet. Kontroversiella företag förväntas därför producera detaljerad och noggrann hållbarhetsinformation även när rapporteringen är frivillig (Vollero et al., 2019). Studien påvisar däremot att företagen rapporterar mer inom den negativa hållbarhetsdimensionen när rapporteringen är obligatorisk, vilket istället skulle kunna förklaras av signaleringsteorin. Signaleringsteorin menar att lågpresterande företag, exempelvis kontroversiella företag, inte vill signalera att de är lågpresterande och därför ger ut mindre frivilliga upplysningar (Hartwig, 2018; Sierra-Garcia et al., 2018). Majoriteten av företagen rapporterar därför när det är frivilligt, men endast en mindre mängd jämfört med när rapporteringen är obligatorisk.

Regressionsanalysen visar däremot inget statistiskt signifikant samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och socialt kontroversiella företags utgivande av hållbarhetsinformation inom den sociala dimensionen. Det styrker tidigare forskning som hävdar att en ökad mängd rapportering kan bero på andra faktorer än reglering (Iaonnou och Serafeim, 2017; Larringa et al., 2002; Costa och Agostinis, 2016). Resultatet visar däremot att den genomsnittliga mängden hållbarhetsinformation som socialt kontroversiella företag ger ut inom den sociala dimensionen ökat när rapporteringen blev obligatorisk. Costa och Agostinis (2016) resultat påvisade också att mängden rapporteringen ökat, men kunde inte bevisa att det berodde på obligatorisk rapportering. Ökningen av hållbarhetsinformation som socialt kontroversiella företag ger ut inom den sociala dimensionen skulle därför istället kunna bero på andra faktorer än obligatorisk hållbarhetsrapportering.

Studiens resultat indikerar att socialt kontroversiella företag påverkas av andra faktorer än obligatorisk hållbarhetsrapportering när det gäller mängden rapportering inom den sociala hållbarhetsdimensionen. Hartwig (2018) menar exempelvis att de normer som företag strävar efter att verka i samklang med, förändras över tid. Det skulle kunna förklara varför mängden rapportering ökat under de fem år som studien undersöker. Företagen måste därför anpassa sig om de vill behålla sin legitimitet (Hartwig, 2018). Chan et al. (2013) menar också att det finns en strategisk vinning i att producera en större mängd information eftersom information är nödvändig för att ändra människors uppfattning om företaget. Socialt kontroversiella företags utgivande av social

hållbarhetsinformation skulle därför kunna bero på att samhällets förväntningar ökat. Företagen kan därför ha anpassat sig för att behålla legitimiteten genom att producera en större mängd information inom sin negativa hållbarhetsdimension.

Vollero et al. (2019) menar vidare att den kontroversiella aspekten av ett företag påverkar hållbarhetsrapporteringen till följd av att kontroversiella företag är utsatta för mer offentlig granskning. För de socialt kontroversiella företagen innebär det att deras negativa sociala påverkan påverkar hur de hållbarhetsrapporterar. Kilian och Hennigs (2014) hävdar samtidigt att allmänhetens och intressenternas efterfrågan ökat på ansvarsfullt agerande från företagen. De socialt kontroversiella företagen måste därför rapportera om sina sociala aspekter i syfte att försöka besvara efterfrågan på ansvarsfullt agerande. Att ge ut information inom den hållbarhetsdimension allmänheten anser att företaget agerar oansvarigt inom kan sända signaler om att företaget försöker ta ansvar, trots sin negativa påverkan på det sociala området. Påståendena kan förklara studiens resultat där en ökning av mängden hållbarhetsinformation som ges ut av socialt kontroversiella företag inom den sociala dimensionen påvisas. Resultatet kan däremot inte bevisa att ökningen skulle bero på att det blivit obligatoriskt för företagen att hållbarhetsrapportera. En möjlig förklaring till det är att den kontroversiella aspekten av affärsverksamheten påverkar rapporteringen enligt ovanstående resonemang.

Det deskriptiva resultatet visar också att socialt kontroversiella företag ger ut en stor mängd information inom den sociala dimensionen både innan och efter reformens införande. Det innebär att de rapporterar om sin kontroversiella aspekt av affärsverksamheten även när det är frivilligt. Den frivilliga rapporteringen skulle kunna förklaras av legitimitetsteorin. Byrd et al. (2017) menar exempelvis att ett av kontroversiella företags syften med utgivandet av hållbarhetsinformation är att legitimera den kontroversiella aspekten av affärsverksamheten. Företag med större sannolikhet för att allmänheten ser på företaget som illegitimt, har dessutom större incitament att anta legitimeringsstrategier för att samhället inte ska bojkotta företagets produkter (Ching och Gerab, 2017; Bebbington, 2008). Socialt kontroversiella företags frivilliga rapporteringsengagemang kan därför bero på att de har större incitament än andra företag att anta legitimeringsstrategier eftersom den kontroversiella aspekten av verksamheten kräver det.

