

Kandidatuppsats

Bachelor's thesis

Företagsekonomi
Business Administration

Money, money, money, must be funny, in the rich man's world:
Lönar det sig för företag med arbeta hållbart?

Emma Karlsson
Elsa Wisting



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

Mittuniversitetet
Avdelningen för Ekonomivetenskap och Juridik

Examinator: Tommy Roxenhall
Handledare: Darush Yazdanfar
Författarna: Emma Karlsson, emka1603@student.miun.se
Elsa Wisting, elwi1603@student.miun.se

Datum: 2019-05-27

Sammanfattning

De ökade utmaningarna världen står inför och det växande intresset för hållbara investeringar gör att företagens sociala ansvar blir en allt viktigare fråga. Forskare menar att detta sociala ansvar som förväntas från intressenterna har blivit ett problem för företagen, och som följd av detta har rapportering av sådan verksamhet blivit vanligare. Då det inte finns någon klarhet i definitionen för vad CSR innebär så är det upp till företagen själva att tolka uttrycket vilket kan leda till stora skillnader i vad de väljer att prioritera i linje med deras moraliska kriterier och värderingar. Vissa företag har en tendens att anpassa CSR-arbetet för att skapa uppmärksamhet efter de fördelar som finns, andra som ett sätt att tillfredsställa sina intressenter. Detta kritiserar för att ske istället för att genuint arbeta med socialt ansvarsfulla handlingar och implementera dessa i organisationen. Syftet med denna studie var att studera det existerande sambandet mellan CSR-arbete och lönsamhet, med fokus på europeiska företag. Vidare har studien inriktat sig på att studera detta samband tillsammans med tre kontrollvariabler, storlek, sett till antal anställda, sektor och geografisk position.

Urvalet i studien bestod av 352 europeiska företag fördelade inom 11 sektorer som är kategoriserade efter Global Industry Classification Standard (GICS). Dessa har testats genom en stiganalys som är en sammansättning av bivariata- och multivariata regressionsanalyser, där även samtliga variabler inkluderades. Resultatet i studien indikerar bland annat att större företag arbetar mer med CSR men att det nödvändigtvis inte leder till högre lönsamhet. Vidare visar resultatet att sektor inte har någon betydelse för varken mängden CSR-arbete eller lönsamheten, resultatet visar snarare att sektor har en negativ effekt på lönsamheten. Slutligen visade studiens resultat att europeiska företags geografiska position inte innebär en större mängd CSR-arbete. Detta visar att oberoende av det land företaget är beläget i så innebär det nödvändigtvis inte mer CSR-arbete, samtidigt som resultatet visade att geografisk position kan ha en positiv inverkan på lönsamheten.

Nyckelord: CSR, CSR-arbete, lönsamhet, storlek, sektor, geografisk position

Abstract

The increased challenge the world is facing and the growing interest and demands in sustainable investment make corporate social responsibility an increasingly and important questions for companies. Researchers even argue that this social responsibility that is expected from different stakeholders has become an issue for the companies, and as a result, reporting of such activities has become more common. Since there is no clear definition for what CSR means, it is up to the companies themselves to interpret the expression, which can lead to large differences in what they prioritize and work with. Some companies tend to adapt CSR in a way to draw attention to the benefits that exist, others as a way to satisfy their stakeholders. This is criticized for happening instead of genuinely working with socially responsible actions and implementing them in the organization. The purpose of this study was to examine the existing relationship between the CSR and profitability, focusing on European companies. Furthermore, the study has focused on examine this connection together with three control variables, firm size, in terms of number of employees, sector and geographical position.

The selection in the study consisted of 352 European companies distributed in 11 sectors categorized according to the Global Industry Classification Standard (GICS) which has been tested in a path analysis which is a composition of bivariate and multivariate regression analysis, including all the variables. The results of the study indicate that larger companies work more with CSR in their organization, but it does not necessarily lead to a higher profitability. Furthermore, the result show that the sector has no significance meaning for the amount of CSR work or profitability, the result rather shows that the sector has a negative effect on profitability. Finally, the result showed that the geographical position of the European companies does not involve a greater amount of CSR work. This shows that, irrespective of the country in which the company is located, it does not necessarily mean more work with CSR, while the result showed that geographical position can have a positive effect on the profitability.

Keywords: CSR, CSR-work, profitability, firm size, sector, geographical position

Förord

Denna kandidatuppsats inom företagsekonomi med inriktning bank och försäkring är skriven av Emma Karlsson och Elsa Wisting, vårterminen 2019, vid Mittuniversitetet i Sundsvall.

Författarna till uppsatsen vill passa på att ge ett stort tack till vår handledare Darush Yazdanfar för allt stöd, uppmuntran och stora engagemang under arbetets gång. De synpunkter han delgivit oss med har lett till att arbetet har kommit framåt och nått sitt slut.

Det har varit intensiva veckor, mycket kaffe, stela kroppar och fyrkantiga ögon dock har det varit en lärorik, inspirerande och inte minst sagt rolig tid. Det har varit en hel del diskussioner och ändringar bakom detta arbete och denna tid lämnar vi nu bakom oss och siktar framåt mot en ny tid, full av nya spännande utmaningar.

Tack!

Sundsvall den 27 maj 2019

Emma Karlsson

Elsa Wisting

Innehållsförteckning

1. Introduktion	1
1.1 Problembakgrund.....	1
1.2 Problemdiskussion.....	2
1.3 Forskningsfråga	3
1.4 Syfte	3
2. Teoretisk bakgrund och hypotesgenerering.....	4
2.1 CSR och arbetet med CSR i en organisation	4
2.2 CSR och dess koppling till lönsamhet	5
2.3 Hypotesgenerering.....	6
2.3.1 Företagets storlek.....	6
2.3.2 Sektor.....	7
2.3.3 Geografisk position.....	8
2.4 Analysmodell	9
3. Metod	10
3.1 Litteratursökning och källkritik	10
3.2 Övergripande metod och ansats	10
3.3 Urval och datainsamling.....	11
3.4 Bortfallsanalys	12
3.5 Fördelning av sektorer och länder.....	12
3.6 Operationalisering.....	13
3.6.1 Oberoende variabler.....	13
3.6.2 Beroende variabel	14
3.7 Modellspecificering	16
3.8 Validitet & reliabilitet.....	17
3.9 Statistisk bearbetning.....	18
3.10 Etisk förhållningssätt och samhällliga aspekter	18
4. Resultat.....	19
4.1 Deskriptiv analys.....	19
4.2 Korrelationsanalys	19
4.3 Stiganalys	20
4.3.1 Stiganalysmodell	20
4.4 Resultat från hypotesprövning.....	22
5. Diskussion.....	23
5.1 Diskussion av resultat från hypotesprövning	23
6. Slutsats och förslag på fortsatt forskning	26
6.1 Slutsats.....	26

6.2 Förslag på fortsatt forskning.....	27
Referenslista	28

Tabellförteckning

Tabell 1 Sammanställning av hypoteser	9
Tabell 2 Bortfallsanalys	12
Tabell 3 Fördelning av sektorer	12
Tabell 4 Fördelning av länder	13
Tabell 5 Sammanställning av variabler	15
Tabell 6 Faktoranalys	17
Tabell 7 Beskrivande statistik	19
Tabell 8 Korrelationsmatris	20
Tabell 9 Modellens samband, signifikans och förklaringsgrad	21
Tabell 10 Resultat från hypotesprövning	22

Figurförteckning

Figur 1 Analysmodell	9
Figur 2 Analysmodell av stiganalys	21

1. Introduktion

I denna del presenteras problembakgrund samt problemdiskussion, vilket sedan följs av studiens frågeställningar och syfte. I problembakgrunden presenteras tidigare studier samt relevanta begrepp för studien.

1.1 Problembakgrund

Världen står inför stora utmaningar, det är allt från klimatförändringar, vattenbrist, till ett ökat välfärdsgap bland världsbefolkningen, bara för att nämna några (Berry & Junkus 2012; Richardson 2013). I takt med att dessa utmaningar ökar måste aktörer på marknaden finna lösningar i försök att minska effekten på dessa problem (Richardson 2013). Med dessa förändringar har hållbarhet blivit ett ämne som är allt viktigare för både individer, företag och samhället (Berry & Junkus 2012; Richardson 2013). Denna utveckling har lett till att intresset för hållbara investeringar ökat (Schröder 2006), vilket även belyses i en artikel i Dagens Nyheter där VD:n för Fondbolagens förening menar att bidragandet till att främja hållbarheten är av stor vikt när det kommer till investerares val (Nordström 2016).

Moraliska kriterier gällande investeringar är inget nytt fenomen då det har funnits sedan 20-talet, dock var det inte förrän 90-talet som det syntes en skillnad i bland annat investeringsbeslut då investerare började ta ekologiska likväl som sociala aspekter i åtanke (Britzelmaier & Burger 2015). De ökande kraven på hållbarhet har lett till att både interna och externa intressenter ställer högre krav på företagen som nu förväntas skapa värde även utanför organisationens ramar (McWilliams & Siegel 2001; Berry & Junkus 2012; Kiesseling et al. 2016). På grund av de ökade kraven från olika intressenter menar Sweeney och Coughan (2008) att det sociala ansvaret blivit ett problem för företagen de senaste åren och som följd av detta har rapporteringen av sådan verksamhet blivit vanligare. Företagen anpassar sig till de fördelar som kan ses med att vara socialt ansvarsfullt genom tillämpning av hållbarhetsrapportering (Książak 2017).

Socialt ansvarsfull, vilket också används i den engelska benämningen "corporate social responsibility" (CSR) är ett begrepp som vid tillämpning innebär att ett företag har en viss skyldighet att agera på ett sätt som gynnar samhället (Berry & Junkus 2012). Detta kan även ses som det bidrag företagen har till hållbar utveckling i samhället (Grankvist 2009). CSR ger med andra ord företag möjlighet att bli mer transparenta genom att informera och rapportera kring hur de hanterar problem som exempelvis klimatförändringar (Grankvist 2009; Burchell & Cook 2013). Dock skiljer sig synen på ansvarstagande i olika länder, vilket Muslu et al. (2019) menar kan bero på att det saknas lagar och regler gällande kvalitetsfrågor i rapporten samt att det är frivilligt för vissa företag att CSR-rapportera. Detta gör att reglerna och omfattningen kan tolkas olika och då intresset och engagemanget har ökat gällande CSR kan det vara viktigt att få information om vilka krav som ställs på den egna verksamheten (Grankvist 2009). Emesh och Songi (2014) menar att intressenterna har rätt att veta sanningen kring företags sociala ansvar och dess verksamhet i syfte att kunna ta grundande beslut, samtidigt som Giuliani (2016) menar att det inte förverkligas i alla fall då företags antaganden av CSR-arbete inte säger så mycket kring deras verkliga sociala ansvar.

1.2 Problemdiskussion

Sedan CSR blev populariserat har konceptet och dess möjliga koppling till den ekonomiska utvecklingen varit av ökat intresse för såväl utövare som forskare (Alexander & Buchholz 1978). Cheng et al. (2014) menar att i det samhälle som existerar idag är det inte längre avkastning i form av utdelning till aktieägare som är viktigast, utan företag måste även bidra till samhället. Företag kan således inte enbart fokusera på egen vinning och ignorera de sociala påtryckningarna som kommer från samhällets intressenter då de som en konsekvens av detta både riskerar sitt rykte och att förlorar kunder samt riskera lönsamheten på sikt (Cheng et al. 2014). Lönsamhet bör därför ses som en viktig del för att motivera företagen till ett hållbart arbete (Lopez et al. 2007).

I takt med de sociala påtryckningarna från olika aktörer (Schröder 2006), uppmanas företagen till att genomföra investeringar som inkluderar socialt ansvarstagande (Berry & Junkus 2012). Konsumenternas efterfrågan på ekologiska produkter kan bland annat kräva processinnovationer, anställdas efterfrågan kan kräva progressiva arbetsrelaterade policys och säkerhets- och arbetsplatsfaciliteter kan kräva ytterligare personal som är utbildade för att genomföra CSR-policys (McWilliams & Siegel 2001). Även investerare kräver allt mer socialt ansvarsfulla investeringar i fonder och aktier, vilket leder till att företagen försöker att belägga sina produkter med CSR-attribut (McWilliams & Siegel 2001; Schröder 2006; Berry & Junkus 2012; Britzelmaier & Burger 2015). Dessa ökade påtryckningar har lett till att företag svarar genom att lägga mer resurser och pengar på CSR-arbete (McWilliams & Siegel 2001; Berry & Junkus 2012) medan andra motsätter sig och argumenterar för att dessa typer av investeringar inte är av betydelse i förhållande till deras arbete för att maximera sin vinst (McWilliams & Siegel 2000).

Den oenighet som tycks existera menar McWilliams och Siegel (2000) har lett till att fler forskare intresserar sig för att studera förhållandet mellan CSR och lönsamhet samt huruvida hållbarhetsrapportering hos företag leder till ökat resultat. Detta har resulterat i ett flertal studier som påvisar ett positivt samband mellan resultat och lönsamhet (Moser & Martin 2012; Sayedeh et al. 2015; Wang et al. 2016; Mukherjee & Nuñez 2018), likväl som att det existerar ett negativt samband (Baird et al. 2012; Peng & Yang 2014; Rodrigo et al. 2016; Nollet et al. 2016). Även neutrala konsekvenser har identifierats i McWilliams och Siegel (2000) studie som menar att investeringar i CSR främjar produktdifferentieringen på både produkt- och organisationsnivå genom att företagen skapar produkter som ger en bild av att de är socialt ansvarsfulla, men fann varken ett negativt eller positivt samband mellan CSR och lönsamhet.

