



Handelshøyskolen BI - campus Oslo

BTH 36201

Bacheloroppgave - Økonomi og administrasjon

Bacheloroppgave

I hvilken grad har kvaliteten på samfunnsansvarsrapporteringen endret seg etter innføringen av regnskapsloven § 3-3c?

Navn, Anette Heldal, Caroline Harstad Arebø

Utlevering: 07.01.2019 09.00

Innlevering: 03.06.2019 12.00

Bacheloroppgave ved Handelshøyskolen BI

*”I hvilken grad har kvaliteten på
samfunnsansvarsrapporteringen endret seg
etter innføringen av regnskapsloven §3-3c?”*

Eksamenskode og navn:

BTH 36201 Bacheloroppgave - Økonomi og administrasjon

Utleveringsdato:

07.01.2019

Innleveringsdato:

03.06.2019

Studiested:

BI Oslo

Denne oppgaven er gjennomført som en del av studiet ved Handelshøyskolen BI. Dette innebærer ikke at Handelshøyskolen BI går god for de metoder som er anvendt, de resultater som er fremkommet eller de konklusjoner som er trukket.

Forord

Denne bacheloroppgaven har vi skrevet som en avslutning av vår bachelorgrad innenfor studieretningen Økonomi og Administrasjon ved Handelshøyskolen BI.

Det har vært en lang prosess, hvor valg av tema var første hinder på veien. Etter mange gode innspill fra veilederen vår, Tor Olav Nordtømme fant vi frem til tema for oppgaven; rapportering av samfunnsansvar. Dette fagområdet interesserer oss da dette er en alternativ vinkling til hvilket fokusområdet bedriften burde ha.

Gjennom arbeidet med denne oppgaven har vi lært mye om samarbeid og oppgavestruktur, men viktigst av alt; hvordan bedrifter rapporterer om sitt arbeid med samfunnsansvar.

Til slutt ønsker vi å takke Nina Kristensen for tiden hun har brukt på å illustrere alle modellene brukt i denne oppgaven. Vi ønsker også å rette en takk til Tor Olav for gode innspill til oppgavens struktur og ikke minst valg av tema.

Takk til venner og familie for konstruktiv tilbakemelding og motiverende ord. Avslutningsvis ønsker vi å rette en stor takk til hverandre for et solid samarbeid.

Anette Heldal og Caroline Harstad Arebø

Oslo

02.06.2019

Sammendrag

Formålet med denne oppgaven har vært å se på om innføringen av regnskapsloven §3-3c i 2013 har ført til en kvalitetsendring innenfor samfunnsansvarsrapportene til store norske foretak. Vi skal se nærmere på hvilken effekt lovendringen har hatt for rapporteringen og om rapportene oppfyller lovkravene.

For å belyse problemstillingen vår har vi tatt med aktuelle teorier innenfor samfunnsansvar, regnskapsloven, internasjonale initiativer og kommunikasjonsteorier. Teoriene har gitt oss en dypere innsikt og forståelse innenfor temaet samfunnsansvarsrapportering.

Etter vi fordypet oss i teori innenfor vårt forskningsområde utviklet vi en metode for måling av kvaliteten til samfunnsansvarsrapportene. Vi kom frem til forskjellige kategorier til måling av kvalitet gjennom informasjonen som fremkommer i regnskapsloven §3-3c samt informasjon fra lovendringsforslaget og forarbeid til loven.

Analysene vi gjennomførte viste tegn til at kvaliteten på samfunnsansvarsrapportene har endret seg i løpet av tidsperioden vi undersøkte. Vi ser tegn til at rapportene har blitt mer konkrete i tillegg til at det blir rettet større fokus på utformingen av samfunnsansvarsrapportene.

Innholdsfortegnelse

1. Introduksjon.....	1
1.1 Hvorfor dette er verdt å forske på	1
1.2 Problemstilling.....	2
1.3 Avgrensning til oppgaven	2
2. Teori.....	3
2.1 Avgrensning til teori	3
2.2 Hva er samfunnsansvar?	3
2.2.1 Den tredelte bunnlinjen:.....	4
2.2.2 Carrolls CSR-pyramide	5
2.2.3 Interessenter og interessenteori:	6
2.2.4 Omdømme.....	7
2.2.5 Omdømmebygging.....	8
2.2.6 Konkurransefortrinn	9
2.3 Regnskapsloven § 3-3c	9
2.3.1 Bakgrunn for ny lovendring	10
2.3.2 Hvem loven gjelder for	11
2.3.3 Innhold i regnskapsloven § 3-3c	11
2.4 Internasjonale initiativer	14
2.4.1 UN Global Compact (UNGC).....	14
2.4.2 Global Reporting Initiativ	15
2.4.3 ISO 26 000.....	16
2.5 Regnskaps- og rapporteringskvalitet.....	16
2.5.1 IFRS	16
2.5.2 Samfunnsansvarsrapportering.....	17
2.5.3 Kommunikasjonsstrategi.....	17
3. Metode.....	19
3.1 Valg av metode.....	19
3.1.1 Kvalitativ og kvantitativ metode	20
3.1.2 Sammenlignende casestudie	21
3.1.3 Innholdsanalyse.....	21
3.1.4 Volumanalyse	22
3.1.5 Analyse av rapportens troverdighet.....	23
3.2 Utvalg.....	23
3.3 Datainnsamling.....	24
3.3.1 Bruk av sekundærdata.....	24
3.3.1.1 Hvorfor vi ikke har gjennomført intervjuer/spørreundersøkelser	25
3.4 Reliabilitet.....	25
3.5 Validitet	25
4. Analyse og diskusjon	27
4.1 Hvor ligger samfunnsansvarsrapporten?	28
4.2 Støtter noen av selskapene ulike initiativer?	29

4.3 De fire forholdene som inngår i loven.....	32
4.3.1 <i>Menneskerettigheter</i>	32
4.3.2 <i>Arbeidstakerrettigheter og sosiale forhold</i>	33
4.3.3 <i>Ytre miljø</i>	33
4.3.4 <i>Bekjempelse av korrupsjon</i>	33
4.4 De fem kategoriene	34
4.4.1 <i>Policy</i>	35
4.4.2 <i>Utøvelse</i>	35
4.4.3 <i>Mål og indikatorer</i>	36
4.4.4 <i>Interessentdialog</i>	36
4.4.5 <i>Åpenhet</i>	37
4.5 Oppsummering.....	38
4.6 Volum og troverdighet	38
5. Konklusjon	41
5.1 Refleksjon	43
5.2 Videre forskning	44
Referanseliste:	45

1. Introduksjon

Det ble i 2013 vedtatt et nytt lovkrav som sier at store foretak må redegjøre for sitt arbeid med samfunnsansvar, gjennom en samfunnsansvarsrapport. Fra og med regnskapsår påbegynt etter 31. desember 2012 ble store foretak pålagt å rapportere om samfunnsansvar etter regnskapsloven § 3-3c (1998).

Regnskapsloven § 3-3c plikter store foretak å rapportere om *”hva foretaket gjør for å integrere hensynet til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter og sosiale forhold, det ytre miljø og bekjempelse av korrupsjon”*. Denne loven omhandler i stor grad selskapets samfunnsansvar. I den engelske faglitteraturen omtales temaet gjennom *Corporate Social Responsibility*, som forkortes til CSR.

Stortingsmeldingen som ble lagt frem i 2009 om *”Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi”* (Utenriksdepartementet, 2009) har hatt stor påvirkning for bakgrunnen til lovforslaget. Denne meldingen skulle være med på å bevisstgjøre samfunnsansvar for offentlig og privat virksomhet. Det ble drøftet ulike tiltak som kan brukes for å øke interessen til foretakene.

Helt siden 1990-tallet har det vært et stadig økende fokus på samfunnsansvar og bærekraft. Dette gjenspeiler seg i veksten av samfunnsansvarsrapportene som har økt betraktelig de siste 20 årene. I 1992 var antall rapporter 26, men i 2011 hadde tallet økt til nærmere 6000 (Midttun, 2013, s. 89). Verdens naturforbund opplyser i sin rapport fra 2008 at jordens bæreevne ble overskredet allerede for flere tiår siden (WWF 2008, s. 22). Dette har rettet et stort fokus på aktører som enkeltpersoner og virksomheter. Et slikt økt fokus har gjort at foretakene har måttet tilpasse seg disse endringene og sette i gang tiltak som skal motvirke dette.

1.1 Hvorfor dette er verdt å forske på

Etter innføringen av regnskapsloven § 3-3c er det interessant å se om lovgivningen har hatt effekt på kvaliteten på rapporten med et fem-års perspektiv. Det har vært betydelig vekst i antall rapporter om samfunnsansvar, og et stort fokus rettet mot dette området. Basert på denne samfunnsendringen er det interessant å se hvordan foretakene tilpasser seg. Det er derfor verdt å forske på dette området fordi

samfunnsansvar har fått betydelig oppmerksomhet de siste årene og foretakene har blitt påvirket av dette.

1.2 Problemstilling

På bakgrunn av disse opplysningene og hva vi finner interessant, har vi valgt å se nærmere på hvordan rapporteringen av samfunnsansvar er i dag og om det har vært en endring i kvaliteten på rapportene. Vi har dermed kommet frem til følgende problemstilling:

I hvilken grad har kvaliteten på samfunnsansvarsrapporteringen endret seg etter innføringen av regnskapsloven § 3-3c?

1.3 Avgrensning til oppgaven

Gjennom vår analyse skal vi se på samfunnsansvarsrapporteringen i årsrapportene. Vi vil kun se på årsrapporten, eventuelt bærekraftsrapporten dersom det er her rapporteringen av samfunnsansvar er avdekket. Vi vil ikke ta hensyn til noen eventuelle ekstraopplysninger som finnes på virksomhetenes hjemmeside eller andre dokumenter.

Vi har valgt å ta for oss seks virksomheter og se på rapporteringen deres over to regnskapsår. Grunnen til at vi har falt på akkurat seks foretak, forklares gjennom oppgavens tiltenkte omfang. En analyse av en slik samfunnsansvarsrapport krever en del tid. Utvalget er basert på selskaper registrert på Oslo Børs og er tilfeldig utvalgt med virksomheter fra ulike sektorer. I analysen av rapportene vil vi se på kvalitetsendringen, med dette mener vi i hvilken grad samfunnsansvarsrapportene tilfredsstiller krav og anbefalinger til hva en samfunnsansvarsrapport burde inneholde.

2. Teori

I dette kapittelet skal vi se nærmere på det teoretiske grunnlaget for studiet vårt.

2.1 Avgrensning til teori

Teorien vi har valgt å fokusere på omhandler sentrale elementer ved samfunnsansvar og rapportering. For å belyse vår problemstilling har vi først valgt å se på teorier om samfunnsansvar, for videre å se på oppbyggingen og fremveksten av regnskapsloven § 3-3c. Vi har også valgt å se på internasjonale initiativer som kan bidra til å støtte rapporteringen sammen med andre standarder for regnskapskvalitet. For en dypere forståelse av det som fremkommer i rapportene har vi valgt å ta med teori om kommunikasjonsstrategi. De teoriene vi har valgt her, har til hensikt å gi oss økt innsikt i kvaliteten til samfunnsansvarsrapporteringen.

2.2 Hva er samfunnsansvar?

Corporate Social Responsibility (CSR), som på norsk omtales som bedriftens samfunnsansvar, er et begrep som viser hvilket ansvar næringslivet har til samfunnet. Det finnes flere definisjoner av CSR. Archie B. Carroll og Mark Schwartz definerer samfunnsansvar slik; “Samfunnsansvar dreier seg om et overlappende punkt der bedriften innfrir både økonomiske, juridiske og etiske forventninger i samfunnet” (Ihlen, 2011, s. 27).

I løpet av 2000-tallet har det blitt et økende fokus rundt samfunnsansvar. Regjeringen omtalte bedrifters samfunnsansvar for første gang i sin stortingsmelding nr. 10 i 2009 (Utenriksdepartementet, 2009). Her viser de til globaliseringen og hvilken effekt dette har hatt på bedrifter i dag. Stortingsmeldingen vektlegger at ved økt globalisering kreves det også et økt fokus på bedrifters samfunnsansvar. Mange store bedrifter opererer i land med politisk ustabilitet, utstrakt fattigdom eller korrupsjon. Her er det viktig å ha noen klare retningslinjer for hva som forventes av norske bedrifter som opererer i slike land. Videre er ikke dette ensbetydende med at man ikke trenger retningslinjer for forretningsdrift i Norge. “Samfunnsansvar er imidlertid relevant uansett i hvilke markeder bedriften opererer, også nasjonalt” (Utenriksdepartementet, 2009).

I lovendringsforslaget skriver de følgende angående forståelsen av begrepet samfunnsansvar.

Samfunnsansvar innebærer at bedrifter integrerer sosiale og miljømessige hensyn i sin daglige drift og i forhold til sine interessenter. Samfunnsansvar innebærer hva bedriftene gjør på en frivillig basis utover å overholde eksisterende lover og regler i det landet man opererer (Finansdepartementet, 2012, s. 19).

Felles for definisjonene til regjeringen og Carroll og Schwartz er at begge fokuserer på at bedriftene skal oppfylle visse forventninger utover det som kreves av loven. Det gjelder forventninger som samfunnet og interessenter har til hvordan bedriften skal operere og bidra til samfunnet. Bedriftene forventes å opptre etisk og utøve frivillig arbeid, for best mulig bærekraft i samfunnet.

Videre i denne oppgaven tar vi for oss den teoretiske oppbyggingen av samfunnsansvar og fremveksten for regnskapsloven § 3-3c.

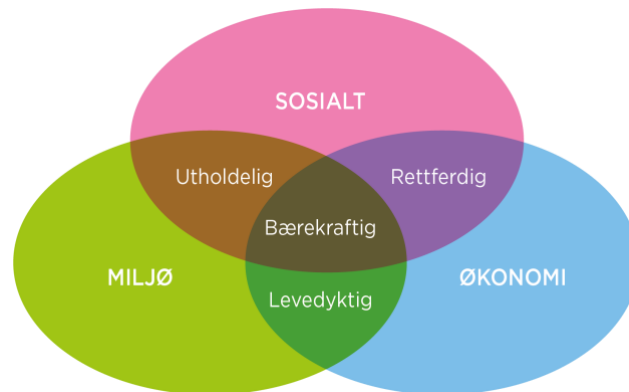
2.2.1 Den tredelte bunnlinjen:

John Elkington (1997) presenterte en teori om at bedrifters resultater ikke bare kan bestemmes av en dimensjon, nemlig regnskapet (Henriques, Richardson & Elkington, 2004). Han mente regnskapet målte bedriftens kortsiktige resultater. For videre forståelse av bedriftens resultater måtte man legge til to dimensjoner til; den sosiale dimensjonen og miljømessige dimensjonen. Ved å måle bedriftens resultater gjennom de tre dimensjonene; økonomi, sosialt og miljø, hadde man et bedre grunnlag for å uttale seg om bedriftens langsiktige overlevelse og fremtid.