Kotchen och Moon (2012) hävdar också att rapporteringens främsta syfte är att legitimera oansvarigt agerande. Företag inom kontroversiella branscher ger därför ut hållbarhetsinformation i större utsträckning för att kompensera för sina oansvariga aktiviteter (Kotchen och Moon, 2012). Det är således troligt att socialt kontroversiella företag ger ut frivilliga upplysningar inom den sociala hållbarhetsdimensionen som en legitimeringsstrategi. Det kan också förklara varför det inte

finns något statistiskt signifikant samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden information inom den sociala hållbarhetsdimensionen.

Regressionsanalysen för miljömässigt kontroversiella företag visar istället att det finns ett positivt signifikant samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden information de ger ut inom miljödimensionen. Resultatet överensstämmer med vad Crawford och Williams (2010) beskriver gällande att obligatorisk hållbarhetsrapportering ofta leder till en ökad mängd rapportering. Llena et al. (2007) menar även att det främst gäller företag med en negativ miljöpåverkan, vilket också styrks av Sierra-Garcia et al. (2018). Studiens resultat visar att miljömässigt kontroversiella företags utgivande av miljömässig information påverkas positivt av obligatorisk hållbarhetsrapportering. Detsamma påvisas inte för socialt kontroversiella företag. Det styrker Sierra-Garcia et als. studie som påvisade skillnader mellan olika branschsektorer och att företag inom miljömässigt kontroversiella branscher ger ut mer hållbarhetsinformation till följd av obligatorisk hållbarhetsrapportering. Det är därför sannolikt att miljömässigt och socialt kontroversiella företag har olika motiv bakom utgivandet av information inom sin negativa hållbarhetsdimension. Vilka motiv det skulle kunna vara och vad skillnaderna beror på har inte varit studiens syfte att undersöka. Hahn och Lülfs (2014) beskriver dock att graden av kontroversialitet varierar mellan branscher och företag. Det är därför troligt att de olika branscher som inkluderats i studien påverkas av sin kontroversiella aspekt i olika utsträckning. Vidare kan det förklara varför det påvisas en skillnad mellan socialt och miljömässigt kontroversiella företag gällande huruvida mängden rapportering inom deras respektive negativa hållbarhetsdimension påverkas av obligatorisk hållbarhetsrapportering.

Hahn och Lülfs (2014) menar vidare att utgivande av hållbarhetsinformation gällande den kontroversiella aspekten av affärsverksamheten kan hota företagets legitimitet. Bebbington et al. (2008) samt Michelon (2011) menar istället att hållbarhetsrapportering är ett sätt för företag att hantera risken för dåligt rykte. Byrd et al. (2017) argumenterar därför att både själva rapporteringen och strukturen på rapporten bör reflektera företagets behov av att bygga upp och bibehålla ett gott rykte. Kontroversiella företag kan ofta vara i stort behov av att bygga upp ett gott rykte eftersom deras verksamhet kretsar kring negativ social eller miljömässig påverkan. Negativ social eller miljömässig påverkan kan i sin tur ge upphov till dåligt rykte. För kontroversiella företag kan det därför innebära att de framhäver det positiva, trots att verksamheten associeras med negativ social eller miljömässig påverkan. Det kan förklara varför miljömässigt kontroversiella företag väljer att ge ut en mindre mängd hållbarhetsinformation inom miljödimensionen när det är frivilligt att rapportera.



Dierks och Preston (1977), Hall (1993) samt Deegan och Gordon (1996) menar däremot att miljömässigt kontroversiella företag är mer benägna att ge ut information om sin miljöpåverkan än företag i andra industrier. De beskriver att miljömässigt kontroversiella företag upplever större tryck att uppvisa legitimitet och därmed förväntas tillhandahålla mer omfattande hållbarhetsrapportering även när rapporteringen är frivillig (Hall, 1993; Deegan och Gordon, 1996). Baserat på studiens resultat är det däremot de socialt kontroversiella företagen som är mer benägna att ge ut frivillig information om sina sociala aspekter. Studiens resultat talar därför mot den tidigare forskningen. Tidigare studier som hävdar att miljömässigt kontroversiella företag ger ut frivillig information inom miljödimensionen utfärdades så tidigt som på 90-talet och rapporteringstraditionen har troligtvis förändrats sedan dess. Studiens resultat indikerar således att det skett en förändring som skulle kunna bero på att även sociala frågor blivit viktigare för allmänheten, vilket även Kolk (2004) beskriver.

Det påvisas även ett positivt samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och miljömässigt kontroversiella företags utgivande av hållbarhetsinformation inom miljödimensionen. Ett positivt samband indikerar därmed att miljömässigt kontroversiella företag inte ger ut tillräckligt mycket information om sin miljöpåverkan när det är frivilligt att rapportera. Studiens resultat överensstämmer därför istället med den tidigare forskningen som menar att oreglerad hållbarhetsrapportering innebär partiska och ofullständiga rapporter inom miljömässig hållbarhet (Gray och Milne, 2002; Einwiller och Carroll, 2020; Hahn och Lüfs, 2014).

