

**OFFENTLIGGJØRING AV IKKE-FINANSIELL INFORMASJON I
ÅRSRAPPORTENE TIL NORSKE BØRSNOTERTE SELSKAPER**

- Innsikt i regnskapsbrukernes perspektiv -

Jalldyze Gashi

Masteravhandling

Master i økonomi og administrasjon - siviløkonom ved Høgskolen i Buskerud og Vestfold

Avdeling for økonomi og samfunnsvitenskap

Hønefoss, mai 2015

Forord

Masteroppgaven avslutter to år på masterstudiet i økonomi og administrasjon ved Høgskolen i Buskerud og Vestfold. Temaet for masteroppgaven ble foreslått av veileder Dag Øivind Madsen. Her ble Arvidsson (2011) studien foreslått som en referanseartikkel. Hennes forskning på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon fra et lederperspektiv, var inspirasjonen og bakgrunnen for denne oppgaven. Ved å bruke Arvidsson (2011) sitt forskningsfokus og variabler, vil denne studien forske på brukerperspektivets syn på offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon blant norske børsnoterte selskaper. Fordypning innen bedriftsøkonomisk analyse har alltid vært en sterk interesse for meg, og et utfordrende tema med manglete forskning her i Norge var noe jeg absolutt ville takke ja til. Pensum for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon blant børsnoterte selskapers årsrapport består av tidligere forskning på emnet. Utredningen av masteroppgaven består av en eksplorativ og kvantitativ forskningstilnærming. Hensikten er å kartlegge praksisen på rapportering av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter til norske børsnoterte selskaper, ved å studere regnskapsbrukernes perspektiv.

Jeg vil benytte anledningen til å først takke min veileder Dag Øivind Madsen, som foreslo temaet for denne oppgaven. Jeg vil også takke han for god veiledning, konstruktiv kritikk underveis og ikke minst fyldige tilbakemeldinger og oppfølging fra starten av. Videre vil jeg takke min familie som alltid har inspirert meg til å yte mitt beste, og deres toleranse av blant annet høytlesning og argumentering av masteroppgaven gjennom hele prosessen. Jeg vil også takke medstudenter ved HBV for gode tips og innspill. I tillegg vil jeg også takke alle som tok seg tid til å svare på min spørreundersøkelse. Til slutt vil jeg takke min lærer fra videregående Bjørn Nakken og min gode venn Kristin M. Larsen som sa seg enig til å lese og kritisere oppgaven fra et utenforstående perspektiv. For å sitere Aristotles «*The roots of education are bitter, but the fruit is sweet.*» har arbeidet med masteroppgaven vært en lang prosess og til tider frustrerende, men utrolig spennende og veldig lærerikt.

Hønefoss, mai 2015

Jalldyze Gashi

Sammendrag

Hensikten med denne studien er å kartlegge norske børsnoterte selskapers praksis på rapportering av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. Dette skal gjøres ved å studere på regnskapsbrukernes syn på forskningsemnet. Studien skal vise innblikk i regnskapsbrukernes perspektiv og jeg vil få muligheten til å beskrive norsk praksis på rapportering av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon er et relativt lite utforsket emne, slik at tidligere forskning vil legge grunnlaget for teorikapitlet. Undersøkelsen skal fokusere på Arvidsson (2011) studien. Variabler brukt ved denne undersøkelsen vil bli hentet fra Arvidsson (2011), her vil jeg fokusere på:

- Ledelsens incentiver for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon
- Fokus på ikke-finansiell informasjon
- Kvantitet av ikke-finansiell informasjon
- Fremtidige trender på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

Studien har en utforskende tilnærming, bestemt av en tidlig forskningsfase. Datainnsamlingen er blitt utført ved hjelp av en kvantitativ spørreundersøkelse. Svarprosenten på undersøkelsen ligger på 3.54 %, med besvarelsessum på fullførte undersøkelser på 22.

Datafunn ved denne studien støtter påstanden gitt av ledelsesperspektivet ved Arvidsson (2011) sitt studie om at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i selskapet. Denne undersøkelsen viser at både lederperspektivet og brukerperspektivet har samme mening når det gjelder at rapportering av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i selskapet, i tillegg til en bedre mulighet for allokering av ressurser på aksjemarkedet. Oppsummerende viser denne undersøkelsen at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon er positivt relatert til virksomhetens markedsposisjon og konkurransedyktighet. Videre viser undersøkelsen at fremtidig forskningsfokus på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon bør fokusere på rapportering knyttet til FoU, CSR og menneskelige ressurser. Avslutningsvis indikerer studiens funn at det er viktig med oppdatering av lover, forskrifter og standarder som regulerer offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten.

Innholdsfortegnelse

Forord	3
Sammendrag	5
Tabelliste	8
1. Innledning	9
1.1. Studiens formål og forskningsbidrag	9
1.2. Gjennomføring av studien og oppgavens struktur	10
2. Litteraturinnledning	12
2.1. Lederperspektiv	13
2.2. Brukerperspektiv	13
2.3. Viktig med rapportering av ikke-finansiell informasjon	14
2.3.1. Regnskapets formål	15
2.3.2. Behov for økt rapporteringsgrad	17
2.4. Ledelsens incentiver for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon	18
2.4.1. Frivillig offentliggjøring et avgjørende faktor	18
2.5. Et sterkere fokus på ikke-finansiell informasjon	20
2.5.1. Ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonen	22
2.5.2. Ikke-finansiell informasjon knyttet til menneskelige ressurser	24
2.5.3. Ikke-finansiell informasjon knyttet til forskning og utvikling	26
2.5.4. Ikke-finansiell informasjon knyttet til CSR	28
2.6. Mengden av ikke-finansiell informasjon	34
2.7. Fremtidlige trender i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon	36
2.8. Oppsummering av teorikapitlet og kommentar	37
3. Forskningsdesign og metodevalg	39
3.1. Studieobjekt	39
3.2. Studiens forskningsdesign	40
3.3. Kvantitativ metode	44
3.4. Målutvikling	46
3.4.1. Konseptavklaring	46
3.4.2. Identifisering av dimensjoner	47
3.4.3. Utvikling av mål	48
3.4.4. Spesifisering av relasjon mellom mål og begrep	53
3.5. Datainnsamling	54
3.5.1. Datainnsamling ved bruk av elektronisk spørreskjema	54
3.5.2. Utforming og distribusjon av spørreskjema	55
3.6. Evaluering av datamaterialet	56

3.6.1. Forskningens reliabilitet og bruk av nøkkelinformanter til undersøkelsen	56
3.6.2. Studiens interne validitet og overflatevaliditet	57
3.6.3. Studiens eksterne validitet og frafall av respondenter	58
3.7. Forskningsetikk	59
3.8. Oppsummering av forskningsdesign og metodevalg	59
4. Databehandling	61
4.1. Undersøkelsens svarprosent	61
4.1.1. Studiens ordinale data	62
4.2. Målvalidering	63
4.3. Oppgavens analysearbeid	64
4.4. Oppsummering av kapitlet databehandling	64
5. Studiens resultater, analysearbeid og diskusjon	66
5.1. Respondentenes yrkestilhørighet	66
5.2. Regnskapsbrukernes perspektiv på ledelsens incentiver	67
for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten	67
5.2.1. Påvirkning av konkurransedyktighet og markedsposisjon	67
5.2.2. Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre forståelse av virksomheten	70
5.3. Fokusskifte i offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten	72
5.3.1. Ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonen	73
5.3.2. Ikke-finansiell informasjon knyttet til menneskelige ressurser	75
5.3.3. Ikke-finansiell informasjon knyttet til forskning og utvikling	76
5.3.4. Ikke-finansiell informasjon knyttet til CSR	77
5.4. Brukerperspektivets svar på rapporteringsmengden av ikke-finansiell informasjon	79
5.5. «Det utilstrekkelige regnskapet»	80
5.6. Fremtidlige trender i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon	83
5.7. Oppsummering av analyse og diskusjon	86
6. Forslag til videre forskning og begrensninger ved denne studien	88
6.1. Forslag til videre forskning	88
6.2. Begrensninger ved denne studien	90
6.2.1. Kommentar til alternativ fremgangsmåte for denne studien	91
7. Litteraturliste	93
8. Vedlegg	98

Tabelliste

Tabell 1. Forskningstudier klassifisert i henhold til brukergruppe og type data som analyseres

Tabell 2. Fokusvariabler for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten

Tabell 3. Branco og Rodrigues (2008) seks fokus variabler

Tabell 4. Forskningstudier klassifisert i henhold til forskningsfokus og type data som analyseres

Tabell 5. Identifisering av dimensjoner

Tabell 6. Utvikling av mål

Tabell 7. Respondentenes tilhørighet

Tabell 8. Ikke-fin-informasjons innvirkning på konkurransedyktighet og markedsposisjon

Tabell 9. Prosentandel i ledelses incentiver for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

Tabell 10. Endring i fokus i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

Tabell 11. Rapporteringsgrad av ikke-finansiell informasjon knyttet til hovedvariabler

Tabell 12. Rapportering av CSR påvirkes av selskapes profil i markedet

Tabell 13. Endring i rapporteringsgrad

Tabell 14. Regulering av ikke-finansiell informasjon knyttet til org.

Tabell 15. Regulering av ikke-finansiell informasjon knyttet til menneskelige ressurser

Tabell 16. Fremtidig fokus i offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon

1. Innledning

Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten er relativt et lite utforsket emne. Interessen for rapportering av ikke-finansiell informasjon kommer hovedsakelig av den stadige fremveksten av både kunnskapsbasert og innovasjonsdrevet fremdrift. Arvidsson (2011) viser at virksomheter i økende grad er mer avhengige av immaterielle eiendeler eller immaterielle aktiva i deres verdiskapning. Skiftet i verdiskapningprosessen fra varige driftsmidler til immateriell eiendeler fører dermed også til et økende gap mellom virksomhetens markedsverdi og deres bokførte verdi.

Regnskapets hensikt er å vise til virksomhetens registreringer, målinger og kommunikasjon av deres økonomiske forhold (Kinserdal, 2005). Det er viktig at selskapets årsregnskap gir et rettvise bilde av selskapet. Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten er viktig på grunn av at selskaper på denne måten får muligheten til å redusere informasjonsasymmetrien i markedet. Moe-Helgesen et al. (2001) for eksempel skriver at det oppstår en rapporteringsgap mellom hva som skal rapporteres i årsrapporten og hva som ønskes av regnskapsbrukerne i markedet.

Utgangspunktet for min undersøkelse er rammeverket til Arvidsson (2011) sitt studie. Jeg vil ta for meg variablene brukt i hennes forskning, for å gjennomføre en lignende studie. I motsetning til Arvidssons (2011) lederperspektiv vil jeg fokusere studiet på brukerperspektivet.

Brukerperspektivet referer til studiens interesserte respondenter, som da er fire ulike grupper av regnskapsbrukere. Ved å studere på brukerperspektivet vil jeg dermed få innblikk i norske børsnoterte selskapers praksis i rapporteringen av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten fra et brukerperspektiv.

1.1. Studiens formål og forskningsbidrag

Hensikten med denne studien er å kartlegge norske børsnoterte selskapers praksis i rapporteringen av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. Dette skal gjøres ved å studere på regnskapsbrukernes syn på forskningsemnet. Ved hjelp av en spørreundersøkelse på regnskapsbrukergruppene vil jeg også kunne diskutere informasjonsasymmetrien mellom det som tilbys av ikke-finansiell informasjon og det regnskapsbrukerne etterspør. Jeg vil bruke Arvidsson (2011) sitt studie som referanseartikkel for innhenting av variabler som skal studeres i forbindelse med studien. Jeg vil også bruke tidligere forskning til å diskutere studiens funn. Her vil jeg se om datainnsamlingen gir sammenlignbare resultater i forhold til tidligere forskningsstudier.

Forskningsbidraget vil blant annet være knyttet til studiens hensikt, altså beskrive regnskapsbrukernes perspektiv på rapportering av ikke-finansiell informasjon av norske børsnoterte selskaper. Hensyntatt at emnet er relativt nytt og lite forsket på her i Norge, vil jeg si at forskningsbidraget gir innblikk i et viktig aspekt av informasjonsrapportering i årsregnskapene til norske børsnoterte selskaper. Denne studien vil åpne muligheten for å diskutere påstanden gitt av blant annet Alwert et al (2009). Han skriver at offentliggjøring av verdiskapende immaterielle eiendeler bidrar til å redusere informasjonsasymmetrien skapt av det «utilstrekkelige regnskapet». Innsikt i regnskapsbrukernes perspektiv på rapportering av ikke-finansiell informasjon sier dermed også noe om informasjon som er gitt i årsregnskapet per i dag er utilstrekkelig. Studien gir også muligheten til å forske på hvilke typer informasjon er mer ønskelig blant regnskapsbrukerne. Nyttverdien av denne forskningsstudien kan bidra til å åpne dørene for mer forskning innen ulike aspekter for rapportering av ikke-finansiell informasjon, både fra etterspørerne og tilbyderne av informasjonen.

1.2. Gjennomføring av studien og oppgavens struktur

Motivasjonen for denne studien kommer først av manglete forskning på emnet offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. Tidligere forskning har hovedsakelig fokusert på enkeltvariabler som for eksempel rapportering av corporate social responsibility, eller rapportering av forskning og utvikling. Nevnt også ovenfor, brukes Arvidsson (2011) sitt studie som referanseartikkel for denne forskningen. Hennes forskningsfokus og variabler vil bli brukt til å forske på regnskapsbrukernes mening angående rapportering av ikke-finansiell informasjon. Undersøkelsen gjennomføres som en kvantitativ spørreundersøkelse. I motsetning til Arvidsson (2011) som studerte på lederperspektivet i Sveriges største børsnoterte selskaper, vil denne studien fokusere regnskapsbrukernes perspektiv i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon blant norske børsnoterte selskaper. Ved bruk av tidligere forskning avgrenset jeg brukerperspektivet til fire grupper av regnskapsbrukere.

I kapittel 2 vil først introdusere litteraturstudien, der jeg utreder forskningens teoribakgrunn. Her vil jeg presentere oppgavens forskningsfokus. Jeg vil også presentere variablene studien vil forske på, i tillegg til å introdusere studiens respondentgruppe. Teorikapitlet legger også grunnlag på hva spørreundersøkelsen skal fokusere på, og hensikten ved hele oppgaven. Videre i kapittel 3 vil jeg presentere studiens forskningsdesign og metodevalg. Under dette kapitlet vil jeg ta for meg studiens målutvikling, reliabilitet og validitet. Avslutningsvis vil jeg diskutere studiens forskningsetikk, da det er viktig med riktig behandling av innsamlet datamateriale. Kort oppsummert tar kapittel 4 for seg databehandlingen av innsamlet datamateriale og vurdering av innsamlet data. Kapittel 5 er

hovedanalyser av studien. Her vil jeg presentere analyse og diskusjon av resultater. Jeg vil underbygge studiens analyse og diskusjon ved å trekke inn tidligere forskning. Hensyntatt at Arvidsson (2011) sitt studie er referanseartikkelen for denne forskningen, vil hennes forskningsfunn vektlegges i analyse- og diskusjonskapittelet. Til slutt i kapittel 6 underbygger jeg fremtidig forskningsfokus på grunnlag av studiens resultater. Kapitlet avsluttes med en liten oppsummering av noen begrensninger rundt min studie.

2. Litteraturinnledning

I denne delen av oppgaven presenteres den teoretiske referanserammen for oppgaven.

Utgangspunktet med dette kapitlet er å vise et overordnet teoretisk rammeverk og utdyping av variablene som skal brukes i forbindelse med masteroppgaven. Litteratursøket og teoriutredelsen i denne oppgaven ligger tett opp til den Arvidsson (2011) viser i sin referanseliste. Grunnet til dette er at utgangspunktet for oppgaven bygger på hennes studie om rapportering av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter fra lederperspektivet.

Likeså er det viktig med kritikk av litteraturreferanse. Dermed blir det viktig med oppdatering av litteraturlisten. Jeg bygger teorikapitlet på både Arvidsson (2011) litteraturreferansen og tillagte oppdateringer av relevante artikler og litteratur for å supplere og utdype forståelsen av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter.

I dette kapitlet vil jeg først gi en definisjon på begrepet lederperspektiv som Arvidsson (2011) referer til i sitt studie. Videre vil jeg definere begrepet brukerperspektiv. Dette begrepet referer til regnskapsbrukerne av årsrapporter jeg har begrenset til studieobjekt. Videre vil jeg redegjøre hva som er hensikten med ikke-finansiell informasjon. Jeg vil også forklare hvorfor det er viktig med offentliggjøring av denne type informasjon i årsrapporter og vise til den økende behov for rapportering av ikke-finansiell informasjon, for så til slutt å utdype kategoriene forskningen skal fokusere på.

Forskningen skal fokusere regnskapbrukernes perspektiv i fire kategorier av den rapporterte ikke-finansielle informasjon i årsrapporten;

- ledelsens incentiver for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon
- Fokus på ikke-finansiell informasjon
- Kvantitet av ikke-finansiell informasjon
- Fremtidige trender på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

2.1. Lederperspektiv

Begrepet lederperspektiv referer til respondentene i Arvidsson (2011) sitt studie. Arvidsson (2011) brukte ledergrupper i Sveriges størstse bedrifter gitt i Stockholms børs for studien av «offentliggjøring av ikke finansiell informasjon i årsrapporter». Ledelsens perspektiv ble valgt på grunn av deres posisjon i selskapet, og deres ansvar for administrering og kommunisering av bedriftens rapportering.

2.2. Brukerperspektiv

Brukerperspektivet referer til brukerne av årsregnskapet. Inspirert av Fallan (2013) og Alwert et al. (2009) som gjennomførte studier på regnskapets interessentgrupper, begrenset jeg brukerperspektivet til respektive regnskapsbrukere nevnt nedenfor. Referansegruppen i denne oppgaven er altså brukergruppen av årsrapporter. I denne studien referer brukerperspektivet til interessegrupper;

- Institusjonelle / profesjonelle investorer
- Finansanalytikere / investeringsrådgivere
- Kreditorer / långivere
- Revisorer / regnskapsførere

Akkurat som Fallan (2013) valgte jeg også å bruke referanselitteraturen for å finne ut om interessert respondentgruppe for denne studien er relevant. Tabellen under viser interessentgrupper / brukergrupper som er blitt studert og type data som er analysert i de forskjellige studiene. Tabellen viser også begrensninger jeg velger å bruke i forbindelse med denne oppgaven. I tabellen har jeg inkludert hvilke dokumenter som er blitt analysert fra de gitte brukergruppene ved tidligere studier. Definerer av begrepet brukerperspektiv ved hjelp av andre studier hjelper også å begrense seg til respondenter som har kompetanse innen studiefeltet. Dermed vil også innhentet informasjon være relevant for forskningen senere.

Tabell 1. Forskningstudier klassifisert i henhold til brukergruppe og type data som analyseres

	Intervju studier	Spørreundersøkelser	Innholdsanalyser, og annet kvantitativ analyse
Institusjonell / profesjonelle investor	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Fallan (2013) 	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Denne studien 	
Finansanalytiker / investeringsrådgiver	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Fallan (2013) • Eccles og Mavrinac (1995) 	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Denne studien 	
Kreditor / långiver	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Fallan (2013) 	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Denne studien 	<ul style="list-style-type: none"> • Zéghal og Ahmed (1990)
Revisor / regnskapsfører	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) 	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Denne studien 	

Etter evaluering av referanselitteraturen ble jeg overrasket over at det ikke var mange studier som tok for seg intervjustudier, spørreundersøkelser og innholdsanalyser av dokumenter / rapporter som er gitt fra ovennevnt brukergruppe. De fleste forskningstudier som brukes i dette kapitlet brukte innholdsanalyser og annet kvantitativ analyse av virksomhetenes årsrapporter. Tidligere forskning fokuserte studiene på rapporter virksomheter gir fra seg til å forske på offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter. Hensyntatt mangelen på studier som forsker på alle fire ovennevnte studiekategorier gjør at denne studien vil gi en bredere innsikt på hva brukergruppen mener om offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon av norske børsnoterte selskaper.

2.3. Viktig med rapportering av ikke-finansiell informasjon

I dette delkapitlet vil jeg diskutere hvorfor det er viktig med rapportering av ikke-finansiell informasjon. Jeg vil også ta for meg det utilstrekkelige regnskapet og det stadige behovet for økt rapporteringsgrad av ikke-finansiell informasjon. Dette vil eksemplifiseres med tidligere studier som viser hvorfor det er viktig med rapportering av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter.

Arvidsson (2011) påpeker at frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon av immaterielle eiendeler er et middel mot informasjonasymmetri. Informasjonsasymmetriske problemer er til stede

i alle relasjoner mellom parter med motstridende interesser. Moe-Helgesen et al. (2001) skriver at det oppstår en rapporteringsgap mellom hva som skal rapporteres i årsrapporten og hva som ønskes av regnskapsbrukerne i markedet. Rapporteringsgapet kommer av at virksomheter vil føle seg mer sårbare ved å utgi mye informasjon om interne forhold, og dermed velger ikke å dele den ut ved årsrapportering. Moe-Helgesen et al. (2001), Gjølberg og Meling (2004) og Arvidsson (2011) forklarer at denne informasjonsasymmetrien fører til at verdsettelsen av virksomhetens fremtidige verdiskapning vil påvirkes.

2.3.1. Regnskapets formål

Regnskapets hensikt er å vise til virksomhetens registreringer, målinger og kommunikasjon av deres økonomiske forhold. Informasjonens formål er å bidra til økt beslutningsnytte for regnskapsbrukerne, men også for bedriftsledelsen gjennom blant annet analyse og kontroll i forhold til virksomheten. Regnskapsrapportene bør derfor avspeile denne type informasjon på en oversiktlig måte til brukerguppen den appellerer til (Kinserdal, 2005). Årsregnskapet viser dermed både det subjektive og objektive, altså lovregulerte oppfatninger av virksomhetens «virkelighet». Informasjonen som kommuniseres gjennom disse rapportene vil dermed også ha betydning for hvordan virksomheten oppfattes av brukergruppen og andre interessenter (Hines, 1988; Lukka, 1990).

Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon påstås også å gi bedre muligheter for eksterne interessenter og brukere til å vurdere virksomhetens fremtidige verdi. Samtidig påstås det, at ved offentliggjøring av slik informasjon vil eksterne interessenter få bedre innsikt i virksomheten. De vil få bedre innsikt i blant annet virksomhetens økonomiske tilstand, eventuelle framtidige utvikling og ikke minst deres sosiale «virkelighet». En reduisering av denne informasjonsasymmetrien kan også forbedre allokering av ressurser på aksjemarkedet og gi lavere gjennomsnittlige kostnader både på egenkapital og fremmedkapital. Den vil også ha positiv effekt på virksomhetens likviditet (Moe-Helgesen et al., 2001; Gjølberg og Meling, 2004; Arvidsson, 2011). Alwert et.al.(2009), Holland og Johannson (2003), Eccles og Mavrinac (1995) påpeker videre at det er også viktig å offentliggjøre informasjon knyttet til verdiskapende eiendeler for å kunne redusere informasjonsasymmetrien skapt av det «utilstrekkelige regnskapet».

Eccles og Mavrinac (1995) utførte feltintervjuer med finansdirektører og finansanalytikere for å forstå hvordan ikke-finansielle prestasjonsmål bør offentliggjøres til aksjonærene. Studien fokuserte på diskusjonen om det er informasjonsgap i markedet mellom det selskap gir og det interessenter etterspør. Dette ble beskrevet som en misforståelse av informasjonsbehovet mellom selskaper og

interessentgruppe. Sentralt funn i studien til Eccles og Mavrinac (1995) var konklusjonen om at økonomiske- / finansrapporter har mistet sin betydning. Studien konkluderer med at økonomiske- / finansrapporter er ikke fremtidsorienterte og ikke gir nok verdibasert informasjon.

Alwert et.al. (2009) påstår at offentliggjøring av verdiskapende immaterielle eiendeler bidrar til å redusere informasjonsasymmetrien skapt av det «utilstrekkelige regnskapet». Alwert et.al. (2009) gjennomførte en survey av eksisterende studier og ekspert intervjuer av finansanalytikere fra banker, revisorer og andre finansanalytikere fra fra institusjoner for å finne ut om offentliggjøring av intellektuell kapital er et viktig rapporteringselement.

Funnet viser at finansanalytikere fra banker, finansanalytikere fra andre institusjoner og revisorer mener det bør være større krav for offentliggjøring av informasjon knyttet til intellektuell kapital. Studien viser også at forventninger om hva som bør offentliggjøres er forskjellig mellom de som etterspør informasjonen og de som utarbeider den. Alwert et.al. (2009) skriver videre at grunnleggende elementer av intellektuell kapital som bør offentliggjøres i rapporter er blant annet virksomhetens omgivelser, forretningsstrategier, detaljerte analyser av intellektuell kapital samt fremtidige planer eller tiltak for utvikling av intellektuell kapital. Alwert et.al. (2009) konkluderte med at rapporteringen av intellektuell kapital i den klassiske årsrapporten og revisjonsberetningen bidrar til mer homogene resultater i vurdering av kredittverdigheten til organisasjoner, til vurdering av fremtidig utvikling og ikke minst lønnsomhet.

Per i dag er mange av den oppfatning at regnskapsstandarder og finansregnskap er mer eller mindre uegnet for å gjenkjenne immaterielle eiendeler. I stedet vil frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon fokusert på disse eiendelene være den beste veien fremover for å overvinne den påståtte insuffisiens ved regnskaper. På denne måten vil en også bidra til å redusere informasjonsasymmetri (FASB 2001; Amir et al. 2003; Moe- Helgensen et al. 2001; Arvidsson 2011).

Kinserdal (2005) eksemplifiserer hvordan denne asymmetrien kan reduseres. Her skriver forfatteren at virksomheter bør ha oversikt over aktuelle brukere og deres behov av informasjon, og rapportere etter etterspørselen. Oppfordringen om at slik informasjon skal offentliggjøres kommer både som ønske fra interesserte parter som finansanalytikere, andre virksomheter, investorer m.m. men også fra myndighetene.

ISAB reguleringer for eksempel, er med på å påvirke offentliggjøringen av regnskapsinformasjonen. ISAB reguleringer viser at informasjonen som skal gis ut til brukere skal både være forståelig og relevant. Informasjonen som utarbeides av virksomheter er relevant dersom den gir brukergruppen mulighet til å estimere virksomhetens fremtidige hendelser. Eksempel på slike hendelser er kontantstrømmer, verdistigninger, ledelsens prestasjoner og andre analytiske aspekter av virksomheten (Bourmistrov og Mellemvik, 2005; Kvifte et.al, 2006). Jönsson (1988) skriver i sin artikkel om regnskap og rapportering at det er viktig med utvikling av regnskapsnormer og rapporteringsmetoder med hensikt å gi relevant informasjon om virksomheten til brukergruppen.

2.3.2. Behov for økt rapporteringsgrad

Til tross for slike reguleringer er behovet for rapportering av ikke-finansiell informasjon en økende faktor i markedet. Dette kommer blant annet fra den stadige fremveksten av både kunnskapsbasert og innovasjonsdrevet fremdrift. Arvidsson (2011) viser at virksomheter i økende grad er mer avhengige av immaterielle eiendeler eller immaterielle aktiva i deres verdiskapning. Skiftet i verdiskapningsprosessen fra varige driftsmidler til immaterielle eiendeler kommer av det økende gap mellom virksomhetens markedsverdi og deres bokførte verdi. Bhimani og Langfield-Smith (2007) referer til Palmer (1992) om at integrering av strategisk økonomistyring (SMA) i organisasjons strategiske prosesser påfører ledelsen og regnskapførere oppgaven i å identifisere organisasjonens strategiske orientering.

Videre viser Bhimani og Langfield-Smith (2007) til Bromwich (1990) sin vektlegging på, og balanseringen av, finansiell og ikke-finansiell informasjon om foretakets strategiske bestemmelser. Her viser artikkelen til at det er viktig med integrering av ikke-finansiell informasjon på virksomhetens strategiske styring og rapportering. Holland og Johanson (2003) sin studie påpeker også at etterspørselen av bedriftens informasjon på aksjemarkedet gjelder både ikke-finansiell informasjon i tillegg til finansiell informasjon.

2.4. Ledelsens incentiver for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

I dette delkapitlet vil diskusjonen dreie seg om ledelsens incentiver for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon, og hvor viktig det er med frivillig offentliggjøring av denne informasjonen. Utvalgte forskningstudier bidrar til å vise årsaker til hvorfor rapportering av ikke-finansiell informasjon er viktig for virksomheter, men også for brukergruppen.

Lev og Zarowin (1999) sitt studie viser at det er nedgang i nytten av finansiell informasjon. Dette begrunner forfatterne med at den finansielle rapporteringen ikke viser til sammenhenger eller konsekvenser av endringer i virksomheten. Studien viser for eksempel, at en økning i FoU-intensitet er knyttet til nedgang i informasjon om inntjening. Samtidig vil en økning i frekvensen av virksomhetens endring være knyttet til en økning i FoU-intensitet. Artikkelen viser også at endringsdrivere som skaper asymmetri mellom regnskap og årsakssammenheng er innovasjon og investering innen FoU. Dette blir påpekt å være faktorer for den fallende nytten av finansiell informasjon. Arvidsson (2011) derimot viser en økning i interessen av Corporate Social Responsibility (CSR) informasjon av virksomheter. Hun påpeker at det er mangel på CSR informasjon fra virksomhetene og at denne type informasjon etterspørres av både eiere, potensielle investorer, men også av finansanalytikere.

2.4.1. Frivillig offentliggjøring en avgjørende faktor

Arvidsson (2011) påpeker i sin artikkel at frivillig offentliggjøring av informasjon er ansett å være en avgjørende faktor i å løse problemer med tradisjonell finansiell rapportering. Ved å redusere informasjonsasymmetrien i markedet, er frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon funnet å gi en lavere gjennomsnittskostnad både på egenkapital og fremmedkapital. Den vil også bidra til økt aksjelikviditet. For å overvinne utilstrekkeligheten av finansielle uttalelser og mangel på informasjon i markedet er virksomheter oppfordret til å forbedre deres offentliggjøring av immaterielle eiendeler (Chen et al. 2005).

