



CSR-RAPPORTERING I OLJE- OG GASSINDUSTRIEN

- ET TVERRNASJONALT STUDIE AV 24 SELSKAPER OVER TID

Kandidatnummer 1000: Fredrik Evensen Hansen
Kandidatnummer 1001: Lene Thunshelle



Universitetet
i Stavanger

HANDELSHØGSKOLEN VED UIS
MASTEROPPGAVE

STUDIEPROGRAM:

MRRMAS – Master i revisjon og regnskap

ER OPPGAVEN KONFIDENSIELL?

(NB! Bruk rødt skjema ved konfidensiell oppgave)

TITTEL: CSR-rapportering i olje- og gassindustrien – et tverrnasjonalt studie av 24 selskaper over tid

ENGELSK TITTEL: CSR reporting in the oil and gas industry – a transnational study of 24 companies over time

FORFATTER(E)		VEILEDER:
		Mattias Hamberg
Kandidatnummer:	Navn:	
1000	Fredrik Evensen Hansen	
.....	
1001	Lene Thunshelle	
.....	

Sammendrag

De siste årene har vi vært vitne til et økende fokus på miljø- og klimautfordringer, blant annet i olje- og gassindustrien som i dag er en av verdens største industrier. Olje- og gassvirksomhet har ført til store endringer i økonomi og levekår, som igjen har medført en økende grad av fokus på forurensing og CO2-utslipp. Media, aktivister, myndigheter og politikere legger stadig mer press på selskaper om å ta mer ansvar for sine handlinger, og selskap holdes ofte ansvarlige for de sosiale konsekvensene av deres aktiviteter. I dagens samfunn har selskaperens samfunnsansvar (Corporate Social Responsibility) fått ny aktualitet.

Selskapers rapportering av CSR omhandler rapportering av selskapspraksis som tar for seg deres interaksjoner med samfunnet og miljøet, så vel som deres filantropiske og etiske forretningsstrategier, og anses å være en viktig komponent av selskapers rapportering. I likhet med CSR, har også rapportering av CSR opplevd en utvikling. I teorikapittelet presenteres teorier som anvendes til å begrunne forskjeller i selskapers CSR-rapportering. Basert på teorigjennomgang danner vi oss to hypoteser, som vi tester gjennom statistisk analyse. Ved bruk av deduktiv tilnærming foretas en tverrnasjonal analyse av selskapers nivå av CSR-rapportering i deres årsrapporter. Utvalget er 24 selskaper fra seks forskjellige land over tre valgte år.

Gjennom analysen finner vi, i likhet med tidligere forskning, at det eksisterer forskjeller i selskapers nivå av CSR-rapportering i årsrapporter. Vi ser at det eksisterer forskjeller mellom store, mellomstore og små selskap. Vi finner at styringssettet i et samfunn påvirker selskapers nivå av CSR-rapportering i årsrapporter, men i motsetning til tidligere forskning viser ikke våre funn at styringssett er en forklarende faktor på ulike nivåer av CSR-rapportering i årsrapporter. Funnene viser til at nasjonalt nivå av økonomisk utvikling er en forklarende faktor for selskapers nivå av CSR-rapportering, ved at det er høyere nivå av CSR-rapportering i land med lavere BNP. Videre viser funnene at det kan være forskjeller mellom store og mellomstore selskapers nivå av CSR-rapportering i 2018. Fra funnene ser vi at de store selskapene rapporterer mer enn de mindre selskapene. Dette støtter til dels tidligere forskning, som argumenterer for at å vite selskapets størrelse gir nyttig informasjon for å forutsi en virksomhets CSR-rapportering.

Førord

Masteroppgaven i regnskap og revisjon er et resultat av vår toårige masterutdannelse ved Universitet i Stavanger. Arbeidsprosessen har vært utrolig lærerik og spennende, samtidig som deler av prosessen har vært krevende.

Vi ønsker å rette en stor takk til de som har hjulpet oss gjennom denne prosessen. En takk rettes til vår veileder Mattias Hamberg for veiledning, gode råd og anbefalinger. Vi vil også gi vår takknemlighet til Universitetet i Stavanger for deres gode hjelp og imøtekommenhet.

Stavanger, 24. juli 2020

Fredrik Evensen Hansen

Lene Thunshelle

Innholdsfortegnelse

Liste over tabeller	5
Liste over figurer	5
1.0 Introduksjon.....	6
1.1 Bakgrunn.....	6
1.2 Selskapenes samfunnsansvar	8
1.2.1 Økende interesse for CSR og CSR-rapportering	8
1.3 Formålet med studien.....	9
2.0 Bakgrunn	11
2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)	11
2.1.1 Historikk CSR.....	15
2.1.2 Utviklingen av CSR-rapportering	18
2.1.3 Utvikling av CSR i olje- og gassindustrien i India, Kina, Norge, Russland, Storbritannia og Norge.....	20
2.1.3.1 India	21
2.1.3.2 Kina.....	23
2.1.3.3 Norge.....	24
2.1.3.4 Russland.....	25
2.1.3.5 Storbritannia.....	26
2.1.3.6 USA.....	26
2.1.3.7 Regelbaserte eller relasjonsbaserte styringssett	27
2.2 Hvorfor driver selskap med CSR?	28
2.2.1 Regulatoriske krav og mål	29
2.2.2 Omdømme og merkeverdi	30
2.2.3 Kapitaltilgang.....	32
2.2.4 Konkurransefortrinn.....	32
2.2.5 Risiko- og konkurransereduksjon	33
2.3 CSR i olje- og gassindustrien.....	34
2.4 Oppsummering.....	35
3.0 Teori.....	37
3.1 Introduksjon til rapportering	37
3.1.1 Generell rapportering (disclosure in general)	39
3.2 Teorier som kan forklare CSR-rapportering	42
3.2.1 Prinsipal-Agent teori (Agency Theory)	42

3.2.2 Legimitetsteori (Legitimacy Theory).....	44
3.2.3 Interessenttilnærming (Stakeholder Theory)	45
3.2.4 Sosial kontraktsteori (Social Contract Theory).....	46
3.2.5 Signaliseringsteori (Signalling Theory).....	47
3.2.6 Institusjonell teori (Institutional Theory).....	49
3.6 Oppsummering av teoriene	51
3.3 Hypoteser	54
3.3.1 Hypotese 1	54
3.3.2 Hypotese 2	55
4.0 Metode	57
4.1 Introduksjon	57
4.2 Metodetilnærming og forskningsdesign.....	57
4.2.1 Utvalg for studien	59
4.3 Analytisk strategi	71
4.3.1 Analyse av årsrapporter	71
4.3.2 Operasjonalisering av variabler for nivå av rapportering	73
4.4 Kvalitet.....	76
4.5 Kildekritikk	76
4.6 Oppsummering.....	77
5.0 Empiriske funn og resultater.....	78
5.1 Resultater fra analyse av årsrapportene	79
5.1.1 Endring og utvikling i antall sider i årsrapportene.....	79
5.1.2 Endring og utvikling i miljøfokus.....	82
5.1.3: Endring og utvikling i fokus på bærekraft.....	85
5.1.4: Endring og utvikling når det kommer til fokus på samfunnsansvar	88
5.1.5 Oppsummerende drøfting av analyse av årsrapporter	92
5.2 Resultat fra test av hypotese 1.....	96
5.3 Resultat fra test av hypotese 2.....	100
5.4 Oppsummerende drøfting av test av hypotese 1 og hypotese 2.....	102
6.0 Konklusjon.....	103
6.1 Konklusjon fra den empiriske analysen	103
6.2 Reliabilitet og validitet.....	104
6.3 Implikasjoner for vår studie, samt forslag til videre studier	105
7.0 Litteraturliste	107

Tabell 1. Governance Environment Index (GEI)	27
Tabell 2. Oljeproduserende land 2020.....	60
Tabell 3. Utvalgte norske oljeselskap.....	64
Tabell 4. De 24 analyserte selskapene fra de seks valgte landene	67
Tabell 5. Historiske årlige data – råoljepriser	69
Tabell 6. BNP per innbygger.....	75
Tabell 7. Selskap kategorisert etter størrelse basert på inntekt i 2018	78
Tabell 8. Resultat endring og utvikling i antall sider i årsrapportene.....	79
Tabell 9. Gjennomsnittlig antall årsrapporter fordelt på selskapsstørrelse	80
Tabell 10. Poengskår endring/utvikling i antall sider i årsrapportene.....	81
Tabell 11. Antall poeng fordelt på selskapsstørrelse.....	82
Tabell 12. Resultat antall ganger ordet miljø er nevnt i årsrapportene fordelt på selskap	83
Tabell 13. Poengskår utvikling i antall ganger miljø er nevnt i årsrapportene.....	84
Tabell 14. Resultat antall ganger ordet bærekraft er nevnt i årsrapportene fordelt på selskap	86
Tabell 15. Poengskår utvikling i antall ganger bærekraft er nevnt i årsrapportene.....	88
Tabell 16. Resultat antall ganger samfunnsansvar er nevnt i årsrapportene	90
Tabell 17. Poengskår /utvikling i antall ganger samfunnsansvar er nevnt i årsrapportene	92
Tabell 18. Resultat variabel 1 til 4	95
Tabell 19. CSRrap	96
Tabell 20. Korrelasjonsmatrise.....	97
Tabell 21. Modell 1 - Modelloppsummering	98
Tabell 22. Modell 1 - Koeffisienter.....	98
Tabell 23. Modell 2 - Modelloppsummering	99
Tabell 24. Modell 2 – Koeffisienter	99
Tabell 25. Modell 3 - Modelloppsummering	99
Tabell 26. Modell 3 - Koeffisienter.....	100
Tabell 27. Modell 4 - Modelloppsummering	100
Tabell 28. Modell 4 - Koeffisienter.....	101
Tabell 29. Modell 4 - ANOVA	101
Figur 1. Carrolls pyramide for CSR	13
Figur 2. CSR-begrepet.....	15
Figur 3. Råoljepriser: Endringer fra 2007 til 2020	68
Figur 4. Verdens samlede CO2-utslipp	70
Figur 5. FNs bærekraftsmål.....	70
Figur 6. Antall ganger miljø er nevnt i årsrapportene per år etter selskapsstørrelse	82
Figur 7. Antall ganger bærekraft er nevnt i årsrapportene per år etter selskapsstørrelse	85
Figur 8. Antall ganger samfunnsansvar er nevnt i årsrapportene per år etter selskapsstørrelse.....	89
Figur 9. Antall ganger samfunnsansvar er blitt nevnt i årsrapportene fordelt på land	91

1.0 Introduksjon

1.1 Bakgrunn

Corporate Social Responsibility (CSR) rapportering omhandler rapportering av bedrifters selskapspraksis som faller utenfor de aktivitetene som normalt omtales i selskapenes offentlige regnskap. I nyere tid anses denne type rapportering for å være en måte selskap presenterer sine filantropiske og etiske forretningsskikker, samtidig som selskapene har kunnet rapportere om deres interaksjoner med samfunnet og miljøet. De siste tiårene har denne type frivillig rapportering blitt en standard forretningsprosess for selskap (Weber et al., 2016).

Det eksisterer flere standarder i markedet som omhandler CSR-rapportering. Den mest kjente er Global Reporting Initiative (GRI). I starten på 2000-tallet var det ifølge Ballou et al. (2006) cirka 1000 selskap fra over 60 land som var registrert i GRI og følgelig benyttet GRI-prinsippet ved rapportering (Tsalis et. al., 2020). En undersøkelse utført av KPMG i 2017 viser at 63% av verdens 100 største selskaper, og 75% av Global Fortune 250 (G250) bruker GRI ved rapportering (KPMG, 2017).

Parallelt med økning i frivillig rapportering, har verdens miljø- og klimautfordringer de siste tiårene til stadighet satt sitt preg på dagsordenen (Tsalis, Nikolaou, Konstantakopoulou, Zhang, & Evangelinos, 2020). Samfunnet og miljøet er i endring, og det kommer stadig flere miljøhensyn som må ivaretas. Barack Obama, tidligere president i USA, omtalte endringene som; *“No challenge poses a greater threat to future generations than climate change”* (CNN, 2015). Rapporten fra FN¹ konkluderer med at vi trenger umiddelbare tiltak hvis vi skal unngå drastisk temperaturstigning på grunn av CO₂-utslipp. Klimautslippene må halveres de neste 12 årene for å begrense den globale temperaturøkningen til 1,5 grader ifølge FNs klimapanelers rapporter fra høsten 2018. Ved å begrense den globale temperaturøkningen til 1,5 grader, vil man redusere faren for humanitære konsekvenser som vannmangel og havnivåstigning (Miljødirektoratet, 2018).

Som en del av samfunnet, har selskapene samfunnsansvar. Selskapene er nødt til å endre deres tilnærming til bærekraft som følge av endringene i samfunnet. Spørsmål hva angår

¹ FN er en global internasjonal organisasjon grunnlagt i 1945 med hovedformål å unngå krig i fremtiden (Knudsen & Ravndal, 2020).

selskaper og større aktørers mulighet til å bidra, og hva selskapers samfunnsansvar innebærer, blir i denne sammenheng aktuelle. Samtidig er det viktig for selskapene å vise endringene i tilnærming til bærekraft, da gjennom rapportering av CSR. Konsernsjef i Norges største energiselskap Equinor mener at *«(...) , vi både kan og vil gjøre mye mer. Som en del av energibransjen må vi være en del av løsningen for å bekjempe klimaendringene og bidra til avkarbonisering, i takt med hvordan samfunnet endrer seg»* (Equinor, 2020).

Forskning omkring Corporate Social Responsibility (CSR), på norsk referert til selskapenes samfunnsansvar, har de siste tiårene blomstret i takt med selskapers rapportering av CSR-aktiviteter og dens informasjonsverdi har blitt sett på som kompletterende til selskapers finansielle rapportering (Gallego-Alvarez & Quina-Custido, 2016). Rapportering av informasjon om selskapets CSR-aktiviteter anses som nyttig for å forbedre kommunikasjon med interessenter, så vel som nåværende og fremtidige investorer og aksjonærer (Gallego-Alvarez & Quina-Custido, 2016). Nasjonale og internasjonale lover, regler og normer har vært en påvirkende kraft i rapporteringen, blant annet innføring av EUs CSR-direktiv. Ulike juridiske og politiske miljøer har bidratt til å påvirke rapporteringen på tvers av selskaper og bransjer. I dagens samfunn har rapportering av CSR opplevd en globalisering og fått ny aktualitet. Rapportering påvirkes av både industrieffekter, samt geografisk lokalisering, herav også omfang av regulering (Lattemann et al., 2009).

Olje- og gassindustrien er i dag en av verdens største industrier, og har de siste tiår blitt preget av en hurtig vekstrate. Industrien kjennetegnes av høy grad av risiko, som i seg selv kan medføre ulykker og resultere i humanitære- og miljømessige katastrofer. Som følge av industriens ubestridelige miljøpåvirkning, dens betydning i global geopolitikk, samt dens dominans av noen få store multinasjonale selskaper og statlige selskaper, opplever olje- og gassindustrien stadig økende interesse (Berkowitz et al., 2016). Få bransjer har opplevd det samme eksterne presset på å utvikle standarder og policyer når det gjelder samfunnsansvar som nettopp olje- og gassindustrien. Olje- og gassindustrien er i dag den største leverandøren av verdens energi, og verden er fremdeles sterkt avhengig av fossil energi, hvor kull og olje er de dominerende energikildene. Industrien har, som hovedleverandør av energi hatt en sentral rolle i utviklingen av CSR-begrepet.

Olje og gass vil trolig være dominerende energibærere i hvert fall 50 – 100 år til. Industrien er syklisk, med både oppturer og nedture. Det globale energibehovet øker raskere enn fornybar energi kan erstatte og vi vil fremover ha behov for produksjon av olje og gass. Det blir desto

viktigere å tenke på miljøet siden olje- og gassindustrien ikke vil forsvinne med det første. Studien har tatt utgangspunkt i olje- og gassindustrien for å se på olje- og gassselskapers nivå av CSR-rapportering, og hva som påvirker fokuset i rapporteringen til både selskap og land.

1.2 Selskapenes samfunnsansvar

Selskapers samfunnsansvar er ikke et nytt tema. Selskap har fra et historisk ståsted sett på bærekraft og samfunnsansvar som en kostnad eller forpliktelse som bremser effektiviteten og hindrer utvikling av økonomisk vekst.

Den mer tradisjonelle oppfatningen av et selskaps primærere samfunnsansvar handlet om at selskapet skulle maksimere sin profitt, og gjennom det bidra med sin andel av samfunnsansvar. Allerede i 1970 presenterte Milton Friedman sine tanker omkring selskapenes samfunnsansvar, da han publiserte artikkelen «*The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*» i The New York Times Magazine (Friedman, 1970). Artikkelen dannet grunnlaget for den tradisjonelle oppfatningen. Friedman (1970) uttalte at den eneste sosiale forpliktelsen et selskap har er å maksimere profitt, så lenge de holder seg innenfor samfunnets normer og rettsstaten. Ifølge Friedman (1970) vil selskap som har fokus på andre ting enn å maksimere profitt, ha høyere kostnader enn andre selskaper.

De senere tiår har den tradisjonelle oppfatningen av selskapers samfunnsansvar blitt «erstattet» av et mer helhetlig syn der selskapene er store bidragsytere i samfunnet gjennom velferd og økonomisk vekst. Ledere har begynt å oppfatte selskapers bærekraft som en nødvendighet, som videre har bidratt til å gradvis omdefinere måten virksomheter tolker og skaper verdier på (Ludema et al., 2012). Utviklingen har blitt oppmuntret og drevet av høyere forventinger og krav fra ulike interessenter som igjen har stilt høyere krav til nivå om åpenhet i rapportering av selskapenes aktiviteter (Fischer & Sawczyn, 2013). Tilveksten av forskjellige standarder for rapportering av bærekraft (GRI - Global Reporting Initiative), samt strengere offentlige forskrifter som EUs Direktiv 2014/95EU – gjerne omtalt som EUs CSR direktiv (EU, 2014) har også bidratt til denne utviklingen.

1.2.1 Økende interesse for CSR og CSR-rapportering

På slutten av 1900-tallet og begynnelsen av 2000-tallet opplevde flere selskap ulykkerelaterte hendelser, som skapte en økende interesse for selskapers samfunnsansvar og deres CSR-rapportering.

Den 24. mars 1989 grunnstøtte det amerikanske tankskipet Exxo Valdez i Prince William sundet, ca. 4 mil utenfor Valdez i Alaska. Konsekvens av grunnstøtingen ble en lekkasje på 42 millioner liter olje som på grunn av vind og dårlig vær spredte seg over store områder (NRK, 2009; Aftenposten, 2010). Den 20. april 2010 skjedde det en eksplosjon på Deepwater Horizon i Mexicogulven, som resulterte i en miljøkatastrofe. 11 personer mistet livet og enorme mengder olje lekket ukontrollert i Mexicogulven. British Petroleum, oljeselskapet som drev plattformen, friga sin granskningsrapport i ettertid av ulykken. Der kom det frem at ulykken kom til som en konsekvens av mekaniske svikter, dårlige beslutninger, operasjonell gjennomføring og lagarbeid (Dagens Næringsliv, 2010).

Flere internasjonale selskaper har blitt konfrontert med rapporter om dårlige arbeidsforhold og bruk av giftige kjemikalier i lavkostland² (Coombs & Holladay, 2015). Som følge av dette har flere selskap tatt til seg viktigheten av selskapenes samfunnsansvar og inkorporert samfunnsansvar gjennom en forståelse av at konkurransedyktigheten til et selskap, samt helsen og tilstanden til samfunnet er sammenblandet (Porter & Kramer, 2011).

CSR dreier seg om mer enn selskaps innretning etter lovpålagte lover og regler, noe som fremkommer fra en mye brukt CSR-definisjon av EU-kommisjonen: «*the responsibility of enterprises for their impacts on society*» (European Commission, 2011). Det er en økende oppfatning blant selskap om at suksess og aksjonærverdi ikke utelukkende kan oppnås gjennom å maksimere kortsiktig fortjeneste, men heller gjennom en markedsorientert og ansvarlig oppførsel. Med andre ord skal ikke selskap bare maksimere profitt, men også ta sin del av samfunnsansvaret. Selskap er oppmerksomme på at de kan bidra til bærekraftig utvikling av drift på en slik måte at man øker aksjonærverdien gjennom økonomisk vekst, samtidig som man har fokus på samfunnsansvar. EU-kommisjonen påpeker at CSR får en voksende rolle i forhold til selskapenes konkurransedyktighet (European Commission, 2011).

1.3 Formålet med studien

Formålet med studien er å undersøke utviklingen i selskapers nivå av CSR-rapportering i årsrapporter. Analysen gjennomføres ved å studere årsrapportene til 24 olje- og gasselskap (både store, mellomstore og små, kjente og mindre kjente) fra seks land (India, Kina, Norge, Russland, Storbritannia og USA) for årene 2008, 2013 og 2018. Vi ønsker å undersøke i

² Lavkostland er land med lave produksjonskostnader i forhold til velstående land (Det Norske Akademis Ordbok, 2020).

hvilken grad selskapers nasjonale tilhørighet og størrelse påvirker selskapers nivå av CSR-rapportering i årsrapporter over valgte år. Senere i oppgaven vil valg av år, antall selskap og hvorfor valgte selskap, samt hvilke land det har blitt fokusert på utdypes.

Det forventes en positiv utvikling i rapportering av CSR over de valgte årene, samtidig som man forventer ulik grad av rapportering mellom selskapene. Vi ønsker å se om selskapenes hjemland har stor betydning. Nordiske land har sterkt fokus på sosiale aspekter, mens amerikanske selskaper kjennetegnes som mer aksjonærbevisste. Videre ønsker man å se til hvorvidt selskapenes størrelse har betydning for nivå av CSR-rapportering.

Med utgangspunkt i teori ble to hypoteser utledet, hvorav hypotesene testes gjennom analyse. Formålet og de to hypotesene belyses gjennom en deduktiv tilnærming. Flere variabler ble definert for å kunne teste hypotesene. For hver variabel gis en poengskår utfra bestemte kriterier, som bidrar til å gi en deskriptiv analyse av innsamlede data. Teorier presentert i kapittel 3 vil benyttes til å underbygge funnene. En rekke korrelasjons- og regresjonsanalyser i SPSS gjennomføres, for å se hvorvidt faktorer som selskapers nasjonalitet og størrelse kan være med på å forklare endringen, utviklingen og eventuelle forskjeller i selskapers nivå av CSR-rapportering i deres årsrapporter. Analysen baseres i all hovedsak på selskapenes årsrapporter.

I første del av studien skisseres CSR-begrepet og CSR-rapportering, dets utvikling, påvirkning og utbredelse. Deretter presenteres olje- og gassindustrien, for så å vise til bruken og rapportering av CSR i industrien. Studien bidrar påfølgende med mer informasjon om hvordan CSR rapporteres av de utvalgte selskapene i studiet, da spesifikt i olje- og gassindustrien. Hensikten bak og ønsket med studien, er å bidra til en større forståelse av olje- og gasselskapers nivå av CSR-rapportering i en tverrnasjonal sammenheng.

2.0 Bakgrunn

Formålet med oppgaven er myntet på å undersøke endringer i selskapers rapportering av CSR. Første del av kapittel 2 omhandler en introduksjon av CSR-begrepet, og videre en gjennomgang av utviklingen av CSR-begrepet. Etter introduksjonen følger en skissering av utviklingen av CSR-rapportering, før årsaker og motiver til at selskap driver med CSR-aktiviteter presenteres. Avslutningsvis belyses CSR i olje- og gassindustrien, samt utviklingen av utviklingen av CSR i India, Kina, Norge, Russland, Storbritannia og USA.

2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Hva innebærer det å være samfunnsansvarlig? Forskere og akademikere har diskuterte dette i flere tiår, men har enda ikke kommet frem til en klar definisjon av CSR. Konseptet om selskapenes samfunnsansvar kan sies å omfatte de generelle forventingene fra mennesker og samfunn om at virksomheter i det moderne samfunn har ansvar som går utover forpliktelser overfor investorer og aksjeeiere i selskapet. Med andre ord handler CSR om selskapers ansvar utover selskapet selv, dets aksjonærer og interessenter. Toukabri et al. (2014) argumenterer for at flere selskaper integrerer moralske verdier og integritet i sin daglige drift og styring, samtidig som de har utviklet etiske koder og således er blitt mer observant på deres rolle i å løse samfunnsøkonomiske problemer. Videre nevner Toukabri et al. (2014) at selskapers samfunnsansvar kan være at selskaper fremmer egen helse og sikkerhet for sine ansatte, men også beskyttelse av miljøet, bekjempelse av korrupsjon samt at menneskerettigheter er opprettholdt i lokalsamfunnene der de utøver virksomhet. Forskere har forsøkt å undersøke karakteristika ved samfunnsansvarlige selskaper. Philips og Claus (2002) understreket at begrepet samfunnsansvar forekommer oftere i bransjer med høy produkt differensiering³ og sterk differensiering. McWilliams og Siegel (2001) argumenterer at graden av samfunnsansvar avhenger av selskapers størrelse, graden av diversifisering, forskning og utvikling, nivå av markedsføring, salg, forbrukere, markedsforhold samt dens livssyklus. Videre argumenterer Toukabri (2007) at kommunikasjon av samfunnsansvar er en nødvendighet for samfunnsengasjerte selskap.

Selv om CSR også gjelder mindre selskaper, er det ofte store og gjerne multinasjonale selskap som får fokus. Dette kan ses i sammenheng med at store selskap er mer synlige, og i tillegg

³ Produktdifferensiering er produsentenes individualisering av sine produkter for å skille dem ut fra konkurrentene (Stoltz, 2014).

har mer makt i samfunnet. Større selskap har ofte flere eiendeler og ressurser til å gjøre miljømessige og sosiale forskjeller, noe samfunnet er klar over. Visser et al. argumenterer for at jo mer makt en virksomhet har, jo mer ansvar følger (Visser et al., 2010).

En klassisk definisjon som det ofte refereres til i litteraturen er fra Davis i 1973 «What companies do to contribute in the society beyond what is stated by law» (Davis, 1973). En nyere definisjon er nevnte EU-kommisjonen som definerer CSR følgende: “*a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis*” (EU-kommisjonen, 2002). Fra EU-kommisjonen i 2011 fremkommer en litt mer «presis» definisjon; «*the responsibility of enterprises for their impacts on society*” (EU-kommisjonen, 2011). Fra de nevnte definisjonen ser man klart at CSR omhandler mer enn hva som er pålagt et selskap av lover og regler.

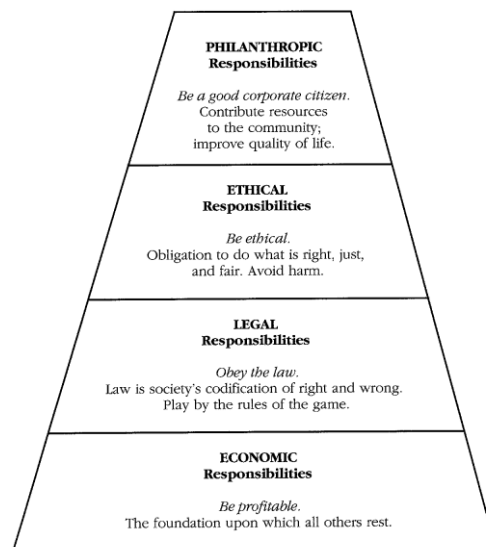
For å kunne forstå begrepet CSR er det viktig å forstå forholdet mellom et selskap og det omkringliggende samfunnet. I tillegg er det viktig å forankre dette i strategiene og aktivitetene til selskapene. Porter og Kramer (2006) påpeker at næringsliv og samfunn trenger hverandre. En vellykket virksomhet er avhengig av et sunt samfunn, og visa versa. Dette begrunnes med at muligheter for god utdanning, helsehjelp og like muligheter er avgjørende for å tilegne seg produktiv arbeidskraft. Det er viktig å operere med sikre produkter og trygge arbeidsforhold, for å tiltrekke seg både arbeidsgivere og forbrukere, og samtidig redusere risikoen for ulykker og kostnadene som følger med. Porter og Kramer argumenterer for at en sterk regjering, rettsstat og eiendomsrett er viktig for at en organisasjon skal fungere og utvikle seg i samfunnet, som også er for effektivitet og innovasjon, samtidig som det beskytter både forbrukere og konkurrerende selskaper fra utnyttelse (Porter & Kramer, 2006).

Visser et al. (2010) argumenterer for at CSR dekker fire aspekter ved samfunnet, som igjen har egne forventninger til hvilket ansvar selskap har overfor dem. CSR dekker de økonomiske, juridiske, etiske og skjønsmessige eller filantropiske forventningene samfunnet har til organisasjoner på ett gitt tidspunkt. Definisjonen kombinerer de tradisjonelle økonomiske og juridiske forholdene med en nyere og mer sosial retning på grunn av etikk og filantropi (Visser et al., 2010). Visser et al. (2010) understreker viktigheten av den økonomiske delen. Enhver institusjon i det moderne samfunnet har et ansvar for å produsere varer og tjenester som samfunnet ønsker og trenger, samt å selge dem med fortjeneste for å kunne overleve i et nasjonalt og internasjonalt konkurransedyktig miljø. Selskaper som ikke

opptrer bærekraftig vil bli irrelevante for samfunnet, og kan ende opp med å bli presset ut av samfunnet (Visser et al., 2010). Det juridiske aspektet går ut på at det moderne samfunnet forventer at selskaper overholder lover og regler. Samfunnet forventer at de økonomiske fordelene selskapene oppnår, gjøres innenfor de juridiske rammene som er fastsatt (Visser et al., 2010). De to gjenværende faktorene kjennetegner ansvaret som selskapene egentlig ikke trenger å utføre for å overleve, men som utgjør til sammen det som forventes av dem utover lover og regler. Det etiske ansvaret er det som forventes av selskaper å engasjere seg i på grunn av etiske normer og regler i samfunnet (Visser et al., 2010). Den siste faktoren er de filantropiske. De filantropiske er handlinger gjort av ledelsen og selskapet, og omtales som å handle til det beste for andre, uten å tenke på økonomisk vinning (Visser et al., 2010).

Vissers et al. (2010) definisjon av samfunnsansvar tar utgangspunkt i Carrolls publiseringer. Carroll (1991) argumenterer også for at det er fire typer samfunnsansvar som til sammen utgjør totalt samfunnsansvar: økonomisk, juridisk, etisk og filantropisk. Disse har ifølge Carroll (1991) alltid eksistert i forretningsverdenen. Videre argumenterer Carroll (1991) for at de kan ordnes som en pyramide:

Figur 1. Carrolls pyramide for CSR



(Carroll A. , 1991).

På bunnen av pyramiden finner vi den økonomiske delen av et selskaps samfunnsansvar. Dette kan ses i sammenheng med "Maslows behovshierarki"⁴ (1943), hvor bunnen utgjør den grunnleggende og viktigste overlevelsesfasen i samfunnet. Alt annet ansvar er følgelig basert på selskapets økonomiske ansvar (Carroll, 1991; Maslow, 1991). Det forventes at selskap følger forskriftene og lovene i samfunnet når de utøver virksomhet. Det juridiske ansvaret blir sett på som "kodifisert etikk", med grunnleggende instruksjoner og rettferdige handlinger, utviklet av lovgiverne i samfunnet (Carroll, 1991). Det etiske ansvaret omfatter aktiviteter som forventes av samfunnsmedlemmer, selv om de ikke er lovfestet. Carroll (1991) argumenterer for at etisk ansvar gjenspeiles i ønsker og bekymringer hos selskapets interessenter. Forventningene fra interessenter som ansatte, aksjonærer, forbrukere og samfunnet er viktige for selskapet å omfavne, for å respektere og beskytte interessenters moralske rettigheter (Carroll, 1991). Carroll (1991) oppsummerer dette slik; *"In another sense, ethical responsibilities may be seen as embracing newly emerging values and norms society expects business to meet, even though such values and norms may reflect a higher standard of performance that is currently required by law"* (Carroll (1991)).

Etisk ansvar er nest øverste nivå i CSR-pyramiden. Carroll argumenterer for at etisk ansvar bør ses på som et dynamisk samspill med det forrige nivået; det juridiske ansvaret. Dette skyldes at det juridiske ansvaret stadig utvides til et nytt nivå, basert på forventninger fra samfunnet. På toppen av pyramiden er det filantropiske ansvaret. Ansvaret er i samsvar med samfunnets forventninger om at selskaper skal oppføre seg som gode borgere. Carroll (1991) argumenterer for at de viktigste forskjellene mellom etisk og filantropisk ansvar er at samfunnet ikke forventer at selskap skal "handle" filantropisk i etisk eller moralsk forstand. Samfunnet ønsker at selskap bruker penger og tid til å bidra i humanitære programmer, men de ser ikke på et selskap som uetisk hvis det ikke gir ønsket nivå på disse initiativene. Filantropiske ansvarsområder blir sett på som en frivillig faktor på grunn av dette (Carroll A. , 1991).

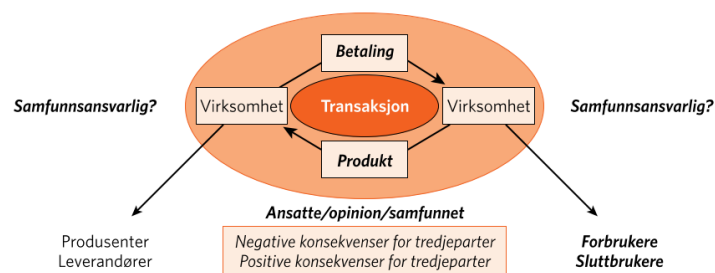
Pyramiden viser at de fire hovedfaktorene i CSR samlet sett utgjør en helhet, med det økonomiske ansvaret som den grunnleggende byggesteinen. Carroll (1991) argumenterer for at konseptene ikke er gjensidig utelukkende, med andre ord er det eksempelvis ikke ment å likestille et selskaps økonomiske ansvar med øvrige ansvar. Når en leder vurderer

⁴ Maslow presenterer et behovshierarki, illustrert gjennom en pyramide. Behovspyramiden søker å finne frem til grunnleggende behov som kan forklare vår atferd og motivasjon (Mørch, 2019).

komponentene hver for seg, er det imidlertid lettere å se forskjellige typer forpliktelser som er i en dynamisk prosess med hverandre.

Selskapets interesser strekker seg lenger enn til det som umiddelbart kan knyttes til selskapet. Verdiskapning fra selskap påvirker også tredjeparter, ikke bare de direkte involverte partene. Crouch (2006) argumenterer for at det er viktig å skille mellom de effektene som er direkte relatert til selskapets egne transaksjoner med kontraktspartnere, altså de effektene kontraktspartnere har på hverandre, og de effektene som transaksjonen med kontraktspartnere har på tredjeparter. For å få en bedre og dypere forståelse av CSR-begrepet er det hensiktsmessig å se til modellen som Laudal og Mikkelsen (2014) presenterer. Figur 2 illustrerer forholdet mellom virksomheter, transaksjoner og tredjeparter.

Figur 2. CSR-begrepet



(Laudal & Mikkelsen, 2014)

Dette kan videre eksemplifiseres ved at Selskap 1 kjøper tjenester fra Selskap 2. Umiddelbart ser det ut til at det er kun to aktører involvert i transaksjonen, dog vil innkjøp, produksjon, forbruk og eventuelle videresalg direkte være påvirket og påvirke tredjeparter. Ifølge Crouch (2006) viser selskap samfunnsansvar ved å forbedre sine effekter på tredjeparter. Porter & Kramer (2006) hevder at dersom man legger til den sosiale dimensjonen i selskapers verdiskapning, vil man kunne se CSR fra et strategisk ståsted. På den måten kan selskaper gjøre samfunnsansvar til en integrert del av den overordnede strategien i selskapet (Porter & Kramer, 2011).