John Elkington (2004) skrev i artikkelen “Enter the Triple Bottom Line” om den tredelte bunnlinjen hvor han forklarer fremveksten av NGOer (Non-Governmental Organizations), sammen med et økende fokus på miljø og samfunnsansvar (Henriques et al., 2004). Dette førte til at bedrifter ikke lenger bare kunne måle sin overlevelse ut i fra det økonomiske perspektivet. Overskudd var ikke lenger ensbetydende for beslutninger som skal tas. Hvis man ikke tar hensyn til de sosiale og miljømessige faktorene rundt bedriftens interessenter, vil dette medføre konsekvenser for bedriftens “licence to operate” (Christensen, 2016). Samfunnet har visse forventninger til at bedriftene skal gi noe tilbake til samfunnet, gjennom

frivillighet. Gjennom frivillighet vil bedriften opparbeide seg *goodwill* i samfunnet, som også er en faktor til en bærekraftig drift (Christensen, 2016).

Poenget med teorien er at et balansert forhold mellom økonomi, sosialt og miljø vil medføre en bærekraftig bedrift som er utholdelig, rettferdig og levedyktig. Forholdet mellom disse dimensjonene er illustrert i figuren under.



Figur 2.1 Den tredelte bunnlinjen

2.2.2 Carrolls CSR-pyramide

Archie B. Carroll er et kjent navn innenfor teorien om samfunnsansvar. Han har blant annet utviklet en pyramide som illustrerer organisasjoners samfunnsansvar. CSR-pyramiden inneholder fire ledd som bygger på hverandre. Pyramiden beskrevet nedenfra og opp er: økonomisk ansvarlighet, lovlighet, etisk ansvar og til slutt filantropi, som også forstås som samfunnsansvar (Christensen, 2016). Carroll brukte CSR-pyramiden til å beskrive hvordan samfunnsansvar henger sammen med driften av organisasjonen. De to nederste leddene i pyramiden; økonomisk ansvarlighet og lovlighet, er ikke frivillig for bedriften, men styrt av loven. I motsetning til de to øverste leddene i pyramiden, etisk ansvar og filantropi, er ikke direkte underlagt lovverket.

Pyramiden gir innblikk i hvilke prioriteringer man skal gjøre når det kommer til samfunnsansvar. For å utøve filantropi må organisasjonens økonomi og lovlighet være sikret før man skal fokusere på etisk atferd og deltagelse i samfunnet (Olsen & Syse, 2013).



Figur 2.2 Carrolls CSR-pyramide

2.2.3 Interessenter og interessentteori:

Interessenter blir av Freeman definert som “individer eller grupper som kan påvirke, eller som påvirkes av bedriftens aktiviteter” (Jørgensen & Pedersen, 2013, s. 59). Interessenter kan også kategoriseres som interne og eksterne. Jacobsen & Thorsvik (2013, s.165) bruker denne kategorisering i måten de anser en organisasjon. “En arena der ulike interne og eksterne interessegrupper konkurrerer om ressurser og innflytelse og forsøker å tilegne seg mest mulig av det som er av verdi for gruppen”. Interne interessenter anses som for eksempel eiere, ledelsen og ansatte. I kategorien eksterne interessenter, finner man alle andre som blir påvirket av driften. Eksempler på dette er samarbeidspartnere slik som kunder eller leverandører, offentlige myndigheter, fagforeninger og andre spesielle interessentgrupper (Jacobsen & Thorsvik, 2013).

Ihlen (2011) skiller mellom primær- og sekundærinteressenter, der primærinteressenter er de som er helt nødvendige for bedriften. Dette er altså en gruppe interessenter med stor innflytelse på virksomheten. Bedriften er avhengig av primærinteressentene, og skulle en av primærinteressentene gå imot eller ut av et samarbeid med bedriften, vil dette få store konsekvenser for bedriftens forretningsaktiviteter. Slike interessenter blir også kalt nøkkelinteressenter. Sekundærinteressenter er interessenter som påvirkes eller blir påvirket av bedriften, og relasjonen oppstår ofte som en følge av virksomhetens drift. Virksomheten er ikke direkte avhengig av disse interessentene, men de kan være med på å påvirke virksomhetens langsiktige overlevelse. Typiske sekundærinteressenter vil være offentlige myndigheter, media og andre spesielle interessentgrupper.

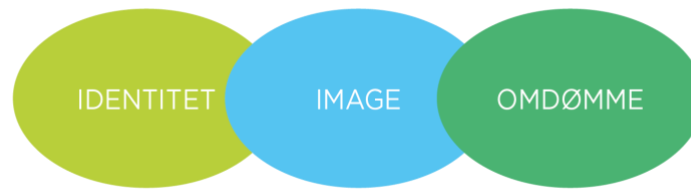
I 1984 skrev Edward Freeman boken “Strategic management. A stakeholder perspective”. Her presenterte han bedriftens relasjoner til omgivelsene rundt. I boken fremkommer det at bedrifter påvirker en rekke interne og eksterne interessenter. Freeman mener bedriften har et betydelig ansvar overfor disse interessentene, gjennom fokus på samfunnsansvar (Jørgensen og Pedersen, 2013). Ifølge Jørgensen og Pedersen (2013) omhandler samfunnsansvar hvordan interessenter blir påvirket av bedrifters eksternaliteter. Teorien “fremmer at bedrifter har et ansvar overfor interne og eksterne interessenter som påvirkes av bedriftens forretningsaktiviteter, det vil si som opplever negative eksternaliteter på grunn av forretningsdrift” (Jørgensen & Pedersen, 2013, s. 59). Eksternaliteter er effekter eller konsekvenser, både positive og negative, av bedriftens aktiviteter. Videre bygger teorien på at en kartlegging av interessenter vil fremme effekten av bedriftens samfunnsansvar, gjennom å rette fokus på de interessentene med størst påvirkningskraft, nøkkelinteressentene.

Busch og Vanebo (2001) har et annet syn på kategoriseringen av interessenter. De mener at alle grupper er viktige for bedriftens eksistens. Bedriften bør fokusere på å ha et stabilt forhold til og mellom interessentene sine. Den bør ta hensyn til de forskjellige interessene og behovene som de ulike interessentene har. Dette vil skape grunnlaget for god forretningsdrift for bedriften.

Til å oppsummere, finnes det ulike syn på hvordan interessenter kan eller skal kategoriseres, men de eniges om at interessentene har innvirkning på bedriftens overlevelsessevne. Interessentteorien konkluderer derfor med at dialog og samspill mellom bedrift og interessenter er med på å styre bedriftens overlevelse og dens grad av samfunnsansvar.

2.2.4 Omdømme

Brønn & Ihlen definerer omdømme som “omgivelsenes oppfatning av en organisasjon over tid” (2009, s. 14). Omdømme dreier seg om hvordan de rundt ser og oppfatter organisasjonen. Brønn og Ihlen mener det er nødvendig å først se på identitet og image før man kan oppnå et godt omdømme. Disse tre begrepene er knyttet tett sammen og er nært forbundet med hverandre.



Figur 2.3 Identitet, image og omdømme

Identitet er “et internt orientert kjernebegrep som sier noe om profilen og verdiene som kommuniseres av en organisasjon, og de ansattes syn på dette” (Brønn & Ihlen, 2009, s. 13). Bedriftens identitet dreier seg om hvordan bedriften ser på seg selv, uavhengig av omgivelsene.

Mellom bedriftens identitet og omdømme ligger image. Det omhandler “det umiddelbare inntrykket omgivelsene har av organisasjonen” (Brønn & Ihlen, 2009, s. 14). Det er det umiddelbare inntrykket som videre vil danne grunnlaget til bedriftens omdømme.

Disse tre begrepene er svært sammensatt, og at det finnes et samspill mellom dem er et viktig element. For å bygge et godt omdømme er det viktig at man først fokuserer på bedriftens identitet og image. For at bedriften skal være levedyktig er det viktig at bedriftens omdømme stemmer overens med bedriftens faktiske identitet (Brønn & Ihlen 2009).

Brønn & Ihlen (2009) understreker viktigheten av samfunnsansvar og tenker spesielt på folks oppfatningen av at bedriftene behandler de ansatte godt, og ikke har en negativ effekt på miljøet. Et godt omdømme kan føre til “at en får flere fornøyde og trofaste kunder og ansatte, og at en tiltrekker seg investorer” (Brønn & Ihlen, 2009, s. 212).

2.2.5 Omdømmebygging

Omdømme er et tema som er svært diskutert og det er stor enighet som at det finnes flere fordeler med å ha et godt omdømme. Det er også derfor mange av dagens virksomheter som jobber aktivt med å påvirke omdømme sitt. Brønn & Ihlen (2009)

diskuterer hvorvidt bedriftene bør jobbe med omdømmet sitt, eller om det er noe som utvikles uten at bedriften har et strategisk fokus.

Det å bygge opp et godt omdømme tar lang tid, men det å få det tapt tar kortere tid. En av årsakene til at flere bedrifter sliter med omdømme, er at det som blir kommunisert utad bedriften ikke stemmer overens med deres forventninger (Brønn & Ihlen, 2009). Det er flere faktorer som påvirker inntrykket vi har av en bedrift. I størst grad er det våre personlige erfaringer som har størst effekt på omdømme, etterfulgt av reklame og massemedia. Til tross for at det er våre egne erfaringer som påvirker omdømme, er media det mest brukt virkemiddelet (Brønn & Ihlen, 2009). Brønn & Ihlen (2009, s. 202) understreker at “omdømmebygging er avhengig av mennesker internt i organisasjonen og deres kommunikasjon med interessentgrupper”. Med andre ord, så har ansatte og andre i bedriften et stort potensiale til å påvirke omdømmet til bedriften, både gjennom kommunikasjon med samarbeidspartnere og sosiale nettverk.

2.2.6 Konkurransefortrinn

Å ha et konkurransefortrinn betyr at man sitter med ressurser og kompetanse som gir et fortrinn i forhold til konkurrentene. Eksempler på slike ressurser er arbeidskraft, teknologi, kunnskap og naturressurser. For at en ressurs skal bli til et konkurransefortrinn må bedriften klare å utnytte det potensialet de bringer (Rosland, 2017).

2.3 Regnskapsloven § 3-3c

Videre i denne oppgaven vil vi ta for oss regnskapsloven § 3-3c med bakgrunnen for loven, hvem loven gjelder for og innholdet i paragrafen til regnskapsloven § 3-3c. Finansdepartementet fremmet i desember 2012 et lovforslag om rapportering av samfunnsansvar i Norge. Lovendringen trådte i kraft fra regnskapsåret 2013, hvor store foretak måtte dokumentere sitt arbeid med samfunnsansvar sammen med årsrapporten til virksomhetene. Under vil vi gå dypere inn i bakgrunnen for lovendringen.

2.3.1 Bakgrunn for ny lovendring

Rapportering av samfunnsansvar er et bredt begrep som blir brukt til å beskrive hvordan selskaper rapporterer eksternt til sine interessenter av beslutningsnyttig informasjon som foretakene gjør (Midttun, 2013). Denne informasjonen dreier seg om tilnærming, ytelse og ambisjoner knyttet til de økonomiske, miljømessige og sosiale faktorene. Rundt 90-tallet økte fokuset på miljøutfordringer og samtidig økte fremveksten av NGOer. NGOene økte presset på organisasjonene med tanke på ansvaret de hadde for samfunnet de opererer i.

Når det gjelder rapportering av samfunnsansvar er de nordiske landene ledende, i tillegg til land som Sør-Afrika, Australia, Frankrike, Tyskland, Malaysia, Nederland og Storbritannia. I dag er det obligatorisk for store norske selskaper å redegjøre for sitt samfunnsansvar i årsberetningen (Midttun, 2013, s. 32).

I 2009 la Regjeringen frem en stortingsmelding “Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi” hvor de rettet fokus på globalisering og de effektene dette medførte for forretningsdrift i norske organisasjoner (Utenriksdepartementet, 2009). Etter denne stortingsmeldingen ble det oppnevnt en arbeidsgruppe fra Finansdepartementet til å utarbeide krav til rapportering om samfunnsansvar (Finansdepartementet, 2012).

Arbeidsgruppen til Finansdepartementet ble bedt om å ta utgangspunkt i lovendringen i den danske årsregnskabsloven. Den 16. desember 2008 ble loven om rapporteringskrav om samfunnsansvar vedtatt i Danmark. Loven trådte i kraft fra 1. januar 2009, og krevde rapportering om samfunnsansvar i årsberetningen fra og med regnskapsåret 2009. Målet med loven var å inspirere danske bedrifter til å ta samfunnsansvar eller jobbe videre med aktiviteter knyttet til samfunnsansvar. De to første årene etter loven trådte i kraft, ble det gjennomført en evaluering av effekten til lovendringen. Analysene viste en positiv effekt, selskapene hadde økt oppmerksomheten rundt samfunnsansvar. I tillegg så man en økning i bedrifter som rapporterte om samfunnsansvar (Finansdepartementet, 2012).

I regnskapsloven § 3-3a fremkommer det at “store foretak” i sin årsberetning skal rapportere om arbeidsmiljø, likestilling, diskriminering og ytre miljø (Regnskapsloven, 1998, § 3-3). Dette er begreper som går inn under definisjonen

av samfunnsansvar. Regjeringen anså imidlertid et behov for innføring av et nytt lovkrav spesifikt rettet mot bedrifters samfunnsansvar, basert på regjeringens stortingsmelding i 2009 (Finansdepartementet, 2012). I tillegg så man den positive effekten lovendringen hadde hatt i Danmark. Lovendringen i Norge trådte i kraft 1. juni 2013 med virkning fra regnskapsår påbegynt etter 31. desember 2012.