Regressionsanalyserna påvisar inget signifikant samband mellan företagsstorlek respektive lönsamhet och mängden information inom de kontroversiella företagens negativa hållbarhetsdimension. Det motsäger tidigare studier som hävdar att det finns ett positivt samband mellan företagsstorlek respektive lönsamhet och mängden hållbarhetsinformation (Gamerschlag, et al., 2011; Garde Sánchez et al., 2017; Hossain och Reaz, 2007; Tagesson et al., 2009; Zheng och Zhang, 2016). Kontroversiella företag påverkas därför av andra faktorer jämfört med företag som inte identifieras som kontroversiella. Det kan bero på den kontroversiella aspekten av affärsverksamheten och behovet av att upprätthålla legitimitet, vilket skiljer kontroversiella företag från icke-kontroversiella företag. Gällande företagsstorleken kan resultatet också förklaras av att studiens population endast består av företag som omfattas av kravet på hållbarhetsrapportering och därför är av en viss storlek.

## **6. Slutsats, resultat och begränsningar**

### **6.1 Slutsats**

Syftet med studien har varit att undersöka om det finns något samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden social hållbarhetsinformation som ges ut av socialt kontroversiella företag. Studiens resultat visade att de socialt kontroversiella företagen gav ut mer information inom den sociala hållbarhetsdimensionen de år hållbarhetsrapporteringen var obligatorisk, jämfört med de år rapporteringen var frivillig. Studien kunde däremot inte påvisa att ökningen berodde på att hållbarhetsrapporteringen blivit obligatorisk. Studiens resultat stödjer därmed H<sub>3</sub>, att det inte finns något statistiskt signifikant samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden social hållbarhetsinformation som gavs ut av socialt kontroversiella företag.

Syftet var också att undersöka om det fanns något samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden miljömässig hållbarhetsinformation som gavs ut av miljömässigt kontroversiella företag. Studiens resultat visade att de miljömässigt kontroversiella företagen rapporterade mer inom den miljömässiga hållbarhetsdimensionen de år hållbarhetsrapporteringen var obligatorisk, jämfört med de år rapporteringen var frivillig. Till skillnad mot de socialt kontroversiella företagen påvisades även ett signifikant positivt samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden miljömässig hållbarhetsinformation som gavs ut av miljömässigt kontroversiella företag. Resultatet stödjer därmed H<sub>2</sub>, att det finns ett positivt samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden miljömässig hållbarhetsinformation som gavs ut av miljömässigt kontroversiella företag.

### **6.2 Teoretiskt resultat**

Studiens resultat bygger vidare på forskningen om eventuella samband mellan obligatorisk hållbarhetsrapportering och mängden information inom två olika hållbarhetsdimensioner (miljö och social) för två olika grupper av kontroversiella företag (miljö och social). Genom ytterligare empirisk forskning inom området utökas litteraturen då studien funnit resultat som både motsäger och bekräftar tidigare forskning. Resultatet för miljömässigt kontroversiella företag bekräftar tidigare forskning gällande att företag rapporterar mer till följd av att rapporteringen blivit obligatorisk (Llena et al., 2007; Costa och Agostini, 2016; Crawford och Williams, 2010). Resultatet för socialt kontroversiella företag bekräftar istället den andra delen av tidigare forskning som hävdar att företag inte rapporterar en ökad mängd hållbarhetsinformation till följd obligatorisk

rapportering (Llena et al., 2007; Larringa et al., 2002; Sierra-Garcia; Iannou och Serafeim, 2017; Costa och Agostini, 2016).

Studiens resultat indikerar således att det finns skillnader mellan olika typer av kontroversiella branscher och att graden av kontroversialitet kan variera mellan branscherna. Det framkommer också i studien att kontroversiella företag inte påverkas av samma faktorer och icke-kontroversiella företag, exempelvis gällande huruvida företagsstorlek och lönsamhet påverkar mängden hållbarhetsrapportering. Resultatet föreslår istället att kontroversiella företag påverkas av sin kontroversiella aspekt av verksamheten i sin hållbarhetsrapportering. Detta fokus på vad som påverkar och motiverar kontroversiella företag har saknats i tidigare studier, och är det som denna studie bidrar med till redan befintlig forskning.

Tidigare studier som studerat relationen mellan företagsstorlek respektive lönsamhet och mängd hållbarhetsinformation har baserats på företag inom flera olika branscher (Da Silva Monteiro och Aibar-Guzmán, 2010; Gamerschlag, et al., 2011; Garde Sánchez et al., 2017; Hossain och Reaz, 2007; Tagesson et al., 2009; Zheng och Zhang, 2016; Wan Abd Rahman et al., 2011). Däremot har tidigare studier visat ett tvetydigt resultat gällande om det finns ett positivt samband eller inte mellan företagsstorlek respektive lönsamhet och mängd hållbarhetsinformation (Gamerschlag et al., 2011; Garde Sánchez et al., 2017; Hossain och Reaz, 2007; Tagesson et al., 2009; Da Silva Monteiro och Aibar-Guzmán, 2010; Gamerschlag et al., 2011; Wan Abd Rahman et al., 2011). Studien har utgått från antagandet att det finns ett positivt samband mellan företagsstorlek respektive lönsamhet och mängden hållbarhetsrapportering som kontroversiella företag ger ut inom sin negativa hållbarhetsdimension. Resultatet påvisar däremot inget statistiskt signifikant samband mellan de två variablerna och mängden hållbarhetsinformation. Studiens resultat utökar därmed befintlig forskning gällande vilka variabler som påverkar kontroversiella företags utgivande av hållbarhetsinformation, något som tidigare forskning inte studerat i någon vidare utsträckning.