2.1.1 Historikk CSR

For å få en bedre forståelse av hva som motiverer selskapers engasjement i CSR-aktiviteter, er det sentralt at man har et innblikk i hvordan CSR har utviklet seg gjennom årene. De aller

tidligste indikasjonene på et mer sosialt fokus kom i de avsluttende fasene av den industrielle revolusjonen. Lenge hadde Taylorismen⁵ og standardisering av arbeidsoppgaver vært en lønnsom og ikke minst effektiv måte å oppnå gode finansielle resultater. Arbeidere og ansatte ble sett på som et tannhjul i et større maskineri, og de var ofte spesialisert og opplært til å utføre en spesiell oppgave gjentatte ganger. Arbeidssikkerheten, og hensynet til natur og miljø var nær ikke-eksisterende. Etter hvert begynte befolkningen å se hva slags konsekvenser selskapets strategier hadde på ansatte og miljøet. Flere innovative industrialister forsøkte å bedre arbeidsforholdene, ved å blant annet innføre lunsjrom, fasiliteter på fabrikkene, samt fordeling av overskudd. Motivene bak innføringene er fremdeles uvisst. Det strides om hensikten var å bedre arbeidsforholdene til de ansatte, eller om den bakenforliggende tanken var at ved å innføre lunsj på lunsjrom kunne føre til høyere effektivitet. Likeledes gikk det over et halvt århundre før fokuset skiftet fra den enkelte ansattes velferd til et mer samfunnsmessig perspektiv (Carroll A. B., 2008).

Litteratur på området viser til at det var først på 1950-60 tallet at bevegelsene rundt CSR på ordentlig begynte (Godfrey & Hatch, 2007; Carroll, 1991). Det var først i etterkrigstiden at en mer moderne form for CSR utviklet seg. Forretningsmannen Howard R. Bowen utga i 1953 «Social Responsibilities», og det er av flere ansett som noe av det første som er publisert av moderne CSR. Bowen argumenterer for at et selskaps beslutninger har direkte innflytelse på det som foregår på utsiden av selskapets vegger. Han stilte seg spørsmålet: «*What responsibilities to society might businessmen reasonably be expected to assume*»? (Howard R. Bowen (1953), gjengitt i Carroll, 1999, side 270).

1960-tallets kulturelle revolusjon, kombinert med en mengde litteratur innenfor lovgivning førte til at CSR-begrepet utviklet seg. En merkbar dreining i forskjellige forretningspraksiser ble lagt merke til, herav filantropi, arbeidsforhold og relasjoner mellom ansatte. Davis (1960) og Fredericks (1978) var viktige bidragsytere til arbeidet med CSR, gjennom en formalisering av begrepet. I tillegg var de noen av de første som hevdet at samfunnsansvarlige investeringer kan gi et selskap langsiktige fordeler. CSR ble beskrevet som den delen av ledelsens beslutninger som går utover organisasjonens økonomiske eller tekniske interesser (Davis, 1960; Carrol, 1999).

⁵ Taylorismen er betegnelse på en metode for planlegging av produksjon under industrialiseringen (Vårdal, 2019).

Utover 1970-tallet opplevdes en videre utvikling og eskalering av CSR-bevegelsen, og det dukket opp offentlige debatter vedrørende etablering av holdninger og policyer som kunne hjelpe selskaper å ta mer hensyn til miljøet. Healds (1970) forståelse av selskaps sosiale ansvar var på linje med det forskere presenterte i løpet av 1960-tallet. Han argumenterte for sin forståelse av sosiale ansvar ved; «*meaning of the concept of social responsibility for businessmen must finally be sought in the actual policies with which they were associated*» (Heald, 1970, s. xi). Forskere begynte å introdusere «interessenttilnærming» (stakeholder theory) i relasjon til CSR, noe som førte til at selskapenes rolle ut i samfunnet ekspanderte, fordi en også så til selskap i forhold til interessenter. Dette gjaldt både leverandører, kunder og samfunnet rundt. Johnson (1971) forklarte dette ved; “*A socially responsible firm is one whose managerial staff balances a multiplicity of interests. Instead of striving only for larger profits for its stockholders, a responsible enterprise also takes into account employees, suppliers, dealers, local communities, and the nation*” (Johnson, 1971, s. 50). 1970-tallet var også et tiår hvor mange forskere og forfattere forsøkte å understreke viktigheten av ledernes implementering av CSR som en del av organisasjonen. Flere hevdet at CSR måtte inkorporeres som en del av planleggingen (Carroll, 1999). Endringer i eierstrukturer påvirket også selskapers syn på CSR. Selskap gikk fra å ha en til gjerne flere aksjonærer (Carson & Kosberg, 2003).

Begrepet «bærekraftig utvikling» ble introdusert i rapporten «Vår felles framtid» fra 1987. Rapporten ble utgitt av Verdenskommisjonen for miljø og utvikling, nedsatt av FNs generalsekretær Javier Pérez de Cuéllar. Lederen av kommisjonen var Gro Harlem Brundtland, og kommisjonen omtales ofte som Brundtland-kommisjonen. Formålet med kommisjonen var at den skulle «*løse både fattigdoms- og miljøproblemer, og bidro til å forandre måten vi tenker om miljø- og utviklingsspørsmål*» (FN-sambandet, 2019). Gjennom 1980-tallet vokste behovet for å videre avgrense og definere CSR som et begrep. I tillegg vokste komplementære teorier frem, som politiske teorier, forretningsetikk og interessentteorier. Sentrale forskere innenfor CSR-området var R. Edward Freeman og hans publikasjoner om interessentteori, samt nevnte Archie B. Carroll med sin CSR-pyramide. Forskning innenfor området for CSR fokuserte nå mer på hvordan selskaper kunne implementere CSR i sine virksomheter, samt hvordan CSR kunne påvirke selskapers lønnsomhet.

I dagens samfunn har CSR fått en ny aktualitet. De siste årene har en form for globalisering av CSR særlig kommet til uttrykk, med en dreining i måten selskap driver sine forretninger på. Åpenhet, rettferdighet og etikk har vært sentrale strategiske mål for flere av verdens ledende selskaper.

2.1.2 Utviklingen av CSR-rapportering

Utviklingen av CSR-begrepet har ført til at man i dag ser en økning i antall selskap som rapporterer sine CSR-aktiviteter. Morsing (2006) definerer CSR-kommunikasjon som «*communication that is designed and distributed by the company itself about its CSR efforts*». Informasjonen tar sikte på å skape bevissthet omkring selskapets aktiviteter med formål å skape et positivt bilde av selskapet og dets fokus på samfunnsvennlige aktiviteter. Det sentrale er å vise til at det eksisterer et gjensidig gunstig forhold mellom selskapet og de sosiale faktorene som former miljøet som selskapet driver sine aktiviteter i (Morsing, 2006).

CSR-rapportering kan ifølge Nehme og Wee (2013) spores helt tilbake til oldtiden. Selv om konseptet om bedrifter og virksomheter dukket opp senere, inneholdt lovsamlinger fra Babylonske⁶ tider et element av samfunnsansvar. Eksempelvis, dersom en byggherre reiste et hus, som senere raste og drepte noen, skulle byggherren bøte med sitt eget liv. I moderne tid bemerker Nehme og Wee (2013) at Levi Strauus & Co allerede i 1850 rapporterte at selskapet var forpliktet til å levere et kvalitetsprodukt, samt tilby de beste mulige arbeidsforholdene for sine ansatte. Nehme og Wee (2013) argumenterer for høyprofilerte kollapser som Enron og Lehman Brother, kombinert med en økende bekymring for klimaendringer har bidratt til økt oppmerksomhet rundt selskapers samfunnsansvar, og ikke minst behovet for riktig CSR-rapportering. Forskere henviser ofte til selskapenes nettsteder, årsrapporter og annen tilgjengelig litteratur på og utenfor internett som kilder til CSR-informasjon (Tewari, 2011). Fellestrekkene for disse er at alle når ut til et bredt spekter av interessenter (Esrock & Leichy, 2000). De forskjellige mediene benyttes til rapportering og kommunikasjon av CSR og kan ifølge Tewari (2011) kategoriseres som interne og eksterne medier. De interne inkluderer nyhetsbrev, intranett, etiske koder samt interne tematiske rapporter, mens de eksterne verktøyene vedrører rapporter, konferanser og møter, markedsføring og nettsteder. Utviklingen av internett har gjort det lettere for interessenter og brukere av

⁶ Gammel babylonsk tid (ca. 2000 – 1550 fvt.), mellombabylonsk tid (ca. 1530 – 1100 fvt.) og det nybabylonske rike (ca. 620 – 539 fvt.) (Barstad & Groth, 2019).

rapporter til å få tilgang til informasjon om selskapets sosiale- og miljømessige resultater, som har ført til at interessenter har begynt å intensivere press på selskaper om å være mer miljømessige (Nehme & Wee, 2008).

Global Reporting Initiative (GRI)⁷ er et FN initiativ som presenterer de såkalte GRI-standardene. De første GRI-standardene ble introdusert i 2000, og i 2016 lanserte de deres første globale standarder for bærekraftig rapportering (GRI, 2020). Standardene utgjør retningslinjer for rapportering av en rekke økonomiske, miljømessige og sosiale forhold. GRI-prinsippene tar for seg menneskerettigheter, arbeidslivsstandarder og miljø- og antikorrupsjon, og er prinsipper som selskaper bør følge, dersom de ønsker å jobbe aktivt med samfunnsansvar (GRI, 2019).

EU-kommisjonen omtaler i sin rapport fra 2011 hvordan selskap kan forbedre sin rapportering. Det argumenteres for at rapportering av sosial- og miljørelatert informasjon, herunder klimarelatert informasjon, kan lette og forbedre forholdet mellom selskap og interessenter. Med andre ord argumenteres det for at agent-prinsipal problemer kan reduseres ved økt åpenhet, i tillegg til at eventuell bærekraftsrisiko lettere kan bli identifisert. Videre kan det bidra til ansvarliggjøring, samt øke tillitt fra offentligheten. Kommisjonen vektlegger at informasjonen bør være vesentlig, samt kostnadseffektiv å innhente (EU-kommisjonen, 2011).

Gjennom CSR-direktivet⁸ har EU-kommisjonen for alvor satt CSR på dagsordenen. Direktivet pålegger rapporteringskrav knyttet til sosiale- og miljømessige krav. Medlemsland er forpliktet til å innføre og implementere CSR-direktivet. Dette gjelder også norske selskaper, gjennom EØS-avtalen. For norske selskaper er de fleste krav som ble innført gjennom direktivet allerede ivare tatt gjennom regnskapsloven §3-3c «Redegjørelse om samfunnsansvar».

Trenden ved at stadig flere selskap retter fokus mot samfunnsansvar, er ikke bare tilstedeværende blant vestlige selskaper. Flere og flere selskaper opplever global vekst, og blir multinasjonale. Som følge av dette må selskapene håndtere og ta hensyn til

⁷ Global Reporting Initiative (GRI) er en internasjonal uavhengig standardorganisasjon som hjelper selskap, myndigheter og andre organisasjoner å forstå og kommunisere deres innvirkning på spørsmål som klimaendringer, menneskerettigheter og korrupsjon (GRI, 2020).

⁸ Direktiv 2014/95EU, gjerne omtalt som EUs CRS direktiv, ble vedtatt i EU 22. oktober 2014, med gjennomføringsfrist i EU 6. desember 2016.

samfunnsutfordringer utenfor sine egne landegrenser. Frynas (2009) argumenterer for at jo større og mer multinasjonale selskaper blir, jo større samfunnsansvar har selskapene i områdene de opererer i. Frynas (2009) viser til at multinasjonale selskaper involverer seg i CSR-relaterte aktiviteter hvor de opererer.

Engasjementet rundt CSR forekommer på forskjellige måter, og med ulike beløp. Schnidheiny et al. sin bok fra 2002 tar utgangspunkt i 69 casestudier, og spesifiserer tre tilnærminger til kommunikasjon av CSR, og kategoriserer de følgende; «Talk the talk», «Walk the talk» og «Talk the walk». «Talk the talk» forstås med et selskap som kommuniserer om sine CSR-aktiviteter, men ikke klarer å vise til noen handling. Selskapet klarer ikke å leve opp til deres egen kommunikasjon utad, men ved hjelp av sterk og målrettet kommunikasjon klarer de å informere samfunnet og deres interessenter. Videre omtaler Schnidheiny et al. «Walk the walk» som en type selskap som har gjennomført flere CSR-aktiviteter, samtidig som de både praktiserer og kommuniserer dette utad. Kommunikasjonen støtter seg på aktivitetene. Til sist presenterer Schnidheiny et al. «Talk the walk». «Talk the walk» er særegne selskaper som først om fremst jobber for å integrere deres CSR-aktiviteter med selskapets andre aktiviteter. Deretter skaper de og kommuniserer informasjon om deres CSR-aktiviteter for å forbedre verdien av selskapet. Schnidheiny et al. finner at de fleste selskaper kommer inn under kategorien «Talk the talk» eller «just walk», en kategori hvor selskapene er involvert i CSR-aktiviteter, men ikke klarer å kommunisere det utad (Schnidheiny et al., 2002). Utover kommunikasjon av CSR-aktiviteter, gjerne gjennom global markedsføring og PR-kampanjer, ser man at selskap stadig utarbeider nye operasjonelle tiltak hva gjelder CSR. Det kan være finansielle tiltak som investeringer i fornybare ressurser eller investeringer i lokale samfunnsutviklingsprosjekter, i tillegg til engasjement i ikke-statlige eller non-profit organisasjoner (Utting & Ives, 2006).

2.1.3 Utvikling av CSR i olje- og gassindustrien i India, Kina, Norge, Russland, Storbritannia og Norge

I oppgaven undersøkes endringer i selskapers rapportering av CSR, ved å studere olje- og gasselskaper i flere land. I økende grad har forskere begynt å undersøke CSR på tvers av land, med utgangspunkt i kommunikasjon av CSR. Flere studier viser til at omfanget, innholdet og selve rapporteringen av CSR er forskjellig mellom selskap, men også mellom land (Maignan & Ralston, 2002). Mesteparten av tidligere studier som er utført har fokusert på utviklede land (Bennett, 1998; Maignan & Ralston, 2002; Margolis et al., 2007) men de siste tiårene har

man sett en stadig økning på studier som fokuserer på fremvoksende økonomier (emerging markets) (Baskin, 2006; Baughn et al., 2007; Cappellin & Guiliani, 2004; Chapple & Moon, 2005; Ewing & Windisch, 2007; Kimber & Lipton, 2005; Qu, 2007; Roper & Weymes, 2007; Welford, 2004). Welford (2004) konkluderer med at selskap i de fremvoksende markedene henger etter sine kollegaer i de utviklede økonomiene hva gjelder CSR-aktiviteter og rapportering.

Eksisterende forskning antyder at det generelle miljøet for internasjonal virksomhet (eksempelvis politiske, økonomiske, sosiale og teknologiske) kan hindre eller fremme utviklingen av CSR-implementering (Lattemann et al., 2009). CSR-aktiviteter kan hindres av manglende tilpasning til den kulturelle konteksten (Gerson, 2007). Erwind og Windisch (2007) hevder på sin side at bruken av vestlige tilnærminger kan mislykkes i en asiatiske kontekst, på grunn av de kulturelle forskjellene. Baughn et al. (2007) legger til at CSR i Asia påvirkes ikke bare av den kulturelle konteksten, men også av økonomiske og politiske forhold. Mer spesifikt argumenterer de for at økonomiske og politiske friheter, så vel som lavt nivå av korrupsjon, kan føre til effektiv implementering av CSR. Når det gjelder det økonomiske miljøet antyder Chapple og Moon (2005) at et høyt nivå av utenlandske investeringer (Foreign Direct Investments - FDI) i et land øker sannsynligheten for at CSR-praksis vil bli benyttet av innenlandske selskaper. De ovennevnte studiene gir et betydelig bidrag i forståelsen av CSR på tvers av land. Man ser at de har en tendens til å fokusere på enten land-, industri- eller virksomhetsfaktorer. Få studier prøver å ta hensyn til faktorene for land, industri og virksomhet samlet for å vurdere hvordan CSR-rapportering i en spesiell bransje utvikler seg over tid i de ulike landene.

2.1.3.1 India

Regnet i bruttonasjonalprodukt er India blant verdens fattigste land, samtidig som landet er blant verdens største økonomiske makter (Haugan, 2019). India har hatt kraftig økonomisk vekst siden slutten av 1990-årene, noe som skyldes stor vekst i produksjonsindustrien, IT-sektoren, liberal økonomisk politikk og sterk økning i utenlandske investeringer (Haugan, 2019). Indias økonomi vokser raskt, og landet trenger petroleumsprodukter. Siden landet produserer lite olje selv, er de helt avhengige av import (Parr, 2016). I India er det en mer tradisjonell og liberal tilnærming til CSR, kontra en svært sentralisert definisjon tidligere. Prinsippet om filantropi er forankret i indisk filosofi, og er et resultat av den gandhiske tradisjonen (Youmatter, 2020).

Det eksisterer flere studier av CSR-praksis blant indiske selskaper (Arora & Puranik, 2004; Das Gupta, 2007; Mohan, 2001; Sagar & Singla, 2004). Videre er India også blitt inkludert i flere studier på tvers av land, blant annet med andre fremvoksende nasjoner (Baughn et al, 2007; Chapple & Moon, 2005; Kimber & Lipton, 2005). Sosiale plikter og engasjement i veldedighet har historisk sett vært implisitt i indiske selskaper. I India eksisterer det en mer tradisjonell og liberal tilnærming til CSR. Filantropi er en del av normal forretningsdrift, og er ofte innebygd i selskapenes aktiviteter (Arora & Puranik, 2004; Das Gupta, 2007). Visser (2008) antyder flere årsaker til dette. For det første er det et «result of strong indigenous traditions of philanthropy in developing countries». For det andre er selskaper klar over at de ikke kan lykkes i et samfunn som ikke er vellykket, og at filantropi blir sett på som den mest direkte måten å forbedre deres samfunnsansvar. For det tredje er det ofte en mer inngrodd kulturfilantropi i India, sammenlignet med eksempelvis vestlige land, der India tidligere har vært avhengig av utenlandsk bistand fra Storbritannia (Visser, 2008). I løpet av de siste tiårene har CSR-aktiviteter i India utviklet seg fra mer filantropiske og veldedighetsrettet til en mer globalorientert forestilling om begrepet (Das Gupta, 2007). Flertallet av indiske selskaper har internpolitikk når det gjelder samfunnsrelasjoner og miljøpraksis. Imidlertid eksisterer det fortsatt begrensninger i forbindelse med implementering av samfunnsansvar, eksempelvis korrupsjon og en mostand mot dialog med interessenter (Lattemann et al., 2009).

Behovet for beskyttelse og bevaring av miljø og bærekraftig bruk av naturressurser gjenspeiles i de konstitusjonelle rammeverkene til India og i de internasjonale forpliktelsene landet har (Vaish, 2017). Indias grunnlov (art. 48A Direktiv, prinsipper for statlige politikker) sier at staten skal forsøke å beskytte og forbedre miljøet (Vaish, 2017).

Stockholmkonferansen i 1972 var den første miljøvernkonferansen i FN (Olerud, 2020) og drivkraften for å sette i kraft et godt utviklet rammeverk om menneskelig miljø (Vaish, 2017). Ministry of Environment, Forest and Climate Change (MoEF) ble opprettet i 1985 og er det administrative organet i India som regulerer og sikrer miljøvern, samtidig som de legger det juridiske og forskriftsmessige rammeverket for miljøvern (What's new, 2020).

Noen av de viktige lovgivningene for miljøvern i India:

- The National Green Tribunal Act, 2010 – Den Nasjonale Grønne Domstolen, 2010
- The Air (Prevention and Control of Pollution) Act, 1981 – Luftloven (forebygging og kontroll av forurensing), 1981

- The Water (Prevention and Control of Pollution) Act, 1974 – Vannoven (forebygging og kontroll av forurensning), 1974
- The Environment Protection Act, 1986 – Miljøvernloven, 1986
- Forskriftene om farlig avfallshåndtering

(Vaish, 2017).

2.1.3.2 Kina

Kina var det første landet som oppdaget og brukte olje og gass (Li & Du, 2004). Den første oljen ble oppdaget av kinesere år 600 f.Kr. Oljen ble transportert i rørledninger laget av bambus (EKT Interactive, 2020). Kina er et av det mest folkerike landene i verden med en blomstrende økonomi. Kina importerte olje frem til 1964 (Li & Du, 2004). Fra 1964 til 1993 ble etterspørselen av olje dekket av egen forsyning, men etter 1993 har mer olje måtte importeres igjen (Li & Du, 2004).

CSR er et relativt nytt fenomen i Kina, og det gikk flere år før regjeringen aktivt fremmet det. Som Gerson (2007) observerte, hemmet det store kinesiske regjeringsbyråkratiet realiseringen av forskjellige CSR-programmer. Ewing og Windish (2007) observerer i sin studie at det er en økende bevissthet rundt CSR fra den kinesiske regjeringens side. Situasjonen ser ut til å ha begynt å endre seg siden den gang, ettersom regjeringen har gjort en innsats for å forbedre de relevante lovene og marknadsreglene, samt redusere uansvarlig virksomhetsatferd. 1. januar 2006 kom vendepunktet i Kina, da kinesisk selskapslov ble revidert og samfunnsansvar ble inkludert i lovgivningen (Liu, 2015). I Kina blomstrer CSR i dag. Samfunnsansvar er en stadig viktigere sak for omdømmet til kinesiske selskaper (Youmatter, 2020). Kina legger opp til kontroller og forskrifter om selskapenes ansvar. I Kina blomstrer CSR i dag, og samfunnsansvar er en stadig viktigere sak for omdømmet til kinesiske selskaper (Youmatter, 2020).

Miljøvernloven er den grunnleggende lovgivningen for miljøbeskyttelse i Kina (Lexology, 2019). Miljøvernloven er en nasjonal lovgivning formulert med den hensikt å forbedre miljøet, forhindre og kontrollere forurensning og andre farer, ivareta offentlig helse, fremme økologisk sivilisasjonsforbedring og tilrettelegge for bærekraftig økonomisk og sosial utvikling (China.org.cn, 2020). Loven ble vedtatt den 26. desember 1989 og senere endret den 24. april 2014 med ikrafttredelse 1. januar 2015 (Lexology, 2019).

I tillegg til miljøvernloven finnes det andre lover i Kina for forebygging og kontroll av forurensing og kontroll som loven om forebygging, luftforurensningsloven, loven om forebygging og kontroll av miljøforurensning med mer.

2.1.3.3 Norge

Oljevirkosomhet har ført til store endringer i økonomi, levekår og arbeidsliv i Norge. Utviklingen av olje og gass begynte allerede i 1970-årene, men skjøt for alvor fart fra slutten av 1990-årene (Lie, 2017). Det blir stadig diskutert hvorvidt Norge var et fattig land før oljeeventyrets inntog, og om Norge fortsatt hadde vært et fattig land foruten oljevirkosomheten.

BNP per innbygger i Norge i 1960 var 1 442 US Dollar. I 2008 var BNP per innbygger i Norge økt til 96 944 US Dollar, en ytterligere økning i 2013 til 102 913 US Dollar, mens BNP per innbygger i Norge i 2018 var 81 697 US Dollar (FN-sambandet, 2018). Tallet i 2018 viser en liten nedgang sammenlignet med årene 2008 og 2013, men fortsatt stor økning i forhold til 1960.

Olje- og gassindustrien har hatt en sentral rolle i utviklingen av CSR. Det forventes av regjeringen at norske selskaper påtar seg ansvar for mennesker, samfunn og miljø som påvirkes av selskapet (Regjeringen, 2019). I 2007 var det norske utenriksdepartementet vert for en internasjonal samfunnsansvar- og bærekraftig utviklingskonferanse. Resultatet av konferansen var St. meld. nr. 10 (2008-2009) «Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi» (Regjeringen, 2009). 1. juni 2013 ble norsk lovgivning endret ved at alle store selskaper nå plikter å rapportere om deres miljømessige og sosiale påvirkninger.

«Regnskapsloven §3-3c 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». I henhold til EUs direktiv 2014/95 må store og allmenne selskaper formidle ekstra-økonomisk informasjon om hvordan de håndterer sine miljømessige og sosiale utfordringer (Youmatter, 2020).

Hovedansvaret for å ivareta helheten i regjeringens klima- og miljøpolitikk i Norge ligger hos Klima- og miljødepartementet (Regjeringen.no, 2020). Klimaloven utgjør rammene for norsk klimapolitikk (Regjeringen.no, 2020).

Klimaforliket⁹ fra 2008 inneholder mål i klimapolitikken og virkemidler. April 2012 la regjeringen fram en ny stortingsmelding om klimapolitikken (Rosvold, Olerud, & Lahn, 2020). Målene fra 2008 videreføres, men gir nye virkemidler for å nå målene (Regjeringen.no, 2020).

2.1.3.4 Russland

Leting etter olje i Russland begynte på slutten av 1800-tallet, og det meste av Russlands oljeproduksjon var og har vært dominert av innenlandske selskap (Hays, 2016). Etter oppløsning av Sovjetunionen i 1991 privatiserte Russland oljeindustrien, men har nå gradvis gått tilbake til statlig kontroll (Hays, 2016).

CSR i Russland deles inn i tre faser. Fra 1991 til 1998 var selskapene preget av omstilling og gjenopplivning av førerevolusjonære tradisjoner for veldedighet og sponsing. Støtte ble ofte gitt svart. Det ble en gradvis overgang i 1999 til 2001 fra engangshjelp til enkeltpersoner og organisasjoner, samt dannelse av konseptene samfunnsansvar i selskapet. Fra 2002 til i dag har en sett en institusjonalisering av bedriftsfilantropi, og økning i aktive diskusjoner om samfunnsansvar (Madrakhimova, 2013). På grunn av mangelen på forståelse, erstatter mange russiske selskaper samfunnsansvarlig politikk med storskala reklamekampanjer (Madrakhimova, 2013).

Russland har et føderalt rettssystem hvor miljø saker er regulert både på føderalt og regionalt nivå (Bartholomy et al., 2020). Noen av de viktigste føderale lovgivningene knyttet til miljøvern inkluderer:

- Federal Law No. 7-FZ On Environmental Protection, dated 10 January 2002.
- Federal Law No. 174-FZ On Environmental Expert Assessment, dated 23 November 2005.

⁹ Klimaforliket: Brukt som betegnelse på et politisk kompromiss av 17. januar 2008 om Norges klimapolitikk (Rosvold, Olerud, & Lahn, 2020).

2.1.3.5 Storbritannia

Skotten James Hutton anses å være grunnleggeren av prinsippene for geologi (UKOG Energy for Britain, 2020). William Know D'Arcy oppdaget olje i Persiabukta i 1908 og bidro til å transformere regionen (UKOG Energy for Britain, 2020).

Storbritannias innflytelse innen geologi generelt og på olje- og gassindustrien er fortsatt svært viktig i dag. Olje- og gassindustrien på land i Storbritannia har eksistert i over 150 år (UKOG Energy for Britain, 2020).

CSR-konseptet i Storbritannia har sin opprinnelse i den etiske tilnærmingen til virksomhet fra en rekke fremtredende selskaper som drev virksomheten sin på en etisk måte, særlig ansattes velferd ivaretatt (CSR Europe, 2010). De viktigste miljøutfordringene i Storbritannia er reduksjon av karbon, vannbeskyttelse, fremme atferdsendring i avfall og resirkulering og beskyttelse av biologisk mangfold (CSR Europe, 2010).

Det er mange miljølover i Storbritannia. Disse dekker alt fra forsøpling, forurensning til klimaendringer (Field.org.uk, 2018). Noen av de mest omtalte lovene om klimaendring i Storbritannia er miljølover (Field.org.uk, 2018).

2.1.3.6 USA

USA har produsert olje siden 1850 og gass siden 1820 (Garside, 2019). Texas er USAs ledende oljeproduserende stat og flere av de store oljeselskapene i verden har hovedkontor i staten (Chen, 2019). I henhold til statistikk fra EIA var USA verdens topp produsent av råolje i 2018 (Khandelwal, Market Realist, 2019).

Mens CSR i stor grad styres av forskrifter, standarder og god praksis i europeiske land, er det en annen oppfatning i USA. Definisjonen på samfunnsansvar er vagere i juridiske termer. Det råder en mer filantropisk og individuell oppfatning av samfunnsansvar i USA. Det å ta litt fortjeneste for å hjelpe samfunnet eller miljøet blir ofte sett på som en veldedighetshandling (Youmatter, 2020).

Samfunnsansvar kreves ikke i henhold til amerikansk lov eller forskrift, men blir sett på som en form for «myk lov». Det vil si at det oppfattes som obligatorisk at selskap tar ansvar for

samfunnet på grunn av forbrukerforventninger og interne normer, men det er ikke nedskrevet i noen lov (George, 2019).

Environmental Protection Agency (EPA) er en amerikansk føderal etat med ansvar for miljøvern som ble opprettet 2. desember 1970 (EPA, 2020). Lover skrevet av Kongressen som Clean Water Act og Clean Air Act gir EPA mulighet til å skrive reguleringer (EPA, 2020).

2.1.3.7 Regelbaserte eller relasjonsbaserte styringssett

For å kunne si noe om kvaliteten til styringsmiljøene på tvers av land, utviklet Li og Filer (2007) en indeks for å måle i hvilken grad et land er regelbasert eller relasjonsbasert. Indeksen omtaler de som «Governance Environment Index» (GEI). Indeksen består av fem komponenter; i) politiske rettigheter, ii) rettssikkerhet, iii) kvaliteten på regnskapsstandarder, informasjonsstrøm, og offentlig tillitt. De standardiserte komponentene er summert for å beregne GEI for hvert land. Hver komponent er standardisert til et gjennomsnitt på 0, og et standardavvik på 1. Ved å trekke gjennomsnittet fra verdien og deretter dele det på standardavviket av verdien, får hvert land en skår. En høy GEI indikerer ifølge Li og Filer (2007), senere oppdatert i Li 2019, at et land er mer regelbasert, mens en lav GEI indikerer at et land er mer relasjonsbasert (Li, 2019; Li & Filer, 2019). GEI oppsummerer det generelle styringsmiljøet ved å inkludere både «myke» og «harde» faktorer som politiske, juridiske, økonomiske og kulturelle faktorer (Lattemann et al., 2009). Tabell 1 illustrerer indeksen for de valgte landene.

Tabell 1. Governance Environment Index (GEI)

Governance Environment Index (GEI)	GEI 2018
Norge	6,02*
USA	4,82
Storbritannia	2,83
India	0,35
China	-3,31
Russland	-3,95

* For Norge er tall fra Li og Filer (2007) presentert

2.2 Hvorfor driver selskap med CSR?

Som presentert over er CSR et stadig voksende tema. Omverdens fokus på CSR blir større, og stadig flere selskap engasjerer seg i CSR-aktiviteter. Men hva motiverer et selskap til å bli mer samfunnsansvarlig? Porter og Kramer (2006) hevder at en implementering av en CSR-strategi forbedrer konkurranseevnen til et selskap i markedet de opererer i. Flere større aktører anerkjenner i dag at CSR er en sentral faktor for selskapets lønnsomhet på lang sikt, og noe en må å ta hensyn til om man skal bygge vedvarende konkurransefortrinn.

McElhaney (2009) argumenterer for at også ledelsen må være engasjert i samfunnsansvar, og inneha en klar visjon om samfunnsansvar. Visjonen bør gjenspeile virksomhetens kjerneverdier og være knyttet til verdiene i organisasjonen. På grunnlag av dette skaper selskaper seg en forretningsverdi, og ikke bare en sosial og miljømessig verdi. For at CSR-strategiene skal fungere, bør de behandles på samme måte som andre kjernevirksomhetsstrategier, som markedsføringsstrategier, investeringsstrategier og FOU-strategier. McElhaney (2009) argumenterer for at selskap bør engasjere seg i årsaker som er relevante for det de driver med/produserer/selger. Olje- og gasselskaper kan vise interesse for globale og miljømessige utfordringer ved å støtte forskning på alternative energikilder og drivstoff (McElhaney, 2009).

Ifølge Friedman (1970) vil selskap som har fokus på andre ting enn å maksimere profitt, ha høyere kostnader enn andre selskaper. Gjennom 1980-tallet gjorde mange selskap tunge investeringer i lavkostland. Kostnadene for råvarer og arbeidskraft var vesentlig lavere enn i hjemlandet. Med lavere ressurs- og råvarekostnader oppfylte selskapene Friedmans mantra om å maksimere profitt, og møtte lite eller ingen samfunnsmessig motstand. I henhold til økonomisk teori vil dette føre til at selskapene får mer overskudd og skyver CSR-fokuserende selskap ut av konkurransen (Friedman, 1970).

Frank (2004) svarer på Friedmans (1970) påstander, og påpeker at det finns andre faktorer enn profitt som motiverer selskap til å være samfunnsansvarlige. Franks artikkel presenterer ideen om at dersom to selskap møtes i en transaksjonssituasjon, vil selskapene oppnå høyere profitt dersom de samarbeider, enn det vil dersom de ikke samarbeidet. Han argumenterer for at begge selskapene ville opplevd høyere profitt dersom de lot være å delta, enn om de samarbeidet. Frank omtaler disse selskapene som samfunnsansvarlige. Det essensielle her er spørsmålet om et selskap kan overleve i et konkurransedyktig miljø eller ikke. Selskaper som

velger å samarbeide i et «engangsspill», har en tendens til å få lavere avkastning enn selskaper som velger å ikke samarbeide. Franks artikkel diskuterer om det i utgangspunktet kan være lønnsomt å være opptatt av samfunnsansvar. Han beskriver fem mekanismer som samfunnsansvarlige selskaper kan bruke for å kompensere for de økte kostnadene som følge av deres handlinger. De tre første mekanismene Frank (2004) presenterer inkluderer muligheten til å løse det han omtaler som «forpliktelsesproblemer», som oppstår i og mellom selskapene. De to siste mekanismene innebærer det faktum at folk verdsetter samfunnsansvarlige handlinger, og er villige til å betale ekstra for handlingene i markedet, selv om de ikke direkte drar fordel av handlingene (Frank, 2004).

Den første mekanismen knyttes til forpliktelsesproblemer mellom eiere, ledere og ansatte, som kan løses gjennom bruk av CSR. Med dette argumenterer Frank (2004) for at selskaper kan unngå opportuniste og lite motiverte arbeidere, som et resultat av tillitsproblemer. Det er også mulig å tiltrekke seg nye ansatte ved å behandle de nåværende ansatte godt. Ved å øke kundens tillit gjennom å redusere problemet med asymmetrisk informasjon, kan man løse forpliktelsesproblemer med kunder. Det er kjent at forbrukere ofte er mer villige til å betale en premie på produkter fra selskaper de stoler på. Det er også mulig å løse forpliktelsesproblemer med andre selskaper. Dette kan gjøres ved å kvalitetssikre deler av selskapets samspill, og opprettholde selskapets fortrolighet. Den neste mekanismen som kan kompensere for økte kostnader er forbrukernes vilje til å støtte samfunnsansvarlige selskaper. Som nevnt tidligere har forbrukerne økt betalingsvillighet for produkter som kommer fra ansvarlige selskaper. Frank (2004) påpeker at mennesker har utviklet en "smak" for samfunnsansvarlig oppførsel (Frank, 2004).

2.2.1 Regulatoriske krav og mål

En av hovedårsakene til at selskap involverer seg i miljømessige og sosiale aktiviteter, er som følge av lovregulering i det markedet de opererer i. Flere land har allerede eksisterende lover, regler og prosedyrer som har til formål å beskytte naturen og miljøet. Dersom selskapene ønsker å drive virksomhet i disse områdene, er de nødt til å overholde disse. For å imøtekomme regulatoriske krav, er selskapene nødt til å implementere kravene som en del av virksomhetens strategi. Ved slike tilfeller er det nærliggende å tro at selskapene ser på utgifter til CSR som en stor utgiftspost de ikke har annet valg enn å påta seg. Man vil oppleve et skifte i fokus, fra at man ser på CSR som en langsiktig investering, til at man plutselig har en stor utgiftspost i regnskapet.

De siste tiårene har det vært en stor vekst i såkalte «Code of Conducts» for selskaper, utformet av statlige, ikke statlige organisasjoner og selskapene selv. «Code of Conducts» ses på som et sett med regler eller etiske retningslinjer for ansatte, samarbeidspartnere, i tillegg til normer, regler, prinsipper og riktig praksis relatert til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter og sosiale forhold (Aker ASA, 2016). Formålet med «Code of Conducts» er å øke fokuset på selskaps samfunnsansvar.