2.3.2 Hvem loven gjelder for

I regnskapsloven § 3-3c heter det at “store foretak” skal redegjøre for sitt arbeid med samfunnsansvar. Med store foretak gjelder regnskapsloven § 1-5, hvor store foretak regnes som; allmennaksjeselskaper, børsnoterte foretak og andre regnskapspliktige dersom det er fremsatt i forskriften av departement (Regnskapsloven, 1998). Det fremkommer av forarbeidet til loven at også forsikringsselskap, verdipapirforetak og verdipapirfond generelt, også omfattes av regnskapsloven § 3-3c (Finansdepartementet, 1998). Finansforetak og banker går dermed også inn under store foretak som må rapportere om samfunnsansvar. Kravet om redegjørelse gjelder ikke for datterselskap, dersom morselskapet har gitt en redegjørelse i årsberetningen til konsernet.

Totalt sett omfatter regnskapsloven § 3-3c rundt 0,077 % av virksomhetene som er registrert i Norge. Foretakene som dekkes av loven er selskaper som samlet sett har stor omsetning i Norge. Av den grunn vil disse foretakene sammen ha stor påvirkningskraft i samfunnet.

2.3.3 Innhold i regnskapsloven § 3-3c

Av lovens innhold fremkommer det at store foretak skal rapportere om fire forhold; *menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter og sosiale forhold, det ytre miljø og bekjempelse av korrupsjon*. Innenfor disse områdene skal foretakene “redegjøre for hvilke hensyn de tar for å integrere disse gjennom prinsipper, prosedyrer og standarder i sin forretningsstrategi, i sin daglige drift og i forhold til sine interessenter” (Regnskapsloven, 1998, §3-3c). Videre skal foretakene opplyse hvordan foretaket arbeider for å omsette ideene til handlinger, og gi en vurdering av resultatene ved integreringen av de fire forholdene.

Loven lyder som følgende:

Regnskapsloven § 3-3c første ledd. Redegjørelse om samfunnsansvar:

Store foretak skal redegjøre for hva foretaket gjør for å integrere hensynet til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter og sosiale forhold, det ytre miljø og bekjempelse av korrupsjon i sine forretningsstrategier, i sin daglige drift og i forholdet til sine interessenter. Redegjørelsen skal minst inneholde opplysninger om retningslinjer, prinsipper, prosedyrer og standarder foretaket benytter for å integrere de nevnte hensynene i sine forretningsstrategier, i sin daglige drift og i forholdet til sine interessenter. Foretak som har retningslinjer, prinsipper, prosedyrer og standarder som nevnt skal i tillegg opplyse om hvordan foretaket arbeider for å omsette disse til handling, gi en vurdering av resultatene som er oppnådd som følge av arbeidet med å integrere hensynene som er nevnt i første punktum i sine forretningsstrategier, i sin daglige drift og i forholdet til sine interessenter, og opplyse om forventninger til dette arbeidet framover.

Hvis foretaket ikke har retningslinjer, prinsipper, prosedyrer og standarder som nevnt, skal det opplyses om dette. (...)

I utarbeidelsen av regnskapsloven § 3-3c ble det tatt utgangspunkt i at samfunnsansvar skulle forstås gjennom frivillig arbeid for menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter og sosiale forhold, arbeid for et bedre klima og bekjempelse av korrupsjon (Finansdepartementet, 2012). For videre forståelse av lovens innhold skal vi under gi en forklaring til de fire forholdene det skal redegjøres for i følge loven.

2.3.3.1 Menneskerettigheter

I stortingsmeldingen regjeringen fremla i 2009 viste de til effekter ved økt globalisering. Her ble det drøftet om bedrifter skal stilles juridisk ansvarlig for brudd på menneskerettigheter. FN har siden 2003 arbeidet med å kartelegge bedrifters ansvar i forhold til menneskerettigheter. I stortingsmeldingen fremkommer det at regjeringen støtter FNs arbeid med menneskerettigheter (Utenriksdepartementet, 2009). Ifølge FN er menneskerettigheter “grunnleggende rettigheter alle har, uavhengig av kjønn, alder, religion eller nasjonalitet” (FN-sambandet, 2019). FN har også utarbeidet FNs verdenserklæring om menneskerettigheter som tar for seg grunnleggende rettigheter som alle mennesker skal ha. Regnskapsloven § 3-3c fremmer FNs arbeid med menneskerettigheter gjennom påkrevd rapportering av arbeid som fremmer menneskerettigheter, for store norske foretak.

2.3.3.2 Arbeidstakerrettigheter og sosiale forhold

Et rettferdig samfunn bygger på respekt for arbeidstakernes rettigheter og anstendige arbeidsvilkår. Kjernekonvensjonen er et rammeverk utarbeidet av Den

internasjonale arbeidsorganisasjonen (ILO). Arbeidstakerrettigheter er en viktig faktor for bekjempelse av fattigdom. I ILOs handlingsplan “The Decent Work Agenda” bygges prinsippene på en teori om bekjempelse av fattigdom. “Dersom fattigdom skal bekjempes, må folk få et anstendig og produktivt arbeid, hvor grunnleggende arbeidsstandarder respekteres og med en lønn man kan leve av” (Utenriksdepartementet, 2009). Regnskapsloven § 3-3c krever rapportering av store foretaks arbeid innenfor arbeidstakerrettigheter og sosiale forhold, utover det som fremkommer av nasjonal lovgivning. ILOs åtte kjernekonvensjoner regnes som et minstekrav til bedrifters samfunnsansvar innenfor arbeidstakerrettigheter og sosiale forhold (Utenriksdepartementet, 2009).

2.3.3.3 Ytre miljø

Gjennom lovgivning og miljøkonvensjoner er norske bedrifter lovpålagt å følge miljømessige retningslinjer i sine forretningsaktiviteter. I stortingsmelding nr. 10 ble det trukket frem store utfordringer knyttet til klima, biologisk mangfold og miljøgifter (Utenriksdepartementet, 2009). Hensikten med regnskapsloven § 3-3c er å øke bevisstheten og ansvaret bedriftene har for å forbedre klimautsiktene til jordkloden. Bedriftens samfunnsansvar dreier seg altså om hvordan bedrifter kan redusere miljøpåvirkningen de har og ikke bare om hva de gjør for å begrense de miljømessige virkningene av bedriftens forretningsaktiviteter.

2.3.3.4 Beskjempelse av korrupsjon

Korrupsjon er et utbredt fenomen i verden. Verdifulle ressurser går tapt og den offentlige styringen svekkes på grunn av korrupsjon. Fokus på bekjempelse av korrupsjon er derfor essensielt for utviklingen av forretningsaktiviteter på tvers av landegrensene. Norge har påtatt seg internasjonale forpliktelser til å bekjempe korrupsjon. Straffeloven §§ 276 a, 276 b og 276 c og omfatter korrupsjon i det norske regelverket. Det er ikke nok at bedrifter følger norsk lovgivning i henhold til korrupsjon i handel med andre land. Bedriftene har et samfunnsansvar som strekker seg lenger enn dette. Gjennom regnskapsloven § 3-3c sikrer man rapportering om bedrifters arbeid for bekjempelse av korrupsjon (Utenriksdepartementet, 2009, s. 32).

2.4 Internasjonale initiativer

Virksomheter som ønsker å vise samfunnsansvar har flere ulike initiativer eller standarder de kan velge å følge, både nasjonalt og internasjonalt. Ditlev-Simonsen (2014) skriver at foretak som rapporterer etter FNs Global Compact eller GRI nødvendigvis ikke tar mer ansvar for samfunnsansvar. Tvert imot viser en studie gjennomført av Fry og Hock fra 1976 at foretak som rapporterer mest om samfunnsansvar er de som blir minst oppfattet som ansvarlige for samfunnsansvar (Fry & Hock, 1976). Regnskapsloven § 3-3c viser til to internasjonale initiativ man kan støtte. Lover sier følgende:

Departementet kan i forskrift fastsette at en offentlig framskrittsrapport i henhold til FNs initiativ for samarbeid med næringslivet om en bærekraftig utvikling eller en offentlig rapport foretaket har avlagt innenfor rammeverket til Det globale rapporteringsinitiativet, kan erstatte redegjørelsen etter første ledd.
Departementet kan i forskrift også fastsette nærmere krav til slik rapportering, herunder krav om at det skal gis tilleggsopplysninger i foretakets årsberetning (Regnskapsloven, 1998, § 3-3).

Redegjørelsen for samfunnsansvar kan være helt eller delvis oppfylt dersom en velger å rapportere etter FNs initiativ eller rammeverket til Det globale rapporteringsinitiativet. FNs medlemsland vedtok 17 bærekraftsmål sent i 2015 (regjeringen, 2018). I det fem-års perspektivet vi har undersøkt har det vært økt fokus på bærekraft, vi har likevel valgt å ikke implementere FNs bærekraftsmål i denne oppgaven, da de ikke inngår i lovteksten.

2.4.1 UN Global Compact (UNGC)

I 1999 kom daværende generalsekretær i FN, Kofi Annan, med et initiativ som Global Compact vokste ut ifra. Det baserer seg på ti prinsipper som omhandler menneskerettigheter, arbeidslivsstandarder, miljø og bekjempelse av korrupsjon. Innenfor samfunnsansvar er Global Compact det mest omfattende initiativet som eksisterer (Ditlev-Simonsen, 2014). Det er enkelt å rapportere etter UNGC, det krever bekreftelse og underskrift om at bedriften skal rapportere om forbedringer ut ifra prinsippene og det er omsetningen som avgjør avgiften. UNGC bygger på ti prinsipper som er utarbeidet i samarbeid mellom FN, organisasjoner og bedrifter (Ditlev-Simonsen, 2014).

Global Compacts ti prinsipper

Menneskerettigheter

Prinsipp nr. 1: Bedrifter skal støtte og respektere vern om internasjonalt anerkjente menneskerettigheter, og

Prinsipp nr. 2: påse at de ikke medvirker til brudd på menneskerettighetene.

Standarder for arbeidslivet

Standarder for arbeidslivet

Prinsipp nr. 3: Bedrifter skal holde organisasjonsfriheten i hevd og sikre at retten til å føre kollektive forhandlinger anerkjennes i praksis,,

Prinsipp nr. 4: sikre at alle former for tvangsarbeid avskaffes,

Prinsipp nr. 5: sikre at barnarbeid reelt avskaffes, og

Prinsipp nr. 6: sikre at diskriminering i arbeidslivet avskaffes.

Miljø

Prinsipp nr. 7: Bedrifter skal støtte en føre-var-tilnærming til miljøutfordringer

Prinsipp nr. 8: ta initiativ til fremme av økt miljøansvar, og

Prinsipp nr. 9: oppmuntre til utvikling og spredning av miljøvennlig teknologi

Bekjempelse av korrupsjon

Prinsipp nr. 10: Bedrifter skal bekjempe enhver form for korrupsjon, herunder utpressing og bestikkelser.

(Utenriksdepartementet, 2009, s. 64)

2.4.2 Global Reporting Initiativ

Global Reporting Initiativ (GRI) er et initiativ som har retningslinjer for bærekraftsrapportering, eller på engelsk: *Sustainability Reporting Guidelines*. Rammeverket var tilgjengelig fra 2000, men arbeidet med det startet allerede i 1997. Etter kritikk om at rammeverket kun fokuserte på volumet av rapporteringen og ikke selve innholdet har det blitt fornyet flere ganger, og sist i 2013, da de lanserte 4. generasjon, G4. Manualer for å rapportere etter GRI finnes på dere nettsider og er nedlastbare. GRI har mange retningslinjer for rapportering og det er viktig for bedriftene at de rapporterer om det som er relevant for dem (Ditlev-Simonsen, 2014).

GRI består av 80 indikatorer som måler resultatet av de økonomiske, sosiale og miljømessige dimensjonene som det må rapporteres om. Det er gratis og frivillig å rapportere etter GRI, og rapportene utarbeides årlig og publiseres på Internett.

2.4.3 ISO 26 000

I desember 2010 ble ISO-standarden for samfunnsansvar lansert. Det er ”The International Organization for Standardization” som utgir og sertifiserer standardene. Det var i 2004 arbeidet med å utarbeide standardene begynte og rundt 500 delegater deltok i arbeidet. Standardene har identifisert syv prinsipper og syv kjerneområder for samfunnsansvar. ISO 26 000 sine syv kjerneområder er følgende: 1. organisasjonsstyring, 2. menneskerettigheter, 3. arbeidsforhold, 4. miljø, 5. hederlig virksomhet, 6. forbrukerspørsmål, 7. lokalsamfunnsengasjement og -utvikling. Sammenlignet med andre standarder som er gratis, er man nødt til å betale for ISO. I Norge er vi flinke til å rapportere etter UNGC og GRI, men vi henger litt etter når det kommer til bruk av ISO 26 000 (Ditlev-Simonsen, 2014).

2.5 Regnskaps- og rapporteringskvalitet

2.5.1 IFRS

Formålet til regnskapet er ifølge Baksaas og Stenheim (2015, s.114) at interessentene får den informasjonen de finner nødvendig for beslutninger om ressursallokering. IFRS-standardene vurderer kvaliteten på informasjonen som fremstår i årsregnskapet og har to grunnleggende kvalitetskrav for informasjonen. Kvalitetskravene kan deles inn i grunnleggende og forsterkende kvalitetskrav. Ifølge dagens rammeverk til IASB (2010) omhandler de grunnleggende kvalitetskravene relevans og troverdig representasjon (Baksaas & Stenheim, 2015, s.137). For at informasjonen skal være av nytte for interessenten må begge kravene være oppfylt. De forsterkende kvalitetskravene omhandler sammenlignbarhet, forståelighet, konsistens, verifiserbarhet og rettidighet. Disse kravene bidrar til å skille informasjonen ut i fra om den har høy eller lav beslutningsnytte (Baksaas & Stenheim, 2015, s.146).

Utover de grunnleggende og forsterkende kvalitetskravene må også kravet om kost-nytte være ivaretatt. Når regnskapet utarbeides må det tas hensyn til kost-nytte rammene; som sier at nytten av informasjon skal overgå summen av kostnaden av å innhente informasjonen (Baksaas & Stenheim, 2015, s. 148).

2.5.2 Samfunnsansvarsrapportering

Ved rapportering av regnskapsmessig informasjon plikter man til å følge god regnskapsførerskikk. I Norges regnskapsstandard finner man retningslinjer og standarder man må følge ved føring og rapportering av regnskapsmessig informasjon, som ikke direkte fremkommer av regnskapsloven. Norsk regnskapsstandard 16 (NRS 16) omhandler årsberetningen, da også rapportering av samfunnsansvar (Norsk Regnskapsstiftelse, 2018). I NRS 16 fremkommer krav til rapportering i årsberetningen, hvor det videre i dokumentet står følgende; “Kravene til innhold i redegjørelsen, fremgår av regnskapsloven § 3-3c første ledd, og bli ikke omtalt nærmere i denne standarden.”. Det er dermed ikke utarbeidet regnskapsstandard ved rapportering av samfunnsansvar annet enn det som fremgår av loven. Foretakene står dermed ganske fritt til hva de kan rapportere om i forhold til samfunnsansvar.