Detta tvetydiga resultat av sambandet menar bland annat Rodrigo et al. (2016) att det beror på att tidigare studier inte har använt sig av en konsekvent mätmetod. Det finns olika mått på hur lönsamhet kan mätas och Byus et al. (2010) menar att det nyckeltal som används måste ha en koppling till vad som påverkar ett företags CSR-arbete, exempelvis samhällets krav och påtryckningar. Sayedeh et al. (2015) fann att kundnöjdhet, rykte och konkurrensfördelar är positivt relaterade till ett företags finansiella lönsamhet, då det skapar en högre lönsamhet. Om företag implementerar ett hållbart arbete genom att integrera socialt ansvarsfulla frågor samt involverar dess intressenter i organisationen kommer det leda till en ökad lönsamhet (Lopez et al. 2007). Vilket Sayedeh et al. (2015) menar stärks av att ett företag med gott rykte

också erhåller en högre omsättning. Fler studier bör därför fokusera på just redovisningsbaserade mått då måttet utgår från både balans- och resultaträkningar (Byus et al. 2010). Ett företag som faktiskt tar sitt sociala ansvar påverkar också balansräkningen då detta stärker både varumärket och kundlojaliteten (Cheng et al. 2014) som i sin tur visar effekter på långsikt genom måttet *ROA, return on assets*. Detta väcker intresset att vidare studera CSR-arbete med huvudsakligt fokus på lönsamheten.

Med anledning av ovan kommer studien analysera detta genom måttet ROA och huruvida det integrerade CSR-arbetet har betydelse för lönsamheten. Rodrigo et al. (2016) som i sin studie studerat amerikanska anser också att Europa är mer framstående när det kommer till forskning av CSR-arbete och lönsamhet, vilket ger anledning till att denna studie kommer fokusera på börsnoterade företag i Europa. Då det finns flera faktorer som har visat sig ha en effekt på relationen mellan CSR-arbete och lönsamhet (Branco & Rodrigues 2006; Sweeney & Coughan 2008; Gamerschlag et al. 2011; Moura-Leite et al. 2012; Gatti & Seele 2015; Vidaver-Cohen & Brønn 2015; Jamali & Carroll 2017) kommer studien även analysera företagets geografiska position, storlek samt sektor.

1.3 Forskningsfråga

Utifrån ovan bakgrund i problematiseringen och kopplingen till tidigare empiriska studier har följande forskningsfråga genererats:

- *Hur ser sambandet ut mellan det integrerade CSR-arbetet och lönsamhet genom företagets storlek, sektor och geografisk position?*

1.4 Syfte

Det huvudsakliga syftet med studien är att analysera förhållandet mellan europeiska företags integrerade CSR-arbete och lönsamhet. Det underliggande syftet är att analysera om och hur företagets storlek, sektor och geografisk position inverkar på relationen mellan företagets integrerade CSR-arbete och lönsamhet.

2. Teoretisk bakgrund och hypotesgenerering

I detta kapitel presenteras tidigare forskning inom området. Även väsentliga begrepp och studiens variabler presenteras. CSR, arbetet med CSR, kopplingen mellan CSR och lönsamhet och hypotesgenerering diskuteras, som sedan följs med en presentation och sammanställning av hypoteserna utifrån den underliggande teorin.

2.1 CSR och arbetet med CSR i en organisation

CSR är ett begrepp som blivit allt mer känt runt om i världen, dock hur detta begrepp tolkas av företag och organisationer varierar då dels uppfattningen om ansvarstagande skiljer sig åt bland länder (Grankvist 2009; Vidaver-Cohen & Brønn 2015; Jamali & Carroll 2017), dels är det frivilligt och görs individuellt samt att företagen implementerar och redovisar på egen hand (Shnayder et al. 2015). Ett allmänt accepterat tillvägagångssätt eller mått vid användning av CSR som dock existerar bygger på tre dimensioner för hållbarhet; ekonomiskt-, socialt- och miljömässigt ansvar. *Ekonomisk hållbarhet*, innebär allt som rör företagets ekonomiska hälsa. Ekonomisk hållbarhet hänvisar således till hur företaget ekonomiskt kan generera fördelar för samhället (Shnayder et al. 2015). *Social hållbarhet* speglar det samhällsansvar företaget har i strävan efter ett samhälle där mänskliga rättigheter uppfylls, exempelvis goda arbetsförhållanden (McWilliams & Siegel 2000). *Ekologisk/miljömässig hållbarhet* refererar till företagets ansvarstagande i form av miljömässiga parametrar, produktion av varor och tjänster får inte ske på bekostnad av naturen (Shnayder et al. 2015). Om dessa tre dimensioner utvärderas korrekt, menar Shnayder et al. (2015) att det kommer att täcka företagets hållbarhet och kapitaltillväxt samtidigt som de tillgodoser de behov och krav som företaget har gentemot sina intressenter och samhället.

CSR kan utifrån ovan ses som ett sätt för företag att visa hur de arbetar hållbart och för att förstå de krav som ställs på verksamheten (Grankvist 2009) samtidigt som det förse intressenter med information (Pomering & Dolnicar 2008). Enligt McWilliams och Siegel (2001) är företagets CSR-arbete ett svar på olika intressenters intressen, inklusive efterfrågan från konsumenter, anställda, investerare och samhället. För att tillgodose dessa intressenters krav måste företagen ägna resurser till CSR-arbetet (McWilliams & Siegel 2001). Genom att ägna resurser, eller genom att integrera produkter med CSR-attribut, kan ett företag skapa en viss nivå av CSR och således möta kraven (Erhemjamts et al. 2013). Dessa åtgärder innefattar att gå utöver vad lagen kräver när det gäller att anta progressiva program och policys för exempelvis mänsklig resurshantering, utveckla testprocedurer för djur, återvinning, minskad förorening, stödja lokala företag och integrera produkter med sociala egenskaper (McWilliams & Siegel 2001). Detta i syfte att möta intressenternas krav samt leva upp till de sociala ansvar som företagen har gentemot samhället (Shnayder et al. 2015).

Att företagen endast implementerar CSR räcker dock inte, det är även viktigt att de lyckas med arbetet av CSR (Porter & Kramer 2006). För att göra det möjligt behöver fokus skifta från att endast tillfredsställa intressenterna till att faktiskt mäta den sociala påverkan (Marais 2012). Intressenterna är dock en viktig del då den syn de har på företaget är avgörande för framtiden (Velte 2017) och att det är av stor vikt för företaget att delge intressenterna arbetet med CSR (Pomering & Dolnicar 2008; Marais 2012). Ett misslyckande kan leda till att det påverkar intressenternas uppfattning om företaget och arbetet med ansvarsfullt företagande

(Marais 2012). Marais (2012) menar vidare att företagen bör inkludera hela organisationen och låta arbetet med CSR-frågor vara en del av det dagliga arbetet för de anställda samt en del i deras arbetsuppgifter. Det är därför viktigt att de har full förståelse för samhällets påverkan på företaget men den påverkan som företagets handlingar har på samhället (McWilliams et al. 2006; Marais 2012).

2.2 CSR och dess koppling till lönsamhet

Den vedertagna uppfattningen av CSR är att det är något dyrt, detta då det medför extra kostnader av att agera socialt ansvarsfull (Alexander & Buchholz 1978; Siegel 2009). Denna uppfattning hävdar också att dessa kostnader kommer att försämra lönsamheten och leda till konkurrenskraftig nackdel (Alexander & Buchholz 1978). En motsatt åsikt främjas av intressentteorin som introducerades under 1980-talet, där menas det att intressegruppers missnöje potentiellt kan påverka rent ekonomiskt och till och med spela med företagets framtid (Akisik & Gal 2014). Galant och Cadez (2017) menar därför att CSR är en förutsättning för att skydda denna grundläggande del och att företag bör ta hänsyn till alla individer och grupper med anspråk på företaget, inte bara aktieägarna. Vidare menar Galant och Cadez (2017) att om detta hanteras ordentligt kommer CSR inte bara att förbättra intressenters tillfredsställelse utan också leda till förbättrad ekonomisk utveckling sett till både tillfredsställda medarbetare och ökat finansiellt resultat.

Förhållandet mellan företagens CSR och företagens ekonomiska resultat har varit ett objekt för omfattande empiriska utredningar (Galant & Cadez 2017). Likväl menar Galant och Cadez (2017) att den bevisning som förefallit i tidigare studier är otvetydig. Exempelvis visade resultatet i Mukherjee och Nuñez (2018) studie att ett företag som kan fokusera sin uppmärksamhet på viktiga intressenter är förknippade med starkare ekonomiskt resultat och vice versa. Medan annan forskning har identifierat ett positivt förhållande mellan CSR och lönsamhet (Moser & Martin 2012; Sayedeh et al. 2015; Wang et al 2016). Om CSR har en positiv effekt på det finansiella resultatet är det också troligt att socialt ansvariga investeringar faktiskt har en positiv snarare än en negativ effekt på aktieägarvärdet (Moser & Martin 2012), vilket innebär att CSR även kan gynna aktieägarna.

Vidare har studier visat på ett negativt förhållande mellan CSR och lönsamhet (Alexander & Buchholz 1978; Baird et al. 2012; Peng & Yang 2014). Den negativa kopplingen mellan CSR och lönsamhet innebär emellertid inte att det sociala ansvarstagandet överges helt (Galant & Cadez 2017). Likväl som positiva och negativa samband har identifierats, har studier visat att det inte finns något samband mellan CSR och lönsamhet. McWilliams och Siegel (2000) fann att agera socialt ansvarsfullt varken förbättrar eller försämrar lönsamheten, utan att de positiva och negativa effekterna av CSR tar ut varandra.

En allmänt identifierad orsak till de tvetydiga resultaten handlar bland annat om vilka variabler som används och hur de mäts (McWilliams & Siegel 2000). Enligt McWilliams och Siegel (2000) agerar varje företag annorlunda i hur det integrerar CSR, om alls, i sin affärsstruktur. Detta argumenterar de, bestäms av en rad olika faktorer som företagets storlek, industri, företagskultur och företagets exponering för risker. Beroende på det enskilda företagets karaktär kan de välja att fokusera på ett område av CSR, såsom mänskliga rättigheter eller miljöaspekter, alternativt integrera ett bredare urval av CSR-aspekter i organisationen (McWilliams & Siegel 2000). Griffin och Mahon (1997) når en liknande slutsats och argumenterar för att forskning som undersöker CSR och lönsamhet bör bland

annat skilja företagen från bransch på grund av de existerade olikheten i miljö- och socialt relaterade frågor och intressenternas engagemang. Velte (2017) menar att en framgångsrik strategi i intressenters- och samhällets syfte bör leda till bättre miljö- och socialt ansvarstagande samt rent ekonomiskt för företaget.

2.3 Hypotesgenerering

Forskning har visat på att det finns skilda åsikter huruvida företagens arbete med CSR kan påverka det ekonomiska utfallet. Resultatet i McWilliams och Siegels (2000) studie visade att CSR, forskning och utveckling har ett starkt korrelerat samband, vidare menar Lee och Jung (2016) på att engagemang i CSR har ett positivt samband med ekonomisk utveckling och lönsamhet, detta genom att interagera med differentiering.

Trots att det inte är obligatoriskt för företag att arbeta med CSR så är det många som gör det (Shnayder et al. 2015), vilket till viss del kan förklaras genom den ökade efterfrågan på hållbarhet från företagens intressenter (Berry & Junkus 2012; Marais 2012). Detta kan även förklaras genom de reglementen och krav som EU infört för företag av en viss storlek (EU, 2014). Detta går främst att se hos företag som ofta exponeras i media (Branco & Rodrigues 2006) samt hos större företag som är mer benägna att CSR-rapportera (Gamerschlag et al. 2011). Tidigare forskning har även visat hur CSR-arbetet kan skilja sig beroende på det land som företaget är stationerat i (Vidaver-Cohen & Brønn 2015; Jamali & Carroll 2017), samt den sektor som företag är verksam inom (Branco & Rodrigues 2006; Daszynska-Zygadlo et al. 2016). Bland annat de företag som är verksamma inom mer miljöfarliga sektorer eller branscher vill gärna kompensera för de utsläpp de gör (Branco & Rodrigues 2006). Därför har de ett större engagemang för CSR-arbete då de väljer att betona särskilda samhällsproblem och visa sitt ansvar gentemot samhället i syfte att skapa och behålla ett gott rykte (Branco & Rodrigues 2006; Daszynska-Zygadlo et al. 2016).

De variablerna som kommer att testas mot lönsamhet och CSR-arbete är geografisk position, företagens storlek, sett till antal anställda, och sektor. Det som utmärker sig i denna studie är det fokus som ligger på själva CSR-arbetet. Ett sätt för företag att arbeta med detta kan vara att införa policys som går i linje med vad som definieras som socialt ansvarsfullt samt vad som efterfrågas från både externa intressenter såsom aktieägare och kunder, men också interna intressenter i form av medarbetare (McWilliams & Siegel 2001). Med anledning av detta kommer CSR-arbete i denna studie användas i form av policys för att studera det samband som finns mellan CSR och lönsamhet. I studien kommer CSR-arbete verka som en oberoende variabel, geografisk position, sektor och företagens storlek som kontrollvariabler och lönsamhet som beroende variabel.

2.3.1 Företagens storlek

Att ett företags storlek har betydelse för arbetet med CSR har tidigare bekräftats i forskning (Cormier & Gordon 2001; Brammer & Pavelin 2006; Gamerschlag et al. 2011; Nega & Nettles 2018), samtidigt som det finns forskning som visat på motsatt resultat (Belal & Momin 2009). Storleken har även visat vara av betydande roll för lönsamheten i ett företag (Meek et al. 1995; Reverte 2009; Gamerschlag et al. 2011). Meek et al. (1995) menar att företag som är etablerade på flera marknader och är välskötta även är lönsammare och särskiljer sig från de mindre företagen. Detta kan vidare bekräftas i senare studier genomförda av Reverte (2009) och Gamerschlag et al. (2011). Det tendera att redovisning av CSR-aktiviteter är vanligare i stora företag än i mindre då de större företagen är mer benägna att

vara synliga för allmänheten och således blir föremål för större politiska- och regleringstryck från externa intressegrupper (Meek et al. 1995). Större företag antas därför vara mer utsatta för offentlig granskning än mindre företag (Gamerschlag et al. 2011). De har dessutom generellt sätt ett högre tryck från allmänheten då de kräver att företagen ska legitimera sig genom att offentliggöra deras CSR-aktiviteter (Brammer & Pavelin 2006; Branco & Rodrigues 2006). Detta menar Lee et al. (2013) beror på att stora företag har en större grupp av intressenter att ta hänsyn till i förhållande till mindre företag, vilket även bekräftas i studien genomförd av Gamerschlag et al. (2011).