### **6.3 Praktiskt resultat**

Studiens praktiska resultat riktar sig både till staten och externa intressenter eftersom både statligt ägda och börsnoterade kontroversiella företag ingått i studien. Det kan vara av intresse för staten att veta om de lagar som träder i kraft eventuellt leder till någon praktisk förändring. Studiens resultat ger därmed en indikation på hur effektiv regleringen av hållbarhetsrapportering är för socialt och miljömässigt kontroversiella företags utgivande av hållbarhetsinformation inom de område de anses agera negativt.

Resultatet kan också vara av intresse för intressenter som vill bli informerade om vad företagen gör rätt och fel till följd av en ökad medvetenhet kring sociala och miljömässiga frågor (Kilian och Hennigs, 2014). Studiens praktiska resultat ger därmed intressenterna en inblick i hur obligatorisk hållbarhetsrapportering påverkar mängden information som ges ut av socialt och miljömässigt kontroversiella företag. En ökad mängd hållbarhetsinformation till följd av obligatorisk rapportering leder till att intressenterna får ett ökat förtroende till det svenska rättssystemet men också till kontroversiella företag vilket stämmer överens med vad Hahn och Lülfs (2014) menar. Aktiv rapportering sänder även positiva signaler till intressenterna om att företaget aktivt arbetar med att hantera sina negativa aspekter av verksamheten (Hahn och Lülfs, 2014).

#### **6.4 Studiens trovärdighet**

Studien inkluderar totalt 23 företag och deras hållbarhetsrapporter för år 2015 till 2019. Den totala populationen av kontroversiella företag i Sverige, baserat på de branscher som presenteras i bilaga 1, är 4574. Vidare är det endast 73 av dessa som uppfyller kraven för obligatorisk hållbarhetsrapportering under åren 2017 till 2019, vilket är tre av de fem år som studien undersöker. I relation till den totala populationen av kontroversiella företag i Sverige kan 23 företag anses vara en liten population att undersöka för att kunna dra några statistiskt signifikanta slutsatser som också kan generaliseras till hela populationen av kontroversiella företag i Sverige. Ekvation 1 påvisar även att de 23 företag som inkluderas i studien inte är ett tillräckligt stort antal för att kunna dra statistiska signifikanta samband om hela populationen om 4574 företag.

Syftet med studien har varit att undersöka hur miljömässigt och socialt kontroversiella företag påverkas av obligatorisk hållbarhetsrapportering gällande hur mycket de rapporterar inom den miljömässiga respektive sociala hållbarhetsdimensionen. Studiens resultat kan därför endast anses trovärdigt och generaliserbart för de 23 större företagen som inkluderats i studien och därmed omfattas av kravet på obligatorisk hållbarhetsrapportering. Resultatet kan också ge en indikation på hur de mindre företagen förväntas agera om det skulle bli obligatoriskt för de att hållbarhetsrapportera, även om studiens resultat inte går att generalisera för den totala populationen av kontroversiella företag i Sverige.

#### **6.5 Studiens begränsningar och förslag till vidare forskning**

Studien har avgränsats till att endast inkludera svenska kontroversiella företag inom ett antal utvalda branscher, vilka presenteras i bilaga 1. Resultatet kan därmed inte generaliseras för andra länder eller branscher utöver de som ingår i studien. Studien har också inkluderat 23 företag, vilket gör det svårt att generalisera resultatet utöver de 23 företagen. För att stärka resultatet som studien

bidrar med skulle vidare forskning kunna genomföras med ett större urval som kan ge ett statistiskt signifikant resultat för hela populationen av kontroversiella företag. Vidare skulle ett bredare perspektiv kunna antas där antingen andra länder eller branscher inkluderas för att se om resultatet som studien framställer även gäller i andra länder eller branscher.

Det kontroversiella begreppet är också relativt outforskat överlag och samhällets normer och värderingar är inte statiska över tid. Studien har avgränsats till att endast inkludera ett antal olika branscher som tidigare forskning definierat som kontroversiella. Det kan därför vara intressant att inkludera ytterligare branscher som samhället anser agerar negativt för att bidra till ytterligare förståelse för hur kontroversiella företag inom olika branscher hanterar problematiken gällande att deras verksamhet kretsar kring ett negativt betingat hållbarhetsområde.