Man kan eksemplifisere regulatoriske mål ved FNs tusenårserklæring og bærekraftmål. På FNs første toppmøte etter tusenårsskiftet i 2000 ble verdens ledere enige om åtte mål for å bekjempe fattigdommen i verden. Tusenårsmålene skulle nås innen 2015. Bærekraftmålene tok over for tusenårsmålene. FNs bærekraftmål omtales som «verdens felles arbeidsplan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og stoppe klimaendringene innen 2030» (FN-sambandet, 2019). Et velfungerende marked er avhengig av regulering. Markedet er avhengig av måten regulatoriske krav blir implementert og utviklet på, som avgjør hvorvidt de vil bidra positivt til samfunnet. Man kan oppleve at det er deler av samfunnet som vil arbeide mot det. Man har sett at regulatoriske krav, som støttet opp under CSR ofte setter mål og stimulerer innovasjon, som vil gi selskaper insentiver til å investere i CSR.

2.2.2 Omdømme og merkeverdi

Selskap har lett for å se til omdømme og merkevare hva angår CSR. Investering i CSR gir signaler til markedet, ofte positive sådan. Dette gjelder samfunnet som helhet, og kan være alt fra leverandører til kunder. Ved å påta seg ansvar for samfunns- og miljømessige problemer og utfordringer kan selskapet vise ovenfor samfunnet at de ikke bare er ute etter å maksimere profitt. Likeledes sender de signaler om et langsiktig perspektiv hva gjelder bærekraft. Investeringer i CSR medfører indirekte en ansvarsbevissthet ovenfor miljø og samfunn.

Shell fikk i 1994 lov av britiske myndigheter til å senke det utrangerte lastebøyen Brent Spar på dypt vann i Nordsjøen, til tross for at lastebøyen inneholdt miljøgifter og radioaktive avleiringer. Dette skapte reaksjoner fra miljøorganisasjoner, og våren 1995 gikk Greenpeace til aksjon. Det ble krevd at avfallet skulle fjernes på en forsvarlig måte, og lastebøyen ble okkupert av Greenpeace. Shell opplevde at forbrukere boikottet selskapets stasjoner/utsalgssteder, som førte til store tap for selskapet. Etter intense uker ga Shell etter for presset, og lastebøyen ble ført inn til land i Rogaland, hvor den skulle hugges opp. Shell ønsket at arbeidet med fjerningen skulle gå riktig for seg, og satte ned et prosjektutvalg som

skulle følge hver minste steg i prosessen. Det enorme presset utenifra førte til at Shell endret strategi, samt interne retningslinjer (NRK, 2009). Den internasjonale kritikken har vært en utfordring for Shell også i ettertid. I et intervju gjennom Petroleumstilsynets tidsskrift «Dialog» i 2013 argumenterer daværende kommunikasjonssjef i Shell, Terje M. Jonassen at selskapet lærte mye av hendelsen, og påpeker så viktigheten med tydelig dialog med flest mulig interessenter. Selskapet fikk klarsignal fra britiske myndigheter, men hadde ikke sett for seg at motstanden fra miljøorganisasjonene skulle bli så avgjørende (Petroleumstilsynet, 2013).

I sin studie fra 2006, argumenterer van de Ven og Graafland for at selskapers omdømme og merkevarebygging, som følge av CSR-aktiviteter, har finansielle fordeler for selskaper (van de Ven & Graafland, 2006). Brown og Dacins studie fra 2006 viser at når det kommer til valg av leverandører, har selskapets omdømme i flere tilfeller en betydelig innflytelse på beslutningen. Brown og Dacin argumenterer for at omdømme kan ha innflytelse på hvordan kunder verdsetter produktet. Et godt omdømme kan følgelig øke en kundes verdsettelse, mens et dårlig rykte kan redusere verdsettelsen (Brown & Dacin, 1997). Med dette som utgangspunkt, kan man argumentere for at CSR kan gi fordeler over tid. En velstrukturert og treffsikker CSR-kampanje kan føre til en styrkning av et selskaps rykte.

Merkeverdi kan også skapes gjennom markedsføring av CSR og CSR-aktiviteter. Kotler og Lee (2005) argumenterte for at CSR kan være et element i selskapets merkevare, og følgelig bidra til å styrke selskapets omdømme. Bevissthet omkring sosial og miljømessig atferd kan fremme CSR-markedsføring, dersom det styres fra et strategisk perspektiv.

Da kunder og forbrukere skaper relasjoner til andre mennesker, argumenterer van de Ven (2008) for at de også har en tendens til å gjøre dette med merkevarer og selskaper. Følgelig er begrunnelsen bak selskapers CSR-initiativer viktig for forbrukeren. Forbrukere har en tendens til å bedømme et selskap på samme måte som man dømmer en person. Forskning er utført på hvordan forbrukere reagerer på uærlige selskaper, da især rettet mot selskapers CSR-aktivitet. Van de Ven (2008) argumenterer for at selskapers kommuniserte begrunnelse for deres CSR-strategi er sentrale. Dersom denne kun er finansielt rettet, jamfør Friedmans maksimering av profitt, vil forbrukere utvikle en negativ holdning til selskapet (van de Ven, 2008). Basert på argumentasjon ovenfor, er det viktig for selskap å være pålitelige og ærlige når det gjelder kommunikasjon av deres CSR-aktiviteter (van de Ven, 2008).

2.2.3 Kapitaltilgang

Selskap kan se på CSR-aktiviteter som en måte å øke tilgang på ekstern kapital og nye investorer. En måte selskaper kan øke tilgang på kapital kan være å imøtekomme interessentenes forutsetninger. I et slikt perspektiv omhandler interessentene personer eller grupper av personer som selv kan påvirke, eller blir påvirket. Det kan være leverandører, kunder, samfunnet rundt, eller nasjonen. Følgelig kan det argumenteres for at det er større sannsynlighet for at investorer vil investere mer kapital i et selskap dersom selskapet handler i tråd med investors egne mål og holdninger. Dersom investorer og aksjonærer har en egeninteresse og engasjement for miljøansvar, kan det ses som mindre sannsynlig at det investeres i selskaper som overser deres miljøansvar.

Friedman og Miles (2001) omtaler det som Social Responsible Investments (SRI). SRI er en investeringsstrategi som tar hensyn til både finansiell avkastning og sosiale hensyn tilfeller der det er sentralt at selskaper kan vise til rapporter, eller annen tilgjengelig informasjon som underbygger deres samfunnsansvar. Foruten investorer kan det også være viktig for andre tilbydere av kapital, herav kreditorer som banker, at selskap opptrer bærekraftig. På denne måten kan man argumentere for at selskaper ved å fokusere på CSR-aktiviteter kan tiltrekke seg nye investorer, samt tilfredsstille allerede eksisterende interessenter.

2.2.4 Konkurransefortrinn

Flere av teoriene innenfor fagfeltet CSR fokuserer på hvilke konkurransefortrinn CSR kan gi et selskap, og at CSR bør ses på som en strategisk nødvendighet. I dagens samfunn holdes selskaper ofte ansvarlige for de sosiale konsekvensene av deres aktiviteter. Media, aktivister, myndigheter og politikere legger press på selskaper om å ta mer ansvar for sine handlinger. Flere selskaper har gjort nettopp dette, og forbedret både sine sosiale og miljømessige engasjementer, men for enkelte selskaper kan det se ut til at produktiviteten til disse handlingene uteblir.

Margolis & Walsh (2003) diskuterer hvordan selskaper i økende grad blir bedt om å tilby innovative løsninger på problemer, når man på samme tid er under press om å maksimere aksjonærers verdier. Videre har Orlitzky et al. (2003) sett på forholdet mellom Corporate Social Performance og Corporate Financial Performance gjennom deres metaanalyse. Deres funn viser til at selskapets involveringer i samfunnsansvar, og videre miljøansvar vil lønne

seg. Walsh et al. studie fra 2003 fokuserer på tidligere forskning innenfor Social Performance, og bidrar til å gi bevis for forholdet mellom Social Performance og Financial Performance.

Porter og Kramer (2006) argumenterer for at det er to hovedgrunner til dette. Den første er at selskap har en tendens til å sette virksomhet opp mot samfunnet, selv om det er tydelig at disse to er avhengige av hverandre. Den andre grunnen er at myndigheter, aktivister og media presser selskaper til å tenke på samfunnsansvar som et generisk konsept, som igjen ikke samsvarer med hvert enkelt selskaps strategi. Dette kan resultere i at både selskapet og samfunnet går glipp av store muligheter, som ville kommet begge til gode. CSR kan således være en kilde til muligheter og innovasjon, og videre være et konkurransefortrinn.

2.2.5 Risiko- og konkurransereduksjon

I dagens høyteknologiske samfunn utvikles og fornyes stadig teknologier. Stadig oftere blir selskap satt i en situasjon der man må fornye seg ved å bytte ut store deler av teknologien som følge av en markeds- og etterspørselsendring. Dette kan medføre store kostnader for selskapet, men er likeledes en nødvendighet for å tilpasse seg de stadige endringene i omgivelsene. Ofte må teknologien endres for å kunne opptre mer kostnadseffektiv, eller for å kunne imøtekomme kundenes krav.

I flere tilfeller krever også selskapers samfunnsansvar at selskapet må tenke nytt og endre strategier. Slike endringer er ofte relatert til store og tunge investeringer, og implementering av CSR kan både være en kostnads- og tidkrevende prosess. Det sentrale blir da, sett fra et lønnsomhetsperspektiv, om selskapet ser på investeringen på kort eller lang sikt. Fra et kortsiktig perspektiv kan CSR umiddelbart ses på som en stor utgiftspost som kun reduserer selskapets lønnsomhet. Det er dog ikke i alle tilfeller dette er virkeligheten. Eksempelvis kan både selskap og samfunn være tjent med reduksjonen i emballasje på enkelte produkter. Tilfellet er da at implementering av CSR har motsatt effekt, og videre bedret lønnsomheten.

Vi har sett tilfeller hvor investering i CSR har gjort selve produksjonen mer effektiv. I relasjon til oljeindustrien nevnes ofte Hydraulic Fracturing, eller «fracking» metoden. Metoden går ut på at sand, vann og kjemikalier pumpes ned i bakken med høyt trykk for å sprekke opp (frakturere) de gassrike skiferlagene slik at skifergassen frigis. Metoden har bedret lønnsomheten i utvinningen av naturgass, og reduserer påkjeningen til miljøet

sammenlignet med andre metoder. Investeringer kan med andre ord ha blitt ansett som en kostnad, men blir snarere en strategisk lønnsomhetsinvestering på lang sikt.

Investorer som ser dette vil ikke umiddelbart skrinlegge muligheten for investering, men heller erkjenne at selskapet forplikter seg til et miljømål, og videre vurdere oppside mot nedside, samt se til den potensielle muligheten for økt lønnsomhet på lang sikt. Studier viser til at selskaper har større tilbøyelighet til å gjennomføre CSR-investeringer når de tror at investeringen vil ha gevinster på lang sikt (Graafland, 2002).

2.3 CSR i olje- og gassindustrien

Olje- og gassindustrien har de siste tiårene vært en vesentlig bidragsyter til utviklingen av CSR. Industrien kjennetegnes av høy grad av risiko, som i seg selv kan medføre ulykker og resultere i humanitære- og miljømessige katastrofer. Den store risikoen olje- og gassindustrien påfører samfunnet har også ført til oppblomstringen av en rekke ikke-statlige miljøorganisasjoner.

Olje- og gassindustrien er en såkalt kontroversiell bransje som lenge har blitt kritisert for deres pågående forretningspraksis (Chowdhury et al., 2019). Bransjen er til stadighet i nyhetsbilder for oljesøl, brudd på menneskerettighetene, samt uetisk praksis. Nevnte Exxon Valdezs oljeutslipp i Alaska i 1989, bestikkelse av angolanske myndigheter under Chevrons Black O forhandlinger i 2002, samt beskyldninger mot Chevron og Total for å drepe lokalbefolkningen i Burma (nå Myanmar) i 2010 er bare noen av de mer høyprofilerte hendelsene (Chowdhury et al., 2019). Som følge av den svært kontroversielle karakteren av virksomhet som drives, driver olje- og gassvirksomheter flere typer CSR-aktiviteter for å oppnå legitimitet. Det finnes flere motiver for et selskap å engasjere seg i CSR.

Flere studier stiller spørsmålstegn ved virkningen/effekten av CSR-aktiviteter i olje- og gassindustrien. Forskere fremhever at CSR-aktiviteter i olje- og gassindustrien er blitt hindret som følge av strukturelle begrensninger (Aaron, 2012), mangel på nødvendig kompetanse (Jenkins & Obara, 2008), dårlig eller uklart regelverk (Cash, 2012), uvitenhet eller ignoranse av lokale og nasjonale myndigheter (Garcia-Rodríguez et al., 2013), manglende inkludering av ansatte i utviklingsplaner som omhandler CSR (Frynas J. , 2005), samt en langsom byråkratisk beslutningsprosess (Garcia-Rodríguez et al., 2013). Spence (2011) argumenterer for at en stor bekymring i bransjen er at svikt i CSR-aktiviteter ikke bare kan gi økonomiske

tap, men også skader på selskapets omdømme (Spence D. , 2011). Olje- og gassindustrien er veldig fragmentert (Dess, 1987) og følgelig er CSR-aktiviteter relatert til helse og sikkerhet, menneskerettigheter, teknologi og miljørapportering forskjellig fra operasjon til operasjon. Således kan man argumentere for at Porter og Kramers (2011) anbefalinger om at dersom et selskaps CSR-aktiviteter er i samsvar med selskapets strategi, forbedres selskapets økonomiske verdi (Porter & Kramer, 2011).

Rask ekspandering av olje- og gasssektoren har ført til at flere multinasjonale oljeselskaper må endre måten de tenker på. Frynas (2009) argumenterer for at nasjonalisering, uttømming, restriksjoner på tilgang samt reguleringer har ført til at tilgangen til nye prosjekter har blitt mindre. Som følge av dette kan man se til den økte CSR-aktiviteten, og at implementeringer av slike samfunnsmessige aktiviteter øker muligheten for tilgang til lete- og boreaktiviteter på nye og globale olje- og gassfelt. Selskapene må tenke nytt og annerledes for å få tilgang til å lete etter olje og gass.

I dag er det fra samfunnets side forventet at olje- og gasselskaper skal bidra til å løse problematikk rundt fattigdom, bidra til å utvikle infrastruktur i landene de opererer i, samt utføre miljømessige forbedringer. Dette er uten tvil kostbart for selskaper, og oppsummeres av Frynas (2009) ved: *“Global spending by oil, gas and mining companies on community development programs was estimated at over US\$ 500 million per year in 2001, but the figure is certainly much higher today. The four oil majors – Shell, Exxon, BP and Chevron – spent almost US\$ 500 million between themselves in 2006 alone”* (Frynas J. , 2009, s. 11).

Frynas (2009) nevner amerikanske selskaper, men det er ikke bare vestlige oljeselskaper som står for disse investeringene, også de statseide selskapene PDVSA (Venezuela), Saudi Aramco (Saudi Arabia) og Gazprom (Russland) har brukt milliarder av dollar på samfunnsmessige investeringer. Selskaper som ønsker å bedrive CSR-aktiviteter trenger uten tvil finansiell støtte, men må også se til selskapets sett av lederegenskaper, tankesett og evner.

2.4 Oppsummering

Carrolls CSR-pyramide la på mange måter grunnlaget for hvordan selskaper og organisasjoner ser til CSR den dag i dag. Det sentrale med pyramiden er at faktorene i CSR samlet sett utgjør en helhet, med den grunnleggende byggesteinen som er det økonomiske ansvaret.

Som ovennevnt har begrepet CSR utviklet seg gjennom årene, og de mange forskjellige definisjonene av CSR er basert på forskjellige perspektiver og synspunkt, dog finner vi et tydelig fellestrekk, at selskaper har et ansvar for å bidra til det sosiale fellesskapet.

I dagens samfunn har CSR opplevd en globalisering, og fått en ny aktualitet, hvor selskaper ofte holdes ansvarlige for de sosiale konsekvensene av deres aktiviteter. Især innenfor olje- og gassindustrien, en industri som kjennetegnes av høy grad av risiko, som i seg selv kan medføre ulykker og resultere i humanitære- og miljømessige katastrofer. Media, aktivister, myndigheter og politikere legger således stadig mer press på selskaper om å ta mer ansvar for sine handlinger. I tillegg har vi de siste årene sett en form for globalisering av CSR, ved at man opplever en dreining i måten selskaper driver sine forretninger på. Flere av verdens ledende selskaper fronter strategier som miljøbevissthet, bærekraftighet, samfunnsansvar, åpenhet og rettferdighet. Investeringer i CSR gir signaler til markedet, ofte positive sådan, og ved å se til selskapers rapportering av CSR over tid, ønsker man å se til hvorvidt dette stemmer.

3.0 Teori

I dette kapittelet viderefører vi kapittel 2 sin presentasjon av begrepet CSR, samt selskapers rapportering av CSR. Teorigjennomgangen begynner med en introduksjon av fagfeltet rapporteringsteori (disclosure theory). Det bygges videre på kapittel 2 sin presentasjon av motiver bak selskapenes engasjement i CSR, for å kunne si noe mer om hvordan de presenterer og rapporterer sine CSR-aktiviteter, både obligatorisk og frivillig rapportering. På bakgrunn av de foregående kapitlene, samt teoriene som presenteres i dette kapittelet, vil to hypoteser bli presentert i slutten av kapittelet.

3.1 Introduksjon til rapportering

Informasjonsrapportering fra selskaper har opplevd og bli et stadig mer populært tema for analyse blant forskere, samtidig som det er av stor interesse for samfunnet generelt. Mens selskap er forpliktet til å rapportere visse typer informasjon i tråd med lovenes bestemmelser i hvert land, er det også tilfeller av frivillig rapportering, da særlig i forhold til økonomiske, sosiale og miljømessige aspekter, også kjent som elementer av Corporate Social Responsibility (CSR) (Gallego-Alvarez & Quina-Custido, 2016).

Frivillig rapportering i årsrapporter kan ifølge Meek et al. (1995), klassifiseres i tre typer informasjon; i) strategisk og fremtidsrettet, ii) finansiell, og iii) ikke-finansiell informasjon (Meek et al., 1995). Strategisk og fremtidsrettet informasjon inkluderer generell selskapsinformasjon, forretningsstrategi, anskaffelser og avhending, forskning og utvikling, og framtidsutsikter. Finansiell informasjon dekker finansiell gjennomgang, informasjon om valuta og aksjekurs, og tenderer å være basert på historisk data, mens ikke-finansiell informasjon inkluderer rapportering av samfunnsansvar og miljørapportering.

Forskning på sosial- og miljømessig rapportering har opplevd vekst i løpet av de siste årene. Rapportering om samfunnsansvar (CSR-rapportering) anses å være en viktig komponent av selskapenes rapportering. Informasjonen som presenteres blir sett på som en måte å komplettere finansiell rapportering, samt å redusere informasjonssymmetri¹⁰. Betydelig forskning har undersøkt spørsmål som eksempelvis hvilke typer selskap som driver med samfunnsansvar, og hvordan CSR er med på å utforme beslutninger og resultater (Huang &

¹⁰ Informasjonsasymmetri er i økonomisk teori/kontraktsteori en situasjon der informasjonsfordelingen mellom kjøper og selger er skjev (Andresen, 2014).

Watson, 2015). Det finnes en rekke empiriske undersøkelser om CSR, alt fra effekten av spesielle hendelser på CSR-rapportering (Mahadeo et al., 2011; Rashid 2011; Deegan 2002; Deegan et al., 2002) til hva som er avgjørende for CSR-rapporteringen (Ntim & Soobaroyen 2013; Khan 2010). Økningen av interesse for temaet selskapenes samfunnsansvar har ført til at det utarbeides et teoretisk rammeverk som har vokst rundt definisjonene, og fokuserer på hvilke av de eksisterende teoriene som kan anvendes til temaet, som utvilsomt blir stadig viktigere (Gallego-Alvarez & Quina-Custido, 2016).

Det eksisterer mye forskning knyttet til teorier rundt selskapers frivillige rapportering (Omran og El-Galfy, 2014; Junior et al., 2014; van der Laan, 2009), og inkluderer tema som bedriftsstrategi, finansiell informasjon, segmentinformasjon, CSR-rapportering, rapportering av klimaendringer, finansiell og ikke-finansiell rapportering på internett og avsløringer om selskapsstyring for å nevne noen. Bravo et al. (2010) argumenterer for at empiriske bevis ikke konsekvent underbygger teoriene om rapportering, og argumenterer med at vanskelighet rundt målingen av frivillig rapportering kan være en av grunnene til dette.

I dette kapittelet presenteres teorier som kan anvendes til å undersøke CSR-rapportering. Et sentralt poeng er, som presentert av blant annet Junior et al. (2014); at forskjellige typer informasjon er rettet mot forskjellige brukere. Eksempelvis rettes strategisk og finansiell informasjon mot investorer, mens for ikke-økonomisk informasjon er målet andre interessenter og investorer. Som et resultat av dette vil teoriene som brukes være avhengige av typen informasjon som blir gitt, og hvordan denne blir presentert. Videre er CSR-informasjon av ikke-økonomisk karakter, og kan således ikke forklares med de samme teoriene som fokuserer på fremtidsrettet og økonomisk informasjon.

Holder-Webb et al. hevder i sin artikkel fra 2009 at det ikke er nok for selskap å bare engasjere seg i CSR-aktiviteter. Det er også viktig og ønskelig at informasjonen om disse aktivitetene er tilgjengelige for interessenter (Holder-Webb et al., 2009). Det har vært argumentert for at økningen av rapportering av ikke-økonomisk informasjon skyldes et svar på bevisstheten om at regnskap utelater viktig informasjon om selskapet (Adams et al., 1998; Adams, C, 2002). Regnskapet skildrer faktisk et begrenset bilde av selskapet, da det bare presenterer finansielle beregninger. Følgelig argumenteres det for at relevansen av ikke-økonomisk informasjon har økt betydelig med årene.

Fremveksten av ikke-økonomisk rapportering kan sees på som et forsøk på å øke åpenheten med hensyn på selskapers handlinger angående sosiale og miljømessige spørsmål (Nielsen & Thomsen, 2007). Videre anerkjennes det til stadighet at rapportering av ikke-økonomisk informasjon er avgjørende for å redusere informasjonsasymmetri som eksisterer mellom ledelse og sentrale interessenter, samt for å la investorer bedre kunne vurdere viktige investeringsmuligheter. I tillegg bidrar rapporteringen til å tilrettelegge for et bredere syn på selskapets resultater, som også omfatter samfunnet og omgivelsene (Huang & Watson, 2015). I sin studie fra 2019 antar Hsu et al. at CSR kan være en indikasjon på ledelsens etikk og integritet når de undersøker hvorvidt aksjeinvestorer og finansanalytikere vurderer CSR-utførelse når de foretar prognoser. Deres studie finner at bare negativ CSR-utførelse (CSR-performance) påvirker investorers vurderinger når de vurderer rapportering av faktisk og prognosert inntjening. De finner også at både positive og negative CSR-utførelser påvirker analytikernes prognoser, som et svar på selskapers rapportering. Videre finner de at selskaper med negativ CSR-utførelse viser lavere rapporteringskvalitet, men ikke at selskaper med positiv CSR-utførelse viser høyere nivå av rapporteringskvalitet. Deres studie viser til at investorer og analytikere vurderer selskapers CSR når de vurderer informasjonen i selskapers rapportering (Hsu et al., 2019).

3.1.1 Generell rapportering (disclosure in general)

I litteraturen er rapportering av selskapers CSR-aktiviteter ofte omtalt som Corporate Social Disclosures (CSD), og referer til informasjon presentert av selskap som knytter seg til selskapets ambisjoner og offentlige uttrykk med hensyn på miljø-, samfunn-, ansatt-, og forbrukerproblemer (Gray et al., 1995). CSD omhandler et bredt utvalg av informasjon inkludert selskaps miljøtiltak, virksomhetsdrift, arbeidspraksis, og relasjoner med kunder og leverandører. Videre suppleres det med informasjon om eventuelle politiske bidrag, veldedige bidrag, og effekten selskapets produkter/tjenester har på forbrukernes helse og sikkerhet (Williams, 1999).

Van den Laan Smith et al. viser til en økning i volum og innhold i CSR-rapportering fra større selskap (van der Laan Smith et al., 2005). Forskere har undersøkt omfanget, motivasjon og naturen for CSD, da især i USA, men også i andre land (Gray et al., 1995; Spicer, 1978; Patten, 1991; Patten, 1995). Både et-lands studier er gjennomført, samt studier som undersøker flere selskap i flere land. Studier viser til at det foreligger ulikheter, og foreslår at opprinnelsesland er en sentral faktor i forklaring av et selskapers CSD. Studier har forsøkt å

forklare disse observerte forskjellene mellom CSD i forskjellige land (van den Laan Smith, 2005).

Van der Laan Smith et al. (2005) viser til at tidligere forskning innenfor området har undersøkt både obligatoriske, så vel som frivillige CSD-vedlegg. Hovedsakelig er det studier som har tatt for seg CSD i USA som har dominert forskningsområdet, men det er et voksende antall litteratur som fokuserer på andre land. Grey et al. (1995) sammenlignet resultatene og de teoretiske rammeverkene fra flere studier, og fant flere inkonsistenser mellom forskning i forskjellige land (Gray et al., 1995). Van der Laan Smith et al. (2005) argumenterer for at forskjellig utvalg, utvalgsstørrelse, tidslinje og forskningsdesign kan være en forklarende faktor på inkonsistensene. Videre argumenterer de for at det faktisk kan eksistere en effekt basert på land, og at opprinnelsesland kan være en forklarende faktor på internasjonale forskjeller i CSD (van der Laan Smith et al., 2005).

Som presentert over, har flere studier forsøkt å identifisere effekten forskjellige land har på rapporteringen av CSR-aktiviteter. Ved å ta i bruk et komparativt rammeverk, har flere forsøkt å undersøke praksis hva gjelder CSD. Freedman og Stagliano (1992) undersøkte graden av CSD i 12 land innenfor den Europeiske Union¹¹, og fant en mangel på konsistens på tvers av land både i nivå og kvalitet på CSD. Meek et al. (1995) undersøkte faktorer som påvirket CSR-rapportering i årsrapporter av multinasjonale selskaper fra USA, Storbritannia og Kontinental-Europa. Deres forskning viste til at nasjonale/regionale innflytelser er viktige faktorer som forklarer rapportering, både frivillig og obligatorisk. Selskapenes størrelse, noteringsstatus og bransje ble også identifisert som viktige determinanter for å forklare rapportering (Meek et al., 1995).

Fekrat et al. (1996) undersøkte miljørapporteringer i 1991 i årsrapporter fra 168 selskaper fra 18 land. De fant betydelige variasjoner i selskapenes rapporteringer blant selskaper fra forskjellige land (Fekrat et al., 1996). Tilsvarende funn gjorde Gamble et al. (1996), nemlig betydelige forskjeller i nivå på miljøopplysninger i rapporteringen blant selskaper fra forskjellige land. Undersøkelsen var basert på 276 selskaper fra 27 land.

Flere nasjonale og tverrnasjonale studier er gjennomført innenfor fagfeltet. Lattemann et al. (2009) undersøker CSR-rapportering i kinesiske og indiske selskaper. De finner at indiske

¹¹ Den Europeiske Union: Regional samarbeidsorganisasjon i Europa bestående av 27 medlemsland (Knudsen, Julsrud, Tvedt, & Trondal, 2020).

selskap rapporterer mer CSR, hovedsakelig grunnet et mer regelbasert samfunn, i motsetning til mer relasjonsbaserte samfunn som eksempelvis Kina. Marquis og Qian (2014) ser til CSR-rapportering i Kina, og konkluderer med at i) signalisering til regjering og styresmakter er en viktig mekanisme i politisk innflytelse, ii) avhengighet av regjering og styresmakter utsetter selskaper for forskjellig legitimitetspress, iii) selskaper som ovenfor en risiko som gjør dem mer tilbøyelig til å iverksette samfunnsansvarlige handlinger i situasjoner der de blir overvåket (Marquis & Qian, 2014).

Florea, Florea, Broes og Spukine (2011) undersøkte CSR i nesten seksti selskaper i seks europeiske land. Deres funn viser til at det er vesentlige forskjeller hva gjelder oppfatning av CSR mellom de ulike landene (Florea et al., 2011). Parry et al. (2009) argumenterer for at stadig flere britiske selskaper innser fordelene ved å rapportere CSR-aktiviteter til deres interessenter (Parry, Brown, & Moon, 2009).

Orazalin et al. (2019) finner i sin studie av selskaper i olje- og gassindustrien i Russland at selskaper forbedrer sine bærekraftsindikatorer (sustainability performance indicators) for å styre risiko, samt forbedre deres økonomiske stabilitet. Videre påpeker deres funn at firmaspesifikke egenskaper er viktige underliggende faktorer som påvirker deres bærekraftsindikatorer (Orazalin et al., 2019). Bashtovayas komparative studie fra 2014 sammenligner russiske og amerikanske selskapers CSR-rapportering. Hennes funn viser til at russiske selskaper rapporterer mer omfattende når det kommer til CSR-spørsmål som er relatert til ansatte og forbrukere. Imidlertid inneholder rapportering fra amerikanske selskaper temaer som eksempelvis global bekymring for miljøet, noe som er utelatt av russiske selskaper (Bashtovaya, 2014).

Ihlen og Hoivik (2015) undersøker i sin studie CSR i Norge, sammenlignet med USA ved bruk av interessenttilnærming (Ihlen & Hoivik, 2015). De konkluderer med at det eksisterer en slående forskjell mellom Norge og USA, spesielt hva gjelder folkets syn på staten, og hvilken rolle staten skal ta på seg. De argumenterer for at i en fri markedsøkonomi (free-market enterprise economy) posisjonerer regjeringen seg utenfor CSR-agendaen, i motsetning til i Norge, der CSR-agendaen stort sett har vært drevet av regjeringen. Videre argumenterer de for at mange av de største selskapene i Norge i dag er i det minste delvis offentlig eide. Norge er ofte omtalt som et statsvennlig samfunn, og denne holdningen har blitt funnet blant forretningsfolk (Ihlen & Hoivik, 2015). Ihlen og Hoivik poengterer også en annen viktig kulturell forskjell, nemlig at norske næringsinstitusjoner ikke anses å være knutepunktet for

samfunnet, slik som ofte er tilfelle i et angloamerikansk perspektiv. Virksomheter anses i stedet for å være en av mange institusjoner som fungerer i samfunn, og blir ikke alltid sett på som den viktigste. Ihlen og Hoivik konkluderer med at virksomheter faktisk har blitt sett på med skepsis.

Studiene antyder at rapportering av CSR-aktiviteter varierer mellom land. I etterfølgende avsnitt kommer det en presentasjon av teoriene som er brukt i forskning til å forsøke å forklare forskjellene i rapporteringen.

3.2 Teorier som kan forklare CSR-rapportering

Rapportering av CSR-informasjon har økt betydelig de siste årene på global skala, blant annet som en konsekvens av den økende interessen interessenter har for å motta frivillig rapporteringsinformasjon fra selskaper. Økningen forventes å intensiveres de kommende årene, da EU anser CSR som en strategi for det neste tiåret. Det forventes at rapporteringen skal å bidra til å bygge et mer sammenhengende samfunn og føre til en mer bærekraftig økonomi (EU-kommisjonen, 2011).

CSR har uten tvil etablert seg som et sentralt element hva gjelder offentlige og akademiske debatter, og følgelig ønsker man i dette kapitlet å gi en detaljert gjennomgang av de teoriene som brukes i forskning for å forklare praksis rundt CSR-rapportering. Når det gjelder teoriene for å forklare CSR-rapportering, er det gjort mange forskjellige teoretiske forsøk på å forklare hvorfor selskaper frivillig rapporterer CSR-informasjon. I denne sammenheng har man funnet støtte i forskjellige teorier som prøver å forklare hvorfor selskap er motiverte eller bør motiveres til å rapportere denne typen informasjon. Disse inkluderer prinsipal-agent teori, legitimitetsteori, interessenteori, sosial kontraktsteori, signaliseringsteori og institusjonell teori.

3.2.1 Prinsipal-Agent teori (Agency Theory)

Prinsipal-agent teori beskriver forholdene mellom ledere og aksjonærer, samt forholdet mellom aksjonærer og gjeldseiere (Jensen & Meckling, 1976; Watts & Zimmerman, 1978). Aksjonærer eller kapitaltilbydere delegerer strategiske og operasjonelle beslutninger til ledere. Ideelt sett vil ledere handle og ta avgjørelser som maksimerer aksjonærenes verdi og profitt, samt sikre at gjelden blir tilbakebetalt. Som prinsipal-agent teorien beskriver, bruker ledere sin posisjon og makt til egen fordel. Prinsipal-agent problemet oppstår på grunn av atskilt

selskap og kontroll, og eksisterer som følge av informasjonsasymmetriproblemer da ledere har bedre kunnskap om selskapets fremtidige verdi sammenlignet med aksjonærer og gjeldseiere. Dette kan medføre ugunstige valg (adverse selection¹²) og moralske fareproblemer (moral hazard¹³), fordi kapitaltilbydere er usikre på om ledere opptre i beste interesse. Som slike ledere, har aksjonærer og gjeldseiere insentiver til å samkjøre interessene.

Overvåknings- og bindingsmekanismer (monitoring and bonding devices) er de vanligste verktøyene som brukes av kapitaltilbydere for å redusere den eksisterende informasjonsasymmetriproblematikken. Bruken av disse mekanismene er kostbare. Eksempler på overvåkingsmekanismer som brukes av aksjonærer for å sikre at ledere gir fullstendig informasjon inkluderer utnevning av et styre, og bruk av komiteer. Ledere har et insentiv til å gi troverdig informasjon til aksjonærer og gjeldseiere, og gjør det ved å utarbeide reviderte økonomiske rapporter og andre opplysninger (Watson et al., 2002). Bindingsmekanismer er kontraktmessige avtaler som gjeldskontrakter og kompensasjonspakker, som binder ledelsens interesser til kapitaltilbyderen. Bruken av disse overvåknings- og bindingsmekanismene gjør det mulig å redusere prinsippal-agent problemer og informasjonsasymmetri, og reduserer dermed de samlede agent-prinsipal kostnadene (agency-kostnadene) (Jensen & Meckling, 1976). Det vil si at overvåkings- og bindingsmekanismer reduserer agent-prinsipal-kostnader for egenkapital og gjeld. I sin studie fra 1995 bruker Hossain et al. (1995) agent-prinsipal teori for å forklare frivillig rapportering. Forfatterne finner at selskap med høy gearing har en tendens til å gi ut detaljert informasjon for å redusere gjeldskostnadene.

Prinsipal-agent teori antyder at selskapskarakteristikkene som eksempelvis firmaets størrelse, når det gjelder eiendeler med hensyn til totale investeringer og gjeldsnivå, korrelerer positivt med et høyt nivå av frivillig avsløring (Gallego-Alvarez & Quina-Custido, 2016). Det kan argumenteres for at teorien kan anvendes for å forklare CSR-rapportering, ved at et selskap bare vil rapportere informasjon når det ser ut til at fordelene ved rapportering oppveier kostnadene (Gallego-Alvarez & Quina-Custido, 2016).

¹² Adverse selection: Refererer til en situasjon når selger har informasjon som kjøper ikke har eller omvendt, om noen aspekt av produktkvaliteten (Hayes, 2020).

¹³ Moral Hazard: Risikoen for at en part ikke har inngått kontrakt i god tro eller har gitt villedende informasjon om sine eiendeler, forpliktelser eller kredittkapasitet (Kenton, 2019).

3.2.2 Legimitetsteori (Legitimacy Theory)

Deegan og Unerman hevder i sin bok «Financial Accounting Theory» fra 2011 at legitimitetsteorien er avhengig av oppfatningen om at det eksisterer en «sosial kontrakt» mellom en organisasjon eller et selskap og samfunnet det opererer i. Følgelig forsøker selskap å legitimere sine handlinger ved å delta i prosessen med å rapportere sine CSR-aktiviteter. Dette for å få «godkjenning» fra samfunnet, og dermed sikre seg videre eksistens (Deegan & Unerman, 2011). Denne sosiale kontrakten, som Deegan presenterer i sin artikkel fra 2002 representerer flere forventninger som samfunnet innehar om hvordan en organisasjon skal utføre sine operasjoner og handlinger. (Deegan, 2002). O'Donovan (2002) hevder videre at legitimitetsteorien stammer fra ideen at dersom selskap skal fortsette å ha suksess, må de handle innenfor rammene og normene som samfunnet aksepterer som sosialt ansvarlig oppførsel (O'Donovan, 2002). Maignan og Ralston (2002) argumenterer for at legitimiteten til et selskap er avhengig av å opprettholde et gjensidig forhold til dets interessenter, gitt at selskapet har forpliktelser overfor et bredt spekter av interessenter i forhold til sine aksjonærer (Maignan & Ralston, 2002).