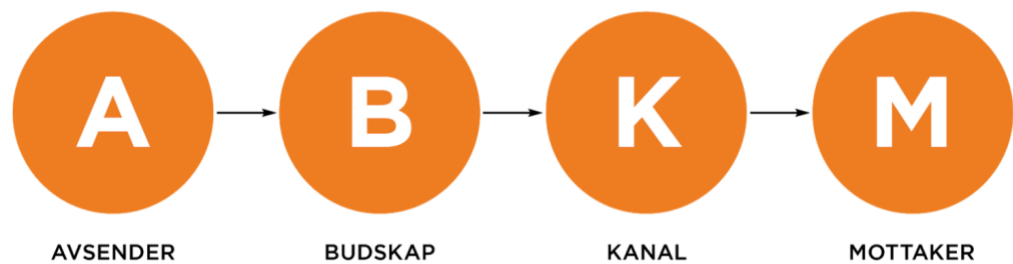
Ditlev-Simonsen (2014) skriver i artikkelen “Norske og internasjonale regler og initiativer knyttet til samfunnsansvar” om hvordan foretak kan bli påvirket av mangelen på retningslinjer og krav ved rapportering av samfunnsansvar. I artikkelen fremkommer det at “De bedrifter som rapporterer mest om samfunnsansvar er ofte de som har vært mest kritisert for ikke å være samfunnsansvarlige”. Her følger det at lengden på rapportene ikke alltid representerer antall aktiviteter bedrifter engasjerer seg i (Ditlev-Simonsen, 2014).

2.5.3 Kommunikasjonsstrategi

Når kommunikasjonen brukes til å hjelpe virksomheten med å utføre oppdrag fungerer den på et strategisk plan. Dette gjelder innenfor bestemte miljøer der både organisasjonen og deres interessentgrupper blir dekket (Brønn, Bonvik & Bang, 2015, s. 125). For å oppnå bedriftens mål er det flere kommunikasjonsstrategier som kan bidra. For å få en mest mulig effektiv kommunikasjonsprosess er det viktig at man først gjør et grundig forarbeid, der man burde ta hensyn til ulike faktorer som; interessenter, omverden, egen virksomhet både internt, eksternt og virksomhetens omdømme (Brønn et al., 2015).

For å forstå kommunikasjonsprosessen og for å kommunisere mest mulig effektivt er det nødvendig at man forstår basismodellen for kommunikasjon, som består av

avsender, budskap, kanal og mottaker. Effektiv kommunikasjon krever at man forstår mottakerne slik at budskapet blir riktig formidlet gjennom riktig kanal.



Figur 2.4 Berlos kommunikasjonsmodell (Berlo 1960)

Figuren over beskriver kommunikasjonsprosessen der man har en avsender, med et budskap som sendes gjennom en kanal, til en mottaker. Elementene i modellen er kollektivt avhengig av hverandre, der budskapet du vil få frem avhenger av hva publikum ønsker, som vil avhengig av situasjonen, publikummet og kanalen (Brønn et al., 2015, s. 165). Innholdet i budskapet følger generelt prinsippene om klassisk retorikk, der argumentasjonen skal være logisk (logos), emosjonell (patos) og troverdig (etos). Logos brukes for å vise til fakta, bevis eller påstander, der mottakeren blir overbevist og tror på hva avsenderen formidler. Etos spiller på troverdigheten og patos blir regelmessig oversatt til følelser, som blir brukt til å overtale publikum gjennom å spille på følelsene deres.

3. Metode

I dette kapittelet skal vi ta for oss de metodevalgene vi har gjort, der vi begrunner valgene våre og presenterer hvordan vi skal svare på forskningsspørsmålet.

Johannesen, Christoffersen og Tufte (2011) beskriver samfunnsvitenskapelig metode som “hvordan vi skal gå frem for å få informasjon om den sosiale virkeligheten, og ikke minst hvordan denne informasjonen skal analyseres, og hva den forteller oss om samfunnsmessige forhold og prosesser.” Her menes det hvordan vi søker etter informasjon, og hvordan vi deretter tolker og analyserer dette.

3.1 Valg av metode

Problemstillingen vår, som gir grunnlaget for metodevalg, er som nevnt tidligere:

I hvilken grad har kvaliteten på samfunnsansvarsrapporteringen endret seg etter innføringen av regnskapsloven § 3-3c?

Innenfor samfunnsvitenskapelig metode kan man velge mellom kvantitative og kvalitative metoder. Hvilken metode som egner seg best for et forskningsprosjekt avhenger av hvilke ressurser man har og hvilken problemstilling man ønsker besvart. Kvantitativ metode kan brukes dersom man ønsker å telle fenomener, men kvalitativ kan være mer hensiktsmessig dersom man vil undersøke visse fenomener man vil ha dypere forståelse i (Johannesen et al., 2011). Med andre ord måler kvantitativ metode tall og analyserer det empirisk, derimot bruker kvalitativ metode tekst, lyd eller bilde for å analysere innholdet.

I et forskningsprosjekt kan man velge mellom tre forskningsdesign; eksplorativt, deskriptivt og kausalt design. Forskningsdesignet er en skisse som skal belyse hvordan man skal besvare problemstillingen. Ved en uklar problemstilling der man ønsker mer forståelse benyttes eksplorativt design. Ved deskriptivt design kartlegger man minst en variabel og ser på forholdet mellom dem. Kausalt design tester effekten av minst en uavhengig variabel mot en avhengig variabel og tester om det er en årsakssammenheng mellom dem (Sekaran & Bougie, 2016).

Problemstillingen vår stiller spørsmål om rapportene har endret seg kvalitetsmessig, og dermed blir utgangspunktet hvilke krav loven stiller til en slik rapport. Vi vil dermed gjennomføre både kvalitativ og kvantitativ analyse av rapportene til seks foretak over to regnskapsår. For å få en dypere forståelse av samfunnsansvarsrapporteringen benytter vi oss av et eksplorativt design. Gripsrud, Olsson & Silkoset (2016) beskriver eksplorativt design som at hvis beslutningstakeren i utgangspunktet vet lite om et saksområde, kan det primære målet med en undersøkelse være å utforske temaet nærmere. På forhånd vil man da ofte ikke ha noen klar oppfatning av hvilke sammenhenger som kan trekkes og som eksisterer. Studien vår baserer seg på sekundærdata, data som er samlet inn av og for andre (Gripsrud et al., 2016).

3.1.1 Kvalitativ og kvantitativ metode

For å svare på problemstillingen vår har vi valgt å bruke både kvalitativ og kvantitativ metode. Ved bruk av kvalitativ metode ønsker vi å gå i dybden ved hjelp av mange opplysninger til tross for få undersøkelsesenheter. Dette vil gjøre det mulig å få en sammenheng og helhetlig analyse (Dalland, 2012). Siden loven gir rom for tolkning har vi kommet frem til ulike kategorier vi ønsker å undersøke nærmere. Kategoriene, som vil bli forklart i et senere avsnitt, vil bli vurdert på en skala fra 1-4. Karakterskalaen lyder som følgende:

Karakter 1: Ingen opplysninger er gitt

Karakter 2: Opplysninger oppgitt, men ikke tilfredsstillende

Karakter 3: Tilfredsstillende til en viss grad

Karakter 4: Høy grad av tilfredsstillende

Ved å anvende kvantitativ metode vil vi også kunne gå i bredden og ha muligheten til å få frem det som er felles for rapportene (Dalland, 2012). Det er ingen mal for hvordan en slik samfunnsansvarsrapport skal utformes, kun krav til hva den skal inneholde, og dermed er det mulig å sammenligne dem. Vi kommer blant annet se på antall setninger, lengde på rapporten, antall setninger med tallinformasjon med mer.

3.1.2 Sammenlignende casestudie

Vårt studie består av et utvalg på seks virksomheter og informasjonen vi innhenter kommer fra mer enn én analyseenhet, som vil si at vi tar for oss et flercasestudie (Johannesen et al., 2011). For å øke generaliserbarheten valgte vi å ta for oss seks selskaper. Gjennom et enkeltcasestudie hadde vi hatt flere begrensninger. Det er blant annet utfordrende å etablere kausale sammenhenger ved anvendelse av et enkeltcasestudie (Jacobsen 2015). Ved å ha et komparativt case vil det gjennom sammenligning av casene, være mulig å avdekke årsakssammenhenger. Like caser, ifølge Jacobsen (2015), betyr at minst to caser ligner hverandre langs en rekke dimensjoner. I vårt tilfelle er casene veldig like som gjør at antakelsen om en sammenheng vil bli styrket.

3.1.3 Innholdsanalyse

Til gjennomføringen av innholdsanalysen tok vi utgangspunkt i KPMG sin rapport om “Bærekraftsrapportering” (2018) hvor de kommer med anbefalinger til hva en bærekraftsrapport bør inneholde. KPMG nevner etablering av en god interessentdialog; utvikle konkrete mål og indikatorer; få oversikt over risiko, muligheter og utvikle strategier på bakgrunn av disse; utarbeide en åpen og balansert rapport og etablere ekstern verifikasjon; som viktige elementer foretakene bør ha med i en bærekraftsrapport. Ut i fra disse anbefalingene og ordlyden i regnskapsloven § 3-3c har vi kommet frem til fem kategorier som vi skal analysere innholdet i rapportene etter. Disse er; policy, utøvelse, mål og indikatorer, interessentdialog og åpenhet. Analysen vil ta utgangspunkt i skalaen fra 1-4 som indikerer hvor godt rapporten utfyller de forskjellige kategoriene. Under gis en forklaring til de fem kategoriene:

Policy: I lovendringsforslaget (Finansdepartementet, 2012) fremkommer det et krav om rapportering av bedriftens policy for oppfølging av samfunnsansvar. Her inngår “retningslinjer, prinsipper, prosedyrer og standarder”, knyttet til bedriftens samfunnsansvar. En rapport av god kvalitet innenfor denne kategorien anvender ord som nevnt ovenfor, tillegg til plan, integrert eller policy i sin rapport.

Utøvelse: I regnskapsloven fremkommer det at bedrifter skal redegjøre for sine aktiviteter og hvordan disse er integrert i bedriftenes “forretningsstrategier og i sin daglige drift” og “opplyse om hvordan foretaket arbeider for å omsette disse til handling” (Regnskapsloven § 3-3c, 1998). Rapporter som inneholder tiltak, iverksatte prosedyrer og lignende i sine forretningsstrategier anser vi som en god rapport innenfor kategorien utøvelse.

Mål og indikatorer: Med utgangspunkt i rapporten til KPMG (2018) og ordlyden til regnskapsloven § 3-3c (1998) må foretak komme med konkrete mål i tillegg til vurdering av resultater på tidligere mål. I våre analyser vil vi se etter bedriftenes rapportering av konkrete mål og resultater. Det vil for eksempel ikke være tilfredsstillende å vise til tiltak uten målbar effekt.

Interessentdialog: Det fremkommer av regnskapsloven § 3-3c (1998) at foretakene må redegjøre overfor sine interessenter for å oppfylle lovens krav. KPMG regner også interessentdialog som er viktig del av rapportene. Foretakene må her redegjøre for sine aktiviteter og hvordan dette påvirker sine interessenter. Her vil for eksempel gjennomføring av en interessentanalyse tilfredsstillende karakter 4.

Åpenhet: I redegjørelsen skal foretakene rapportere om hvordan de forskjellige tiltakene har blitt implementert i “i sin daglige drift”. Her må bedriftene vise til risiko, muligheter og utviklingen av implementeringen. Vurderingen av kategorien åpenhet vil by på skjønnsmessige vurderinger, hvor vi vektlegger fokuset på foretakets vurdering av risiko og muligheter.

3.1.4 Volumanalyse

Volumanalysen vår har til hensikt å måle lengden på rapportene i form av; antall ganger gitte ord blir nevnt i rapporten, antall setninger, antall setninger med tallinformasjon og antall sider på rapporten. Målet med denne analysen er å kartlegge om lengden på rapportene samsvarer med kvaliteten.

3.1.5 Analyse av rapportens troverdighet

Rapportens troverdighet er en viktig del i kartleggingen av rapportens kvalitet. Det er vanskelig å finne verktøy for måling av troverdighet, da dette er en skjønnsmessig vurdering. I analysen av rapportens grad av troverdighet ønsker vi å avdekke om man kan stole på det som står i rapportene, er det tillitsvekkende det som står der, og er det sannsynlig at informasjonen som blir gitt er pålitelig. I denne oppgaven kommer vi til å bruke et sammenligningsverktøy i Word for å sammenligne innhold i rapportene fra 2013 og 2018. Det legges til grunn at en rapport med høy grad av gjentakelse er lite troverdig og gjenspeiler lav kvalitet på rapporten.

3.2 Utvalg

Til å besvare forskningsspørsmålet vårt har vi tatt utgangspunkt i et utvalg foretak. Dette utvalget er basert på foretak som dekkes av regnskapsloven § 3-3c samt § 1-5 definisjon av store foretak. Det er i dag registrert rundt 190 foretak på Oslo børs (2019), samt at loven også omfatter finansinstitusjoner. Populasjonen består av rundt 450 foretak (Ditlev-Simonsen, 2014). Grunnet oppgavens omfang har vi bestemt oss for å ta utgangspunkt i seks tilfeldig valgte selskaper. Populasjonen er valgt ut med et ønske om å avdekke kvaliteten på samfunnsansvarsrapportene i flere sektorer. For å øke variasjonen i selskapene ytterligere ønsket vi å se på foretak av ulik størrelse. Foretakene er innenfor sektorene konsumvarer, industri, finans, kommunikasjon, eiendom og forsyning.

Det er vanskelig å sikre at utvalget er representativt når vi velger å se på seks selskaper ut fra et utvalg på ca. 450 foretak (Ditlev-Simonsen, 2014). Genaro Sucarrat (2017) uttalte i boken *Metode og økonometri: En moderne innføring*, at et utvalg er lite når $n=30$ eller mindre. I et forsøk på å veie opp for dette har vi dermed lagt vekt på variasjon i selskapene vi skal se på. Tabell 3.1 viser en oversikt over selskapene i utvalget vårt, der vi har tatt med driftsinntekter, antall ansatte og hvilken sektor de opererer i.