Chen et al. (2005) gjennomførte regresjonsanalyser for å finne korrelasjonen og sammenhengen mellom;

- bedriftens verdiskapning og bedriftens markedsverdi
- undersøke forholdet mellom intellektuell kapital og bedriftens nåværende samt fremtidige finansielle resultater

Funnet viser at intellektuell kapital er i økende grad anerkjent som en viktig strategisk ressurs for vedvarende konkurransedyktighet for bedrifter. Studien til Chen et al. (2005) er en empirisk konklusjon på at investorer legger høyere verdi på selskaper med bedre intellektuell kapital, og understreker viktighetsgraden av at rapportering av denne kapitalen bidrar til bedre lønnsomhet og omsetningsvekst.

Like viktig er det også å forklare rollene disse eiendelene spiller i sin verdiskapning. Dette er hovedsakelig oppnådd ved å inkludere mer ikke-finansiell informasjon, med fokus på immaterielle eiendeler eller nøkkelindikatorer, altså KPIer, ved offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter (Alwert et al. 2009). Nøkkelindikatorene (KPIene) som vil være relevante for denne oppgaven blir hentet fra Arvidsson (2011) studien. Hvilke KPIer som er relevante, hva disse er og innebærer vil bli forklart i de respektive delkapitlene nedenfor.

Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001) tar også opp diskusjonen om at det er verdigap mellom informasjonen virksomheter gir fra seg og informasjonen interessentene ønsker. Artikkelen diskuterer om dette gapet kan skyldes ønsket om ikke å utdele strategisk informasjon som kan påvirke virksomheten, deres markedsandel eller deres konkurranseposisjon. Andre årsaker som også blir tatt opp er blant annet manglende retningslinjer for hvilke type informasjon som skal offentliggjøres. Her viser artikkelen til at ledelsen tror de har dekket informasjonsbehovet, men har manglende informasjon om at markedet har behov for mer. Derved blir det vist til nødvendigheten om rapportering av ikke-finansiell informasjon ved selskapets årsrapporter.

Arvidsson (2011) sin undersøkelse fokuserte på ledelsens incentiver for kommunikasjon av ikke-finansiell informasjon. Her fokuserte hun på lederperspektivets grunner til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Det blir vist at studier innenfor ledelses incentiver for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon er manglende. I stedet har det vært fokus på å utforske de incentiver brukergruppen av virksomhetens informasjon har, eller på krav om ikke-finansiell informasjon (Alwert et al. 2009). Arvidssons (2011) funn på incentiver for kommunisering av ikke-finansiell informasjon fra ledelsesperspektivet begrunnes med blant annet at det vil gi bedre forståelse av virksomheten. Det vil også gi et bedre bilde av virksomheten og hvordan selskapet opererer. Arvidsson (2011) viser videre til at offentliggjøring av denne type informasjon vil også gi investorer og andre interesserte parter mer enn bare finansiell informasjon ved estimering av blant annet selskapsverdien, m.m.

I forbindelse med ledelses incentiver for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter blir det viktig å fokusere denne studien på ovennevnte påstander. Altså på

regnskapsbrukernes perspektiv på hvorfor denne informasjonen blir rapportert, som vist av både Arvidsson (2011) og Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001).

Her vil jeg blant annet se på om offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon vil gi bedre overordnet forståelse av virksomheten, og om det er manglende retningslinjer for hvilke type informasjon som skal gis ut. Videre vil jeg også se om dette er en faktor som har endret seg fra perioden 2011, altså fra Arvidsson sin studie. Like viktig blir det også å undersøke påstanden om at utgiving av slik informasjon påvirker virksomhetens markedsandel og/eller deres konkurranseposisjon (Arvidsson, 2011; Moe-Helgesen, Hoff og Johansen, 2001). Jeg vil se om brukergruppen av årsrapporter mener det samme som lederperspektivet. Her blir det viktig å se etter om det har skjedd noen endring fra 2011, og perioden da referanseartikkelen Arvidsson (2011) sine artikler ble utarbeidet.

Samtidig vil denne undersøkelsen også gi grunnlag til å drøfte det eventuelle avviket for bedre forståelse av hva endringen er, eller om eventuelt studien får sammenfallende resultater. Dermed blir det også viktig å drøfte blant annet hvorfor resultatene blir sammenfallende. Ved et slikt tilfelle blir det også viktig å fokusere på hvorfor det ikke har forekommet noe endring på incentiver for rapportering av ikke-finansiell informasjon. Noe utvalgt brukergrupper eventuelt kan peke på. Studien vil da igjen gi muligheten til å åpne diskusjonen om viktighetsgraden av ikke-finansiell informasjon rapportering i årsrapporter. Sammenligning av Arvidsson (2011) og denne oppgaven kan videre gi forståelse på hvordan lederperspektivet og brukerperspektivet ser på rapporteringen av ikke-finansiell informasjon på årsrapporter.

2.5. Et sterkere fokus på ikke-finansiell informasjon

Dette delkapitlet skal vise fokusområdet på ikke-finansielle informasjon. Fokuset retter seg i mot variablene som vil bli brukt i forbindelse med denne studien. Her fokuseres det på å gi en kort introduksjon på variablene organisasjon, menneskelige ressurser, forskning og utvikling og corporate social responsibility. Underbygde delkapitler skal videre underbygge variablene og vise hvorfor det er nettopp disse variablene det er viktig å offentliggjøre i årsrapporter.

Et skifte i fokus rettet mot mer informasjon av immaterielle eiendeler regnes som en langsom prosess. Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gjøres allerede til en viss grad. Det er imidlertid oppmuntring av både eksterne interessenter, brukergruppe og myndigheter om

offentliggjøring av slik informasjon i større grad. Det er tross alt forskjell på hvilke type informasjon som skal offentliggjøres også når det gjelder ikke-finansiell informasjon.

Gjølberg og Meling (2004) viser i sin rapport av ikke-finansiellrapportering ved norske bedrifter at stadig flere bedrifter offentliggjør slik informasjon. Type informasjon som bedrifter utgir angår gjerne miljømessige og sosiale forhold. Dette tilsier at offentliggjøring av slik informasjon regnes som et tegn på at bedriftene viser samfunnsansvar og bidrar til bærekraftig utvikling. Studien viser videre at rapportering på miljøforhold ligger langt sterkere enn rapportering av sosiale forhold. Gjølberg og Meling (2004) rapporten viser at hele 63 prosent av virksomheter ikke viser til sosiale aspekter ved virksomheten i årsberetninger.

Forfatterne skriver videre at hele 69 prosent av undersøkte virksomheter ikke viser deres organisatoriske arbeid med samfunnsansvar. Tilsvarende vises det også til lav rapporteringsgrad ved variabler som leverandørforhold og forhold til eksterne interessenter. Ovenfor nevnte jeg Arvidssons (2011) argumentering om hvorfor kommunikasjon av ikke-finansiell informasjon vil øke interessentenes forståelse av virksomheten. Gjølberg og Meling (2004) sin rapport konkluderer med lignende påstander.

I forbindelse med dette så reiser spørsmålet seg om hvilke type informasjon skal offentliggjøres? Arvidssons (2011) funn viser hva studien har fokusert på når det gjelder typer av ikke-finansiell informasjon som skal offentliggjøres på årsrapporter. Gjølberg og Meling (2004), Arvidsson (2011), FASB (2001) og regjeringens forslag konkluderer med fem samsvarende kategorier av ikke-finansiell informasjon det fokuseres på;

Tabell 2. Fokusvariabler for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten

Organisasjon	- informasjon knyttet til organisatoriske prosesser/rutiner, kvalitet, ytelse, produksjoneffektivitet / teknologi og virksomhetskultur
Menneskelig ressurser	- informasjon knyttet til styre / ledergruppe, teams, nettverk av leverandører, distributører, strategiske allianser, samarbeidsavtaler

Forskning og Utvikling (FoU)	- informasjon relatert til forskning og utviklingsaktiviteter, produktportefølje, patenter og innovasjon
Corporate Social Responsibility (CSR)	- informasjon knyttet til miljøpolitikk og samfunnsengasjement

Dette er også variabler myndighetene fokuserer på når det gjelder offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Jmfør lov om endringer, altså lov 17.juli 1998 nr 56, om årsregnskap. Her refereres det til gjennomføring av EØS - regler om anvendelsen av internasjonale regnskapsstandarder¹. Saken gjelder også rapportering av ikke-finansiell informasjon. Her påpeker regjeringen også at ovennevnte variabler er viktige i forbindelse med offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter. Loven viser at offentliggjøring av slik informasjon er vesentlig og nødvendig for å forstå foretakets utvikling, resultat og finansielle stilling. Nevnt også tidligere kommer offentliggjøring av slik informasjon som en forespørsel både fra eksterne interessenter og myndigheter. Dette kommer også som et resultat av skandaler knyttet til bedrifter angående deres ansvar i forhold til etikk, miljø og CSR (Bukh et al. 2006; Arvidsson 2003).

2.5.1. Ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonen

Rapportering av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonen fokuserer på organisasjonsprosesser og på informasjon knyttet til selskapets rutiner, kvalitet, produksjonseffektivitet, teknologi og bedriftskultur (Arvidsson 2011). Offentliggjøring av denne type ikke-finansiell informasjon har til hensikt å finne ut om hvordan rapporteringen av disse variablene blir offentliggjort i årsrapporten. Hensyntatt at etterspørselen om kommunikasjon og deling av informasjon øker, blir det også vist at selskaper baserer større deler av deres konkurransedyktighet på blant annet selskapets rutiner, kvalitet, teknologi og kultur. Det legges også vekt på dyktig ansettelse av arbeidstakere (Bukh et al. 2006).

Denne kategorien av ikke-finansiell informasjon fokuserer på organisasjonskapital og offentliggjøring av informasjon knyttet til denne type ressurs. Lev og Radhakrishnan (2003) viser til definisjonen av Evenson og Westphal (1995, p.2237) om organisasjonskapital;

¹ <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1998-07-17-56>

“...organization capital ...[is] the knowledge used to combine human skills and physical capital into systems for producing and delivering want- satisfying products.”

Lev og Radhakrishnan (2003) relaterer organisasjonskapital til blant annet driftsfunksjoner, systemer, produksjonsledelse, innovasjonskapabilitet, distribusjon og markedsføring. Studien konkluderes med at det er en relasjon mellom organisasjonskapital og selskapets unormale inntjening. Med andre ord organisasjonens kapital har en positiv korrelasjon med selskapets ytelse / inntjening. Samtidig viser konklusjonen også at markedets ineffektivitet relateres til gap mellom offentlig av informasjon av immaterielle eiendeler og forståelse av det selskapet presenterer i årsrapporten (FASB 2001; Amir et al. 2003; Moe-Helgensen et al. 2001; Arvidsson 2011). Arvidsson (2011) studien viser at KPI vedrørende ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjon er;

- Organisatorisk effektivitet
- Tapte tid på ulykker
- Produktets ytelse i viktige markeder

Dette viser at rapporteringen av denne type informasjon er noe annerledes enn etterspørselen av samme informasjon. Informasjonen som etterspørres er altså organisatoriske prosesser / rutiner, kvalitet, ytelse, produksjonseffektivitet / teknologi og bedriftskultur. Dette kan komme som et resultat av at noe informasjon ikke ønskes å offentliggjøres med hensyn på blant annet konkurransefortrinn. Gjølberg og Meling (2004) viser i sin rapport vedrørende rapportering av sosiale aspekter ved selskapssider, at det er 63 prosent av selskaper som ikke nevner denne aspekten i årsberetningen. Rapporten viser også at det er betydelig lav rapporteringsgrad av sosiale aspekter blant norske børsnoterte selskaper.

Når man tar hensyn til den lave prosentgraden av rapporteringen blir nye funn veldig relevante, også med tanken på at Gjølberg og Meling har utført denne forskningen i 2004. Denne studien vil da se på om det er noe endring i prosentgraden på offentliggjøring av informasjon knyttet til organisasjonen. Studien vil også se på årsaker til en eventuell oppgang eller nedgang i prosentgraden og årsaker til dette. Igjen blir det viktig å se om en eventuell sammenheng mellom lederperspektivet Arvidsson (2011) presenterer og brukerperspektivet. Ved å se på brukerperspektivet av årsrapporter vil studien også gi grunnlag til diskusjon for hvorfor det er viktig med rapportering av denne type informasjon, og om bedriftens transparens vil påvirkes ved rapportering av informasjonen, dermed også deres konkurransefortrinn.

2.5.2. Ikke-finansiell informasjon knyttet til menneskelige ressurser

Bukh et al. (2006) påpeker i studien om offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon, at ved ledelsesmessig eierskap i selskaper forventes det mindre åpenhet til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Her argumenterer forfatterne med at mengden for frivillig offentliggjøring av informasjon har en sterk kausal sammenheng med eierstrukturen til selskapet. Det vises videre til at styremedlemmer som ikke er en vesentlig del av selskapet vil stimulere mer intensiv revisjon og offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i motsetning til en ledelse med selskapsandel. Forfatterne skriver at offentliggjøring av informasjon knyttet til styre / ledergruppe / teams, nettverk av leverandører / distributører, strategiske allianser, samarbeidsavtaler vil være sterkt korrelert med selskapets styre. Studien viser også at menneskelige ressurser og selskapets ytelse har en sterk korrelasjon, spesielt i forhold til kunnskapsbasert teori.

Mennesker er ansett som viktige ressurser for selskaper og deres ytelse. Roberts og Chaminade (2003) og Choo et. al., (2002) skriver blant annet at kunnskap er en av de viktigste ressursene som bidrar til varige konkurransefortrinn. Forfatterne diskuterer videre at virksomheter bør se på kunnskap som et viktig beslutningsverktøy. Dette begrunnes med variabelens bidrag til varig konkurransefortrinn, og ikke minst økningen av kunnskapsbasert- og innovasjonsdrevet fremdrift som også er viktig for virksomheter.

Det er ingen tvil om at det er sterk korrelasjon mellom selskapets ytelse og menneskelige ressurser. Chen et al. (2005) sin studie diskuterer relasjonen mellom intellektuell kapital og selskapets markeds- og finansielle ytelse. Her skriver forfatterne at intellektuell kapital blir regnet som en viktig strategisk ressurs for konkurransefortrinn. Studien er et empirisk funn på at investorer plasserer høyere verdi på bedrifter med bedre intellektuell kapital effektivitet, og at bedrifter med bedre intellektuell kapital effektivitet gir større lønnsomhet og omsetningsvekst.

Johanson (2003) forklarer også at menneskelige ressurser er essensielle for selskaper, og for selskapets ytelse. Forfatteren referer til en rekke kilder på studien som viser funn på at det er sterk relasjon mellom denne ressursen og selskapets ytelse. Det påpekes videre at, til tross for den sterke relasjonen, er det vanskelig å rapportere slik informasjon. Dette knyttes blant annet opp til risiko ved HR, som igjen er knyttet til validitet, reliabilitet og eierskap til ressursen. Det er også derfor denne variabelen er viktig for selskaper. Samtidig er det vanskelig å rapportere slike variabler, med hensyn til at kausaliteten ikke alltid er lett å forklare både for bedrifter selv, men også i forhold til offentlig rapportering. Arvidsson (2011) skriver at ikke-finansiell informasjon knyttet til KPIer om menneskelige ressurser som legges frem av undersøkte selskaper er:

- Humankapitalindeks (HKI) og lignende
- HR relaterte tiltak, arbeidsgiver attraktivitet
- Medarbeidertilfredshet
- Personalomsetning
- Årslønn (gjennomsnitt) og sykedager

En 80 prosent andel av undersøkte selskaper relaterer den ikke-finansielle informasjon som kommuniseres i årsrapporten til selskapets strategi. Når det gjelder praktisering av rapporteringen så velger bedrifter å kommentere, at ikke-finansiell informasjon skal kommuniseres i en strategisk sammenheng. Informasjonen som rapporteres skal ikke komme til skade for bedriftens konkurransefortrinn eller gjøre bedriften for mye transparent og sårbar i markedet. De resterende 20 prosent som ikke relaterer denne type informasjon til selskapets strategi og verdiskapning, begrunner ikke rapporteringen med at «de ikke finner dette nødvendig» (Gjølberg og Meling, 2004).

Bukh et al. (2006) brukte en «offentliggjøringsindeks» for å kvantifisere mengden av informasjon knyttet til den intellektuelle kapital ved børsnoterte selskaper i Danmark. Forfatterne skriver at denne type fremgangsmåte for innsamling av ikke-finansiell informasjon knyttet til intellektuell kapital blir oftest brukt i forbindelse med studier av årsrapporter. «Offentliggjøringsindeks» er en metodisk fremgangsmåte som består av allokering av antall informasjons- relaterte elementer gitt i en studie. Slike elementer eksemplifiseres med fordeling av omsetning mellom geografiske segmenter, antall patenter, påvirkning av forskning og utvikling, medarbeidertilfredshet m.m. Videre inkluderer denne indeksen både frivillig offentliggjøring av informasjon, og obligatorisk rapportering av informasjon knyttet til studien. Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon som blir funnet ved studien blir kvantifisert som prosentandel. Med andre ord gis det poeng hvis et gitt indekselement er funnet ved forsket virksomhet, og ikke noe poeng hvis den gitte element ikke finnes i forsket virksomhet. Til slutt aggregeres poengsummene i prosentform for å vise prosentandeler av virksomheter som offentliggjør informasjon knyttet til de ulike indeksene.

Nøkkellindikatorene gitt av Arvidsson (2011) er gjennomgående også i Bukh et al. (2006) sin studie. Bukh et al. (2006) har i sum 27 elementer knyttet til offentliggjøring av informasjon om ansatte og personal. Her inngår blant annet medarbeidertilfredshet, personalomsetning, årslønn (gjennomsnitt), sykedager, utdanningsnivå m.m. Nøkkellindikatorer som vil bli fokusert i denne oppgaven, er de Arvidsson (2011) sitt studie viser til i forbindelse med menneskelige ressurser.

Forskningen videre vil dermed fokusere på nettopp problemstillingen om at rapportering av ikke-finansiell informasjon knyttet til menneskelige ressurser kan føre til en mer sårbar virksomhet. Arvidsson (2011) fokuserte i sin forskning på informasjon knyttet til styre / ledergruppe / teams, nettverk av leverandører / distributører, strategiske allianser, samarbeidsavtaler og HKI og lignende, HR relaterte tiltak, arbeidsgiver attraktivitet, medarbeidertilfredshet, personalomsetning, årslønn (gjennomsnitt).

Brukerperspektivet vil kunne gi innsikt i type informasjon de mener blir best rapportert i årsregnskapet. Dette kan bidra til å beskrive hva virksomheter bør rapportere i sine årsrapporter i henhold til etterspørselen. Ved å bruke Arvidsson (2011) sitt studie vil jeg også kunne sammenligne resultatene med hverandre. Jeg vil få mulighet til så se på hva som blir rapportert og hva markedet etterspør, som igjen gir rom for forklaring på denne differansen og eventuelt diskutere mulige fremtidige forslag.

2.5.3. Ikke-finansiell informasjon knyttet til forskning og utvikling

Ikke-finansiell informasjon knyttet til forskning og utvikling fokuserer på utviklingsaktiviteter, produktportefølje, patenter og innovasjon. Nærings- og fiskeridepartementet viser hva begrepet FoU omhandler og hvilke prosjekter som faller under gjeldende begrep. Med forskning og utvikling menes i denne sammenheng graden av systematisk arbeid som blir gjennomført for å sikre fremskaffelse av ny kunnskap, eller ny produksjonsmetode. Avgrensningen av hva FoU kan defineres som er ikke opplagt, og aktiviteten kan være vanskelig å beskrive og definere. Dette kan være informasjon og/eller erfaring som kan anses å være til nytte for virksomheten i forbindelse med utvikling av nye og bedre produkter / tjenester eller produksjonsmåter.

Generell hovedregel som beskriver FoU er at den inneholder elementer av nyskaping, forskning og utviklingsarbeid (Norges forskningsråd, 1999; Nærings- og fiskedepartementet 2000:7)². Dette er også definisjonen som anvendes ved rapporteringer av FoU i årsregnskapet og dermed også den definisjonen som er mest relevant i forhold til rapportering av ikke-finansiell informasjon knyttet til FoU.

FoU anses å være stor driver av virksomhetsendringer. Det er denne type driver som er med på å skape produkter, franchiser og nye patenter m.m. Slike immaterielle eiendeler er både rettet mot å

² Nærings- og fiskedepartementet 2000: 7; (30.01.15) <https://www.regjeringen.no/nb/dokumenter/nou-2000-7/id376058/?docId=NOU200020000007000DDDEPIS&q=&navchap=1&ch=5>

utløse endringer og bevare eller forbedre selskapets markedsposisjon. Dermed vil de også kunne påvirke eller skape skift i etterspørselen av informasjon vedrørende årsrapportering. I følge Lev og Zarowin (1999) har den mangelfulle regnskapsmessige behandling av disse endringer bidratt til dokumentert nedgang i nytten av finansiell informasjon.

I hovedsak er regnskapssystemet basert på rapportering av transaksjonsbaserte hendelser, slik som salg, innkjøp og investeringer. Virkningen av endringen på foretak er sjelden utløst av spesifikke transaksjoner. Forfatterne viser at endringer drevet av for eksempel intern produktutvikling eller eksterne faktorer ofte påvirker selskapets inntekts eller utgiftstransaksjoner. Endringer er påvirket av blant annet økning i konkurranse og innovasjon som igjen bidrar til avvik i rapporteringen i regnskapet. Forskning og utvikling er lenge et diskutert tema når det gjelder rapportering og offentliggjøring av informasjon. Grunnen kommer av at FoU først må identifiseres som et eiendel, som per definisjon vil si «sannsynlighet for fremtidig nytte og kontroll». Samtidig må det være bevis for at en tidligere transaksjon eller hendelse av flere transaksjoner har skjedd (FASB 2001).

FASB (2001) viser at FoU er en ressurs i seg selv. Her forklares det med at forskning ikke plutselig oppstår, det er heller en mer kumulativ og iterativ prosess som bygger mot et mål. Innsatsen kan vise seg å være vellykket, men det endrer ikke det faktum at innsatsen i prosessen i seg selv er en verdifull ressurs. FASB (2001) og Lev og Zarowin (1999) påpeker også at FoU ikke er forskjellig fra et økonomisk alternativ som kan ende opp med å ha noen verdi på utløpsdatoen.

FoU bør regnes som en eiendel. FASB (2011) viser at FoU-innsats som pågår og resultatene av gjennomførte tiltak oppfyller definisjonen av eiendeler. Her tyder det på at informasjon om disse eiendelene er i stand til å gjøre en forskjell i brukernes beslutninger. Til tross for at det reiser spørsmål angående måling av variabelens verdier, bør FoU også bli regnet som en eiendel. Det argumenteres videre med at erkjennelsen av immaterielle eiendeler i balansen kan produsere også en mer diskret kilde til svingninger i den rapporterte inntekt. Når investeringer i immaterielle eiendeler er kostnadsført, kan ledelsen styre dens effekt på rapportert inntjening ved å justere nivået på utgiftene. Hvis immaterielle eiendeler innregnes i balansen og avskrives, fortsetter amortisering av tidligere balanseførte eiendeler uten hensyn til gjeldende aktivitet. KPIer om FoU som Arvidssons (2011) studien foreslår;

- FoU kjeden
- Andelen av nye FoU prosjekter

Oppgaven knyttet til FoU nøkkelindikatorer vil først være å se på hva utvalgt brukergruppe mener om myndighetenes krav til offentliggjøring av informasjon knyttet til nøkkelindikatorene. Hensyntatt at myndighetene setter krav på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til FoU. Til tross for at krav om offentliggjøring av FoU informasjon ikke er spesifikk på hva som skal rapporteres, regulerer regnskapsloven blant annet kostnadsføring av utgifter knyttet til denne variabelen (Regnskapsloven § 5-6)³. Det vil også være veldig interessant å finne brukerperspektivets mening på denne trenden. I tillegg til dette, så er hensikten med denne masteroppgaven også å kunne sammenligne Arvidssons (2011) forskning blant svenske børsnoterte selskaper med brukerperspektivet i Norge, om norske børsnoterte selskaper. Fokuset vil også rettes på å finne deres tanker om fremstillingen av denne type informasjon i årsrapporten.

2.5.4. Ikke-finansiell informasjon knyttet til CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) eller bedriftenes samfunnsansvar er et viktig begrep innen samfunnsdebatten om rapportering av ikke-finansiell informasjon. Gjølberg og Meling (2004) og Arvidson (2011) viser i sine studier en økt forventningsgrad om offentliggjøring og rapportering av CSR. Forventninger er knyttet både til miljømessige forhold, men også sosialt ansvar knyttet til virksomheten. Forventningene knytter seg til drift av virksomheten innenlands, men også utenlands. Her stilles det krav knyttet til miljø, sosiale kriterier til underleverandører, samarbeidspartnere, forhold til korrupsjon og ikke minst etiske retningslinjer.

Videre viser forfatterne at grunnen til hvorfor virksomheter bør rapportere er å kommunisere med interessentene. Her skriver forfatterne at dette kan være en måte å tilfredsstille eksterne interessenter som kunder, media, samarbeidspartnere, myndigheter, leverandører, ansatte m.m. Siden årsrapporten er en av de viktigste medier for CSR rapportering er dette en måte å være transparent på, og på denne måten også skape tillit og gode relasjoner med ovennevnte parter (Fallan 2013; Adams og Harte, 1998; Unerman, 2000; Beattie et al., 2008; and Fallan and Fallan, 2009).

Beattie et al. (2008) utførte sin forskning på emnet ved å utarbeide en innholdsanalyse for å samle inn data fra årlige rapporter. Her samlet forfatterne årsrapporter fra britiske børsnoterte virksomheter. Studien fokuserte på årsrapportens design og form. For å kunne utføre studien utarbeidet forskerne en sjekkliste designet for å fange opp de relevante aspekter ved rapporten. Forfatterne utarbeidet også detaljerte regler og definisjoner for hvert enkelt dataelement dekket i

³ https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1998-07-17-56#KAPITTEL_5

sjekklisten for å sikre at innsamlet data var objektiv og pålitelig. Reglene forfatterne skapte var for å skille mellom frivillig offentliggjøring av informasjon og informasjon gitt på grunn av reguleringer og forskrifter. Eksempel på en slik regel var at innholdet i årsrapporten ble delt i henhold til gjensidige utelukkende kategorier. Her delte forfatterne informasjonen mellom finansielle og ikke-finansielle eller regulatorisk og frivillig offentliggjøring av informasjon. Siden Beattie et al. (2008) sitt studie skulle sammenlignes med to andre tidligere studier utarbeidet forfatterne også en sjekkliste som gjorde sammenligningen med referansestudiene mulig. Sjekklisten besto av to deler: del en dekket struktur og form av rapportene for å muliggjøre sammenligning med Lee (1994) og del to dekket graf-bruk for å muliggjøre sammenligning med Beattie og Jones (1992a).

Siden studien forsket på hvordan informasjon knyttet til CSR blir fremstilt i årsrapporten, så fokuserte studien også på selve fremstillingen av årsrapporten. Første del av sjekklisten var å samle inn data på finansiell versus ikke-finansiell informasjon, regulatoriske vs. frivillig informasjon. Del to derimot ble det fokusert mer på presentasjonen av årsrapporten. Her ble det fokusert på blant annet bildekunst, tabellform, grafisk og diagram. Konklusjonen om at årsrapporten blir stadig drevet fra lovfestet dokument mot et mer design-orientert dokument beskrives som en måte å tilfredsstille eksterne interessenter som kunder, media, samarbeidspartnere, myndigheter, leverandører m.m (Beattie et al. 2008).

I forbindelse med dette så skriver Zéghal og Ahmed (1990) også at selskaper bevist velger å offentliggjøre ulike informasjon på ulike medier. Dette begrunnes med påstanden om at rapporteringsmediene som årsregnskap, reklame og brosjyrer referer til ulike målgrupper. Ulik rapportering på disse mediene vil dermed komplementere hverandre. Den årlige rapporten vil da primært være rettet mot investeringssamfunnet av offentligheten. Zéghal og Ahmed (1990) sin studie og Branco og Rodrigues (2008) sin studie begrunner slik deling av informasjon med at årsrapporten er viktig for blant annet arbeidsmiljø-rapportering. Når det gjelder fortløpende rapportering av andre hendelser knyttet til miljøproblematikken blir andre medier benyttet. Dette begrunnes igjen med faktumet at andre miljømessige hendelser er mer hyppige og krever en relativ rask rapporteringskanal. Årsrapporten egner seg derfor ikke som den rette mediekanal for slike hendelser (Fallan, 2013; Zéghal og Ahmed, 1990; Williams og Pei, 1999; Branco og Rodrigues, 2008).

Williams og Pei (1999) kom til ovennevnt konklusjon ved at de utførte en empirisk innholdsanalyse av børsnoterte selskaper i Australia, Singapore, Hong Kong og Malasya i 1995. Hovedmålet med studien var å identifisere eventuelle variasjoner i bedriftens CSR offentliggjøring i websider på

tvers av landegrenser i forhold til årlige rapporter. Akkurat som Beattie et al. (2008) utarbeidet Williams og Pei (1999) også en sjekkeliste for rapporteringsinformasjon de var interessert i å finne. Her delte forfatterne offentliggjøring av ønsket informasjon innen fem kategorier:

- Miljø
- Energi
- Menneskelige ressurser og ledelseg
- Produkter og kunder
- Samfunnet

Studiens funn viser at selskaper har fordeler ved å bruke hjemmesider til å formidle informasjon, for å være i stand til å etablere et direkte forhold med interessenter. Nettstedene er også vesentlige i sin evne til å spre regnskapsinformasjon til interessent på en mer effektiv måte enn de tradisjonelle årsrapportene. Selskapene har evnen til å offentliggjøre mer informasjon til et bredere globalt sett av interessenter i virtuell sanntid med reduserte kostnader, og med mer regelmessige intervaller enn den årlige rapporten (Williams og Pei, 1999).

Branco og Rodrigues (2008) derimot begynner artikkelen med en forklaring på hvorfor virksomheter velger å offentliggjøre samfunnsansvarlig (*Social responsibility disclosure, SRD*) informasjon. Her relaterer forfatterne samfunnsansvarlig informasjon med miljøansvar, menneskelige ressurser, produkter, forbrukere og samfunnsengasjement. Forfatterne nevner to motivasjonsfaktorer for offentliggjøring av SRD. Den første faktor for offentliggjøring av SRD anses å være økonomisk gevinst. Her skriver forfatterne at virksomheter offentliggjør SRD for å skape et godt forhold til interessenter, dette vil trolig bidra til økt finansiell avkastning.