För större företag som kan vara mer utspridda både geografiskt och på flera marknader, kan effekterna av sämre CSR-aktiviteter bli större och påkalla mer negativ uppmärksamhet som kan skada företaget både ekonomiskt och dess rykte (Reverte 2009). Oberoende av företagets storlek så är det viktigt att CSR-arbetet integreras i alla delar av företaget och att konceptet bör innebära samma sak för alla (McWilliams et al. 2006; Porter & Kramer 2006; Blombäck & Wigren 2009). Utifrån att större företag påverkar omfattningen av CSR-rapportering positivt finns det en antydning om att större företag också tenderar att arbeta med CSR i en större utsträckning, som i sin tur påverkar lönsamheten hos företaget. Porter och Kramer (2006) menar att detta är viktigare än själva införandet av CSR.

Med stöd av tidigare forskning kopplat till ämnet samt studiens syfte har följande hypoteser genererats för kopplingen mellan företagets storlek, sett till antalet anställda, arbetet med CSR och lönsamhet.

H1a: Det finns ett positivt samband mellan CSR-arbete och företagets storlek.

H1b: Det finns ett positivt samband mellan lönsamhet och företagets storlek.

2.3.2 Sektor

Meek et al. (1995) fann en signifikant skillnad mellan hur företag i olika branscher CSR-rapporterar, vilken senare forskning också har bekräftat (Brammer & Millington 2006; Sweeney & Coughan 2008; Holder-Webb et al. 2009; Moura-Leite et al. 2012). Branco och Rodrigues (2006) menar att företag med stor miljöpåverkan och är mer offentligt synbara har en tendens att engagera sig mer i CSR-aktiviteter och avslöjar mer information om CSR och deras inverkan på miljön. Det är vanligtvis den bransch som utgörs av industriella företag (Branco & Rodrigues 2006). Tidigare forskning har även visat att sektor kan ha en påverkan på mängden CSR-aktiviteter (Daszynska-Zygodlo et al. 2016). Företagen kan ha miljöregler att förhålla sig till och då vissa sektorer kan ses som mer miljöskadliga än andra så utsätts de för större granskning för att se om de uppfyller de kraven som ställs (Reverte 2009).

Då CSR påverkas av effekter som marknads-, institutionella- och miljömässiga, tenderar företag inom samma sektor att ägna sig åt liknande CSR-aktiviteter (Moura-Leite, et al. 2012). Detta i förhoppning om att inte avvika från mängden och riskera att förlora marknadsandelar på grund av att det inte överensstämmer med de normer som finns inom en specifik sektor (Holder-Webb et al. 2009). De sektorer som säljer förtroendetjänster, exempelvis finansiella, är mer benägna att ha bättre prestanda på deras CSR-aktiviteter och att företagens sociala ansvar i allmänhet är högre jämfört med andra sektorer (Daszynska-Zygodlo et al. 2016). Forskning har vidare visat på att den sektor som ett företag tillhör påverkar dess lönsamhet (Bamiatzi et al. 2016). Vidare menar Bamiatzi et al. (2016) att de företag som verkar inom väletablerade sektorer har en tendens att ha bättre lönsamhet. Detta

då de vanligtvis har stabila och bredare kundkretsar än de sektorer som inte har samma etablering (Moura-Leite et al. 2012).

Med anledning av ovan resonemang upplevs det en existens och antydning att även sektor bör ha ett samband med ett företags CSR-arbete och lönsamhet, och att det sannolikt finns en positiv relation mellan dessa begrepp. Utifrån detta har följande hypoteser genererats:

H2a: Det finns ett positivt samband mellan CSR-arbete och sektor.

H2b: Det finns ett positivt samband mellan lönsamhet och sektor.

2.3.3 Geografisk position

Forskning om sambandet mellan geografisk position och CSR är ej väl beprövat, det finns dock studier som visat att det kan skilja sig mellan olika länder. Det är främst länder som anses som välutvecklade, där arbetsplatsernas egna kapital är högre och där de offentliga förväntningarna på hållbarhet och öppenhet är högre, som CSR-engagemanget är större (Vidaver-Cohen & Brønn 2015; Jamali & Carroll 2017). Resultaten visar att det tryck som huvudkontoret skapar, beroende på dess geografiska position, på dotterbolagen i andra länder har betydelse för det sociala ansvarstagandet (ibid.). Även synen på ansvarstaganden kan skilja sig åt, samt de regler och lagar som råder i de olika länderna (Grankvist 2009). Anledningen till att det skiljer mycket mellan länderna är för att det saknas forskning och information om hur länderna kan utveckla sitt arbete med CSR. CSR får inte samma uppmärksamhet över hela världen, detta gäller även de företag som arbetar globalt. Det kan vara regionala specifika faktorer som påverkar den upplevda betydelsen av CSR-frågor som i sin tur påverkar företagets kommunikation av CSR. (Gatti & Seele 2015) Tidigare studier visar att respondenter i utvecklingsländer betonar miljöfrågor och samhällsbefogenheter, medan respondenter i industriländer prioriterar hållbar utveckling framför andra CSR-relaterade frågor (Gatti & Seele 2015; Vidaver-Cohen & Brønn 2015; Jamali & Carroll 2017).

Fortsättningsvis menar Bamiatzi et al. (2016) att alla länder, utvecklingsländer som industriländer, har olika resurser och det är sättet som dessa länder använder resurserna i syfte för att utveckla kompetens som påverkar och har en avgörande roll för företagets lönsamhet. Samtidigt visar resultaten av Kotšina och Hazak (2012) att de varken fann ett starkt positivt eller negativt resultat på lönsamheten kopplat till geografisk position. Tidigare studier har framgent visat på att det finns ett samband mellan geografisk position och lönsamhet, bland annat spelar landets BNP per capita stor roll i hur företagen presterar ekonomiskt (Goldszmidt et al. 2009).

Med stöd från ovan resonemang och med anledning av tidigare forskning, är det rimligt att anse att den geografiska positionen bör ha en betydelse likväl för CSR-arbete, som för den ekonomiska lönsamheten och att det således bör finnas ett positivt samband mellan dessa begrepp. Till följd av ovan har följande hypoteser formulerats med koppling mellan geografisk position, lönsamhet och CSR-arbete.

H3a: Det finns ett positivt samband mellan CSR-arbete och geografisk position.

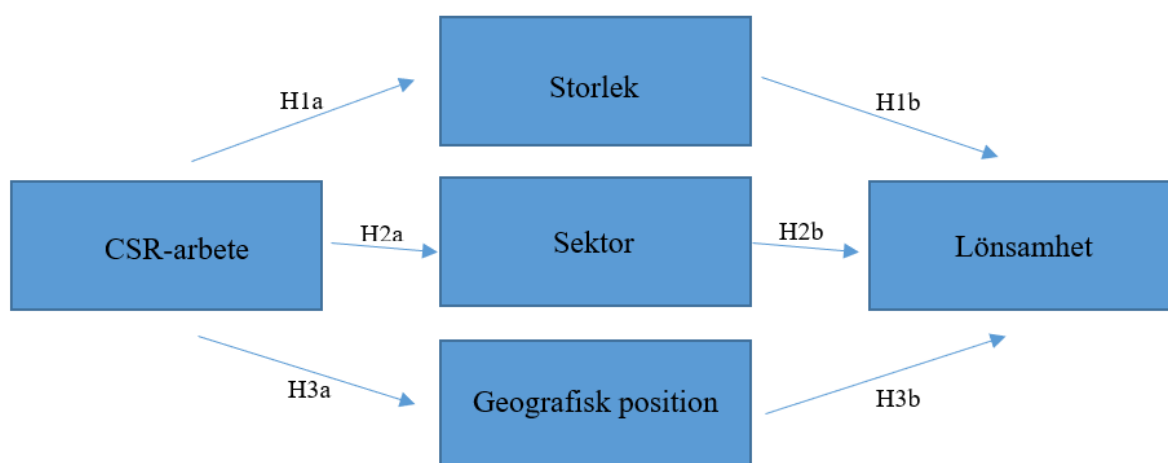
H3b: Det finns ett positivt samband mellan lönsamhet och geografisk position.

Tabell 1 Sammanställning av hypoteser

Hypotes		Källa/litteratur:
H1a	<i>Det finns ett positivt samband mellan CSR-arbete och företagets storlek.</i>	McWilliams et al. (2006); Porter & Kramer (2006); Blombäck & Wigren 2009)
H1b	<i>Det finns ett positivt samband mellan lönsamhet och företagets storlek.</i>	
H2a	<i>Det finns ett positivt samband mellan CSR-arbete och sektor.</i>	Reverte (2009); Holder-Webb et al. (2009); Moura-Leite et al. (2012); Bamiatzi et al. (2016)
H2b	<i>Det finns ett positivt samband mellan lönsamhet och sektor.</i>	
H3a	<i>Det finns ett positivt samband mellan CSR-arbete och geografisk position.</i>	Goldszmidt et al. (2009); Vidaver-Cohen & Brønn (2015); Bamiatzi et al. (2016); Jamali & Carroll (2017)
H3b	<i>Det finns ett positivt samband mellan lönsamhet och geografisk position.</i>	

2.4 Analysmodell

Följande modell har skapats för att visa studiens huvudsakliga syfte. Pilarna visar variablernas förhållande mellan varandra och studiens hypoteser. Den beroende variabeln är lönsamhet och den oberoende variabeln är CSR-arbete. Detta samband testas genom, företagets storlek, sektor och geografisk position.



Figur 1 Analysmodell

3. Metod

I denna del presenteras studiens tillvägagångssätt och genomförande med en beskrivning av litteratursökning, övergripande metod, beskrivning av urval och hur datainsamling har skett, operationalisering av studiens variabler, modellspecificering samt diskussion och test av validitet och reliabilitet. Avslutningsvis presenteras även studiens statistiska bearbetning samt etiskt förhållningssätt.

3.1 Litteratursökning och källkritik

För att få kunskap om CSR-arbete, betydelsen av geografisk position, företagets storlek, sektor och lönsamhet granskades tidigare forskning kring dessa ämnen. De artiklar som valdes till arbetet hämtades från Google Scholar samt Primo. Där kombinerades sökord som ansågs relevanta för att finna artiklar som hade anknytning till det område som studerades. Några av de sökord som användes var "CSR", "Corporate social responsibility", "Financial performance", "Industry", "Geographical position", "Size", "Policy" och "Implementation". Övervägande del av de artiklar som användes var kvalitetsgranskade och publicerade 2006 eller senare. Syftet med detta var att forskningen skulle vara aktuell och av hög kvalitet, många av de valda artiklarna var därför välciterade och låg även till grund för annan forskning. De artiklarna som nyligen publicerades var dock inte lika välciterade, detta då det kan ta tid för forskare att upptäcka nya bidrag till området av kunskap. Trots att utgångspunkten i studien var att använda relativt nypublicerade artiklar, har några äldre använts. Fokus har dock inte legat på dessa utan använts som stöd för nyare forskning och ansågs därför vara av betydande vikt för studien. Då det i denna studie har resonats kring CSR och dess arbete har resonemang lånats från en litterär källa (se Grankvist 2009). Denna är inte referentgranskad utan visar snarare på bakgrund och anledningar eller motiv till att företag arbetar med CSR. I studien fungerade denna referens således som utgångspunkt för diskussion. Vid dessa tillfällen har dock referentgranskad forskningslitteratur använts som stöd för att stärka dessa resonemang. Då den övergripande metoden fastställdes användes metodlitteratur i bokform som vägledning (se Bryman & Bell 2017). Denna bok kan dock spegla författarnas egen uppfattning om hur en studie bör genomföras, snarare än hur akademiska studier faktiskt bör genomföras. Med anledning av detta användes denna källa måttligt under studiens gång.

3.2 Övergripande metod och ansats

Den metod som har använts för att uppnå syftet med studien är en kvantitativ metod med en deduktiv ansats. En kvantitativ metod innebär att empirisk och kvantifierbara data samlas in och sammanfattas i statistisk form, från detta analyseras utfallet med utgångspunkt i testbara hypoteser. Detta innebär att studien har behandlat sekundärdata, vilket betyder att den data som eftersöks redan existerar. Anledning till detta var att finna samband, fördelning och variation i det som studerades. Det finns dock en nackdel med kvantitativ metod då det ger ett mer ytligt resultat än en kvalitativ metod som är mer djupgående (Bryman & Bell 2017). Kvalitativ metod kan vara i enkät- eller intervjuform, Dare (2018) menar att risken finns att företag väljer att lämna falska uppgifter för att inte exponera sitt CSR-arbete för mycket. Trots sin nackdel ansågs ändå en kvantitativ metod ge mest sannfärdiga data.

Att använda sig av en deduktiv ansats innebär att hypoteser formuleras och undersöks huruvida konsekvenserna av dessa stämmer överens med verkligheten (Bryman & Bell 2017). En innehållsanalys av de inkluderade företagens CSR-arbete genomfördes och data behandlades på ett systematiskt sätt där en större del av tiden lades ner på operationaliseringen av variablerna. Tillvägagångssättet har strävat efter att alla delar i studien skulle utföras och förklaras på tydligast sätt för att ge läsaren en klar bild över vad som har genomförts i studien. På så sätt återspeglades studien så att en extern part skulle kunna dra liknande slutsatser genom användning av studiens metoder och urval (Bryman & Bell 2017). För att studera samband mellan olika variabler är regressionsanalys en vanlig metod (ibid.). De statistiska testen som användes i denna studie för beräkning av resultatet är en traditionell korrelationsanalys, en stiganalys som är en sammansättning av en serie regressionsanalyser samt en deskriptiv analys.

3.3 Urval och datainsamling

Urvalet i studien baserades på 606 av de största företagen i Europa som CSR-arbetar och data hämtades från databasen Thomson Reuters Eikon. Efter en bortfallsanalys så resulterade det i att 352 företag återstod. Hur bortfallet gick till kommer att beskrivas utförligt under 3.4. Urvalet i studien baserades på Global Industry Classification Standard (GICS), vilket är ett branschklassificeringssystem för börsnoterade företag. GICS består av 11 sektorer där alla branscher av liknande karaktär kategoriseras och inkluderas i de olika sektorerna (MSCI 2019). Då fokus låg på stora företag i Europa valdes börsnoterade företag enligt databasens definition av "large cap", med ett aktiekapital på 3 miljarder euro. Studien inriktade sig på att studera arbetet med CSR i form av policys i företagen, detta då det ansågs vara av intresse att studera huruvida det faktiska arbetet med CSR ser ut och betydelsen det har för det finansiella resultatet, samt med anledning av den kritik som finns mot CSR och att det i vissa antydanden ses som ett påhittat begrepp (Frankental 2001).