Ifølge Kytle et al. (2005) har CSR-rapporteringspraksis blitt et sentralt styringsverktøy for den økende kompleksiteten i virksomhetsstyring over landegrensene. De argumenterer videre for at CSR-rapportering er med på å integrere CSR-aktiviteter i selskapenes strategiske risikostyring slik at virkningen av CSR-aktiviteter kan maksimeres (Kytle et al., 2005).

Waddock et al. (2002) argumenterer videre at de ansattes oppfatninger om hvordan et selskap håndterer og forvalter sitt samfunnsansvar ofte er en del av den ansattes beslutning om hvor han skal jobbe. Publisering av bærekraftrelatert informasjon kan således spille en rolle. Ved å posisjonere et selskap som «riktig», kan man øke statusen som arbeidsgiver, øke lojaliteten, og øke selskapets evne til å tiltrekke og beholde ansatte av høy kvalitet. Margolis og Walsh (2003) hevder at selskapets engasjement i CSR-aktiviteter og rapportering av dette, kan være med på å fremme selskapets resultat. Deres forskning konkluderer med et positivt forhold mellom CSR-resultater og økonomiske resultater (aksjonærtlnærming). Roberts (1992) hevder at selskaper velger å engasjere seg i CSR-aktiviteter som en måte å øke tilgangen til kapital og samtidig øke aksjonærers verdi. Dette anses å imøtekomme interessentens forventning. Investorer velger følgelig å investere i organisasjoner som demonstrerer et høyt nivå av CSR. Branco og Rodrigues (2008) hevder at rapportering av CSR er en sentral mekanisme i det å styrke effekten av CSR på selskapets omdømme, i tillegg til å representere

et signal om økt fokus på sosial og miljømessig oppførsel. Bayound et al. (2012) og deres forskning bekrefter at et høyt nivå av CSR-rapportering er sterkt assosiert med selskapets omdømme ovenfor dets interessenter (interessenttilnærming).

3.2.3 Interessenttilnærming (Stakeholder Theory)

Hsu et al. (2019) sin studie undersøker hvorvidt interessenter som aksjeinvestorer og finansanalytikere vurderer CSR-utførelse når de foretar prognoser. Deres studie finner empiriske bevis på at interessenter, da især aksjeinvestorer og finansanalytikere vurderer CSR-resultater. Deres studie viser til at aksjeinvestorer og finansanalytikere er konsekvente når de vurderer den negative effekten av CSR-utførelse (Hsu et al., 2019).

Nyere høyprofilerte skandaler, som Enron og WorldCom har tydelig fremhevet det faktum at virkninger av et selskap strekker seg lenger enn grupperinger med direkte økonomiske interesser i selskaper (van der Laan et al., 2005). Som følge av større skandaler fornyes til stadighet debatter rundt selskapers samfunnsansvar, og det kreves at selskaper både rapporterer og holdes ansvarlige for et bredere sosialt mandat, enn bare de primære hovedoppgavene. Under interessenttilnærmingen er organisasjoner og selskap ikke bare ansvarlige overfor sine aksjonærer, men de bør også vurdere de andre interessenters interesser. Disse interessene kan både påvirke og bli påvirket av organisasjonens måloppnåelse (Freeman, 1984). Interessentteorien brukes til å analysere de gruppene som et selskap er ansvarlig ovenfor.

Boatright (2003) bekrefter at selskaper drives eller burde bli drevet med utgangspunkt i å tilegne seg fordeler og generere avkastning til aksjonærer og de som har eierandel i selskapet (Boatright, 2003). Interessentteorien favner om at selskaper og organisasjoner må spille en aktiv rolle i samfunnet de opererer i. Følgelig hevder Wick et al. (2004) at selskaper bør vurdere effekten av sine handlinger ovenfor interessenter som har en interesse eller eierandel i selskapet. Wearing (2005) understreker viktigheten av at interessenter er alle parter, som direkte eller indirekte blir berørt av et selskaps virksomhet.

Interessentteorien kan også forklares ved enten et ledelses- eller et etisk utgangspunkt (Deegan, 2013). Tar man for seg ledelsesutgangspunktet ser man til at selskaper vil reagere i forhold til de interessenter som kan ha nødvendig økonomisk innvirkning på selskapet, eller de som ikke er direkte engasjert i selskapets økonomiske aktiviteter. Disse interessentene kan

gjærne være interessert i selskapets handlinger, samt å kunne påvirke de. På den andre siden gir det etiske utgangspunktet alle interessenter rett til å vite om et selskaps sosiale og miljømessige implikasjoner er som følge av operasjoner (Deegan, 2013).

I nevnte van der Laan Smith et al. sin studie fra 2005 argumenterer de for at selskapets rolle i samfunnet, og dermed dets forhold til interessenter i samfunnet, er med på å påvirke omfanget og typen CSD som blir presentert. De bruker interessenteorien til å forklare forskjeller i CSD mellom land, samt at måten selskaper og selskapets interessenter blir definert i et samfunn, påvirker omfanget og kvaliteten på CSD presentert av selskaper. Jackson et al. (2020) argumenterer for at en sentral politisk tilnærming til samfunnsansvar fokuserer på åpenhet, ved å gi mandat til rapportering av ikke-finansiell informasjon. Eksempelvis nevnte EU-direktiv som medførte at medlemslandene m tte overføre dette til sin nasjonale lovgivning. Hess (2007) argumenterer for at selskapers selvregulering av rapportering kan resultere i betydelig informasjonsasymmetri, noe som gjør det umulig for interessenter   avgjøre hvorvidt ledere virkelig opptrer i beste interesse eller ikke (Hess, 2007). Lopatta et al. (2016) understreker at interessenter som følge av dette kan undervurdere noen ansvarlige handlinger, og overvurdere uansvarlige (Lopatta et al., 2016). Som følge av interessenttilnærming ser man at det kan eksistere forskjeller mellom CSR-rapportering mellom land, knyttet til landets styresett, herav lover og regler.

3.2.4 Sosial kontraktsteori (Social Contract Theory)

Sosial kontraktsteori er synspunktet om at personers moralske og/eller politiske forpliktelse er avhengig av en avtale mellom dem for å forme samfunnet de lever i. Sosial kontraktsteori har sin historiske forankring i Hobbes (1946) og Locke (1986). Donaldson (1982) ser på forholdet mellom forretningsdrift og samfunnet ut ifra et filosofisk ståsted. Han argumenterer for at det eksisterer en implisitt kontrakt mellom næringslivet og samfunnet rundt, og at denne kontrakten innebærer noen indirekte forpliktelse organisasjoner og virksomheter har ovenfor samfunnet. Sosial kontraktsteori ble ytterligere omtalt av Donaldson et al. (1999), som videre argumenterer for en mer integrerende sosial kontraktsteori som en måte for ledere å ta etiske beslutninger.

I henhold til denne samfunnsmessige tilnærmingen er virksomheter ansvarlige for samfunnet som helhet, og som de indirekte utgjør en integrert del av. Hovedideen bak synet er at virksomheter opererer med offentlig samtykke for å tjene samfunnets behov og tilfredshet

(Van Marrewijk, 2003). Den samfunnsmessige tilnærmingen ser ut til å være en mer strategisk respons på de skiftende omstendighetene og de nye utfordringene som tidligere ikke oppsto, som eksempelvis CSR.

Ramanthan (1976) foreslår å definere begrepene sosiale komponenter, sosial kapital og netto sosialt bidrag. De sosiale komponentene skiller seg fra sosiale grupper, som selskapet skal være bundet til av en sosial kontrakt. Hver av disse gruppene kan måle endringer i sine rettigheter med hensyn til selskapet, som følge av sosiale transaksjoner. På denne måten definerer Ramanthan sosial kapital.

Dunfee (2006) argumenterer videre for at sosial kontraktteori vil passe en «emerged» økonomi der individer er i stand til å rette fokus på fornuftig ressursforbruk, hvor verdien av pengene er forutsigbar, og der private eiendomsrettigheter og kontrakter mellom individuelle beslutningstakere håndheves på en objektiv måte (Rest et al., 1999).

3.2.5 Signaliseringsteori (Signalling Theory)

Signaleringsteorien ble opprinnelig utviklet for å tydeliggjøre informasjonsasymmetrien i arbeidsmarkedet (Spence M. , 1973), men har senere blitt brukt til å forklare frivillig rapportering i selskapenes rapportering (Ross, 1977). Teorien viser hvordan informasjonsasymmetriproblemer kan reduseres av parten med mer informasjon, herunder selskapet, som signaliserer det til den andre parten, herunder gjerne brukere av rapporteringen. Signaliseringen innebærer å formidle selskapets 'kvalitet' eller verdi gjennom kommunikasjonskanaler som frivillig rapportering, eller finansregnskap. Når det gjelder frivillige selskapsopplysninger, gir ledere ytterligere informasjon til investorene for å hjelpe dem å ta investeringsbeslutninger.

Som følge av problemer med informasjonsasymmetri, signaliserer selskaper CSR-informasjon til investorer for å vise at de er bedre enn andre selskaper i markedet, med det formål å tiltrekke seg investeringer og videre styrke ens omdømme (Verrecchia, 1983). CSR-rapportering er et av signaliseringsmidlene som brukes, ved at selskapene ønsker å rapportere mer CSR-informasjon enn det som kreves av lover og regler, med det formål å signalisere at de er bedre (Mahoney, 2012; Thorne et al., 2014). Ifølge signaliseringsteorien signaliserer ledere som forventer et høyt nivå av fremtidig vekst det til investorene. Tidligere studier

bekrefter forventinger om signaliseringsteori som antyder at et selskap av høy kvalitet ikke vil skyte unna å fortelle markedet om deres kvalitet (Kanagaretnam et al., 2007; Mitchell, 2006).

Signaliseringsteori blir i flere tilfeller brukt til å forklare hvorfor selskaper har et insentiv til å rapportere informasjon frivillig til kapitalmarkedet¹⁴. Herunder argumenteres det for at frivillig rapportering er nødvendig for at selskap skal kunne konkurrere i kapitalmarkeder. Ledere av selskap med nøytrale nyheter har et insentiv til å rapportere positive nyheter, slik at de ikke blir mistenkt for å ha dårlige resultater. Ledere av selskap med dårlige resultater har insentiver til å ikke rapportere sine dårlige nyheter. Denne påstanden stemmer overens med Kothari, Shu og Wysockis (2009) analyse (Kothari et al., 2009). De hevder at selskapets ledelse har en tendens til å skjule eller utsette rapportering av dårlige nyheter fordi omfanget av markedsreaksjonen på dårlige nyheter er høyere enn for gode nyheter. På den annen side har selskap også et insentiv til å rapportere sine dårlige nyheter for å unngå saksomkostninger for manglende opplysning og for å opprettholde selskapenes verdi (Kothari et al., 2009).

Insidere vet mer om et selskap og dets framtidsutsikter enn investorer; derfor vil investorer beskytte seg ved å tilby en lavere pris for selskapet (Omran og El-Galfy, 2014; Thorne et al., 2014). Imidlertid kan verdien av selskapet økes dersom selskapet frivillig rapporterer (signaliserer) informasjon, herunder CSR-informasjon, som er troverdig og reduserer utenforstående usikkerhet (Connelly et al., 2011; Mahoney, 2012).

Toms (2002) antyder at implementering, overvåking og rapportering av miljøpolitikk og CSR-informasjon i årsrapporter bidrar til å skape omdømme. Han argumenterer for at tidligere økonomiske resultater ikke har noen innvirkning, og at det er ingen bevis for at miljøomdømme er skapt av en finansiell «glorie effekt» eller av tilgjengeligheten av økonomiske ressurser.

Hasseldine et al. (2005) slår sammen teori om kvalitetssignalisering og det ressursbaserte synet til selskapet for å kunne teste de forskjellige effektene som mengden av og kvaliteten på CSR-informasjon har på selskapets omdømme. Thorne et al. (2014) antyder at kvaliteten på rapportering av CSR-informasjon har en sterkere effekt på etableringen av miljømessig omdømme blant toppledere og investorinteresserte grupper, enn bare kvantitet.

¹⁴ Kapitalmarked: Brukes ofte om omsetningen av mer langsiktige verdipapirer, som ihendehaverobligasjoner, pantobligasjoner, aksjer og liknende som anvendes ved finansiering av produksjonsvirksomhet. Omsetningen av helt kortsiktige fordringer betegnes pengemarked (Stoltz, 2014).

Basert på gjennomgang av signaliseringsteori, ser man at selskaper kan tendere til å rapportere mer enn hva som kreves, for å signalisere at de har en bra CSR-politikk.

3.2.6 Institusjonell teori (Institutional Theory)

Institusjonell teori tar utgangspunkt i at oppførselen til selskaper styres av dets institusjonelle miljø. Ifølge den økonomiske institusjonsteoretikeren North (1990) er institusjoner i et samfunn spillereglene som styrer samspillet mellom selskapene, mens selskapene er aktørene i spillet som prøver å bruke mulighetene som institusjonene skaper for å maksimere deres profitt. Institusjoner er de begrensningene et samfunn pålegger enkeltpersoner og selskaper for å regulere deres oppførsel og aktiviteter, for eksempel at virksomheter må være samfunnsansvarlige (North, 1990; Lattemann et al., 2009). Brammer et al. (2012) argumenterer for at mye av CSR-teorien som er fremsatt, har oversett rollen som institusjoner spiller i et samfunn. De argumenterer for at selskapers CSR-aktiviteter er tettere knyttet til formelle institusjoner for interessentene og statlige inngripen i mer avanserte økonomier (Brammer et al., 2012). Campbell (2007) argumenterer for at forholdet mellom grunnleggende økonomiske forhold og selskaps atferd er formidlet av flere institusjonelle forhold; i) offentlig og privat regulering og lovgivning, ii) tilstedeværelse av ikke-statlige og andre uavhengige organisasjoner som overvåker selskaps atferd iii) institusjonaliserte normer som påser hensiktsmessig atferd blant selskaper og iv) organiserte dialoger mellom selskaper og deres interessenter (Campbell, 2007). Flere studier har argumentert for at vi må være mer oppmerksom på de institusjonelle mekanismene som kan påvirke om selskaper opptrer på samfunnsansvarlige måter eller ikke (Doh & Guay, 2006; Orlitzky et al., 2003; Walsh et al., 2003). viser også til viktigheten av skatterett, når han omtaler eiendomsrettinstitusjon, som en påvirkende kraft på selskapers CSR-atferd. Han argumenterer for at selskaper har en tendens til å handle på samfunnsansvarlige måter dersom normative eller kulturelle institusjoner er tilstede og skaper et riktig sett av insentiver for slik oppførsel.

Flere forskere har studert CSR i en sammenlignende tverrnasjonal kontekst, med utgangspunkt i institusjonell teori og institusjonelle implikasjoner. Maignan og Ralstons (2002) studie omhandler selskaper i Frankrike, Nederland, Storbritannia og USA. De undersøkte 100 selskapers rapportering av offentlige forpliktelser, ved å se til publiseringer på hjemmesider. Deres funn viser til tre motivasjoner bak selskapers samfunnsansvarlige oppførsel: i) ledere verdsatte slik oppførsel i seg selv ii) ledere mente at det ville forbedre den økonomiske ytelsen til selskapet, og iii) interessenter, og da især samfunnsgrupper, kunder

med mer presset selskapene til å oppføre seg på samfunnsansvarlige måter. De fant også systematiske forskjeller i svarene fra de fire landene, som tyder i retning at nasjonale politiske, kulturelle eller andre institusjoner kan ha vært en påvirkende kraft (Maignan & Ralston, 2002).

Lattemann et al. (2009) argumenterer for at institusjonell teori (North, 1990) (Scott, 1999) gir et passende teoretisk rammeverk ved analyse av CSR på tvers av land. Li et al. (2004) klassifiserer samfunn som i) regelbaserte og ii) relasjonsbaserte.

Lattemann et al. (2009) argumenterer for at regelbaserte samfunn eksisterer under følgende betingelser: (1) maktfordelingsprinsippet¹⁵(checks and balances) er på plass mellom og blant lovgivende, bevilgende og kontrollerende funksjoner; (2) domstolene er uavhengige av politisk innflytelse, det vil si rettferdig og effektiv; (3) den offentlige informasjonsinfrastrukturen er godt utviklet, og kvaliteten på offentlig informasjon er høy; og (4) det er et høyt nivå av offentlig tillit til offentlige lover og regler og, og folk er avhengige av offentlige lover og regler for å avgjøre tvister (Lattemann et. al., 2009).

Videre argumenterer Lattemann et al. (2009) for at når maktfordelingsprinsippet ikke er tilstede mellom lovgivende, bevilgende og kontrollerende myndigheter, så er ikke offentlige lover og regler rettferdige og transparente. Domstoler kan påvirkes av politisk makt, og offentlig informasjon kontrolleres av staten, som gjør den upålitelig. Selskaper kan bruke private forbindelser, herav ulovlige handlinger som bestikkelser, for å beskytte seg selv og for å avgjøre tvister. Dette er et relasjonsbasert styringsmiljø. Dette omtales som relasjonsbaserte samfunn (Lattemann et. al., 2009).

Når markedstransaksjoner i en økonomi er begrenset i både omfang og til å gjelde nærområdet, samtidig som omfanget av aktiviteter er lite, kan et relasjonsbasert styringsmiljø være effektivt fordi det unngår store investeringer i utvikling av infrastruktur (Lattemann et. al., 2009). Li et al. (2004) hevder at noen av de østasiatiske økonomiene (blant annet Kina) med hell har vært avhengige av relasjonsbasert styring i utviklingsstadiene. Imidlertid, når markeder og selskaper utvikler seg argumenterer Li et al. (2004) for at samfunn med relasjonsbasert styring vil bli ineffektiv og kostbar, og ikke være i stand til å konkurrere med

¹⁵ Maktfordelingsprinsippet er et politisk-juridisk prinsipp som går ut på at statsmakten skal fordeles på tre uavhengige institusjoner: en lovgivende, en utøvende og en dømmende (Berg, 2019).

regelbaserte økonomier. Li et al. (2004) argumenterer for at de etter hvert vil forvandle seg til regelbaserte økonomier eller stagnere (Li et al., 2004).

Lattemann et al. (2009) viser til at CSR oppstår som følge av samfunnets bekymring for sosiale og miljømessige konsekvenser av selskapers jag etter økonomiske gevinster (det vil si maksimering av profitt). CSR er således en offentlig handling som bør formidles offentlig dersom selskapet ønsker å få utbytte fra innsatsen.

I regelbaserte samfunn er lover transparente, rettferdige og effektive. Som et resultat har innbyggerne et høyere nivå av tillit til offentlig informasjon, for eksempel bedriftskommunikasjon (for eksempel årsrapporter eller frivillige CSR-rapporter). I relasjonsbaserte samfunn kontrollerer staten offentlig informasjon, loven og dens håndhevelse. Folk har en tendens til å mistro offisielle (offentlig) opplysninger og ty til private midler (for eksempel bestikkelser og jungeltelegrafene) for å styre sine transaksjoner og interesser (Li et al., 2004). Regjeringen i et relasjonsbasert samfunn har en tendens til å være mindre fokusert på sosiale spørsmål på grunn av mangel på maktfordelingsprinsipp i det politiske systemet, og innbyggerne har en tendens til å ha mindre å si i sosiale spørsmål og mindre evne til å påvirke sosiale spørsmål (Sen, 1999). På sin side opplever selskaper mindre offentlig press for å opptre ansvarlig. I henhold til en slik institusjonell ordning i et relasjonsbasert samfunn, føler firmaene seg verken forpliktet til å kommunisere sitt samfunnsansvar eller å handle i allmenhetens interesse.

3.6 Oppsummering av teoriene

Som beskrevet over ser legitimitetsteori på samfunnet som en helhet, mens interessenteorien anerkjenner enkelte grupper i samfunnet for å ha mer makt og innflytelse enn andre. Sharma (2013) argumenterer for at fagfelt som CSR og rapportering av samfunnsansvar passer godt inn i både legitimitetsteorien og interessenteorien (Sharma N. , 2013). Selv om disse to teoriene anses som komplementære i stedet for konkurrerende teorier, vil bruken avhenge av den identifiserte brukergruppen for CSR-rapporteringen. Junior et al. (2014) argumenterer for at legitimitet oppnås fra samfunnet som helhet, i stedet for investorer. Legitimitetsbaserte CSR-studier vil passe til situasjoner der selskap eksempelvis tidligere har blitt anklaget for feilgrep/mislighet som videre har påvirket samfunnet som helhet.

Flere studier av Patten (1995) og Deegan og Rankin (1996) undersøker selskap som har blitt tiltalt av miljøvernmyndigheter. Studier utført i land som er multietniske/religiøse der ulikhet i inntekt og muligheter råder blant forskjellige deler av samfunnet, passer også til legitimitetsteorien. Eksempelvis ser Mahadeo et al. (2011) på rapportering av CSR i utviklingsland i Afrika, da nærmere bestemt Mauritius, Van der Laan (2009) i Australia, og Adb Rahman et al. (2011) i Malaysia. Da legitimitetsteorien er basert på samfunnets oppfatning, blir ledelsen tvunget til å rapportere informasjon som vil endre eksterne brukeres mening om deres selskap (Cormier et al., 2004; Linthicum et al., 2010). Ifølge Omran og El-Galfy (2014) er legitimitetsteorien mest egnet for selskaper som arbeider i utviklede land; der årsrapporten blir sett på som den viktigste måten slike selskap kommuniserer CSR-informasjon med samfunnet som helhet.

På den annen side ser interessentteorien ut til å være mest egnet for multinasjonale selskaper som arbeider i utviklingsland¹⁶. Selskapet kan utføre mer målrettet CSR-rapportering mot de interessentene selskapet ønsker å informere, for å oppnå ønsket forhold til interessentene (Bushman & Landsman, 2010). Et flertall av CSR-studier gjennomført i Bangladesh (Islam og Deegan, 2008; Belal og Owen, 2007; Rashid, 2015) anerkjenner interessenttilnærmingen på grunn av eksistensen av sterke interessenter fra vestlige land.

Selv om legitimitetsteori og interessentteori kan "konkurrere" om å forklare motivasjonen for CSR-rapportering, kan de begge brukes til å forklare fenomenet. Dersom de forskjellige metodene å rapportere CSR informasjon på (frivillig/pliktig) hadde vært mer skreddersydd opp mot typen CSR-informasjon som ble presentert, argumenterer van der Laan (2009) at de teoretiske perspektivene kunne hatt bedre forklaringskraft. Schmitz og Schrader (2015) argumenterer for at i et system der alle samfunnsgruppers interesser er beskyttet av lov, kan det observeres at private investeringer i CSR-aktiviteter er lavere, enn i andre systemer der dette ikke er tilfellet. Dette kan være relevant i for eksempel ikke-angloamerikanske selskapsstyringssystemer, som gjerne kjennetegnes ved høye juridiske standarder i sosiale og miljømessige områder som Tyskland, Frankrike eller Japan (Hall og Soskice, 2001).

Campbell (2007) argumenterer for at interessentteorier ikke er godt egnet til å forklare hvorfor selskaper opptrer samfunnsansvarlig, og rapporterer samfunnsansvarlige aktiviteter. Han poengterer at interessentteorien forklarer i) hva selskapet, og dets interessenter er ii) at

¹⁶ Utviklingsland, også kalla u-land, er en betegnelse på land med svak og ofte ensidig utviklet økonomi, og som har oppnådd en lavere grad av sosial og økonomisk utvikling enn industriland (Leraand, 2019).

interessenter har legitime interesser i selskapets CSR-rapportering iii) hva som er anbefalte holdninger, aktiviteter og praksis som igjen utformer interessentledelse (dvs. stakeholder management) og at den identifiserer iv) forholdet mellom interessentledelse og oppnåelse av ulike mål som lønnsomhet, stabilitet, vekst med mer. Videre argumenterer Campbell (2007) for at interessenteorien ikke tar hensyn til de uunngåelige økonomiske og sosiale krav og innvirkninger som selskaper blir konfrontert med. Disse uunngåelige sosiale og økonomiske kravene oppfordrer selskapene til å rapportere samfunnsansvarlige aktiviteter, og å oppføre seg samfunnsansvarlig eller ikke. Han argumenterer videre at regulerende interessenter og andre institusjoner påvirker selskapers rapportering av CSR. Campbell (2007) argumenterer for å se rapportering av CSR med utgangspunkt i institusjonell teori (Campbell, 2007). Lattemann et al. (2009) bygger videre på Li et al. (2004) sin klassifisering av samfunn, når han argumenterer videre for institusjonell teori gir et passende teoretisk rammeverk ved analyse av CSR på tvers av land.

Li et al. (2004) argumenterer for at folk i relasjonsbaserte samfunn har en tendens til å mistro offentlig (spesielt offisielt) informasjon ettersom staten kontrollerer offentlig informasjon, loven og dens håndhevelse (Li, Park, & Li, 2004). Derimot argumenterer Li et al. (2004) for at lover er transparente, rettferdige og effektive, og innbyggerne har et høyere nivå av tillit til offentlig informasjon, for eksempel bedriftskommunikasjon (for eksempel årsrapporter, CSR-rapporter). Derfor kan selskap oppnå fordeler med CSR-rapportering fordi samfunnet har tiltro til det. Ettersom myndighetene i et relasjonsbasert samfunn har en tendens til å være mindre fokusert på sosiale spørsmål på grunn av mangel på maktfordelingsprinsipper i det politiske systemet, og innbyggerne har en tendens til å ha mindre å si i sosiale spørsmål og mindre evne til å påvirke sosiale spørsmål har selskaper et lite offentlig press for å oppføre seg ansvarlig (Sen, 1999).

I henhold til teori om sosial kontrakt eksisterer CSR-rapportering på grunn av en implisitt sosial kontrakt mellom næringsliv og samfunn, og denne kontrakten innebærer noen indirekte forpliktelser for virksomheten overfor samfunnet. Ifølge den samfunnsmessige tilnærmingen er selskap ansvarlige for samfunnet som helhet, og de utgjør en integrert del. Følgelig opererer virksomheter med offentlig samtykke for å tjene samfunnets behov til samfunnets tilfredshet. Den samfunnsmessige tilnærmingen ser ut til å være en strategisk respons på skiftende omstendigheter, samt nye bedriftsutfordringer som tidligere ikke har skjedd, for eksempel CSR-aktiviteter og rapporteringer.

Dunfee (2006) argumenterer for at sosial kontraktteori er mest egnet for organisasjoner som arbeider i land med utviklet økonomi, gjerne kjennetegnet ved land der private eiendomsrettigheter og kontrakter mellom enkelt beslutningstakere håndheves, og der enkeltpersoner kan handle med andre enkeltpersoner i landet, eller i andre land. Videre har teorien blitt brukt til å forklare frivillig rapportering i generell selskapsrapportering.

Selskap signaliserer informasjon til investorene for å vise at de er bedre enn andre selskap i markedet med det formål å tiltrekke seg investeringer og samtidig styrke et gunstig omdømme (Verrecchia, 1983). CSR er et av signalmidlene, der selskap vil rapportere mer informasjon enn det som kreves i lover og forskrifter for å signalisere at de er overlegne (Campbell et al., 2001). Thorne et al. (2014) argumenterer for at signaliseringsteorien er bedre egnet i en situasjon der selskap konkurrerer om ressurser. Et selskap som ønsker å differensiere seg fra andre selskap, vil engasjere seg i CSR-praksis som ikke lett kan kopieres av andre (Connelly et al., 2011; Mahoney, 2012). Det er også viktig at denne informasjonen når målgruppen, ved at man rapporterer CSR aktiviteter.

3.3 Hypoteser

3.3.1 Hypotese 1

Interessenttilnærmingen argumenterer for at selskapets rolle i samfunnet, er med på å påvirke omfanget og typen CSR-rapportering. Flere har benyttet interessentteorien til å forklare forskjeller i CSR-rapportering mellom land, samt at måten selskaper og selskapets interessenter blir definert i et samfunn, påvirker omfanget og kvaliteten på CSR-rapportering presentert av selskaper (van der Laan Smith, 2005). Jackson et al. (2020) argumenterer for at en sentral politisk tilnærming til samfunnsansvar fokuserer på åpenhet, ved å gi mandat til rapportering av ikke-finansiell informasjon. Som følge av nevnte interessenttilnærming, ser vi at det kan eksistere forskjeller mellom CSR-rapportering mellom land, knyttet til landets styresett, herav lover og regler.

Etter legitimitetsteorien, hevder O'Donovan (2002) at dersom selskap skal fortsette å ha suksess, må de handle innenfor lovene, reglene og normene som samfunnet aksepterer som sosialt ansvarlig oppførsel (O'Donovan, 2002).

I henhold til den samfunnsmessige tilnærmingen under sosial kontraktteori, er virksomheter ansvarlige for samfunnet som helhet, og indirekte utgjør en integrert del av. Hovedideen bak

dette synet er at virksomheter opererer med offentlig samtykke for å tjene samfunnets behov og tilfredshet (Van Marrewijk, 2003). Forskjellige lands fokus på ressursforbruk, og ulikheter hva gjelder aksjonærsammensetning, eiendomsrettigheter og kontrakter mellom individuelle beslutningstakere vil således i henhold til sosial kontraktteorien være med på å påvirke selskapers CSR-rapportering.

Campbell (2007) bruker institusjonell teori til å forklare hvordan institusjoner i samfunnet påvirker CSR-aktiviteter og CSR-rapportering (Campbell, 2007). Lattemann et al. (2009) argumenterer videre for at institusjonell teori (North, 1990; Scott, 1999) gir et passende teoretisk rammeverk ved analyse av CSR på tvers av land, og bygger videre på Li et al. (2004) sin klassifiseringer av samfunn som i) regelbaserte og ii) relasjonsbaserte.

Diskusjonen ovenfor fører oss til den første hypotesen vi vil undersøke:

Hypotese 1: Selskapers styringssett (lover og regler) på nasjonalt nivå påvirker CSR-rapportering over tid.

3.3.2 Hypotese 2

Flere har dokumentert faktorer som påvirker selskapers CSR-aktiviteter (Black & Härtel, 2004; Hart, 1995; Lattemann et al. 2007, Sharma & Vredenburg, 1998; Xian & Yuan, 2007) og finner at større selskaper har høyere nivå av rapportering, mens selskaper med vekstmuligheter var motvillige til å rapportere frivillig informasjon, som eksempelvis deres CSR (Xiao & Yuan, 2007).

Prinsipal-agent teori antyder at selskapskarakteristikkene som selskapets størrelse, korrelerer positivt med et høyt nivå av frivillig avsløring (Gallego-Alvarez & Quina-Custido, 2016). Det kan argumenteres for at teorien kan anvendes for å forklare CSR-rapportering, ved at et selskap bare vil rapportere informasjon når det ser ut til at fordelene ved rapportering oppveier kostnadene (Gallego-Alvarez & Quina-Custido, 2016). Den eksisterende litteraturen om CSR-rapportering antyder vanligvis at selskapets størrelse er en viktig faktor for å forklare variasjonen i og i hvilken grad informasjon blir rapportert frivillig. Store selskaper med større finansieringsbehov medfører større etterspørsel etter informasjon fra investorer og långivere, for å få bedre kunnskap om alle aspekter av virksomheten, og frivillig rapportering av informasjon er av stor verdi for dem (Gallego-Alvarez & Quina-Custido, 2016). En annen mulig begrunnelse er relatert til kompleksiteten som er typisk for store selskaper, og det ekstra

behovet for å tilby utfyllende informasjon til agenter som er interessert i utviklingen av virksomheten. Denne kompleksiteten i store selskap krever et effektivt informasjonssystem for intern styring, og større selskaper har styringssystemer sofistikerte nok til å lette informasjonsutlevering i stor skala (Gallego-Alvarez & Quina-Custido, 2016). Fra et empirisk synspunkt har flere studier funnet en positiv sammenheng mellom selskapets størrelse og frivillig rapportering. Barako et al. (2006) og Niehm et al. (2008), fant at jo større selskapet er, jo mer frivillig informasjon rapporterer det om miljøaspekter. I kontrast fant Hossain og Reaz (2007) at selskapets størrelse ikke påvirker nivået av sosiale og miljømessige aspekter som selskapet avslørte, dog var deres undersøkelse basert på indiske bankselskaper.

Watson et al. (2002) sin studie argumenterer for at ledere i de største selskapene er mer sannsynlig til å innse de mulige fordelene med bedre rapporteringspraksis, og mindre selskaper vil sannsynligvis føle at fullstendig rapportering av informasjon kan skade deres konkurranseposisjon. Knox et al. (2006) argumenterer for at større selskaper har en større effekt på samfunnet, og at de derfor generelt har et større antall interessenter som påvirker dem. Fassin (2008) oppsummerer ved å argumentere for at størrelsen på et selskap påvirker ens CSR-praksis, ved at større organisasjoner blir nøye overvåket og utsatt for mer offentlig granskning og opplever sterkere sosialt press. Likeledes argumenterer Spence (2007), Niehm et al. (2008), Reverte (2009) for at selskapets størrelse vil være positivt relatert til graden av CSR-rapportering og bærekraftig utvikling.

Lattemann et al. (2009) argumenterer for at forskningen om frivillig rapportering viser til at store selskap har en tendens til å være mer tilbøyelige til å rapportere mer informasjon. Lattemann et al. (2009) begrunner dette i Firths funn tilbake i 1979, nemlig at publikum legger mer vekt på store selskap (Firth, 1979; Lattemann et al., 2009). Med andre ord er det sosiale presset om å opptre samfunnsansvarlig større for store virksomheter. Lattemann et al. (2009) argumenterer for at press fra markedet kan påvirke virksomheter til å rapportere mer CSR-informasjon. Store selskaper, med eksempelvis store salgsvolumer, vil være mer utsatt for markedspress og dermed mer sannsynlig å rapportere CSR (Lattemann et al., 2009). Dette leder oss til neste hypotese:

Hypotese 2: Selskapers størrelse vil påvirke deres nivå av CSR-rapportering.

4.0 Metode

4.1 Introduksjon

For å undersøke hypotesene fremlegges det i dette kapitlet utvalgt metode, hvorav aktuell metode kommer som et resultat av grundige og relevansbaserte vurderingskriterier. Snarer bør metoden som velges bistå avveiningsprosesser hva gjelder hvorvidt hypotesene kan beholdes eller forkastes. Essensielle karaktertrekk ved metode er å innhente informasjon om den sosiale virkeligheten, analyse av aktuell informasjon, og hva denne informasjonen uttrykker om samfunnsmessige hendelser, samt deres sammenhenger (Johannessen et al., 2011).

Teorigjennomgangen i kapittel 3 dannet grunnlaget for utarbeidelse og utforming av de to gjeldende hypotesene. Flere studier og teorier forklarer selskapers CSR-rapportering, hvorav denne studien benytter selskapenes nivå av CSR-rapportering som et utfallsmål for å undersøke utviklingen i deres CSR-rapportering. Kildene brukt for CSR-rapportering inkluderer i det alt vesentlige årsrapporter. Bedriftsnettsteder og andre offentlig tilgjengelige dokumenter som er tilgjengelige på internett, vil bli benyttet når det er hensiktsmessig med tanke på datainnsamling. Disse mediene vil bli benyttet, da er rettet mot et bredt spekter av interessenter (Esrock & Leichty, 2000).