Tabell 3.1: Utvalget

	Driftsinntekter 2017	Antall ansatte 2017	Sektor
Orkla (Norge)	8 700 000 000	18 178 (3 226)	Konsumvarer
Aker (Norge)	41 600 000 000	20 798 (9423)	Energi
Kongsberg Gruppen (Norge)	14 490 000	6 830 (4 421)	Industri
Arendals Fossekompani	4 427 000	2 200	Forsyning
Olav Thon Eiendomsselskap	10 935 000	84	Eiendom
Gyldendal	2 060 000	1206	Kommunikasjon

3.3 Datainnsamling

Forskningsspørsmålet vårt omhandler selskapenes rapportering av samfunnsansvar og dermed blir dokumentundersøkelse vår datainnsamlingsmetode. Ved en dokumentanalyse benyttes sekundærdata, altså informasjon som ikke er hentet direkte fra kilden (Jacobsen 2015).

Sekundærdataen vi benytter oss av er samfunnsansvarsrapportene til de oppgitte selskapene fra årene 2013 og 2017/2018. Med samfunnsansvarsrapporter mener vi den delen av årsrapporten som handler om samfunnsansvar, enten den er oppgitt i eget dokument eller integrert i selve rapporten. Rapportene er offentlige dokumenter, og det kreves ingen tillatelse for å laste ned og benytte seg av dem.

3.3.1 Bruk av sekundærdata

Saunders, Lewis og Thornhill (2012, s. 332-335) identifiserer flere utfordringer ved bruk av sekundærdata. Utfordringene handler om i hvilken grad datamaterialet er egnet til å svare på problemstillingen, tilgangen og lokalisering av datamaterialet og andre etiske problemstillinger. De nevnte problemstillingene berører ikke denne oppgaven, da dataene vi skal bruke er samfunnsansvarsrapportene til foretakene. Dette er offentlige dokumenter som alle skal ha tilgang til. Rapportene er utarbeidet i henhold til regnskapsloven § 3-3c, noe som tilfredsstiller problemstillingen vår. Når det kommer til etiske problemstillinger ved håndtering av sekundærdata, vil dette være mer aktuelt ved bruk av ikke-offentlig informasjon. Siden organisasjonene må offentliggjøre sine dokumenter for å tilfredsstille lovens krav, vil vi heller ikke her møte på store utfordringer eller ulemper.

3.3.1.1 Hvorfor vi ikke har gjennomført intervjuer/spørreundersøkelser

For en dypere forståelse til dokumentanalyse kan man gjennomføre intervjuer. Ditlev-Simonsen skriver i artikkelen “From corporate social responsibility awareness to action?” (2010) at det ofte er én person i organisasjonen som har ansvar for organisasjonens arbeid med samfunnsansvar. Et intervju med slike personer kunne ha gitt oss et større innblikk i endringer som har skjedd internt i bedriften etter innføringen av regnskapsloven § 3-3c.

Videre tar vårt forskningsspørsmål utgangspunkt i nettopp endringen av samfunnsansvarsrapportering etter innføring av regnskapsloven § 3-3c. Det vil si at alt arbeid som inngår samfunnsansvar, men som det ikke blir rapportert om i samfunnsansvarsrapportertene, ligger utenfor vårt forskningsområdet. Arbeid som det ikke blir rapportert om i årsrapporten eller annen samfunnsansvarsrapport vil ikke hjelpe foretak med å innfri lovkravet i regnskapsloven § 3-3c. Vi har derfor valgt å forholde oss til den offentlige informasjonen som ligger tilgjengelig for de valgte selskapene.

3.4 Reliabilitet

“Reliabilitet dreier seg om i hvilken utstrekning en måling vil gi det samme resultatet dersom det gjentas mange ganger” (Gripsrud, et al., 2016, s. 135). Denne oppgaven baserer seg på en kvalitativ metode noe som innebærer bruk av skjønn. Det vil dermed være vanskelig for andre forskere å oppnå de samme resultatene som vi kommer frem til. For å øke reliabiliteten i denne oppgaven valgte vi å supplere undersøkelsene våre ved bruk av kvantitativ metode. Materialet vi har brukt i metodedelen vår er offentlig informasjon som alle har tilgang til, noe som medfører at andre forskere ville hatt samme materiale som utgangspunkt for sin analyse. I både den kvalitative og kvantitative metoden kan vi ha konsentrert oss om ord og kategorier forskjellig fra andre forskere, noe som kan medføre ulike resultater. Ved dokumentanalyse er det derfor vanskelig å sikre god reliabilitet til metodedelen.

3.5 Validitet

“Validitet dreier seg om hvor godt man måler det som man har til hensikt å måle” (Gripsrud et al., 2016, s. 61). I denne oppgaven valgte vi å bruke både kvalitativ og

kvantitativ metode for å øke sannsynligheten for å få frem virkeligheten i rapportene. Ved å ha definert hva vi legger i ordet “kvalitet” sikrer vi en lik forståelse av begrepet som inngår i forskningsspørsmålet vårt.

Utvalget vårt består kun av seks selskap og det er vanskelig å fremstille hele populasjonen gjennom dette relativt lite utvalget. For å øke validiteten kunne vi tatt for oss flere selskaper, men grunnet tidspress og kapasitet hadde vi ikke mulighet til å gjennomføre dette i denne oppgaven.

4. Analyse og diskusjon

I dette kapittelet vil vi ta for oss analysen av samfunnsansvarsrapportene. Målet med analysen er å få svar på problemstillingen: “I hvilken grad har kvaliteten på samfunnsansvarsrapporteringen endret seg etter innføringen av regnskapsloven § 3-3c?”. Ved bruk av de fem dimensjonene nevnt i metodedelen, de fire forholdene fra regnskapsloven § 3-3c første ledd, sammenligningsverktøyet i word og mål av hyppighet av ulike ord og setninger, vil vi gjennomføre analysen. Ved å belyse problemstillingen vår vil vi bruke teoriene vi har valgt for å komme frem til en konklusjon.

For å få en liten innledning i hva selskapene i utvalget vårt rapporterte om har vi foretatt en enkel telling av ord som fremkommer i rapportene i årene 2013 og 2017/2018. Vi har kun valgt å telle fra den delen av årsberetningen som omhandler samfunnsansvar eller fra bærekraftsrapporten dersom det er der redegjørelsen ligger. Tellingen er gjort manuelt og fravær av enkelte ord kan forekomme.

Tabell 4.1 Oversikt over ordbruken

Ord	2013	2017/2018
Samfunnsansvar	120	63
Bærekraft	87	221
Miljø (ytre miljø)	199	266
Klima	62	79
Forurens	6	8
Arbeidstakerrettigheter	29	27
Sosiale forhold	14	15
Fagforening	2	5
Bedriftshelsetjeneste	11	6
Omverden	0	1
Lokalmiljø	1	1
Korrupsjon	89	69
Hvitvask	4	22
Økokrim	2	0
Underslag	0	0
Terrofinansiering	0	0
Menneskerettigheter	44	74
Sum	670	857

Etter å ha identifisert ord som vi anser som elementære fra de fire forholdene som blir beskrevet i loven, har vi målt hyppigheten i anvendelsen av de. Vi har kun sett på de seks selskapene i vårt utvalg der alle rapportene er på norsk. Ut i fra tabellen kan man allerede nå se at det har vært en økning på 28% i bruken av alle ordene.

Det har vært en nedgang i enkelte ord, for eksempel samfunnsansvar som ble nevnt dobbelt så ofte i 2013 som i 2017/2018. Bærekraft, miljø og hvitvask er ord som er blitt anvendt i større grad i 2017/2018 enn i 2013.

Senere i oppgaven vil vi kommentere og analysere de fem kategoriene. Tabell 4.2 viser hvor godt selskapene gjorde det i kronologisk rekkefølge.

Tabell 4.2 Total kvalitet på rapportene

	Sum (av 40)	Kvaliteten på rapportene (2013 og 2017/2018)
Orkla	39	God
Aker	35	God
Kongsberg Gruppen	35	God
Arendals Fossekompani	29	Mindre god
Olav Thon	27	Mindre god
Gyldendal	24	Mindre god

Tabellen over viser summen av karakterene vi har tildelt selskapene for begge årene. En dypere gjennomgang av kategoriene samt en analyse vil følge lenger ned i dette kapittelet. Vi har valgt å dele utvalget i to og klassifisere den øvre halvparten som god og den nedre halvparten som mindre god.

4.1 Hvor ligger samfunnsansvarsrapporten?

Regnskapsloven § 3-3c opplyser om at samfunnsansvarsrapporten skal være i årsberetningen eller i et annet offentlig dokument. Dersom redegjørelsen blir gjort i et eget dokument skal det opplyses om dette i årsberetningen.

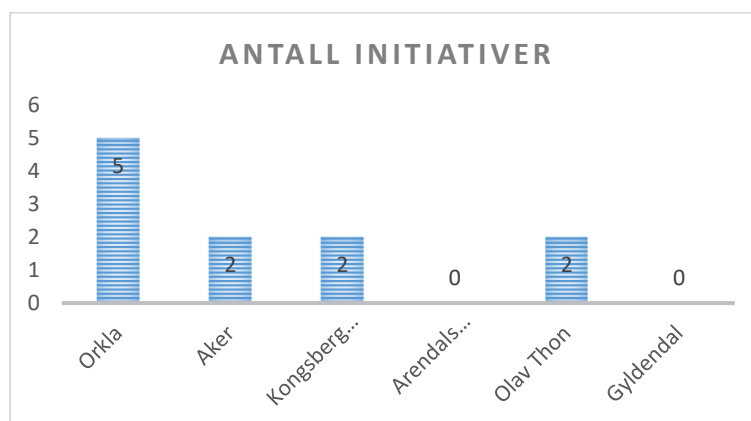
Tabell 4.3 Hvor samfunnsansvarsrapporten ligger

Hvor ligger rapporten	Integrert i årsberetningen	Eget dokument
Orkla	Begge årene	
Aker		Begge årene
Kongsberg Gruppen	2017/2018	2013
Arendals Fossekompani		Begge årene
Olav Thon		Begge årene
Gyldendal	Begge årene	

Tabell 4.3 viser hvor de ulike selskapene har valgt å fremstille samfunnsansvarsrapporten for årene 2013 og 2017/2018. Det kan være flere årsaker til at selskapene velger å ha et eget dokument for samfunnsansvarsrapporten, for eksempel lengden på rapporten. En annen årsak kan være at selskapene velger å benytte seg av flere kanaler for å fremstille rapporten. Gjennom kommunikasjonsmodellen til Berlos (1960) kan man antyde at selskapene i større grad prøver å få frem budskapet sitt gjennom flere kanaler. De selskapene som har et eget dokument for samfunnsansvarsrapporten opplyser i årsberetningen at redegjørelsen for samfunnsansvar ligger på deres nettside under samfunnsansvar. Ved å henvise til selskapets internettside “tvinger” man mottakeren til å lese dypere om hvilket arbeid selskapet gjør rundt samfunnsansvar. På den andre siden velger en del av selskapene å ha samfunnsansvarsrapporten integrert i sin årsberetning. Vi ser blant annet at Kongsberg Gruppen har gått fra eget dokument for sin redegjørelse, til å integrere den i årsberetningen. Grunnen til dette kan være at selskapet ønsker å gjøre informasjonen lettere tilgjengelig for leseren.

4.2 Støtter noen av selskapene ulike initiativer?

I følge loven trenger ikke selskapene å støtte seg opp til initiativer om samfunnsansvar. Bruk av initiativer er frivillig, men kan være nyttig for virksomheter som velger å anvendet det. For å se hvor mange standarder eller initiativer de ulike selskapene støtter, har vi søkt etter informasjon gjennom årsrapporten, samfunnsansvarsrapporten og selskapets nettside.



Figur 4.1 Antall initiativer foretakene støtter

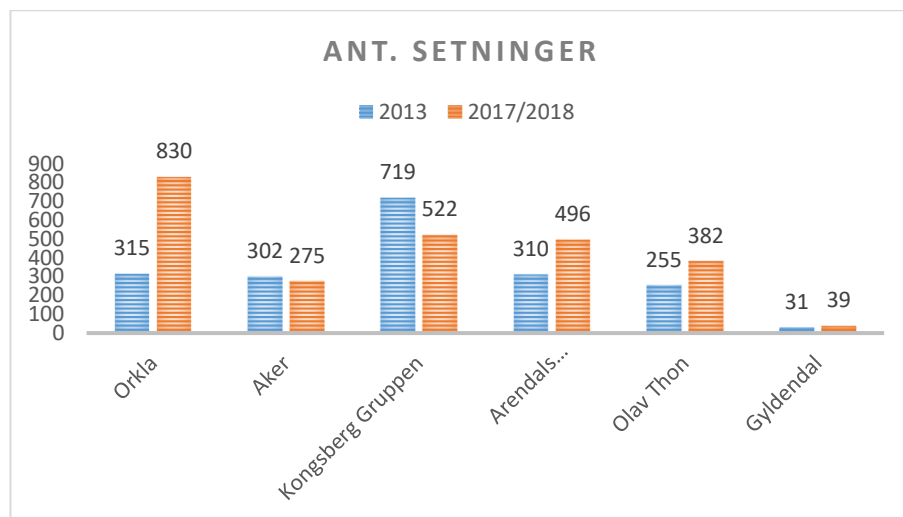
Figur 4.1 viser hvor mange initiativer selskapene i vårt utvalg støtter seg til i 2017/2018. GRI og UN Global Compact blir anvendt av alle de fire selskapene som

støtter seg til initiativer. Videre ser vi at Orkla, Aker og Kongsberg Gruppen som vi har klassifisert med “gode” samfunnsansvarsrapporter, rapporterer innenfor disse initiativene. På den andre siden ser vi Olav Thon som opplyser i sin rapport i 2013 at de for første gang rapporterte etter GRI. Videre skriver de at de har oppnådd karakter “C”, noe som tilsvarer laveste karakter. Basert på vår klassifisering av “gode” og “mindre gode” rapporter, går Olav Thon under kategorien “mindre god” i vårt utvalg. Vi ser dermed ikke en kobling mellom rapportering etter GRI og/eller initiativer og god samfunnsansvarsrapportering. Analysen vår videre vil ta for seg antall setninger i rapporten og antall setninger med tallinformasjon.