Denne avkastningen forbindes med bistand til mer FoU, og eller økt utvikling av andre verdifulle immaterielle eiendeler. Hovedformålet er å kunne differensiere seg i markedet. En økning innen immaterielle eiendeler kan bidra til vedvarende konkurransefortrinn og dermed også større avkastning. Den andre motivasjonsfaktor er at offentliggjøring av SRD gjøres med hensyn på å samsvare interessentenes normer og forventninger. Dette kan igjen bidra til bedre omdømme for virksomheten og dens posisjonering i markedet. Dette kan også komme som et eksternt press fra interessenter og myndigheter. Ikke offentliggjøring av SRD informasjon kan føre til skade for virksomhetens lønnsomhet og overlevelse i markedet.

Branco og Rodrigues (2008) viser at offentliggjøring av samfunnsansvarlige (*Social responsibility disclosure, SRD*) elementer er viktig for å øke effekten av CSR. Det kan betraktes som et signal om økt sosial og miljømessing oppførsel og dermed også omdømme. Studien ble gjennomført ved at forfatterne utviklet hypoteser som testet virksomhetene i seks kategorier, vist nedenfor i tabellen. Forfatterne utviklet fem hypoteser til hver kategori for så å kunne teste graden av rapportering. Gjennomføringen av studien ble gjort ved å bruke innholdsanalyse for de undersøkte virksomheter. I diskusjonsdelen av studien viser forfatterne at bedrifter fortsatt foretrekker offentliggjøring av informasjon gjennom årsrapporten. For eksempel så viser studien at hele 90 % av informasjon knyttet til menneskelige ressurser blir rapportert i årsrapporten. Dette begrunner forfatterne med at investorer er en av de viktigste brukergruppene og investorene har sterk interesse for menneskelig ressurs og rapportering av dette i årsrapporter.

I tillegg så viser resultatet i studien at selskaper tilbyr mer informasjon knyttet til produkter og forbrukere på Internett enn i årsrapporter. Det samme gjelder også rapportering av samfunnsengasjement. Dette begrunnes med at selskaper med høy sosial profil er opptatt av omdømme, og er stadig opptatt med å forbedre den gjennom en mediakanal der rapporteringen har lavere kostnader, men også en bred brukergruppe.

Tabell 3. Branco og Rodrigues (2008) seks fokus variabler

Kategori	Påstand	Operasjonalisering / Måleenhet
Internasjonal erfaring	Graden selskapets offentliggjøring av SRD begrenses til landsgrenser	Målt ved andel av totalsalget solgt utenfor Portugal, rapportert i regnskapet
Bransjetilknytning	Offentlighetsgraden av SDR påvirker også av virksomheter med høy offentlig synlighet, viktig miljøpåvirkning eller tvilsom omdømme	bransjetilknytning blir ofte knyttet til graden av sosial eksponering, måleenheten er <ul style="list-style-type: none"> - forbrukernærhet - miljøbevissthet
Forbrukernærhet	Virksomhetens nærhet til forbrukeren påvirker dens synlighet og dermed også dens offentliggjøring av SRD	Måleenheten er profilen av virksomheten. <ul style="list-style-type: none"> - Høy sosial profil - 1 - Lav sosial profil - 0

Miljøfølsomhet	Virksomheter med større innvirkning på miljøet har betydelig mer press for offentliggjøring av SRD	Målt ved sensitiviteten for å bli utsatt for miljø kritikk - høy risk for kritikk - 1 - lav risk for kritikk - 0
Medieeksponering	Medieeksponering som brukes for sosial synlighet blir assosiert med høyre nivå for offentliggjøring av SRD	Målt ved å søke opp selskapets navn. Søkeresultatet ble undersøkt for å utelukke artikler som ikke knyttet seg til spørsmål om samfunnsansvar
Virksomhetsstørrelse	Større selskaper er mer utsatt for granskning fra interesserte parter på grunn av synlighet, er mer sårbare og mer diversifiserte på tvers av geografiske- og produktmarkeder	Målt ved å se på selskapets forvaltningskapital, som er rapportert i balansen

Gjennomgående for ovennevnte studier er at de beviser Zéghal og Ahmed (1990) funn på rapportering av CSR. Zéghal og Ahmed (1990) brukte også innholdsanalyse som forskningsmetode for å finne rapporteringsgraden av CSR på ulike medierkanaler. Forfatterne konkluderte med at informasjonsinnholdet i mediekanalen valgt for offentliggjøring av informasjon er relatert til målgruppen. Med andre ord, offentliggjøringskanalen blir valgt i forhold til ønsket målgruppe. For eksempel om informasjonen skal påvirke forbrukergruppen så blir Internett gjerne et bedre alternativ enn årsrapporten, som også konkluderes av Branco og Rodrigues (2008). Om målgruppen derimot er investorer så blir årsrapporten et bedre alternativ for informasjonsrapportering. Informasjon som deles på de ulike kanalene har til hensikt å gi de ulike interessentene bedre oversikt over selskapet, men også å påvirke deres forhold til selskapet.

Dette er noe også Fallan (2013) oppdaget i sin doktoravhandling om CSR. Fallan (2013) skriver at årsrapporten er en viktig kilde for informasjonsinnhold, som også trolig representerer den største andel av CSR offentliggjøring som virksomheter er villig til å rapportere. Han skriver også at årsrapporten er en grei måte å rapportere både krevende informasjon og frivillig offentliggjøring i samme rapport, også siden slike rapporter representerer tidligere år.

En annen grunn til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet CSR er kommunikasjonen innad i virksomheten. Gjølberg og Meling (2004) skriver at gjennom offentlig rapportering kan ledelsen vise prioriteringer, motivere og bevisstgjøre deres ansatte og på denne måten skape tillit til

ansatte. Det blir også påpekt at bedrifter som viser samfunnsansvar og offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon anses som mer attraktive for interessenter (Gjølberg og Meling, 2004; Arvidson,2011; Fallan 2013).

Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til CSR er ment å vise virksomhetenes håndtering av samfunnsansvar. Gjølberg og Meling (2004) viser at CSR knyttet til miljøperspektivet rettes fokuset på:

- Graden virksomhetens påvirkning av miljøet reflekteres i rapporten
- Graden av problemer og løsninger som blir offentliggjort i rapporten

Gjølberg og Meling (2004) forklarer også at virksomhetenes sosiale ansvar er knyttet til CSR rapportering. Her viser forfatterne at fokuset bør rettes på virksomhetenes ansvar for samfunnet. Hensikten er å beskrive hvordan virksomheten reflekterer over hvilke konsekvenser den har for samfunnet rundt. Hvilken rolle virksomheten har i forhold til samfunnsansvar og deres rolle som samfunnsaktør. Rapportering knyttet til denne variabelen skal vise informasjon knyttet til styringsmekanismer, kontrollsystemer, selskapets politikk, retningslinjer, leverandørforhold, forhold til miljøstandarder og andre standarder, m.m.

Rapportering av CSR har fått stadig større plass innen forskning for selskapsrapportering og transparens. Dermed anses offentliggjøring av denne type ikke-finansiell informasjon som viktig for både interne og eksterne interessenter. Når det gjelder offentliggjøring av CSR informasjon ved årsrapporter vil denne studien fokusere på de ovennevnte variablene knyttet til CSR. Altså graden virksomhetens påvirkning av miljø reflekteres i årsrapporten. Jeg vil også få muligheten til å forske på blant annet brukerperspektivets mening om rapportering av CSR er en motivasjonsfaktor for ansatte, og om det er en positiv effekt på selskapets omdømme. Jeg vil kunne teste regnskapsbrukernes syn på påstand om offentliggjøring av CSR knyttet til samfunnsansvar og miljøpolitikk gjør selskapet med sårbar. Diskusjonen vil bygge på hva norsk brukerperspektiv mener om ikke-finansiell rapportering av CSR knyttet til norske børsnoterte selskaper. Herved vil jeg også se om det finnes noe likhetstrekk mellom Arvidssons (2011) funn på lederperspektivet, til tross for at studien blir utført på ulike landsgrenser.

2.6. Mengden av ikke-finansiell informasjon

Mengden av ikke-finansiell informasjon i dette delkapitlet tar for seg den manglende kvantitet på offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter. Oppsummerende vil dette delkapitlet vise den gjennomgående diskusjon om at det er etterspørsel på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Delkapitlet vil svare på spørsmålet om hvorfor offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten er også til virksomhetens fordel.

Behovet fra interessentene for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon har økt betydelig de siste årene (Alert et al.2009; Holland og Johanson 2003). Undersøkelsen av Arvidsson (2011) fokuserte på nettopp dette fenomenet; Hvorfor har mengden av ikke-finansiell informasjon økt? Her fokuserte studien på hva bedriftene mener er årsaker til denne økningen for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon.

Lock, Lee og Guthrie (2010) og Alwert et al. (2009) viser at frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon er i mindre grad rapportert enn det funnet til Arvidssons (2011) studie viser. Til tross for at funnet motsier seg selv med tidligere studier av blant annet Lock, Lee og Guthrie (2011) og Alwert et al. (2009), viser Arvidssons (2011) funn til å være bevis på Bismuth og Tojo (2008) sin studie. Her konkluderte forfatterne om at større børsnoterte selskaper er motvillige til å rapportere informasjon når det gjelder immaterielle eiendeler ved kommunikasjon av ikke-finansiell informasjon.

I delkapitlet «Regnskapet formål» ble det forklart at det er ønskelig med økt rapporteringsgrad av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. Alwert et.al. (2009) skrev at det «utilstrekkelige regnskapet» ikke gir nok ønsket informasjon knyttet til intellektuell kapital. Lock, Lee og Guthrie (2010) brukte dataassisterte innholdsanalyser og multivariat statistikk i sin studie om måling av intellektuell kapital i markedet.

Dataassistert teknikk er en teknikk som brukes for å systematisk analysere informasjonskilder. Denne teknikken samler inn mønstre eller temaer som er relevant for studien for forskere som senere skal bearbeides (kodes). Forskerens oppgave er å bearbeide materialet ved å fordele det i seksjoner, temaer, relevans m.m. for å kunne utarbeide et kvantitativt resultat for det som utforskes. Bruken av denne teknikken muliggjør en bedre forskning over et relativt stort utvalg av bedrifter. Teknikken reduserer arbeidskraft og tradisjonelle manuelle teknikker, den forbedrer også verifikasjon gjennom å redusere potensialet for menneskelige manuelle skjevheter.

Lock, Lee og Guthrie (2010) påpeker i sin konklusjon om at den menneskelige og intellektuelle kapitalen kommer frem bare av de rapporter virksomheter gir om seg selv. Rapportene som utgis blir gjerne påvirket av blant annet virksomhetens ledelse, virksomhetens politikk, og andre påvirkningsfaktorer. Det som blir gitt på disse rapportene er bare «nyhetsverdige» elementer som toppledere, konkurransedyktighet, m.m. mens de mindre «nyhetsverdige» saker som ansattes kvalifikasjoner eller vellykkede interne forretningsprosesser blir ikke adressert i årsrapporter. Disse rapportene representerer derfor ikke et nøyaktig bilde av virksomhetens interne og menneskelige kapital.

Ovennevnte kapittel diskuterer også at det er et gap mellom tilbudet av informasjon og at mengden som etterspørres øker. Chen et al. (2005) gir en empirisk konklusjon på at investorer legger høyere verdi på selskaper med bedre intellektuell kapital. Studien understreker også viktighetsgraden av at rapportering av intellektuell kapital bidrar til bedre lønnsomhet og omsetningsvekst. Det vises til at virksomheter bør oppfordres til å forbedre deres offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Dette kan begrunnes med påstanden om at mengder av ikke-finansiell informasjon ikke er godt definert og / eller er lovregulert for rapportering (Kvifte et.al., 2006). Holland og Johanson (2003) viser i sin artikkel om at brukersiden av årsrapporter etterspør både ikke-finansiell informasjon i tillegg til finansiell informasjon fra virksomheter.

Gjennomgående i kapitlet blir det diskutert om at det er gap mellom tilbud og etterspørsel av informasjon i markedet. For eksempel så påpekte Alwert et.al. (2009) at grunnleggende elementer av intellektuell kapital som bør offentliggjøres i rapporter er blant annet virksomhetens omgivelser, forretningsstrategier, detaljerte analyser av den intellektuelle kapital samt fremtidlige planer eller tiltak for utvikling av intellektuell kapital. Gjølberg og Meling (2004) rapporten skriver at hele 63 prosent av virksomheter ikke viser til sosiale aspekter ved virksomheten i årsberetninger. Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001) diskuterer at gapet kan skyldes ønsket om ikke å utdele strategisk informasjon som kan påvirke virksomheten, deres markedsandel eller deres konkurranseposisjon.

I forhold til mengden av ikke-finansiell informasjon som rapporteres på årsrapporter er hensikten med denne studien å finne ut av etterspørselsmengden i markedet etter denne type informasjon. Ved å undersøke etterspørselen på de ulike aspektene av studier som er blitt brukt i dette kapitlet vil forskningen gi grunnlag til å diskutere graden av informasjon som rapporteres i forhold til etterspørselen. Overnevnte aspekter og påstander gitt av tidligere studier vil kunne bli testet i forhold til kvantiteten av rapporteringen. Det vil gi mulighet til å diskutere hvilke informasjon

brukerperspektivet mener virksomheter rapporterer mest av og type informasjon det er mangel på.

2.7. Fremtidlige trender i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

Den siste delen av teorikapitlet tar for seg fremtidlige trender og utviklingen på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Hvordan offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon er og hvilke formeninger brukergruppen har om fremtidige trender er essensen i dette delkapitlet.

Den siste delen av Arvidsson (2011) sin studie baserte seg på å finne informasjon på fremtidige trender på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Her fokuserte hun på spørsmålene om ledergruppens forhold til utviklingen på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon, og deres mening angående trenden. Funnet viser at forespørsler om slike offentliggjøring kommer både fra brukergrupper som finansanalytikere, revisorer, men også fra myndigheter. Studier viser at trenden vil øke med årene som kommer, i form av krav og formalitet (Arvidsson 2003; Arvidsson 2011; Bukh et al.2006; FASB 2011).

Faktumet at forespørselen om rapportering av ikke-finansiell informasjon kommer både fra myndigheter og brukergrupper blir påpekt gjennomgående på dette teorikapitlet. Bukh et al. (2006) skriver i konklusjonen at virksomheter stadig bruker immaterielle eiendeler til verdiskapning. Dermed blir det også viktig med offentliggjøring av relevant informasjon knyttet til denne eiendelen og verdiskapningen. Forfatterne påpeker at, for å redusere informasjonsasymmetrien i markedet er det essensielt at rapportering av ikke-finansiell informasjon blir opplyst i årsrapporter.

Når det gjelder fremtidlige trender for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon på årsrapporter, vil jeg fokusere på utviklingen blant norske børsnoterte selskaper. Fokuset på denne delen av studien blir å se hva utvalgt brukergruppe mener om denne utviklingen. Her vil jeg se på brukergruppens mening om den nåværende utvikling av rapporteringen. Jeg vil også se på fremtidige trender for rapportering av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten knyttet til ovennevnte variabler. Muligheten presenterer seg også for å forske på hva som eventuelt kan bidra til bedre kommunisering av slik informasjon. Dette på grunn av diskusjonen knyttet til problematikken vedrørende hva som skal rapporteres og hvordan det skal rapporteres. Målet blir dermed å se om utvalgt brukergruppe kan komme med eventuelle forslag om hvordan en slik problematikk kan løses, som igjen kan bidra til øke forskningens nytte knyttet til rapportering av ikke-finansiell informasjon på årsrapporter.

2.8. Oppsummering av teorikapitlet og kommentar

Studiens hensikt er å utforske brukerperspektivets mening om offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter. Formålet er å finne deres syn på de ulike variablene og nøkkelindikatorerne som er presentert i dette kapitlet. I begynnelsen av kapitlet definerte jeg min forståelse for begrepet brukerperspektiv basert på forskning av tidligere studier. Samt viste jeg også til Arvidssons (2011) lederperspektiv. Dette er viktig med tanken på at Arvidsson (2011) er utgangspunktet for denne forskningsoppgaven. Dette kapitlet viser teorigrunnlaget studien bygger på, nøkkelindikatorerne som skal brukes, men også ønsket studieobjekt for forskningen.

Gjennomgående i dette kapitlet er det blitt diskutert om at det er informasjonsgap i markedet mellom det som tilbys av informasjon av selskaper, og der regnskapsbrukerne etterspør. Det er også blitt diskutert om frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon er en viktig faktor i denne oppgaven og om virksomheter bør oppmuntres til dette. Kapitlet viser også hva tidligere forskning har fokusert på når det gjelder offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon, deres metode, og ikke minst funn. Som nevnt så er offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon et vanskelig tema, og tidligere studier viser også at det er mye usikkerhet knyttet til hvordan virksomheter kan rapportere slike immaterielle eiendeler. Dermed blir det også viktig å forske på hva brukerperspektivet har å si om offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter.

Jeg ønsker å kunne sammenligne resultatet jeg får i forbindelse med denne studien ved å studere brukerperspektivet i forhold til Arvisson (2011) sitt lederperspektiv. Hensyntatt at Gjølberg og Meling (2004) også gjennomførte en studie på rapportering av ikke-finansiell informasjon vil jeg også ta deres funn til følge ved sammenligning av studiene. Diskusjon av forskningsfunn vil også bli sammenlignet med påstander, funn og diskusjon gjort av tidligere studier som er drøftet i dette kapitlet. Derfor vil jeg i denne sammenheng ikke utarbeide hypoteser for denne studien for å forske på korrelasjoner mellom variablene, eller utarbeide andre korrelasjonsmatriser som skal vise hvordan variablene kan påvirke hverandre. Studiens hensikt er å vise brukerperspektivets syn på offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon på norske børsnoterte selskaper.

Jeg vil gjøre en slags replisering av Arvidsson (2011) sitt studie hvor jeg bruker hennes foreslåtte variabler og funn fra lederperspektivet, for å teste det mot brukerperspektivet. Jeg vil utarbeide en spørreundersøkelse som vil forske på dette fenomenet, for deretter å sammenligne studiene og funnet med hverandre og med teorikapitlet. Med dette sagt vil presentasjonen av denne oppgaven ligne Arvidsson (2011) presentasjon av sin forskning. Presenteringen av forskningsfunnet vil være deskriptiv, uten avanserte statistiske målinger. Altså et veldig enkelt oppsett som i stedet for å teste

korrelasjoner mellom variabler heller konsentrerer seg på å studere funnet, og dets forhold til teorien.

3. Forskningsdesign og metodevalg

Dette kapitlet skal presentere de metodiske valgene som skal legges til grunn for forskningen av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. Johannessen og Tufte et al. (2010) viser at metodevalg og metodisk fremgangsmåte viser hvordan forskeren skal gå frem for innformasjonsinnhenting og tilhørende analyse. Dette kapitlet skal vise min metodiske fremgangsmåte ved denne studien. I dette kapitlet vil jeg gjennomgå valg av studieobjekt, forskningsdesign, metodevalg, målutvikling og prosessen ved datainnsamling. Jeg vil avslutte kapitlet med kommentar på forholdet til forskningsetikk.

3.1. Studieobjekt

Mitchell og Jolley (2010) viser at en populasjon består av medlemmer i en bestemt gruppe. Den bestemte gruppen bidrar til å si noe om hele populasjonen ved forskningsstudier. Utvalget av en bestemt gruppe fra en populasjon kan gjøres ved tilfeldige utvalg eller ved kvoteutvalg (Mitchell og Jolley 2010). Dette er også det første steget i utvalgsprosessen ved forskningsstudier (Iacobucci og Churchill 2010).

Brukerperspektivet referer til brukerne av årsregnskapet. Dette begrepet ble definert i teorikapitlet 1.2. Begrensningen til brukerperspektivet ble inspirert av blant annet Fallan (2013) og Alwert et al. (2009) i tillegg til andre respektive forskningsstudier. I denne studien referer brukerperspektivet til interessegrupper som da inkluderer;

- Institusjonelle / profesjonelle investorer
- Finansanalytikere / investeringsrådgivere
- Kreditorer / långivere
- Revisorer / regnskapsførere

Tatt til følge at studien fokuserer på regnskapsbrukernes syn på ikke-finansiell informasjon gitt av norske børsnoterte selskaper ble det viktig med noen avgrensninger til utvalget. For eksempel ble det viktig å avgrense revisor / regnskapsfører organisasjoner til de som behandler børsnoterte selskapets årsrapporter. Til motsetning fra andre brukergrupper ble det viktig å skille ut organisasjoner som ikke reviderer eller regnskapsfører børsnoterte selskaper for å forsikre at respondentens besvarelse er relevant til denne studien. Begrensninger i forhold til de andre brukergruppene ble ikke nødvendig da for eksempel bankinstitusjoner og kredittinstitusjoner opererer på bedriftsnivå. Brukergruppen kreditor og långiver består dermed av både banker og

andre kredittselskaper som operer på bedriftsnivå. Dette er en brukergruppe med relevant informasjon og synspunkter om rapporteringen av ikke-finansiell informasjon blant norske børsnoterte selskaper. Deres synspunkter på offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon kan komme av deres egen erfaring på informasjon som rapporteres og ønske om informasjonen som burde offentliggjøres i årsrapporter. Informasjonen innhentet fra denne brukergruppen er dermed relevant for forskningen.

Det samme gjelder brukergruppen institusjonelle / profesjonelle investorer og finansanalytikere / investeringsrådgivere. Når det gjelder sistnevnte brukergruppe ble investeringsorganisasjoner og meglerhus kilde til innhenting av respondenter. Dette er brukergrupper som jobber med norske børsnoterte selskaper sine årsrapporter. De har primær erfaring med det som blir rapportert i årsrapporten. Informasjonen innhentet fra disse brukergruppene er dermed veldig relevant til denne studien. Begrensningen til denne brukergruppen av årsrapporter kom riktignok som inspirasjon fra tidligere studier. Hensyntatt tidligere funn og forskning håper jeg resultatene kan være interessante og relevante i forhold til den store populasjonen.

3.2. Studiens forskningsdesign

Hensikten med denne studien er å undersøke brukerperspektivets synspunkt i rapporteringen av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. Dette kapitlet skal diskutere valget for metode og forskningsdesign som blir valg for å undersøke problemstillingen.

Creswell (2014) påpeker at når man skal bestemme seg for valg av forskningstilnærming er det viktig å se sammenhengen mellom det filosofiske verdenssynet, forskningsdesign og forskningsmetode. Creswell (2014) sin artikkel gir nærmere forklaring på hva de fire filosofiske verdenssynene går ut på. Det første filosofiske verdenssyn Creswell (2014) starter med er «*postpositivism*». Forfatteren skriver at dette er et filosofisk verdenssyn som reflekterer et syn som har til hensikt å forske på årsaker som påvirker et resultat. Denne forskningsmetoden kan sammenlignes med kausal forskningsdesign, der forskeren er ute etter å se på sammenhenger mellom årsak og virkning. Det «*postpositivistiske*» verdenssynet knyttes opp mot kvantitativ forskningsmetode. Det andre filosofiske verdenssynet er «*social constructivism*». Creswell (2014) skriver at dette synspunktets hensikt er å søke forståelse for et tema. Dette verdenssynet knyttes opp mot en kvalitativ forskningsdesign, der hensikten er å forske på kompleksiteten av ulike synspunkter i stedet for å kategorisere variabler.

Et annet verdenssyn som også knyttes opp mot kvalitativ design er det «*transformative*» verdenssynet. Creswell (2014) forklarer dette synet med at forskningen må ha en politisk agenda. Hensikten med «*transformative*» verdenssynet er at den skal ta opp viktige samfunnsproblemer i forskningen. Det siste filosofiske verdenssynet Creswell (2014) presenterer er «*pragmatism*». Det som skiller dette verdenssynet fra de andre er dets forhold til problemløsning. Det «*pragmatisk*» verdenssynet tillater brukeren å benytte seg av alle tilgjengelige metoder for å forstå problemstillingen. Forskningsdesignet som knyttes til dette verdenssynet er «*mixed methods*», en metode som knytter både kvalitativ og kvantitativ forskningsdesign som metoder for forskning. Hensikten er å gi forskeren en mer fullstendig forståelse av problemstillingen i forhold til begrensningen forskeren kan være borte i ved bruk av en bestemt metode.

Creswell (2014) skriver i tillegg at det er viktig å fokusere på selve problemstillingen når forskeren skal bestemme seg for valg av metodisk tilnærming. Her presenterer Creswell (2014) ulike måter å identifisere krav til problemstillingen, som kan hjelpe forskeren med å bestemme forskningsmetode. Han skriver at hvis problemet krever a) identifisering av faktorer som påvirker et resultat, b) nytten av et tiltak eller c) å forstå de beste forutsetningene for resultater så vil kvantitativ forskningstilnærming være det beste alternativ for studien. I tilfeller hvor det er lite kunnskap om et fenomen eller et begrep, at det er lite forskning i emnet viser Creswell (2014) at kvalitativ forskningstilnærming er et bedre valg. Dette begrunnes med at kvalitativ forskning gir forskeren muligheten til dybdeintervjuer med nøkkelinformanter og på denne måten få bedre forståelse av problemstillingen, fenomenet eller begrepet. Til slutt vises det til at «*mixed methods*» er den beste forskningstilnærming på grunn av at bruk av begge metodene komplementerer svakheten som kan komme av ved bruk av enten den ene eller den andre. «*Mixed methods*» vil dermed gi forskeren bedre forståelse av problemstillingen og muligheten til å forske på den. Kvalitativ forskning kan legge «kjøtt på beina» til kvantitativ forskning.

Valg av forskningsdesign og metode bestemmes også delvis av informasjonen forskeren kan samle rundt ønsket forskningsfelt. Forskeren kan altså velge å benytte seg av deduktiv forskningsstrategi, hvor man går fra teori til empiri. Omvendt er det når forskeren går fra empiri til teori. Slik tilnærming kalles induktiv forskningsstrategi (Johannessen, Tuftes et al. 2010:51). Hensyntatt at forskningsfeltet offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten er et relativt nytt emne, er det begrenset med studier som er blitt gjort. Det eksisterer relativt lite forskning rundt emnet, noe som gjør at forskningstilnærmingen for denne forskningen kan veie mot semi-induktiv eller abduktiv forskningsdesign. Etablert teori i kapittel 1 vil dermed representere et utgangspunkt for forskningen. Samt viser kapittel 1 også tidligere forskning gjort i de bestemte delkapitlene. Teorikapitlet viser

også empiri som er blitt funnet ved studier som har tatt for seg hvert av de ulike emnene i selvstendige studier. Studier som tar for seg samtlige temaer i en forskning har jeg ikke vært bort i ved litteratursøk, bortsett fra Arvidsson (2011). Arvidsson (2011) blir dermed referanseartikkelen som er utgangspunktet for forskningen og analysen av studien.

Hensyntatt denne mangelen på forskning av samtlige emner i en studie, kan etablert teori være et utgangspunkt for forskningen. Analyse av dataene kan dermed gi grunnlag for nye eventuelle teoretiske perspektiver og andre kausale sammenhenger (Thagaard 2009). Abduktiv metode til forskningsdesign kan være et mulig valg ved denne studien. Ved valg av denne metoden, vil jeg kunne benytte meg av Arvidsson (2011) som en referanseartikkel og tidligere forskninger som er diskutert i kapittel 1 som et teoretisk fundament og referanserammer.

Ideen for denne oppgaven kommer fra den svenske studien «*Disclosure of non financial information in the annual report*» (2011) av Susanne Arvidsson. Arvidsson (2011) studerte ledelsens synspunkter i rapportering av ikke-finansiell informasjon innen insentiver for rapportering, kvantitet, og på fokus og bruk av ikke- økonomiske nøkkelindikatorer, altså KPIer i årsrapporten. Hensikten med denne oppgaven er å gjennomføre lignende undersøkelse blant norske børsnoterte selskaper. Til forskjell fra Arvidsson (2011) vil jeg derimot fokusere på brukerperspektivet i forbindelse med offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten.

Jeg bruker samme variabler som Arvidsson (2011) på brukerperspektivet for å forske på etterspørselssiden av ikke-finansiell informasjon. Endringen av forskningsfokus kommer av at det er mangel på studier som forsker på brukerperspektivets synspunkt i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. En oppsummeringsmatrise av metoder som er benyttet av tidligere studier viser også hvorfor en slik studie som fokuserer på brukerperspektivet blir et viktig forskningsbidrag.

Tabellen under viser en kort oppsummering på forskningsmetoden som er benyttet ved tidligere studier og deres forskningsfokus. Det er klar mangel på studier som fokuserer på brukerperspektivet og deres syn i rapportering av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. Kvantitativ metode med spørreundersøkelse blir valgt som forskningsmetode på grunn av Arvidsson (2011) og mangel på forskning innen området.

Tabell 4. Forskningstudier klassifisert i henhold til forskningsfokus og type data som analyseres

	Intervju studier	Spørreundersøkelser	Innholdsanalyser, og annet kvantitativ analyse
Institusjonell / profesjonelle investor	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Fallan (2013) 	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Denne studien 	
Finansanalytiker / investeringsrådgiver	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Fallan (2013) • Eccles og Mavrinac (1995) 	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Denne studien 	
Kreditor / långiver	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Fallan (2013) 	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Denne studien 	<ul style="list-style-type: none"> • Zéghal og Ahmed (1990)
Revisor / regnskapsfører	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) 	<ul style="list-style-type: none"> • Alwert et.al. (2009) • Denne studien 	
Lederperspektiv		Arvidsson (2011)	
Årsrapport			<ul style="list-style-type: none"> • Lee & Guthrie (2010) • Branco & Rodrigues (2008) • Williams & Pei (1999) • Urenman (2000) • Adams & Harte (1998) • Fallan & Fallan (2009)
Mediekanaler			<ul style="list-style-type: none"> • Branco og Rodrigues (2008) • Williams & Pei (1999)

3.3. Kvantitativ metode

Creswell (2014) foreslår at forskeren har to muligheter ved valg av datainnsamlingsmetode innen kvantitativ forskning. Forskeren kan velge mellom spørreundersøkelser eller eksperimenter til metode ved innsamling av data. Creswell (2014) beskriver videre at en spørreundersøkelse gir forskeren beskrivelse av trender, holdninger eller meninger til en populasjon ved å forske på et utvalg av populasjonen. Valg av eksperiment til forskningsmetode derimot, gir forskeren muligheten til å teste virkninger av faktorer. Dette kan man gjøre ved å kontrollere virkningen av faktorer for andre faktorer som kan påvirke resultatet. Fremgangsmåten for å gjennomføre et eksperiment på er, ved å teste faktoren på tilfeldige grupper. Eksperimenter gjennomføres altså ved kontroll av X og Y der eksperimentobjektet eksponeres for X for analyse. Andre påvirkningsfaktorer sikres ved randomisering med hensikt på størst mulig kontroll på effektene. Dette er også med på å gi god grunnlag for forskning av eksperimentet og dermed også konklusjoner av den. Forskeren får dermed grunnlag til å sammenligne resultatet med en annen gruppe som ikke er blitt utsatt for samme faktor. Begge metodene gir forskeren grunnlag for å kunne generalisere funnet fra et mindre utvalg til en større populasjon.