4.2 Metodetilnærming og forskningsdesign

I den samfunnsvitenskapelige metodelæren dukker det opp et hovedskille; i) kvalitativ og ii) kvantitativ metode. Hovedforskjellen mellom kvalitativ og kvantitativ metode er ofte beskrevet ut fra hvilken type data (empiri) som innhentes. Valget av metode tar ut fra studiens formål, datamengden og størrelse på utvalg. Kvantitative metoder kan sies å være opptatt av å telle opp fenomener, med andre ord kartlegge en utbredelse. Innenfor kvantitativ metode benyttes statistiske analyser for å teste hypoteser for kausale sammenhenger. Ønske om å kunne generalisere funn er ofte også et mål med kvantitative studier. Ved kvalitativ metode er ikke fokuset på å telle opp fenomener eller hendelser, men man ønsker heller å se om det er spesielle mønstre, kjennetegn eller egenskaper ved det fenomenet som studeres (Johannessen et al., 2011). I studien legges kvantitativ metode til grunnlag for datainnsamlingen og den videre analysen. Dette begrunner vi med at vi ønsker å gå fra teori til empiri ved testing av hypoteser. Vi ønsker å bekrefte eller avkrefte antagelser på områder hvor det finnes mye forhåndskunnskap.

Gripsrud et al. (2004) argumenterer for at det er tre faktorer som har betydning for hvilket design man bør benytte;

1. Erfaring fra fagområdet
2. Kunnskap om teoretiske studier som allerede eksisterer
3. Ambisjonsnivå

Den første faktoren som Gripsrud et al. (2004) omtaler er erfaring. Med dette menes erfaring fra fagfeltet. Dersom man ikke har erfaring eller kunnskap, vil det si at man ønsker å forstå hva det hele handler om. Som presentert i kapittel 2 og kapittel 3 er CSR og CSR-rapportering et tema hvor det har blitt publisert mye forskning. Erfaring fra fagområdet er derfor tilstede, men dog mangelfull. I tillegg har vi i oppgaven valgt å fokusere på olje- og gassindustrien. Kunnskap om industrien er tilstedeværende, men mer mangelfull i en CSR-kontekst. Den andre faktoren som kan ha betydning er kunnskap vedrørende teoretiske studier. Dersom det allerede eksisterer mye teori rundt temaet, argumenterer Gripsrud et al. (2004) for at dette kan brukes for å utelukke forhold som ikke er av betydning. Man vil da ha mulighet til å benytte seg av de allerede eksisterende teoriene, som er videre relevante i forhold til vårt forskningsspørsmål. Gjennom litteratur- og teorigjennomgang oppnådde vi økt forståelse og tilegnet oss mer kunnskap om temaet som vi belyser. Ifølge Gripsrud et al. (2004) øker man også sjansene til å avdekke hvilke faktorer som bør inkluderes. Den siste faktoren som kan ha betydning er ambisjonsnivå. Med dette tar Gripsrud et al. (2004) utgangspunkt i at ambisjonsnivå vil variere, i den grad at man ønsker en ustrukturert beskrivelse av fenomenet som undersøkes.

Basert på nevnte faktorer over, har vi valgt en deduktiv tilnærming (deductive reasoning). Ved å benytte deduktiv tilnærming får forskeren ny kunnskap basert på å bruke og teste eksisterende teori (Walliman, 2007). Den deduktive tilnærmingen ble valgt på bakgrunn av i) tidsberegninger, da en eventuell induktiv tilnærming med eksempelvis grounded theory ville vært altfor tidkrevende, og ii) på bakgrunn av at vi hadde identifisert allerede eksisterende teori, og denne kunne brukes til å forme hypoteser. I studien ble det først foretatt en gjennomgang av teorier for å kunne tilegne oss kunnskap om selskapers engasjement i CSR og deres CSR-rapportering. Dette gjelder både nasjonale og internasjonale studier, så vel som informasjon om selskaper.

Studien startet med en kartlegging av allerede eksisterende forskning og litteratur innen CSR og CSR-rapportering. Vi innhentet tidligere studier på området, nærmere bestemt forskning på CSR-rapportering i flere land. Det ble fort identifisert at både institusjonelle og mer kulturelle faktorer av tidligere forskning ble argumentert for å være årsaken til ulikheter i utviklingen av rapportering mellom land. Kartleggingen ble spisset, nærmere bestemt mot CSR i olje- og gassindustrien. Av særlig nytte og relevans var en tidlig og grundig oversikt av CSR og selskapers engasjement i CSR-aktiviteter i olje- og gassindustrien.

Selskaper fra olje- og gassindustrien ble valgt av følgende årsaker: For det første forventes det at driften av disse selskapene vil ha stor og bred innvirkning på samfunnet. Alt fra aksjonærer, kunder, leverandører, ansatte, politikere og samfunnet som helhet påvirkes alle av industrien. For det andre har bransjen opplevd en enorm vekst de siste 60 årene. Stadig nye selskaper har vokst frem som internasjonale aktører. Da olje og gass er en ikke-fornybar ressurs, har også området hvor det foretas leting ekspandert. Således har stadig flere land og nasjoner blitt en del av industrien. For det tredje kjennetegnes industrien gjerne av høy grad av risiko, som i seg selv kan medføre ulykker og resultere i humanitære- og miljømessige katastrofer. Dette har medført store regulatoriske og lovmessige endringer. Til slutt valgte vi kun en bransje for å dempe og kontrollere eventuelle bransjeeffekter.

4.2.1 Utvalg for studien

For å få en dypere forståelse og innsikt i CSR-rapportering og dens omfang i olje- og gassindustrien var et første steg å velge hvilke land som skulle være med i analysen. I kapittel 3 presenterte vi flere nasjonale og tverrnasjonale studier. Vi ønsket opprinnelig å inkludere olje- og gasselskap fra alle verdensdeler, men fant det vanskelig å innhente rapporter fra eksempelvis olje- og gasselskap fra Midtøsten, Sør-Amerika og Afrika.

Ved å inkludere flere land i studien, ønsker vi å foreta en tverrnasjonal undersøkelse av CSR-rapportering. En av forfatterne var tidligere ansatt i et britisk oljeselskap, med kontorer og ansatte i Norge. Dette gjorde at vi ønsket å undersøke CSR-rapportering blant norske og britiske selskaper. Norge blir gjerne oppfattet som «best i klassen», noe som gjorde det mer interessant og undersøke. Vi fant også studiene til Lattemann et al. (2009) og Marquis og Qian (2014) interessante, som gjorde at vi også ville undersøke CSR-rapportering i de to asiatiske landene Kina og India opp mot selskaper i land som var mer nærliggende for vår egen del, nemlig Norge og Storbritannia. I litteraturgjennomgangen så man at studier har

sammenlignet CSR i Norge mot selskaper i angloamerikanske land, eksempelvis USA, som vi fant interessant. Det er også gjort tverrnasjonale studier som undersøker CSR i russiske selskaper opp mot amerikanske selskaper. Russland, som er en av verdens supermakter ble derfor et land som vi ønsket å inkludere selskaper fra i studien. Valget falt således på India, Kina, Norge, Russland, Storbritannia og USA.

Tabell 2. Oljeproduserende land 2020

Land	Råoljeproduksjon (tusen fat per dag)	Befolkning
USA	12.108	331.002.651
Russland	10.835	145.934.462
Kina	3.823	1.439.323.776
Norge	1.398	5.421.241
Storbritannia	1.082	67.886.011
India	677	1.380.004.385

(World Population Review, 2020).

For å kunne trekke konklusjon er det viktig med et representativt utvalg¹⁷. Først valgte vi land. Deretter ønsket vi å se på olje- og gasselskap i de valgte landene. Gitt tidligere forskningsresultater av selskapets størrelse som en avgjørende faktor ved forklaring av CSR-rapportering (Gray et al., 1995; Meek et al., 1995; Xiao & Yuan, 2007), samt hypotese 2, ble størrelsen på selskap hensyntatt i analysen. Det var ønskelig med et blandet utvalg av store, mellomstore og små selskaper. Av de ti største olje- og gasselskapene i verden rangert etter inntekter i 2019 er syv av dem med i analysen, se oversikt under.

¹⁷ Et representativt utvalg vil si utvalgt trukket proporsjonalt med hensyn til ulike variabler (Sander, 2019).

De 10 største olje- og gasselskapene i verden rangert etter inntekter i 2019:

- 1. Sinopec (Inntekt \$432.54 billioner)**
2. Royal Dutch Shell (Inntekt \$382.97 billioner)
3. Saudi Aramco (Inntekt \$356 billioner)
- 4. China National Petroleum (CNPC) (Inntekt \$347.76 billioner)**
- 5. British Petroleum (Inntekt \$296.97 billioner)**
- 6. ExxonMobil (Inntekt \$275.54 billioner)**
7. Total (Inntekt \$185.98 billioner)
- 8. Chevron (Inntekt \$157.21 billioner)**
- 9. Rosneft (Inntekt \$132.73 billioner)**
- 10. Gazprom (Inntekt \$129.41 billioner)**

(Buchholz, 2020) (Selskapene som er markert som uthevet er de som er med i analysen).

Formålet med analysen er å undersøke utviklingen av selskapenes nivå av CSR-rapportering i deres årsrapporter. For å ha et bredt nok utvalg har vi i tillegg til å ha valgt syv av de ti største olje- og gasselskapene rangert etter inntekt i 2019, også valgt noen kjente og noen mindre kjente, ei heller så store olje- og gasselskap fra hvert land. Vi ønsker i tillegg å undersøke selskapenes rapportering både nasjonalt og på tvers av landegrensene.

Indiske selskap

India er et fremvoksende marked for både indiske og utenlandske investorer (Business Maps of India, 2020), noe som gjør det til et spennende land å utforske. Med et enormt behov for energi, importerer India omtrent 82% av oljebehovet i dag. De har et ønske om å få det ned til 67% innen 2022, ved å erstatte det med lokal leting, fornybar energi og urfolks etanol. India er den tredje største forbruker av råolje og petroleumsprodukter i verden (Invest India, 2020).

De fire valgte indiske olje- og gasselskapene:

Bharat Petroleum Corporation Limited er et indisk regjeringskontrollert olje- og gasselskap etablert i 1928. Selskapet har gått fra å være et olje- og gasselskap i India til et Fortune 500¹⁸ oljeraffinasjons-, lete- og markedsføringskonglomerat (Bharat Petroleum, 2020).

Hindustan Petroleum er et indisk olje- og naturgasselskap, som ble etablert i 1974. Selskapet har Maharatna-status og et Fortune 500- og Forbes 2000-selskap (Hindustan Petroleum Corporation Limited, 2020).

Indian Oil Corporation Limited, kjent som Indian Oil, er et indisk statlig eid olje- og gasselskap. Indian Oil Corporation Limited ble stiftet i 1959. Selskapet er den nest største aktøren i India innen naturgass (IndianOil, 2020). Selskapet har Maharatna-status og er på 18. plass av topp 30 selskap i India i NIFTY indeksen 2019 (Disfold, 2020).

Oil India Limited er et oljeselskap i India som driver med leting, utvikling og produksjon av råolje og naturlig gass. Selskapet ble etablert i 1957 (Oil India Limited, 2020).

Det er flere selskapsstrukturer i India, som privat aksjeselskap, allmennaksjeselskap, enmannsforetak, felles hinduistisk familiebedrift¹⁹ og samvirkeforetak for å nevne noen (Business Maps of India, 2020). I India kalles et statlig foretak for offentlig sektorforetak (PSU)²⁰. Bharat Petroleum Corporation Limited, Hindustan Petroleum og Indian Oil Corporation Limited er alle PSU-selskap. Enkelte offentlige virksomheter har ekstra økonomisk selvstendighet, selskap som har komparative fordeler til å kunne konkurrere i det globale markedet. Regjeringen tildeler status som Maharatna, Navratna og Miniratna til CPSEs basert på fortjenesten de gir. Bharat Petroleum Corporation Limited, Hindustan Petroleum og Indian Oil Corporation Limited har Maharatna-status²¹, mens Oil India Limited

¹⁸ Fortune er en global medieorganisasjon med formål å «gjenspeile industriliv i blekk og papir og ord og bilde, ettersom den fineste skyskraperen gjenspeiler det i stein og stål og arkitektur» (Business Maps of India, 2020).

¹⁹ Felles hinduistisk familiebedrift er en form for forretningsorganisasjon der bare familiemedlemmene kan eie og styre virksomheten. Det er styrt av hinduistisk lov (Business Maps of India, 2020).

²⁰ PSU er selskap eid av unionsregjeringen i India og/ eller av de mange statlige eller territorielle regjeringene (Business Maps of India, 2020).

²¹ Maharatna-statusen hever et selskaps investeringstak fra Rs. 1000 crore til Rs. 5000 crore. Maharatna-selskapene kan bestemme seg for investeringer på opptil 15 prosent av nettoverdien i et prosjekt (Business Maps of India, 2020).

har Navratna-status²². Alle de fire indiske selskapene er notert på «National Stock Exchange of India», som er den ledende børsen i India.

Kinesiske selskaper

Selskap i Kina er regulert av et lappeteppe av lover og regler (Sayari Knowledge Center, 2020). Det er strenge regler for hva selskap i Kina må oppgi, uavhengig av type selskap. Selskapets virksomhetsstruktur skal vises på SAIC-rapporten. I henhold til Kinas selskapslov fra 2013 (revidert i 2018) er det to hovedtyper selskaper som utgjør det store flertallet i Kina: Selskap med begrenset ansvar (LLC)²³ og selskap begrenset av aksjer.

Kina og USA er i handelskrig, og en ser at kinesiske selskap nå blomstrer. Da Fortune Magazine avduket sin Global 500²⁴-liste for 2019 var det første gang siden listen ble lansert i 1990 at den inneholdt flere kinesiske enn amerikanske selskaper. Fra og med 2016 har Kina 25.132.122.000 fat påviste oljereserver og er rangert som nummer 14 i verden. Landet står for rundt 1.5% av verdens totale oljereserver (China Oil, 2020).

Markets Insider publiserte en liste over de 14 største selskapene i Kina basert på markedsverdi. China National Petroleum Corporation (markedsverdi \$163 billion), China Petroleum & Chemical Corporation (markedsverdi \$89 billion) og China National Offshore Oil Corporation (markedsverdi \$75 billion) havner alle på listen på henholdsvis 8, 13 og 14. plass (Strauss, 2019).

De fire valgte kinesiske olje- og gasselskapene:

China National Petroleum Corporation er et integrert internasjonalt energiselskap (CNPC, 2019). Selskapet ble grunnlagt i 1988. China National Petroleum Corporation er verdens tredje største oljeselskap og Kinas største olje- og gassprodusent (CNPC, 2019).

China Petroleum & Chemical Corporation (Sinopec) er et kinesisk olje- og gasselskap med hovedkontor i Beijing, Kina. Selskapet ble grunnlagt i 2000.

²² Navratna betyr en talisman sammensatt av ni dyrebare perler.

²³ LLC er selskapstypen hvor aksjonærene utelukkende er ansvarlige for selskapets gjeld med kapitalinnskudd (Sayari Knowledge Center, 2020).

²⁴ Liste som rangerer de største selskapene i verden etter inntekt.

China National Offshore Oil Corporation (CNOCC) er et statlig eid kinesisk oljeselskap, som ble grunnlagt i 1982.

Yanchang Petroleum International Limited er et kinesisk selskap engasjert i både oppstrøms og nedstrøms sektorer i olje- og gassindustrien. Oppstrøms inkluderer aktivitetene leting, utvikling og utnyttelse av olje- og gassfelt (*Yanchang Petroleum International Limited*, 2020).

Norske selskaper

Ved årsskiftet 2019/2020 var det totalt 38 lete- og produksjonsselskap på sokkelen (Norsk Petroleum, 2020).

Tabell 3. Utvalgte norske oljeselskap

Selskapsnavn	Lisenser	Operatør lisenser	Operatør felt	Operatør funn
Aker BP ASA	142	86	19	28
Concedo ASA	14	0	0	0
DNO ASA	85	22	2	2
Equinor ASA	299	213	59	162

(Norsk Petroleum, 2020).

De fire valgte norske olje- og gasselskapene:

Aker BP ASA er et norsk oljeselskap med aktiviteter innen leting, utbygging og drift på den norske kontinentalsokkelen (*Aker BP ASA*, 2020). Det Norske Oljeselskap ble etablert i 1971. Petra og Det Norske Oljeselskap fusjonerte i 2007. Aker Exploration fusjonerte med DNO i 2009. I 2016 fusjonerte DNO og BPs datterselskap BP Norge. Det nye navnet på selskapet ble Aker BP ASA (*Aker BP ASA*, 2020). Aker BP ASA er notert på Oslo Børs.

Concedo ASA er et oljeselskap med fokus på leting på norsk kontinentalsokkel. Selskapet ble etablert i 2007 (*Concedo*, 2020).

DNO ASA er et norsk oljeselskap som ble grunnlagt i 1971 (*DNO*, 2020). Selskapet fokuserer på Midtøsten og i Nordsjøen. DNO ASA er notert på Oslo Børs.

Equinor ASA er et internasjonalt energiselskap som er den største operatøren i Norge. De sier selv at de er en voksende styrke innen fornybar energi, og en av verdens største offshoreoperatører. Selskapet ble grunnlagt i 1972 under navnet «Den Norske Stats Oljeselskap AS – Statoil». Selskapet skiftet navn til Equinor i 2018 (Equinor, 2020). Equinor ASA er notert på Oslo Børs.

Russiske selskaper

Russland er fortsatt en av verdens største oljeprodusenter. Oljeindustrien i Russland ble privatisert etter Sovjetunionens fall, men etter noen år ble selskapene satt tilbake til statlig kontroll (Investopedia, 2020).

Det er tre typer virksomhetstyper i Russland: private aksjeselskap (forkortet OOO), aksjeselskaper (forkortet JSC) enten offentlige (OJSC) eller private (PJSC) og partnerskap. Alle de fire valgte russiske olje- og gasselskapene er notert på Moskva Børs (Moscow Exchange, 2020).

De fire valgte russiske olje- og gasselskapene:

PJSC Gazprom er et russisk energiselskap grunnlagt i 1989. Selskapet fokuserer på geologisk leting, produksjon, transport, lagring, prosessering og salg av gass, gasskondensat og olje, salg av gass som drivstoff for kjøretøy, samt produksjon og markedsføring av varme og elektrisk kraft (Gazprom, 2020). Gazprom har verdens største naturgassreserver og er blant de fire beste oljeprodusentene i Russland (Gazprom, 2020).

PJSC Lukoil er en russisk multinasjonal energikorporasjon med hovedkontor i Moskva, Russland. Selskapet ble grunnlagt i 1991. Selskapet spesialiserer seg på utvinning, produksjon, transport og salg av petroleum, naturlig gass og petroleumsprodukter (Lukoil, 2020).

PJSC Rosneft er et russisk integrert energiselskap med hovedkontor i Moskva, Russland. Selskapet ble grunnlagt i 1993 (Rosneft, 2020)

PJSC Tatneft er et russisk vertikalt integrert olje- og gasselskap grunnlagt i 1950.

Alle de fire valgte russiske olje- og gasselskapene er notert på Moskva Børs (Moscow Exchange, 2020). Rosneft (Inntekt \$132.73 billioner) og Gazprom (Inntekt \$129.41 billioner)

havner på listen over de 10 største olje- og gasselskapene i verden rangert etter inntekt i 2019 (Buchholz, 2020).

Britiske selskaper

I Storbritannia er det nå 120 land- og gassanlegg med 250 driftsbrønner. Kun BP havner på listen over topp 100 selskap i Storbritannia fra alle industrier (Statista, 2020).

Det er fire typer «standard» selskap i Storbritannia: Allmennaksjeselskap (PLC), private selskap begrenset av garanti, private selskap begrenset av aksjer og private ubegrensede selskap (Net Lawman, 2020). Alle de valgte selskapene fra Storbritannia er PLC.

De fire valgte britiske olje- og gasselskapene:

British Petroleum PLC (BP) er et multinasjonalt olje- og gasselskap med hovedkontor i London, England. BP ble grunnlagt i 1909 (BP, 2020).

Cairn Energy PLC er et av Europas ledende uavhengige lete- og utviklingselskaper for olje og gass med hovedkontor i Edinburgh, Skottland. Selskapet har oppdaget og utviklet olje- og gassreserver på en rekke steder over hele verden. Cairn ble etablert i 1981 (Cairn, 2020).

Premier Oil PLC er et uavhengig oljeselskap, grunnlagt i 1934 (Premier Oil, 2020).

Tullow Oil PLC er et multinasjonalt olje- og gassforskningselskap grunnlagt i 1985 (Tullow Oil PLC, 2020).

Alle virksomheter som er børsnoterte er PLC. Det er mange privateide selskaper som drar nytte av statusen og troverdigheten som det å være PLC gir. British Petroleum, Cairn Energy, Premier Oil og Tullow Oil er alle notert på Londonbørsen.

Amerikanske selskaper

USA havner på førsteplass av verdens topp oljeproduserende land i 2018, med en andel på 18% av total produksjon i verden (Khandelwal, Market Realist, 2019). Av de 10 største olje- og gasselskapene i verden rangert etter inntekt i 2019 havner både ExxonMobil (inntekt \$275.54 billioner) og Chevron (inntekt \$157.21 billioner) på listen (Buchholz, 2020). Begge selskapene var også på listen over de 10 største olje- og gasselskapene i verden rangert etter

inntekt i 2018 (Offshore Technology, 2019). Både ExxonMobil (plass 17) og Chevron (plass 24) havnet på listen over topp 30 største selskap i S&P 500-indeksen i 2020 (Disfold, 2020).

De fire valgte amerikanske olje- og gasselskapene:

Chevron er et amerikansk multinasjonalt energiselskap med hovedkontor i California, USA. Selskapet ble grunnlagt i 1879 (Chevron, 2020).

ExxonMobil er et amerikansk multinasjonalt olje- og gasselskap med hovedkontor i Texas, USA. Selskapet ble dannet i 1999 ved en fusjon av Exxon og Mobil (ExxonMobil, 2020).

Murphy Oil Corporation er et selskap som driver med leting etter hydrokarbon. Selskapet ble grunnlagt i 1944 (Murphy Oil Corporation, 2020).

Panhandle Oil and Gas Inc. er et olje- og naturgasselskap som ble grunnlagt i 1926 (Panhandle Oil and Gas Inc., 2020).

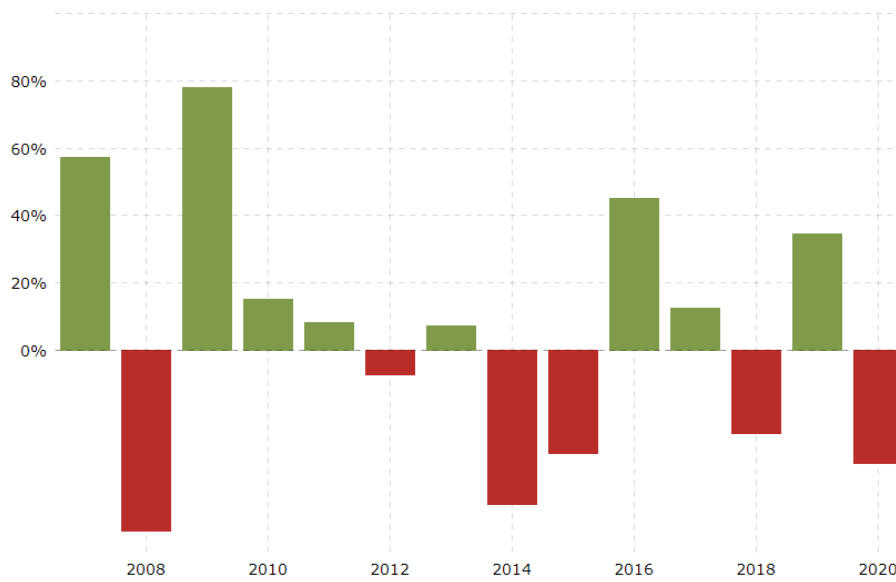
Tabell 4. De 24 analyserte selskapene fra de seks valgte landene

Oljeselskap	Land
Bharat	India
Hindustan	India
IndianOil	India
Oil India	India
CNOOC	Kina
CNPC	Kina
Sinopec	Kina
Yanchang	Kina
Aker BP	Norge
Concedo	Norge
DNO	Norge
Equinor	Norge
Gazprom	Russland
Lukoil	Russland
Rosneft	Russland
Tatneft	Russland
BP	Storbritannia
Cairn	Storbritannia
Premier	Storbritannia
Tullow	Storbritannia
Chevron	USA
ExxonMobil	USA
Murphy	USA
Panhandle	USA

Tidsperiode

Finanskrisen i 2008 var den verste økonomiske katastrofen siden den store depresjonen i 1929²⁵ (Amadeo, 2020). Forvarslene til finanskrisen startet allerede i 2007, men det var først høsten 2008 at den slo til for fullt. Finanskrisen var en omfattende krise i verdens finansielle system (Amadeo, 2020). Under finanskrisen og den store resesjonen²⁶ falt prisen på et fat råolje i 2008 fra nesten \$150 til \$35 på bare noen få måneder.

Figur 3. Råoljepriser: Endringer fra 2007 til 2020



(macrorends, 2020).

²⁵ Den store depresjonen var en verdensomfattende økonomisk nedgangsperiode i første del av 1930-årene. Børskrakket på New York børsen den 24. oktober 1929 markerte starten på depresjonen (Billington & Reisegg, 2019).

²⁶ Den store resesjonen er et begrep som representerer den kraftige nedgangen i økonomisk aktivitet mellom 2007 og 2009 (Chappellow, 2020).

Tabell 5. Historiske årlige data – råoljepriser

År	Gjennomsnittlig sluttpris	Begynnelsen av året	Årets høyeste	Årets laveste	Årsslutt	Gjennomsnittlig %-vis endring
2020	\$37,62	\$61,17	\$63,27	\$11,26	\$40,55	-33,68 %
2019	\$56,99	\$46,31	\$66,24	\$46,31	\$61,14	35,42 %
2018	\$65,23	\$60,37	\$77,41	\$44,48	\$45,15	-25,32 %
2017	\$50,80	\$52,36	\$60,46	\$42,48	\$60,46	12,48 %
2016	\$43,29	\$36,81	\$54,01	\$26,19	\$53,75	44,76 %
2015	\$48,66	\$52,72	\$61,36	\$34,55	\$37,13	-30,53 %
2014	\$93,17	\$95,14	\$107,95	\$53,45	\$53,45	-45,55 %
2013	\$97,98	\$93,14	\$110,62	\$86,65	\$98,17	6,90 %
2012	\$94,05	\$102,96	\$109,39	\$77,72	\$91,83	-7,08 %
2011	\$94,88	\$91,59	\$113,39	\$75,40	\$98,83	8,15 %
2010	\$79,48	\$81,52	\$91,48	\$64,78	\$91,38	15,10 %
2009	\$61,95	\$46,17	\$81,03	\$34,03	\$79,39	78,00 %
2008	\$99,67	\$99,64	\$145,31	\$30,28	\$44,60	-53,52 %
2007	\$72,34	\$60,77	\$99,16	\$50,51	\$95,95	57,68 %
2006	\$66,05	\$63,11	\$77,05	\$55,90	\$60,85	-0,34 %
2005	\$56,64	\$42,16	\$69,91	\$42,16	\$61,06	40,82 %
2004	\$41,51	\$33,71	\$56,37	\$32,49	\$43,36	33,37 %
2003	\$31,08	\$31,97	\$37,96	\$25,25	\$32,51	4,17 %
2002	\$26,19	\$21,13	\$32,68	\$18,02	\$31,21	56,36 %
2001	\$25,98	\$27,29	\$32,21	\$17,50	\$19,96	-25,30 %
2000	\$30,38	\$25,56	\$37,22	\$23,91	\$26,72	3,73 %

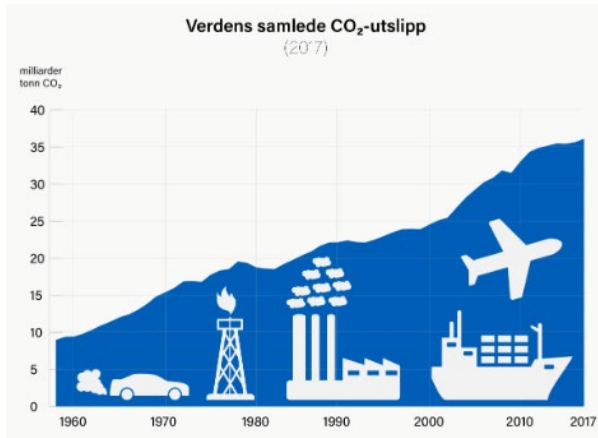
De store svingningene i 2008 og påvirkningen finanskrisen hadde på samfunnet gjorde 2008 til et innholdsrikt år. Økende arbeidsledighet og lavere forbruk førte til mindre etterspørsel etter olje. Svingningene gjør det interessant å undersøke hvorvidt selskaper ble påvirket, og eventuelt om dette førte til endringer i CSR-fokus.

I 2013 økte den årlige amerikanske råoljeproduksjonen med 1 million fat, og ble da den største økningen i USAs historie (OGJ editors, 2014). Kina erstattet USA som verdens største oljeimportør, og utgjorde nesten en tredel av den globale etterspørselsveksten (OGJ editors, 2014). Gjennomsnittlig sluttpris for råoljepriser var igjen oppe på rett under \$100

Den 12. desember 2015 ble Parisavtalen²⁷ vedtatt, og trådte i kraft året etter den 4. november (FN-sambandet, 2020). Et av hovedpunktene i Parisavtalen er at alle land har en forpliktelse til å kutte klimagassutslipp (før var det bare rike land).

²⁷ Parisavtalen er en internasjonal avtale om klimapolitikk som ble vedtatt som en juridisk forpliktende avtale under rammeavtalen Klimakonvensjonen på klimatoppmøtet i Paris den 12. desember 2015 (FN-sambandet, 2020).

Figur 4. Verdens samlede CO₂-utslipp



FNs medlemsland vedtok høsten 2015 17 mål for bærekraftig utvikling. Disse målene for bærekraftig utvikling (SDGs) var og er en universell oppfordring til handling for å få slutt på fattigdom, beskytte planeten og sikre at alle mennesker nyter fred og velstand innen 2030. Målene gjelder for alle land og fungerer som et veikart for den globale innsatsen for en bærekraftig utvikling (Regjeringen, 2020).

Figur 5. FNs bærekraftsmål



Etter finanskrisen har det blitt inngått flere viktige avtaler mellom land, mål som ønskes nådd og organisasjoner etablert for å jobbe for et mer bærekraftig samfunn. Flere av disse er kommet etter 2013, men før 2018. På bakgrunn av det ble årene 2013 og 2018 valgt.

4.3 Analytisk strategi

Analysen gjennomføres i to trinn. Først vil resultatene presenteres og beskrives deskriptivt. For å garantere en jevn base av kodete data, blir analysen av selskapenes årsrapporter utført av samme person, og sjekket og verifisert av den andre. Deretter testes hypotesene om sammenheng mellom nasjonalt styringssett på nasjonalt nivå og CSR-rapportering ved bruk av korrelasjon- og regresjonsanalyser, samt analyse av samvariasjon (ANOVA) for å undersøke størrelsen på selskapets betydning for nivå av CSR-rapportering. Analysene er gjennomført i Excel og SPSS.

4.3.1 Analyse av årsrapporter

Kommunikasjon mellom selskaper og dets omgivelser skjer i mange andre former enn bare via årsrapporter, eksempelvis bærekraftsrapporter, pressemeldinger og andre typer mediedekning. Ved innhenting av årsrapporter, samt gjennomgang av hjemmesider identifiserte vi at nivået av CSR-rapportering fra de forskjellige kommunikasjonsmediene varierte. Det finnes store mengder tilgjengelige rapporter og informasjon om de aktuelle selskapene. Studien vil i all hovedsak ta for seg og fokusere på informasjon som er av betydning for formålet med studien.

Flere av selskapene som er analysert er store internasjonale aktører, og som store selskaper i en verdensledende industri oppdaget en raskt at selskapene tilsynelatende ønsker å rapportere om deres CSR-aktiviteter. Det er videre sentralt å poengtere at selv om ikke alt av selskapenes CSR-engasjement presenteres, analyseres og sammenlignes, er ikke det ensbetydende med at selskapets CSR-tilnærming er mangelfull. Det er heller en avgrensning for å holde oppgaven innenfor formålets rammer.

Med utgangspunkt i Cheng et al. (2006) sin argumentasjon, så vi for det første at innholdet i årsrapportene omhandler omfattende aktiviteter og hendelser som selskapet ønsker å presentere. Årsrapporten viser informasjon om selskapets økonomiske situasjon og utvikling. Rapporten skal inneholde informasjon om hvilke mål som er oppfylt gjennom året, og eventuelle viktige hendelser (Visma, 2020). Guthrie og Parker (1989) oppsummerer viktigheten av årsrapporter ved å si: *«the annual report is the one communication medium to outside parties over which corporate management has complete editorial control. It is therefore not subject to the risk of journalistic interpretations and distortions possible*

through press reporting (p. 344)». Således ønsket vi å bruke årsrapporter som grunnlag for analysen, for å identifisere CSR-rapportering som ledelsen og selskapet tar opp. For det andre er årsrapporter den viktigste kilden til informasjon fra selskaper til investorer, kreditorer, ansatte og myndighetene (Neu et al., 1998). Som påpekt av Neu et al. (1998) «*the annual report possesses a degree of credibility not associated with other forms of advertising (p. 269)*». For det tredje blir informasjonen i disse dokumentene ofte revidert eller sikret, og kan i den grad oppfattes som troverdig (Depoers & Jeanjean, 2010).

Tidligere studier av CSR-rapportering har benyttet metoder som ordtelling, setningstelling og andel av siden til å måle nivået til rapporteringen (Neu et al., 1998; Gray et al., 1995). Man kan argumentere for at setninger gir kontekst, samt betydningen av CSR-rapporteringen. Unerman (2000) argumenterer imidlertid for følgende: «*character, word, sentence or paragraph counts ignore differences in typeface size which can be captured by measuring volume as the proportion of a page taken up by each disclosure (p. 667)*» (Unerman, 2000).

Unerman (2000), Milne og Adler (1999) Gray et al. (1995) diskuterer metodologiske problemstillinger omkring studier om analyse av rapportering. De kommer dog til ulike konklusjoner. Milne og Adler (1999) konkluderer med at «*using sentences for both coding and measurement seems [appropriate], therefore, to provide complete, reliable and meaningful data for further analysis (p.237)*». Imidlertid konkluderer Gray et al. (1995) og Unerman (2000) med at andel av sider er den mest passende analyseenheten. Gray et al. (1995) argumenterer «*pages, however, tend to be the preferred unit as this reflects the amount of total space given to a topic and, by inference, the importance of that topic (p. 84)*». Milne og Adler (1999) fant også kvantifisering av rapporteringer ved bruk av antall setninger sammenlignet med andel av sider «*made little difference to the subsequent analysis performed on the coded data (p. 237)*».

Ved analyse av årsrapporter er det nærliggende å tro at det første man legger merke til er forsiden. Forsiden er på mange måter førsteinntrykket selskapene gir til leseren/brukeren, slik at det potensielt eksisterer store forskjeller her. Videre vil leseren/brukeren også legge merke til bilder og illustrasjoner. Rämös forskning fra 2011 tar for seg bruken av bilder og foto i CSR-rapportering. Han argumenterer for at selskaper forsøker å formidle et ønsket bilde (med tekst og bilder) av selskapet som respektert og suksessfull til både interne og eksterne brukere (Rämö, 2011). CSR-rapportering er her sentralt, da den omfavner verdier som rettferdighet, godhet og bærekraft. Rämö (2011) poengterer at det tar tid å utvikle en slik

praksis. Det tar også tid å identifisere, spesielt i organisasjonsmessige settinger. Ved å bygge på Halverson (2004), og Stenberg (1990), presiserer Rämö problemet med å studere en slik praktisk kunnskap; nemlig at den bygger på en sammenheng av brukeres affekt og atferd. (Halverson, 2004) (Stenberg, 1990). I tillegg vil disse forskjellene være vanskelige å kvantifisere til bruk i statistisk analyse.

Av ovennevnte har vi i studien benyttet en kombinasjon av antall sider, samt bruken av enkeltord for å gjøre en måling av CSR-nivået i selskapenes årsrapporter.