Tabell 4.4 Antall sider på rapporten

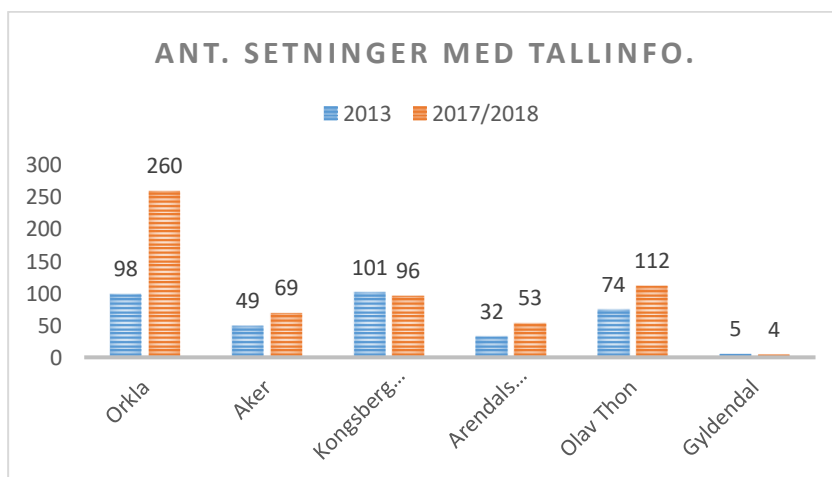
Antall sider på rapporten	2013	2017/18
Orkla	9	63
Aker	8	18
Kongsberg Gruppen	44	40
Arendals Fossekompani	8	29
Olav Thon	38	38
Gyldendal	2	3

Tabell 4.4 viser antall sider på rapportene som omhandler samfunnsansvar, vi har enten regnet hele bærekraftsrapporten eller den delen i årsberetningen som omhandler samfunnsansvar. Ut i fra tabell 4.2 og 4.4 ser vi at Orkla fikk høyest score og har samtidig den lengste rapporten, i motsetning til Gyldendal som scoret lavest og samtidig hadde færrest antall sider på sin samfunnsansvarsrapport. Det å ha en lang rapport er i utgangspunktet ikke et mål da lengden på rapporten ikke avgjør om det er en god rapport eller ikke. Ditlev-Simonsen (2014) skrev at lange rapporter kan “avskrekke” leserne. Dersom man ikke har ressurser til å lese nøye gjennom rapportene vil man mest sannsynlig ikke klare å sette seg inn i alt bedriften gjør for samfunnsansvar. Ut fra vårt utvalg og analysene gjort i tabell 4.2 og 4.4 ser vi ikke en sammenheng med lengden og kvaliteten på samfunnsansvarsrapporten.



Figur 4.2 Antall setninger

Antall setninger som vi har funnet i samfunnsansvarsrapporten eller den delen av årsrapporten som omhandler samfunnsansvar vises i figur 4.2. Det viser seg at antall setninger i rapportene har økt i fire av seks tilfeller. Våre analyser viser at antall setninger har økt med 32% samtidig som antall sider har økt med 75%. Eksempelvis ser vi at rapporten til Aker økte med 10 sider i perioden vi undersøkte, samtidig som antall setninger ble redusert med 27. Videre ser vi sideantallet i rapportene til Kongsberg Gruppen reduseres med rundt 9%, hvor antall setninger reduseres med rundt 27%. Her ser vi en tendens til økt fokus på fremstillingen av informasjonen i rapportene gjennom foretakenes kommunikasjonsstrategi. Kommunikasjonsmodellen til Berlo (1960) antyder at effektiv kommunikasjon blir påvirket av valg av kommunikasjonskanal. Selv om informasjonen fortsatt blir kommunisert i rapportene fremstilles det i større grad i bilder/diagrammer/grafar enn ren tekst i rapportene for 2017/2018.



Figur 4.3 Antall setninger med tallinformasjon

Figur 4.3 fremstiller antall setninger som inneholder tallinformasjon i samfunnsansvarsrapportene. Her er setninger med nøkkeltall, årstall og procenter tatt med i beregningene. Orkla har en økning på 165% i antall setninger med tallinformasjon i det aktuelle tidsrommet. Utenom Orkla holder de andre selskapene et stabilt nivå på antall setninger med tallinformasjon. I rapportene til Gyldendal finner vi kun 4-5 setninger med tallinformasjon for de to årene.

4.3 De fire forholdene som inngår i loven

I regnskapsloven § 3-3c fremkommer det at foretakene skal redegjøre i henhold til fire forhold; menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter og sosiale forhold, ytre miljø og bekjempelse av korrupsjon. Det anses som et minimumskrav at foretakene redegjør for de aktuelle forholdene. Generelt sett har alle foretakene i vårt utvalg redegjort innenfor disse områdene i rapportene for 2013 og 2017/2018. Likevel ser vi store forskjeller i kvaliteten på redegjørelsen i form av høyere eller lavere grad av standardformulering.

4.3.1 Menneskerettigheter

Innenfor menneskerettigheter ser vi at hyppigheten av ordet “*menneskerettigheter*” har økt med 68% i rapportene for 2017/2018 sammenlignet med 2013. Generelt har foretakene i større grad gått fra en standardformulering til en mer konkret formulering. Et eksempel på dette finner vi i Aker sine rapporter hvor de i 2013 brukte formuleringer som: “Avtalen forplikter Aker til å sikre anstendige arbeidsforhold i Aker-eide internasjonale bedrifter, i tråd med FN sin menneskerettserklæring, OECD sine retningslinjer for multinasjonale selskap og ILO sine kjernekonvensjoner.” (Aker, Samfunnsansvarsrapport 2013, s. 3). I Aker sin rapport for 2017 brukes en mer konkret og presis formuleringen. Der skriver de:

Samarbeidsavtalen fastsetter fundamentale arbeidstakerrettigheter, og referer til standarder vedrørende helse-, miljø- og sikkerhetsarbeid (HMS), avlønning, arbeidstid og ansettelsesforhold. Avtalen forplikter Aker og de industrielle selskapene til å respektere og støtte grunnleggende menneskerettigheter og fagforeningsrettigheter i de landene porteføljeselskapet opererer. Prinsippene er definert i FNs menneskerettserklæring, OECDs retningslinjer for multinasjonale foretak og ILOs erklæring om fundamentale prinsipper og rettigheter på arbeidsplassen (Aker, Samfunnsansvarsrapport 2017, s. 10).

4.3.2 Arbeidstakerrettigheter og sosiale forhold

Etter å ha undersøkt hyppigheten av ord innenfor *arbeidstakerrettigheter* og *sosiale forhold* ser vi en reduksjon på 3,5 %. Dette er ikke ensbetydende med et lavere fokus eller mindre god kvalitet på rapportene innenfor dette området. I regjeringen sin Stortingsmelding om “Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi” fremkommer det at ILOs åtte kjernekonvensjoner regner som et minstekrav til bedriftens samfunnsansvar innenfor dette området (Utenriksdepartementet, 2009). I analysen av rapportene ser vi en fremgang i selskaper som nevner ILO i sitt arbeid innenfor *arbeidstakerrettigheter* og *sosiale forhold*. I rapporten til Arendals Fossekompani nevnes ikke ILO i 2013, derimot nevnes ILO i rapporten for 2018 i redegjørelsen fra et av datterselskapene. Vi ser også en tendens til at foretakene som vi anser som “mindre gode” er dårligere på rapportering i henhold til ILOs åtte kjernekonvensjoner.

4.3.3 Ytre miljø

Rapportering av foretakenes samfunnsansvar innenfor *ytre miljø* dreier seg om hva foretakene gjør utover å begrense sine miljømessige virkninger av foretakets forretningsaktiviteter. I våre analyser ser vi at bruken av ord relatert til miljø har økt med 32% fra 2013 sammenlignet med rapportene for 2017/2018. Her er det verdt å merke seg at hyppigheten av ordet “*miljø*” (ytre miljø) har økt med 34% i samme periode. Ser man for eksempel på rapportene til Orkla for 2013 og 2017/2018 finner vi i 2013 tre tilfeller hvor ordet “*reduser*” blir nevnt i en miljømessig sammenheng. Derimot inneholder rapporten for 2017/2018 28 tilfeller av denne kombinasjonen. Generelt ser vi en økning i kvaliteten på rapportene innenfor dette området. Utvalget vårt inneholder ett tilfelle hvor kvaliteten ikke har endret seg. Vi finner fortsatt grunnlag for å kunne si at kvaliteten har bedret seg innenfor miljøperspektivet.

4.3.4 Bekjempelse av korrupsjon

Analysen av redegjørelsen innenfor korrupsjon viser forskjeller i forhold til foretakets størrelse og antall land foretaket opererer i. På generelt grunnlag har hyppigheten av ord relatert til korrupsjon gått ned fra 2013 til 2017/2018. Videre ser vi en økning i kvaliteten på rapportene for foretak som regnes å operere i en mer “utsatt” sektor. I 2013 nevner Kongsberg Gruppen ordet “*korrupsjon*” 29 ganger, derimot fremkommer ordet “*korrupsjon*” kun to ganger i Olav Thon sin rapport.

Rapportene har tendens til å være mer konkrete innenfor korrupsjonsarbeid i 2017/2018 enn i 2013. Her finnes det individuelle forskjeller, men ser man på rapportene for foretakene som regnes å ha “gode” rapporter, kommer denne sammenhengen tydeligere frem. Et eksempel på dette finner vi i rapportene fra Kongsberg Gruppen i årene 2013 og 2017/2018. I rapporten for 2013 viser de til seks punkter med mål for fremtidig arbeid for anti-korrupsjon, derimot viser rapporten for 2017/2018 til ti mål innenfor dette arbeidet.

4.4 De fem kategoriene

I denne delen av analysen har vi analysert innholdet i rapportene ut i fra fem kategorier, som vi har definert tidligere. Vi har gitt hvert av selskapene karakter for begge årene, ut i fra hvilken grad vi mener at de oppfyller de ulike kategoriene. Det vil bli fremvist eksempler fra rapportene, der vi viser til “gode” og “mindre gode” rapporter og eventuelle endringer. Resultatene har vi fremstilt i diagram 4.1 og 4.2.

Diagram 4.1 - Resultat for 2013

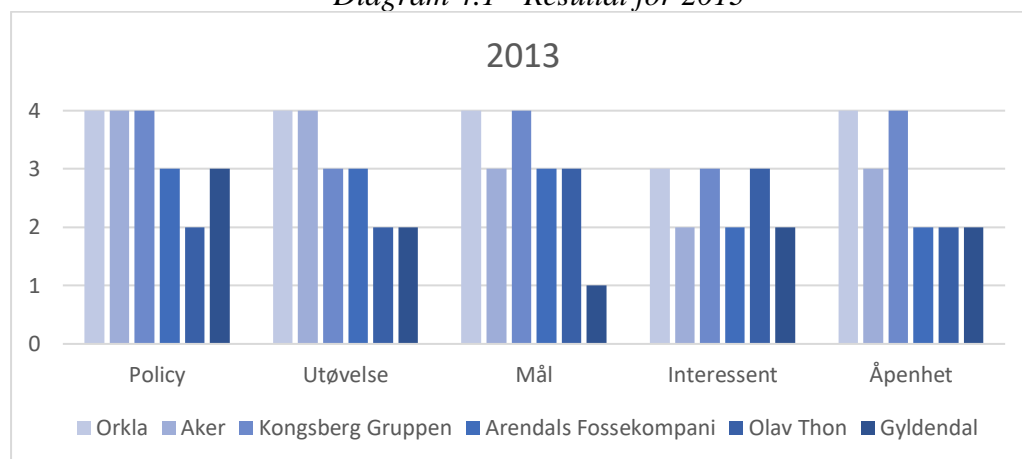
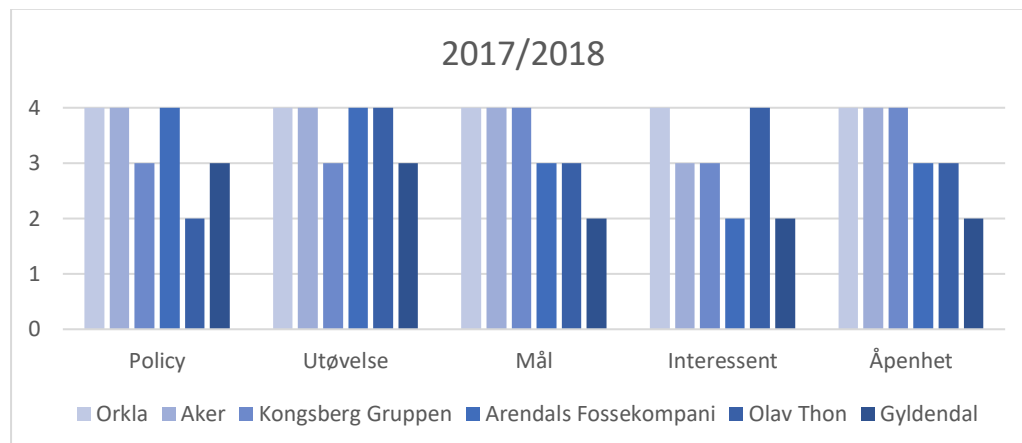


Diagram 4.2 Resultat for 2017/2018



4.4.1 Policy

Innenfor kategorien policy har vi analysert hvordan rapportene skriver om foretakets retningslinjer, prosedyrer, prinsipper og andre standarder som foretakene følger innenfor sitt arbeid med samfunnsansvar. Fra 2013 frem til 2017/2018 ser vi fra diagram 4.1 og 4.2 at utvalget vårt på generell basis har økt kvaliteten sin innenfor denne kategorien. Arendals Fossekompani var et av foretakene som gikk fra karakter 3 til 4. Under ser vi hvordan Arendals Fossekompani har økt kvaliteten gjennom mer konkret rapportering. I 2013 skrev de følgende i sin samfunnsansvarsrapport:

Markedskraft har så langt ikke hatt utstrakte forbindelser med selskaper som er etablert i land med hyppige og alvorlige brudd på menneskerettighetene. Ut i fra risikoanalysen har ikke dette temaet blitt behandlet i egne retningslinjer. Området dekkes imidlertid av formuleringen i de etiske reglene: (...) (Arendals Fossekompani ASA, 2013, s. 2-3).

I 2017 har Arendals Fossekompani en konkret beskrivelse av sine retningslinjer, som vist nedenfor. Vi anser dette som økt kvalitet av samfunnsansvarsrapportering.