Ved valg av undersøkelsesinstrumenter så skriver Michell og Jolley (2007) om at forskeren kan velge mellom to type instrumenter: 1. spørreskjemaundersøkelse, der informanter leser spørsmålene og deretter registrer sine svar, og 2. intervjuundersøkelser, her får deltakeren muligheten til å høre spørsmålene og deretter si sine svar. Hensikten ved valg av slik fremgangsmåte er også å kunne samle data som kan generaliseres til brukerperspektivet.

For å gjennomføre denne abduktive forskningsmetoden, velger jeg å benytte meg av et eksplorativ forskningstilnærming. Denne fremgangsmåten benyttes gjerne når forskeren ønsker å få innsikt i et fenomen. Hensikten er å gi forskeren muligheten til å kunne undersøke lite utforskede fenomener og på denne måten også kunne identifisere nye kausale sammenhenger. Eksplorativ forskningsmetode kan også benyttes for å sette konkurrerende teorier, forskninger eller forklaringer mot hverandre. Slike forskningsmetoder kan resultere i nye hypoteser som igjen kan bidra til grunnlag for nye teoretiske perspektiver og andre kausale sammenhenger (Thagaard 2009).

Nevnt også tidligere har jeg valgt å bruke Arvidssons (2011) studie som grunnlag for metodisk fremgangsmåte og utredning av masteroppgaven. Lik som Arvidsson (2011) vil jeg også bruke spørreundersøkelse som datainnsamlingsmetode for de kvantitative dataene. En viktig motivasjonsfaktor for å gjennomføre en slik studie er mangelen på lignende forskning her i Norge. Ved å forske på brukerperspektivets syn i rapporteringen av ikke-finansiell informasjon i

årsrapporter blant norske børsnoterte selskaper, vil jeg blant annet få muligheten til å kartlegge informasjonsgapet mellom tilbud av ikke-finansiell informasjon og etterspørselen av samme informasjon i markedet. Jeg vil benytte meg av erfaringsundersøkelse, bedre kjent som *nøkkelinformant-studie*. Dette er en forskningsmetode der forskeren også kan benytte seg av eksplorative studier til forskning (Iacobucci og Churchill 2010). Hensyntatt mangelen på forskning innen denne studie emnet passer en slik metode for en slik forskning.

Omtalt gjennomgående i dette kapitlet og kapittel 1, er hensikten med denne studien å kartlegge praksis knyttet til rapportering av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter til norske børsnoterte selskaper. Ved å bruke Arvidsson (2011) som referanseartikkel og hennes forskningsvariabler vil jeg ved denne studien adressere informasjonsgapet i markedet. Ved å forske på brukerperspektivets syn på tilbudet av ikke-finansiell informasjon fra norske børsnoterte selskaper, vil jeg kunne utarbeide rapport som kan bidra til grunnlag for nye eventuelle teoretiske perspektiver og andre kausale sammenhenger (Thagaard 2009). Jeg vil dermed ikke utarbeide hypoteser i forbindelse med denne studien, det mangler tilstrekkelig forståelse om sammenhenger mellom variablene for slik forskningstilnærming.

Valg av kvantitativ forskningsmetode kommer også av at metoden kjennetegnes ved at innsamlet data kan komme i mengder og er egnet for statistiske analyser (Johannessen, Tuft et al. 2010). Denne metoden gjør nok at jeg går glipp av noen fordeler ved kvalitativ forskning. Yin (2009) nevner noen av fordelene forskeren går glipp av ved valg av kvantitativ forskningsdesign. Han nevner blant annet at forskeren går glipp av rike data, fleksibilitet og ikke minst dybdeforståelse om sammenhenger og handlinger. Andre ulemper ved valg av kvantitativ forskningstilnærming er muligheten for oppfølgingsspørsmål til respondentene. Dette henger igjen sammen med muligheten for bedre dybdeforståelse mellom sammenhenger og handlinger.

Kvantitativ forskningsmetode derimot kjennetegnes ved at den er tidsbesparende ved innsamling av informasjon og ikke minst systematisering av informasjonen. Ved bruk av kvantitativ forskningsmetode kan forskeren legge inn dataene i en standardisert form. Forskeren kan dermed analysere og tolke dataene ved bruk av statistiske teknikker. Hensyntatt ønsket om å forske på brukerperspektivets syn på tilbudet av ikke-finansiell informasjon fra norske børsnoterte selskaper, vil jeg benytte meg av en *nøkkelinformant-studie*. Jeg vil oppsøke nøkkelinformanter for innhenting av primærdata, dette vil jeg utdype nærmere om i delkapitlet om reliabilitet og bruk av nøkkelinformanter.

Spørreundersøkelsen er en form for standardisert utspørring av et stort utvalg personer. Ringdal (2007) skriver at målet ved slike studier er at forskeren skal kunne generalisere funnet til populasjonen de er hentet i fra. Viktig ved valg av slik metodisk fremgangsmåte blir dermed operasjonalisering av variablene. Jacobsen (2005) viser at ved kvantitative spørreundersøkelser blir operasjonalisering av variablene en viktig faktor. Det er med andre ord viktig å gjøre variablene målbare. Denne forskningsstudien skal utføres ved bruk av tverrsnittundersøkelse. Det betyr at jeg er interessert i virkeligheten på ett tidspunkt (Ringdal 2007; Iacobucci og Churchill 2010). Bruk av denne metoden gir forskeren muligheten til å beskrive situasjoner i tillegg til samvariasjoner mellom valgte variabler i forhold til forskningsstudien (Jacobsen 2005).

3.4. Målutvikling

I dette delkapitlet vil jeg forklare utformingen av spørreskjema som vil bli benyttet i denne undersøkelsen. Bruk av spørreundersøkelse for datainnsamling krevet at undersøkelsen er godt formulert. For å oppnå god kvalitet og valide svar er det nødvendig å lage gode spørsmål til undersøkelsen. Det er også viktig at begrepene som er blitt definert måler det de skal. Bollen (1989) viser i sin artikkel en målutviklingsmodell som skal hjelpe forskere med utvikling av mål til forskningen. Bollen (1989) 4-steps målutviklingsmodell innebærer:

1. Konseptavklaring
2. Identifisering av dimensjoner
3. Utvikling av mål
4. Spesifisering av relasjon mellom mål og begrep

3.4.1. Konseptavklaring

Bollen (1989) beskriver konseptavklaring som en forestilling eller idé forskeren har om et fenomen. Bollen (1989) skriver videre at ved konseptavklaring er det spesielt viktig at konseptet avgrenses til begrep. Videre er det viktig at begrepene kan videre spesifisere forskerens ønske om undersøkelsesfokus. Typiske fremgangsmåter for definering av begrep er bruk av teorikapitler som gir definisjon og beskrivelse av valgte begreper som brukes i studien. Slike teoretiske definisjoner gir spesifikt beskrivelser og betydninger av begreper, i tillegg til klargjøring av dimensjonene ved begrepene. Forskeren får på denne måten retninger for valg av mål som skal utvikles for forskningen. Teorikapitlet gir beskrivelse av konseptet og ideen jeg har rundt dette fenomenet.

Kapittelet gir også begrepsdefinering og avgrensning i forhold til studien og studiens formål, noe som oppfyller krav om Bollens (1989) konseptavklaring.

3.4.2. Identifisering av dimensjoner

Det andre steg av 4-steps målutviklingsmodell beskriver Bollen (1989) som det steget hvor forskeren identifiserer dimensjonene som begrepene omhandler. Bollen (1989) beskriver at begreper kan omhandle mer enn en dimensjon. Det blir dermed viktig at forskeren setter begrensninger og identifisering av dimensjoner som er relevante for studien. Bollen (1989) skriver videre at disse dimensjonene skal hjelpe forskeren med å danne mål for valgte begreper. For å identifisere dimensjoner som beskriver begrepene i denne studien har jeg brukt tidligere litteratur. Deres funn i forhold til kausale sammenhenger mellom begreper og andre eksponerte variabler har hjulpet meg å se hva jeg trenger å bruke som dimensjon.

Identifisering av begreper som blir brukt til denne studien er hentet av Arvidsson (2011) studien. I likhet med Arvidsson (2011) er det fire begreper studien fokuserer på;

- ledelsens incentiver for offentliggjøring av ikke finansiell informasjon
- Fokuset på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten
- Kvantiteten av ikke-finansiell informasjon som blir offentliggjort i årsrapporten
- Fremtidlige trender i offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten

Tabellen under viser begrepens dimensjoner, og som Bollen (1989) viser til, er dimensjonene til hjelp for utvikling av mål for begrepene. Viktig å påpeke at ved identifisering av dimensjoner og begreper brukt ved denne studien, er bruk av underbegreper brukt som dimensjon for et hovedbegrep. Begrepets fokus på ikke-finansiell informasjon dimensjoner er som vist i tabellen under organisatoriske rutiner og prosesser, menneskelige ressurser, FoU og CSR. Dette er igjen underbegreper med egne dimensjoner som er viktige for denne studien. Hensyntatt at disse underbegrepene sin funksjon er mer operasjonaliserende vil disse bli klargjort i delkapitlet 2.4.3 utvikling av mål.

Tabell 5. Identifisering av dimensjoner

Begrep	Dimensjoner av begrepet
Ledelsens incentiver	<ul style="list-style-type: none"> - Forståelse av virksomheten - Konkurransedyktighet og markedsposisjon
Fokus på ikke-finansiell informasjon	<ul style="list-style-type: none"> - Organisatoriske rutiner og prosesser - Menneskelige ressurser - Forskning og utvikling - Corporate social responsibility
Mengden av ikke-finansiell informasjon	<ul style="list-style-type: none"> - Gap mellom etterspørsel og tilbud av informasjon - Påvirkning av tillit, omdømme og investering i selskapet
Fremtidige trender	<ul style="list-style-type: none"> - Fremtidig rapportering - Personlig synspunkt

3.4.3. Utvikling av mål

Tredje steg i Bollens (1989) målutviklingsmodell omhandler operasjonalisering av begrep eller dimensjoner. Målene som bør benyttes i studien blir klartgjort, og Bollen (1989) anbefaler at ferdigutviklede mål fra tidligere studier bør benyttes, for deretter å gjøre nødvendige tilpasninger. Hensikten ved bruk av tidligere utarbeidede og testede mål er forenkling av arbeidet, ved at forskeren tar utgangspunkt i mål som allerede er blitt validert. Bruk av slike mål vil også ha en positiv effekt på påliteligheten til innsamlingen av datamaterial, dette på grunn av at resultater fra flere studier kan dermed sammenlignes (Churchill 1979; Saunders, Lewis et al. 2009).

Gjennomgående i dette kapitlet blir det påpekt at det finnes i liten grad etablerte måleskalaer. Tidligere studier gjort på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon har hovedsakelig fokusert på innholdsanalyser av årsrapportene til børsnoterte selskaper. Tidligere studier fokuserer heller ikke på de fire ovennevnte begrepene samtidig. Funn fra tidligere forskning tar heller hvert emne for seg og fokuserer på hvordan det begrepet blir offentliggjort i årsrapportene til børsnoterte selskaper. Med dette sagt, har jeg brukt funn, diskusjon, konklusjoner og påstander til disse forskningsartiklene til å utarbeide dimensjoner og måleskalaer for denne studien. Teorikapitlet legger grunnlaget for hva denne studien skal fokusere på. Det danner også grunnlaget for

formulering av spørsmål og påstander jeg ønsker å få svar på for å belyse oppgavens hensikt (vedlegg 1).

Tabellen under er inspirert av masteravhandlingen til Albjerk (2013). Her skal jeg vise oversikt over hvordan begrepene måles i spørreskjemaet. Nevnt tidligere er skalaene for denne undersøkelsen utarbeidet fra mine teoretiske defineringer og avgrensninger som blir brukt i teorikapitlet. Akkurat som Albjerk (2013) vil jeg også utarbeide en tabell som viser oversikt over inspirasjonen til enkelte påstander, måleskala og spørsmål som blir brukt i denne studien (vedlegg 1). Ettersom jeg selv har utviklet måleskalaene ved hjelp av tidligere forskning bruker jeg ikke et større sett av dimensjoner og begreper. Hensikten er å belyse regnskapsbrukernes syn på offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon til norske børsnoterte selskaper. Påstander og spørsmål brukt ved denne undersøkelsen skal belyse om eventuelle påstander, funn og konklusjoner gjort av tidligere forskning er fortsatt gjeldene. Hvordan besvarelsen av denne undersøkelsen overstemmer med tidligere forskning, der hovedfokuset vil være referanseartikkelen brukt i denne studien, Arvidsson (2011).

Tabell 6. Utvikling av mål

Begrep	Ledelsens incentiver
Mål	Finne ledelsens incentiver for rapportering av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten
Begrep	Formativ
Dimensjoner	<ul style="list-style-type: none"> - Forståelse av virksomheten - Konkurransedyktighet og markedsposisjon
Begrep (dimensjon)	Forståelse av virksomheten
Mål	Bedre forståelse av virksomheten og innsikt i virksomheten
Begrep	Formativ

Indikatorer	<p>Ta stilling til følgende påstander</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon vil gi bedre forståelse for hvordan de immaterielle verdiene bidrar i verdiskapingsprosessen.</i> - <i>Frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon fører til en forbedret allokering av ressurser på aksjemarkedet.</i> - <i>Frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsregnskapet gir lavere gjennomsnittskostnader både på EK og fremmedkapital for børsnoterte selskaper.</i> - <i>Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers aktiviteter.</i> - <i>Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers økonomiske tilstand.</i> - <i>Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers forretningsstrategier.</i>
Begrep (dimensjon)	Konkurransedyktighet og markedsposisjon
Mål	Vise om offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon påvirker virksomhetens konkurransedyktighet og markedsposisjon
Begrep	Formativ
Indikatorer	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Børsnoterte selskaper ønsker ikke å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon fordi at det kan påvirke deres konkurransedyktighet</i> - <i>Børsnoterte selskaper ønsker ikke å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon fordi at det kan påvirke deres markedsposisjon.</i>
Begrep	Fokus på ikke-finansiell informasjon
Mål	Måle den ikke-finansielle informasjon som blir rapportert i forhold til valgte dimensjoner
Begrep	Formativ
Dimensjoner	<ul style="list-style-type: none"> - Organisatoriske rutiner og prosesser - Menneskelige ressurser - Forskning og utvikling - Corporate social responsibility
Begrep (dimensjon)	Organisatoriske rutiner og prosesser
Mål	Innsikt i hvilke type informasjon knyttet til organisatoriske prosesser og rutiner blir best rapportert i årsrapporten
Begrep	Formativ

Indikatorer	<p>Ta stilling til følgende påstander:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisatoriske prosesser / rutiner</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til kvalitet</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produksjonseffektivitet</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til teknologi</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produktets ytelse</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonskultur</i>
Begrep (dimensjon)	Menneskelige ressurser
Mål	Måle type informasjon knyttet til menneskelige ressurser blir best rapportert i årsrapporten
Begrep	Formativ
Indikatorer	<p>Ta stilling til følgende påstander</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til styre / ledergruppe</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til leverandørnettverk</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til distributører</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til strategiske allianser</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til samarbeidsavtaler</i>
Begrep (dimensjon)	Forskning og utvikling
Mål	Hvilke FoU informasjon blir rapportert i årsrapporten
Begrep	Formativ
Indikatorer	<p>Ta stilling til følgende påstander</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til informasjon relatert til forsknings- og utviklingsaktiviteter</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produktportefølje</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til patenter</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til innovasjon</i>
Begrep (dimensjon)	Corporate Social Responsibility (CSR)

Mål	Kartlegge type ikke-finansiell informasjon knyttet til CSR blir best rapportert i årsrapporten og om rapportering av denne type informasjon påvirker selskapet
Begrep	Formativ
Indikatorer	<p>Ta stilling til følgende påstander</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til miljøpolitikk</i> - <i>Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til samfunnsansvar</i> - <i>Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapers samfunnsansvar og miljøpolitikk er en motivasjonsfaktor for deres ansatte</i> - <i>Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapers samfunnsansvar og miljøpolitikk skaper tillit til selskapet</i> - <i>Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapers samfunnsansvar og miljøpolitikk bidrar til økt investering i selskapet</i> - <i>Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapers samfunnsansvar og miljøpolitikk gjør selskapet mer sårbart</i>
Begrep	Mengden av ikke-finansiell informasjon
Mål	Måle mengden av ikke-finansiell informasjon som blir rapportert i børsnoterte selskapers årsrapporter
Begrep	Formativ
Dimensjoner	<ul style="list-style-type: none"> - Gap mellom etterspørsel og tilbud av informasjon - Påvirkning av tillit, omdømme og investering i selskapet
Begrep (dimensjon)	Gap mellom etterspørsel og tilbud av informasjon
Mål	Innsikt i regnskapsbrukernes syn på om det er informasjonsgap mellom tilbud og etterspørsel av ikke-finansiell informasjon
Begrep	Formativ
Indikatorer	<p>Ta stilling til følgende påstander</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Det er et gap mellom etterspørselen etter ikke-finansiell informasjon av interessenter og det som blir rapportert av børsnoterte selskaper</i> - <i>Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten har økt de siste 5 årene.</i> - <i>Børsnoterte selskaper har blitt flinkere til å rapportere ikke-finansiell informasjon i årsrapporter.</i> - <i>Lover og forskrifter som regulerer rapportering av ikke-finansiell informasjon har blitt forbedret de siste 5 årene.</i>
Begrep (dimensjon)	Påvirkning av tillit, omdømme og investering i selskapet
Mål	Måle om mengden av rapportering av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten påvirker ovennevnte begreper / dimensjoner
Begrep	Formativ

Indikatorer	<p>Ta stilling til følgende påstander</p> <ul style="list-style-type: none"> - Økt rapportering av ikke-finansiell informasjon bidrar til å øke tilliten til børsnoterte selskaper - Økt rapportering av ikke-finansiell informasjon gir positiv effekt på investeringsgraden i børsnoterte selskaper - Økt rapportering av ikke-finansiell informasjon har positiv effekt på børsnoterte selskapers omdømme
Begrep	Fremtidlige trender
Mål	Kartlegge fremtidig utvikling av ikke-finansiell rapportering i årsrapporten
Begrep	Formativ
Dimensjoner	<ul style="list-style-type: none"> - Fremtidig rapportering - Personlig synspunkt
Begrep (dimensjon)	Fremtidig rapportering
Mål	Måle rengskapsbrukernes syn på den fremtidige utviklingen av ikke-finansiell rapportering
Begrep	Formativ
Indikatorer	<p>Ta stilling til følgende påstander</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Etterspørselen etter offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon vil øke de kommende 5-10 årene.</i> - <i>Børsnoterte selskaper vil bli mer presset til å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon i årsrapporter, på grunn av økning i bruk av immaterielle eiendeler til verdiskapning</i> - <i>Det internasjonale markedet vil presse børsnoterte selskaper til økt rapporteringsgrad av ikke-finansiell informasjon.</i> - <i>Myndigheter vil forbedre definisjoner på krav om hva som skal rapporteres av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten.</i> - <i>Norske børsnoterte selskaper har vært flinke til å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon i årsrapporter de siste 5-10 årene.</i>
Begrep (dimensjon)	Personlig synspunkt
Mål	Innsikt i regnskapsbrukernes personlige oppfatning om den fremtidige utviklingen av ikke-finansiell informasjonsrapportering
Begrep	Enkelt spørsmål
Indikatorer	Har du noen andre kommentarer knyttet til fremtidlige trender innen offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon?

3.4.4. Spesifisering av relasjon mellom mål og begrep

Det fjerde steg i Bollens (1989) målutviklingsmodell omhandler relasjonen mellom målet og dimensjonene. Relasjonen mellom målet og dimensjonene kan ta tre ulike former. Rossiter (2002) skriver at relasjonen kan være refleksiv, formativ, eller så kan forskeren velge å bruke enkeltspørsmål der en mener det er hensiktsmessig. Målet ved bruk av refleksiv målemodell er at

samtligte dimensjoner reflekterer hovedbegrepet. Bruk av denne modellen går også ut på at alle spørsmål skal også fange opp samme hovedbegrep. Bollen og Lennox (1991) skriver videre at ved bruk av refleksiv målemodell kan forskeren forvente en sterk samvariasjon mellom verdiene på de ulike dimensjonene. Slike modeller er spesielt nyttige når det man forsker på kan uttrykkes konkret og oppfattes entydig av respondenten. På denne måten oppnår man også ønskede resultater i forhold til forskningen. Den andre metoden for å spesifisere relasjonen mellom mål og begrep på er å bruke en formativ målemodell. Bollen og Lennox (1991) skriver at ved bruk av en slik målemodell vil dimensjonene forme hovedbegrepet. Forfatterne skriver videre også at ved bruk av den formative målemodellen kan forskeren ikke forvente systematikk i verdiene på de ulike dimensjonene.

Bruk av denne metoden gjør det mulig å stille en rekke spørsmål som kan måle dimensjoner av hovedvariabelen. Denne metoden gjør at helheten av ulike spørsmål forskeren utarbeider, utgjør hovedvariabelen forskeren ønsker å måle. Hensyntatt at ulike sider av begrepet blir målt ved bruk av denne metoden, kan korrelasjonen mellom spørsmålene variere alt fra positiv til negativ eller null. Rossiter (2002) viser til en begrensning ved bruk av denne målemetoden. Han skriver at dersom forskeren trekker i fra eller legger til spørsmål, vil den påvirke innholdet og tolkningen av målet. I denne undersøkelsen bruker jeg formative målemodeller. Dette gjør det mulig å bruke de ulike dimensjonene til å se på ulike deler av målet. Rossiter (2002) skriver at forskeren kan også velge å bruke enkeltspørsmål. Det som er viktig er at enkeltspørsmål er kun egnet dersom det man prøver å måle kan uttrykkes konkret. Det er også viktig at enkeltspørsmålet blir oppfattet entydig av respondentene.

3.5. Datainnsamling

Dette delkapitlet skal beskrive mine valg i forbindelse med innsamling av datamateriale for denne studien. Her skal jeg vise til valg av fremgangsmåter, bruk av virkemidler og distribuering av spørreundersøkelsen.

3.5.1. Datainnsamling ved bruk av elektronisk spørreskjema

Franfort-Nachmais og Nachmais (2008) viser til fordeler ved bruk av elektroniske spørreskjemaer for spørreundersøkelser. Forfatterne skriver blant annet at fordelene ved bruk av spørreskjema som metode for datainnsamling er lave kostnader ved distribuering, anonymitet og redusering av bias som kan forekomme ved intervjuer. Her eksemplifiserer forfatterne bias med ulikhet i kjemien mellom intervjuer og informant. Ved hjelp av denne fremgangsmetoden kan jeg raskt generere data fra et stort valg av respondenter spredt over hele landet. Dette vil hjelpe meg til å kartlegge

offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon av norske børsnoterte selskaper på en mer effektiv måte. Data fra respondenter spredt over hele landet vil gi et bedre bilde på hva brukergruppen av ikke-finansiell informasjon mener om rapporteringen av børsnoterte selskaper.

Bruk av spørreundersøkelser for datainnsamling har også sine svakheter. Faren ved denne fremgangsmetoden knytter seg til respondenten. Eksempel på dette kan være at respondenten ønsker å bli fort ferdig med undersøkelsen og dermed svarer systematisk på spørsmål stilt ved undersøkelsen uten å se på selve innholdet. Frankfort-Nachmias og Nachmias (2008) eksemplifiserer dette med at respondenten krysser av alternativer gitt til venstre på skalaen. Dette igjen blir begrunnet med leserstil som da er fra venstre mot høyre. For å unngå denne problematikken ved elektronisk spørreundersøkelse og for å unngå vilkårlig avkrysning, har jeg tilført «ønsker ikke svare» alternativet ved avkrysning.

Et annet eksempel er faktumet at ved bruk av spørreundersøkelser for datainnsamling er faren for at respondenten ikke har den ønskede kompetansen for besvarelsen av undersøkelsen. Altså, forskeren har ingen kontroll på hvem som besvarer undersøkelsen til tross for at det blir gitt spesifikasjoner om hvem spørreundersøkelsen er rettet mot. Det krever at forskeren er spesifikk ved utarbeidelsen av undersøkelsen. Det er viktig med godt formulerte spørsmål slik at utydelige svar kan unngås (Frankfort-Nachmias og Nachmias 2008). Den største utfordringen og ulempen ved bruk av elektroniske spørreundersøkelser for datainnsamling, er lav responsrate. Likeså er dette en veldig effektiv måte å samle inn ønsket data fra nøkkelinformanter, uten å påvirke respondenten og oppnå ønsket objektivitet ved innhentet datamateriale. Undersøkelsen vil ta ca. 10 minutter for å besvare, og vil dermed ikke kreve stor innsats fra respondentene eller bruk av deres tid. Den vil også distribueres ved hjelp av programvaren Mi Pro Research Studio 6.

3.5.2. Utforming og distribusjon av spørreskjema

Bruk av elektronisk spørreskjema for datainnsamling utføres ved at det sendes en elektronisk link til respondenter. Et følgebrev (vedlegg 2) er utarbeidet som forklarer kort hva som er hensikten med spørreundersøkelsen. Uten å dele for mye om selve studien, utarbeidet jeg et følgebrev der jeg forklarer kort undersøkelsens hensikt, og hvem som utfører studien. Grunnen til hvorfor det er viktig ikke å dele for mye informasjon om studien er fordi det kan skape forutinntatthet hos mottaker. Respondenten kan dermed resonere seg til resultater de mener er ønskelige for denne studien, eller resultater jeg ønsker å oppnå. Følgebrevet forklarer at undersøkelsen tar for seg regnskapsbrukernes syn på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapportene til børsnoterte selskaper. Uten å avsløre for mye om undersøkelsen og ved å gi kort beskrivelse av

temaet er hensikten å vekke nysgjerrighet og interesse hos respondentene. Følgerebrevet spesifiserer også at innhentet data blir behandlet strengt konfidensielt som vist av Frankfort-Nachmias og Nachmias (2008).

Hensyntatt bakgrunnen til respondentene som vist i delkapittel 2.1. er det viktig med spesifisering av enkelte forkortninger som blir brukt i spørreundersøkelsen. Underveis gir jeg dermed korte forklaringer på hva de forkortelsene betyr. Hensikten er at respondenten får full forståelse av de ulike forkortelsene og dermed bedre forståelse av spørsmålet eller påstanden. Før selve spørreundersøkelsen ble sendt til respondentene, ønsket jeg å utføre en pretest. Utvalgt testgruppe for spørreundersøkelsen besto av medstudenter, tre utenforstående personer og veileder. Hensikten med pretesten var å få tilbakemeldinger på spørreundersøkelsen. Tilbakemeldinger og spørsmål som testgruppen synes var vanskelige å forstå eller var uklare ble rettet og testet gjen til spørreundersøkelsen var klar for utsending.

3.6. Evaluering av datamaterialet

Evaluering av datamaterial og utredning av kvalitetskrav er viktig i forhold til forskningsstudier. Denne delen av kapittelet skal vise til hvilke kvalitetskrav jeg har tatt hensyn i forhold til denne studien. Her vil jeg presentere krav i forhold til reliabilitet og validitet ved denne undersøkelsen.

3.6.1. Forskningens reliabilitet og bruk av nøkkelinformanter til undersøkelsen

Reliabilitet defineres som i den grad resultatene ved en måling er pålitelige. Altså den grad man kan stole på resultatene ved en måling. Reliabilitet handler også om den grad målingen kan etterprøves med samme resultat. Jo mer resultatene fra en forskning og en etterprøvd forskning er sammenfallende, jo høyere er reliabiliteten på resultatene (Jacobsen 2005; Ringdal 2007). For å finne respondenter til spørreundersøkelsen ble Proff Forvalt benyttet som database med firmainformasjon. Undersøkelsen sendes til respondenter via epost-adresse funnet via Proff Forvalt. Undersøkelsen ble sendt til respondenter via mail. Hensyntatt at undersøkelsen blir sendt som postmottak til organisasjoner og dermed ber vedkommende som åpner mailen om å videresende den til en person med kunnskap om ikke-finansiell informasjon. Dermed vil spørreundersøkelsen besvares av en nøkkelinformant og dermed øke studiens pålitelighet. Anderson (1987) definerer nøkkelinformant som en person verdifull, bredt og unik kunnskap innen aktuell fagfelt.

Spørreundersøkelsen er bygd på en kronologisk rekkefølge, her ble teorikapitlet brukt til å bestemme rekkefølgen spørsmålene skal stilles. Undersøkelsen starter med innledende spørsmål om

respondentens tilhørighet i forhold til brukergruppe. Dermed får jeg kartlagt besvarelsene i forhold til brukergruppen. Det første spørsmålet grupperer respondentene i sin tilhørende gruppe og jeg får dermed bedre bilde på hvem som mener hva. John og Reve (1982) siterer Seidler (1974) om at resultatene ved en spørreundersøkelse kan påvirkes av respondentenes personlige synspunkter. Dette vil dermed også påvirke studiens pålitelighet. Dette er en undersøkelse som studerer brukergruppens perspektiv på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon av norske børsnoterte selskaper. Dermed blir dette ikke en utfordring eller påvirkning til studiens reliabilitet. Studiens validitet øker også dersom nøkkelinformanten besitter bredt kunnskap om emnet. Undersøkelsen blir sendt til organisasjoner som går under definisjonen brukerperspektiv.

3.6.2. Studiens interne validitet og overflatevaliditet

Ringdal (2007) viser at intern *validitet* også kalt *gyldighet*, som sier noe om forskeren måler de faktiske begrepene ved studien. I delkapitlet 2.4 ble det gjennomgående spesifisert at det er viktig med godt formulerte spørsmål til spørreundersøkelser. Grunnen til det er at respondenten skal forstå hva de skal svare på. Det skal heller ikke være noe rom for tolkning. Det er viktig med entydig forståelse av stilte spørsmål mellom respondenten som svarer og forskeren som har utarbeidet disse (Frankfort-Nachmias og Nachmias 2008).