4.3.2 Operasjonalisering av variabler for nivå av rapportering

Vi startet med å innhente årsrapporter for alle de 24 selskapene, fra de tre valgte årene, som vil danne grunnlaget for analysen. Vi ønsker å se til endring og utvikling i antall sider i årsrapporten for de ulike selskapene. Videre ses det hen til, og foretas søk på tre nøkkelord. Vi valgte tre ord som vi anser som sentrale hva gjelder oppgaven, og som gjenspeiler hva som blir undersøkt i) miljø, søkeord i engelske årsrapporter ble da «environment, environments, environmental, environmentally», ii) bærekraftig, søkeord i engelske årsrapporter ble da «sustainable, sustainability» og iii) samfunnsansvar, søkeord i engelske årsrapporter ble da «corporate social responsibility, CSR». Videre ses det hen til endring og utvikling av lover og regler i de ulike landene.

Variabel 1: Antall sider i hver årsrapport uttrykker en utvikling i hvor mye et selskap er villig til å dele/ønsker å dele, og hvilket fokus de har. Det er viktig å ta hensyn til at det eksisterer forskjellige krav og standarder hva gjelder årsrapporter og rapportering. Det vil også kunne være forklaring på manglende årsrapporter i noen deler av verden. I denne oppgaven tilkjenner vi at det eksisterer ulike krav, men for å forenkle analysen vil vi se olje- og gasselskapene på lik linje (så godt som råd).

Variabel 2: For å analysere om fokuset på miljø har endret seg, har vi valgt å se på hvor mange ganger ordet «miljø» blir brukt i årsrapportene. Vi ønsker således å tilegne oss en oversikt over olje- og gasselskapenes miljøfokus. Vi vil ikke få et fasitsvar på fokuset, ei heller på kvaliteten av miljøfokus, men ved å se på dette kan vi få en pekepinn på om fokuset har endret seg siden 2008.

Variabel 3: Når det kommer til ordet «bærekraftig» ønsker vi som i forrige variabel, å se på bruken av ordet i årsrapportene. Antall ganger ordet er brukt vil ikke gi et svar på om olje- og

gasselskapet opererer bærekraftig, men en økning i bruk av ordet kan gi en indikator på om fokuset har endret seg.

Variabel 4: Vi har i denne oppgaven sett på hvordan samfunnsansvar og selskapers engasjement i CSR-aktiviteter har endret seg gjennom tidene. Det forventes at selskaper påtar seg å sikre ansvarlig forretningsdrift for å ivareta samfunn, miljø og mennesker. Dette gjelder like mye for olje- og gasselskap som for andre, og kanskje mer med tanke på olje- og gasselskapenes påvirkning på miljøet. Ansvarer går også utover bare lovgivning, slik som teoriene i kapittel 3 presenterer. Ved å bruke søkeordet «samfunnsansvar» ønsker vi å undersøke om selskapers fokus på samfunnsansvar også gjenspeiles i årsrapportene.

Vi bruker samme tellemåte på antall sider for første variabel, og samme tellemåte blir brukt på søkeordene for variabel 2, 3 og 4. En poengskår vil bli gitt på hver variabel vi bruker i våre statistiske analyser, og være med å underbygge vår konklusjon hva gjelder våre hypoteser.

Variabel CSR-rapportering: Vi vil utvikle en variabel for å måle omfanget av CSR-rapportering for selskapene i årsrapportene for 2008, 2013 og 2018. Dette er tidligere gjort av Botosan, (1997) Meek et al. (1995), Hafang og Jianguo (2007) og Lattemann et al. (2009). Lattemann et al. (2009) presenterer et rammeverk for å studere CSR på tvers av land ved å vurdere tre nivåer av faktorer som kan påvirke selskapers CSR-aktiviteter og rapportering på tvers av land: i) landsnivå, ii) bransjenivå og iii) virksomhetsnivå. I studien kontrollerer vi for bransjenivået, ved å kun se til olje- og gassindustrien, slik at det er de to resterende nivåene vi benytter i metoden.

Basert på de fire variablene nevnt over, viderefører vi tankegangen for variabel 1 til 4 når vi utvikler variabelen – CSR-rapportering. Variabelen består følgelig av fire elementer. Det første elementet er 1) antall sider i årsrapporten, det tre resterende elementene vedrører bruk av ordene 2) «miljø», 3) «bærekraft» og 4) «samfunnsansvar» i årsrapportene. Basert på disse fire elementene ønsker vi å utvikle en utfallsvariabel for testing. Det ble som nevnt brukt samme tellemåte på antall sider for det første elementet. For bruken av ordene miljø, bærekraft og samfunnsansvar var det antall ganger ordet ble nevnt i årsrapporten som utgjorde skåren. Følgelig passet vi på at koder mellom selskapene ble kodet på samme måte.

4.3.3 Operasjonalisering av variabler for nasjonalt styringssett og størrelse på selskap

For å kunne teste de to hypotesene, ønsket vi en måling som fanger opp typen eller kvaliteten av styringsmiljøet i de ulike landene. For å kunne kvantifisere det på lik linje, med samme måling, ble Li og Fillers (2007), senere oppdatert i Li (2019) «Governance Environment Index» (GEM) benyttet. Fordelen med å benytte GEI som variabel var er at vi reduserer eventuelle målefeil ved å redusere avhengigheten av variabelen med kun en faktor. I tillegg vil bruken av en samlet indeks være effektiv, da faktorene innad i indeksen har en tendens til å være sterkt korrelert og kan forårsake multikollinearitet (Lattemann et al., 2009). Vi har kun tilgjengelig GEI tall fra 2018 (som vist i tabell 1), og dermed kan vi kun inkludere dette i analysen.

Vi bruker også BNP pr innbygger i 2008, 2013 og 2018 rapportert av Verdensbanken (The World Bank, 2020). Flere studier har dokumentert den positive sammenhengen mellom nivået på økonomisk utvikling, da ofte målt i BNP pr innbygger, og selskapers CSR-rapportering (Baughn et al., 2007). Det grunnleggende argumentet for det positive forholdet, som også påpekes av Lattemann et al. (2009), er at et høyere nivå av økonomisk utvikling gjør det mulig for innbyggerne å være mer bekymret for samfunnets ikke-økonomiske velferd. Et høyere nivå av BNP pr innbygger er også ofte en indikator på velferd. Med dette følger det da press på selskaper om å opptre mer samfunnsansvarlig, og dermed rapportere mer samfunnsansvarlige aktiviteter (Lattemann et al., 2009). Følgelig inkluderes BNP per innbygger som en annen uavhengig kontrollvariabel i studien, for å kunne teste hypotese 1.

Tabell 6. BNP per innbygger

	2008	2013	2018
India	998,50	1 449,60	2 005,90
Kina	3 468,30	7 050,60	9 976,70
Norge	96 944,10	102 913,50	81 734,50
Russland	11 635,30	15 974,60	11 370,80
Storbritannia	47 287,00	43 444,50	43 043,20
USA	48 382,60	53 117,70	62 996,70

For å teste hypotese 2 benytter vi totalt salg (revenue) som kvantifisering av størrelse. Vi ønsker også å gruppere selskapene etter størrelse, og foreta regresjonsanalyser basert på størrelse. Selskaperens salgstall på salg blir innhentet fra årsrapportene. Ved å foreta flere

regresjonsanalyser, ønsker vi i steg to av analysen, å underbygge de deskriptive funnene under steg en.

4.4 Kvalitet

Grønmo argumenterer for nødvendigheten av vurdering av metodisk kvalitet, for å kunne tolke analyseresultatene i undersøkelsen. Videre presenterer Grønmo to overordnede kriterier for metodisk kvalitet av en studie: *reliabilitet* og *validitet* (Grønmo, 2016)

Johannessen, Christoffersen og Tufta presenterer datas pålitelighet som et grunnleggende spørsmål i all forskning. Videre sier de at «*Reliabilitet sier noe om nøyaktigheten av undersøkelsens data, hvilke data som brukes, den måten de samles inn på og hvordan de bearbeides*» (Johannessen et al., 2011).

Med tanke på studiens kvalitet, er det sentralt at funnene ikke må bygge på forskernes meninger, eller at de skyldes tilfeldige omstendigheter eller hendelser. Dataene er innhentet fra årsrapporter som er tilgjengelige på nett. Som nevnt over er ofte disse rapportene sikret, eller gjenstand for revisjon. Våre holdninger til selskapene ble lagt til side ved innhenting og analysering, samt at vi beholdt en profesjonell skepsis og holdning ved analyse av årsrapportene.

Et annet sentralt spørsmål innen forskning er hvor godt, eller relevant, innsamlet data representerer fenomenet man undersøker (Johannessen et al., 2011). Validitet måler innsamlet datas gyldighet opp mot de problemstillinger og forskningsspørsmål som skal besvares. Vi har hentet ut de tilgjengelige årsrapportene fra internett. Vi kunne benyttet oss av betalingsløsninger, men vi har i all hovedsak hentet årsrapportene direkte fra selskapenes hjemmeside, som er tilgjengelig for alle.

4.5 Kildekritikk

Dalland omtaler kildekritikk som en prosess hvor man vurderer og karakteriserer litteraturen som brukes (Dalland, 2007). Det sentrale er da å være kritisk til ens bruk av kilder

CSR er et tema hvor det eksisterer omfattende forskning og litteratur. En utfordring for studien var å kategorisere disse kildene. Dette ble først om fremst gjort ved å sortere og gruppere artiklene og kildene etter publiseringssted og journaler. Tematikken rundt olje- og

gass, klimapolitikk med mer og interesserer engasjerer selskaper og mennesker over hele kloden. Dette oppdaget vi fort da vi begynte å søke etter informasjon om temaet. Ved å ta utgangspunkt i publiserte forskningsartikler, og i hvilken journal de var publisert, derav journalenes ranking og seriøsitet, har vi forsøkt å redusere risikoen for å bruke useriøse og ikke-relevante kilder.

Videre har vi vært kritiske ved bruk og innhenting av informasjon fra andre- og tredjepartskilder. Analysen bygger i all hovedsak på innhentet data og informasjon fra årsrapporter. Her har vi vært påpasselige med at det er de endelige, og reviderte utgavene vi har brukt.

4.6 Oppsummering

Teorigjennomgangen i kapittel 3 dannet grunnlaget for utarbeidelse og utforming av de gjeldende hypotesene. Kvantitativ metode danner således grunnlaget for datainnsamlingen og den videre analysen, hvorav deduktiv tilnærming benyttes for å teste hypotesene

Inkludering av selskaper fra flere land åpner opp for tverrnasjonal undersøkelse av CSR-rapportering, der seks forskjellige land ble valgt, og fire selskaper fra hvert av landene. Vi valgte en bransje for å dempe og kontrollere eventuelle bransjeeffekt, nemlig selskaper fra olje- og gassindustrien. I en slik bransje var det ønskelig med et blandet utvalg av store, mellomstore og små selskaper. Videre ble det valgt tre årstall som vi ønsker å studere.

Analysen gjennomføres i to trinn. Først vil det bli gjennomført en datainnsamling, der resultatene presenteres og beskrives deskriptivt. Deretter følger en statistisk analyse av tallmaterialet, for å kunne teste hypotesene. Vår datainnsamling benytter en kombinasjon av antall sider, samt bruken av enkeltord for å gjøre en måling av CSR-nivå i selskapenes årsrapporter. Ved å bruke selskapenes nivå av CSR-rapportering som en måling, ønsker vi å undersøke utviklingen av CSR-rapportering i selskapenes årsrapporter.

5.0 Empiriske funn og resultater

I første del av analysen ble det innhentet årsrapporter fra de ulike olje- og gasselskapene for årene 2008, 2013 og 2018. Vi har kategorisert selskapene i store (selskap over 100 millioner USD), mellomstore (selskap mellom 1 million USD og 100 millioner (USD) og små selskaper (selskap under 1 million USD) basert på tall fra 2018.

I analysen refereres det til selskapene med navnet som står i parentes, se tabell 7.

Fargekodingen som er brukt (store selskap = mørkegrønn farge, mellomstore selskap = grønn farge og små selskap = lysegrønn farge) er gjennomgående i analysen for å vise hvilken selskapsstørrelse selskapet representerer.

Tabell 7. Selskap kategorisert etter størrelse basert på inntekt i 2018

Oljeselskap	Land	Inntekt 2018 (gjort om til \$)
China Petroleum & Chemical Corporation (Sinopec)	Kina	414 649 900 000
China National Petroleum Corporation (CNPC)	Kina	371 573 593 131
British Petroleum PLC (BP)	Storbritannia	303 738 000 000
Exxon Mobil Corporation (ExxonMobil)	USA	280 000 000 000
Chevron Corporation (Chevron)	USA	166 339 000 000
PJSC Lukoil (Lukoil)	Russland	127 771 000 000
PJSC Gazprom (Gazprom)	Russland	118 830 000 000
PJSC Rosneft (Rosneft)	Russland	118 460 000 000
China National Offshore Oil Corporation (CNOOC)	Kina	102 241 284 002
Indian Oil Corporation (IndianOil)	India	85 000 000 000
Equinor ASA (Equinor)	Norge	79 593 000 000
Bharat Petroleum Corporation Limited (Bharat)	India	48 000 000 000
Hindustan Petroleum Corporation Limited (Hindustan)	India	42 000 000 000
PJSC Tatneft (Tatneft)	Russland	14 260 000 000
Tullow Oil PLC (Tullow)	Storbritannia	1 900 000 000
Murphy Oil Corporation (Murphy)	USA	1 806 470 000
Oil India Limited (Oil India)	India	1 700 000 000
Premier Oil PLC (Premier)	Storbritannia	1 438 300 000
Aker BP ASA (Aker BP)	Norge	975 000 000
DNO ASA (DNO)	Norge	829 000 000
Yanchang Petroleum International Limited (Yanchang)	Kina	516 039 200
Cairn Energy PLC (Cairn)	Storbritannia	410 300 000
Panhandle Oil and Gas Inc. (Panhandle)	USA	15 728 084
Concedo ASA (Concedo)	Norge	363 025

5.1 Resultater fra analyse av årsrapportene

5.1.1 Endring og utvikling i antall sider i årsrapportene

Årsrapporten er viktig for å vise et selskaps økonomiske situasjon og utvikling. Som nevnt i kapittel 4, gir ikke antall sider svar på kvaliteten på det som rapporteres, men heller en pekepinn på hvor mye informasjon selskapene ønsker å presentere. Det påpekes at antall sider ikke er direkte relatert til nivå av CSR-rapportering, men da CSR-rapportering er en del av årsrapporten, argumenterer vi i oppgaven for at det gir oss en pekepinn på hvor utfyllende selskapet rapporterer om sine aktiviteter.

For alle de 24 selskapene i analysen innhentet vi årsrapporter for de tre valgte årene. Vi ønsket i utgangspunktet å inkludere oljeselskap fra Midtøsten og Afrika, men det var ikke mulig å innhente nødvendig informasjon og disse ble derfor ikke tatt med.

Tabell 8. Resultat endring og utvikling i antall sider i årsrapportene

Oljeselskap	Land	2008	2013	2018	Total
Rosneft	Russland	293	269	392	954
IndianOil	India	195	216	432	843
BP	Storbritannia	211	288	328	827
Bharat	India	160	204	368	732
Equinor	Norge	151	226	306	683
Lukoil	Russland	182	198	290	670
Oil India	India	98	164	356	618
Hindustan	India	131	172	308	611
Sinopec	Kina	198	198	168	564
Tullow	Storbritannia	140	188	190	518
Gazprom	Russland	112	146	236	494
Cairn	Storbritannia	140	156	184	480
Premier	Storbritannia	100	170	180	450
CNOCC	Kina	80	156	152	388
Aker BP	Norge	104	132	137	373
Murphy	USA	107	140	126	373
CNPC	Kina	248	52	68	368
Tatneft	Russland	135	82	140	357
Yanchang	Kina	87	114	138	339
Panhandle	USA	84	106	120	310
Chevron	USA	112	88	98	298
DNO	Norge	122	70	87	279
ExxonMobil	USA	52	52	48	152
Concedo	Norge	28	61	56	145
Total		3270	3648	4908	

Vi startet med å se på antall sider i årsrapportene. Tabell 8 viser at samtlige selskap har hatt en utvikling hva gjelder antall sider, henholdsvis totalt 3270 for 2008, 3648 for 2013 og 4908 for 2018. Kanskje ikke helt uventet så er det et lite selskap (Concedo) som har rapportert minst antall sider i årsrapportene for de utvalgte årene. Det som derimot kommer noe mer uventet er at ExxonMobil havner nesten nederst (syv sider mer enn siste plass, og nesten dobbelt så få antall sider som neste selskap på listen). I tillegg har ExxonMobil hatt en liten nedgang i antall sider sammenlignet med de to årene før. Det samme har selskapene Chevron, DNO, CNPC, og Sinopec. Selskapet CNPC redder seg inn ved at de i 2008 hadde nesten flest antall sider i årsrapporten, mens de i 2013 og 2018 hadde til sammen hadde mindre enn halvparten enn i 2008.

Vi summerte opp antall sider per land, der vi observerte at det var de indiske selskapene som totalt sett rapporterte flest sider med 2 804 sider. Kina havnet på andreplass med 2 475 og Norge på tredje med 2275. Ser vi på utviklingen fra de ulike årene, har samtlige land en økning fra 2008 til 2018, med unntak av de kinesiske selskapene. Her observerer vi en reduksjon i antall sider, fra 613 i 2008, til 520 i 2013 og 526 i 2018. Dersom vi undersøker på selskapsnivå, ser vi at CNPC rapporterer 248 sider i 2008 (mest i 2008) men kun 52 sider i 2013 og 68 sider i 2018.

Dersom vi ser til selskapsstørrelse, er det ingen av de små selskapene som havner blant de 10 øverste selskapene over mest antall sider i årsrapporten. Av de små selskapene er det Cairn som havner øverst med totalt 480 sider på de 3 uvalgte årene. Sammenlignet med Rosneft som havner øverst har de nesten halvparten så mange sider i årsrapportene. Alle de indiske selskapene havner blant topp 10 av selskap med mest antall sider i årsrapportene for de tre årene 2008, 2013 og 2018. Ingen av selskapene fra Storbritannia havner blant de 10 selskapene som havner nederst på listen. Ikke uventet er det kun store og mellomstore selskap som havner øverst på listen.

Tabell 9. Gjennomsnittlig antall årsrapporter fordelt på selskapsstørrelse

Selskapsstørrelse	Gjennomsnitt
Mellomstore selskap	576
Store selskap	524
Små selskap	321

Ved å beregne gjennomsnittlig antall sider rapportert i årsrapportene fordelt på selskapsstørrelse, ser en at mellomstore selskap havner øverst med nesten dobbelt så mange sider som små selskap.

Det er viktig å ta hensyn til at det eksisterer forskjellige krav og standarder hva gjelder årsrapporter og ulike nasjonale og internasjonale lover og regler som kan påvirke utfallet. I denne oppgaven tilkjenner vi at det eksisterer ulike krav, men for å forenkle analysen vil vi se olje- og gasselskapene på lik linje (så godt som råd).

For variabel 1 har vi sett på endring og utvikling av antall sider i årsrapportene for olje- og gasselskapene. Selskapene kan oppnå totalt 2 poeng. 1 poeng dersom en ser en økning i antall sider fra året 2008 til 2013, samt 1 poeng dersom en ser en økning i antall sider fra året 2013 til 2018.

Av 48 poeng ble det utdelt 36 poeng. Selskapene Sinopec og ExxonMobil var de eneste selskapene som ikke fikk noen poeng. Begge selskapene er kategorisert som store selskap.

Tabell 10. Poengskår endring/utvikling i antall sider i årsrapportene

Oljeselskap	Land	Variabel 1
Sinopec	Kina	0
CNPC	Kina	1
BP	Storbritannia	2
ExxonMobil	USA	0
Chevron	USA	1
Lukoil	Russland	2
Gazprom	Russland	2
Rosneft	Russland	1
CNOCC	Kina	1
IndianOil	India	2
Equinor	Norge	2
Bharat	India	2
Hindustan	India	2
Tatneft	Russland	1
Tullow	Storbritannia	2
Murphy	USA	1
Oil India	India	2
Premier	Storbritannia	2
Aker BP	Norge	2
DNO	Norge	1
Yanchang	Kina	2
Caim	Storbritannia	2
Panhandle	USA	2
Concedo	Norge	1
		36

Tabell 11. Antall poeng fordelt på selskapsstørrelse

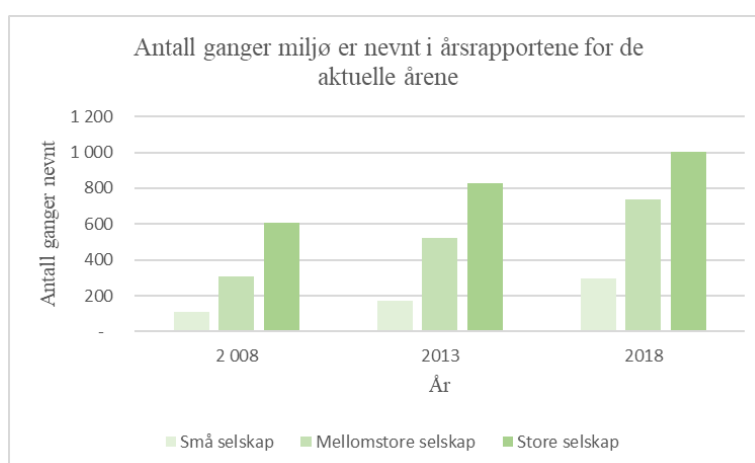
Selskapsstørrelse	Antall poeng
Store selskap	10/18
Mellomstore selskap	16/18
Små selskap	10/12

Litt uventet er det de store selskapene som skårer lavest. Kun BP, Lukoil og Gazprom fikk full pott. For de mellomstore og små selskapene fikk alle selskapene 2 poeng utenom Tatneft, Murphy, DNO og Concedo som alle fikk 1 poeng. Kun et selskap fra Kina og et selskap fra USA fikk 2 poeng, begge kategorisert som små selskap (Yanchang og Panhandle). Alle selskapene fra India og Storbritannia fikk 2 poeng.

5.1.2 Endring og utvikling i miljøfokus

Vi hører stadig om olje- og gasselskap og deres arbeid for å redde miljøet og redusere farlige utslipp. Etter antall sider var registrert, fortsatte vi med å søke på ordet «miljø» (environment, environments, environmental, environmentally) i årsrapportene. For å analysere om fokuset på miljø har endret seg, har vi valgt å se på hvor mange ganger ordet blir brukt i årsrapportene. Dette kan gi oss en pekepinn på om fokuset på miljø har endret seg siden 2008.

Figur 6. Antall ganger miljø er nevnt i årsrapportene per år etter selskapsstørrelse



Totalt ser en av figur 6 at det har vært en gradvis økning i antall ganger ordet miljø er blitt nevnt i årsrapportene for årene 2008, 2013 og 2018. I 2008 ble ordet miljø nevnt 1024 ganger totalt. I 2018 hadde dette tallet doblet seg til 2039.

Tabell 12. Resultat antall ganger ordet miljø er nevnt i årsrapportene fordelt på selskap

Oljeselskap	Land	2008	2013	2018	Total
BP	Storbritannia	183	259	207	649
Rosneft	Russland	91	174	272	537
Tatneft	Russland	32	91	159	282
Lukoil	Russland	94	83	95	272
Gazprom	Russland	42	110	112	264
Chevron	USA	94	67	84	245
Cairn	Storbritannia	36	94	89	219
Sinopec	Kina	56	47	100	203
Tullow	Storbritannia	49	65	74	188
Murphy	USA	63	67	53	183
IndianOil	India	19	54	107	180
Premier	Storbritannia	45	45	77	167
Bharat	India	22	60	72	154
Equinor	Norge	17	51	79	147
Hindustan	India	36	40	68	144
Yanchang	Kina	3	2	138	143
Oil India	India	25	50	51	126
CNOCC	Kina	18	28	61	107
CNPC	Kina	1	31	51	83
ExxonMobil	USA	30	29	20	79
Aker BP	Norge	16	28	30	74
Panhandle	USA	17	19	20	56
DNO	Norge	19	11	11	41
Concedo	Norge	16	16	9	41
Total		1024	1521	2039	4584

Etter optelling observerte vi at det var en stor spredning i bruken av ordet. Fra å bli nevnt kun en gang i CNPC sin årsrapport fra 2008, til 259 ganger i BPs årsrapport fra 2013. Vi så et tydelig skifte i hvilke selskap, basert på selskapsstørrelse, som havner øverst på listen over selskap som har nevnt ordet miljø. Av de fe, øverste selskapene, er hele fire av disse store selskap. Fire av de fem øverste selskapene er fra Russland. Det vil si at alle de fire russiske selskapene (Rosneft, Tatneft, Lukoil og Gazprom) havner på topp fem.

Litt uventet er det at tre av fire norske selskap havner blant de fire selskapene som har nevnt ordet miljø minst ganger. Det er kun det norske selskapet Equinor som havner litt opp på listen, men likevel på nedre halvdel. Cairn som er kategorisert som lite selskap i denne analysen havner på syvende plass, midt mellom store og mellomstore selskap. En må hele ni plasser ned på listen før man ser neste selskap som er kategorisert som lite

Under variabel 2 har vi sett på endringen og utviklingen i fokus på miljø, ved å se på hvor mange ganger ordet miljø har blitt nevnt i årsrapportene. Olje- og gasselskapene kan oppnå 2 poeng. 1 poeng dersom en ser en økning i ganger ordet miljø har blitt nevnt i årsrapportene fra året 2008 til 2013, samt 1 poeng dersom en ser en økning i antall ganger ordet miljø har blitt nevnt i årsrapportene fra året 2013 til 2018.

Av 48 poeng ble det utdelt 34 poeng, se tabell 13. Selskapene Concedo, DNO og ExxonMobil var de eneste selskapene som ikke fikk noen poeng. To av selskapene er fra Norge, mens ExxonMobil er fra USA.

Tabell 13. Poengskår utvikling i antall ganger miljø er nevnt i årsrapportene

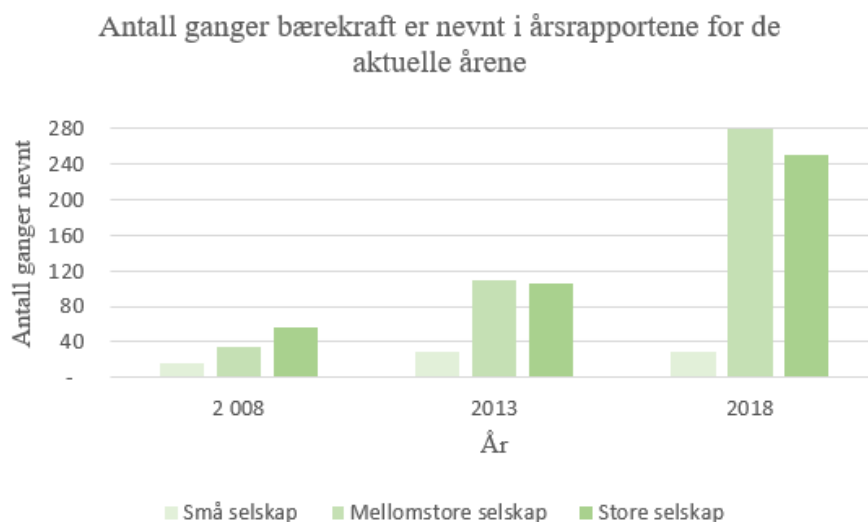
Oljeselskap	Land	Variabel 2
Sinopec	Kina	1
CNPC	Kina	2
BP	Storbritannia	1
ExxonMobil	USA	0
Chevron	USA	1
Lukoil	Russland	1
Gazprom	Russland	2
Rosneft	Russland	2
CNOCC	Kina	2
IndianOil	India	2
Equinor	Norge	2
Bharat	India	2
Hindustan	India	2
Tatneft	Russland	2
Tullow	Storbritannia	2
Murphy	USA	1
Oil India	India	2
Premier	Storbritannia	1
Aker BP	Norge	2
DNO	Norge	0
Yanchang	Kina	1
Cairn	Storbritannia	1
Panhandle	USA	2
Concedo	Norge	0
		34

Alle de indiske selskapene (IndianOil, Bharat, Hindustan og Oil India) fikk 2 poeng hver. Det er ingen andre land hvor alle selskapene i landet fikk 2 poeng hver. Nederst på listen havner selskapene fra Norge og USA. To av selskapene fra Norge (Equinor og Aker BP) fikk 2 poeng, mens Concedo og DNO fikk 0. Av de amerikanske selskapene fikk ExxonMobil som nevnt 0 poeng, Chevron og Murphy 1 poeng hver, mens Panhandle fikk 2 poeng.

5.1.3: Endring og utvikling i fokus på bærekraft

Når det kommer til ordet «bærekraftig» har vi som i forrige variabel sett på bruken av ordet i årsrapporten. Antall ganger ordet er brukt vil ikke gi et svar på om selskapet opererer bærekraftig, men en økning i bruk av ordet kan gi en indikator på om fokuset har endret seg. Etter gjennomgang av årsrapportene, observerte vi også her en økning hva gjelder bruken av ordet. Vi så at det var stor spredning mellom selskapene. Gjennomsnittstall for bruken av ordet i 2008 var 4,7, mot 10,1 i 2013 og 23,2 i 2018. Totalt ser en at det har vært en gradvis økning i antall ganger ordet bærekraft er blitt nevnt i årsrapportene for årene 2008, 2013 og 2018, se figur 7.

Figur 7. Antall ganger bærekraft er nevnt i årsrapportene per år etter selskapsstørrelse



Vi summerte opp bruken av ordet per land, og oppdaget at det er russiske selskaper som til sammen rapporterer ordet flest ganger. På selskapsnivå kan dette forklares ved at Rosneft som skiller seg ut med en totalt antall på 212, av de fire russiske selskaperes total på 356. Også her ser vi en økning i bruken per land, med unntak av Norge og Kina. Vi ser at antallet siste år (2018) er høyere enn for første år (2008) i både Norge og Kina, således en økning fra første til siste år.

Størst har økningen vært for mellomstore selskap. I 2008 hadde bærekraft blitt nevnt 34 ganger i årsrapportene for mellomstore selskap. I 2018 steg dette tallet til 279. En lignende stigning ble også sett hos store selskap. For små selskap ser vi en økning i antall ganger bærekraft er nevnt, men antall ganger ordet er nevnt er lite. I fra 2013 til 2018 var det ingen økning i antall ganger ordet bærekraft ble nevnt.

Tabell 14. Resultat antall ganger ordet bærekraft er nevnt i årsrapportene fordelt på selskap

Oljeselskap	Land	2008	2013	2018	Total
Rosneft	Russland	21	27	164	212
IndianOil	India	8	29	56	93
Tatneft	Russland	1	15	70	86
Tullow	Storbritannia	5	19	47	71
BP	Storbritannia	12	26	24	62
Bharat	India	6	8	45	59
Cairn	Storbritannia	5	25	22	52
Oil India	India	1	19	21	41
Hindustan	India	6	11	22	39
Sinopec	Kina	12	14	6	32
Lukoil	Russland	6	4	21	31
CNOCC	Kina	2	17	12	31
Gazprom	Russland	2	13	12	27
Equinor	Norge	2	6	13	21
DNO	Norge	10	2	1	13
Premier	Storbritannia	3	2	4	9
CNPC	Kina	0	2	7	9
ExxonMobil	USA	1	2	4	7
Murphy	USA	2	1	1	4
Aker BP	Norge	0	1	3	4
Yanchang	Kina	0	0	2	2
Chevron	USA	0	0	1	1
Panhandle	USA	0	0	0	0
Concedo	Norge	0	0	0	0
Total		105	243	558	906

Igjen ser en at Cairn havner høyt oppe på listen. Noe uventet er det at alle de amerikanske selskapene havner langt nede på listen. Panhandle og Concedo hadde begge samme resultat, 0 ganger ordet bærekraft ble nevnt. Heller ikke imponerende resultat fra de andre amerikanske selskapene Chevron, Murphy og ExxonMobil. Ingen av selskapene hadde ordet bærekraft nevnt totalt mer enn 10 ganger. For første gang ser en at ExxonMobil havner øverst av de amerikanske selskapene, men likevel veldig langt nede på listen.

Av de fem nederste selskapene er fire av disse kategorisert som små selskap. På toppen av tabellen ser en at av de fem øverste selskapene er hele fire av disse mellomstore selskap, mens nevnte Rosneft troner på topp. Antall ganger bærekraft er blitt nevnt totalt i årsrapportene for IndianOil som havnet som nummer to er halvparten av antall ganger bærekraft ble nevnt for Rosneft på første plass.

Under variabel 3 har vi sett på endringen og utviklingen i fokus på bærekraft, ved å se på hvor mange ganger bærekraft har blitt nevnt i årsrapportene. Olje- og gasselskapene kan oppnå 2 poeng. 1 poeng dersom en ser en økning i ganger ordet bærekraft har blitt nevnt i årsrapportene fra året 2008 til 2013, samt 1 poeng dersom en ser en økning i antall ganger ordet bærekraft har blitt nevnt i årsrapportene fra året 2013 til 2018.

Av 48 poeng ble det utdelt 31 poeng, se tabell 15. Selskapene Concedo, DNO og Panhandle var de eneste selskapene som ikke fikk noen poeng. Igjen 2 av selskapene er fra Norge, mens Panhandle er fra USA.

Tabell 15. Poengskår utvikling i antall ganger bærekraft er nevnt i årsrapportene

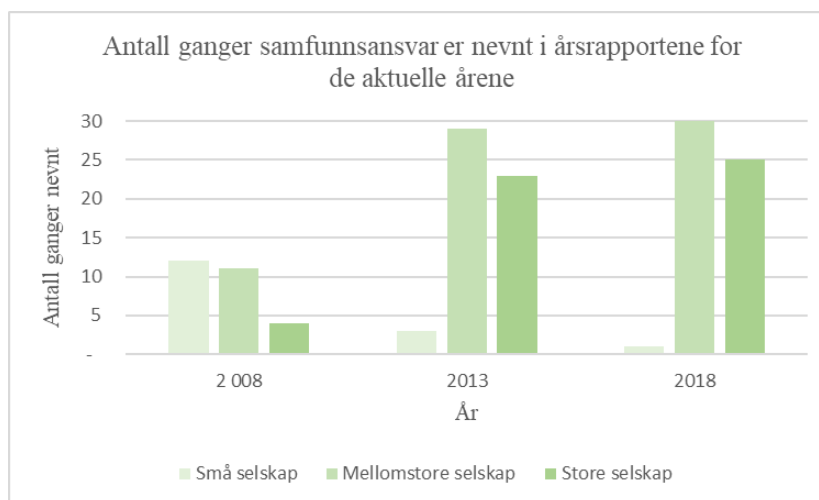
Oljeselskap	Land	Variabel 3
Sinopec	Kina	1
CNPC	Kina	2
BP	Storbritannia	1
ExxonMobil	USA	2
Chevron	USA	1
Lukoil	Russland	1
Gazprom	Russland	1
Rosneft	Russland	2
CNOCC	Kina	1
IndianOil	India	2
Equinor	Norge	2
Bharat	India	2
Hindustan	India	2
Tatneft	Russland	2
Tullow	Storbritannia	2
Murphy	USA	0
Oil India	India	2
Premier	Storbritannia	1
Aker BP	Norge	2
DNO	Norge	0
Yanchang	Kina	1
Cairn	Storbritannia	1
Panhandle	USA	0
Concedo	Norge	0
		31

Til tross for at tre av de fire indiske selskapene ikke havnet høyt opp på listen, fikk likevel alle 2 poeng hver. Det var kun det britiske selskapet Tullow som fikk full pott. Det samme var det for de kinesiske selskapene. Kun ett kinesisk selskap (CNPC) som fikk full pott. Chevron nevnte ordet bærekraft en gang, noe som gav de ufortjent 1 poeng. Nesten det samme for Yanchang. Selskapet nevnte bærekraft to ganger fordelt på de tre utvalgte årene, noe som gav selskapet 1 poeng.

5.1.4: Endring og utvikling når det kommer til fokus på samfunnsansvar

Det forventes at selskaper påtar seg å sikre ansvarlig forretningsdrift for å ivareta samfunn, miljø og mennesker. Ansvaret går også utover lov. Dette gjelder like mye for olje- og gasselskap som andre, og kanskje mer med tanke på olje- og gasselskapenes påvirkning på miljøet.