Då tidigare forskning har inriktat sig på ett globalt perspektiv eller specifika länder, har fokus i denna studie legat på europeiska företag. Bland annat fann Vidaver-Cohen och Brønn (2015) att svenska företag rankade sig över medel gällande olika CSR-index vilket gjorde det intressant att se om länder i Europa kan skilja sig åt och vara av betydelse. Huvudkravet för att företag skulle inkluderas i denna studie var att de arbetade med någon typ av CSR i sin verksamhet och att det var europeiska. Av den data som användes exkluderades inte någon sektor medvetet då studien syftade till att studera sektorns betydelse för arbetet med CSR och lönsamheten bland olika företag. I försök att öka generaliserbarheten genomfördes de statistiska testerna utifrån sektor som representerar sammansättningar av olika branscher. Den tidsperiod som studerades avser de senaste fem åren, räknat från 2018 i försökt att göra resultatet mer generaliserbart då data inte endast baseras på ett år. Detta kompletterar därför tidigare forskning som kartlagt detta för tidigare och kortare perioder, färre antal studerade företag samt en snävare geografisk utbredning (Kolk 2003; Cecil 2008; Cho et al. 2015).

Den information som inhämtades från databasen Thomson Reuters Eikon var följande: land, sektor, företagsnamn, storlek (antal anställda), ROA (%) och implementeringar av policys som berör CSR. De policys som inkluderades i denna studie valdes då de mäter ett företags CSR-arbete gentemot samhället. När datainsamlingen var klar påbörjades bearbetningen av datamängden.

3.4 Bortfallsanalys

Det ursprungliga urvalet i studien bestod av 606 företag, för att öka tillförlitligheten i mätningarna var varje företag tvunget att mätas för varje variabelvärde. Resultatet av bearbetningen blev att flertal företag exkluderades trots att endast ett variabelvärde saknades. Totalt exkluderades 254 företag i studien. Av de företagen som uteslöts var det 91 företag som saknade data gällande policys för ett eller flera av de studerade årtalen. Vidare uteslöts 70 företag som saknade data för antal anställda, 34 då de förekom som dubletter, det vill säga att samma företag förekom två gånger. Ytterligare 3 företag exkluderades då de inte var europeiska företag, vilket denna studie var begränsad till. Slutligen uteslöts 56 företag på grund av avsaknaden av lönsamhetsmålet ROA.

Tabell 2 Bortfallsanalys

Motiv	Antal bortfall
Saknar data för CSR	91
Saknar data för antal anställda	70
Dubbla företag	34
Länder som inte tillhör Europa	3
Länder som saknar lönsamhetsmått	56
Totalt bortfall	254

3.5 Fördelning av sektorer och länder

Fördelningen bland sektorerna visade att det fanns en viss spridning där *Industrials* utgjorde den största andelen av urvalet och *Real Estate* utgjorde den minsta andelen. Övriga sektorer låg inom dessa värden och var relativt jämnfördelade.

Tabell 3 Fördelning av sektorer

Sektor	Antal	Procentuell fördelning
Communication Services	26	7,39%
Consumer Discretionary	40	11,36%
Consumer Staples	37	10,51%
Energy	19	5,40%
Financials	40	11,36%
Health Care	28	7,95%
Industrials	72	20,45%
Information Technology	15	4,26%
Material	42	11,93%
Real Estate	14	3,99%
Utilities	19	5,40%
Total	352	100%

I tabellen nedan (se tabell 4) utläses fördelningen bland länder av urvalet. Det visade att det existerade en relativt stor springning mellan länderna där Storbritannien stod för den största andelen av urvalet och Cypern, Ryssland samt Grekland stod för den minsta andelen av urvalet. Med anledning av denna fördelning kan det ha påverkat resultatet då vissa länder kan ses som underrepresenterade och andra som överrepresenterade.

Tabell 4 Fördelning av länder

Land	Antal	Procentuell fördelning
Österrike	5	1,42%
Belgien	8	2,27%
Cypern	1	0,28%
Danmark	16	4,55%
Finland	15	4,26%
Frankrike	41	11,65%
Tyskland	44	12,5%
Grekland	1	0,28%
Irland	9	2,56%
Italien	9	2,56%
Luxemburg	3	0,85%
Nederländerna	16	4,55%
Norge	8	2,27%
Polen	7	1,99%
Portugal	2	0,57%
Ryssland	1	0,28%
Spanien	16	4,55%
Sverige	26	7,39%
Schweiz	38	10,80%
Turkiet	5	1,42%
Storbritannien	81	23,00%
Total	352	100%

3.6 Operationalisering

Följande avsnitt beskriver hur de teoretiska begreppen i denna studie operationaliserades. Variablerna mättes på det sätt som ansågs mest tillförlitligt och kommer att förklaras tydligare i kommande avsnitt.

3.6.1 Oberoende variabler

De oberoende variablerna i denna studie var geografisk position, företagets storlek, sektor och CSR-arbete. Variablerna operationaliserades på följande sätt:

Geografisk position

Geografisk position förklarades av vilket land i Europa företagens huvudkontor var stationerade. För att kunna mäta samband mellan geografisk position och CSR-arbete kategoriserades länderna där varje land antog en egen siffra. Studien behandlar 21 länder vilket innebär att varje land antog en siffra mellan 1–21. Tidigare studier har visat att beroende på den geografisk positionen kan företagens sociala ansvar skilja sig (Vidaver-Cohen & Brønn 2015).

$$\text{Geografisk position} = \text{det land huvudkontoret är stationerat}$$

Storlek

Företagets storlek förklarades genom antal anställda för de valda åren, 2014–2018. Medan Cormier och Gordon (2001), Gamerschlag et al. (2010) samt Nega och Nettles (2018) använde sig av antal anställda som mått på företagsstorlek, använde Meek et al. (1995)

försäljning som mått för storlek och Brammer och Pavelin (2006) den naturliga logaritmen av totala tillgångarna. I denna studie valdes storlek att operationaliseras i likhet med Cormier och Gordon (2001), Gamerschlag et al. (2010) samt Nega och Nettles (2018). Då spridningen bland antal anställda var stor har variabeln logaritmerats för att bli normalfördelad. Variabeln användes som en mediator i syfte att påvisa om storleken har betydelse i kopplingen mellan CSR och lönsamheten eller ej.

$$\text{Storlek} = \text{logaritmen av antal anställda i företaget}$$

Sektor

Variabeln sektor baserades på klassificeringssystemet GICS där branscher delas in i olika sektorer (MSCI 2019). För att mäta samband mellan sektor och CSR-arbete kategoriserades sektorerna där varje sektor antog en egen siffra. Studien behandlar 11 sektorer vilket innebar att varje sektor antog en siffra mellan 1–11. Då tidigare studier har visat att olika branscher kan ses som olika riskfyllda (Meek et al. 1995; Brammer & Millington 2006; Holder-Webb et al. 2009; Moura-Leite et al. 2012), ansågs sektor som en användbar variabel i studien för att ge en annan infallsvinkel än vad tidigare forskning behandlat. Tillsammans med företagets storlek och geografisk position användes sektor som mediatorer i studerandet av sambandet mellan CSR-arbete och lönsamhet.

$$\text{Sektor} = \text{företagets tillhörighet}$$

CSR-arbete

Olika policys som företagen valt att arbeta med har samlats in för att sedan sammanställas till en variabel. För att kunna mäta företagets CSR-arbete gjordes data om till dummyvariabler där SANT tog värdet 1 och FALSKT tog värdet 0. De olika benämningarna SANT och FALSKT representerade om företagen tillämpade eller inte en eller flera policys. Det enskilda företaget kan antingen välja att fokusera på ett område av CSR-arbete, alternativt integrera ett bredare urval av CSR-aspekter (McWilliams & Siegel 2000). Totalt fann vi 26 policys men efter faktoranalyser förkastades flera av dem (se tabell 6). De återstående policys som inkluderades i denna studie var: *resource reduction policy*, *policy energy efficiency*, *policy employee health & safety*, *policy child labor*, *training and development policy*, *policy skills training*, *policy forced labor* och *human rights policy*. Dessa valdes då de mäter ett företags CSR-arbete mot samhället. Bland annat innebär policyn *child labor* att företaget motsätter sig barnarbete (GRI, 2018). Dessa policys sammanställdes till en ny variabel i syfte att mäta alla policys tillsammans.

$$\text{CSR-arbete} = \text{policys kopplade till samhället}$$

3.6.2 Beroende variabel

I denna studie har lönsamhet använts som beroende variabel. Forskning har visat att det finns ett samband mellan CSR-rapportering och företagets finansiella resultat (Moser & Martin 2012; Galant & Cadez 2017; Mukherjee & Nuñez 2018), detta är dock inte konstant återkommande. Tidigare studier har även använt lönsamhet i sina studier men mätningen har inte skett direkt mot företagets CSR-arbete utan snarare rapporteringen. Då lönsamhet kan mätas i flera olika mått användes följande lönsamhetsmått i denna studie ROA. Nyckeltalet Return on Assets (ROA) visar bolagets avkastning på totalt kapital, måttet används för att utvärdera hur ett företag presterar ekonomiskt och på så sätt även kunna värdera om ett

företag ger en acceptabel avkastning på det totala kapitalet i bolaget. Tidigare studier på området har använt sig av ROA som lönsamhetsmått (Akisik & Gal 2014; Peng & Yang 2014; Galant & Cadez 2017; Mukherjee & Nuñez 2018), varför även denna studie tillämpade detta mått.

Årsvis data om företagens lönsamhet har inhämtats från Thomson Reuters Eikon och beräknades enligt följande formel:

$$ROA (\%) = \frac{\text{Rörelseresultat} + \text{Ränteintäkter från koncernbolag} + \text{Externa ränteintäkter} + \text{Övriga finansiella intäkter}}{\text{Summa tillgångar}} * 100$$

Tabell 5 Sammanställning av variabler

Oberoende variabler	Formel	Källa/Litteratur
<i>Sektor</i>	Sektor = företagets tillhörighet	Meek et al. (1995); Brammer & Millington (2006); Holder-Webb et al. (2009); Moura-Leite et al. (2012)
<i>Storlek (antal anställda)</i>	Storlek = logaritmen av antal anställda i företaget	Cormier & Gordon (2001); Gamerschlag et al. (2010); Nega & Nettles (2018)
<i>Geografisk position</i>	Geografisk position = landet där huvudkontoret är stationerat	Goldszmidt et al. (2009); Vidaver-Cohen & Brønn (2015); Bamiatzi et al. (2016); Jamali & Carroll (2017)
<i>CSR-arbete (sammansättning av policys)</i>	CSR-arbete = policys kopplade till samhället	McWilliams & Siegel (2001)
Beroende variabler		
<i>ROA</i>	ROA (%) = ((Rörelseresultat + Ränteintäkter från koncernbolag + Externa ränteintäkter + Övriga finansiella intäkter) / Summa tillgångar) * 100	Akisik & Gal (2014); Peng & Yang (2014); Galant & Cadez (2017); Mukherjee & Nuñez (2018)

3.7 Modellspecificering

Då avsikten med studien var att mäta sambanden mellan olika variabler konstruerades en "path analysis" också kallat stiganalys. Detta för att studera de direkta och indirekta effekterna mellan de olika variablerna. Stiganalys används för att identifiera tillfälliga relationer mellan de latent variablerna då det antas finnas en effekt som medieras genom en annan variabel, med detta menas att effekten går genom en annan variabel (Djurfeldt et al. 2010). Denna metod är beprövad och har använts i tidigare forskning (David et al. 2005; Edwards & Schurer 2007; Hung-Chen & Wongsurawat 2011). Modellen kan dock i vissa fall anses som bristfällig då den inte tar hänsyn till så kallade latent variabler, det vill säga teoretiska variabler som är uppbyggda på flera olika mätbara indikatorer (Edwards & Schurer 2007; Djurfeldt et al. 2010). Trots modellens brister så är den användbar i många fall och har sina fördelar, bland annat ger modellen statistiska mätningstest för varje sökväg, modellen ger även uppskattningar av den indirekta effekt som variabler kan ha mellan ett samband (Edwards & Schurer 2007). Med nämnda resonemang och i enlighet med studiens syfte ansågs modellen därför uppfylla de krav som var nödvändigt för att genomföra studien.

Då en stiganalys består av en sammansättning av flera regressionsanalyser (Djurfeldt et al. 2010), användes det två modeller i denna studie, bivariat- och multivariat regressionsanalys. Dessa presenteras enligt följande:

Bivariat analys:

$$Y = a + \beta_x + e$$

Y = lönsamhet

a = startpunkt utan påverkan av de andra variablerna

$\beta(x)$ = CSR-arbete

e = felterm

Detta gav en bivariat regressionsanalys enligt följande:

$$ROA = a + \beta CSR + e$$

Multivariat regressionsanalys:

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + e$$

Y = lönsamhet

a = startpunkt utan påverkan av de andra variablerna

$\beta(i)$ = koefficienter, samband mellan de oberoende variablerna och den beroende variabeln.

x1 = CSR-arbete

x2 = storlek, logaritmen av antal anställda

x3 = sektor

x4 = geografisk position

e = felterm

Detta gav en multipel regressionsanalys enligt följande:

$$ROA = a + \beta_1 CSR + \beta_2 Storlek + \beta_3 Sektor + \beta_4 Land + e$$

3.8 Validitet & reliabilitet

Validitet syftar i grunden till mätningens relevans, det vill säga i hur hög grad begreppet mäts i fråga. I eftersträvan att uppnå högsta möjliga begreppsvaliditet grundade sig mätvärdena på tidigare forskning där de valda artiklarna är kvalitetsgranskade av experter på området. Studien har använt begrepp som kan definieras och mätas på olika sätt och har det i möjligaste mån beskrivits hur de olika begreppen kan tolkas och mätas. Vid de fall som variabler har operationaliserat på ett avvikande sätt, har detta resonerats och motiverats kring om varför. Extern validitet syftar till hur generaliserbar studien är, i detta fall påverkade urvalsprocessen studiens generaliserbarhet då endast större företag i Europa inkluderades, resultaten kan därför inte appliceras globalt. I försök att stärka den externa validiteten i studien inkluderades totalt 60 olika branscher som klassificeras i 11 olika sektorer. I syfte att stärka generaliserbarheten studerades en femårsperiod, detta då det kan ske förändringar i företag som påverkar resultaten.