Hensyntatt at brukergruppen har ulik bakgrunn og kompetanse innen emnet er det viktig med entydig forståelse av stilte spørsmål. Fagspråket innen dette emnet er relativt tungt, og for å øke validitetsgraden ved studien er det derfor viktig med «*lett formulering*» av begrepene som skal undersøkes. Det er viktig at de er entydige og enkle å forstå. Her har testgruppen vært til stor hjelp, for å øke validiteten til undersøkelsen har tilbakemeldinger fra testgruppen hjulpet til bedre formulering. Den interne validiteten er blitt styrket gjennom testgruppen, veileder og utenforstående personer.

Mitchel og Jolley (2010) skriver at *overflatevaliditet* sikres gjennom ekspert hjelp ved utarbeidelsen av spørreundersøkelsen. Forfatterne skriver at måten en forsker kan sikre høy overflatevaliditet er å bruke en ekspert på forskningsemnet til å evaluere spørreundersøkelsen før den blir sendt ut. Hensikten med ekspert evaluering er å oppnå treffsikkerhet ved besvarelser fra respondenter og dermed også økt validitetsgrad. Overflatevaliditet er altså samsvaret mellom den teoretiske og operasjonelle defineringen av brukte begreper ved undersøkelsen. Her igjen ble veileder og medstudenter brukt som eksperter for evaluering av spørreundersøkelsen. Utarbeidelsen av spørreundersøkelsen var en frem og tilbake samtale med veileder for å sikre at språket var forståelig. Her ble det brukt god tid og kritikk for å oppnå ønsket resultat.

3.6.3. Studiens eksterne validitet og frafall av respondenter

Den *eksterne validiteten* tar for seg generaliserbarheten til studien. Ekstern validitetsgrad viser til overføringen av resultater til en lignende studie. Teoretisk generalisering derimot handler om forskeren kan generalisere fra data til teori. For å sikre denne type validitet stilles det ikke krav til et stort utvalg av observasjoner. Den tredje form for generalisering handler om generaliseringen fra utvalget til populasjonen. Denne form for validitet kalles statistisk generalisering, her stilles det krav til et stort utvalg observasjoner (Jacobsen 2005). Som hos Arvidsson (2011) er statistisk generalisering hensikten med denne oppgaven. Målet med denne studien er å kunne generalisere funnet til selve populasjonen, å kunne trekke konklusjon som beskriver regnskapsbrukernes perspektiv på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon til norske børsnoterte selskaper. Bedriftsdatabasen Proff Forvalt⁴ ble brukt for å identifisere en utvalgsramme ut fra populasjonen. Brukerperspektivet ble definert i teorikapitlet 1.2 og i dette delkapitlet 2.1. Det er altså fire brukergrupper jeg fokuserer på ved identifisering av populasjonens utvalgsramme. Mitchell og Jolley (2010) påpeker at studiens eksterne validitet kan økes ved bruk av tilfeldig utvalg ved identifisering av utvalgsrammen. Tilfeldig utvalg ble benyttet ved utvalg av respondenter for å oppnå statistisk generalisering og økning av ekstern validitet.

Utvalget mellom de fire brukergruppene hadde betydelig avvik. Brukergruppen «revisor/regnskapsfører» hadde størst utvalg, i forhold til de tre andre. Hensyntatt et veldig stor differanse i utvalget, ble det viktig med begrensninger. For å unngå skjevhet i populasjonen bestemte jeg meg for å begrense utvalgsrammen til ca. 160 respondenter per gruppe. For større kontroll på respondentene og for å forhindre at eposten havnet som «søppelpost» hos mottaker fordelte jeg de respektive respondentgruppene i fire ulike dokumenter. Jeg opprettet et excel dokument for hver respondentgruppe og forhindret dermed også masseutsendelse. Sum respondenter til denne undersøkelsen kom opp til 621. Riktignok hadde en god del av disse respondentene ikke oppgitt mailadresse på Proff Forvalt, dermed ble det viktig å vide ut søket ved hjelp av oppgitte webadresser. Undersøkelsen ble sendt ut 19.mars, og deretter ble det sendt ut en påminnelse til de som ikke hadde besvart innen 7 dager. 30.mars avsluttet jeg undersøkelsen.

⁴ www.forvalt.no

Forkjærlighet for generalisering av resultatene uten å ta hensyn til utvalgets representativitet blir vist å være en utfordring i forbindelse med slike studier (Lindsay, 1995; Sanchez, 1993; Miller og Friesen, 1980, sitert av Bedford og Malmi 2010). For å unngå denne problematikken vil jeg dermed være forsiktig med å generalisere funnet til de respektive brukergruppene som er deltagerne i denne undersøkelsen.

3.7. Forskningsetikk

Bruk av informanter ved forskningsarbeid fører til at forskeren må ta hensyn til forskningsetikk ved gjennomføring av studien. Mitchell og Jolley (2007) skriver at før en forsker gjennomfører studien er det viktig å avgjøre om studien er etisk forsvarlig. Forfatterne skriver videre om at informantens deltagelse i forskningen bør være frivillig. Det er også viktig at deltagerne er informert om studiens innhold og eventuell risiko ved deltagelse. Det er viktig at forskeren informerer om studiens hensikt og at samtykket om deltagelse er frivillig. I forhold til denne studien ble deltagerne informert om at innhentet informasjon fra spørreundersøkelsen ville behandles konfidensielt og at alle svar forblir anonyme. Det ble også informert om at deltagelse i spørreundersøkelsen er frivillig og at deltageren har muligheten til å trekke seg når som helst fra undersøkelsen. Studien blir dermed utført på et etisk og forsvarlig måte og innhentet informasjon fra deltagerne er relevant i forhold til studien.

3.8. Oppsummering av forskningsdesign og metodevalg

I dette kapitlet har jeg begrenset og definert forskningsobjektet, der jeg fokuserer på fire grupper av regnskapsbrukere. Kapitlet viser også at jeg vil bruke kvantitativ forskningsmetode med valg av spørreundersøkelse for å gjennomføre denne undersøkelsen. Hensyntatt mangel på forskning rundt emnet offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon, ble det valgt en semi-induktiv forskningsstrategi. En abduktiv forskningsstrategi med en utforskende design ble det endelige utfallet for forskningsmetode. Målutviklingen til studien ble gjennomført i henhold til Bollens (1989) fire stegs-modell. Under målutviklingskapitlet blir begreper og dimensjoner definert og målt i henhold til etablert tidligere forskning brukt i teorikapitlet. Begrepene brukt ved denne studien er hentet av Arvidsson (2011). Begrepene derimot blir definert ved hjelp av tidligere forskning på de ulike emnene. Jeg benytter stort sett formative målemodeller for å kartlegge regnskapsbrukernes syn på offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon i børsnoterte selskapers årsregnskap. Til slutt benytter jeg meg også av enkeltpørsmål for å få bedre innsikt på hva regnskapsbrukerne mener den fremtidige utviklingen av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon er.

Datainnsamlingen foregikk elektronisk ved bruk av spørreskjema som ble sendt på mail til de ulike respondentene. I mailen som ble sendt fulgte det med følgebrev som klargjør studiens hensikt. Her ber jeg også om at spørreskjemaet besvares av en person med kjennskap til emnet. En nøkkelperson med kjennskap til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten er altså den ønskende respondent. Dataenes og andre teoretiske kvalitetskrav er også blitt diskutert i dette kapitlet. Her blir det også vist til enkelte utfordringer knyttet til respondentene, eller andre eventuelle begrensninger som måtte forekomme. Videre diskuteres også problemstillingen knyttet til generaliserbarhet og problemet med stort frafall av respondenter, før kapitlet avsluttes med et lite kapittel på forskningsetikk.

4. Databehandling

Dette kapitlet tar for seg evalueringen av innhentet datamateriale fra spørreundersøkelsen.

Evaluering av datamateriale er viktig før jeg begynner med analysearbeid og diskusjon.

Databehandlingen vil blant annet ta for seg diskusjon av deltagelsens svarprosent og utfordringer ved undersøkelsen.

4.1. Undersøkelsens svarprosent

Sum deltagere undersøkelsen ble sendt er 621 respondenter, til min overraskelse er kun 6 besvarelser som er fullført. Hensyntatt den veldig lave besvarelsen, vil jeg ta med alle data som er ikke fullførte. Ettersom undersøkelsen allerede i begynnelsen forsker på offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisatoriske prosesser og rutiner, menneskelige ressurser, FoU og CSR velger jeg å ta med ukomplette undersøkelser. Dermed får jeg en besvarelsessum på 22 fullførte undersøkelser. Dette gir en svarprosent på 3.54 %, noe som er veldig lav i forhold til slike undersøkelser. Grensen for svarprosent ved elektroniske spørreundersøkelser bør ligge på 8 - 10 % i følge Frankfort-Nachmias og Nachmias (2008). Tabachnick og Fidell (2001) gir en retningsgivende formel for hvordan man kan beregne svarprosent ved spørreundersøkelser. Her skriver forfatterne at antall svar (N) bør være større enn $50 + 8m$, der m står for antall uavhengige variabler brukt i forskningen. Denne undersøkelsen har ingen modell som studerer sammenhenger eller korrelasjoner mellom variablene. Dette er heller ingen studie som forsker på hvordan ulike variabler påvirker hverandre, men er heller et forsøk på kartlegging av praksis på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon av norske børsnoterte selskaper.

Det kan være mange årsaker til den lave deltagelsesprosenten. En primær årsak til lav svarprosent ved elektroniske spørreundersøkelser er at undersøkelsen havner som «søppelpost» hos mottaker. Det kan også være tilfeller hvor oppgitte epostadresser ikke lenger benyttes, eller er sjeldent benyttet av deltagerne. Andre grunner til lav deltagelsesprosent er at ønsket respondent aldri mottar undersøkelsen, dette begrunnes med at undersøkelsen sendes til et generelt postmottak hos virksomheten. Like så er det viktig å påpeke at det er frivillig deltagelse på undersøkelsen, av denne grunn kan det komme tilfeller hvor selv om ønsket respondent mottar undersøkelsen ønsker han/hun ikke å delta. Likeså er frivillig deltagelse viktig i forhold til spørreundersøkelser, men kan tross alt også gi alternativ forklaring til svarprosenten. Alternativt forekommer der også tilfeller som manglende kompetanse eller at respondenten ikke ser nytteverdien for å delta. Manglende kompetanse for å svare på spørreundersøkelsen var noe jeg fikk tilbakemelding på etter å ha sendt ut spørreundersøkelsen. Respondenter svarte med at de ikke har kunnskap innen forsknings-

segmentet og av den grunn velger ikke å delta i undersøkelsen. Det er viktig å påpeke at respondentene har svært hektisk hverdager og av denne grunn ikke kan delta på undersøkelsen. Svarprosenten kan også forklares med at alternativkostanden kan bli høy. Det kan koste mye tid å bruke på spørreundersøkelser. Undersøkelsen ble sendt ut rett før påsketid, dette kan eventuelt også ha påvirket svarprosenten. Kanskje utvalg av et bedre tidspunkt kunne gitt en bedre svarprosent.

Det er også verdt å nevne at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten er et svært relativt nytt forskningsemne. Det er blitt påpekt ved tidligere kapitler at det er manglende forskning på rapportering av ikke-finansiell informasjon blant norske børsnoterte selskaper. Studien gjort av Gjølberg og Meling (2004) viste til rapportering av ikke-finansiell informasjon blant Norges 100 største bedrifter. Forskningen fokuserte på kartlegging av rapporteringspraksis, der studieobjektet var norskes største bedrifter. Forskning med fokus på regnskapsbrukernes perspektiv er det mangel på her i Norge, noe som gjør at svarprosenten på undersøkelsen forventes å være lav. Manglede forskning på emnet og emnets manglede fokus i samfunnet påvirker også svarprosenten.

Jeg vil argumentere for, tross for den lave svarprosenten på undersøkelsen, vil jeg kunne bruke datamaterialet for å utrede diskusjon og konklusjon for forskningen. Ved å bruke teorikapitlet med tidligere forskning vil jeg bruke innsamlet datamateriale for å kartlegge praksis på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon av norske børsnoterte selskaper. På grunn av den lave deltagelsesprosenten vil jeg derimot ikke kunne konkludere med at undersøkelsen kan generaliseres til populasjonen. Jeg vil derimot kommentere at denne undersøkelsen åpner rom for diskusjon og innsikt i hva fremtidig forskning kan fokusere på når det gjelder offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon fra et brukerperspektiv.

4.1.1. Studiens ordinale data

Å gi respondenten muligheten til å nyansere svarene sine er viktig ved bruk av spørreundersøkelser til datainnsamling. Vanlige skalaer brukt ved slike undersøkelser er holdningsskalaer. Holdningsskalaer, også kalt Likert-skalaer gjør at respondenten kan nyansere besvarelsen fra et høyt til lavt nivå (Johannessen, Tufte et al. 2010). Undersøkelsen som blir brukt i forbindelse med denne studien er utarbeidet slik at svaralternativene er på et ordinalnivå. Dette vil si at innsamlet datamateriale kan klassifiseres og rangordnes ved analysearbeid. Tatt til følge at jeg ikke er ute etter korrelasjonssammenhenger mellom ulike variabler, vil jeg heller ikke ha problemer med å analysere datainnsamlingen. For Keller (2005) påpeker at avstanden mellom kategoriene brukt i undersøkelsen kan påvirke analysen av sammenhenger mellom ordinale variabler. Keller (2005) skriver at årsaken til dette kommer av at forskeren ikke har konkrete avstander mellom brukte

variabler. Girpsrud, Olsson et al. (2010) derimot skriver at i praksis blir det sjeldent tatt hensyn til denne type problemstilling.

Skalaen brukt ved denne undersøkelsen går fra 1 - 7, der 1 - 2 er helt uenig og 6 - 7 er helt enig. En slik skala vil gi meg muligheten til å forske på ekstreme verdier, en slik skala gir også muligheten til å unngå observasjoner som påvirker gjennomsnittet. For å kartlegge graden av ikke-finansiell informasjon knyttet til de ulike variabler er jeg mest interessert i de ekstreme verdiene. Jeg vil i den forbindelse slå sammen verdier i skalaen for å gjøre diskusjonen og analysearbeidet mer nøyaktig. Altså helt uenig (1 + 2) og helt enig (6 + 7). For å gjøre forskningen mer nøyaktig brukte jeg verdi 4 til verken enig / uenig. Slik at respondenten hadde muligheten til ikke å ha noe formening om påstanden. Midt-verdiene som 3 og 5 vil bli referert til som nøytral positiv (5) eller nøytral negativ (3) i forhold til påstanden. Hensikten er å se på ekstremverdiene, det er disse verdiene som er mest interessante for denne forskningen og som virkelig gir innsikt i regnskapsbrukernes perspektiv på emnet.

4.2. Målvalidering

I delkapitlet 2.6.2 diskuterte jeg studiens interne validitet og overflatevaliditet. Ved målvalidering fokuseres det hovedsakelig på to valideringsformer: teoretisk og empirisk validitet. Teoretisk validitet innebærer overflate- og prosessvaliditet for begrepene. Dette er noe jeg ikke vil gå nærmere inn på, med hensyn til at overflatevaliditet og intern validitet er blitt diskutert i delkapitlet 2.6.2. Det er verdt å påpeke at måleskalaer som blir brukt i denne undersøkelsen har jeg utviklet, og dermed ble det ekstra viktig å bevare dette validitetskravet. Prosessvaliditeten derimot tar for seg prosessen i målutviklingen. Her går det ut på om målutviklingsprosessen har vært systematisk. I kapittel 2. forskningsdesign og metodevalg brukte jeg Bollens (1989) fire-steps modell for etablering av målutvikling. Kravet for målvalidering er ivaretatt ved å følge disse fire stegene.

Empirisk validitet derimot handler om forholdet til dimensjoner brukt i forskningen. Den tar for seg begrepene etter datainnsamlingen. Ved å teste empirisk validitet sikres forskningens resultater, hensikten med denne type valideringskriterier er at målefeil elimineres og resultatene av analysen blir mer konkrete. Igjen blir dette ikke problematisk i forhold til denne oppgaven, da jeg bruker egne etablerte måleskalaer. Dette hadde derimot blitt et kriterie dersom jeg hadde benyttet meg av reflekssive måleskalaer. For kartlegging av praksis på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon av norske børsnoterte selskaper, ser jeg heller på helheten og ønsker å beskrive den i denne oppgaven.

4.3. Oppgavens analysearbeid

Oppgavens analyse og diskusjon vil bli sett i forhold til tidligere forskning utredet på teorikapitlet. Analysen går hovedsakelig ut på å se hva som er likt og ulikt i forhold til funn av tidligere forskning. Presenteringen av analysen vil ligne den Arvidsson (2011) har i sin forskning. Jeg vil presentere datafunnet og diskusjonen i forhold til teorikapitlet i kronologiske rekkefølge. Ved å ta for meg hver enkelt variabel vil jeg presentere og diskutere funn ved denne studien. På denne måten vil fremstillingen av datafunnet også gi et bedre bilde på helheten og dermed også gi en bedre mulighet til å trekke konklusjon.

Jeg vil heller ikke bruke korrelasjonsmatriser som måler sammenhengen mellom ulike variabler, eller andre statistiske analyser som ser på samvariasjon. Jeg er mer interessert i regnskapsbrukernes mening i forhold til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Hensikten er å fremstille dette ved å diskutere datainnsamlingen opp mot tidligere forskning, og se på hva brukerperspektivet mener om norske børsnoterte selskapers rapportering. Jeg vil benytte meg hovedsakelig av prosentandeler på analysen, og på denne måten presentere brukerperspektivets svar på emnet for så til slutt å trekke en konklusjon på funnet. Dette kommer hovedsakelig av den lave deltagelsesprosenten ved denne undersøkelsen. Begrensningen gitt av deltagelsesprosenten gjør at utarbeidelse av korrelasjonsmatriser eller andre statistiske analyser ikke ville gi konkluderende resultater. Tatt til følge at en veldig stor del av respondentene ikke har fullført undersøkelsen ville svar gitt ved statistiske matriser være skjevt fordelt, og dermed også påvirke resultatet. Konkluderende vil innsikt i respondentenes mening gitt ved prosentandel være en bedre fremgangsmåte for å løse denne oppgaven.

4.4. Oppsummering av kapitlet databehandling

Dette kapitlet tok for seg databehandlingen av deltagelsens svarprosent og utfordringer ved undersøkelsen. Som vist fikk jeg en svarprosent på 3.54 % med sum 22 besvarte spørreundersøkelser. Svarprosenten er svært lav, noe som er forventet ved elektroniske spørreundersøkelser. Den lave svarprosenten ble også argumentert med ulike utfordringer forbundet med slike undersøkelser, og begrensninger den fører med til analysearbeidet. Lavt svarprosent begrenser muligheten for god innsikt i brukerperspektivets syn på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Svarprosenten påvirker også besvarelsen, da det ikke blir noe variasjon i skalaen og dermed også forskningsfunnet.

De fleste av spørsmålene utarbeidet i denne undersøkelsen har svaralternativer på ordinalnivå. utfordringer ved like svaralternativer ble påpekt å være i forhold til analysing av sammenhengen mellom det ordinale variablene. Tatt til hensyn at denne oppgaven bygger på egne etablerte måleskalaer og at jeg ikke skal fokusere studien på korrelasjon mellom variablene blir dette ikke en utfordring (Keller 2005). Skalaen brukt ved undersøkelsen går fra 1 - 7, som gjør at jeg i utgangspunktet unngår at de ekstreme verdiene har negativ påvirkning på gjennomsnittet. Til tross for dette fokuserer studien på kartlegging av praksisen på offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon blant norske børsnoterte selskaper. Det er disse ekstreme verdiene som vil forklare regnskapsbrukernes syn på praksisen, og dermed blir viktige for denne forskningen.

Ulike validitetskriterier ble ivaretatt ved å følge Bollens (1989) fire-steps målutviklingsmodell. Dette gjør at til tross for den lave svarprosenten kan datamaterialet bli brukt til diskusjon og konklusjon ved denne studien. Avslutningsvis presenterte jeg hvordan analysearbeidet vil gjennomføres ved denne studien.

5. Studiens resultater, analysearbeid og diskusjon

Dette delkapitlet vil omhandle drøfting og presentering av innsamlede resultater ved den kvantitative spørreundersøkelsen. Resultatene vil bli presentert enkelt, der jeg vil benytte meg av prosentandeler for å kommentere forskningsfunnet. Jeg vil også benytte det teoretiske grunnlaget gitt i kapittel 1, for å kommentere de enkelte variablene. For å gjøre presenteringen av oppgaven ryddig, og bedre forståelig vil jeg presentere resultatet, analysen og diskusjonen i samme kronologiske rekkefølge som teorikapitlet. Jeg vil først presentere den generelle resultat for så å gå nærmere inn i analysen og de konkrete variablene i de respektive delkapitlene. Avslutningsvis i dette kapitlet vil jeg ta for meg diskusjonen rundt viktighetsgraden av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Her vil det fokuseres på påstanden om det «*utilstrekkelige regnskapet*», for så å konkludere diskusjonen med kapitlets oppsummering.

5.1. Respondentenes yrkestilhørighet

For å sikre oppgavens reliabilitet er det viktig at man kan stole på resultatene ved en måling. Det var viktig at spørreundersøkelsen besvares av en nøkkelinformant, for på denne måten å øke studiens pålitelighet. I delkapitlet 3.6.1. definerer Anderson (1987) at nøkkelinformant er en person verdifull, bredt og unik kunnskap innen aktuell fagfelt. Bruken av nøkkelinformanter er sikret ved å se på respondentenes yrkestilhørighet, og på denne måten også styrke studiens validitet.

Tabell 7. Respondentenes tilhørighet

Hvilken av følgende grupper tilhører du?	N = 22
Institusjonell / profesjonell investor	13.64 %
Finansanalytiker / investeringsrådgiver	9.09 %
Kreditor / långiver	0.00 %
Revisorer / regnskapsførere	31.82 %
Annet	31.82 %

31.82 % av respondentene svarte på «annet» på yrkestilhørighet, noe høyere enn forventet med hensyn på respondent summen. Hensyntatt utvalg av respondentgrupper ved datainnsamling, vil jeg påstå at til tross for at respondentene svarte «annet» inngår de som relevante for studien. Studiens bruk av nøkkelinformanter er oppfylt ved å se på tilhørigheten til respondentene. Sum respondenter som inngår i studiens ønsket rammeverk er ivaretatt ved høyere prosentandel, dermed styrkes også resultatenes validitet.

Mangelen på respondenter ved yrkestilhørigheten «kreditor / långiver» kan komme av ulike årsaker.

Respondentenes frafall og undersøkelses svarprosent ble diskutert i kapitlet 4.1. Her diskuterte jeg blant annet til ulemper ved bruk av elektronisk spørreundersøkelse, og årsaker til respondentfracfall ved slike undersøkelser. Frafall av respondenter i denne gruppen vil kanskje ikke gi like bra innblikk i regnskapsbrukernes perspektiv i offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon i årsregnskapene til norske børsnoterte selskaper. Dette er tross alt en gruppe med relevant informasjon på emnet. Likeså vil jeg påstå at besvarelser fra andre respondentgrupper vil gi et rikt innblikk på regnskapsbrukernes perspektiv på rapporteringen av ikke-finansiell informasjon og dermed bidra til en god forskningsmulighet.

5.2. Regnskapsbrukernes perspektiv på ledelsens incentiver for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten

Første forskningsfokus var å rette seg på ledelsens incentiver for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Dette delkapitlet tar for seg diskusjonen om påstandene gitt av Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001), om at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon påvirker selskapets konkurransedyktighet og markedsposisjon. Jeg vil også diskutere Arvidsson (2011) sine påstander om at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i virksomheten.

5.2.1. Påvirkning av konkurransedyktighet og markedsposisjon

Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001) tar opp diskusjonen om informasjonsasymmetri i markedet. Diskusjonen dreier seg om informasjonen virksomheter gir fra seg og informasjonen interessentene ønsker. Artikkelen påstår at informasjonsgapet i markedet kan skyldes ønsket om ikke å utdele strategisk informasjon som kan påvirke virksomheten, deres markedsandel eller deres konkurranseposisjon.

Påstander som tar for seg incentiver for rapportering av ikke-finansiell informasjon ble viktige for denne studien. Jeg forsket på disse påstandene ved å se på regnskapsbrukergruppene sine perspektiv på problemstillingen. I diskusjonen om at børsnoterte selskaper ikke ønsker å dele ut ikke-finansiell informasjon som kan påvirke deres konkurransedyktighet eller markedsposisjon finner denne undersøkelsen ingen støtte for. Regnskapsbrukernes perspektiv på disse påstandene holder seg på negative side av skalaen. Svarprosenten som er helt uenig (1+2) i påstanden om at *«børsnoterte selskaper ønsker ikke å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon fordi at det kan påvirke deres konkurransedyktighet»* ligger derimot på 27.3 %. Når det gjelder påstanden om at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon påvirker selskapets konkurransedyktighet, finner jeg ingen støtte for

det. Svarprosenten på denne påstanden holder seg nøytralt negativt (3) med 36.4 %, i motsetning til nøytral positiv (5) som ligger på 9.1 %.

I påstanden om at *«børsnoterte selskaper ønsker ikke å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon fordi det kan påvirke deres markedsposisjon»* veier skalaen mer på den negative siden. Her er det 18.2 % som svarer helt uenig, og hele 36.4 som holder seg nøytral negativ til påstanden. Med kun 9.1 % som sier seg enig i påstanden, finner studien heller ikke støtte for at børsnoterte selskap ikke offentliggjør ikke-finansiell informasjon fordi det kan påvirke deres markedsposisjon.

At studiens funn er ikke støttet funnet gitt av Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001), kan si noe om endring i rapporteringsgraden i perioden 2001 til 2014/15. Endring i rapporteringsgraden vil ha ført til endring i regnskapsbrukernes perspektiv på påstandene. Om det er noe skift i fokuset på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon blant norske børsnoterte selskaper vil bli diskutert nærmere i kapittel 5.3. Andre årsaker til hvorfor regnskapsbrukerne mener at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon, kan komme av at virksomhetstransparens når det gjelder offentliggjøring av informasjon har positiv effekt på blant annet markedsposisjon. Når det gjelder konkurransedyktighet, kan man spekulere i at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon viser virksomhetens styrker og dermed har positiv effekt på konkurransedyktighet. Dette kan også forklare den høye svarprosenten som var helt uenig i påstanden. Ulike årsaker som også kan forbindes med slik svarprosent kan diskuteres i sammenheng med påstandene gitt av lederperspektivet i Arvidsson (2011) sin studie, som vil bli diskutert under dette kapitlet.

Påvirkning av markedsposisjon og konkurransedyktighet ved offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon har vært en svært interessant problemstilling. Jeg har testet påstandene også i forhold til andre variabler. Se vedlegg 3 for test av påstander knyttet til påvirkning av konkurransedyktighet og markedsposisjon. Dette har jeg gjort ved å være mer spesifikk på hva som eventuelt ville påvirke markedsposisjon og konkurransedyktighet blant norske børsnoterte selskaper. Oppsummerende ved alle testede variabler finner denne studien støtte for påstandene gitt av Arvidsson (2011), og at den nok en gang ikke finner støtte for Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001) sin studie.

Gjennomgående ved test av variablene;

- Organisatoriske prosesser og rutiner
- Menneskelige ressurser
- Corporate Social Responsibility

har denne studien på brukerperspektivet funnet støtte på Arvidsson (2011) sitt lederperspektiv om at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten gir bedre innsikt i selskapet. Ved hver

test som bekreftet denne påstanden økte også prosentgraden som ikke støttet Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001) sin påstand om at børsnoterte selskaper ikke ønsker å dele ikke-finansiell informasjon i årsregnskapet fordi den kan påvirke deres markedsposisjon og konkurransedyktighet. Dette støtter påstanden påpekt tidligere i kapitlet om at virksomhetstransparens, og offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon kan bidra til motsatt effekt i forbindelse med konkurransedyktighet og markedsposisjon. Tabellen under viser regnskapsbrukernes samlede svarprosent på ovennevnte variabler. Tabell 2 viser begreper som hver av disse variablene inneholder. Jeg har samlet resultatene gitt ved disse begrepene for å se svarprosenten på hovedvariabelen. Vedlegg 3, hvordan disse variablene er blitt testet ved bruk av de ulike påstandene.

Tabell 8. Ikke-fin-informasjons innvirkning på konkurransedyktighet og markedsposisjon

	Positiv påvirkning på konkurransedyktighet og markedsposisjon $x > 4$	Negativ påvirkning på konkurransedyktighet og markedsposisjon $x < 4$
Organisatoriske prosesser og rutiner		
Kvalitet	14.3 %	42.9 %
Produksjonseffektivitet	14.3 %	42.9 %
Teknologi	14.3 %	57.2 %
Produkt ytelse	14.3 %	28.6 %
Organisasjonskultur	14.3 %	57.2 %
Organisasjonsytelse	-	57.2 %
Menneskelige ressurser		
Styre/ ledergruppe	42.9 %	14.3 %
Leverandørnettverk	28.6 %	28.3 %
Distributører	28.6 %	28.6 %
Strategiske allianser	42.9 %	-
Samarbeidsavtaler	42.9 %	14.3 %
FoU		
FoU aktivitet	14.3 %	42.9 %
Produktportefølje	14.3 %	28.6 %
Patenter	28.6 %	28.6 %
Innovasjon	14.3 %	28.6 %

Corporate Social Responsibility	Positiv påvirkning på konkurransedyktighet og markedsposisjon $x > 4$	Negativ påvirkning på konkurransedyktighet og markedsposisjon $x < 4$
Miljøpolitikk	66.7 %	16.7 %
Samfunnsansvar	66.7 %	16.7 %

Studien finner derimot støtte i Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001) sin påstand i forskningen om rapportering av FoU kan ha negativ effekt i konkurransedyktighet og markedsposisjon.

Respondentenes besvarelse ligger på den enige siden av skalaen. Dette kan eventuelt ha noe å gjøre med at stor rapporteringsgrad av slik intern informasjon kan gjøre virksomheter mer sårbare. FoU omhandler graden av systematisk arbeid som blir gjennomført for å sikre fremskaffelse av ny kunnskap, eller ny produksjonsmetode⁵. Bare ved å ta denne definisjonen til følge ser man at rapportering av slik informasjon vil ha negativ effekt i selskapets konkurransedyktighet og ikke minst markedsposisjon.