Etiske retningslinjer blir gjennomgått med alle ansatte ved tiltredelse og den ansatte forplikter seg til å etterleve retningslinjene.

Markedskraft kjøper ikke inn varer og tjenester i noen særlig utstrekning fra selskap som er etablert i land med høy risiko for brudd på menneskerettighetene. Markedskraft har utarbeidet retningslinjer for innkjøp som inneholder krav til leverandørens forhold til menneskerettighetene.

Overholdelse av etiske retningslinjer følges opp, og det er ikke avdekket brudd på disse i 2018. Det er etablert et varslingsystem for brudd på retningslinjene (Arendals Fossekompani ASA, 2018, s. 5).

4.4.2 Utøvelse

Utøvelse handler om hvordan foretak opplyser om sitt arbeid med å omsette sin policy over til handlinger. Her legger vi vekt på konkrete tiltak som viser hvordan handlinger blir integrert. Standardformuleringer vil ikke anses som tilfredsstillende. Gyldendal sin rapport fra 2013 viser et eksempel på en standardformulering innenfor denne dimensjonen. Her skriver de:

Videre har GNF utarbeidet egne standardklausuler der hensynet til menneskerettigheter og bekjempelse av korrupsjon står sentralt. Avtaleklausulene pålegger partene å avstå fra all korrupsjonslignende handling, og til å respektere og ivareta menneskerettigheter overfor egne ansatte og forretningspartnere (Gyldendal ASA, 2013, s.10).

For å få innfri kravene til høyere kvalitet ser vi etter formuleringer som beskriver konkrete tiltak som foretaket har iverksatt eller implementert. Her finner vi eksempelvis rapporten til Orkla fra 2017:

Orkla gjennomfører opplæring i antikorrupsjon og konkurranserett for ledere og medarbeidere som vurderes som eksponert for risiko. I 2017 er det utarbeidet et nytt opplæringsprogram som er gjennomført i flere av selskapene (Orkla ASA, 2017, s. 105).

Orkla opplyser om konkrete tiltak de har iverksatt for å implementere sin policy til sin forretningsstrategi og i sin daglige drift.

4.4.3 Mål og indikatorer

Loven sier at samfunnsansvarsrapporten skal inneholde oppnådde resultater innenfor retningslinjer og prosedyrer (Regnskapsloven, 1998, § 3-3). Vår tolkning er at foretakene skal opplyse om mål og resultater, i tillegg til en vurdering av disse. De selskapene som har opplyst om konkrete mål og resultater, har oppnådd karakteren 4. For å kunne følge selskapets utvikling, kan selskapene vise til oppnådde resultater, der mål og indikatorer vil indikere hvordan de ligger an. Et godt eksempel her er Aker sin rapport fra 2017 der de har satt av en hel side kun for "Prioriteringer og mål" (Aker ASA, 2017, s. 16). De har delt inn målene etter samfunn, mennesker, integritet og miljø, der de opplyser om fokusområdene deres innenfor hvert område. Det kommer også tydelig frem tidligere mål, resultat for 2017 og mål for 2018.

4.4.4 Interessentdialog

I regnskapsloven § 3-3c står interessenter sentralt, og det opplyses at hensynet til samfunnsansvar skal redegjøres i forhold til foretakets interessenter. Interessenter er en sentral del av foretakets arbeid med samfunnsansvar. Likevel opplyser ikke loven konkret om hvordan foretakene skal knytte arbeidet med samfunnsansvar opp

mot sine interessenter. I 2013 var det ingen av selskapene i vårt utvalg som oppnådde karakter 4, men Orkla og Olav Thon gjorde seg fortjent til denne karakteren i 2017/2018 gjennom bruk av vesentlighetsanalyse eller interessentanalyse.

Jørgensen og Pedersen (2013) omtaler Freemans teori om interesser og samfunnsansvar. Denne teorien handler om hvordan interessenter blir påvirket av foretakets forretningsaktiviteter. Foretakene har et ansvar om å rapportere om sitt arbeid overfor interne og eksterne interessenter som opplever negative konsekvenser av foretakets drift. Ved å rette fokuset mot de interessentene med størst påvirkningskraft kan bedriften fremme effekten av sitt arbeid med samfunnsansvar. Dette er grunnen til at bruk av interessentanalyse/vesentlighetsanalyse anses som en viktig del av samfunnsansvarsrapporten. Karakter 4 innenfor kategorien interessentdialog bygger på interessenteorien til Freeman og forskning på hvordan arbeid med samfunnsansvar kan utøves på en effektiv måte (Jørgensen og Pedersen, 2013). Foretakene Olav Thon og Orkla går frem med gode samfunnsansvarsrapport for 2017/2018, likevel ser vi på generell basis at foretakene har økt sitt fokus på interessenter. Våre analyser viser at kvaliteten på rapportene har økt med 20% innenfor denne kategorien. I vårt utvalg tyder dette på et økt fokus på interessenter og interessentdialog i tråd med interessenteori.

4.4.5 Åpenhet

Det forventes at norske bedrifter viser åpenhet i arbeidet sitt med samfunnsansvar (Utenriksdepartementet, 2009). Et av målene ved rapportering av samfunnsansvar var å hjelpe foretakene til å bli mer bevisste på innholdet i rapportene, der fokuset skulle vendes mot åpenhet og interessentdialog (Finansdepartementet, 2012).

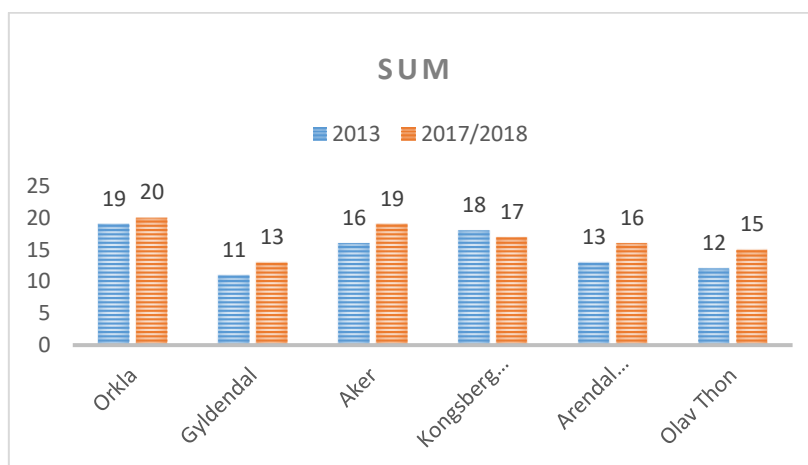
Innenfor denne kategorien vektla vi foretakenes åpenhet angående implementering av tiltak. Orkla, Aker og Kongsberg Gruppen fikk karakter 4 i 2017/2018 innenfor denne kategorien og det var ingen som leverte dårligere i 2017/2018 enn i 2013. Denne metoden har lav reliabilitet, da vurderingene er basert på skjønn.

Som nevnt over fikk Aker i 2017/2018 høyeste karakter innenfor denne kategorien. De rapporterte detaljert om en skandale for Aker BP på boreriggen Maersk Interceptor (Aker ASA, 2017, s. 4). Ved å vise en slik åpenhet rundt ulykker

innenfor selskapet viser de økt troverdighet til arbeidet som fremkommer i samfunnsansvarsrapporten. Brønn & Ihlen (2009) understreker at bedriftens omdømme blir påvirket av oppfatningen folk har om hvordan de ansatte blir behandlet. Aker plikter å rapportere om slike forhold, men dersom det hadde blitt kommunisert feil kunne det vært en påvirkende faktor til omdømmet.

4.5 Oppsummering

Under viser diagram 4.3 en oversikt over den totale karakteren de forskjellige foretakene har fått innenfor vårt utvalg. Her ser vi at alle foretakene med unntak av Kongsberg Gruppen har økt den totale karakteren på rapporten sin skrevet i 2013 mot innholdet i rapporten for 2017/2018. Videre er det verdt å merke seg at Kongsberg Gruppen generelt har god rapport, hvor de kun har gått ned én karakter innenfor kategorien *policy*. Totalt sett har karakterene i utvalget økt med 12% på rapportene i det aktuelle tidsrommet. Dette tyder på at samfunnsansvarsrapport har økt i kvalitet fra 2013 frem til 2017/2018.



Figur 4.4 Total karakter 2013 og 2017/2018

4.6 Volum og troverdighet

I denne delen av analysen skal vi undersøke troverdigheten i det som blir skrevet i rapportene. Dette er en skjønsmessig analyse hvor vi har prøvd å finne den metoden som belyser dette temaet best. Gjennom bruk av et sammenligningsverktøy i Word skal vi kartlegge foretakenes bruk av gjentakende standardformuleringer. Gjentakende standardformulering anser vi som et tegn på en lite troverdig redegjørelse hvor de aktiviteter som blir nevnt i rapporten regnes som lite holdbare og relevante.

Gjennom vår analyse av troverdigheten har vi kommet frem til at Orkla, Kongsberg Gruppen og Aker sine rapporter inneholder lite gjentakende standardformuleringer.

Olav Thon benytter seg i liten grad av tekstlikhet, hvor de avsnittene som er rammer er av liten betydning. Arendals Fossekompani har delt inn sin rapport etter de fire forholdene loven vil at man skal rapportere om, og relevante datterselskaper redegjøre for sitt arbeid under hvert forhold. Under Arendals Fossekompani sin generelle redegjørelse av de fire forholdene, blir det brukt gjentakende standardformuleringer. Videre er datterselskapenes redegjørelse innenfor de aktuelle forholdene lite gjentakende. Gyldendal er det foretaket som skiller seg ut i denne analysen. I rapportene til Gyldendal benyttes gjentakende standardformulering i svært stor grad. Sammenlikning av de to aktuelle årene viser svært høy tekstlikhet, med unntak av et par små forskjeller. Sammenlikning av de to årsrapportene viser at det har blitt lagt til tre avsnitt for å gjøre rapporten litt mer utfyllende, ellers er noen ord og noen setninger endret. I bilde 4.1 er et eksempel fra Word sitt sammenstillingsverktøy, som viser hvordan datamaterialet blir fremstilt:

Bilde 4.1. Utklipp fra sammenstillingsverktøyet der Gyldendal sine årsrapporter blir sammenlignet fra 2013 til 2018.

Gyldendal [har nulltoleranse](#) for korrupsjon og har inntatt forbud mot all korrupsjonslignende handling i flere retningslinjer og standarder. Av både GNFs og ARKs kjøreregler for [etiske retningslinjer](#) fremgår det at ingen ansatte skal ta imot gaver eller tjenester som kan sette den ansatte i avhengighetsforhold til eksterne kontakter. Videre har GNF utarbeidet egne standardklausuler der hensynet til menneskerettigheter og bekjempelse av korrupsjon står sentralt. Avtaleklausulene pålegger partene å avstå fra all korrupsjonslignende handling, og til å respektere og ivareta menneskerettighetene overfor egne ansatte og forretningspartnere. [Standardklausulene brukes aktivt i alle kontrakter med utenlandske trykkerier og forretningspartnere](#), og brudd på dem gir Gyldendal rett til å si opp avtalen med umiddelbar virkning.

Det er hittil ikke registrert korrupsjon eller brudd på menneskerettighetene tilknyttet Gyldendals ansatte, leverandører, trykkerier eller forretningspartnere.

Gyldendal sine rapporter viser høy grad av tekstlikhet, hvor “vanlig svart tekst” tilsvarer identisk formulering i de to rapportene. “Blå ord med strek under” betyr avvikende ordbruk mellom rapportene. At rapportene er såpass like over et tidsperspektiv på fem år anser vi som en svekkelse av troverdigheten til innholdet i rapporten.

En annen metode som kan øke troverdigheten til rapportene er ved hjelp av retorikkens virkemidler; etos, logos og patos. Under presenteres et utdrag fra samfunnsansvarsrapporten til Gyldendal 2018.

I tillegg setter Gyldendal krav til at leverandøren kontinuerlig oppdaterer seg i forhold til de internasjonale miljøkravene. GNF og De Norske Bokklubbene tar kontakt med leverandøren minst én gang i året for å sikre at kravene til miljøvennlig produksjon overholdes. Det er ikke registrert brudd på Gyldendals miljøkrav i 2018 (Gyldendal ASA, 2018, s. 27).

I dette utdraget finner man lite til ingen bruk av de retoriske virkemidlene. Dette er også med på å svekke troverdigheten til Gyldendal sin samfunnsansvarsrapport.

5. Konklusjon

I denne oppgaven har vi forsket på hvordan kvaliteten på samfunnsansvarrapportene til børsnoterte selskap har endret seg etter innføringen av regnskapsloven § 3-3c. Vi har tatt for oss samfunnsansvarsrapportene for 2013 og sammenlignet dem med rapportene fra 2017/2018. Ut i fra et utvalg på seks foretak har vi funnet grunn til å påstå at kvaliteten på rapportene har økt siden innføringen av regnskapsloven.

Basert på våre undersøkelser og analyser ser vi at kvaliteten på rapportene har økt eller holdt seg stabil innenfor alle kategoriene vi målte rapportene etter. Foretakene leverer mer konkrete og detaljerte rapporter i 2017/2018 enn de gjorde i 2013. Dette funnet er interessant ettersom det ikke har skjedd endringer innenfor regnskapsloven § 3-3c eller norske regnskapsstandarder i samme tidsperiode (Norsk Regnskapsstiftelse, 2018). Innenfor temaet samfunnsansvar finnes det flere teorier som kan være med på å forklare kvalitetsendringer i samfunnsansvarsrapportene.

John Elkington (1997) mente at bedriftens resultater måtte måles ut i fra tre dimensjoner; økonomi, sosialt og miljø. Han la fokus på hvordan bedrifter ikke bare kunne fokusere på sitt økonomiske resultat, men at de to andre dimensjonene også var avgjørende for foretakets suksess. Den tredelte bunnlinjen som denne teorien blir omtalt som, kan ha påvirket foretakene til økt fokus. Samfunnsansvarsrapportene har hatt en kvalitetsutvikling. En av årsakene til kvalitetsutviklingen kan være at foretakene blir eksponert for ytre påvirkning. NGOer sammen med media kan være med på å presse foretak til å ta større ansvar for sin samfunnsmessige påvirkning. Foretakene blir da presset til å fokusere på miljø og den sosiale dimensjonen i tillegg til økonomi (Henriques et al., 2004).