Figur 8. Antall ganger samfunnsansvar er nevnt i årsrapportene per år etter selskapsstørrelse



Etter gjennomgang av årsrapportene observerte vi at ordet samfunnsansvar ble nevnt i mindre grad enn forventet, se figur 8. Økning av antall ganger ordet samfunnsansvar ble nevnt fra 2008 til 2018 var mindre enn hva vi forventet da vi først startet på oppgaven. I 2008 ble ordet samfunnsansvar nevnt 27 ganger, noe som tilsvarer ett gjennomsnitt rett over en gang nevnt per selskap. Det eneste selskapet som nevnte ordet samfunnsansvar mer enn fem ganger i 2008 var det britiske selskapet Tullow, som nevnte samfunnsansvar hele 12 ganger. I 2013 så vi en dobling i antall ganger ordet samfunnsansvar ble nevnt i årsrapportene. Likevel ble ordet samfunnsansvar i gjennomsnitt nevnt rett over to ganger per selskap. Det var kun to indiske selskap, IndianOil og Bharat, som nevnte ordet samfunnsansvar mer enn fem ganger i 2013. I 2018 var det en økning på 32 ganger ordet samfunnsansvar ble nevnt, noe som tilsier at vi fikk en total på 87 i 2018, som gav et gjennomsnitt rett over 3,5 gang per selskap. Igjen var det kun indiske selskap som nevnte ordet mer enn fem ganger. Faktisk så ble ordet samfunnsansvar nevnt over fem ganger av alle de fire indiske selskapene som var med i analysen. Hele syv selskap nevnte ikke ordet samfunnsansvar en eneste gang i hele analysen. Fire av disse syv selskapene var de amerikanske selskapene ExxonMobil, Murphy, Chevron og Panhandle. De to andre selskapene var de kinesiske selskapene CNPC og Yanchang, samt det britiske selskapet British Petroleum.

Av de fem øverste selskapene, er hele fire av disse store selskap. Fire av de fem øverste selskapene er fra Russland. Det vil si at alle de 4 russiske selskapene (Rosneft, Tatneft, Lukoil og Gazprom) havner på topp 5.

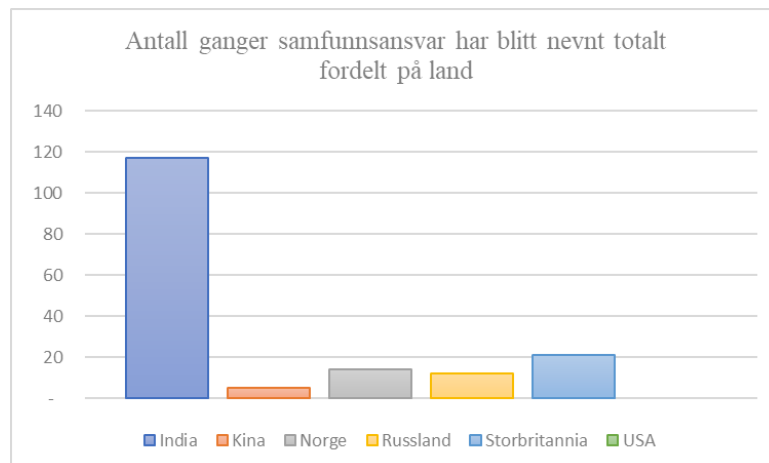
Noe uventet var det at gapet mellom selskapene klassifisert som store, mellomstore og små selskapene var så stort. De mellomstore selskapene var de som klart nevnte ordet samfunnsansvar mest. Dette skyldes blant annet at alle de fire øverste på listen var alle mellomstore indiske selskap.

Tabell 16. Resultat antall ganger samfunnsansvar er nevnt i årsrapportene

Oljeselskap	Land	2008	2013	2018	Total
IndianOil	India	4	17	27	48
Bharat	India	2	15	16	33
Oil India	India	3	4	11	18
Hindustan	India	4	5	9	18
Tullow	Storbritannia	12	1	0	13
Tatneft	Russland	0	1	5	6
Cairn	Storbritannia	1	1	3	5
Aker BP	Norge	0	2	3	5
Lukoil	Russland	0	0	3	3
CNOCC	Kina	1	1	1	3
Equinor	Norge	0	0	3	3
DNO	Norge	0	2	1	3
Premier	Storbritannia	0	0	3	3
Concedo	Norge	0	2	1	3
Sinopec	Kina	0	2	0	2
Gazprom	Russland	0	2	0	2
Rosneft	Russland	0	0	1	1
BP	Storbritannia	0	0	0	0
CNPC	Kina	0	0	0	0
ExxonMobil	USA	0	0	0	0
Murphy	USA	0	0	0	0
Yanchang	Kina	0	0	0	0
Chevron	USA	0	0	0	0
Panhandle	USA	0	0	0	0
Total		27	55	87	169

Alle de seks øverste selskapene som nevnte ordet samfunnsansvar flest ganger er mellomstore selskap. Noe uventet er det at de store selskapene har nevnt samfunnsansvar så få ganger. Ingen av de store selskapene har nevnt ordet samfunnsansvar mer enn tre ganger totalt.

Figur 9. Antall ganger samfunnsansvar er blitt nevnt i årsrapportene fordelt på land



Selskapene fra India har nevnt ordet samfunnsansvar i sine rapporter over dobbelt så mange ganger som alle de fem andre landene. Noe uventet er det at ingen av selskapene fra USA har nevnt ordet samfunnsansvar noen gang. Selskapene fra Storbritannia havner på en annen plass dersom en rangerer antall ganger samfunnsansvar har blitt nevnt fordelt på land. Hadde det ikke vært for at Tullow nevnte samfunnsansvar hele 12 ganger i 2018, så hadde Storbritannia hatt nokså samme utfall som de tre landene Kina, Norge og Russland.

Under variabel 4 har vi sett på endringen og utviklingen i fokus på samfunnsansvar, ved å se på hvor mange ganger samfunnsansvar har blitt nevnt i årsrapportene. Olje- og gasselskapene kan oppnå 2 poeng. 1 poeng dersom en ser en økning i ganger ordet samfunnsansvar har blitt nevnt i årsrapportene fra året 2008 til 2013, samt 1 poeng dersom en ser en økning i antall ganger ordet samfunnsansvar har blitt nevnt i årsrapportene fra året 2013 til 2018.

Av 48 poeng ble det utdelt 21 poeng, se tabell 17. Ingen selskap fra USA fikk poeng, mens alle selskapene fra India fikk 2 poeng hver.

Tabell 17. Poengskår /utvikling i antall ganger samfunnsansvar er nevnt i årsrapportene

Oljeselskap	Land	Variabel 4
Sinopec	Kina	1
CNPC	Kina	0
BP	Storbritannia	0
ExxonMobil	USA	0
Chevron	USA	0
Lukoil	Russland	1
Gazprom	Russland	1
Rosneft	Russland	1
CNOOC	Kina	0
IndianOil	India	2
Equinor	Norge	1
Bharat	India	2
Hindustan	India	2
Tatneft	Russland	2
Tullow	Storbritannia	0
Murphy	USA	0
Oil India	India	2
Premier	Storbritannia	1
Aker BP	Norge	2
DNO	Norge	1
Yanchang	Kina	0
Caim	Storbritannia	1
Panhandle	USA	0
Concedo	Norge	1
		21

Til tross for at Tullow var det selskapet i 2008 som nevnte samfunnsansvar flest ganger, sank antall ganger såpass drastisk i de to neste valgte årene, at de endte opp med 0 poeng.

Halvparten av de selskapene som ikke nevnte samfunnsansvar en eneste gang i 2008, endte likevel opp med 1 poeng totalt på grunn av økning (veldig liten) i antall ganger samfunnsansvar ble nevnt de to neste årene.

5.1.5 Oppsummerende drøfting av analyse av årsrapporter

For variabel 1 så vi at samtlige selskap har hatt en utvikling når det gjelder antall sider i deres årsrapporter. Vi observerte at, basert på land, var det de indiske selskapene som totalt sett rapporterte flest sider. Dersom vi ser til selskapsstørrelse er det kun store og mellomstore selskap som havner øverst på listen. Vi beregnet gjennomsnittlig antall sider rapportert i årsrapportene fordelt på selskapsstørrelse, og identifiserte at mellomstore selskap havner øverst. Basert på endring over tid, er det de mellomstore selskapene som oppnår flest poeng.

Videre så vi under variabel 2 at det også her har vært en gradvis økning i antall ganger ordet miljø er blitt nevnt i årsrapportene. Vi så et tydelig skifte i hvilke selskap, basert på selskapsstørrelse, som havner øverst på listen over selskap som har nevnt ordet miljø. Av de

fem øverste selskapene, er hele fire av disse store selskap. Vi så også at av de 13 selskapene som fikk full pott basert på endring, var der syv mellomstore selskaper.

Under variabel 3 identifiserte vi igjen en gradvis økning i antall ganger ordet bærekraft er blitt nevnt i årsrapportene for årene 2008, 2013 og 2018. Ved å summere opp bruken av ordet per land, så vi at det var russiske selskaper som til sammen rapporterte ordet flest ganger. Den største økningen så vi her for de mellomstore selskapene.

Under variabel 4 observerte vi at ordet samfunnsansvar ble nevnt i mye mindre grad enn forventet. Noe uventet var det også at gapet mellom selskapene klassifisert som store, mellomstore og små var så stor. De mellomstore selskapene var de som klart nevnte ordet samfunnsansvar mest. Dette skyldes blant annet at alle de fire øverste på listen var alle mellomstore indiske selskap. Selskapene rapporterte ordet over dobbelt så mange ganger som alle de fem andre landene

Summert ser vi at det er de fire indiske selskapene som ender opp med høyest skår. Det norske selskapet Aker BP ender opp med full score på åtte poeng. Deretter kommer det norske selskapet Equinor med syv poeng, og så det russiske selskapet Tatneft med syv poeng. De to russiske selskapene Gazprom og Rosneft ender opp med seks poeng, sammen med britiske Tullow. Disse selskapene utgjør således «Topp 10» i vår deskriptive analyse.

I hypotese 1 forventer vi at selskapers styringssett på nasjonalt nivå påvirker CSR-rapportering over tid. En høy GEI indikerer ifølge Li og Filer (2007), senere oppdatert i Li (2019), at et land har mer regelbasert styringssett, mens en lav GEI indikerer at et land har et mer relasjonsbasert styresett. Tre av fire russiske selskaper ender opp med seks poeng eller mer. Tar vi i betraktning Li og Filers (2007), senere oppdatert i Li 2019 «Governance Environment Index» (GEI), endte Russland opp nederst av de utvalgte landene våre. I den sammenheng underbygges hypotesen til dels av våre funn. Legitimitetsteorien argumenterer for at selskaper forsøker å legitimere sine handlinger ved rapportere sine CSR-aktiviteter, for å få «godkjenning» fra samfunnet, og dermed sikre seg videre eksistens (Deegan & Underman, 2011). Videre argumenterer signaliseringsteorien at på grunn av informasjonsasymmetri, vil selskap signalisere deres CSR-informasjon til investorer for å vise at de er bedre enn andre selskaper i markedet, med det formål å tiltrekke seg investeringer og videre styrke ens omdømme (Verrecchia, 1983). CSR-rapportering er et av signaliseringsmidlene som brukes, ved at selskapene ønsker å rapportere mer CSR-

informasjon enn det som kreves av lover og regler, med det formål å signalisere at de er bedre (Mahoney, 2012; Thorne et al., 2014).

Basert på funnene under deskriptiv analyse, ser man at signaliseringsteorien og legitimitetsteorien ser ut til å underbygge de russiske selskapenes nivå av CSR-rapportering i deres årsrapporter.

Selskapene fra India skårer høyt på vår deskriptive analyse. Ser man her til Li og Filers (2017) GEI indeks, senere oppdatert i Li (2019), indikerer hypotese 1 at ved å se til Indias GEI så skal de rapportere høyere nivå av CSR enn Kina og Russland. Våre funn støtter dette, da indiske selskap summert får en høyere poengskår med totalt 32, enn henholdsvis Russland med 24 poeng og Kina med 16 poeng. Lattemann et al. (2009) argumenterer for at institusjonell teori gir et passende teoretisk rammeverk ved analyse av CSR på tvers av land basert på klassifiseringer av samfunn som i) regelbaserte og ii) relasjonsbaserte (Li et al., 2004).

Basert på klassifiseringen ser vi at institusjonell teori underbygger årsaker til forskjeller i selskapenes rapporter, når det gjelder de asiatiske landene India og Kina.

De utvalgte selskapene fra Storbritannia skårer 20 poeng til sammen, som er gjennomsnittet. Litt overraskende skårer de norske selskapene 19 poeng til sammen og dermed rett under gjennomsnittet. Nederst havner de amerikanske selskapene med en totalskår på 11 poeng. Nordiske land har sterkt fokus på sosiale aspekter, mens amerikanske selskaper er kjennetegnet som mer aksjonærbevisste. Tidligere studier som inntar interessenttilnærmingen argumenterer for at selskapets rolle i samfunnet, og dermed dets forhold til interessenter i samfunnet, er med på å påvirke omfanget og typen CSD som blir presentert.

Interessentteorien favner om at selskaper og organisasjoner må spille en aktiv rolle i samfunnet de opererer i. Selskaper bør vurdere effekten av sine handlinger ovenfor interessenter som har en interesse eller eierandel i selskapet Wick et al. (2004). Ihlen og Hoivik (2015) argumenterer for at i en fri markedsøkonomi posisjonerer regjeringen seg utenfor CSR-agendaen, i motsetning til eksempelvis i Norge, der CSR-agendaen stort sett har vært drevet av regjeringen. Dette kan til dels være en forklarende faktor for de norske selskapene, da både det norske selskapet Equinor, samt Aker BP er delvis statseid.

Funnene underbygger at teorier om at interessenttilnærmingen er forklarende når det kommer til årsaker i forskjellige nivå av CSR-rapportering for de vestlige landene Norge, Storbritannia og USA.

Spesielt for de norske selskapene ser elementet av størrelse ut til å være utslagsgivende. Det desidert minste selskapet Concedo skårer kun to poeng til sammen, sammen med det norske selskapet DNO. Begge selskapene er klassifisert som små selskap. Vi ser også at det er de mellomstore selskapene som viser til høyere nivå av CSR-rapportering i deres årsrapporter. Med utgangspunkt i hypotese 2, ser vi dermed at våre funn til dels underbygger dette.

Tabell 18. Resultat variabel 1 til 4

Oljeselskap	Land	Variabel 1	Variabel 2	Variabel 3	Variabel 4	Total
Sinopec	Kina	0	1	1	1	3
CNPC	Kina	1	2	2	0	5
BP	Storbritannia	2	1	1	0	4
ExxonMobil	USA	0	0	2	0	2
Chevron	USA	1	1	1	0	3
Lukoil	Russland	2	1	1	1	5
Gazprom	Russland	2	2	1	1	6
Rosneft	Russland	1	2	2	1	6
CNOCC	Kina	1	2	1	0	4
IndianOil	India	2	2	2	2	8
Equinor	Norge	2	2	2	1	7
Bharat	India	2	2	2	2	8
Hindustan	India	2	2	2	2	8
Tatneft	Russland	1	2	2	2	7
Tullow	Storbritannia	2	2	2	0	6
Murphy	USA	1	1	0	0	2
Oil India	India	2	2	2	2	8
Premier	Storbritannia	2	1	1	1	5
Aker BP	Norge	2	2	2	2	8
DNO	Norge	1	0	0	1	2
Yanchang	Kina	2	1	1	0	4
Caim	Storbritannia	2	1	1	1	5
Panhandle	USA	2	2	0	0	4
Concedo	Norge	1	0	0	1	2
		36	34	31	21	122

Basert på ovennevnte ser vi tendenser til at våre antakelser om at styringssett (lover og regler) påvirker CSR-rapportering (H1), og selskapets størrelse vil påvirke nivå av CSR-rapportering (H2). For å kunne videre underbygge vår deskriptive analyse, har vi gjennomført en statistisk analyse.

5.2 Resultat fra test av hypotese 1

For å teste første hypotese, ble det foretatt en korrelasjonsanalyse av alle variablene, og etterfølgende en rekke OLS regresjonsanalyser med CSRrap (for de ulike årene separat) som avhengig variabel i SPSS.

Ser man på de deskriptive dataene finner vi at totalen for CSR-nivå i selskapenes årsrapporter (CSRrap) for utvalget av selskaper er 4 426 for 2008, 5 467 for 2013 og 7 592 for 2018. Gjennomsnittlig CSRrap for de utvalgte selskapene blir da 184 for 2008, 228 for 2013 og 316 for 2018. Basert på de fire elementene i variabelen CSRrap ser man at selskapenes rapportering av CSR er økende fra 2008 til 2013, og igjen til 2018. Summerer vi opp på landsnivå, ser vi at samtlige av landene får en høyere skår i 2018, sammenlignet med 2008.

Tabell 19. CSRrap

Oljeselskap	Land	CSRrap			
		2008	2013	2018	Total
Bharat Petroleum	India	190	287	501	978
Hindustan Petroleum	India	177	228	407	812
Indian Oil Corporation	India	226	316	622	1 164
Oil India	India	127	237	439	803
CNOCC	Kina	101	202	226	529
CNPC	Kina	249	85	126	460
Sinopec	Kina	266	261	274	801
Yangchang	Kina	90	116	278	484
Aker BP	Norge	120	163	173	456
Concedo	Norge	44	79	66	189
DNO	Norge	151	85	100	336
Equinor	Norge	170	283	401	854
Gazprom	Russland	156	271	360	787
Lukoil	Russland	282	285	409	976
Rosneft	Russland	405	470	829	1 704
Tatneft	Russland	168	189	374	731
BP	Storbritannia	406	573	559	1 538
Cairn	Storbritannia	182	276	298	756
Premier Oil	Storbritannia	148	217	264	629
Tullow Oil	Storbritannia	206	273	311	790
Chevron	USA	206	155	183	544
ExxonMobile	USA	83	83	72	238
Murphy	USA	172	208	180	560
Panhandle	USA	101	125	140	366
SUM		4 426	5 467	7 592	17 485
Gj.snitt		184	228	316	729

I korrelasjonsmatrisen ser man at flere korrelasjoner er statistisk signifikante. Innledningsvis ser vi at CSRrap for 2018 har en 85% korrelasjon med CSRrap for 2013, og 69% korrelasjon for 2008. Videre ser vi at CSRrap for 2013 viser en korrelasjon på 81% med CSRrap for

2008. Funnene viser også til at disse korrelasjonene er signifikante på et 0,01-nivå. Dette betyr at det er en sammenheng i utvikling av CSR-rapportering, og at de selskapene som har et høyt nivå i 2008 ser ut til også å ha et høyt nivå i 2018 rapporteringen. Det vil si at det er en positiv sammenheng.

Videre ser vi at det ikke er statistisk signifikante korrelasjon mellom variabelen CSRrap og GEI og BNP for årene 2013 og 2008 på et 0,05-nivå. For 2018 ser man at det er en signifikant negativ korrelasjonskoeffisient mellom CSRrap og GEI og BNP. Dette betyr at det er en samvariasjon mellom nivå av CSR-rapportering i 2018 og BNP i 2008, 2013 og 2018. Denne er negativ, noe som kan bety at det er høyere nivå av CSR-rapportering i land med lavere BNP.

Tabell 20. Korrelasjonsmatrise

		Correlations						
		CSRrap2018	CSRrap2013	CSRrap2008	gdp2008	gdp2013	gdp2018	gei2018
CSRrap2018	Pearson Correlation	1	,850**	,690**	-,464*	-,484*	-,563**	-,442*
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,022	0,017	0,004	0,030
	N		24	24	24	24	24	24
CSRrap2013	Pearson Correlation		1	,806**	-0,240	-0,281	-0,318	-0,243
	Sig. (2-tailed)			0,000	0,258	0,184	0,129	0,252
	N			24	24	24	24	24
CSRrap2008	Pearson Correlation			1	-0,285	-0,305	-0,322	-0,346
	Sig. (2-tailed)				0,178	0,147	0,125	0,098
	N				24	24	24	24
gdp2008	Pearson Correlation				1	,996**	,966**	,854**
	Sig. (2-tailed)					0,000	0,000	0,000
	N					24	24	24
gdp2013	Pearson Correlation					1	,968**	,834**
	Sig. (2-tailed)						0,000	0,000
	N						24	24
gdp2018	Pearson Correlation						1	,889**
	Sig. (2-tailed)							0,000
	N							24
gei2018	Pearson Correlation							1
	Sig. (2-tailed)							
	N							

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

En svakhet med korrelasjonsanalyser er at vi ikke kan si noe om rekkefølgen, altså hvilken variabel som fører til endring i en annen variabel. For å komme nærmere å teste hypotese 1, om det er en sammenheng mellom styringssett og nivå av CSR-rapportering har vi kjørt en rekke regresjonsanalyser. Vi er klar over at vi har et relativt lite utvalg (n=24), og vil derfor fortolke resultatene ut fra det.

For å se nærmere på utviklingen i nivå av CSR-rapportering har vi først kjørt en analyse med CSRrap 2018 som utfallsvariabel, og CSRrap 2008 og 2013 som uavhengige variabler. Vi ser av resultatene (modell 1) at nivå av CSR-rapportering i 2013 signifikant predikerer endring i nivå av CSR-rapportering i 2018 positivt, mens CSR-rapportering i 2008 ikke kommer ut som en signifikant. Dette kan tolkes som at det er nivå av CSR-rapportering ved tidligere tidspunkt har betydning for senere nivå av rapportering. Dette så vi også i korrelasjonsanalysen, men her ser vi at det er nivå ved seneste rapportering (2013) som predikerer endring fremfor tidligere nivå (2008).

Tabell 21. Modell 1 - Modelloppsummering

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	,850 ^a	0,723	0,696	102,906	0,723	27,340	2	21	0,000

a. Predictors: (Constant), CSRrap2008, CSRrap2013

Tabell 22. Modell 1 - Koeffisienter

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	9,633	49,818		0,193	0,849	-93,968	113,235
	CSRrap2013	1,324	0,307	0,839	4,319	0,000	0,687	1,962
	CSRrap2008	0,027	0,404	0,013	0,068	0,947	-0,814	0,869

a. Dependent Variable: CSRrap2018

For å teste hypotese 1 om sammenheng mellom styringsrett og nivå av CSR-rapportering over en tidsperiode har vi kjørt flere regresjonsanalyser (modell 2 og 3). I de analysene har vi brukt CSRrap som avhengig variabel. Vi har gjennomført separate analyser for årene 2008, 2013 og 2018, og i analysene for årene 2013 og 2018 har vi med foregående nivå av CSR-rapportering

som uavhengig variabel for å kunne se på utvikling av nivå av rapportering. For å unngå problemer med multikollinearitet har vi kun inkludert BNP for den aktuelle periode. Det var veldig sterk korrelasjon mellom årstallene, noe som peker på en relativ stabilitet i BNP i denne perioden for landene i utvalget. Samtidig ser vi også BNP er korrelert med GEI 2018, som kan få følger for resultatene fra analysene. Men vi har inkludert GEI 2018 som uavhengig variabel i den siste analysen for å kunne teste hypotesen. Vi er bevisst på dette når vi tolker resultatene.

Tabell 23. Modell 2 - Modelloppsummering

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	,807 ^a	0,651	0,618	73,101	0,651	19,627	2	21	0,000

a. Predictors: (Constant), gdp2013, CSRrap2008

Tabell 24. Modell 2 – Koeffisienter

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	39,283	43,893		0,895	0,381	-51,997	130,563
	CSRrap2008	1,048	0,178	0,795	5,874	0,000	0,677	1,419
	gdp2013	0,000	0,000	-0,039	-0,285	0,779	-0,001	0,001

a. Dependent Variable: CSRrap2013

Tabell 25. Modell 3 - Modelloppsummering

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	,906 ^a	0,821	0,784	86,792	0,821	21,848	4	19	0,000

a. Predictors: (Constant), gdp2018, CSRrap2013, CSRrap2008, gei2018

Tabell 26. Modell 3 - Koeffisienter

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	140,506	62,127		2,262	0,036	10,472	270,541
	CSRrap2008	-0,028	0,365	-0,013	-0,076	0,940	-0,792	0,737
	CSRrap2013	1,185	0,275	0,751	4,308	0,000	0,609	1,761
	gei2018	6,289	10,879	0,131	0,578	0,570	-16,482	29,060
	gdp2018	-0,003	0,001	-0,444	-1,976	0,063	-0,006	0,000

a. Dependent Variable: CSRrap2018

Resultatene i modell 2 og 3 bekrefter de resultatene som vi har hatt så langt at det er foregående nivå av CSR-rapportering som predikerer nåværende nivå. Man ser i modell 2 at CSRrap 2008 er signifikat på 0,001-nivå med en positiv standardisert regresjonskoeffisient på 0,795. I modell 3 ser vi at det er nivå ved den foregående periode som predikerer endringer. Nivå av rapportering i 2008 predikerer ikke signifikat endringer i rapportering i 2018, men nivå i 2013 er signifikant på 0,001-nivå ned en positiv regresjonskoeffisient på 0,751.

5.3 Resultat fra test av hypotese 2

For å teste den andre hypotesen kjørte vi først en regresjonsanalyse med CSRrap 2018 som avhengig variabel og revenue som uavhengig. Resultatene viser at størrelse, her målt med revenue, ikke signifikant predikerer endring i CSR-rapportering.

Tabell 27. Modell 4 - Modelloppsummering

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	,017 ^a	0,000	-0,045	190,835	0,000	0,006	1	22	0,938

a. Predictors: (Constant), Revenue

Tabell 28. Modell 4 - Koeffisienter

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	313,956	49,211		6,380	0,000	211,899	416,012
	Revenue	2,501E-11	0,000	0,017	0,079	0,938	0,000	0,000

a. Dependent Variable: CSRrap2018

For å se om det er forskjell i rapportering mellom ulike størrelser på selskapene kategoriserte vi dem etter størrelsene; store, mellomstore og små, og foretok en analyse av variasjon (ANOVA) med en Bonerroni pot-hoc test i SPSS. Resultatene fra denne analysen viser at det ikke er en signifikant forskjell i gjennomsnitt av CSR-rapportering mellom gruppene på 0.05-nivå, men på 0,1-nivå ($p=0,08$). Ser vi på sammenligningen mellom gruppene ser det ut som det er forskjellen mellom gruppe 1 (store selskap) og gruppe 2 (mellomstore selskap) som driver den marginale effekten med et signifikans på 0,1-nivå (0.09).

Tabell 29. Modell 4 - ANOVA

CSRrap2018					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	169728,722	2	84864,361	2,821	0,082
Within Groups	631694,611	21	30080,696		
Total	801423,333	23			

Multiple Comparisons

Dependent Variable:

Bonferroni

(I) Størrelse		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-212,944	91,410	0,090	-450,73	24,84
	3	-161,722	91,410	0,274	-399,51	76,07
2	1	212,944	91,410	0,090	-24,84	450,73
	3	51,222	81,759	1,000	-161,46	263,91
3	1	161,722	91,410	0,274	-76,07	399,51
	2	-51,222	81,759	1,000	-263,91	161,46

Funnene indikerer dermed at det kan foreligge en forskjell mellom de store og mellomstore selskapene i nivå av CSR-rapportering i 2018. Basert på funnene kan det argumenteres for at de store selskapene rapportere mer enn de mindre selskapene.

5.4 Oppsummerende drøfting av test av hypotese 1 og hypotese 2

Den statistiske analysen viser til en positiv sammenheng i utviklingen av CSR-rapportering.

Funnene viser til at selskaper som har et høyt nivå av CSR-rapportering i 2008, også ser ut til å ha et høyt nivå i 2018-rapporteringen. Videre ser vi at det er nivå ved den seneste rapportering som predikerer endring, fremfor tidligere nivå.

Av første hypotese forventes at selskapers styringssett på nasjonalt nivå påvirker CSR-rapportering over tid. Vi finner at det er en sammenheng i utviklingen av CSR-rapportering, men at det er nivå av økonomisk utvikling (BNP per innbygger) som har samvariasjon med selskapenes nivå av CSR-rapportering. Funnene indikerer at det er høyere nivå av CSR-rapportering i land med lavere BNP. Våre funn underbygger til dels da ikke hypotese 1.

Fra test av hypotese 2 indikerer våre resultater at det kan foreligge en forskjell mellom de store og mellomstore selskapenes nivå av CSR-rapportering i 2018. Basert på funnene kan det argumenteres for at de store selskapene rapportere mer enn de mindre selskapene. Videre indikerer funnene dermed at det kan foreligge en forskjell mellom de store og mellomstore i nivå av CSR-rapportering i 2018.

Hypotese 2 forventer at selskapers størrelse vil påvirke deres nivå av CSR-rapportering, og basert på våre funn kan vi underbygge denne ved at de store selskapene rapportere mer enn de mindre selskapene.

Under analysen har vi tatt i betraktning diskusjoner omkring signifikansverdier, p-verdier og signifikanstesting med p-verdier. Vi har under analysen benyttet hovedregel for grenseverdi 0,05. Som følge av blant annet omfang av datamateriell, har vi også tatt med grenseverdi 0,1 for å vise tendenser i tallmaterialet (Field, 2013).

6.0 Konklusjon

Hovedformålet med studie var å undersøke utviklingen i selskapers nivå av CSR-rapportering i årsrapporter. Teorigjennomgangen resulterte i to hypoteser. Det ble først gjennomført en analyse av 24 olje- og gasselskapers nivå av CSR-rapportering i årsrapporter hvor utvalget inkluderte selskaper fra seks land, og tidsperioden var tre utvalgte år. Analysen ble utført ved at det ble foretatt en datainnsamling av en kombinasjon av antall sider, samt bruken av enkeltord. Basert på hypotesene undersøkte og testet vi ved en rekke korrelasjons- og regresjonsanalyser i hvilken grad styringssett på nasjonalt nivå, og selskapers størrelse påvirket selskapers nivå av CSR-rapportering i årsrapporter.

6.1 Konklusjon fra den empiriske analysen

Hypotese 1 tar utgangspunkt i flere teoretiske tilnærminger, og forventningene var at selskapers styringssett på nasjonalt nivå påvirker selskapenes nivå av CSR-rapportering i årsrapportene over tid. Basert på funn under vår deskriptive analyse, ser vi at signaliseringsteorien og legitimitetsteorien ser ut til å underbygge de russiske selskapenes nivå av CSR-rapportering i deres årsrapporter. Dette underbygger også tidligere forskning (Kanagaretnam et al., 2007; Mitchell, 2006) Videre så vi at våre funn indikerer at institusjonell teori underbygger årsaker til forskjeller i selskapenes rapporter, når det gjelder de asiatiske landene India og Kina. Dette er også med å underbygge tidligere forskning fra blant annet Campbell (2007), og Lattemann et al. (2009). For de vestlige landene viser våre funn at interessenttilnærmingen underbygger årsaker i forskjellige nivå av CSR-rapportering for landene Norge, Storbritannia og USA. Dette er også i tråd med Ihlen og Hoiviks (2015) funn fra tverrnasjonale studier av norske og amerikanske selskaper.

Den statistiske analysen viser til en positiv sammenheng utviklingen av CSR-rapportering. Våre funn viser til at selskaper som har et høyt nivå av CSR-rapportering i 2008, ser ut til å et høyt nivå i 2018 rapporteringen også. Funnene viser også at det er nivå ved seneste rapportering som predikerer endring i nivå av rapportering, fremfor tidligere nivå. Vi finner en samvariasjon mellom nivå av CSR-rapportering i 2018 og BNP i 2008, 2013 og 2018.

Vi finner at det er en positiv sammenheng i utvikling av CSR-rapportering, samtidig som vi finner at kun BNP har samvariasjon på selskapers nivå av CSR-rapportering. Våre funn støtter til dels ikke hypotese 1. Funnene indikerer at det er høyere nivå av CSR-rapportering i land

med lavere BNP. Sett sammen med funnene i vår deskriptive analyse, underbygger våre funn dermed argumentene om at selskapers nivå av CSR-rapportering kan forklares ved legitimitetsteorier og signaliseringsteorier. For å legitimere sine handlinger ovenfor samfunnet, og samtidig signalisere at de er bedre enn andre selskaper ser vi at selskaper i land som Russland og India har et høyere nivå av CSR-rapportering i årsrapporter.

Hypotese 2 tok utgangspunkt i at selskapers størrelse påvirker nivå av CSR-rapportering i årsrapporter. Våre funn viser at det kan være forskjeller mellom store og mellomstore selskapers nivå av CSR-rapportering i 2018. Fra våre funn ser vi at de store selskapene rapporterer mer enn de mindre selskapene. Med utgangspunkt i hypotese 2, ser vi at våre funn til dels underbygger hypotesen. Dette støtter til dels tidligere forskning (Lattemann et al., 2009; Jamali et al. 2008). Å vite selskapets størrelse gir nyttig informasjon for å forutsi en virksomhets CSR-rapportering.

Hvorvidt våre resultater kan generaliseres til andre selskaper i bransjen er derimot usikkert, da studie har flere begrensninger. Vi ser at store summer og arbeid blir lagt ned fra olje- og gasselskap i rapportering av deres CSR-aktiviteter, som kampen mot klimautslipp og deres arbeid mot å beskytte miljøet. Vår studie sår liten tvil om utviklingen av viktigheten av CSR-rapportering for selskaper i olje- og gassindustrien. Vi har sett at det har forekommet utviklinger når det gjelder nivå av CSR-rapportering i selskapenes årsrapporter, men hva betyr det til syvende og sist? Lønner det seg å være bra? Gir økt nivå av CSR-rapportering i årsrapporter fordeler eller ulemper? Det har åpenbart en innvirkning på samfunnet, men vil det ha en innvirkning på samfunnets oppfatning av olje- og gasselskap som noe annet enn den store stygge ulven?

6.2 Reliabilitet og validitet

Vår studie har tilført informasjon om, samt vist til påvirkende faktorer når det gjelder selskapers nivå av CSR-rapportering i årsrapporter. Det er imidlertid sentralt å påpeke at studien har flere begrensninger som videre vanskeliggjør en generalisering av resultatene og analysene til andre selskaper i olje- og gassindustrien, så vel som i andre industrier og bransjer.

For det første, som med alle studier av rapportering, er det alltid en mulig risiko for partiske resultater på grunn av subjektive tolkninger av observasjoner. Disse mulige ulempene ble

imidlertid kontinuerlig vurdert under datainnsamlingen, blant annet ved kontinuerlig dialog mellom forfatterne. Vi erkjenner imidlertid at til tross for vår innsats, kan problemet ikke utelukkes fullstendig.

For det andre er vurderingen av selskapers nivå av CSR-rapportering kompleks. Variabelen for nivå av CSR-rapportering som ble brukt i denne studien, kan ikke fange opp alle aspekter av CSR-rapportering i selskapenes årsrapporter. Vi kunne inkludert flere variabler som basis for vår analyse. Ved å ta med flere variabler i analysen, samt benytte disse ved måling av CSR nivå, kunne analysen blitt forsterket. Faktorer som inkludering av bildebruk, setningsoppbygging og kostnader direkte relatert til CSR-aktiviteter kunne også vært hensyntatt i vår analyse. Som nevnt i metodekapittelet vil ikke antall sider eller antall ganger søkeord blir nevnt i årsrapporter gi oss grunnlag for å uttale oss om kvaliteten på CSR-rapportering.

For det tredje kunne studie inneholdt et større datagrunnlag. For å få et bredere datagrunnlag kunne studie inkludert flere selskaper fra flere land. Vi kunne gått mer i dybden på de ulike årstallene, og gjerne inkludert flere årstall. På bakgrunn av vår analyse kan vi kun si noe om årene 2008, 2013 og 2018 for de utvalgte selskapene. Utvalget av selskap og årstall spiller en rolle for resultatet.

6.3 Implikasjoner for vår studie, samt forslag til videre studier

Fra vår studie ser vi at nivået av selskapenes CSR-rapportering i deres årsrapporter er økende, men på samme tid veldig varierende. Vi finner at nivå av CSR-rapportering ved seneste rapportering kan predikere endringer. Det kunne vært spennende å se om utviklingen fortsetter videre for de utvalgte årene, slik som funnene indikerer. Videre er et sentralt spørsmål hvordan selskaper kan på best mulig måte skaffe seg økt lønnsomhet og et varig konkurransefortrinn gjennom CSR-rapportering. Kan selskaper skape seg konkurransefortrinn ved å se til direkte konkurrenters CSR-rapportering? Tidligere studier har sett til hvorvidt nivå av CSR-rapportering påvirker investorer og analytikers vurdering av selskap. Forskning viser at både investorer og analytikere vurderer selskapers nivå av CSR-rapportering når de vurderer informasjonen i selskapers rapportering (Hsu et al., 2019).