5.2.2. Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre forståelse av virksomheten

Arvidssons (2011) diskuterer i studien sin om at ledelsesincentiver for kommunisering av ikke-finansiell informasjon kommer av at det vil gi bedre forståelse av virksomheten. Den vil også gi et bedre bilde på virksomheten og hvordan selskapet opererer. Arvidsson (2011) påpeker også at frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter er en avgjørende faktor for å løse problemer med tradisjonell finansiell rapportering. Moe-Helgesen et al. (2001), Gjølborg og Meling (2004) og Arvidsson (2011) diskuterer frem at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon vil gi bedre innsikt i blant annet virksomhetens økonomiske tilstand, eventuell framtidige utvikling og ikke minst deres sosiale «virkelighet». Reduseringen av informasjonsasymmetrien kan også forbedre allokering av ressurser på aksjemarkedet og gi lavere gjennomsnittlige kostnader både på egenkapital og fremmedkapital.

⁵ ⁵ Nærings- og fiskedepartementet 2000: 7; (30.01.15) <https://www.regjeringen.no/nb/dokumenter/nou-2000-7/id376058/?docId=NOU200020000007000DDDEPIS&q=&navchap=1&ch=5>

Tabell 9. Prosentandel i ledesens icentiver for offentliggjøring av ikke- finansiell informasjon

	Helt uenig 1 - 2	Nøytral neg. 3	Verken enig/ uenig 4	Nøytral pos. 5	Helt enig 6 - 7
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers aktiviteter.	0.00 %	0.00 %	0.00 %	27.3 %	72.6%
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers økonomiske tilstand.	0.00 %	0.00 %	45.5 %	36.4 %	18.2 %
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers forretningsstrategier.	0.00 %	0.00 %	18.2 %	45.5%	36.4 %

Tabell 8. viser at denne studien finner støtte for Arvidsson (2011) sin påstand. Lederperspektivets mening om at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre forståelse av virksomheten samsvarer med brukerperspektivets mening angående samme påstand. Fra tabellen kan man lese at det er relativ stor svarprosent på positiv nøytral (5), men en sterkere besvarelsesprosent på de som er helt enig (6 + 7). I delkapitlet ovenfor ble det spekulert om at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon ikke påvirker konkurransedyktighet og markedsposisjon. En bedre innsikt ved børsnoterte selskapers årsrapport kan eventuelt være positivt relatert til dens markedsposisjon og konkurransedyktighet.

Om offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon bidrar til å forbedre allokering av ressurser på aksjemarkedet, eller om offentliggjøring av denne type informasjon gir lavere gjennomsnittlige kostnader både på egenkapital og fremmedkapital, var også noe jeg ønsket å finne ut i denne studien. Påstanden «*frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon fører til en forbedret allokering av ressurser på aksjemarkedet*» har et relativt positiv svarprosent. 55.6 % av respondentene svarer på positiv nøytral (5), mens bare 11.1 % svarer helt enig. Påstanden om at «*frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir lavere gjennomsnittskostander både på EK og fremmedkapital for børsnoterte selskaper*» er det en prosentandel på 66.7 som svarer verken enig eller uenig. At svarprosenten ligger sentrert mot midten, kan komme av at respondentene er usikker rundt svaret. Dette igjen kan være resultat av respondentens kunnskap rundt påstanden. Med kun 9.09 % respondenter på yrkestilhørigheten finansanalytiker / investeringsrådgiver kan besvarelsen påvirkes av svarene til andre regnskapsbrukergrupper. Likeså vil funn ved denne studien kunne si at det er relasjon mellom de gitte påstander og offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon.

5.3. Fokusskifte i offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten

Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon blir gjort allerede til en viss grad. Gjørberg og Meling (2004) viser i sin rapport av ikke-finansiellrapportering ved norske bedrifter at stadig flere bedrifter offentliggjør slik informasjon. I teorikapitlet ble det påpekt at det er imidlertid oppmuntring av både eksterne interessenter, brukergruppe og myndigheter om offentliggjøring av slik informasjon i større grad. I forbindelse med dette interesserte jeg meg for å finne ut om det er noe endring i fokuset på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon blant norske børsnoterte selskaper. I spørsmålet om rapporteringsgraden av ikke-finansiell informasjon har økt de siste 5 årene, veier besvarelsen av spørsmålet på den nøytral positive siden. Med ingen prosentandel i uenig, er det 40.0 % som holder seg nøytral positiv (5) til påstanden i at graden av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon har økt de siste 5 årene.

For å få et bedre bilde av hvilke type ikke-finansiell informasjon som har opplevd størst endring i fokus av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon, undersøkte jeg de fire variablene studien fokuserer på;

- Organisatoriske prosesser og rutiner
- Menneskelige ressurser
- Forskning og utvikling
- Corporate Social Responsibility

Tabell 10. Endring i fokus i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

	Mer fokus	Mindre fokus	Uendret
Organisatoriske prosesser og rutiner	55.6 %	22.2 %	22.2 %
Menneskelige ressurser	11.1 %	33.3 %	55.6 %
Forskning og utvikling	55.6 %	22.2 %	22.2 %
Corporate Social Responsibility	100 %	0.00 %	0.00 %

Gjørberg og Meling (2004) diskuterer at den type informasjon bedrifter utgir mest av angår gjerne miljømessige og sosiale forhold. Dette tilsier at offentliggjøring av slik informasjon regnes som et tegn på at bedriftene viser samfunnsansvar og bidrar til bærekraftig utvikling. Studien viser videre at rapportering på miljøforhold ligger langt sterkere enn rapportering av sosiale forhold. Studien presenterer at hele 63 % av virksomheter ikke viser til sosiale aspekter ved virksomheten i årsberetninger.

Tabell 10 viser hvilke variabel har opplevd størst fokusendring i forhold til rapportering av ikke-finansiell informasjon. Forskningsfunnet ved denne studien tilsier at det er blitt mer fokus på informasjon knyttet til CSR. Studien viser også at organisatoriske prosesser og rutiner og FoU har fått en økning i rapporteringsfokus i forhold til offentliggjøring av ikke finansiell informasjon i årsrapporten.

I spørsmålet om hvilke av disse variablene har høy offentliggjøringsgrad i årsrapporten finner denne studien støtte i Gjørberg og Meling (2004) sitt forskningsfunn om at informasjonen bedrifter utgir mest av angår gjerne miljømessige og sosiale forhold. 100 % av respondentene svarer at informasjon knyttet til CSR blir best rapportert i børsnoterte selskapenes årsrapport. Studien finner også støtte på at rapportering knyttet til miljømessigeforhold ligger langt sterkere enn rapportering av sosiale forhold, som i dette tilfellet referer til menneskelige ressurser.

Tabell 11. Rapporteringsgrad av ikke-finansiell informasjon knyttet til hovedvariabler

	Lav rapp.grad	Høy rapp.grad
Organisatoriske prosesser og rutiner	44.4 %	22.2 %
Menneskelige ressurser	44.4 %	22.2 %
Forskning og utvikling	22.2 %	44.4 %
Corporate Social Responsibility	11.1 %	55.6 %

Hensikten med slike todelte spørsmål var å se på om endring i fokus på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til ovennevnte variabler påvirket rapporteringsgraden. Funnet ved denne studien tilsier at det er sterkt samvariasjon mellom fokus på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon og offentliggjøring av samme informasjon i årsrapporten. Altså, variablene som skårer høyt på «*mer fokus*» i offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon, har også høy rapporteringsgrad i årsrapporten.

5.3.1. Ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonen

Arvidsson (2011) og Bukh et al. (2006) diskuterer informasjonen som etterspørres knyttet til organisasjonens organisatoriske prosesser / rutiner, kvalitet, ytelse, produksjonseffektivitet / teknologi og bedriftskultur. I forbindelse med dette fokuserte jeg forskningen på hvordan de ovennevnte organisatoriske variablene blir rapportert i årsrapportene til børsnoterte selskaper.

Oppsummerende viser funn ved denne studien at respondentene er «*verken enig eller uenig*» i påstandene om at børsnoterte selskapers offentliggjøring ikke-finansiell informasjon er knyttet til:

- Organisatoriske prosesser / rutiner (71.4 %)
- Kvalitet (42.9 %)
- Ytelse (71.4 %)
- Produksjonseffektivitet (42.9 %) / teknologi (28.6 %)
- Bedriftskultur (13.64 %).

Slik besvarelse gir ikke mye rom for tolkning av resultater. Dette med tanke på at variabelen organisatoriske prosesser / rutiner har resultert med relativ høyt grad av fokus ved offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon, jamfør tabell 9. Min tanke var automatisk Frankfort-Nachmias og Nachmias (2008) sitt eksempel på en ulempe ved elektroniske spørreundersøkelser. Dette eksemplifiserer de med at respondenten krysser av alternativer gitt til venstre på skalaen. Dette igjen blir begrunnet med leserstill som da er fra venstre mot høyre. For å unngå denne problematikken ved elektronisk spørreundersøkelse og for å unngå vilkårlig avkrysning, har jeg tilført «*ønsker ikke svare*» alternativet ved avkrysning. Jeg vil også påstå at dette kan være tilfelle hvor respondenten ikke har noe mening angående påstandene, og dermed velger det bestemte svaralternativet. Alternativt kan det være manglede innsikt i rapporteringen knyttet til variabelen, som igjen resulterer i valget «*verken enig eller uenig*». Slik besvarelse kan også forekomme dersom «*verken enig/uenig*» tolkes som nøytral midtpunkt for besvarelse av påstanden.

Målet ved denne undersøkelsen var å finne ut om studien ville støtte eller motsi rapporten gitt av Gjørberg og Meling (2004). Forfatterne viser at ved rapportering av sosiale aspekter ved selskapsider, er det 63 % av selskaper som ikke nevner denne aspekten i årsberetningen. Riktignok studerte Gjørberg og Meling (2004) forhold i forbindelse med bedriftens indre miljø, som diskriminering, likestilling og arbeidstakerrettigheter. Rapportering knyttet til organisasjonen, altså organisatoriske prosesser / rutiner, kvalitet, ytelse, produksjonseffektivitet / teknologi og bedriftskultur handler mer om informasjon som presenterer fremtidige verdidrivere. Årsrapporter inneholder gjerne deler hvor virksomheter presenterer egen drift, teknologi, kvalitet m.m. Informasjon gitt ved disse deler av rapporten har til hensikt å presentere virksomheten. Ved spekulasjon rundt påstandene, om hva forskeren mener med påstanden kan det skape tilfeller hvor slike besvarelser forekommer. Kanskje ved å stille spørsmålet mer spesifikt, eller fra en annen vinkel som ville gi bedre innsikt ville svarresultatet ikke vært midtstilt. Eventuelt brukt en annen skala for besvarelsen av dette spørsmålet.

5.3.2. Ikke-finansiell informasjon knyttet til menneskelige ressurser

Gjølberg og Meling, (2004) viser i sin studie at 80% av undersøkte selskaper relaterer den ikke-finansielle informasjon som kommuniseres i årsrapporten til selskapets strategi. Når det gjelder praktisering av rapporteringen så velger bedrifter å kommentere, at ikke-finansiell informasjon skal kommuniseres i en strategisk sammenheng. Informasjonen som rapporteres skal ikke komme til skade for bedriftens konkurransefortrinn eller gjøre bedriften for transparent og sårbar i markedet. De resterende 20 prosent som ikke relaterer denne type informasjon til selskapets strategi og verdiskapning, begrunner ikke rapporteringen med at «*de ikke finner dette nødvendig*» (Gjølberg og Meling, 2004).

Mennesker er ansett som viktige ressurser for selskaper og deres ytelse. Bukh et al. (2006) skriver at offentliggjøring av informasjon knyttet til styre / ledergruppe / teams, nettverk av leverandører / distributører, strategiske allianser, samarbeidsavtaler vil sterkt være korrelert med selskapet styre. Forfatteren påpeker også at ved ledelsesmessing eierskap i selskaper forventes det mindre åpenhet til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Her argumenterer forfatterne med at mengden for frivillig offentliggjøring av informasjon har en sterk kausal sammenheng med eierstrukturen til selskapet. Hensikten ved å studere brukerperspektivet var å få innsikt i type informasjon de mener blir best rapportert i årsregnskapet. Dette kan bidra til å kunne beskrivelse av hva virksomheter bør rapportere i sine årsrapporter i henhold til etterspørselen.

Funn ved denne studien støtter funn gitt av Gjølberg og Meling (2004), der forfatterne skriver at ikke-finansiell informasjon skal kommuniseres i en strategisk sammenheng. Undersøkelsen fokuserte på de ulike typer informasjon Bukh et al. (2006) viser er viktige i sin studie. Jeg forsket på brukerperspektivets syn i hvilke informasjon de mener blir best rapportert, og om rapportering av ikke-finansiell informasjon påvirkes av eierstrukturen i selskapet. I spørsmålet om «*børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til styre / ledergruppe*» er det stort sett positiv respons. Det er 28.6 % som svarer «*helt enig*» og 14.3 % som er positiv nøytrale om at informasjon knyttet til ledergruppe blir rapportert i selskapets årsrapporter. Når det gjelder «*offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet leverandørnettverk og distributører*» holder svarprosenten seg på nøytral negativ side av skalaen. For eksempel er det 42.9 % som svarer nøytral negativ (3) i påstanden om at børsnoterte selskaper rapporterer informasjon knyttet til leverandørnettverk. Svarprosenten er derimot positiv i påstandene om at «*børsnoterte selskaper rapporterer ikke-finansiell informasjon knyttet til strategiske allianser og samarbeidsavtaler*». Det er et svarprosent på 42.9 som er nøytral positiv (5) ved rapportering av samarbeidsavtaler, mens 28.6 % svarer «*helt enig*» i påstanden om strategiske allianser.

I påstanden gitt av Bukh et al. (2006) hevdes det at offentliggjøring av informasjon er korrelert med selskapet styre. Nevnt ovenfor skriver forfatterne at ved ledelsesmessing eierskap i selskaper forventes det mindre åpenhet til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Dette mente jeg var et viktig påstand å forske på. Jeg forsket på påstanden ved å spørre regnskapsbrukerne om de mener eierskap innen børsnoterte selskaper påvirker offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. Brukerperspektivet støtter påstanden gitt av Bukh et al. (2006). Med en svarprosent på 27.3 i nøytral positiv (5), 18.2 % som svarer «*helt enig*» og 36.4 % «*verken enig /uenig*» vil jeg påstå at virksomhetenes eierstruktur og eierskap innen selskapet kan ha noe påvirkning i rapporteringen av ikke-finansiell informasjon. Studiens resultater viser også at tross for at ledergruppen kan påvirke rapportering av ikke-finansiell informasjon, svarer regnskapsbrukerne også at ikke-finansiell informasjon blir godt rapportert i børsnoterte selskaps årsrapport.

5.3.3. Ikke-finansiell informasjon knyttet til forskning og utvikling

I teorikapitlet forklarte jeg at FoU anses å være viktig driver for virksomhetsendringer. Det er denne type driver som er med på å skape produkter, franchiser og nye patenter m.m. Immaterielle eiendeler knyttet til FoU er både rettet mot å utløse endringer og bevare eller forbedre selskapets markedsposisjon. Dermed vil de også kunne påvirke eller skape skift i etterspørselen av informasjon vedrørende årsrapportering. I følge Lev og Zarowin (1999) har mangelfull regnskapsmessig behandling av disse endringer bidratt til dokumentert nedgang i nytten av finansiell informasjon. Det ble også påpekt at rapportering av informasjon knyttet til FoU ikke var så enkelt. Dette kom av at FoU informasjon ikke alltid er spesifikk. Målet ble dermed å finne regnskapsbrukernes perspektiv på hvilke type ikke-finansiell informasjon blir rapportert i årsrapporten.

Funn angående offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i børsnoterte selskaps årsrapporter tilsier at det er noe lav rapporteringsgrad av variabelen FoU. Svarprosenten veier hovedsakelig på den negative siden av skalaen. Regnskapsbrukerne svarer gjennomgående med 14.3 % på «*helt uenig*». Svarprosenten veier på den negative siden av skalaen for påstandene:

- *Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon relatert til forskning- og utviklingsaktiviteter*
- *Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produktportofølen*
- *Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til patenter*
- *Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til innovasjon*

Besvarelsene ligger mer på den negative siden av skalaen. Viktig å påpeke er også svarprosenten som ikke ønsker å svare, som ligger på mellom 14.3 % på utviklingsaktiviteter og patenter. På innovasjon og produktportefølje ligger det derimot på 28.6 %, noe som er relativt høyt. Slik svarprosent kan indikere at tross for at etterspørselen etter slik informasjon kan være tilstede, svarer regnskapsbrukerne at den ikke blir godt rapportert i årsrapportene til børsnoterte selskaper. På den andre siden viser undersøkelsen også at andelen som ikke ønsker å svare, kan komme av at rapportering angående informasjon knyttet til FoU ikke er enkelt. Oppsummerende vil jeg si at undersøkelsen viser tegn til at rapportering av denne variabelen ikke er enkelt. Lev og Zarowin (1999) påpeker at regnskapsmessige behandlinger av denne variabelen er noe mangelfull. Dette kan dermed ha bidratt til dokumentert nedgang i nytten av finansiell informasjon. FoU er tross alt en vanskelig variabel. Det reiser spørsmål angående måling av variabelens verdier, og om FoU også bør bli regnet som en eiendel (FASB, 2011). Svarprosenten kan også forklares med at FoU først må identifiseres som en eiendel. Dette betyr per definisjon at det er «sannsynlighet for fremtidig nytte og kontroll». Samtidig må det være bevis for at en tidligere transaksjon eller hendelse av flere transaksjoner har skjedd (FASB 2001). Dette er spekulasjoner som eventuelt kan forklare hvorfor respondenter ikke ønsker å svare. Manglende innsikt i, og variabelens vanskelige definisjon kan eventuelt resultere med slik besvarelse.

5.3.4. Ikke-finansiell informasjon knyttet til CSR

Rapportering av CSR har stadig fått større plass innen forskning for selskapsrapportering og transparens. Offentliggjøring av denne type ikke-finansiell informasjon anses som viktig for både interne og eksterne interessenter. Zéghal og Ahmed (1990) diskuterte at virksomheter benytter seg av ulike mediekkanaler for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Forskningsfunnet ble støttet også av studier gjort av blant annet Branco og Rodrigues (2008) og Fallan (2013). Branco og Rodrigues (2008) begrunner bruken av flere medier til rapportering av CSR også med at selskaper med høy sosial profil er opptatt av omdømme. De er også stadig opptatt med å forbedre den gjennom et mediakanal der rapporteringen har lavere kostnader, men også en bred brukergruppe. Gjølberg og Meling (2004) skriver at gjennom offentlig rapportering av CSR kan ledelsen vise prioriteringer, motivere og bevisstgjøre deres ansatte og på denne måten skape tillit til ansatte. Det blir også påpekt at bedrifter som viser samfunnsansvar og offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon anses som mer attraktive for interessenter (Gjølberg og Meling ,2004; Arvidson,2011; Fallan 2013).

Målet med rapportering av CSR var å finne ut om disse påstandene støttes av undersøkelsen. I spørsmålet om «*børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til miljøpolitikk og samfunnsansvar*», svarer regnskapsbrukerne «helt enig» med 50.0 % i begge tilfellene. Studiens funn støtter både Arvidsson (2011) og Gjølberg og Meling (2004) sin forskningfunn som tilsier at børsnoterte selskaper har relativ høy rapporteringsgrad knyttet til CSR. Studien finner også støtte i funn gitt av Zéghal og Ahmed (1990), Branco og Rodrigues (2008) og Fallan (2013).

Tabell 12. Rapportering av CSR påvirkes av selskapes profil i markedet

	Helt enig (6 - 7)
Selskaper med høy sosial profil er opptatt av omdømme og har dermed større rapporteringsgrad av CSR informasjon	50.0 %
Selskaper benytter seg av flere mediekkanaler for rapportering av CSR informasjon	33.3 %
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i flere mediekkanaler gir økt innsikt i selskapets aktiviteter, ansvar og verdier	33.4 %

Årsaker som kan forklare selskapets bruk av andre medier for offentliggjøring av CSR informasjon er å appellere til et bredere globalt sett av interessenter i virtuell sanntid med redusert kostnad, og med mer regelmessige intervaller enn den årlige rapporten (Williams og Pei, 1999). Det ble også påpekt i teorikapitlet at miljømessige hendelser er mer hyppige og krever relativ raske kanaler for rapportering av informasjon.

I teorikapitlet ble det også diskutert om at offentliggjøring av CSR informasjon skaper tillit til selskaper og ikke minst at det bidrar til investering i selskapet. Gjølberg og Meling (2004) påsto at gjennom offentlig rapportering av CSR kan ledelsen vise prioriteringer, motivere og bevisstgjøre deres ansatte og på denne måten skape tillit til ansatte. Datainnsamlingen ved denne studien finner støtte for disse påstandene. Jeg studerte påstandene hver for seg, slik at respondenten hadde muligheten til å dømme hver påstand for seg. Det sammenlagte svar på påstandene:

- Offentliggjøring av CSR er motivasjonsfaktor for selskapets ansatte
- Offentliggjøring av CSR skaper tillit til selskapet
- Offentliggjøring av CSR bidrar til økt investering i selskapet

ligger på 50.0 % på nøytral positiv (5). I forbindelse med disse påstandene er det ingen som svarer noe uenig. Tatt til følge at CSR ble den variabelen med størst fokus ved rapportering av informasjon (tabell 10) er ikke resultatet av undersøkelsen overraskende. Dette kan også ha noe å gjøre med at

rapportering av CSR angår selskapets forhold til omgivelsene. Det er viktig at selskaper beskriver hvordan de reflekterer over hvilke konsekvenser de har for samfunnet, og rapporter dette til interessentene (Gjølberg og Meling, 2004).

5.4. Brukerperspektivets svar på rapporteringsmengden av ikke-finansiell informasjon

Behovet fra interessentene for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon har økt betydelig de siste årene (Alert et al.2009; Holland og Johanson 2003). Arvidsson (2011) fokuserte studien på: «*Hvorfor har mengden av ikke-finansiell informasjon økt?*». I delkapitlet 2.3.1. Regnskapet formål ble det forklart at det er ønskelig med økt rapporteringsgrad av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. Alwert et.al. (2009) skrev at det «utilstrekkelige regnskapet» ikke gir nok ønsket informasjon.

Diskusjonen om det eksisterer et informasjonsgap mellom rapportert ikke-finansiell informasjon og ønsket informasjon er blitt diskutert gjennom store deler av teorikapitlet. Dette ble dermed noe jeg ønsket å finne ut i forbindelse med denne studien. Hensyntatt at det er noe tidsforskjell mellom studiene, håpet jeg at innsikt i regnskapsbrukernes perspektiv ville belyse denne diskusjonen. Til min overraskelse er forskningsfunnet ikke konkluderende. Besvarelsen av respondenter er sentrert i midten. Det vil si at respondenter svarer «*verken enig/uenig*» i problemstillingen. Med bare 16.7 % som svarer «*helt uenig*» og 50.0 % «*verken enig/uenig*» finner denne undersøkelsen verken støtte på gitte påstander, eller noe motsiende resultater. Det lave prosentandelen som svarte «*helt uenig*» kan eventuelt si noe om at selskaper er blitt bedre til å rapportere ikke-finansiell informasjon. Dette er noe som igjen kan ha påvirket informasjonsgapet i markedet.

Min tanke er at denne responsen kan også komme av svar gitt ved tabell 9. I delkapitlet 5.3 diskuterte jeg at det noe fokusskifte i forhold til rapportert ikke-finansiell informasjon. Dette kan også ha innvirket på besvarelsen om at det er gap mellom etterspørselen av ikke-finansiell informasjon. En økning i fokus på gitt informasjon kan ha redusert informasjonsasymmetrien i markedet og dermed økt tilfredsheten av rapportert informasjon. Dette mener jeg også bekrefter besvarelsene gitt ved tabell 11.

Tabell 13. Endring i rapporteringsgrad

	Mer fokus	Mindre fokus	Uendret
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten har økt de siste 5 årene	66.7 %	16.7 %	16.7 %
Børsnoterte selskaper har blitt flinkere til å rapportere ikke-finansiell informasjon i årsrapporter	66.7 %	16.7 %	16.7 %

5.5. «Det utilstrekkelige regnskapet»

Per i dag er mange av den oppfatning at regnskapsstandarder og finansregnskap er mer eller mindre uegnet for å gjenkjenne immaterielle eiendeler. Frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon fokusert på disse eiendelene blir vist å være den beste veien fremover for å overvinne den påståtte insuffisiens ved regnskaper. På denne måten vil det bidra til å redusere informasjonsasymmetrien i markedet (FASB 2001; Amir et al. 2003; Moe- Helgensen et al. 2001; Arvidsson 2011). ISAB reguleringer viser at informasjonen som skal gis ut til brukere skal både være «forståelig» og relevant. Informasjonen som utarbeides av virksomheter er relevant dersom det gir brukergrupperens mulighet til å estimere virksomhetens fremtidige hendelser.

Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon påstås å gi bedre muligheter for eksterne interessenter og brukere til å vurdere virksomhetens fremtidige verdi. Samtidig påstås det at ved slik offentliggjøring av informasjon vil eksterne interessenter få bedre innsikt i virksomheten. Kinserdal (2005) skriver at regnskapets hensikt er å vise til virksomhetens registreringer, målinger og kommunikasjon av deres økonomiske forhold. Informasjonens formål er å bidra til økt beslutningsnytte for regnskapsbrukerne, men også for bedriftsledelsen i forbindelse med analyse og kontroll i forhold til virksomheten. Regnskapsrapportene bør derfor avspeile denne type informasjon på en oversiktlig måte til brukerguppen den appellerer til (Kinserdal, 2005).

Teorikapitlet bygger på en rekke påstander som referer til «*det utilstrekkelige regnskapet*». Tidligere forskning viser også at regnskapet har fått redusert nytte (FASB 2001; Amir et al. 2003; Moe- Helgensen et al. 2001; Arvidsson 2011). Dette blir begrunnet med informasjonsgapet i markedet, at selskaper bør rapportere mer ikke-finansiell informasjon. Slike påstander og funn var noe jeg ville gjerne forske på. For å gjøre dette best mulig testet jeg tidligere funn ved å utarbeide påstander om norsk regnskapslov er godt egnet til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Først testet jeg respondentens mening ved å be om deres stilling i påstanden «*GRS og NRS er velegnet til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten*». Regnskapsbrukernes mening

angående denne påstanden er relativ positiv. 22.2 % er positiv nøytrale til påstanden, mens 11.1 % er helt enig. Det er viktig å poengtere den store andelen som svarer «verken enig/uenig» som er 44.4 %. Tross for at besvarelsen veier på den positive siden av skalaen, er det ikke et konkluderende svar for påstanden. Ved tidligere kapitler har jeg diskutert årsakene som kan resultere slik besvarelse (delkapittel 5.3.1.). Dette kan igjen være et slikt tilfelle hvor respondentene behandler verdien 4 (verken enig/uenig) som et nøytralt svarpunkt.

Den positive besvarelsen derimot tyder på at norske lov regulerer rapportering av ikke-finansiell informasjon på en god måte. At lover og forskrifter dekker rapporteringen av informasjon på et tilfredstillende måte. For å gjøre studien mer nøyaktig gjorde jeg dette ved å teste påstandene på hver hovedvariabel, altså; (se vedlegg 3 og vedlegg 16).

- Organisatoriske prosesser og rutiner
- Menneskelige ressurser
- Forskning og utvikling
- Corporate Social Responsibility

Regnskapsbrukergruppene svarer at norske lover og standarder dekker rapportering av ikke-finansiell informasjon på en god måte knyttet til organisatoriske prosesser og rutiner. Men i den andre påstanden så viser studien motstridende resultater. Dette støttes også av den tredje påstanden som vist i tabellen under. Min tanke til slike motstrider resultater er utfordringen ved elektroniske spørreundersøkelser gitt av Frankfort-Nachmias og Nachmias (2008). Forfatterne skriver at respondenten krysser av alternativer gitt til venstre på skalaen på grunn av leserstill, som da er fra venstre mot høyre. Hensikten med lignende påstander var å utføre kontroll på undersøkelsen. Tanken var å stille kontrollspørsmål, som eventuelt ville hjelpe med å validere undersøkelsen med blant annet å finne uteliggere og andre ekstreme verdier. Dette ville også gitt innblikk i hvordan undersøkelsen er blitt besvart og om dens hensikt er oppnådd.

Tabell 14. Regulering av ikke-finansiell informasjon knyttet til org.

	Enig 4 < x	Uenig 4 > x	Verken enig/uenig
GRS og NRS regulerer rapportering av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjon på en god måte	28.6 %	14.3 %	28.6 %
Myndighetene har ikke gode reguleringer som setter krav på hvilke informasjon som skal offentliggjøres	42.9 %	28.6 %	14.3 %
Informasjon som burde offentliggjøres er ikke godt nok dekket av	42.9 %	13.3 %	28.6 %

	Enig 4 < x	Uenig 4 > x	Verken enig/uenig
lover / forskrifter			
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til org. blir bedre dekket av IFRS-standarder	28.6 %	57.1 %	14.3 %

Besvarelsen gitt ved menneskelige ressurser gir lignende resultater. Igjen finner jeg det samme besvarelsesmønster som ved organisatoriske prosesser og rutiner. Jeg vil argumentere for at påstandene er blitt oppfattet på ulik måte og dermed gitt slik besvarelsesmønster. Min tanke er at den første påstanden kan bli oppfattet som norske lover og forskrifter har reguleringer som tar for seg rapportering av ikke-finansiell informasjon. Den andre og tredje påstand kan også tolkes i den sammenheng at til tross for at det finnes reguleringer som dekker rapportering av ikke-finansiell informasjon på en god måte finnes det ikke gode krav til hva som skal rapporteres. Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001) påpekte at verdigap mellom informasjonen virksomheter gir fra seg og informasjonen interessentene ønsker kan komme av mangelfulle retningslinjer for hvilke typer informasjon som skal offentliggjøres. Artikkelen viser at ledelsen kan tro de har dekket informasjonsbehovet, men har manglende informasjon om at markedet har behov for mer. Dermed blir det vist til nødvendigheten om rapportering av ikke-finansiell informasjon ved selskapets årsrapporter. Dette kan også være en alternativ forklaring på besvarelsen. Altså at eksisterende retningslinjer dekker en god del med ikke-finansiell informasjon, men når det gjelder spesifisering av informasjonen som skal rapporteres er det ikke godt med krav og definisjoner.