Studien har också genomförts med en kvantitativ metod där endast mängden hållbarhetsinformation inom de olika hållbarhetsdimensionerna (social och miljö) har mätts för de två typerna av kontroversiella företag (social och miljö). Resultatet påvisar att det skett en ökning av mängden information inom dessa dimensioner, men någon djupare analys av informationens karaktär har legat utanför studiens fokus. Det finns därför anledning till vidare forskning som baseras på en mer djupgående analys. Förslagsvis skulle det kunna genomföras med en kvalitativ ansats. Innehållet i företagsrapporter skulle då analyseras djupare i syfte att öka förståelsen för hur kontroversiella företag hanterar den kontroversiella aspekten av sin verksamhet i sin hållbarhetsrapportering.

Studien identifierar också tydliga skillnader mellan socialt och miljömässigt kontroversiella företag. Skillnaderna ligger främst i vilka faktorer som påverkar rapporteringen samt mängden hållbarhetsinformation. I studien har det däremot inte gjorts någon mer djupgående jämförelse mellan de två typerna av kontroversiella företag eftersom det inte varit studiens syfte. Vad dessa skillnader beror på och om de har någon statistisk signifikans är därför något som vidare forskning kan undersöka.

## 7. Källförteckning

### Författningar

Prop. 2015/16:193. *Företagens rapportering om hållbarhet och mångfaldspolicy.*

<https://www.regeringen.se/49e317/contentassets/f927320bd4a04c798fc80662851298a2/foretagens-rapportering-om-hallbarhet-och-mangfaldspolicy-prop.-201516193>

Årsredovisningslagen (SFS 2016:947). [https://www.riksdagen.se/sv/dokument-](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svenskforfattningssamling/arsredovisningslag-19951554_sfs-1995-1554)

[lagar/dokument/svenskforfattningssamling/arsredovisningslag-19951554\\_sfs-1995-1554](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svenskforfattningssamling/arsredovisningslag-19951554_sfs-1995-1554)

### Elektroniskt

Bolagsverket (22 oktober 2019). *Hållbarhetsrapport.*

<https://bolagsverket.se/ff/foretagsformer/aktiebolag/arsredovisning/delar/hallbarhetsrapport-1.17962>

KPMG (2017). *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017.*

<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/10/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf>

Regeringskansliet (2 april 2015). *Riktlinjer för extern rapportering för företag med statligt ägande.*

<https://www.regeringen.se/49bb56/contentassets/c8839780f4d142b8a60d01af80588f75/riktlinjer-for-extern-rapportering-for-foretag-med-statligt-agande>

### Litteratur

Bryman, A., och Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder.* Stockholm: Liber AB.

Dahmström, K. (2011). *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning.*

Lund: Studentlitteratur AB

Deegan, C., och Unerman, J. (2011). *Financial Accounting Theory.* Maidenhead: McGraw-Hill Education

Djurfeldt, G. (2009). Förberedelser – att lära känna sin data. I G. Djurfeldt och M. Barmark (Red.), *Statistisk verktygslåda 2-multivariat analys* (s.25–52). Studentlitteratur.

Eriksson, L. T. (2018). *Kritiskt tänkande.* Stockholm: Liber AB.

Hartwig, F. (2018). *Redovisningsteorins grunder.* Lund: Studentlitteratur AB

Sohlberg, P., och Sohlberg, B. (2013). *Kunskapens former: Vetenskapsteori och forskningsmetod*. Stockholm: Liber.

### Tryckt

Israel, G. D. (1992). *Determining Sample Size* (Fact Sheet PEOD-6). University of Florida, Institute of Food and Agricultural Sciences.

WCED (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press

### Vetenskapliga artiklar

Adams, C. A. (2004). The ethical, social and environmental reporting-performance portrayal gap. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 17 (5), 731 – 757. DOI: 10.1108/09513570410567791

Amran, A., och Haniffa, R. (2011). Evidence in development of sustainability reporting: case of a developing country. *Business Strategy and the Environment*, 20, 141–156.

Aragon-Correa, J.A. (1998). Strategic proactivity and firm approach to the natural environment. *Academy of Management Journal*, 41(5), 556–567.

Argento, D., Grossi, G., Persson, K., och Vingren, T. (2019). Sustainability disclosures of hybrid organizations: Swedish state-owned enterprises. *Meditari Accountancy Research*, 27(4), 505–533. DOI: 10.1108/MEDAR-07-2018-0362

Bansal, P. (2005). Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26(3), 197–218.

Bebbington, J., Larrinaga, C., och Moneva, J. M. (2008). Corporate social reporting and reputation risk management. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 21(3), 337-361. DOI: 10.1108/09513570810863932

Bradford, M., Earp, J. B., Showalter, C. S., och Williams, P. F. (2017). Corporate Sustainability Reporting and Stakeholder Concerns: Is There a Disconnect? *ACCOUNTING HORIZONS* 31(1), 83–102. DOI: 10.2308/acch-51639