För att se om variablerna mäter det de ska mäta genomfördes en faktoranalys. De oberoende variablerna, storlek, sektor och geografisk position krävde ingen justering eller faktoranalys då begreppen är hämtade från tidigare studier och inte är en sammansättning av flera variabler. Däremot den oberoende variabeln CSR-arbete som är en sammansättning av flera policys, genomgick en faktoranalys i syfte att se så dessa mäter samma sak (se tabell 6). Urvalet av policyerna baserades därför på utfallet av faktoranalysen. Konsekvenserna av detta innebar att policys som kan vara av betydande karaktär exkluderades, vilket i sin tur kan ha påverkat resultatet då de valda policyerna möjligtvis inte är representerar för alla områden som behandlar företags sociala ansvar gentemot samhället. Gränsvärdet för en godtycklig faktoranalys är 0,6 och då samtliga hade en faktorladdning högre än 0,6 ansågs de vara godkända. Även måttet AVE beräknades, vilket är ett mått för att bedöma konvergensgiltigheten. Gränsvärdet för AVE-värdet är 0,5 och då det kalkylerade värdet blev 0,797 är det av giltig grad av validitet.

Tabell 6 Faktoranalys

Variabel	Faktorladdning	Faktorladdning ²	AVE
CSR-arbete			
<i>Resource reduction policy</i>	0,697	0,496	
<i>Policy energy efficiency</i>	0,924	0,853	
<i>Policy employee health & safety</i>	0,939	0,881	
<i>Policy child labor</i>	0,932	0,869	
<i>Policy forced labor</i>	0,931	0,867	
<i>Policy skills training</i>	0,905	0,819	
<i>Training and development policy</i>	0,860	0,740	
<i>Human rights policy</i>	0,929	0,863	
			0,797

Reliabilitet innebär hur tillförlitlig mätningen är, det kan även förklaras med hur väl forskningsprocessen kan replikeras. Då datainsamlingen delvis hanterats manuellt kan detta ha medfört en risk för felaktigheter med anledning av den mänskliga faktorn. Detta bör dock ha påverkat i mindre grad då risken för signifikanta fel bör minska då datamängden trots bortfall var relativt stor. Då urvalet skapades i databasen Thomson Reuters Eikons egna system fanns möjligheten att företag av misstag plockades med och som inte föll inom den avsedda avgränsningen. Detta var dock inget som författarna kunde påverka. Då förändringar kan ske i databasen kan det försvåra replikerbarheten av studien. Författarna har därför försökt beskriva och återge forskningsprocessen på ett sådant transparent och tydligt sätt som möjligt för att möjliggöra en replikation.

3.9 Statistisk bearbetning

Samtliga statistiska tester genomfördes i programvaran IBM SPSS Statistics 25 och data behandlades för att den skulle vara så normalfördelad som möjligt. Den insamlade datamängden bestod av data över en tidsperiod om fem år. Detta betyder att studien hanterar longitudinella data, även kallad paneldata. Det färdiga urvalet bestod av lika många observationer per företag vilket innebär att studien innehöll en balanserad panel. Det finns flera fördelar med paneldataobservationer jämfört med vanliga tvärsnittsmodeller. Bland annat minskar paneldata kollinjäriteten mellan de oberoende variablerna, vilket kan förbättra uppskattningen av analysmodellen (Hsiao 2007). Det går även att ta hänsyn till dolda individuella skillnader i undersökningsenheterna genom paneldatamodeller (ibid.).

I programmet SPSS testades sedan olika kombinationer av de insamlade variablernas data för att studera de utformade hypoteserna för studien. För att testa variablerna mot varandra och analysera sambandet mellan dem gjordes policy om till dummyvariabler samt geografisk position och sektor om till kategorivariabler. För att testa sambandsstyrkan mellan variablerna gjordes detta genom att studera p-värdets signifikans. Detta tolkades genom tre signifikansnivåer, om det existerade en stark signifikans visade p-värdet $<0,05$ eller $p < 0,01$ och om det existerade viss signifikans visade p-värdet $<0,1$.

3.10 Etisk förhållningssätt och samhällreliga aspekter

Det argumenteras av Gustafsson et al. (2011) att det finns generella etiska riktlinjer för hur forskning bör bedrivas. Vid granskning av materialet har all data endast använts i forskningssyfte, det betyder att inga obehöriga haft tillgång till informationen. För att det ska kunna vara lättare för utomstående att granska metoden har studien försökt att återge forskningsprocessen på ett så transparent sätt som möjligt. Studien har försökt att återge en tillförlitlig bild av tidigare forskning på området för att kunna bevara integriteten, samt att undvika att förvrida implikationer för eget intresse. För att belysa allmänheten beträffande hur företag generellt beter sig samt arbetar med CSR vill studien ge en inblick i detta. Studien vill fortsättningsvis belysa vikten av att företag måste genomföra sina CSR-åtaganden för att överhuvudtaget genomföra en social förändring. Detta görs i förhoppningen om att motivera företagen till att utföra dessa åtaganden i syfte att gynna samhället.

4. Resultat

I detta kapitel kommer den statistik och den modell som visar variablernas sammansättning att redovisas. Den modell som använts ligger till grund för den hypotesprövning som genomförts. Slutligen kommer resultaten från testerna att presenteras.

4.1 Deskriptiv analys

I tabellen som följer (se tabell 7) går det att utläsa en deskriptiv analys baserat på studiens variabler. De variabler som ej inkluderas i tabellen är geografisk position och sektor då varje land och sektor har benämningen av en siffra var vilket medför att den deskriptiva statistiken blir missvisande då den kommer baseras på dessa.

Antal företag som ingår i studien är 352 och studeras över en period på 5 år varför N anges som 1760. Företagen i studien är spridda i länder över hela Europa och storleken mellan de olika företagen som mäts efter antal anställda, har som det går att utläsa i tabellen en stor spridning mellan 20 och 664 496 anställda, med ett medelvärde på 48 846 anställda. Fortsättningsvis har också ROA ett negativt minvärde och ett positivt maxvärde, med spridningen som är relativt stor. Företagens ROA har ett medelvärde på 6,04% och en standardavvikelse på 6,18%. Då värdena ligger väldigt nära varandra visar detta på att spridningen på ROA bland de olika företagen inte är så stor utan att det finns flera företag med värden som ligger relativt nära varandra. CSR-arbete har en spridning mellan 0–1 detta då företaget antingen arbetar med CSR (1) eller inte (0). Medelvärdet för detta utfall var 0,78 och standardavvikelsen 0,42. Sett till dessa värden så ligger dem inte så nära varandra vilket visa att spridningen är relativt stor bland företagen i frågan om de arbetar med CSR eller inte.

Tabell 7 Beskrivande statistik

Variabler	N	Minimum	Maximum	Medelvärde	Standardavvikelse
Antal anställda	1760	20	664 496	48 846	79 926
Lönsamhet	1408	– 24,25%	42,44%	6,04 %	6,18 %
CSR-arbete	1760	0	1	0,78	0,42

4.2 Korrelationsanalys

Korrelationsanalys används för att visa om det finns ett samband mellan två olika variabler. Korrelationen kan inta ett värde mellan -1 och +1 vilket beskriver styrkan och den riktning sambandet har. För att ett samband ska anses signifikant bör korrelationen ha ett p-värde <0,05. I tabell 8 presenteras korrelationen mellan studiens variabler. I tabellen framgår ett bivariat korrelationstest i form av en korrelationsmatris. I matrisen går det att se att det är två olika signifikansvärden, vilket anges i antingen en stjärna (*) eller två stjärnor (**).

I tabellen går det att se att storlek, har ett starkt positivt och signifikant samband med CSR-arbete ($p < 0,05$). Det innebär att desto större företaget är sett till antal anställda, desto mer CSR-arbete görs det i organisationen. Däremot har storlek ett negativt och signifikant

samband med lönsamheten. Det går även att utläsa att sektor har ett starkt och negativt signifikant samband med CSR-arbete ($p < 0,05$), vilket innebär att sektor inte har någon påverkan på CSR-arbete. Vidare har sektor ett starkt och negativt signifikant samband till lönsamhet. Det finns inget signifikant samband mellan geografisk position och CSR-arbete. Analysen visar också på ett svagt signifikant samband mellan ROA och land. Det finns inget signifikant samband mellan CSR-arbete och ROA.

Tabell 8 Korrelationsmatris

Variabler	Land	Storlek (antal anställda)	Sektor	CSR-arbete	ROA
Land	1				
Storlek (antal anställda)	- 0,112**	1			
Sektor	0,000	- 0,146**	1		
CSR-arbete	- 0,042	0,402**	- 0,057*	1	
Lönsamhet	0,055*	- 0,171**	- 0,090**	0,029	1

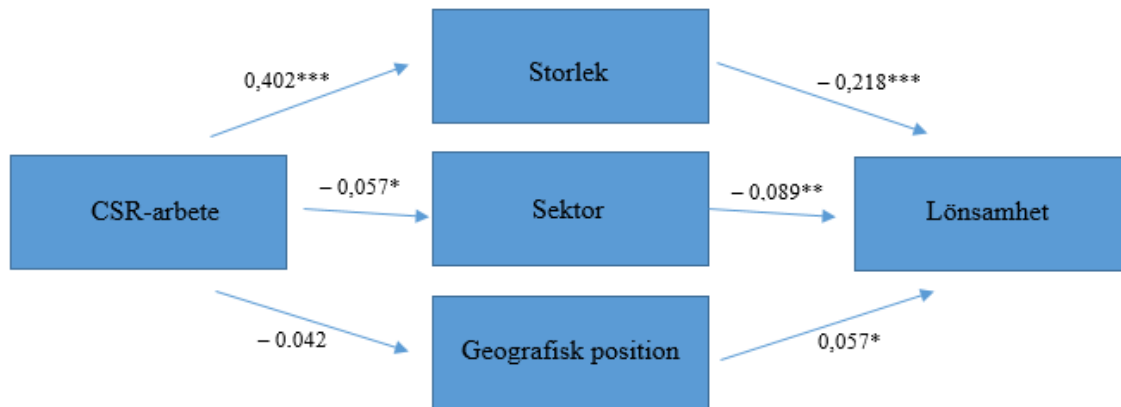
N = 1760, ** $p < 0,01$, * $p < 0,5$

4.3 Stiganalys

Studiens hypoteser testas med regressionsanalyser som är genomförda i dataprogrammet IBM SPSS Statistics 25 och visas därefter i en stiganalys. Stiganalys är en sammansättning av en serie regressionsanalyser bestående av bivariata- och multivariata analyser som satts ihop till en större helhet. En illustration av figur 1, som tidigare presenterats och figur 2, som följer nedan beskriver variablernas direkta och indirekta effekt samt totala effekt på varandra. Vidare beskrivs även den totala effekten i tabellform.

4.3.1 Stiganalysmodell

Figur 2 visar det beroendemönster som existerar mellan CSR-arbete och lönsamhet och hur de olika faktorerna storlek, sektor och geografisk position har för effekt på sambandet. Det som presenteras i figur 2 är en stiganalys och i tabell 9 som återfinns nedan, presenteras även signifikansvärdet och styrkan på sambanden mellan de olika variablerna.



Figur 2 Analysmodell av stiganalys

Det går att se att det finns ett starkt positivt och signifikant samband mellan CSR-arbete och storlek ($\beta=0,402$, $p=0,000$), dock existerar det ett starkt negativt och signifikant samband mellan storlek och lönsamhet då $\beta=-0,218$ och $p=0,000$ (se tabell 7). Resultatet av detta blir att H1a därmed kan bekräftas medan H1b förkastas. Vidare går det att utläsa att CSR-arbete och sektor har ett svagt negativt och signifikant samband med sektor ($\beta=-0,057$, $p=0,031$) samt att sektor och lönsamhet har ett starkt och negativt samband ($\beta=-0,089$, $p=0,001$). Detta innebär att H2a samt H2b förkastas. Slutligen så framkommer det även att CSR-arbete och geografisk position har ett negativt samband ($\beta=-0,042$, $p=0,117$) som saknar signifikans, varför hypotes H3a förkastas. Sambandet mellan geografisk position och lönsamhet har ett svagt positivt och signifikant samband ($\beta=0,057$, $p=0,034$) varför H3b kan bekräftas. En sammanställning av resultatet från denna hypotesprövning återfinns i en separat tabell (se tabell 10).

Tabell 9 Modellens samband, signifikans och förklaringsgrad

	B	Beta (β)	p
CSR-arbete → Storlek	0,349	0,402***	0,000
Storlek → Lönsamhet	- 0,833	- 0,218***	0,000
CSR-arbete → Sektor	- 0,116	- 0,057*	0,031
Sektor → lönsamhet	- 0,193	- 0,089**	0,001
CSR-arbete → geografisk position	- 0,192	- 0,042	0,117
Geografisk position → lönsamhet	0,054	0,057*	0,034

***p <0,001, **p <0,05, *p <0,1

4.4 Resultat från hypotesprövning

I tabell 10 sammanfattas hypoteserna resultat. Det positiva sambandet mellan storlek och CSR-arbete samt geografisk position och lönsamhet kan bekräftas. Däremot förkastas sambandet mellan storlek och lönsamhet, CSR-arbete och sektor, sektor och lönsamhet samt CSR-arbete och geografisk position.