Tabell 15. Regulering av ikke-finansiell informasjon knyttet til menneskelige ressurser

	Enig 4 < x	Uenig 4 > x	Verken enig/uenig
GRS og NRS regulerer rapportering av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjon på en god måte	33.3 %	0 %	50 %
Myndighetene har ikke gode reguleringer som setter krav på hvilke informasjon som skal offentliggjøres	85.7 %	14.3 %	0 %
Informasjon som burde offentliggjøres er ikke godt nok dekket av lover / forskrifter	85.7 %	14.3 %	0 %
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til org. blir bedre dekket av IFRS-standarder	28.6 %	57.1 %	14.3 %

Like så vil jeg argumentere for de positive besvarelsene som skårer høyt på skalaen. Gjølberg og Meling (2004) sin rapport viser at hele 63 prosent av virksomheter ikke viser til sosiale aspekter ved

virksomheten i årsberetninger. Kan dette forklares av at reguleringer ikke dekker denne variabelen godt nok i forhold til rapportering? Et sentralt funn i studien til Eccles og Mavrinac (1995) var konklusjonen om at økonomiske- / finansrapporter har mistet sin betydning. Studien konkluderte med at økonomiske- / finansrapporter er ikke fremtidsorienterte og gir ikke nok verdibasert informasjon. Besvarelser gitt av disse to eksemplene og datafunn ved FoU og CSR viser at det er noe mangel på klare retningslinjer og definisjoner om hva som skal rapporteres av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. Om regnskapet er utilstrekkelig, om mangel på gode retningslinjer, krav og definisjoner på hva som skal rapporteres tilsier at det er viktig med stadig oppdatering av retningslinjer, lover og forskrifter. Siden bevegelsen mot et kunnskapsbasert og innovasjonsdrevet samfunn øker, er det viktig å holde følge med denne trenden. Det er viktig med nye måter å rapportere viktig virksomhetsinformasjon som gjør at regnskapet viser et riktig bilde av virksomheten. Ikke minst fordi den skal bidra til økt beslutningsnytte for regnskapsbrukerne, men også bedriftsledelsen.

5.6. Fremtidige trender i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

Arvidsson (2011) avsluttet studien sin med forskning på fremtidige trender i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Hensikten var å finne ledergruppens forhold til fremtidig utvikling i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon, og deres mening angående fremtidige trender. Funnet viser at forespørslere om slike offentliggjøringer kommer fra brukergrupper som finansanalytikere, revisorer, men også myndigheter. Studier viser at trenden vil øke med årene som kommer i form av krav og formalitet (Arvidsson 2003; Arvidsson 2011; Bukh et al.2006; FASB 2011).

Fokuset på denne delen av studien var å se hva de utvalgte brukergruppene mener om denne utviklingen. For å gjøre dette utarbeidet jeg påstander som regnskapsbrukerne kunne svare på angående fremtidig utvikling i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. Målet var å se om utvalgt brukergruppe kan komme med eventuelle forslag om hvordan en slik problematikk kan løses, som igjen kan bidra til øke forskningens nytte knyttet til rapportering av ikke-finansiell informasjon på årsrapporter. Først ville jeg forske på regnskapsbrukernes perspektiv på:

- *Børsnoterte selskaper vil bli mer presset til å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon på grunn av økning i bruk av immaterielle eiendeler til verdiskapning*
- *Internasjonal marked vil presse til økt rapportering av ikke-finansiell informasjon*

- *Myndighetene bør forbedre definisjoner på krav om hva som skal rapporteres av ikke-finansiell informasjon*

Ved første påstand svarer brukerperspektivet med 50.0 % på «*verken enig/uenig*». En slik besvarelse kan komme av manglende kunnskap om økning i bruk av immaterielle eiendeler vil påvirke offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Dette kan også være en måte å være nøytral til påstanden, altså at rapporteringen av ikke-finansiell informasjon ikke vil bli påvirket av et økt bruk av immaterielle eiendeler. På denne måten vil besvarelsen da være at regnskapsbrukere mener at økning i bruk av immaterielle eiendeler ikke påvirker rapporteringen av den ikke-finansielle informasjon.

Når det gjelder spørsmålet om det internasjonale markedet vil presse norske børsnoterte selskaper til å øke rapportering av ikke-finansiell informasjon, er det 66.7 % som svarer nøytral positiv (5). Tatt til følge at Norsk Regnskapslov stadig inkluderer internasjonale standarder og Baksaa (2010) diskuterte innføring av flere internasjonale standarder i Norsk Regnskapslov. Samtidig er det ingen tvil om at flere store børsnoterte selskaper operer i internasjonale markeder. At det internasjonale markedet kan presse til økt rapportering av ikke-finansiell informasjon er forventet ved børsnoterte selskaper. Bernhoft (2015) kommenterer at endringer i internasjonale regnskapsstandarder påvirker regnskapene for enkelte foretak. Endringer som for eksempel ble gjort i 2014 vil gi vesentlige endringer i enkelte selskapers regnskap. Med dette sagt er det ingen tvil om at endringer som forekommer i det internasjonale markedet kan påvirke regnskapsføringen og offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon også her i Norge.

Den siste påstanden gjaldt om myndighetene bør forbedre definisjoner på krav om hva som skal rapporteres av ikke-finansiell informasjon. Her igjen er det 50.0 % som svarer nøytral positiv (5) på påstanden. At respondentene mener at myndigheter bør forbedre definisjonene på hva som skal rapporteres, kommer av at lover, forskrifter og standarder alltid er under utvikling. Det er stadig endringer på hva som skal rapporteres av informasjon, endring av definisjoner til krav m.m. Årsak til den stadige endringen kommer fra den stadige fremveksten av kunnskapsbasert og innovasjonsdrevet fremdrift. Det er viktig at regnskapslover og standarder holder følge med denne utviklingen. Dermed settes det også krav til utvikling, endring og bedre spesifisering av lover, forskrifter og standarder som skal vise virksomhetens registreringer, målinger og kommunikasjon av deres økonomiske forhold (Kinserdal, 2005). Årsregnskapet skal vise både den subjektive og objektive, altså lovregulerte oppfatninger av virksomhetens «*virkelighet*» (Hines, 1988; Lukka, 1990).

I forhold til trender og fremtidig utvikling i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon, ble det også interessant å forske på regnskapsbrukernes mening på hvilke av variablene bør det fokuseres mest på når det gjelder offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten;

- Organisatoriske prosesser og rutiner
- Menneskelige ressurser
- FoU
- CSR

Tabell 16. Fremtidig fokus i offentligjøringen av ikke-finansiell informasjon

	Mer fokus	Mindre fokus	Uendret
Organisatoriske prosesser og rutiner	0.0 %	33.3 %	66.7 %
Menneskelige ressurser	33.3 %	33.3 %	33.3 %
FoU	83.3 %	16.7 %	0.0 %
CSR	66.7 %	16.7 %	16.7 %

Tabellen ovenfor viser klart at CSR og FoU er to variabler det bør fokuseres på når det gjelder fremtidige trender for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Bukh et al. (2006) skriver i konklusjonen at virksomheter stadig bruker immaterielle eiendeler til verdiskapning. Dermed blir det viktig med offentliggjøring av relevant informasjon knyttet til denne eiendelen og verdiskapningen. Dette kan forklare den store prosentandelen som mener at det bør fokuseres mer på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til FoU. Svarprosenten på CSR kan forklares med at CSR relateres til miljøansvar, menneskelige ressurser, produkter og forbrukere, og samfunnsengasjement. En motivasjonsfaktor for offentliggjøring av CSR er også å samsvare interessentenes normer og forventninger (Branco og Rodrigues, 2008). Rapportering av CSR vil alltid være et fokus i årsrapportene til børsnoterte selskaper. Dermed er det viktig med fokus på denne variabelen i forhold til rapportering. Fallan (2013) skriver at årsrapporten er en grei måte å rapportere både krevende informasjon og frivillig offentliggjøring av informasjon i samme rapporter, siden slike rapporter representerer tidligere år. Bedrifter viser samfunnsansvar ved offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon (Gjølberg og Meling, 2004; Arvidson, 2011; Fallan 2013).

Brukerperspektivet svarer derimot at rapportering knyttet til menneskelige ressurser og organisatoriske prosesser og rutiner er to variabler hvor det ikke er sterkt behov for mer fokus. I delkapittel 5.3.1. kommenterte jeg ulike årsaker til hvorfor regnskapsbrukerne er mindre interessert

i rapporteringen av denne variabelen. I 5.3.2 kommenterte jeg menneskelige ressurser. Dette kan igjen være samme tilfelle, hvor respondentene mener det ikke er nødvendig med sterk rapporteringsfokus på menneskelige ressurser og organisatoriske prosesser og rutiner.

Siste spørsmål i undersøkelsen var et enkelt spørsmål hvor respondenten ble spurt om personlig kommentar om fremtidige trender innen offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Hensyntatt at dette er et enkeltspørsmål og at respondenter kan velge om de vil svare og den lave svarprosenten har dette resultert med kun 1 svar. Det ble kommentert at når det gjelder fremtidige trender for rapportering av ikke-finansiell informasjon vil det være svært avhengig av selskapets bransje. Det kan handle om at virksomheter er kunnskapsbaserte og deres største verdier er deres ansatte (f.eks Google). Slike bedrifter bør gi mer ikke-offisiell informasjon enn f.eks produksjonsbaserte bedrifter, fordi regnskapet ikke viser bedriftens store verdi.

Jeg mener det vil bli endring i behovet for ikke-finansiell informasjon fordi vestlige bedrifter forandrer seg og blir mer kunnskapsdrevne, samtidig som produksjon blir mer automatisert og utgifter mer og mer faste. Det vil alltid være en nødvendighet med finansielle nøkkeltall og kontroll på utgifter, men de forteller ikke alt. Samtidig er ikke-informasjon en usikker variabel fordi ledelse knytter dette til konkurransestrategi, fremtidig utvikling osv og ingen selskaper ønsker å dele oppskriften på suksess. For eksempel vestlige bedrifter må forandre seg for å konkurrere med det lave prisnivået i f.eks Østen og Øst-Europa og konkurrere på andre verdier enn pris. Dette må også fram i årsrapporten, for å tiltrekke investorer og partnere. Så det gjelder å finne en balansegang.

5.7. Oppsummering av analyse og diskusjon

En kort oppsummering av dette kapitlet vil være at denne undersøkelsen byr på innsikt i regnskapsbrukernes perspektiv i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Funn ved denne studien konkluderer med at offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisatoriske prosesser og rutiner, menneskelige ressurser og CSR har en positiv effekt på selskapets konkurransedyktighet og markedsposisjon. Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til FoU derimot har negativ effekt på selskapets markedsposisjon og konkurransedyktighet.

Arvidssons (2011) studie viste at rapportering av ikke-finansiell informasjon gir en bedre innsikt i selskaper. Datafunn ved denne studien støttet denne påstanden gitt av lederspesspektivet hos Arvidsson (2011). Denne undersøkelsen viser at både lederperspektivet og brukerspesspektivet har

samme mening når det gjelder rapportering av ikke- finansiell informasjon gir bedre innsikt i selskapet, men også bedre mulighet for allokering av ressurser på aksjemarkedet. Skift i fokusgraden av ikke-finansiell informasjon ble også diskutert. Funn viser at det er mer fokus på variablene CSR, FoU og organisatoriske prosesser og rutiner.

Avsluttende fokuserte studien på diskusjonen om det «utilstrekkelige regnskapet» og fremtidige trender i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Konkluderende finner denne undersøkelsen at reguleringer av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon trenger å forbedre definisjoner og krav på hvilke typer ikke-finansiell informasjon som skal rapporteres. Når det gjelder fremtidige trender for rapportering av ikke-finansiell informasjon, viser denne undersøkelsen at variablene som det vil fokuseres mer på er FoU, CSR og menneskelige ressurser.

6. Forslag til videre forskning og begrensninger ved denne studien

Dette kapitlet skal ta for seg forslag jeg synes kan være spennende å studere ved fremtidige studier av emnet. Dette vil bli gjort med utgangspunkt i mine resultater og tidligere forskning. Jeg vil også diskutere denne studiens begrensninger og utfordringer. Avsluttende vil jeg legge til en kommentar som viser alternativ fremgangsmåte av denne studien, gitt en større deltagelsesprosent.

6.1. Forslag til videre forskning

Arvidsson (2011) påpeker at mengden av ikke-finansiell informasjon som offentliggjøres i selskapets årsrapporter har økt med 70 %. Hun understreker at ikke-finansiell informasjon blir stadig viktigere i fremtiden, og interessenter og aktører i aksjemarkedet vil kreve mer informasjon knyttet til immaterielle eiendeler.

Jeg vil påstå at denne studien gir innblikk i regnskapsbrukernes perspektiv i offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon i årsregnskapene til norske børsnoterte selskap. Denne undersøkelsen gir også muligheten til å utarbeide hypoteser for fremtidige studier i samme emne. Denne studien byr på en rekke variabler som kan testes gjennom hypotesetesting. For eksempel hadde det vært veldig interessant å teste samvariasjonen mellom de fire hovedvariablene og hvordan disse påvirker hverandre. Om offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til en bestemt variabel korrelerer sterkt med en annen variabel. Det hadde også vært veldig interessant å forske på korrelasjonen mellom reguleringen av ikke-finansiell informasjon og offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon. En eventuell korrelasjon mellom disse variablene hadde gitt en bedre forklaring på hvorfor bestemte variabler oppfører seg på en bestemt måte.

Denne studien ble utført ved hjelp av kvantitativ spørreundersøkelse. Akkurat som Arvidsson (2011) vil et forslag til fremtidig forskning være å utføre dybdeintervjuer, for å få en bedre forståelse av respondentenes perspektiv i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapportene til norske børsnoterte selskaper. En kvalitativ tilnærming ville også gitt en bedre mulighet til å få dypere innsikt innen emnet. Forskeren ville fått muligheten til å stille oppfølgingsspørsmål ved eventuelle misforståelser, eller for å få dypere innsikt. Kvalitativ tilnærming er definitivt en alternativ forskningsmetode. Tidligere forskning brukt i teorikapitlet kan brukes til hjelp for utarbeidelse av intervju, men også metodisk tilnærming. Ved utfordringer gitt en kvalitativ metode, kan fremtidig forskning også ta nytte av mixed-methods tilnærming. Ved bruk av både kvalitativ og kvantitativ kan fremtidig forskning dra nytte ved bruke begge metodiske tilnærmingene.

I studien om rapportering av CSR, finner denne studien støtte for at børsnoterte selskaper benytter seg av flere mediekkanaler for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til denne variabelen. Det hadde vært veldig interessant å forske på bruk av andre mediekkanaler for rapportering av ikke-finansiell informasjon som kompenserer for mangelen av samme informasjon i årsrapportene. Arvidsson (2011) påpeker at frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon er viktig for å redusere informasjonsasymmetrien i markedet. Om rapportering av ikke-finansiell informasjon ved bruk av andre mediekkanaler vil bidra til å redusere informasjonsasymmetrien blir dermed viktig og interessant forskningsfokus i forhold til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon.

Forskningen på reguleringer av ikke-finansiell informasjon resulterte med at norske lover og forskrifter ikke er godt nok for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Forskningsfunn viser at det er blant annet behov for gode definisjoner og krav på hva som skal rapporteres. Forskning som fokuserer på myndighetenes påvirkning for rapportering av ikke-finansiell informasjon er et spennende tema som kan by på interessante resultater.

Jeg har påpekt at det noe mangel på studier som forsker på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapportene til norske børsnoterte selskaper. Denne studien gir innblikk i regnskapsbrukernes perspektiv i rapporteringen av ikke-finansiell informasjon. Et fokus på lederperspektivet og deres syn på samme problemstilling hadde dermed gitt muligheten til å forske på hva den andre siden mener. På denne måten kunne fremtidig forskning sette brukerperspektivet opp mot lederperspektivet. Ved å sette disse gruppene mot hverandre vil det gi et komplett bilde på rapporteringen av ikke-finansiell informasjon. Innblikk i begge perspektivene i forhold til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon hadde dermed gitt et bedre diskusjonsgrunnlag. Spesielt i forhold til problemstillingen knyttet til informasjonsasymmetri mellom etterspørsel og tilbud av ikke-finansiell informasjon. Dette er bare noen få temaer jeg mener hadde vært interessant for fremtidig forskning. Temaet offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon er et relativt nytt forskningsemne. Denne studien gir bare et lite innblikk i et hav av problemstillinger og forskningsmuligheter.

6.2. Begrensninger ved denne studien

Emnet offentliggjøring av ikke- finansiell informasjon er et relativt nytt forskningsemne. Jeg har påpekt at det ikke finnes mye forskning på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon. Dette fører med seg en del metodiske og teoretiske begrensninger ved denne studien. I tillegg er større deler av tidligere forskning utført ved å bruke innholdsanalyser til metodisk fremgangsmåte. Det er relativt få studier som bruker spørreundersøkelser som valg av metode og fremgangsmåte. Dette gjør at flere variabler ikke valideres, som igjen gjør studier mer sårbare. Spørsmål i spørreskjemaet har jeg utviklet selv, og de er inspirert fra teori og ikke minst tidligere forskning. Variablene brukt ved denne studien er blitt hentet fra Arvidsson (2011), men hensyntatt at jeg bruker disse variablene for å studere på brukerperspektivet er ikke disse blitt validert fra før. En annen begrensning ved denne studien er bruken av nøkkelinformanter for innhenting av data. Dette er en problemstilling som også er blitt diskutert i oppgaven, men verdt å nevne igjen at bruk av nøkkelinformanter som respondenter styrker studiens validitet. At denne studien fokuserer på regnskapsbrukernes perspektiv, gjør at respondenten taler for seg selv og dermed påvirkes ikke reliabiliteten i forskningen.

I delkapitlet 4.1. spørreundersøkelsens svarprosent ble det også påpekt en del utfordringer ved gjennomføring av elektroniske spørreundersøkelser. Her forbindes slike utfordringer med begrensninger i forbindelse med utførelsen av denne undersøkelsen. Dette er da begrensninger knyttet til valg av metodisk fremgangsmåte, også noe som er blitt diskutert i respektert kapittel.

Studiens største begrensning er svarprosenten. Spørreundersøkelsen ble sendt til 621 respondenter. Med bare 3.54 % i svarprosent, er den veldig lav i forhold til slike undersøkelser. Grensen for svarprosent ved elektroniske spørreundersøkelser bør ligge på 8 - 10 % i følge Frankfort-Nachmias og Nachmias (2008). Da jeg valgte å bruke både fullførte og ikke fullførte undersøkelser fikk jeg en besvarelsessum på 22 fullførte undersøkelser. Dette begrenset studiens forskning betydelig. Den veldig lave svarprosenten påvirket studiens analyse og diskusjonsdelen av oppgaven. Analysen og diskusjonen påvirkes hovedsakelig av noe non- response bias, da studiens svakhet kommer fra det store fravær av respondenter. Den lave svarprosenten skapte et skjevhet mellom den sanne middelverdien av den opprinnelige testgruppen, altså sum respondentgruppe og den sanne middelverdi av nettoutvalget (faktiske respondenter). I kapittel 6.2.1. beskriver jeg den ønskelige fremgangsmåten for å løse denne oppgaven gitt en høy svarprosent. Delkapitlet viser mangler ved denne studien, som også er metodiske begrensninger på grunn av svarprosenten. Bruk av frekvensanalyser og prosentandeler virket som den beste vei å gå for å analysere datainnsamling i

forhold til teori og tidligere forskning. Studien mangler betydelige analyse-komponenter som også blir drøftet i 6.2.1., dette igjen på grunn av den lave svarprosenten.

6.2.1. Kommentar til alternativ fremgangsmåte for denne studien

Gitt at den lave svarprosenten ved denne undersøkelsen førte med seg begrensninger til analysedelen av oppgaven. I dette delkapitlet vil jeg kommentere kort alternativ fremgangsmåte for denne undersøkelsen, gitt en større svarprosent. Jeg vil kort kommentere hvilke analyseteknikker jeg ville benyttet meg av for å analysere datainnsamlingen i undersøkelsen.

Først ville jeg ha benyttet meg av en uteliggeranalyse. Her ville jeg funnet uteliggere, også kalt ekstreme verdier som på en eller flere variabler fraviker statistikken (Tabachnick og Fidell 2001). Ved å gjøre dette kunne jeg bestemt hvordan ekstreme verdier skal behandles, der 1) er å slette respondenten og 2) endre verdien slik at respondenten ikke påvirker resultatene. Alternativ 3) er å beholde respondentens svar uten endring (Tabachnick og Fidell 2001).

Jeg ville også ha benyttet meg av blant annet normalfordeling, testing av skjevhet og spisshet. Normalfordeling er viktig for statistisk generalisering. Normalfordelt datamateriale er grunnleggende forutsetning for flere analyseteknikker (Mitchell og Jolley 2010). Skjevhet derimot ville fortelle om datamaterialets fordeling er vridd mot høyre eller venstre. Spisshet på den andre siden tar for seg unormal spiss eller flat fordeling av datamaterialet. Ekstreme verdier ved disse analysene kan påvirke datasettets reliabilitet (Tabachnick og Fidell 2001). Videre ville utføring av en PCS-analyse hjelpe med å avdekke om begreper oppfører seg som forventet. Hensikten ved slik analyse er å forske på indikatorens forhold til begrepet og eventuelle dimensjoner (Coltman, Devinney et al. 2008). En CPA- analyse derimot ville hjelpe til å eliminere eventuelle målefeil slik at analyser blir mer korrekte og sikre. En større svarprosent hadde også gitt muligheten til å ta høyde for alle regresjonsforutsetningene som Berry (1993) presenterer. Regresjonsforutsetningene hadde gitt muligheten til å finne feilaktige data, og dermed gi en bedre forutsetning for studien.

I analyse og diskusjonsdelen av oppgaven ville jeg ha benyttet meg av frekvenstabeller som i dette tilfelle, men også korrelasjonsmatriser for å se på samvariasjonen mellom ulike variabler. Dette hadde vært spesielt interessant. Spesielt i tilfeller hvor man kunne sett om reguleringen i offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon påvirker rapporteringsgraden av samme informasjon. Analyser som Pearson korrelasjon, ANOVA tester m.m. hadde vært noen av de testene som ville blitt benyttet i korrelasjonsmatriser. Slike analyser hadde bidratt til å kanskje gi en bedre forklaring på regnskapsbrukernes perspektiv på denne studien. Dette er noe eventuelle fremtidige

forskningsstudier kan benytte seg av i forbindelse med denne type forskningsemne. I delkapittel 6.1. er det flere forslag til videre forskning jeg mener kan være nyttig, basert på teori, tidligere forskning og denne studien.

7. Litteraturliste

- Adams, C. A. & Harte, G. (1998), "The changing portrayal of the employment of women in British banks' and retail companies' corporate annual reports." Accounting, Organizations & Society **23**, pp. 781-812.
- Albjerk, Eli (2013). «Kulturell styring i norske virksomheter», Masteravhandling, Høgskolen i Buskerud og Vestfold.
- Alwert, K., Bornemann, M and Will, M. (2009), «Does intellectual capital reporting matter to financial analysis?», Journal of Intellectual Capital **10**: 354-68
- Amir, E., Lev B. and Sougiannis, t. (2003), «Do financial analysis get intangibles?», European Accounting Review **12**: 635-59
- Anderson, J. C. (1987). "An approach for confirmatory measurement and structural equation modeling of organizational properties." Management Science **33**: 525-541.
- Arvidsson, S. (2003), «Demand and supply of information on intangibles: the case of knowledge- intense companies», PhD dissertation, Department of Business Administration, Lund University, Lund
- Arvidsson, S. (2010), «Communication of corporate social responsibility: a study of the view of management teams in large companies», Journal of Business Ethics **96**:339-54
- Baksaas, Kjell Magne, (2010), « Bør Norge innføre IFRS SME?», Magma
- Beattie, V. & Jones, M.J. (1992a),. "The Use and Abuse of Graphs in Annual Reports: A Theoretical Framework and an Empirical Study." Accounting and Business Research **22**(88), 291-303.
- Beattie, V., Dhanani, A. & JONES, M. J. (2008), "Investigating Presentational Change in UK Annual Reports: A Longitudinal Perspective." Journal of Business Communication **45**: 181- 222.
- Bedford, D. og T. Malmi (2010), "Configurations of Control: an Exploratory Analysis." 1-56.
- Bernhoft, Anne-Cathrine, (2015), « IFRS i 2014-regnskapet», Magma 32-39
- Berry, W. D. (1993). Understanding regression assumptions. Newbury Park, California, Sage Publications.
- Bhimani, A. and Kim, L.S., (2007), « Structure, formality and the importance of financial and non- financial information in strategy development and implementation» **18**
- Bismuth, A. and Tojo, Y. (2008), «Creating value from intellectuall capital», Journal of Intellectual Capital **9**: 228-45

- Bollen, K. A. (1989). Structural equations with latent variables. New York, Wiley.
- Bollen, K. og R. Lennox (1991), "Conventional wisdom on measurement: A structural equation perspective." Psychological Bulletin **110**(2): 305-314.
- Bostan, C.A. (1997), «Disclosure level and the cost of equity capital», Accounting Rewiew **72**: 323-49
- Bouimistrov, A. & Mellemvik, F. (2005), "On the Edge of a State Accounting Reform: Nolway Opensfor ReJlections based on Accozmting Theory", in Salustro E. (ed) Melanges en L'honneur du Professeur Jean-Claude Scheid, Fevrier 153-164
- Branco, M. C. & Rodrigues, L. L. (2008), Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. Journal of Business Ethics **83**: 685-701.
- Brown, S., Lo, K and Lys, T. (1999), «Use of R-squared in accounting research: measuring changes in value relevance over the last four decades», Journal of Accounting and Economics **28**: 83-115
- Bukh, P.N, Nielsen, C., Mpuritsen, J. and Gormsen, P., (2006), «Disclosure of information on intellectual capital in Danish IPO prospectuses», Accounting, Auditing & Accounting Journal **18**: 713-32
- Chen, M-C., Cheng, S-J., and Hwang, Y., (2005), «An empirical investigation of the relationship between inteectual capital and firm's market value and financial performance», Journal of Intellectual Capital **6**: 159-76
- Choo, C. W. and Bontis, N; Eds. (2002), «The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge» .New York : Oxford University Press.
- Churchill, J. G. A. (1979), "A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs." Journal of Marketing Research **16**: 64-73.
- Coltman, T., et al. (2008). "Formative versus reflective measurement models: Two applications of formative measurement." Journal of Business Research **61**(12): 1250-1262.
- Creswell, J. W. (2014), «Research design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches» , SAGE Publicitions.
- Eccles, R.G and Mavrinac, S.C., (1995), «Improving the corporate disclosure process», Sloan Management Review **36**: 11-26
- Fallan, 2013, «Issues on supply and demand enviornmental accounting information. Department of Accounting and Auditing», PhD series 41.2013
- Fallan, E. & Fallan, L. (2009), «Voluntarism versus regulation: lessons from public disclosure of environmental performance information in Norwegian companies», Journal of Accounting & Organizational Change **5**: 472-489.

Financial Accounting Standards Board (FASB) (2001b), «Business and Financial Reporting Challenges from the New Economy», FASB, New York, NY

Frankfort-Nachmias, C. og D. Nachmias (2008), «Research methods in the social sciences», 7th ed., Worth Publishers.

Gelb, D.S (2002), «Intangible assets and firms' disclosures: an empirical investigation», Journal of Business Finance & Accounting **29**: 457-76

Gjølberg, M. and Meling, Ch., (2004) «Rapport nr.1/04; Ikke-finansiellrapportering -En kartlegging av praksis i Norges 100 største bedrifter», ProSus

Gripsrud, G., et al. (2010), Metode og dataanalyse, 2. utg. Kristiansand, Norge, Høyskoleforlaget AS.

Hines, R. (1988): "Financial Accounting: In Communicating Reality, We Constrzlet Reality ", Accounting, Organization and Society, **13**(3): 251 -261

Holland, J. and Johanson, U. (2003) «Value-relevant information on corporate intangibles - creation, use, and barriers in capital markets - between a rock and a hard place», Journal of Intellectual Capital **4**: 456-86

Iacobucci, D. og J. G. A. Churchill (2010), «Marketing Research: Methodological Foundations», 10th edition, South-Western Cengage Learning

Jacobsen, D. I. (2005), Hvordan gjennomføre undersøkelser?, (2. utg.). Kristiansand, Høyskoleforlaget AS.

Johannessen, A., et al. (2010), Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode, 4.utgave. Oslo, Abstrakt Forlag.

Johanson, U. (2003), «Why are capital market actors ambivalent to information about certain indicators on intellectual capital», Accounting, Auditing & Accounting Journal **16**: 31-8

Johanson, U., Mårtensson, M. and Skoog, M. (2001), «Measuring to understand intangible performance drivers», The European Accounting Review **10**: 407-37

John, G. og T. Reve (1982), «The reliability and validity of key informant data from dyadic relationships in marketing channels.», Journal of Marketing Research **19**(4): 517-524.

Keller, G. (2005), Statistics for Management and Economics., 7. utg. Belmont, California, Thomson Brooks/Cole.

Kinserdal, A. (2005), Finansregnskap med analyse, Cappelen Akademisk Forlag, Oslo

Kvifte, S.S. & Indrehus, J. (red., 2006), "IFRS i Norge. Tema og bransje artikler", Ernst & Young 3. utgave

Lee, Laurence, L., and Guthrie, James., (2010) pp. 4-22, «Visualising and measuring intellectual capital in capital markets: a researcher method», Journal of Intellectual Capital **11**

Lee, T. (1994), «The changing form of the corporate annual report.», Accounting Historians Journal, **21(1)**, 215-232.

Lev, B. and Radhakrishnan, S. (2003), «The measurement of firm-specific organization capital», working paper, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA, 1-41

Lev, B. and Zarowin, P. (1999), «The boundaries of financial reporting and how to extend them», Journal of Accounting Research, **37**:353-85

Lov om årsregnskap m.v. (regnskapsloven), (2014) - <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1998-07-17-56>

Lukka, K. (1990), «Ontology and Accozlting: The Concept of ProJit», Critical Perspectives on Accounting, **1**: 239 -261

Meek, G.K, Roberts, C.B and Gray, S.J. (1995), «Factors influencing vouldtary annual report disclosures by US, UK and Contential European multinational corporations», Journal of International Buisness Studies **26**: 555-72

Mitchell, M. L. and J. M. Jolley (2007), Research design explained, Wadsworth Cencage Learning

Mitchell, M. L. og J. M. Jolley (2010), Research Design Explained, (7th ed.). Belmont, California, Thomson Wadsworth.