- Buysse, K., och Verbeke, A. (2003). Proactive environmental strategies: A stakeholder management perspective. *Strategic Management Journal*, 24(5), 453–470.
- Byrd, J., Hickman, K., Baker, C.R., och Cohanier, B. (2017). Corporate Social Responsibility Reporting in Controversial Industries. DOI: 10.2139/ssrn.2894789
- Byrne, E. (2010). The US military-industrial complex is circumstantially. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 153–165.
- Cai, Y., Jo, H., och Pan, C. (2012). Doing Well While Doing Bad? CSR in Controversial Industry Sectors. *Journal of Business Ethics*, 108, 467–480. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1103-7>
- Campbell, D., och Cowton, C.J. (2015). Method issues in business ethics research: Finding credible answers to questions that matter. *Business Ethics: A European Review*, 24(S1), S3-S10. DOI: 10.1111/beer.12093
- Chan, M.C.C., Watson, J., och Woodliff, D. (2013). Corporate Governance Quality and CSR Disclosure. *Journal of Business Ethics*, 125(1), 59–73. DOI: 10.1007/s10551-013-1887-8
- Ching, H. Y., och Gerab, F. (2017). Sustainability reports in Brazil through the lens of signaling, legitimacy and stakeholder theories. *Social Responsibility Journal*, 13(1), 95–110. DOI: 10.1108/SRJ-10-2015-0147
- Costa, E. och Agostini, M. (2016). Mandatory Disclosure about Environmental and Employee Matters in the Reports of Italian-Listed Corporate Groups. *Social and Environmental Accountability Journal*, 36(1), 10–33. DOI: 10.1080/0969160X.2016.1144519
- Crawford, E. P. och Williams, C. C. (2010). Should corporate social reporting be voluntary or mandatory? Evidence from the banking sector in France and the United States. *Corporate governance*, 10(4), 512–526. DOI: 10.1108/14720701011069722
- Da Silva Monteiro, S. M. och Aibar-Guzmán, B. (2010). Determinants of Environmental Disclosure in the Annual Reports of Large Companies Operating in Portugal. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 17, 185–204. DOI: 10.1002/csr.197
- DeColle, S., och York, J.G. (2009). Why wine is not glue? The unresolved problem of negative screening in socially responsible investing. *Journal of Business Ethics*, 85(1), 83–95.



- Deegan, C., och Gordon, B. (1996). A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. *Accounting and Business Research* 26(3), 187–199.
- Dierkes, M., och Preston, L.E. (1977). Corporate social accounting and reporting for the physical environment: A critical review and implementation proposal. *Accounting, Organizations and Society*, 2(1), 3–22.
- DiMaggio, P.J., och Powell, W.W. (2000). The iron cage revisited institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *In Economics meets sociology in strategic management*, 143–166.
- Dowling, J. och Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy. Social values and organizational behaviour. *Pacific Social Review*, 18(1), 122–136.
- Einwiller, S. A., och Carroll, C. E. (2020). Negative disclosures in corporate social responsibility reporting. *Corporate Communications: An International Journal*, 25(2), 319–337. DOI: 10.1108/CCIJ-05-2019-0054.
- Fernando, S., och Lawrence, S. (2014). A theoretical framework for CSR practices: integrating legitimacy theory, stakeholder theory and institutional theory. *Journal of Theoretical Accounting Research*, 10(1), 149–178.
- Fisher, M.J., och Marshall, A. P. (2009). Understanding descriptive statistics. *Australian Critical Care*, 22(2), 93–97.
- Gamerschlag, R., Möller, K., och Verbeeten, F. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, 5, 233–262. DOI: 10.1007/s11846-010-0052-3
- Garde-Sánchez, R., Rodríguez-Bolívar, M.P., och López-Hernández, A.M. (2017). Corporate and managerial characteristics as drivers of social responsibility disclosure by state-owned enterprises. *Review of Managerial Science*, 11(3), 633–659.
- Gray, R., och Milne, M. J. (2002). Sustainability Reporting: Who’s Kidding Whom? *Chartered Accountants Journal of New Zealand* 81(6), 66–70.
- Grewal, J., Riedl, E. J. och Serafeim, G. (2019). Market Reaction to Mandatory Nonfinancial Disclosure. *Management science*, 65(7). 2947–3448. DOI: 10.1287/mnsc.2018.3099

- Hall, R. (1993). A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 14(8), 607–618.
- Hahn, R., och Lülfs, R. (2014). Legitimizing Negative Aspects in GRI-Oriented Sustainability Reporting: A Qualitative Analysis of Corporate Disclosure Strategies. *Journal of business ethics*, 123, 401–420. DOI: 10.1007/s10551-013-1801-4
- Hahn, R., och 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.
- Hamid, F.Z.A. (2004). Corporate social disclosure by banks and finance companies: Malaysian evidence. *Corporate Ownership and Control*, 1(4), 118–130.
- Hasseldine, J., Salama, A., och Toms, S. (2005). Quantity versus quality: the impact of environmental disclosures on the reputations of UK PLCs. *British Accounting Review*, 37(2), 231–248.
- Hmaittane, A., Bouslah, K., och M'Zali, B. (2019). Does corporate social responsibility affect the cost of equity in controversial industry sectors? *Review of Accounting and Finance*, 18(4), 635–662.
- Ho, A.D., och Yu, C.C. (2015). Descriptive statistics for modern test score distributions: Skewness, kurtosis, discreteness, and ceiling effects. *Educational and Psychological Measurement*, 75(3), 365–388. DOI:1177/0013164414548576
- Hossain, M., och Reaz, M. (2007). The determinants and characteristics of voluntary disclosure by indian banking companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 14, 274–288. DOI:10-1002/csr.154
- Hox, J. J., och Boeijs, H. R. (2005). Data Collection, Primary vs. Secondary. *Encyclopedia of social measurement*, 1.
- Ioannou, I., och Serafeim, G. (2017). The Consequences of Mandatory Corporate Sustainability Reporting. *Harvard Business School Research Working Paper*, 11–100.
- Jo, H., och Na, H. (2012). Does CSR Reduce Firm Risk? Evidence from Controversial Industry Sectors. *Journal of Business Ethics*, 110, 441–456.