Samtidig ser man en generell utvikling i samfunnet hvor fokuset på samfunnsansvar har økt gjennom globalisering (Utenriksdepartementet, 2009). Eksterne interessenter som offentlige myndigheter, kunder, leverandører, fagforeninger og andre spesielle interessentgrupper (Jacobsen & Thorsvik, 2013), øker presset på foretakene. Ved innføringen av regnskapsloven § 3-3c viste offentlige myndigheter hvordan de kan påvirke foretakene til økt fokus på samfunnsansvar. Freeman's "*stakeholder theory*" legger vekt på interessentens påvirkningskraft (Jørgensen og

Pedersen, 2013). Teorien konkludere med at forholdet mellom interessenter og foretaket er avgjørende for foretakets kortsiktige og langsiktige overlevelse. Fra 2013, året regnskapsloven trådte i kraft, og frem til i dag, kan man se at interessenter har hatt en påvirkning på hvordan foretakene rapporterer om sitt arbeid med samfunnsansvar.

Freemans “*stakeholder theory*” konkluderer med at dialog og samspill mellom virksomhet og interessenter er med på å styre virksomhetens overlevelse og dens grad av samfunnsansvar (Jørgensen og Pedersen, 2013). Med utgangspunkt i Berlo’s kommunikasjonsmodell avhenger effektiv kommunikasjon, med foretakets interessenter, av hvilken kanal informasjonen blir kommunisert gjennom. Effektiv kommunikasjon oppnås ved riktig bruk av kanal. Ser vi på vårt utvalg av foretak velger halvparten av foretakene å fremstille samfunnsansvarsrapporten i et eget dokument. Dokumentet skal da ligge tilgjengelig på foretakets internettside. Ved bruk av denne kommunikasjonsstrategien må interessenten inn på foretakets internettside og blir dermed automatisk eksponert for mer informasjon om foretaket. Effektiv kommunikasjon med interessenter kan være med på å påvirke foretakets image som videre har effekt på omdømme til foretaket.

I følge Brønn & Ihlen (2009) handler omdømme om omgivelsenes oppfatning av en organisasjon over tid. I samfunnsansvarsrapportene krever loven at foretakene skal rapportere om hvordan tiltak blir implementert “*i sin daglige drift*”. Her legger vi vekt på faktorene rapportering om risiko, utfordringer og muligheter. Gjennom åpne og ærlige rapporter kan foretaket bygge opp et godt omdømme til sine interessenter. Rapportene vi analyserte forbedret seg med 15 % innenfor dimensjonen åpenhet i løpet tidsperioden vi forsket på. Dette kan forklares gjennom bedrifters ønske om å bygge et godt omdømme. Brønn og Ihlen (2009, s. 202) mener at omdømmebygging avhenger mennesker internt i organisasjonen (identitet) og deres kommunikasjon med interessentgrupper. Foretakets åpenhet vil dermed bli påvirket av måten rapportene blir fremstilt på. Ved omdømmebygging og åpenhet øker også bedriften sin sannsynlighet for å overleve etter en skandale (Brønn & Ihlen, 2009). Utviklingen av åpenhet i rapportene kan bidra til en mer bærekraftig drift.

På den andre siden ser vi en tendens til at mindre foretak i mindre grad har økt kvaliteten på samfunnsansvarsrapport fra 2013 frem til 2017/2018. I følge Carrolls pyramide må organisasjonens økonomi og lovlidighet (de to nederste nivåene i pyramiden) være tilfredsstillende før man kan bevege seg oppover i pyramiden hvor etikk og samfunnsansvar står sentralt (Christensen, 2016). Våre analyser viser at foretak med lavere omsetning legger mindre arbeid ned i sine rapporter. I samsvar med Carrolls teori om CSR-pyramiden har foretakene først fokus på å dekke de nederste nivåene i pyramiden før fokuset i større grad kan rettes mot etikk og samfunnsansvar. Det er ressurs- og tidkrevende å utforme en tilfredsstillende samfunnsansvarsrapport. Vi ser at for eksempel Orkla, som det er det selskapet med høyest omsetning i vårt utvalg, har en lang og utfyllende rapport. I motsetning til Orkla finner vi Gyldendal, som er det selskapet med lavest omsetning i vårt utvalg, med den korteste og minst utfyllende rapporten. Her ser vi en tendens til at rapporter vi anser som gode kommer fra selskaper med høy omsetning, noe som naturlig kan forklares med større påvirkning på samfunnet.

Etter å ha analysert kvalitetsendringen til samfunnsansvarsrapportene fra 2013 til 2017/2018, har vi utarbeidet noen forslag til hvordan man kan sikre bedre kvalitet for samfunnsansvarsrapportene. I dag er regnskapsloven § 3-3c (1998) åpen for tolkning. Ved å konkretisere loven, for eksempel ved å implementere regnskapsloven § 3-3c til NRS 16 gjennom utarbeidelse av standarder for rapportering av samfunnsansvar. Loven omhandler i dag kun 0,077% av norske virksomheter, men ved en mer konkret lov og utarbeidelse av standarder kan det bli enklere for små og mellomstore foretak å rapportere om samfunnsansvar. Dette vil også være i tråd med utviklingen av fokuset rundt samfunnsansvar de siste årene.

5.1 Refleksjon

Vi har i denne oppgaven prøvd å besvare forskningsspørsmålet "*I hvilken grad har kvaliteten på samfunnsansvarsrapporteringen endret seg etter innføringen av regnskapsloven § 3-3c?*". På grunn av oppgavens begrensede omfang som er satt av til denne oppgaven gjennomførte vi analyser basert på et relativt lite utvalg. Ved bruk av et større utvalg bestående av flere foretak ville våre konklusjoner vært understøttet i større grad. Våre analyser har likevel gitt et innblikk i kvalitetsendringen på samfunnsansvarsrapporteringen.

Forskningsspørsmålet vårt har blitt belyst gjennom et eksplorativt design. Denne metoden har til hensikt å skape større innblikk innenfor et tema. Forskjellige metodevalg er dermed lite utprøvd og man kan risikere å analysere forskningsspørsmålet gjennom ugunstige metodevalg. Våre analyser er basert på metoden forklart i metoddelen, vi kan likevel ikke være sikre på at dette er den beste/mest hensiktsmessige metoden å bruke til analyse av kvaliteten på rapportene. I tillegg er mange av rapportene veldig lange, hvor det også ligger en usikkerhet til at informasjon kan ha blitt oversett eller misforstått av oss.

5.2 Videre forskning

Videre forskning innenfor dette området ville vært å inkludere flere foretak i utvalget. En økning i antall analyseenheter kan gi dypere innsikt og større generaliserbarhet for funnene. Gjennom et større utvalg kan man undersøke flere sammenhenger mellom for eksempel størrelsen på foretaket og kvaliteten på rapporten. En annen mulighet kunne vært å analysere ut i fra flere kategorier.

En annen interessant vinkling kunne vært å undersøke om innholdet i rapporten reflekterer virkeligheten i det arbeidet foretakene rapporterer om. Her kunne man gjennomført intervjuer for å se om de interne prosessene har endret seg etter at lovendringen trådte i kraft. Videre kan man undersøke om foretakene benytter seg av kommunikasjonsmidler som påvirker hvordan arbeidet med samfunnsansvar blir formidlet eksternt.

Videre fremkommer det fra våre analyser at enkelte rapporter ikke tilfredsstillers lovens krav, men som likevel tilfredsstillers revisors krav til godkjenning av årsberetningen. Her kan det være interessant å forske på hvilke kriterier revisor bruker for godkjenning av samfunnsansvarsrapportene og betydning endringen av regnskapsloven § 3-3c hadde for revisorene.

Referanseliste:

- Aker ASA. (2013). Samfunnsansvarsrapport. Hentet fra:
<https://www.akerasa.com/Investor/Finansielle-og-andre-rapporter/Samfunnsansvarsrapporter>
- Aker ASA. (2017). Samfunnsansvarsrapport. Hentet fra:
<https://www.akerasa.com/Investor/Finansielle-og-andre-rapporter/Samfunnsansvarsrapporter>
- Arendals Fossekompani ASA. (2013). Samfunnsansvarsrapport. Hentet fra:
<https://arendalsfossekompani.no/investorinformasjon/generalforsamling/>
- Arendals Fossekompani ASA. (2018). Samfunnsansvarsrapport. Hentet fra:
<https://arendalsfossekompani.no/investorinformasjon/generalforsamling/>
- Baksaas, K. M. & Stenheim, T. (2015). *Regnskapsteori*. Oslo: Cappelen Damm
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Brønn, P. S. & Ihlen, Ø. (2009). *Åpen eller innadvendt – omdømmebygging for organisasjoner*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS (287 sider)
- Busch, T. & Vanebo, J. O. (2001). *Organisasjon, ledelse og motivasjon*. Steinkjer: Universitetsforlaget
- Dalland, O. (2012). *Metode og oppgaveskriving*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Ditlev-Simonsen, C. D. (2010). *From corporate social responsibility awareness to action?* *Social Responsibility Journal*, 6(3), 452-468.
- Ditlev-Simonsen, C. D. (2014). Norske og internasjonale regler og initiativ knyttet til samfunnsansvar (CSR). *Praktisk økonomi & finans*, 30(3), 191-201.

Finansdepartementet. (1998). *Forskrift om årsregnskap for banker, kredittforetak og finansieringsforetak*. (FOR-1998-12-16-1240). Hentet fra:
<https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/1998-12-16-1240>

Finansdepartementet. (2012). *Endringer i regnskapsloven og enkelte andre lover (rapportering om samfunnsansvar mv.)* (Prop. 48 L (2012-2013)). Hentet fra:
<https://www.regjeringen.no/contentassets/3bd092ea00114400b6bcf73e66b01c98/no/pdfs/prp201220130048000dddpdfs.pdf>

FN-sambandet. (2019). *Menneskerettigheter*. Hentet fra:
<https://www.fn.no/Tema/Menneskerettigheter/Menneskerettigheter>

Fry, Fred L. & Robert J. Hock. 1976. *Who Claims Corporate Responsibility? The Biggest and the Worst*. Business & Society Review (00453609) Vol. 18, s. 62.

Gripsrud, G., Olsson, U. H. & Silkoset, R. (2016). *Metode og Dataanalyse. Beslutningsstøtte for bedrifter ved bruk av JMP, Excel og SPSS*. Oslo: Cappelen Damm.

Gyldendal ASA. (2013). Årsrapport. Hentet fra:
<http://www.gyldendalasa.no/investorinformasjon/arsrapporter/>

Gyldendal ASA. (2018). Årsrapport. Hentet fra:
<http://www.gyldendalasa.no/investorinformasjon/arsrapporter/>

Henriques A., Richardson J. & Elkington, J. (2004). *The Triple Bottom Line: Does it all add up? Assessing the sustainability of business and CRS*. Earthscan: London.

IASB. (2010). *The conceptual framework for financial reporting*. London: International Accounting Standards Board.

Ihlen, Ø. (2011). *Samfunnsansvar på norsk - Tradisjon og kommunikasjon*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS.

Jacobsen, D. I. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Cappelen Damm.

Jacobsen, D. I. & Thorsvik, J. (2013). *Hvordan organisasjoner fungerer*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS.

Jørgensen, S. & Pedersen, L. J.T. (2013). *Ansvarlig og lønnsom*. Cappelen Damm AS (267 sider)

Kongsberg Gruppen. (2013). *Bærekraftsrapport*. Hentet fra:

<https://www.kongsberg.com/investor-relations/reports-and-presentations/>

Kongsberg Gruppen. (2018). *Årsrapport og bærekraftsrapport*. Hentet fra:

<https://www.kongsberg.com/investor-relations/reports-and-presentations/>

KPMG. (2018). *Bærekraftsrapportering. Norsk bærekraftsrapportering i et internasjonalt perspektiv*. Hentet fra:

<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/no/pdf/2018/norsk-baerekraftsrapportering-i-et-internasjonalt-perspektiv.pdf>

Norsk Regnskapsstiftelse. (2018). *Norsk RegnskapsStandard 16*. Hentet fra:

<http://wpstatic.idium.no/www.regnskapsstiftelsen.no/2018/02/NRS-16-Aarsberetning-februar-2018.pdf>

Regnskapsloven. (1998). Lov om regnskap (LOV-1998-07-17-56). Hentet fra:

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1998-07-17-56?q=regnskapsloven>

Midttun, A. (2013). *CSR and Beyond*. Oslo: Cappelen Damm

Olav Thon (Eiendomsselskap ASA). (2013). Samfunnsansvarsrapport. Hentet fra:

<http://www.olavthon.no/Samfunnsansvar/rapporter/rapportliste/samfunnsansvarsrapport-2013/index.html>

Olav Thon (Eiendomsselskap ASA). (2017). Samfunnsansvarsrapport. Hentet fra: <http://www.olavthon.no/Samfunnsansvar/rapporter/rapportliste/samfunnsansvarsrapport-2017/>

Olsen, J, B. & Syse, H. (2013). *Næringslivsetikk og samfunnsansvar*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Orkla. (2013). Årsrapport. Hentet fra: <https://www.orkla.no/downloads-category/arsrapporter/?s=&year=2014>

Orkla. (2017). Bærekraftsrapport. Hentet fra: <https://aarsrapport2018.orkla.no/>

Oslo Børs. (2019). Noterte selskapers hjemstat mv. Hentet fra: <https://www.oslobors.no/Oslo-Boers/Notering/Aksjer-egenkapitalbevis-og-retter-til-aksjer/Oslo-Boers-og-Oslo-Axess/Noterte-selskapers-hjemstat>

Rosland, K. (2019). *Hva menes med konkurransefortrinn?* Hentet fra <https://ndla.no/nb/node/123103?fag=102780>

Regjeringen. (2018). *FNs bærekraftsmål*. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/tema/mat-fiske-og-landbruk/mat/fns-barekraftmal/fns-barekraftsmal/id2538121/>

Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2012). *Research Methods for Business Students*. Harlow: Pearson.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. India: John Wiley & Sons Ltd.

Statistisk Sentralbyrå. (2019). Virksomheter. Hentet fra: <https://www.ssb.no/virksomheter-foretak-og-regnskap/statistikker/bedrifter>

Sucarrat, G. (2017). *Metode og økonometri: En moderne innføring*. Fagbokforlaget: Vigmostad & Bjørke AS

Utenriksdepartementet. (2009). *Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi*. (St.meld nr. 10 (2008-2009)).

WWF. (2008). Living Planet Report. Hentet fra:

<https://wwf.panda.org/?169242/Living-Planet-Report-2008>