Tabell 10 Resultat från hypotesprövning

Hypotes		Resultat
1a	<i>Företagets storlek och CSR-arbete har ett positivt samband</i>	Bekräftas
1b	<i>Företagets storlek och lönsamhet har ett positivt samband.</i>	Förkastas
2a	<i>Sektor och CSR-arbete har ett positivt samband.</i>	Förkastas
2b	<i>Sektor och lönsamhet har ett positivt samband.</i>	Förkastas
3a	<i>Geografisk position och CSR-arbete har ett positivt samband.</i>	Förkastas
3b	<i>Geografisk position och lönsamhet har ett positivt samband.</i>	Bekräftas

5. Diskussion

Baserat på de konstruerade hypoteserna samt det underliggande syftet kommer följande kapitel att behandla en diskussion och analys av studiens resultat. Diskussionen och resultatet kommer att föras mot tidigare forskning.

5.1 Diskussion av resultat från hypotesprövning

Resultatet i denna studie visade att två av sex hypoteser bekräftas och att det finns ett beroendemönster i sambandet mellan CSR-arbete och lönsamhet och mellan två av tre mediatorvariabler. Företagets storlek visade ett positivt och signifikant samband med CSR-arbete. Brammer och Pavelin (2006) menar att det höga tryck som kommer från allmänheten kräver att större företagen ska legitimeras genom att visa sitt CSR-engagemang i form av CSR-arbete. Resultatet bekräftar därmed att samhället påverkar större företag genom högre krav och förväntningar som ställs av intressenterna vilket leder till att de bli tvungna att bedriva ett bättre CSR-arbete i jämförelse med mindre bolag som inte är lika exponerade och utsatta. Detta ligger i linje med det utfall som förväntades samt vad tidigare forskning visat (Cormier & Gordon 2001; Brammer & Pavelin 2006; Gamerschlag et al. 2011; Nega & Nettles 2018). Hypotes 1a bekräftas därmed medan hypotes 1b förkastades då studien visar ett starkt negativt samband mellan storlek och lönsamhet. Meek et al. (1995) visade att större och mer etablerade företag även är mer lönsamma vilket också bekräftas av annan forskning (Reverte 2009; Gamerschlag 2011), medan resultatet i denna studie visade på att större företag inte är mer lönsamma. Detta kan då tolkas att större företag arbetar mer med CSR men att det nödvändigtvis inte påverkar lönsamheten positivt. Resultatet i denna studie ligger även i linje med den allmänt accepterade uppfattning som kretsar kring CSR, att det skulle vara något dyrt och endast kommer att försämra lönsamheten och till konkurrenskraftig nackdel (Alexander & Buchholz 1978; Siegel 2009).

Vidare går det att diskutera huruvida denna effekt av CSR-aktiviteter påverkar företaget. Samtidigt som Meek et al. (1995) menar att väletablerade företag är mer lönsamma, menar Reverte (2009) att företagen blir mer synliga och får mer uppmärksamhet vilket i sin tur ökar risken för att företaget kan ta skada ur ett ekonomiskt perspektiv. Detta indikerar att det är lika viktigt att arbeta med CSR och att implementera arbetet i organisationen oberoende av företagets storlek.

Kopplingen mellan sektor och CSR-arbete indikerade ett svagt signifikant och negativt samband. Resultatet ligger utanför ramen för vad tidigare forskning visat där de fann ett positivt och signifikant samband mellan sektor och CSR-arbete och att exempelvis finansiella sektorer tenderar att prestera bättre (Daszynska-Zygadlo et al. 2016). Samtidigt som de företag som är verksamma i mer miljöfarliga branscher gärna engagerar sig mer för CSR-arbete då de vill visa sitt ansvar gentemot samhället (Branco & Rodrigues 2006). En förklaring till att hypotesen förkastades kan vara att denna studie behandlade sektorer, som var begränsade till 11 stycken enligt ett specifikt klassificeringssystem, som studiens begrepp. Det är mycket möjligt att denna studie hade fått samma resultat som Branco och Rodrigues (2006) samt Daszynska-Zygadlo et al. (2016) om studien hade använt andra klassificeringssystem av sektorer, eller bransch som mediatorvariabel, men utifrån sektor i denna definition så existerar det inget positivt och signifikant samband.

Vidare visade resultatet att sambandet mellan sektor och lönsamhet är svagt negativt med viss signifikans. Detta låg utanför det väntade resultatet och motsäger vad tidigare forskning konstaterat. Det finns därför utrymme att diskutera vad anledningen till detta resultat kan vara då både Bamiatzi et al. (2016) samt Moura-Leite et al. (2012) konstaterat att väletablerade sektorer med stabila kundkretsar är mer lönsamma än de som inte har samma etablering. En möjlig anledning till det motsägande resultatet kan vara den exponering som större företag utsätts för och den ökade medvetenhet gällande socialt ansvarstagande hos företagens intressenter (McWilliams & Siegel 2001). I syfte att både skapa och bibehålla den legitimitet som företagen har är de måna om att visa sitt ansvar gentemot samhället (Branco & Rodrigues 2006; Daszyska-Zygadlo et al. 2016). Marais (2012) menar att ökade kraven från intressenterna innebär att företagen behöver ta hänsyn till samhället i större utsträckning och inte enbart fokusera på det ekonomiska resultatet. Detta bör vara ett incitament för företagen till mer CSR-arbete samtidigt som det negativa resultatet motsäger resonemangen.

Resultatet visade på en motsatt effekt till skillnad från tidigare studier som säger att specifika sektorer tenderar till att arbeta mer med CSR (Branco & Rodrigues 2006) och att vissa är mer lönsamma än andra (Daszyska-Zygadlo et al. 2016). Det negativa resultatet indikerar snarare att sektor inte nödvändigtvis har någon relevant betydelse för företagen då varken mängden CSR-arbete eller lönsamheten är större snarare har det en negativ effekt. Holder-Webb et al. (2009) menar också att företag som är verksamma inom specifika sektorer tenderar att följa vissa normer och regler och därför ägna sig åt liknande CSR-arbete för att inte avvika från mängden eller förlora marknadsandelar. Om företaget endast försöker skapa legitimitet genom att imitera och följa vissa normer och inte efter egna moraler och värderingar tappar de motiv till att försöka sträva efter att uppnå detta sociala ansvar de antar sig genom sitt CSR-arbete. Resultatet i studien visar att detta leder till att både genomförande av CSR-arbetet försämras samt den ekonomiska effekten på lönsamheten. Utfallet av hypotesprövningen innebär att både hypotes 2a samt 2b förkastas.

Resultaten av de genomförda analyserna visade att det existerar ett negativt och icke signifikant samband mellan geografisk position och CSR-arbete. Detta samband är inte väl beprövat dock har det påvisats i tidigare studier att CSR-engagemanget är större i de länder som anses välutvecklade och de offentliga förväntningarna på öppenhet och hållbarhet är större och att det bör således existera ett positivt och signifikant samband mellan dessa variabler (Vidaver-Cohen & Brønn 2015; Jamali & Carroll 2017). Resultatet i denna studie indikerade snarare att det finns en betydande variation i CSR-engagemanget bland olika länder. Gatti och Seele (2015) menar att CSR-arbetet kan skilja sig åt i olika länder på grund av efterfrågan, vissa länder har ett större krav på miljöfrågor medan andra länders kravbild ligger på hållbar utveckling. Att resultatet i denna studie skiljer sig åt jämfört med tidigare studier kan vara med anledning av den geografiska utbredningen. Denna studie har endast studerat europeiska företag till skillnad från exempelvis Gatti och Seele (2015) som studerar och jämför över flera kontinenter.

Tillika studerades sambandet mellan geografisk position och lönsamhet och resultatet visade, likt tidigare studier, att det finns ett positivt och signifikant samband mellan variablerna (Bamiatzi et al. 2016), samtidigt som resultatet inte är i enlighet med Kotšinas och Hazaks (2012) forskning som varken fann ett positivt eller negativt samband mellan geografisk och lönsamhet. Detta samband är dock svagt vilket kan vara av den anledning som tidigare nämnt att endast europeiska länder studerats. Att studera företag ur ett globalt perspektiv likt

Goldszmidt et al. (2009), hade kunnat resultera i ett annorlunda utfall. Ytterligare en anledning till det resultatet kan vara att merparten av de europeiska företagen som ingår i studien tillhör EU där det kan råda annan lagstiftning och förhållningsregler (Velte 2017), vilket gör att de länder som inte ingår i EU blir underrepresenterade. Detta leder i sin tur till att utfallet av studie kan ha påverkats. Bamiatzi et al. (2016) menar även att resursfördelningen samt sättet länderna utnyttjar dessa resurser i utvecklingen av kompetens är av avgörande karaktär för företagets lönsamhet. Jamali och Carroll (2017) menar att sådana skillnader kan grunda sig i den avsaknad som finns om forskning och information i hur länderna kan utveckla sitt CSR-arbete. Med anledning av utfallet av hypotesprövningen förkastas därmed hypotes 3a till skillnad från hypotes 3b som däremot kan bekräftas.

Avslutningsvis vill det poängteras att mätfel inte går att uteslutas i jämförelse med tidigare resultat från andra studier. Som redan nämnt kan det statistiska urvalet av data påverkat utfallet. Sådana mätfel kan vara valet av variabler som studeras och hur dessa ska mätas och användas (McWilliams & Siegel 2000). Exempelvis representerar 90 procent av länderna i studien EU-länder och resterande 10 procent övriga europeiska länder. Detta kan ha gjort att resultatet blivit missvisande då det är en klar överrepresentation av EU-länder. Det är även mycket möjligt att det är branschen som återspeglar resultatet och inte sektor. Detta då det skett en fördelning av 60 branscher över 11 sektorer, vilket kan ha gjort att även en sektor kan bli över- eller underrepresenterad av en specifik bransch på grund av eventuell ojämn fördelning. Med detta sagt så bör studiens resultat tas med viss försiktighet och inte generaliseras i för stor utsträckning.

6. Slutsats och förslag på fortsatt forskning

I detta kapitel förklaras de slutsatser som studien kommit fram till kopplat till studiens syfte och frågeställning. Förslag till fortsatt forskning gällande CSR-arbete presenteras i slutet av kapitlet.

6.1 Slutsats

Syftet med denna studie var att empiriskt studera tillämpningen av CSR-arbete och dess samband med lönsamhet hos europeiska företag. Det huvudsakliga syftet var även att studera detta tillsammans med variablerna, företagets storlek, sektor och geografisk position och hur dessa korrelerar med sambandet mellan CSR-arbete och lönsamhet.

Studien kan bekräfta att det finns ett positivt samband mellan CSR-arbete och företagets storlek, vilket även tidigare forskning har visat (Cormier & Gordon 2001; Brammer & Pavelin 2006; Gamerschlag et al. 2011; Nega & Nettles 2018). Resultatet kan däremot inte bekräfta ett positivt och signifikant samband mellan företagets storlek och lönsamhet, och motsätter därför tidigare forskningsresultat (Meek et al. 1995; Reverte 2009; Gamerschlag et al. 2011), till skillnad från Belal och Momin (2009) som visar på ett liknande resultat som denna studie. Vidare kan det empiriska resultatet inte bekräfta ett positivt samband mellan varken CSR-arbete och sektor eller sektor och lönsamhet. Detta gör att denna studie skiljer sig från tidigare forskning, och resultatet motsäger bland annat Holder-Webb et al. (2009) och Daszynska-Zygadlo et al. (2016). Försättningsvis kan studien bekräfta att det finns ett positivt samband mellan geografisk position och lönsamhet, trots att det är ett svagt och signifikant resultat. Detta svaga resultatet kan bero på begränsningen av den geografiska utbredningen i denna studie. Det empiriska resultatet visar detsamma som Goldszmidt et al. (2009) och Bamiatzi et al. (2016), men skiljer sig mot Kotšinas och Hazaks (2012) forskning. Däremot så kan studien inte finna något statistiskt samband mellan CSR-arbete och geografisk position, vilket gör att resultatet även här motsäger tidigare forskning (Gatti & Seele 2015; Vidaver-Cohen & Brønn 2015; Jamali & Carroll 2017).

Med anledning av syftet kan denna studie vidare visa att det finns ett positivt samband mellan CSR-arbete och lönsamhet. Studiens främsta bidrag är att det finns fortsatt empiriskt stöd för det existerande sambandet och att större företag, oberoende av den sektor som de är verksamma i och som är belägna i Europa arbetar med CSR-arbete och inte bara ger ett sken av att det gör ett "bra arbete" genom CSR-rapportering. Detta resultat visar därför på att det är viktigt att företags verkliga ändamål och handlingar beaktas och att det därför är av stor vikt att samtliga intressenter, interna som externa får ta del av information. Studien kan således, med hänvisning till de potentiella mätfel som uppstått, bidra med viss teoretisk kunskap kring ämnet som fortfarande är aktuellt att studera i takt med den dels ökade medvetenheten hos olika intressenter, dels de världsliga problem som existerar och växer.

6.2 Förslag på fortsatt forskning

Socialt ansvarstagande är någonting som växer och blir ett allt viktigare ämne för individer, företag och samhället (Berry & Junkus 2012; Richardson 2013). På grund av det ökade intresset för hållbara investeringar kan det därför vara av betydande karaktär att fortsätta forskningen gällande CSR och dess implementering i företagen. De begränsningar som finns och de vägval som gjorts i studien medför även att det finns utrymme för fortsatt forskning inom samma område. Exempelvis kan fortsatt forskning behandla ännu större geografisk spridning och jämföra fler olika marknader globalt sätt för att på så sätt även få resultaten mer generaliserbara. Det skulle även kunna inkluderas fler mediatorer som till exempel företagsålder eller tillväxt. Det kan även vara intressant att inkludera ett annat lönsamhetsmått än ROA alternativt använda sig av flera olika lönsamhetsmått i samma studie, samt att studera ett annat mått på företagets storlek än antal anställda för att se om resultaten kan skilja sig och på vilket sätt. Viktigt att nämna är även att sammansättningen av policys kan ändras vid fortsatt forskning för att se om detta medför andra resultat än de som framkommit i denna studie. Utrymme finns även för att lägga upp studien med CSR-arbete som mediator och att genomföra en strukturell ekvationsmodellering (SEM) istället för en stiganalys. Detta för att SEM tillåter analys av såväl direkt observerbara variabler som latent, icke-direkt observerbara, variabler.