Våre funn viser også til at det er høyere nivå av CSR-rapportering i land med lavere BNP, som i seg selv ville vært interessant for videre forskning. Ved å ta utgangspunkt i

signaliserings- og legitimitetsteorier kan det dannes forventinger til hvorvidt selskaper i land med lavt nivå av økonomisk utvikling rapporterer mer enn det som trengs, kun for å legitimere sine handlinger og signalisere at de er bedre enn andre. Et sentralt spørsmål her er hvordan man kan si noe mer om rapporteringen dersom man også inkluderer elementer som fanger opp og kvantiserer kvaliteten på det som rapporteres.

Studie bidrar ikke med informasjon hva angår selskapenes CSR-aktiviteter og hvor mye det bidras rent økonomisk, sett opp mot hverandre. Er det i det hele tatt lønnsomt? Ei heller hvor mye som brukes på CSR-investeringer i de ulike selskapene, da dette ikke var en del av formålet med oppgaven.

7.0 Litteraturliste

- Aaron, K. (2012). New corporate social responsibility models for oil companies in Nigeria's delta region: What challenges for sustainability? *Progress in Development Studies*, 12(4), 259-273.
- Aftenposten. (2010, Oktober 9). *Oljesøl. Alaska 21 år etter Exxon Valdez*. Hentet fra Aftenposten: <https://www.aftenposten.no/norge/i/gWrak/oljesoel-alaska-21-aar-etter-exxon-valdez>
- Aker ASA. (2016, September 15). *Code of Conduct / Samfunnsansvar*. Hentet fra Aker ASA: <https://www.akerasa.com/content/download/16311/187594/file/Aker%20ASA%20Code%20of%20Conduct.pdf>
- Aker BP ASA. (2020). *About*. Hentet fra Aker BP ASA: <https://www.akerbp.com/om-oss/>
- Amadeo, K. (2020, Mai 7). *2008 Financial Crisis*. Hentet fra the balance: <https://www.thebalance.com/2008-financial-crisis-3305679>
- Andresen, M. E. (2014, Mai 15). *Asymmetrisk informasjon*. Hentet fra Store Norske Leksikon: https://snl.no/asymmetrisk_informasjon
- Ballou, B., Heitger, D., & Landes, C. (2006). *The Future of Corporate Sustainability Reporting*. Hentet fra Journal of Accountancy: <https://www.journalofaccountancy.com/issues/2006/dec/thefutureofcorporatesustainabilityreporting.html>
- Barstad, H., & Groth, B. (2019, Januar 7). *Babylonia*. Hentet fra Store Norske Leksikon: <https://snl.no/Babylonia>
- Bartholomy, M., Omelchenko, E., Tolkachev, D., & Chivragova, M. (2020, Juni 1). *Environmental law and practice in the Russian Federation: overview*. Hentet fra Thomas Reuters Practical Law: [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-013-5609?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-013-5609?transitionType=Default&contextData=(sc.Default))
- Bashtovaya, V. (2014). CSR reporting in the United States and Russia. *Social Responsibility Journal*, 68-84.
- Baskin, J. (2006). Value, values, and sustainability: Corporate responsibility in emerging market companies. *Working Paper, Cambridge Program for Industry, Cambridge*.
- Baughn, C., Bodie, N., & McIntosh, J. (2007). Corporate social and environmental responsibility in Asian countries and other geographical regions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 14, 458-475.
- Baughn, C., Bodie, N., & McIntosh, J. (2007). Corporate social and environmental responsibility in Asian countries and other geographical regions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 14, 189-205.
- Bayound, N., Kavanagh, M., & Slaughter, G. (2012). Factors influencing levels of corporate social responsibility disclosure by Libyan firms: A mixed study. *International Journal of Economics and Finance*, 4, ss. 13-29.

- Bennett, R. (1998). Corporate philanthropy in France, Germany, and the UK: International comparisons of commercial orientation towards company giving in European nations. *International Marketing Review*, 458-475.
- Berg, O. (2019, Desember 31). *maktfordelingsprinsippet*. Hentet fra Store Norske Leksikon: <https://snl.no/maktfordelingsprinsippet>
- Berkowitz, H., Bucheli, M., & Dumez, H. (2016). Collectively Designing CSR Through Meta-Organizations: A Case Study of the Oil and Gas Industry. *J Bus Ethics*, ss. 753-769.
- Bharat Petroleum. (2020). *Our Journey*. Hentet fra Bharat Petroleum: <https://www.bharatpetroleum.com/about-bpcl/our-journey.aspx>
- Billington, L., & Reisegg, Ø. (2019, Juli 3). *Wall Street-krakket i 1929*. Hentet fra Store Norske Leksikon: https://snl.no/Wall_Street-krakket_i_1929
- Black, L., & Härtel, C. (2004). The five capabilities of socially responsible companies. *Journal of Public Affairs*, 4 (2), 125-144.
- Boatright, R. (2003). *Ethics and the conduct of business*. New York: Pearson Education International.
- BP. (2020). *Who we are*. Hentet fra BP: <https://www.bp.com/en/global/corporate/who-we-are.html>
- Brown, T., & Dacin, P. (1997). The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses. *Journal of Marketing*, vol. 61, no. 1, ss. 68-94.
- Buchholz, K. (2020, Januar 10). *The Biggest Oil and Gas Companies in the World*. Hentet fra Statista: <https://www.statista.com/chart/17930/the-biggest-oil-and-gas-companies-in-the-world/>
- Bushman, R., & Landsman, W. (2010). The pros and cons of regulating corporate reporting: a critical review of the arguments. *Accounting and Business Research* 40 (3), ss. 259-273.
- Business Maps of India. (2020). *Types of business entities in India*. Hentet fra Business Maps of India: <https://business.mapsofindia.com/doing-business-in-india/types-of-business-entities-in-india.html>.
- Cairn. (2020). *At a Glance*. Hentet fra Cairn: <https://www.cairnenergy.com/about-us/at-a-glance/>
- Campbell, J. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32, 946-967.
- Cappellin, P., & Giuliani, G. (2004). The political economy of corporate responsibility in Brazil: Social and environmental dimensions. *Programme Paper on Technology, Business, and Society*, No. 14.
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, ss. 39-48.

- Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and Society*, 38, 268-295.
- Carroll, A. B. (2008). A history of corporate social responsibility: concepts and practices. I A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D. Siegel, *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility* (ss. 19-46). Oxford: Oxford University Press.
- Carson, S., & Kosberg, N. (2003). *Etisk forretning: bedriftens samfunnsansvar*. Oslo: Cappelen akademisk forlag.
- Cash, A. (2012). Corporate social responsibility and petroleum development in sub-Saharan Africa: The case of Chad. *Resources Policy* 37 (2), 144-151.
- Chappellow, J. (2020, April 21). *The Great Recession*. Hentet fra Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/g/great-recession.asp>
- Chapple, W., & Moon, J. (2005). Corporate social responsibility (CSR) in Asia: A seven-country study of CSR Web site reporting. *Business and Society*, 44, 415-441.
- Chen, J. (2019, Juni 25). *Investopedia*. Hentet fra Top 6 Oil-Producing States: <https://www.investopedia.com/financial-edge/0511/top-6-oil-producing-states.aspx>
- Cheng, E., Courtenay, S., & Krishnamutri, C. (2006). The Impact of Increased Voluntary Disclosure on Market Information Asymmetry, Informed and Uninformed Trading. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, vol. 2, no. 1, 33-72.
- Chevron. (2020). *History*. Hentet fra Chevron: <https://www.chevron.com/about/history>
- China Oil. (2020). *Worldometers*. Hentet fra China Oil: worldometer.info/oil/china-oil/
- China.org.cn. (2020). *Environmental Protection Law of the People's Republic of China*. Hentet fra China.org.cn: <http://www.china.org.cn/english/government/207462.htm>
- Chowdhury, R., Choi, S., Ennis, S., & Chung, D. (2019). Which Dimension of Corporate Social Responsibility is a Value Driver in the Oil and Gas Industry? *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 260-272.
- CNN. (2015). Hentet fra <https://edition.cnn.com/2015/01/21/us/climate-change-us-obama/index.html>
- CNPC. (2019, Desember 31). *CNPC at a Glance*. Hentet fra CNPC: <http://www.cnpc.com.cn/en/cnpcataglance/cnpcataglance.shtml#cnpcataglance>
- Concedo. (2020). *What we do*. Hentet fra Concedo: <https://www.concedo.no/about-us/goal/>
- Coombs, T., & Holladay, S. (2015). CSR as crisis risk: expanding how we conceptualize the relationship. *Corporate Communications: An International Journal* 20 (2), ss. 144-162.
- CSR Europe. (2010). *A Guide to CSR in Europe*. CSR Europe. Hentet fra https://www.fundacionseres.org/lists/informes/attachments/1036/guide_to_csr_csr%20europe.pdf

- Dagens Næringsliv*. (2010, August 8). Hentet fra Her er årsaken til Deepwater Horizon-ulykken: <https://www.dn.no/her-er-arsaken-til-deepwater-horizon-ulykken/1-1-1530030>
- Dahlum, S. (2002, Juli 8). *validitet*. Hentet fra Store Norske Leksikon: <https://snl.no/validitet>
- Dalland, O. (2007). *Metode og oppgaveskriving for studenter*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities. *California Management Review*, 2, ss. 70-76.
- Depoers, F., & Jeanjean, T. (2010). Determinants of Quantitative Information Withholding in Annual Reports. *European Accounting Review*, vol. i First, no. 1, 1-37.
- Dess, G. (1987). Consensus on strategy formulation and organizational performance: Competitors in a fragmented industry. *Strategic Management Journal*, 8(3), 259-277.
- Det Norske Akademis Ordbok. (2020). *Lavkostland*. Hentet fra Det Norske Akademis Ordbok: <https://naob.no/ordbok/lavkostland>
- Disfold. (2020, Juli 1). *Top 30 companies of India in the NIFTY index 2019*. Hentet fra Disfold: <https://disfold.com/top-companies-india-nifty/>
- Disfold. (2020, Juli 1). *Top 30 largest US companies in the S&P 500 index 2020*. Hentet fra Disfold: disfold.com/top-us-companies-sp500/
- DNO. (2020). *What we do*. Hentet fra DNO: dno.no/en/about-dno/campaign-stories/staying-ahead/
- EKT Interactive. (2020). *EKT Interactive*. Hentet fra History of Oil: <https://www.ektinteractive.com/history-of-oil/>
- EPA. (2020). *Laws & Regulations*. Hentet fra EPA: <https://www.epa.gov/laws-regulations>
- EPA. (2020). *U.S. Environmental Protection Agency*. Hentet fra EPA: <https://www.epa.gov/>
- Equinor. (2020). *About Us*. Hentet fra Equinor: <https://www.equinor.com/en/about-us.html#equinor-in-brief>.
- Equinor. (2020). *Climate*. Hentet fra Equinor: <https://www.equinor.com/no/how-and-why/climate.html>
- EU. (2014). *DIRECTIVE 2014/95/EU OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL*. Hentet fra EUR-Lex: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095>
- EU-kommisjonen. (2011, Oktober 25). *Communication from the commission to the European parliament, the council, The European economic and social committee and the committee of the regions, A renewed EU strategy 2011- 14 for corporate social responsibility*. Hentet fra <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ae5ada03-0dc3-48f8-9a32-0460e65ba7ed/language-en>
- EU-kommisjonen. (2002, Juli 2). *Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development*.

- Hentet fra European Commission: Internatioanl Coopertation and Development:
https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/communication-corporate-social-responsibility-sustainable-development-com2002347-20020702_en.pdf
- European Commission. (2011, 10 25). *A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*. Hentet fra Corporal Social Responsibility:
[https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2011\)0681_/com_com\(2011\)0681_en.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0681_/com_com(2011)0681_en.pdf)
- Ewing, M., & Windisch, L. (2007). Contemporary corporate social responsibility in China: An extension of Confucian philosophy? *Discussion Paper No. 44, Monash University*.
- ExxonMobil. (2020). *Who we are*. Hentet fra ExxonMobil:
corporate.exxonmobil.com/Company/Who-we-are
- Fekrat, M., Inclan, C., & Petroni, D. (1996). Corporate environmental disclosures: Competitive disclosure hypothesis using annual report data. *International Journal of Accounting 31 (2)*, 175-195.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics : and sex and drugs and rock n' roll (4th ed.)*. Los Angeles: SAGE.
- Field.org.uk. (2018). *List of Environmental Laws*. Hentet fra Field.org.uk:
<http://www.field.org.uk/list-of-environmental-laws/>
- Firth, M. (1979). The effect of size, stock market listings, and auditors on voluntary disclosure in corporate annual reports. *Accounting and Business Research, 9*, 273-280.
- Fischer, T., & Sawczyn, A. (2013). The relationship between corporate social performance and corporate financial performance and the role of innovation: Evidence from German listed firms. *Journal of Management Control, vol. 24, no. 1*, 27-52.
- Florea, R., Florea, R., Broes, L., & Spukiene, R. (2011). Promoting Corporate Social Responsibility Values - A comparative study among companies from European Union. *Economy Transdisciplinarity Cognition*, 56-63.
- FN-sambandet. (2018). *BNP per innbygger*. Hentet fra FN-sambandet:
<https://www.fn.no/Statistikk/BNP-per-innbygger>
- FN-sambandet. (2019). Hentet fra <https://www.fn.no/Tema/Fattigdom/Baerekraftig-utvikling>
- FN-sambandet. (2019). <https://www.fn.no/Om-FN/FNs-baerekraftsmaal>. Hentet fra <https://www.fn.no/Om-FN/FNs-baerekraftsmaal>
- FN-sambandet. (2020, Februar 20). *Parisavtalen*. Hentet fra FN: <https://www.fn.no/Om-FN/Miljoe-og-klima/Parisavtalen>
- Frank, R. (2004). What Price the Moral High Ground? Ethical Dilemmas in Competitive Environments. *Princeton University Press*.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*.

- Frynas, J. (2005). The false developmental promise of corporate social responsibility: Evidence from multinational oil companies. *International Affairs*, 81(3), 581-598.
- Frynas, J. (2009). Corporate Social Responsibility in the Oil and Gas Sector. *Journal of World Energy Law & Business* 2(3), ss. 178-195. .
- Gallego-Alvarez, I., & Quina-Custido, I. (2016). Disclosure of corporate social responsibility information and explanatory factors. *Online Information Review Vol. 40 No. 2, 2016*, 218-238.
- García-Rodríguez, F., García-Rodríguez, J., Castilla-Gutiérrez, C., & Major, S. (2013). Corporate social responsibility of oil companies in developing countries: From altruism to business strategy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(6), 371-384.
- Garside, M. (2019, September 11). *Statista*. Hentet fra U.S. oil and gas industry - Statistics & Facts: https://www.statista.com/topics/1706/oil-and-gas/#dossierSummary__chapter2
- Gazprom. (2020). *About Gazprom*. Hentet fra Gazprom: <https://gazprom.com/about/>
- Gazprom. (2020). *Environmental Impact*. Hentet fra Gazprom: <https://www.gazprom.com/nature/environmental-impact/>
- George, E. (2019, Oktober 11). *Can Corporate Social Responsibility Be Legally Enforced?* Hentet fra Forbes: <https://www.forbes.com/sites/uhenergy/2019/10/11/can-corporate-social-responsibility-be-legally-enforced/#8a25e3b3d449>
- Gerson, B. (2007). CSR best practices. *China Business Review*, 34(3).
- Godfrey, C., & Hatch, W. (2007). Researching corporate social responsibility: An agenda for the 21st century. *Journal of Business Ethics* (70), ss. 87-98.
- Graafland, J. (2002). Sourcing Ethics in the Textile Sector: The Case of C&A. *Business Ethics A European Review* 11(3), ss. 282–294.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 8 (2), ss. 47-77.
- GRI. (2019, desember 11). *GRI standards*. Hentet fra <https://www.globalreporting.org/standards/>
- GRI. (2020). *About GRI*. Hentet fra GRI: <https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/Pages/default.aspx>
- GRI. (2020). *GRI's History*. Hentet fra GR: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/gri-history/Pages/GRI's%20history.aspx>
- Gripsrud, G., Olsson, U., & Silkoset, R. (2004). *Metode og dataanalyse*. Kristiansand: Høyskoleforlaget AS.
- Grønmo, S. (2016). *Samfunnsvitenskapelige Metoder. 2. Utg. ed.* Bergen: Fagbokforlaget.

- Halverson, R. (2004). Accessing, documenting, and communicating practical wisdom: The phronesis of school leadership practice. *American Journal of Education*, 111(1), 90-112.
- Hart, S. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 986-1014.
- Haugan, S. (2019, Oktober 1). *Store Norske Leksikon*. Hentet fra Økonomi og næringsliv i India: https://snl.no/%C3%98konomi_og_n%C3%A6ringsliv_i_India
- Hayes, A. (2020, Mai 28). *Adverse Selection*. Hentet fra Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/a/adverseselection.asp>
- Hays, J. (2016). *Facts and Details*. Hentet fra Oil in Russia: http://factsanddetails.com/russia/Education_Health_Transportation_Energy/sub9_6c/entry-5149.html#chapter-1
- Hindustan Petroleum Corporation Limited. (2020). *Our Heritage*. Hentet fra Hindustan Petroleum Corporation Limited: hindustanpetroleum.com/ourroot
- Holder-Webb, L., Cohen, J., Nath, L., & Wood, D. (2009). The supply of corporate social responsibility disclosures among U.S. firms. *Journal of Business Ethics*, 84(4), ss. 497-527.
- Huafang, X., & Jianguo, Y. (2007). Ownership structure, board composition and corporate voluntary disclosure: Evidence from listed companies in China. *Managerial Auditing Journal*.
- Ihlen, Ø., & Hoivik, H. (2015). Ye Olde CSR: The Historic Roots of Corporate Social Responsibility in Norway. *J Bus Ethics*, 109-120.
- IndianOil. (2020, Mars 18). *About US - How we are*. Hentet fra IndianOil: <https://www.iocl.com/aboutus/profile.aspx>
- Invest India. (2020). *Oil & Gas*. Hentet fra Invest India: investindia.gov.in/sector/oil-gas
- Investopedia. (2020, April 22). *The World's Top Oil Producers of 2019*. Hentet fra Investopedia: <https://www.investopedia.com/investing/worlds-top-oil-producers/>
- Jenkins, H., & Obara, L. (2008). *Corporate Social Responsibility (CSR) in the mining industry—The risk of community dependency*. Hentet fra <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.466.417&rep=rep1&type=pdf>
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, vol. 3, no. 4, 305-360.
- Johannessen, A., Christoffersen, L., & Tufte, P. (2011). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*, 3. utgave. Oslo: Abstrakt Forlag.
- Johnson, H. (1971). *Business in contemporary society: Framework and Issues*. Belmont, CA: Wadsworth.

- Kanagaretnam, K., Lobo, G., & Whalen, D. (2007). Does good corporate governance reduce information asymmetry around quarterly earnings announcements? *Journal of Accounting and Public Policy*, vol. 26, no. 4, 497-522.
- Kenton, W. (2019, April 19). *Moral Hazard*. Hentet fra Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/m/moralhazard.asp>
- Khandelwal, R. (2019, April 30). *Market Realist*. Hentet fra The World's Top Oil-Producing Countries: <https://marketrealist.com/2019/04/the-worlds-top-oil-producing-countries/>
- Khandelwal, R. (2019, April 30). *Market Realist*. Hentet fra The World's Top Oil-Producing Countries: <https://marketrealist.com/2019/04/the-world-top-oil-producing-countries/>
- Kimber, D., & Lipton, P. (2005). Corporate governance and business ethics in the Asia-Pacific region. *Business and Society*, 44, 178-210.
- Knudsen, O. F., Julsrud, O., Tvedt, A., & Trondal, J. (2020, Mars 28). *EU - Den europeiske union*. Hentet fra Store Norske Leksikon: https://snl.no/EU_-_Den_europeiske_union
- Knudsen, O., & Ravndal, E. (2020, Januar 15). *FN - Forente nasjoner*. Hentet fra Store Norske Leksikon: https://snl.no/FN_-_Forente_nasjoner
- Kothari, S., Shu, S., & Wysocki, P. (2009). Do managers withhold bad news? *Journal of Accounting Research*, vol. 47, no. 1, 241-276.
- KPMG. (2017). *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017*. Hentet fra <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/10/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf>
- Kytle, B., Hamilton, B., & Ruggie, J. (2005). Corporate social responsibility as risk management: A model for multinationals. *Social Responsibility Initiative Working Paper, Cambridge, MA*.
- Lattemann, C., Fetscherin, M., Alon, I., Li, S., & Schneider, A. (2009). CSR Communication Intensity in Chinese and Indian Multinational Companies. *Corporate Governance: An International Review*, 2009, 17(4), 426-442.
- Lattemann, C., Schneider, A., & Kupke, S. (2007). Corporate social responsibility and the capabilities based view: A case study of a multinational enterprise (MNE). *Revue de l'Organisation Responsable*, 2(3), 18-29.
- Laudal, T., & Mikkelsen, A. (2014). *Strategisk HRM 2*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Leraand, D. (2019, August 29). *Utviklingsland*. Hentet fra Store Norske Leksikon: <https://snl.no/utviklingsland>
- Lexology. (2019, November 20). *Environmental law in China*. Hentet fra Lexology: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=9f730a4a-45eb-4bc3-a71d-b870b0f33863>
- Li, D., & Du, Y. (2004). *The History and Future of China Oil and Gas*. Society of Petroleum Engineers.

- Li, S. (2019). *Bribery and Corruption in Weak Institutional Environments: Connecting the Dots from a Comparative*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Li, S., & Filer, L. (2007). The effects of the governance environment on the choice of investment mode and the strategic implications. *Journal of World Business*, 42(1), 80-98.
- Li, S., Park, S., & Li, S. (2004). The great leap forward: The transition from relation-based governance to rule-based governance. *Organizational Dynamics*, 33(1), 63-78.
- Lie, E. (2017, November 30). *Oljen i norsk økonomi*. Hentet fra <https://www.norgeshistorie.no/oljealder-og-overflod/teknologi-og-okonomi/1909-oljen-i-norsk-okonomi.html>: <https://www.norgeshistorie.no/oljealder-og-overflod/teknologi-og-okonomi/1909-oljen-i-norsk-okonomi.html>
- Ludema, J., Laszlo, C., & Lynch, D. (2012). Embedding sustainability: How the field of organization development and change can help companies harness the next big competitive advantage. *Research in Organizational Change and Development*, vol. 20, 409-422.
- Lukoil. (2020). *Corporate Profile*. Hentet fra Lukoil: <https://www.lukoil.com/Company/CorporateProfile>
- macrotrends. (2020). *Crude Oil Prices - 70 Year Historical Chart*. Hentet fra macrotrends: <https://www.macrotrends.net/1369/crude-oil-price-history-chart>
- Madrakhimova, F. (2013). *History of Development of Corporate Social Responsibility*. Academic Star Publishing. Hentet fra <http://www.academicstar.us/UploadFile/Picture/2014-6/201461410571606.pdf>
- Maignan, I., & Ralston, D. (2002). Corporate social responsibility in Europe and the U.S.: Insights from businesses' self-presentations. *Journal of International Business Studies*, 33(3), ss. 497-514.
- Margolis, J., Elfenbei, H., & Walsh, J. (2007). Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance. *Working Paper*.
- Marquis, C., & Qian, C. (2014). Corporate Social Responsibility Reporting in China: Symbol or Substance? *Organization Science Vol 25, No.*, 127-148.
- Maslow, A. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50 (4), ss. 370 - 396.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.
- Meek, G., Roberts, C., & Gray, S. (1995). Factors influencing voluntary annual report disclosures by U.S., U.K. and Continental European multinational corporations. *Journal of International Business Studies* 26 (3), 555-572.

- Miljødirektoratet. (2018). *Hovedbudskap fra rapporten om 1,5°C*. Hentet fra Miljødirektoratet: <https://tema.miljodirektoratet.no/Documents/publikasjoner/M1116/M1116.pdf>
- Ministry of Environment, Forest and Climate Change. (2020). *What's new*. Hentet fra Ministry of Environment, Forest and Climate Change: <http://moef.gov.in/>
- Mitchell, J. (2006). Selective reporting of financial ratios in Australian annual reports: Evidence from a voluntary reporting environment. *Accounting Research Journal*, vol. 19, no. 1, 5-30.
- Moscow Exchange. (2020, Juli 14). *Members list*. Hentet fra Moscow exchange: moex.com/en/members.aspx?tid=957
- Murphy Oil Corporation. (2020). *An International Oil and Gas Company*. Hentet fra Murphy Oil Corporation: murphyoilcorp.com/About-Us/
- Mørch, W. T. (2019, November 4). *Abraham Maslow*. Hentet fra Store Norske Leksikon: https://snl.no/Abraham_Maslow
- Net Lawman. (2020, Januar). *Types of company in UK*. Hentet fra Net Lawman: netlawman.co.uk/ia/types-uk-company
- Neu, D., Warsame, H., & Pedwell, K. (1998). Managing public impressions: Environmental disclosures in annual reports. *Accounting, Organizations and Society* 23 (3), 265-282.
- Nielsen, A., & Thomsen, C. (2007). Reporting CSR – what and how to say it? *Corporate Communications: An International Journal*, 12(1), ss. 25-40.
- Norsk Petroleum. (2020, Juli 12). *Selskap*. Hentet fra Norsk Petroleum: <https://www.norskpetroleum.no/fakta/selskap-utvinningstillatelse/>
- North, D. (1990). *Institutions, institutional change, and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- NRK. (2009, mai 19). Hentet fra Historien om Brent Spar: <https://www.nrk.no/dokumentar/historien-om-brent-spar-1.6616362>
- NRK. (2009, Mars 23). *20 år siden Exxon Valdez*. Hentet fra NRK Nyheter: <https://www.nrk.no/arkiv/artikkel/exxon-valdez-ulykken-1.6530691>
- O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), ss. 344-371.
- Offshore Technology. (2019, Mars 19). *The world's biggest oil and gas companies*. Hentet fra Offshore Technology: <https://www.offshore-technology.com/features/largest-oil-and-gas-companies-in-2018/>
- OGJ editors. (2014, Januar 14). *EIA: Significant events affected oil markets in 2013*. Hentet fra Oil & Gas Journal: <https://www.ogj.com/general-interest/economics-markets/article/17270824/eia-significant-events-affected-oil-markets-in-2013>
- Oil India Limited. (2020). *Profile*. Hentet fra Oil India Limited: oil-india.com/profile

- Olerud, K. (2020, Januar 17). *Stockholmskonferansen - 1972*. Hentet fra Store Norske Leksikon: https://snl.no/Stockholmskonferansen_-_1972
- Orazalin, N., Mahmood, M., & Narbaev, T. (2019). The impact of sustainability performance indicators on financial stability; evidence from the Russian oil and gas industry. *Economy Transdisciplinarity Cognition*, 8157-8168.
- Panhandle Oil and Gas Inc. (2020). *About Us*. Hentet fra Panhandle Oil and Gas Inc.: panhandleoilandgas.com/about-us
- Parr, O. (2016, Mars 30). *Finansavisen*. Hentet fra India tørster etter olje: <https://finansavisen.no/nyheter/energi/2016/03/india-toerster-etter-olje>
- Parry, T., Brown, J., & Moon, J. (2009). Corporate responsibility reporting in UK construction. *Engineering Sustainability* 162(4), 193-205.
- Patten, D. (1991). Exposure, legitimacy, and social disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy* 10, ss. 297-308.
- Patten, D. (1995). Variability in social disclosure: A legitimacy-based analysis. *Advances in Public Interest Accounting*, 6, ss. 273-285.
- Petroleumstilsynet. (2013). Hentet fra http://www.ptil.no/getfile.php/Publikasjoner/Dialog_2013/DIALOG%202013.
- Philips, R., & Claus, L. (2002). Corporate Social Responsibility and global hr: balancing the needs of the corporations and its stakeholders. *International Focus, Society for Human Resource Management*.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). The Big Idea: Creating Shared Value. *Harvard* , ss. 62-77.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, Vol. 84, No. 12, 77-92.
- Premier Oil. (2020). *About us*. Hentet fra Premier Oil: premier-oil.com/about
- Qu, R. (2007). Effects of government regulations, market orientation and ownership structure on corporate social responsibility in China: An empirical study. *International Journal of Management* 24, 582-591.
- Regjeringen. (2009, Januar 23). *Regjeringen.no*. Hentet fra Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stmeld-nr-10-2008-2009-/id542966/>
- Regjeringen. (2019, Mars 13). *Næringslivets samfunnsansvar*. Hentet fra Regjeringen: https://www.regjeringen.no/no/tema/utenrikssaker/naringslivssamarbeid-i-utlandet/innsikt/naringslivets_samfunnsansvar/id2076260/.
- Regjeringen. (2020). *Bærekraftsmålene*. Hentet fra Regjeringen: <https://www.regjeringen.no/no/tema/fns-barekraftsmal/id2590133/>

- Regjeringen.no. (2020). *Klima og miljø*. Hentet fra Regjeringen.no: <https://www.regjeringen.no/no/tema/klima-og-miljo/id925/>
- Regjeringen.no. (2020, Mars 13). *Klimaendringer og norsk klimapolitikk*. Hentet fra Regjeringen.no: <https://www.regjeringen.no/no/tema/klima-og-miljo/innsiktsartikler-klima-miljo/klimaendringer-og-norsk-klimapolitikk/id2636812/>
- Roper, J., & Weymes, E. (2007). Reinstating the collective: A Confucian approach to well-being and social capital development in a globalized economy. *Journal of Corporate Citizenship*, 26, 135-144.
- Rosneft. (2020). *Rosneft at a glance*. Hentet fra Rosneft: https://www.rosneft.com/about/Rosneft_today/
- Ross, S. (1977). The determination of financial structure: The incentive signalling Approach. *Bell Journal of Economics*, 8(1), ss. 23-40.
- Rosvold, K., Olerud, K., & Lahn, B. (2020, Februar 19). *Klimaforliket*. Hentet fra Store Norske Leksikon: <https://snl.no/Klimaforliket>
- Rämö, H. (2011). Visualizing the Phronetic Organization: The Case of Photographs in CSR Reports. *J Bus Ethics*, 104, 371-387.
- Sander, K. (2019, September 19). *Representativt utvalg*. Hentet fra studie.no: <https://studie.no/representativt-utvalg/>
- Sayari Knowledge Center. (2020). *China - Understanding Chinese Corporate Status*. Hentet fra Sayari Knowledge Center: <https://knowledge.sayari.com/hc/en-us/articles/360031509691-China-Understanding-Chinese-Corporate-Structures>
- Scott, W. (1999). *Institutions and organizations*. Thousand Oaks CA: Sage Publications.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. New York: Anchor Books.
- Sharma, N. (2013). Theoretical framework for corporate disclosure. *Research Asian Journal of Finance & Accounting*, 5(1), ss. 183-196.
- Sharma, S., & Vredenburg, H. (1998). Proactive corporate environmental strategy and the development of competitively valuable organizational capabilities. *Strategic Management Journal*, 19, 729-753.
- Spence, D. (2011). Corporate social responsibility in the oil and gas industry: The importance of reputational risk. *Chicago-Kent Law Review*, 86(1), 59-85.
- Spence, M. (1973). Job market signalling. *Quarterly Journal of Economics*, 87(3), ss. 355-374.
- Spicer, B. (1978, Januar). Investors, corporate social performance and information disclosure: An empirical study. *The Accounting Review*, ss. 94-111.
- Statista. (2020, Juli). *Top 100 Companies: United Kingdom*. Hentet fra Statista: <https://www.statista.com/study/45778/top-100-companies-from-all-industries-uk/>

- Sternberg, R. (1990). *Wisdom: Its nature, origins, and development*. New York: Cambridge University Press.
- Stoltz, G. (2014, Mai 27). *produkt-differensiering*. Hentet fra Store Norske Leksikon: <https://snl.no/produkt-differensiering>
- Strauss, D. (2019, Juli 23). *These are the 14 largest Chinese companies*. Hentet fra Markets Insider: <https://markets.businessinsider.com/news/stocks/14-biggest-chinese-companies-based-on-market-cap-2019-7-1028377989#>
- Svartdal, F. (2002, April 3). *reliabilitet*. Hentet fra Store Norske Leksikon: <https://snl.no/reliabilitet>
- The World Bank. (2020). *World Development Indicators | DataBank*. Hentet fra <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=NY.GDP.PCAP.CD&country=>
- Tsalis, T., Nikolaou, I., Konstantakopoulou, F., Zhang, Y., & Evangelinos, K. (2020). Evaluating the corporate environmental profile by analyzing corporate social responsibility reports. *Economic Analysis and Policy* 66, 63 - 75.
- Tullow Oil PLC. (2020). *Who we are*. Hentet fra Tullow Oil PLC: tulloil.com/about-us/
- UKOG Energy for Britain. (2020). *History of Oil & Gas in the UK*. Hentet fra UKOG Energy for Britain: <https://www.ukogplc.com/page.php?pID=72>
- Unerman, J. (2000). Methodological issues—Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 13 (5), 667-680.
- Utting, P., & Ives, K. (2006). The Politics of Corporate Responsibility and the Oil Industry. *St. Anthony's International Review Vol. 2 No. 1*, ss. 11-34.
- Vaish, V. (2017, August 31). *India: Environment Laws in India*. Hentet fra Mondaq: <https://www.mondaq.com/india/waste-management/624836/environment-laws-in-india>
- van de Ven, B., & Graafland, J. (2006). Strategic and Moral Motivation for Corporate Social Responsibility. *University Library of Munich, Germany, MPRA Paper. 22*.
- van der Laan Smith, J., Adhikari, A., & Tondkar, R. (2005). Exploring differences in social disclosures internationally: A stakeholder perspective. *Journal of Accounting and Public Policy* 24, ss. 123–151.
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44, ss. 95-105.
- Verrecchia, R. (1983). Discretionary disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 5(3), ss. 179-194.
- Visma. (2020). *Årsrapport. Hva er årsrapport?* Hentet fra Visma: <https://www.visma.no/eaccounting/regnskapsordbok/aa/arsrapport/>

- Visser, W., Matten, D., Pohl, M., & Tolhurst, N. (2010). *A-Z of corporate social responsibility 2010 1st edition*.
- Vårdal, L. (2019, Juni 17). *Scientific Management*. Hentet fra Nasjonal Digital Læringsarena: <https://ndla.no/nb/subjects/subject:43/topic:1:198141/topic:1:198143/resource:1:196478>
- Walliman, N. (2007). *Social Research Methods*. London: SAGE Publications.
- Watson, A., Shrides, P., & Marston, C. (2002). Voluntary disclosure of accounting ratios in the UK. *The British Accounting Review*, vol. 34, no. 4., 289-313.
- Watts, R., & Zimmerman, J. (1978). Towards a positive theory of the determination of accounting standards. *Accounting Review*, 112-134.
- Weber, J., Brooks, M., & Wong, J. (2016, Juni). *Imminent Changes to Corporate Social Responsibility Reporting An Overview of the Updated GRI Guidance*. Hentet fra The CPA Journal: <https://www.cpajournal.com/2016/06/17/imminent-changes-corporate-social-responsibility-reporting/>
- Welford, R. (2004). Corporate social responsibility in Europe and Asia: Critical elements and best practice. *Journal of Corporate Citizenship* 13, 31-47.
- Williams, C. (1999). The securities and exchange commission and corporate social transparency. *Harvard Law Review* 112, ss. 1197–1311.
- World Population Review. (2020). *Oil Producing Countries 2020*. Hentet fra World Population Review: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/oil-producing-countries>
- Xiao, H., & Yuan, J. (2007). Ownership structure, board composition and corporate voluntary disclosure: Evidence from listed companies in China. *Managerial Auditing Journal*, 22, 604-619.
- Yanchang Petroleum International Limited. (2020). *Corporate Profile*. Hentet fra Yanchang Petroleum International Limited: http://www.yanchanginternational.com/en/about_profile.php
- Youmatter. (2020, Mars 3). *Youmatter*. Hentet fra Corporate Social Responsibility (CSR) – Definition, History and Evolution: <https://youmatter.world/en/definition/csr-definition/>