- Johansen, T. R. (2016). EU Regulation of Corporate Social and Environmental Reporting. *Social and Environmental Accountability Journal*, 36(1), 1–9. DOI: 10.1080/0969160X.2016.1148948.
- Kilian, T., och Hennigs, N. (2014). Corporate social responsibility and environmental reporting in controversial industries. *European Business Review*, 26(1), 79–101. DOI: 10.1108/EBR-04-2013-0080
- Kolk, A. (2004). A decade of sustainability reporting: developments and significance. *International Journal of Environment and Sustainable Development*, 3(1), 51–64.
- Kotchen, M. J., och Moon, J. J. (2012). Corporate social responsibility for irresponsibility. *The B.E. Journal of Economic Analysis och Policy*, 12(1).
- Larrinaga, C., Carrasco, F., Correa, C., Llena, F., och Moneva, J. (2002). Accountability and accounting regulation: the case of the Spanish environmental disclosure standard. *European Accounting Review*, 11(4), 723–740.
- Lee, T.M., och Hutchison, P.D. (2005). The decision to disclose environmental information: a research review and agenda. *Advances in Accounting*, 21, 83–111.
- Leung, T. C-H., och Snell, R. S. (2019). Strategies for Social and Environmental Disclosure: The Case of Multinational Gambling Companies. *Journal of business ethics*. DOI: 10.1007/s10551-019-04190-z
- Lim, S., Matolcsy, A., och Chow, D. (2007). The association between board composition and different types of voluntary disclosure. *European Accounting Review*, 16(3), 555–583.
- Lindgreen, A., Maon, F., Reast, J., och Yani-De-Soriano, M. (2012). Guest editorial: corporate social responsibility in controversial industry sectors. *Journal of Business Ethics* 110(4), 393–395. DOI:10.1007/s10551-012-1488-y
- Lindorff, M., Jonson P.E., och McGuire, L. (2012). Strategic Corporate Social Responsibility in Controversial Industry Sectors: The Social Value of Harm Minimisation. *Journal of Business Ethics*, 110, 457–467.
- Llena, F., Moneva, J. M., och Hernandez, B. (2007). Environmental disclosure and compulsory accounting standards: the case of Spanish annual reports. *Business Strategy and the Environment*, (16)1, 50–63.

- Lock, I., och Seele, P. (2015). Quantitative content analysis as a method for business ethics research. *Business Ethics: A European Review*, 24(S1), S24-S40. DOI: 10.1111/beer.12095
- Michelon, G. (2011). Sustainability Disclosure and Reputation: A Comparative Study. *Corporate Reputation Review*, 14(2), 79–96.
- Michelon, G., Pilonato, S., och Ricceri, F. (2015). CSR reporting practices and the quality of disclosure: An empirical analysis. *Critical Perspectives on Accounting*. DOI: 10.1016/j.cpa.2014.10.003
- Mion, G., och Loza Aduai, C. R. (2019). Mandatory Nonfinancial Disclosure and Its Consequences on the Sustainability Reporting Quality of Italian and German Companies. *Sustainability*, 11(17). DOI:10.3390/su11174612
- Palazzo, G., och Richter, U. (2005). CSR business as usual? The case of the tobacco industry. *Journal of Business Ethics*, 61(4), 387–401.
- Perez, F., och Sanchez, L. E. (2009). Assessing the Evolution of Sustainability Reporting in the Mining Sector. *Environmental management*, 43(6), 949 - 961. DOI: 10.1007/s00267-008-9269-1
- Reast, J., Maon, F., Lindgreen, A., och Vanhamme, J. (2013). Legitimacy-seeking organizational strategies in controversial industries: a case study and a bidimensional model, *Journal of business ethics*, 118(1), 139–153.
- Ployhart, R. E., och Vandenberg, R. J. (2010). Longitudinal Research: The Theory, Design, and Analysis of Change. *Journal of Management*, 36(1), 94–120. DOI: 10.1177/0149206309352110
- Rodrigo, P., Duran, I. J., och Arenas, D. (2016). Does it really pay to be good, everywhere? A first step to understand the corporate social and financial performance link in latin american controversial industries. *Business Ethics: A European Review*, 25(3), 286 - 309. DOI: 10.1111/beer.12119
- Sierra-Garcia, L., Garcia-Benau, M. A. och Bolas-Araya, H. M. (2018). Empirical Analysis of Non-Financial Reporting by Spanish Companies. *Administrative Sciences*, 8(29). DOI: 10.3390/admsci8030029
- Song, B., Wen, J., och Ferguson, M. A. (2020). Toward effective CSR communication in controversial industry sectors, *Journal of Marketing Communications*, 26(3), 243–267, DOI: 10.1080/13527266.2018.1536887