Referenslista

- Akisik, O. & Gal, G. (2014). Financial performance and reviews of corporate social responsibility reports. *Journal of Management Control*, Vol.25, Iss: 3-4, pp.259-288.
- Alexander, G. J. & Buchholz, R. A. (1978). Corporate social responsibility and stock market performance. *The Academy of Management Journal*, Vol.21, Iss: 3, pp.479-486.
- Baird, P. L., Geylani, P. C. & Roberts, J. A. (2012). Corporate social and financial performance re-examined: industry effects in a linear mixed model analysis. *Journal of Business Ethics*, Vol.109, Iss: 3, pp.367-388.
- Bamiatzi, V., Konstantinos, B., Cavusgil, S. T. & Hult, G. T. (2016). Revisiting the firm, industry, and country effects on profitability under recessionary and expansion periods: a multilevel analysis. *Strategic Management Journal*, Vol.37, Iss: 7, pp.1448-1471.
- Belal, A. & Momin, M. (2009). Corporate social reporting (CSR) in emerging economies: a review and future direction. *Accounting in Emerging Economies*, Vol.9, pp.119-143.
- Berry, T. C. & Junkus, J. C. (2012). Socially responsible investing: an investor perspective. *Journal of Business Ethics*, Vol.112, Iss: 4, pp.707-720.
- Blombäck, A. & Wigren, C. (2009). Challenging the importance of size as determinant for CSR activities. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, Vol.20 Iss: 3, pp.255-270.
- Brammer, S. & Millington, A. (2006). Firm size, organizational visibility and corporate philanthropy: an empirical analysis. *Business Ethics: A European Review*, Vol.15, Iss: 1, pp.6-18.
- Brammer, S. & Pavelin, S. (2006). Voluntary environmental disclosures by large UK companies. *Journal of Business Finance Accounting*, Vol.33, Iss: 7-8, pp.1168-1188.
- Branco, M. C. & Rodrigues, L. L. (2006). Corporate social responsibility and resource-based Perspectives. *Journal of Business Ethics*, Vol.69, Iss: 2, pp.111-132.
- Britzelmaier, B. & Burger, S. (2015). How to improve the acceptance of ethically sustainable investments? – Findings of an empirical study. *Global business and economics review*, Vol.17, Iss: 1, pp.63-75.
- Bryman, A. & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. MTM. Johanneshov.
- Burchell, J. & Cook, J. (2013). CSR, co-optation and resistance: the emergence of new agonistic relations between business and civil society. *Journal of Business Ethics*, Vol.115, Iss: 4, pp.741-754.
- Cecil, L. (2008). Corporate social responsibility reporting in the United States. *McNair Scholars Research Journal*, Vol.1, Iss: 1, pp.42-51.
- Cheng, B., Ioannou, I. & Serafeim, G. (2014). Corporate social responsibility and access to finance. *Strategic Management Journal*, Vol.35, Iss: 1, pp.1-23.
- Cho, C. H., Roberts, R. W. & Pattern, D. M. (2010). The language of US corporate environmental disclosure. *Accounting, Organizations and Society*, Vol.35, Iss: 4, pp.431-443.

- Cho, C. H., Michelon, G., Patten, D. M. & Roberts, R. W. (2015). CSR disclosure: the more things change...?. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol.28, Iss: 1, pp.14-35.
- Cormier, D. & Gordon I. M. (2001). An examination of social and environmental reporting strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol.14, Iss: 5, pp.587-617.
- Dare, J. (2018). Do actions speak louder than words? An exploratory study on CSR. *Business and Society Review*, Vol.123, Iss: 2, pp.303-339.
- Daszynska-Zygadlo, K., Slonski, T. & Zawadzki, B. (2016). The market value of CSR performance across sectors. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, Vol.27, Iss: 2, pp.230-238.
- David, P., Kline, S. & Dai, Y. (2005). Corporate social responsibility practices, corporate identity, and purchase intention: a dual-process model. *Journal of Public Relations Research*, Vol.17, Iss: 3, pp.291-313.
- Delmar F., Davidsson P. & Gartner B. W. (2003) Arriving at the high - growth firm. *Journal of Business Venturing*, Vol.18, Iss: 2, pp.189-216.
- Djurfeldt, G., Larsson, R. & Stjärnhagen, O. (2010). *Statistisk verktyglåda 1: Samhällsvetenskaplig orsaksanalys med kvantitativa metoder*. Studentlitteratur. Lund.
- Edwards, J. R. & Schurer, L. L. (2007). Methods for integrating moderation and mediation: a general analytical framework using moderated path analysis. *Psychological Methods*, Vol.12, Iss: 1. pp.1-22.
- Emeseh, E. & Songi, O. (2014). CSR, human rights abuse and sustainability report accountability. *International Journal of Law and Management*, Vol.56, Iss: 2, pp.136-151.
- Erhemjamts, O., Li, Q. & Venkateswaran, A. J. (2013). Corporate social responsibility and its impact on firms' investment policy, organizational structure, and performance. *Journal of Business Ethics*, Vol.118, Iss: 2, pp.395-412.
- EU. (2014). Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/95/EU. <https://eurlex.europa.eu/legal-content/sv/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095> [Hämtad 2019-06-24]
- Frankental, P. (2001). Corporate social responsibility – a PR invention?. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol.6, Iss: 1, pp.18-23.
- Galant, A. & Cadez, S. (2017). Corporate social responsibility and financial performance relationship: a review of measurement approaches. *Economic Research*, Vol.30, Iss: 1, pp.676-693.
- Gamerschlag, R., Möller, K. & Verbeeten, F. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, Vol.5, Iss: 2-3, pp.233-262.
- Gatti, L. & Seele, P. (2015). CSR through the CEO's pen; comparing CEO letters from CSR reports from Asia, Europe, and the U.S. (report). *uwf UmweltWirtschaftsForum*, Vol.23, Iss: 4, pp.265-277.

- Goldszmidt R. G., Brito, L. A. & de Vasconcelos, F. C. (2011). Country effect on firm performance: a multilevel approach. *Journal of Business Research*, Vol.64, Iss: 3, pp.273-279.
- Griffin, J. & Mahon, J. (1997). The corporate social performance and corporate financial performance debate. *Business & Society*, Vol.36, Iss: 1, pp.5-25.
- GRI (2018). Implementation manual.
<https://www.globalreporting.org/resource/library/GRIG4-Part2-Implementation-Manual.pdf>
 [Hämtad 2019-06-24]
- Grankvist, P. (2009). *CSR i praktiken - Hur företagen kan jobba med hållbarhet för att tjäna pengar*. Liber. Stockholm.
- Gustafsson, B., Hermerén, G. & Petterson, B. (2011). *God forskningssed*. Vetenskapsrådet. Stockholm.
- Holder-Webb, L., Cohen, J. R., Nath, L. & Wood, D. (2009). The supply of corporate social responsibility disclosures among U.S. firms. *Journal of Business Ethics*, Vol.84, Iss: 4, pp.497-527.
- Hsiao, C. (2007). Panel data analysis - Advantages and challenges. *Test*, Vol.16, Iss: 1, pp.1-22.
- Hung-Chen, C. & Wongsurawat, W. (2011). Core constructs of corporate social responsibility: a path analysis". *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, Vol.3, Iss: 1, pp. 47-61.
- Jamali, D. & Carroll, A. (2017). Capturing advances in CSR: Developed versus developing country perspectives. *Business Ethics: A European Review*, Vol.26, Iss: 4, pp.321-325.
- Kiessling, T., Isaksson, L. & Yasar, B. (2016). Market orientation and CSR: performance implications. *Journal of Business Ethics*, Vol.137, Iss: 2, pp.269-284.
- Księżak, P. (2017). The benefits from CSR for a company and society. *Journal of Corporate Responsibility and Leadership*, Vol.3, Iss: 4, pp.53.
- Kolk, A. (2003). Trends in sustainability reporting by the Fortune Global 250. *Business Strategy and the Environment*, Vol.12, Iss: 5, pp.279-291.
- Kotšina, S. & Hazak, A. (2012). Does investment intensity impact company profitability? A cross-country empirical study. *Proceedings of the 2nd International Conference on Economics, Trade and Development IPEDR*, Singapore, Vol.36, pp.157-161.
- Lee, S. & Jung, H. (2016). The effects of corporate social responsibility on profitability: The moderating roles of differentiation and outside investment. *Management Decision*, Vol.54, Iss:6, pp.1383-1406.
- Lee, S., Singal, M. & Kang, K. H. (2013). The corporate social responsibility–financial performance link in the U.S. restaurant industry: Do economic conditions matter?. *International Journal of Hospitality Management*, Vol.32, pp.2-10.

- López, V. M., Garcia, A. & Rodriguez, L. (2007). Sustainable development and corporate performance: A study based on the dow jones sustainability index. *Journal of Business Ethics*, Vol.75, Iss: 3, pp.285-300.
- Marais, M. (2012). CEO rhetorical strategies for corporate social responsibility (CSR). *Society and Business Review*, Vol.7, Iss: 3, pp.223-243.
- McWilliams, A. & Siegel, D. S. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?. *Strategic Management Journal*, Vol.21, Iss: 5, pp.603-609.
- McWilliams, A. & Siegel D. S. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *The Academy of Management Review*, Vol.26, Iss: 1, pp.117-127.
- McWilliams, A., Siegel, D., & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of Management Studies*, Vol.43, Iss: 1, pp.1-18.
- Meek, G. K., Roberts, C. B. & Gray, A. J. (1995). Factors influencing voluntary annual report disclosures by US, UK and continental European multinational corporations. *Journal of International Business Studies*, Vol.26, Iss: 3, pp.555-572.
- Moser, D. V. & Martin, P. R. (2012). A broader perspective on corporate social responsibility research in accounting. *The Accounting Review*, Vol.87, Iss: 3, pp.797-806.
- Moura-Leite, R. C., Padgett, R. C & Galan, J. I (2012) Is social responsibility driven by industry or firm-specific factors?. *Management Decision*, Vol.50 Iss: 7, pp.1200-1221.
- MSCI (2019). *The Global Industry Classification Standard (GICS®)*.
<https://www.msci.com/gics> [Hämtad 2019-05-18]
- Mukherjee, A. & Nunez, R. (2018). Doing well by doing good: can voluntary CSR reporting enhance financial performance?. *Journal of Indian Business Research*.
- Muslu, V., Mutlu, S., Radhakrishnan, S. & Tsang, A. (2019). Corporate social responsibility report narratives and analyst forecast accuracy. *Journal of Business Ethics*, Vol.154, Iss: 4, pp.1119-1142.
- Nega, F. & Nettles I. D. (2018). Examining financial performance, firm size, leverage and corporate social responsibility. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, Vol.7, Iss: 2, pp.78-85.
- Nollet, J., Filis, G., & Mitrokostas, E. (2016). Corporate social responsibility and financial performance: A non-linear and disaggregated approach. *Economic Modelling*, Vol.52, Iss: 2, pp.400-407.
- Dagens nyheter. (2016). *Vi välkomnar konstruktiv granskning*.
<https://www.dn.se/debatt/repliker/vi-valkomnar-konstruktiv-granskning/> [2019-04-02]
- Peng, C. W. & Yang M. L. (2014). The effect of corporate social performance on financial performance: The moderating effect of ownership concentration. *Journal of Business Ethics*, Vol.123, Iss: 1, pp.171-182.

- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard business review*, Vol.84, Iss: 12, pp.78-92.
- Pomering, A. & Dolnicar, S. (2008). Assessing the prerequisite of successful CSR implementation: Are consumers aware of CSR initiatives?. *Journal of Business Ethics*, vol. 85, Iss: 2, pp. 285-301.
- Reverte, C. (2009). Determinants of corporate social responsibility disclosure ratings by Spanish listed firms". *Journal of Business Ethics*, Vol.88, Iss: 2, pp.351-366.
- Richardson, B. J. (2013). Socially responsible investing for sustainability: Overcoming its incomplete and conflicting rationales. *Transnational Environmental Law*, Vol.2, Iss: 2, pp.311-338.
- Rodrigo, P., Duran, I. J., & 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*, Vol.25, Iss: 3, pp.286-309.
- Sayedeh, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, P., & Sayyedeh, S. P. & Seyyed S. A. (2015). How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, Vol.68, Iss: 2, pp.341-350.
- Siegel, D. S. (2009). Green management matters only if it yields more green: An economic/strategic perspective. *Academy of Management Perspectives*, Vol.23, Iss: 3, pp.5-16.
- Schröder, M. (2006). Is there a difference? The performance characteristics of SRI equity indices. *Journal of Business Finance and Accounting*, Vol.31, Iss: 1-2, pp.331-348.
- Shnayder, L., Van Rijnsoever, F. J., Hekkert, M. P. (2015). Putting your money where your mouth is: why sustainability reporting based on the triple bottom line can be misleading. *PLoS ONE*, Vol.10, Iss: 3, pp.1-23.
- Sprinkle, G. B. & Maines, L. A. (2010). The benefits and costs of corporate social responsibility. *Business Horizons*, Vol.53, Iss: 5, pp.445-453.
- Sweeney, L. & Coughlan, J. (2008). Do different industries report corporate social responsibility differently? An investigation through the lens of stakeholder theory. *Journal of Marketing Communications*, Vol.14, Iss: 2, pp.113-124.
- Velte, P. (2017). Does ESG performance have an impact on financial performance? evidence from Germany. *Journal of Global Responsibility*, Vol.8, Iss: 2, pp.169-178.
- Vidaver-Cohen, D. & Brønn, P. (2015). Reputation, responsibility, and stakeholder support in Scandinavian firms: A Comparative Analysis. *Journal of Business Ethics*, Vol.127, Iss: 1, pp.49-64.
- Wang, Q., Dou, J., & Jia, S. (2016). A meta-analytic review of corporate social responsibility and corporate financial performance: The moderating effect of contextual factors. *Business and Society*, Vol.55, pp.1083-1121.