- Spector, P. E., och Brannick, M. T. (2011). Methodological urban legends: The misuse of statistical control variables. *Organizational Research Methods*, 14(2), 287–305.
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.
- Suchman, M.C. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
- Tagesson, T., Blank, V., Broberg, P., och 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), 352–364. DOI: 10.1002/csr.194
- Torgusa, N.A., O'Donohue, W., och Hecker, R. (2013). Proactive CSR: An Empirical Analysis of the Role of its Economic, Social and Environmental Dimensions on the Association between Capabilities and Performance. *Journal of Business Ethics*, 115, 383–402.
- Torre, M. L., Sabelfeld, S., Blomkvist, M., Tarquinio, L. och Dumay, J. (2018). Harmonising non-financial reporting regulation in Europe Practical forces and projections for future research. *Meditari Accountancy Research*, 26(4), 598–621. DOI: 10.1108/MEDAR-02-2018-0290
- Unerman, J. (2000). Methodological issues-Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting, Auditing och Accountability Journal*, 13(5), 667–681.
- Uyanik, G. K., och Güler, N. (2013). A study on Multiple Linear Regression Analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 106, 234–240.
- Venturelli, A., Caputo, F., Cosma, S., Leopizzi, R. och Pizzi, S. (2017). Directive 2014/95/EU: Are Italian Companies Already Compliant? *Sustainability*, 9. DOI:10.3390/su9081385
- Vollero, A., Conte, F., Siano, A., och Covucci, C. (2019). Corporate social responsibility information and involvement strategies in controversial industries. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26, 141–151. DOI: 10.1002/csr.1666
- Walley, N., och Whitehead, B. (1994). It's not easy being green. *Harvard Business Review*, 72(3), 46–52.

Wan Abd Rahman, N. H., Zain, M. M. och Yaakop Yahaya Al-Haj, N. H. (2011). CSR disclosures and its determinants: evidence from Malaysian government link companies. *Social Responsibility Journal*, 7(2), 181–201. DOI: 10.1108/17471111111141486

Zheng, H., och Zhang, Y. (2016). Do SOEs outperform private enterprises in CSR? Evidence from China. *Chinese Management Studies*, 10(3), 435–457. DOI:10.1108/CMS-10-2015-0225

## 8. Bilagor

### Bilaga 1. Branschkatgorier

Branschkatgorier
Dryckesframställning
Alkoholhaltiga drycker, butikshandel
Tobaksvarutillverkning
Spel- och vadhållningsverksamhet
Vapen och Ammunition, Tillverkning
Sprängämnen, Tillverkning
Läkemedel, Tillverkning
Farmaceutiska badprodukter, Tillverkning
Malmutvinning
Järnmalmsutvinning
Torvutvinning
El generering
Gasframställning
Transportmedelsindustri
Lufttransport, passagerartrafik
Motorfordonstillverkning

## Bilaga 2. Företagspresentation

AB Svenska spel	Spel- och vadhållningsverksamhet	Socialt
AKWEL Sweden AB	Transportmedelsindustri	Miljö
Aktiebolaget Trav och Galopp	Spel- och vadhållningsverksamhet	Socialt
Aktiebolaget Volvo	Motorfordonstillverkning	Miljö
Apotek Produktion och Laboratorier AB	Läkemedelstillverkning	Miljö
Autoliv Aktiebolag	Transportmedelsindustri	Miljö
Betsson AB	Spel- och vadhållningsverksamhet	Socialt
Boliden AB	Malmutvinning	Miljö
Brose Sweden AB	Transportmedelsindustri	Miljö
Haldex Aktiebolag	Transportmedelsindustri	Miljö
International Automotive Components Group Sweden AB	Transportmedelsindustri	Miljö
KABE Group AB	Transportmedelsindustri	Miljö
Kopparbergs Bryggeri Aktiebolag	Dryckesframställning	Socialt
Plasman Sverige AB	Transportmedelsindustri	Miljö



SAAB Aktiebolag	Vapen och Ammunitions tillverkning, Transportmedelsindustri	Miljö/Socialt
Skellefteå Kraftaktiebolag	El generering	Miljö
Spendrups Bryggeriaktiebolag	Dryckesframställning	Socialt
Swedish Match AB	Tobaksvarutillverkning	Socialt
Systembolaget Aktiebolag	Alkoholhaltiga drycker, butikshandel	Socialt
Thule Group AB	Transportmedelsindustri	Miljö
VBG Group AB	Transportmedelsindustri	Miljö
Vattenfall AB	El generering	Miljö