Appendix

Bilaga 1 Litteratursammanställning

Studie	Undersökta länder	Tidsperiod	Metod	Variabler	Resultat
Akisik & Gal 2014	Nordamerika	2006–2012	Korrelation, Regression	ROA, ROS, ROE, Tobin's q, CSR	CSR är ett område som har blivit extremt viktigt och företagen har tagit till strategier för att förbättra intressenternas medvetenhet om sina CSR-aktiviteter.
Alexander & Buchholz 1978	USA	1970–1974	Korrelation, regression modell	RoR, CSR ranking	Visar på ett negativt förhållande mellan CSR och lönsamhet.
Baird et al. 2012	USA	2001–2008	Korrelation, Residual Income Valuation Model (RIM), Multivariat analys	CSR, inneboende värde, företagsstorlek, rörelsevinst, skuldsättning i kapitalstrukturen	De differentierade effekterna av CSP-CFP-förhållandet mellan industrin. Resultaten är användbara för beslutsfattare som tar hänsyn till fördelningen av företagsresurser till sociala prestationer.
Bamiatzi et al. 2016	Globalt	2005–2011	OLS regression, HLM, T-test	ROA, prestation, resultat, land	De fann stöd för vikten av branschspecifika effekter för att fastställa lönsamhet och de bekräftar att effekter på landnivå är mer uttalade i tillväxtekonomier än i utvecklade länder.
Berry & Junkus 2012	USA	2008	Enkätundersökning	CSR, SRI, Investering	SR-investerare och dem som inte är benägna att investera i SRI anser att miljöfrågor är viktigast. Investering föredrar att belöna företag som visar övergripande positiva sociala politiker snarare än att utesluta företag baserade på vissa produkter eller policyer.
Blombäck & Wigren 2009	Globalt	-	Teoretisk analys om sambandet mellan CSR-aktiviteter och företagsstorlek	CSR, företagsstorlek	Studien hävdar inte att det inte finns några generella skillnader mellan hur stora och små företag bedriver och relaterar till CSR. Faktum är att vi förutser att det förmodligen finns sådana variationer beroende på resurser, styrning och skillnaderna i det nuvarande trycket som samhället åstadkommer.

Brammer & Millington 2006	Storbritannien	1998–2000	Korrelation, regressionsanalys, deskriptiv analys	Organisatorisk synlighet, organisatorisk storlek, bransch, bolagsstyrning, resurser	Resultaten tyder på att i genomsnitt större företag ger mer till välgörenhet. Samtidigt finner de ett starkt stöd för ett positivt förhållande mellan organisatorisk synlighet och filantropi som är ungefär lika stor som mellan storlek och filantropi.
Brammer & Pavelin 2006	Storbritannien	1999–2002	Regressionsanalys, korrelation, deskriptiv analys	Avslöjande, kvalitet, storlek, NONEXEC, ENVFINE, inflytande, ägarskapsersättning, ROTA	Resultaten tyder på att miljöpåverkan inte spelar någon betydande roll för att påverka beslutet att göra frivillig miljöinformation, det spelar en mycket viktig roll för att påverka kvaliteten på miljöinformationen.
Branco & Rodriguez 2006	-	-	Teoretisk analys om sambandet mellan CSR och resursbaserade perspektiv	CSR, RBP	En orsak till att CSR kan vara relaterat till finansiell utveckling är att många företag planerar sina välgörenhetsbidrag för att minska sin skattepliktiga inkomst och därigenom vara en kostnadsbesparingsstrategi. Vidare är bidrag i vissa fall kopplade till finansiella resultat eftersom många företag använder en fast procent av förskottets nettoinkomst för att bestämma hur mycket de ska ge till välgörenhet.
Cho et al. 2009	USA	2002	Descriptive statistics, Pearson's correlation, OLS regression.	CSR, Finansiellt resultat, Firm size, Branschtillhörighet, Kapitalintensitet, lönsamhet och ålder	Visade att sämre miljöprestanda är förknippat med språk och ton i språket. Även företagsstorlek har betydelse.
Cormier & Gordon 2001	Canada	1995–1996	Deskriptiv analys, korrelation, regression	CSR, företagsstorlek, offentligt ägande, privat ägande, nettoanläggningstillgångar till heltidsanställda, hävstångseffekt, ROE, vinst till heltidsanställda, ny investering i anläggningstillgångar, räntetäckning, kapitalisering	Studien visade på två saker, att offentligt ägda företag avslöjade mer social och miljöinformation än privatägda företag. För det andra är dessa avslöjanden relaterade till företagets storlek med att de största avslöjade mest och de mindre avslöjade minst.

Daszynska et al. 2016	Globalt	2009–2012	Regression, Tobin's q, PE regression	Governance, Environmental, Social Asia, Europe, N. America, Economic, Market Cap, ROE, Sales, growth	Fann att miljöeffektiva investeringar är påverkar värdet hos vissa sektorer negativt. Även signifikanta resultat mellan sektorer och "corporate governance" samt den ur det sociala perspektivet identifierades.
Erhemjamts et al. 2013	Globalt	1995–2007	Korrelation, regression	Investeringspolicy, Organisationsstrategi, CAPEX, KL, Real KLD, Alla styrkor, Rel alla styrkor, all oro, Rel all oro, Num Acq, ROA, kassaflöde, företagsstorlek, företagsrisk, företagsålder, G index, HHI, inflytande, R&D	Resultaten visar att CSR-styrkorna är positivt förknippade med både investeringspolitik och organisationsstrategi.
Galant & Cadez 2017	-	-	-	CSF, CSP	En kritisk granskning av olika metoder för att mäta CSR och lönsamhet.
Gamerschlag et al. 2011	Tyskland	2005–2008	Deskriptiv analys, Regression, Pearson korrelation	CSR-rapporter, Informations- och miljöindex, Socialt informationsindex, bransch, Företagets storlek, Totala tillgångar, synlighet, Lönsamhet aktieägarstruktur, förhållandet till amerikanska intressenter	Synlighet, aktieägarstruktur och förhållande till sina amerikanska intressenter påverkar CSR-rapportering. Hög lönsamhet är kopplat till mer miljöinformation. Slutligen påverkar storlek och branschmedlemskap mängden CSR-rapportering.
Goldszmidt et al. 2009	Globalt	1995–2004	Multilevel modell	ROA, land, sektor/industri, år, företag, branschinteraktioner	Resultatet visar att geografisk position har ett större och positivt inflytande på fast prestanda i tillväxtländer, än i mer utvecklade ekonomier.
Griffin & Mahon 1997	USA	1992	Teoretisk analys om sambandet mellan företagets sociala ansvar och företagets ekonomiska resultat	ROE, ROA, ROS, CSR, tillväxt, storlek, likviditet	Det finns del intern dynamik som leder till att en organisation investerar mer i CSR. Man bör skilja företagen från bransch på grund av de existerade olikheten i miljö- och socialt relaterade frågor.
Holder-Webb et al. 2009	USA	2004	Innehållsanalys	CSR (COMMREL, HUMANAT, DIVERS,	Företagets webbplats är det populäraste sättet för spridning av CSR-upplysningar, följt av

				HUMANCAP, WKFRCRET, ENVIROPROG, ENVIRORAT, CUSTSAFETY, HLTH, HUMRTS, SUPPCHAIN, POLGIVING, OTHER)	pressmeddelanden och obligatorisk inlämning. Detta beteende är konsekvent både med legitimationen och intressentteorierna samt för aktieägarnas välbefinningsmaximeringsteorier.
Lee et al. 2013	USA	1991–2009	Deskriptiv analys, Pearsons korrelation, regressionsanalys	Tobi's q, ROA, ROE, CSR dimension, ekonomiskt tillstånd, företagsstorlek, kapitalstruktur, systematisk risk (beta), utdelning per aktie	Resultat tyder på att CSR: s huvudsakliga effekt på CFP inte är signifikant, oberoende av olika CSR-dimensioner.
Lee & Jung 2016	Korea	2013	OLS regression, korrelation, PROCESS	CSR, Differentiation, industri, ägarstruktur, företagsstorlek, företagsålder, fackförening, arbetskraftskostnader, investeringar i FoU, kapitalintensitet, skuldkvot och kostnadsminskning	Trots att det finns viss skepsis om CSR: s roll i förhållande till intressebalansen bland intressenter, hävdar författarna att CSR kan bidra till ett framgångsrikt företag eftersom den är relaterad till konsumenternas inköpsverksamhet.
Marais 2012	Frankrike	2010	Regression, innehållsanalys, covariance-analys	CEO, CSR, företagsstorlek	CSR värderingar används oftast med anställda eller samhällsintressenter. Det bidrar till att skapa en företagskultur kring CSR-principer och att bygga en uppsättning gemensamma värderingar bland intressenter, särskilt när tillfredsställelse med traditionella strategiska val redan är ganska högt.
McWilliams & Siegel 2000	USA	1991–1996	Korrelation, regression	Finansiell prestation, CSP, R&D till försäljning	Fann att CSR har en neutral inverkan på finansiella resultat.
McWilliams & Siegel 2001	-	-	Analys av företag utifrån agentteorin och intressentteorin	CSR, storlek, diversifieringsnivå, forskning och utveckling, reklam, statsförsäljning, konsumentinkomster, arbetsmarknadsförhållanden och stadium i livscykelns livscykel	Företaget som producerar en CSR-förmån kommer att ha högre kostnader men också högre intäkter, medan det företag som inte producerar CSR-attribut kommer att ha lägre kostnader men även lägre intäkter.

McWilliams et al. 2006	-	-	Analys av företag utifrån agentteorin och intressentteorin	CSR, strategiska konsekvenser	Författarna använder standardmikroekonomisk analys för att bestämma den optimala nivån av social produktion som resulterar i var och en av dessa fall. De visar att både samhälle och företag är bättre när de använder CSR strategiskt, än när de tvingas göra sådana investeringar.
Meek et al. 1995	Europa och USA	1989	Regressionsanalys, korrelation	Storlek, land, bransch, inflytande, multinationalitet, internationell listning status, lönsamhet	Alla MNC's, oavsett storlek eller hemland, ger mer information i sina årsrapporter än vad som föreskrivs i regelverket. Att uppfylla minimikraven är inte tillräckligt. Större MNC ger ännu mer frivillig information, särskilt icke-finansiella och finansiella typer.
Moser & Martin 2012	-	-	Teoretisk sammanfattning av tidigare forskning	CSR-prestation	Att se CSR bredare som motiverad av båda aktieägarna och en bredare grupp av intressenter ger upphov till nya och viktiga frågor.
Moura-Leite et al. 2012	USA	2003–2007	ANOVA-modell, regression	CSR, ROA, företagseffekt, branscheffekt, årseffekt	Resultaten för företagets och branschens effekt, betraktas tillsammans, innebär att CSR-forskare måste undersöka båda nivåerna samtidigt, eftersom de finner att CSR kan vara påverkas av både företagsnivå och branschfaktorer.
Mukherjee & Nunez 2018	USA	2012–2015	Analysis of variance (MANOVA)	Alpha, Beta, Sharpe Ratio, Information Ratio och R-squared	Visade att företag som fokuserar uppmärksamheten på viktiga intressenter är förknippade med starkare ekonomiskt resultat, och vice versa.
Nega & Nettles 2018	USA	2015	Regressionsanalys, korrelation	CSR, finansiellt resultat, företagsstorlek, risk, ledarskapsstil, ROE, total intäkt, inflytande	Statliga institutioner bör fortsätta att ha aktiva roller för att främja CSR-initiativ så länge det är relevant för att främja samhällets välfärd.
Peng & Yang 2018	Taiwan	1996–2006	Regression, Pearson korrelation	ROA, ROE, EPS, Kassaflöde tillgångar, Pollution, Divergence	Visar på ett svagt förhållande mellan CSP och kortfristig lönsamhet. Kassaflödet har en negativ koppling till CSR, samt ett positivt

					förhållande mellan CSP och långfristig lönsamhet.
Pomeroy & Dolnicar 2008	Australien	2007	Analys av enkäter och intervjuer	CSR, medvetenhet	Medan tidigare motivationen att bearbeta meddelandet användes för att operationalisera de tillgängliga kognitiva resurserna, bör framtida arbete i CSR använda kunskap om sociala frågor som mått på tillgängliga kognitiva resurser och undersöka effekten av sådan kunskap om CSR-reklamseffektivitet.
Porter & Kramer 2006	-	-	Teoretisk analys om sambandet mellan CSR och konkurrensfördelar	CSR, konkurrensfördel	Att uppleva socialt ansvar som att bygga ett gemensamt värde snarare än som skadestyrning eller som Pr-kampanj kommer att kräva dramatiskt olika tänkande i näringslivet. CSR kommer att vara viktigare för konkurrenskraftig framgång.
Reverte 2009	Spanien	2005–2006	Linjär regression, deskriptiv analys, korrelation	Medieexponering, CSR, lönsamhet, bransch känslighet, internationell listning, företagsstorlek, ägarkoncentration, inflytande	Resultaten visar att företag med högre CSR-betyg visar en statistiskt signifikant större storlek och högre exponering för media och tillhör mer miljö känsliga industrier jämfört med företag med lägre CSR-betyg.
Shnayder et al. 2015	Globalt	-	Analys av hållbarhetsrapporter och intervjuer	CSR, Miljömässig hållbarhet, social hållbarhet, ekonomisk hållbarhet	Utifrån 3BL fann de bland annat att fokus inom matpackningsindustrin ligger på de sociala aspekterna. Fann även att beteenden som fokuserar på miljö kräver största ansträngning inom företaget själv.
Sprinkle & Maines 2010	-	-	Analys av tidigare studier och företagens arbete med CSR	CSR, Ekonomiska fördelar och nackdelar	Som med andra organisatoriska beslut fattas inte CSR-beslut i vakuum utan görs snarare genom en välgrundad förståelse av fördelarna skördas och kostnaderna. Organisationer måste utvärdera vad de, och andra, får och ger upp från sina CSR-beslut.
Sweeney & Coughan 2008	Globalt	-	Teoretisk analys om sambandet mellan	Bransch, CSR-aktivitet, intressenter	Denna studie syftade till att undersöka förekomsten av en "specialisering" av sociala

			CSR-aktiviteter och branschtillhörighet		intressen i varje bransch. Detta visade sig vara fallet.
Velte 2017	Tyskland	2010–2014	Regressionsmodell, deskriptiv analys, korrelation	ESGP, ROA, Tobin's q, CSR, R&D, firm risk, beta factor, debt of total assets, firm size, branch of industry	Miljömässiga, sociala och styrande resultatprestationer separat, har en positiv inverkan på bokföringsbaserad FINP (ROA).