Moe-Helgelsen, E., Hoff, A., and Johansen, J., (2001), «Publisering av ikke-finansiell informasjon i årsregnskapet», MAGMA

Nærings- og fiskedepartementet 2000: 7; **(30.01.15)** - <https://www.regjeringen.no/nb/dokumenter/nou-2000-7/id376058/?docId=NOU200020000007000DDDEPIS&q=&navchap=1&ch=5>

Ringdal, K. (2007), Enhet og mangfold: Samfunnsvitenskapelig metode og kvantitativ metode, 2.utgave, Fagbokforlaget.

Roberts, Hanno and CHaminade, Cristina, (2003), «Control in the knowledge-intensive firm», Strategy & Business Policy track of the Third Iberoamerican Academy of Management International Conference, Sao Paolo

Ross, J., and Ross. G. (1998), «Intellektuell Kapital: Den neste generasjon», MAGMA (14.05.14) Sneve. E., (1999) «Measures that Matter», MAGMA

Rossiter, J. R. (2002), «The C-OAR-SE procedure for scale development in marketing.», International Journal of Research in Marketing **19**: 305-335.

Saunders, M., et al. (2009), Research Methods for Business Students., 5. utg. Harlow, England, Pearson Educational.

Tabachnick, B. G. og L. S. Fidell (2001), Using multivariate statistics., Boston, Allyn and Bacon.

Unerman, J. (2000), «Methodological issues: reflections on quantification in corporate social reporting content analysis.», Accounting, Auditing & Accountability Journal **13**: 667-680.

Williams, S. M. & Pei, C.-A. H. W. (1999), « Corporate Social Disclosures by Listed Companies on Their Web Sites: An International Comparison.», The International Journal of Accounting **34**: 389-419.

Yin, R. (2009), Case study research. Fourth edition, Thousand Oaks: Sage Publications.

Zéghal, D. & Ahmed, S. A. (1990), «Comparison of Social Responsibility Information Disclosure Media Used by Canadian Firms.», Accounting, Auditing & Accountability Journal, **3**: 38-53.

8. Vedlegg

Vedlegg 1. Formål med spørsmål og utvikler av måleskala

Vedlegg 2. Følgerev

Vedlegg 3. Spørreundersøkelse

Vedlegg 4. Fokusområder for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

Vedlegg 5. Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innblikk I virksomheten

Vedlegg 6. Innvirkning på konkurransedyktighet og markedsposisjon

Vedlegg 7. Skift i rapporteringsfokus

Vedlegg 8. Skift i rapporteringsfokus knyttet til hovedvariabler

Vedlegg 9. Offentliggjøringsgrad

Vedlegg 10. Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

Vedlegg 11. CSR rapportering

Vedlegg 12. Forskning på fremtidig utvikling i rapportering av ikke-finansiell informasjon

Vedlegg 13. Fremtidig fokus på rapportering av ikke-finansiell informasjon

Vedlegg 14. Regulering av ikke-finansiell informasjon

Vedlegg 1. Formål med spørsmål og utvikler av måleskala

Forkortelse spørsmål	Spørsmål	Hva måles?	Måleskala
tilhørighet	Hvilken av følgende grupper tilhører du?	Yrkestilhørighet	Selvlagd
incentiver	Ta stilling til følgende påstander		
	<ul style="list-style-type: none"> - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir muligheten til å beskrive de mindre konkrete verdier i årsrapporten. - Det er viktig å formidle full og rettferdig informasjon ved offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon vil gi bedre forståelse for hvordan de immaterielle verdiene bidrar i verdiskapingsprosessen. - Eierskap innen børsnoterte selskaper påvirker offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. 	Ledelsen incentiver for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning Inspirert av: <ul style="list-style-type: none"> - Arvidsson (2011) - Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001) - Bukh et al. (2006)
incentiver2	Ta stilling til følgende påstander		
	<ul style="list-style-type: none"> - Børsnoterte selskaper ønsker ikke å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon fordi at det kan påvirke deres konkurransedyktighet - Børsnoterte selskaper ønsker ikke å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon fordi at det kan påvirke deres markedsposisjon. 	Ledelsen incentiver for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning Inspirert av: <ul style="list-style-type: none"> - Arvidsson (2011) - Lock Lee og Guthrie (2010) - Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001)
incentiver3	Ta stilling til følgende påstander		
	<ul style="list-style-type: none"> - Fokuset på ikke-finansiell informasjon har endret seg de siste 5 årene. - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers aktiviteter. - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers økonomiske tilstand. - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers forretningsstrategier. 	Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir innsikt i selskaper	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning Inspirert av: <ul style="list-style-type: none"> - Arvidsson (2011)
fokusendring	Ta stilling til følgende påstander		

	<ul style="list-style-type: none"> - Det er blitt sterkere fokus på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon de siste 5 årene. - Rapporteringsgraden av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten har økt de siste 5 årene. - Børsnoterte selskaper har blitt flinkere til å gi frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. 	Fokus endring i rapportering av ikke-finansiell informasjon	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning
fokus_regulerin g2	Ta stilling til følgende påstander		
	<ul style="list-style-type: none"> - GRS og NRS er velegnet til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. - Frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon fører til en forbedret allokering av ressurser på aksjemarkedet. - Frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsregnskapet gir lavere gjennomsnittskostnader både på EK og fremmedkapital for børsnoterte selskaper. 	<ul style="list-style-type: none"> - Måler myndighetspåvirkning - Påvirkning på EK og fremmedkapital 	<p>Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning</p> <p>Inspirert av:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Moe-Helgesen et al.(2001) - Moe-Helgesen, Hoff og Johansen (2001) - Gjøberg og meling (2004)
fokus.rapp1	Hvilke av disse områdene har opplevd størst endring i fokus av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon?		
	<ul style="list-style-type: none"> - Organisatoriske prosesser og rutiner - Menneskelige ressurser - Forskning og utvikling - Corporate Social Responsibility 	Måler variabelens skift i fokus	<p>Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning</p> <p>Inspirert av:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arvidsson (2011)
fokus.rapp2	Vurder disse områdene etter den grad de offentliggjøres i årsrapporten?		
	<ul style="list-style-type: none"> - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisatoriske prosesser og rutiner - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til menneskelige ressurser - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til forskning og utvikling - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til Corporate Social Responsibility 	Offentliggjøringsgrad i årsrapporten	<p>Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning</p> <p>Inspirert av:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arvidsson (2011) - Bukh et al. 2006 - Lev og Radhakrishnan (2003)
off_org	Ta stilling til følgende påstander		

	<ul style="list-style-type: none"> - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisatoriske prosesser / rutiner - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til kvalitet - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produksjonseffektivitet - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til teknologi - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produktets ytelse - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonskultur - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonens ytelse 	offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonen	<p>Selvlagd og ut fra teori / tidlige forskning</p> <p>Inspirert av:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arvidsson (2011) - Roberts og Chaminade (2003) - Johanson (2003) - Bukh et al. (2006)
off_org2	<p>Ta stilling til følgende påstand: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til ... vil ha negativ effekt i virksomhetens markedsposisjon og konkurransefortrinn.</p>		
	<ul style="list-style-type: none"> - Ikke-finansiell informasjon knyttet til kvalitet - Ikke-finansiell informasjon knyttet til produksjonseffektivitet - Ikke-finansiell informasjon knyttet til teknologi - Ikke-finansiell informasjon knyttet til produktets ytelse - Ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonskultur - Ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjons ytelse 	påvirkning av markedsposisjon og konkurransefortrinn	<p>Selvlagd og ut fra teori / tidlige forskning</p> <p>Inspirert av:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arvidsson (2011) - Bukh et al. (2006)
off_org3	<p>Ta stilling til følgende påstander</p>		

	<ul style="list-style-type: none"> - GRS og NRS regulerer rapportering av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonen på en god måte - Myndighetene har ikke gode reguleringer som setter krav på hvilke informasjon som skal offentliggjøres. - Informasjonen som burde offentliggjøres er ikke godt nok definert i lover / forskrifter og standarder. - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjon blir bedre dekket av IFRS - standardene. 	Måler virksomhetspåvirkning	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning
off_HR	Ta stilling til følgende påstander		
	<ul style="list-style-type: none"> - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til styre / ledergruppe - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til leverandørnettverk - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til distributører - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til strategiske allianser - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til samarbeidsavtaler 	Måler offentliggjøring av menneskelige ressurser	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning Inspirert av: <ul style="list-style-type: none"> - Arvidsson (2011) - Roberts og Chaminade (2003) - Johanson (2003) - Bukh et al. (2006)
off_HR2	Ta stilling til følgende påstand: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til ... vil ha positiv effekt i virksomhetens markedsposisjon og konkurransefortrinn.		
	<ul style="list-style-type: none"> - Ikke-finansiell informasjon knyttet til styre / ledergruppe - Ikke-finansiell informasjon knyttet til leverandørnettverk - Ikke-finansiell informasjon knyttet til distributører - Ikke-finansiell informasjon knyttet til strategiske allianser - Ikke-finansiell informasjon knyttet til samarbeidsavtaler 	Måler påvirkning til markedsposisjon og konkurransefortrinn	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning Inspirert av: <ul style="list-style-type: none"> - Arvidsson (2011) - Johanson (2003)

off_HR_rapp	Ta stilling til følgende påstander - Arvidsson (2011)		
	<ul style="list-style-type: none"> - Myndighetene har ikke gode reguleringer som setter krav på hvilke informasjon som skal offentliggjøres. - Informasjonen som burde offentliggjøres er ikke godt definert i lover, forskrifter og standarder. - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjon blir bedre dekket av IFRS-standardene. 	Måler myndighetspåvirking	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning
off_FoU	Ta stilling til følgende påstander		
	<ul style="list-style-type: none"> - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til informasjon relatert til forsknings- og utviklingsaktiviteter - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produktportefølje - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til patenter - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til innovasjon 	Måler offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til FoU	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning Inspirert av: - FASB (2001) - Lev og Zarowin (1999) - Arvidssons (2011)
off_FoU2	Ta stilling til følgende påstand: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til ... vil ha negativ effekt i virksomhetens markedsposisjon og konkurransefortrinn.		
	<ul style="list-style-type: none"> - Ikke-finansiell informasjon knyttet til informasjon relatert til forsknings- og utviklingsaktiviteter - Ikke-finansiell informasjon knyttet til produktportefølje - Ikke-finansiell informasjon knyttet til patenter - Ikke-finansiell informasjon knyttet til innovasjon 	konkurransefortrinn og markedsposisjon	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning Inspirert av: - Arvidsson (2011) - Bukh et al. (2006)
off_FoU_rapp	Ta stilling til følgende påstander		

	<ul style="list-style-type: none"> - GRS og NRS regulerer rapportering av ikke-finansiell informasjon knyttet til forskning og utvikling på en god måte - Myndighetene har ikke gode reguleringer som setter krav på hvilke informasjon som skal offentliggjøres. - Informasjonen som burde offentliggjøres er ikke godt definert i lover, forskrifter og standarder. - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til FoU blir bedre dekket av IFRS - standardene. - Det er viktig med oppdatering av definisjonen av forskning og utvikling. 	Måler myndighetspåvirking	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning
off_CSR	Ta stilling til følgende påstander		
	<ul style="list-style-type: none"> - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til miljøpolitikk - Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til samfunnsansvar 	Måler offentliggjøring av ikke-fin.info. knyttet til CSR	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning Inspirert av: - Arvidsson (2011) - Gjørberg og Meling (2004)
off_CSR2	Ta stilling til følgende påstand: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til ... vil ha negativ effekt i virksomhetens markedsposisjon og konkurransefortrinn.		
	<ul style="list-style-type: none"> - Ikke-finansiell informasjon knyttet til selskapets miljøpolitikk - Ikke-finansiell informasjon knyttet til selskapets samfunnsansvar 	konkurransefortrinn og markedsposisjon	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning Inspirert av: - Arvidsson (2011) - Bukh et al. (2006)
off_CSR_medie	Ta stilling til følgende påstander		

	<ul style="list-style-type: none"> - Selskaper med høy sosial profil er opptatt av omdømme og har dermed en større rapporteringsgrad av CSR informasjon - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til CSR blir offentliggjort i flere mediekkanaler (årsrapporter, brosjyrer, TV, Internett, m.m.) - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i ulike mediekkanaler gir økt innsikt i selskapets aktiviteter, ansvar og verdier 	rapportering via andre mediakanaler	<p>Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning</p> <p>Inspirert av:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arvidsson (2011) - Bukh et al. (2006) - Gjørberg og Meling (2004) - Zéghal og Ahmed (1990) - Branco og Rodrigues (2008)
off_CSR_mil_s amf	Ta stilling til følgende påstander		
	<ul style="list-style-type: none"> - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapets samfunnsansvar og miljøpolitikk er en motivasjonsfaktor for deres ansatte - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapets samfunnsansvar og miljøpolitikk skaper tillit til selskapet - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapets samfunnsansvar og miljøpolitikk bidrar til økt investering i selskapet - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapets samfunnsansvar og miljøpolitikk gjør selskapet mer sårbart 	tillit og økt investering	<p>Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning</p> <p>Inspirert av:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fallan 2013 - Adams og Harte, (1998) <ul style="list-style-type: none"> - Unerman (2000) - Beattie et al.(2008) - Fallan and Fallan, (2009) - Zéghal og Ahmed (1990) <ul style="list-style-type: none"> - Branco og Rodrigues (2008)
off_CSR_fokus	Ta stilling til følgende påstander		

	<ul style="list-style-type: none"> - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon av børsnoterte selskaperens miljøpolitikk og samfunnsansvar er et område som blir godt dekket i årsregnskapet - Rapportering av børsnoterte selskaperens miljøpolitikk og samfunnsansvar har forbedret seg de siste 5 år - Rapportering av børsnoterte selskaperens miljøpolitikk og samfunnsansvar blir strengt regulert av lover og forskrifter - Større børsnoterte selskaper som må forholde seg til internasjonale lover og standarder rapporterer i større grad ikke-finansiell informasjon knyttet til CSR 	Måler myndighetspåvirking	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning
mengde_info	Ta stilling til følgende påstander		
	<ul style="list-style-type: none"> - Det er et gap mellom etterspørselen etter ikke-finansiell informasjon av interessenter og det som blir rapportert av børsnoterte selskaper - Børsnoterte selskaper velger bevisst å ikke offentliggjøre ikke-finansiell informasjon på grunn av konkurransefortrinn, sårbarhet og markedsandel 	informasjonsgap i markedet	<p>Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning</p> <p>Inspirert av:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zéghal og Ahmed (1990) - Branco og Rodrigues (2008) - Gjørberg og Meling (2004)
mengde_info2	Ta stilling til følgende påstander		
	<ul style="list-style-type: none"> - Økt rapportering av ikke-finansiell informasjon bidrar til å øke tilliten til børsnoterte selskaper - Økt rapportering av ikke-finansiell informasjon gir positiv effekt på investeringsgraden i børsnoterte selskaper - Økt rapportering av ikke-finansiell informasjon har positiv effekt på børsnoterte selskapers omdømme - Myndighetene er blitt bedre til å fastsette krav om hva børsnoterte selskaper skal rapportere av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter. 	tillit, investeringsgrad, omdømme	<p>Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning</p> <p>Inspirert av:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arvidsson (2011) - Gjørberg og Meling (2004) - Lock Lee og Guthrie (2010) - Chen et al. (2005) - Kvifte et.al.(2006) - Holland og Johanson (2003)
mengde_info3	Ta stilling til følgende påstander		

	<ul style="list-style-type: none"> - Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten har økt de siste 5 årene. - Børsnoterte selskaper har blitt flinkere til å rapportere ikke-finansiell informasjon i årsrapporter. - Lover og forskrifter som regulerer rapportering av ikke-finansiell informasjon har blitt forbedret de siste 5 årene. 	endring i rapporteringsgrad	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning
rapp_grad	Hvilke type ikke-finansiell informasjon har lav rapporteringsgrad per i dag.		
	<ul style="list-style-type: none"> - Organisatoriske prosesser og rutiner - Menneskelige ressurser - Forskning og utvikling - Corporate Social Responsibility 	rapporteringsgrad	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning Inspirert av: - Arvidsson (2011)
trender1	Ta stilling til følgende påstander		
	<ul style="list-style-type: none"> - Etterspørselen etter offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon vil øke de kommende 5-10 årene. - Børsnoterte selskaper vil bli mer presset til å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon i årsrapporter, på grunn av økning i bruk av immaterielle eiendeler til verdiskapning - Det internasjonale markedet vil presse børsnoterte selskaper til økt rapporteringsgrad av ikke-finansiell informasjon. - Myndigheter vil forbedre definisjoner på krav om hva som skal rapporteres av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten. - Norske børsnoterte selskaper har vært flinke til å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon i årsrapporter de siste 5-10 årene. 	rapporteringsmengde og fremtidig endring i rapporteringsgraden	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning
trender2	Hvilke av områdene bør det fokuseres det mest på når det gjelder offentliggjøring av ikke finansiell informasjon.		

trender3	<ul style="list-style-type: none"> - Organisatoriske prosesser og rutiner - Menneskelige ressurser - Forskning og Utvikling - Corporate Social Responsibility 	fremtidig fokus på rapportering av ikke-fin.info	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning Inspirert av: - Arvidsson (2011)
	Har du noen andre kommentarer knyttet til fremtidige trender innen offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon?		
		enkeltspørsmål, med personlig mening	Selvlagd og ut fra teori / tidligere forskning Inspirert av: - Arvidsson (2011)

Vedlegg 2. Følgebrev

Henvendelse om deltagelse i spørreundersøkelse om offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapportene til norske børsnoterte selskaper.

Jeg er siviløkonomstudent ved Høgskolen i Buskerud og Vestfold, og jobber for tiden med min masteravhandling innen bedriftsøkonomisk analyse. Masteravhandlingen tar for seg regnskapsbrukernes syn på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapportene til børsnoterte selskaper. I den forbindelse håper jeg at dere eller noen i deres organisasjon med kjennskap til dette emnet kan svare på spørreskjemaet ved å bruke følgende link. Dere kan når som helst velge å trekke dere fra undersøkelsen.

Det vil ta ca. 10 minutter å fullføre undersøkelsen. Alle svar er anonyme.

Vennligst trykk på linken for å delta: xxx

De som svarer på undersøkelsen vil motta en kort oppsummering av resultatene via epost dersom dette er ønskelig. Opplysningene som samles vil bli behandlet konfidensielt. Datamaterialet vil bli brukt til statistiske analyser, og vil bli presentert på en måte som gjør at enkeltpersoner og virksomheter ikke kan kjennes igjen.

Dersom dere har spørsmål om undersøkelsen, eller har problemer med å besvare den via linken, kontakt: Masterstudent Jalldyze Gashi, mail: jalldyze.Gashi@student.hbv.no eller tlf: 94 83 26 28

På forhånd tusen takk for hjelpen

Med vennlig hilsen

Masterstudent ved HBV, Jalldyze Gashi

Veileder: Førsteamanuensis Dag Øyvind Madsen, dag.oivind.madsen@hbv.no

Vedlegg 3. Spørreundersøkelse

Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

Information
<p>Velkommen til denne undersøkelsen som kartlegger praksis knyttet til rapportering av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter til norske børsnoterte selskaper. Vennligst svar ærlig på alle spørsmål og påstander. Dine svar forblir anonyme.</p> <p style="text-align: right;">Undersøkelsen vil ta ca. 10 minutter. Takk for at du tar deg tid til å delta!</p>

tilhørighet	Hvilken av følgende grupper tilhører du?
♦ range:*	
Institusjonell / profesjonell investor	<input type="radio"/> 1
Finansanalytiker / investeringsrådgiver	<input type="radio"/> 2
Kreditor / långiver	<input type="radio"/> 3
Revisorer / regnskapsfører	<input type="radio"/> 4
Annet	<input type="radio"/> 5

incentiver	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*									
	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir muligheten til å beskrive de mindre konkrete verdier i årsrapporten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Det er viktig å formidle full og rettferdig informasjon ved offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon vil gi bedre forståelse for hvordan de immaterielle verdiene bidrar i verdiskapingsprosessen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Eierskap innen børsnoterte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4

selskaper påvirker offentliggjøringen av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten.

Incentiver2	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*									
	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Børsnoterte selskaper ønsker ikke å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon fordi at det kan påvirke deres konkurransedyktighet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Børsnoterte selskaper ønsker ikke å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon fordi at det kan påvirke deres markedsposisjon.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2

Incentiver3	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*									
	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Fokuset på ikke-finansiell informasjon har endret seg de siste 5 årene.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers aktiviteter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers økonomiske tilstand.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers forretningsstrategier.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4

Fokus_endring	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*									
	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
	1	2	3	4	5	6	7	8	

Det er blitt sterkere fokus på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon de siste 5 årene.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Rapporteringsgraden av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten har økt de siste 5 årene.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Børsnoterte selskaper har blitt flinkere til å gi frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3

Fokus_reguleringer	NRS: Norske regnskapsstandard								
	GRS: God regnskapsskikk								
	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
	1	2	3	4	5	6	7	8	
GRS og NRS er velegnet til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon fører til en forbedret allokering av ressurser på aksjemarkedet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsregnskapet gir lavere gjennomsnittskostnader både på EK og fremmedkapital for børsnoterte selskaper.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3

Fokus_rapp1	Hvilke av disse områdene har opplevd størst endring i fokus av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon?			
♦ range:*	Mer fokus 1	Mindre fokus 2	Uendret 3	
Organisatoriske prosesser og rutiner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Menneskelige ressurser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Forskning og utvikling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Corporate Social Responsibility	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4

--

Fokus_rapp2	Vurder disse områdene etter den grad de offentliggjøres i årsrapporten?			
♦ range:*				
	Lav rapporteringsgrad 1	Høy rapporteringsgrad 2	Ønsker ikke å svare 3	
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisatoriske prosesser og rutiner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til menneskelige ressurser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til forskning og utvikling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til Corporate Social Responsibility	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4

Information
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til Organisasjonen

off_org	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*									
	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisatoriske prosesser / rutiner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til kvalitet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produksjonseffektivitet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til teknologi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produktets ytelse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonskultur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	6

Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonens ytelse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	7
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	---

off_org2	Ta stilling til følgende påstand: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til ... vil ha negativ effekt i virksomhetens markedsposisjon og konkurransefortrinn.								
♦ range:*	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
Ikke-finansiell informasjon knyttet til kvalitet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Ikke-finansiell informasjon knyttet til produksjonseffektivitet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Ikke-finansiell informasjon knyttet til teknologi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Ikke-finansiell informasjon knyttet til produktets ytelse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4
Ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonskultur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5
Ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjons ytelse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	6

off_org_reg	GRS: God regnskapsskikk								
	NRS: Norske regnskapsstandard								
	IFRS: Internasjonale regnskapsstandarder								
	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
GRS og NRS regulerer rapportering av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonen på en god måte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Myndighetene har ikke gode reguleringer som setter krav på hvilke informasjon som skal offentliggjøres.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Informasjonen som burde offentliggjøres er ikke godt nok definert i lover / forskrifter og standarder.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Offentliggjøring av ikke-	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4

finansiell informasjon knyttet til organisasjon blir bedre dekket av IFRS - standardene.

Information

Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til menneskelige ressurser

off_HR Ta stilling til følgende påstander

♦ range:*

	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til styre / ledergruppe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til leverandørnettverk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til distributører	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til strategiske allianser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til samarbeidsavtaler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5

off_HR2

Ta stilling til følgende påstand:
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til ... vil ha positiv effekt i virksomhetens markedsposisjon og konkurransefortrinn.

♦ range:*

	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
Ikke-finansiell informasjon knyttet til styre / ledergruppe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Ikke-finansiell informasjon knyttet til leverandørnettverk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Ikke-finansiell informasjon knyttet til distributører	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3

Ikke-finansiell informasjon knyttet til strategiske allianser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4
Ikke-finansiell informasjon knyttet til samarbeidsavtaler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5

off_HR_rapp	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*									
	Helt uenig	2	3	Verken enig/uenig	5	6	Helt enig	Ønsker ikke å svare	
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Myndighetene har ikke gode reguleringer som setter krav på hvilke informasjon som skal offentliggjøres.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Informasjonen som burde offentliggjøres er ikke godt definert i lover, forskrifter og standarder.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjon blir bedre dekket av IFRS-standardene.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3

Information
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til forskning og utvikling

off_FoU	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*									
	Helt uenig	2	3	Verken enig/uenig	5	6	Helt enig	Ønsker ikke å svare	
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til informasjon relatert til forsknings- og utviklingsaktiviteter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produktportefølje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til patenter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4

innovasjon

off_FoU2	Ta stilling til følgende påstand: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til ... vil ha negativ effekt i virksomhetens markedsposisjon og konkurransefortrinn.								
◆ range:*	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
Ikke-finansiell informasjon knyttet til informasjon relatert til forsknings- og utviklingsaktiviteter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Ikke-finansiell informasjon knyttet til produktportefølje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Ikke-finansiell informasjon knyttet til patenter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Ikke-finansiell informasjon knyttet til innovasjon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4

off_FoU_rapp	GRS: God regnskapsskikk								
	NRS: Norske regnskapsstandard								
	IFRS: Internasjonale regnskapsstandarder								
	Ta stilling til følgende påstander:								
◆ range:*	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
GRS og NRS regulerer rapportering av ikke-finansiell informasjon knyttet til forskning og utvikling på en god måte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Myndighetene har ikke gode reguleringer som setter krav på hvilke informasjon som skal offentliggjøres.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Informasjonen som burde offentliggjøres er ikke godt definert i lover, forskrifter og standarder.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til FoU blir bedre dekket av IFRS - standardene.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4
Det er viktig med oppdatering av definisjonen av forskning og utvikling.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5

--

Information
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til Corporate Social Responsibility (CSR)

off_CSR	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*									
	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til miljøpolitikk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til samfunnsansvar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2

off_CSR2	Ta stilling til følgende påstand: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til ... vil ha negativ effekt i virksomhetens markedsposisjon og konkurransefortrinn.								
♦ range:*									
	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
Ikke-finansiell informasjon knyttet til selskapets miljøpolitikk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Ikke-finansiell informasjon knyttet til selskapets samfunnsansvar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2

off_CSR_medie	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*									
	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
Selskaper med høy sosial profil er opptatt av omdømme og har dermed en større rapporteringsgrad av CSR informasjon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Offentliggjøring av ikke-	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2

finansiell informasjon knyttet til CSR blir offentliggjort i flere mediekkanaler (årsrapporter, brosjyrer, TV, Internett, m.m.)									
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i ulike mediekkanaler gir økt innsikt i selskapets aktiviteter, ansvar og verdier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3

off_CSR_mil_samf Ta stilling til følgende påstander:

◆ range:*	Helt uenig	2	3	Verken enig/uenig	5	6	Helt enig	Ønsker ikke å svare	
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapets samfunnsansvar og miljøpolitikk er en motivasjonsfaktor for deres ansatte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapets samfunnsansvar og miljøpolitikk skaper tillit til selskapet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapets samfunnsansvar og miljøpolitikk bidrar til økt investering i selskapet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapets samfunnsansvar og miljøpolitikk gjør selskapet mer sårbart	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4

off_CSR_fokus Ta stilling til følgende påstander:

◆ range:*	Mer fokus	Mindre fokus	Uendret	
	1	2	3	
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon av børsnoterte selskapenes miljøpolitikk og samfunnsansvar er et område som blir godt dekket i årsregnskapet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Rapportering av børsnoterte selskapenes miljøpolitikk og samfunnsansvar har forbedret seg de siste 5 år	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Rapportering av børsnoterte selskapenes miljøpolitikk og samfunnsansvar blir strengt regulert av lover og forskrifter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3

Større børsnoterte selskaper som må forholde seg til internasjonale lover og standarder rapporterer i større grad ikke-finansiell informasjon knyttet til CSR	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	---

Information				
Mengden av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter				

mengde_info	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*									
	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
Det er et gap mellom etterspørselen etter ikke-finansiell informasjon av interessenter og det som blir rapportert av børsnoterte selskaper	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Børsnoterte selskaper velger bevisst å ikke offentliggjøre ikke-finansiell informasjon på grunn av konkurransefortrinn, sårbarhet og markedsandel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2

mengde_info2	Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*									
	Helt uenig 1	2	3	Verken enig/uenig 4	5	6	Helt enig 7	Ønsker ikke å svare 8	
Økt rapportering av ikke-finansiell informasjon bidrar til å øke tilliten til børsnoterte selskaper	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Økt rapportering av ikke-finansiell informasjon gir positiv effekt på investeringsgraden i børsnoterte selskaper	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Økt rapportering av ikke-finansiell informasjon har positiv effekt på børsnoterte selskapers omdømme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Myndighetene er blitt bedre til å fastsette krav om hva børsnoterte selskaper skal rapportere av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4

mengde_info3		Ta stilling til følgende påstander:			
♦ range:*					
		Mer fokus	Mindre fokus	Uendret	
		1	2	3	
Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten har økt de siste 5 årene.		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Børsnoterte selskaper har blitt flinkere til å rapportere ikke-finansiell informasjon i årsrapporter.		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Lover og forskrifter som regulerer rapportering av ikke-finansiell informasjon har blitt forbedret de siste 5 årene.		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3

rapp_grad		Hvilke type ikke-finansiell informasjon har lav rapporteringsgrad per i dag.								
♦ range:*										
		Lav rapporteringsgrad	2	3	4	5	6	Høy Rapporteringsgrad	Ønsker ikke å svare	
		1	2	3	4	5	6	7	8	
Organisatoriske prosesser og rutiner		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Menneskelige ressurser		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Forskning og utvikling		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Corporate Social Responsibility		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4

Information
Fremtidige trender innen offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten

trender1		Ta stilling til følgende påstander:								
♦ range:*										
		Helt uenig	2	3	Verken enig/uenig	5	6	Helt enig	Ønsker ikke å svare	
		1	2	3	4	5	6	7	8	
Etterspørselen etter offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon vil øke de kommende 5-10 årene.		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Børsnoterte selskaper vil bli mer presset til å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon i årsrapporter, på grunn av		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2

økning i bruk av immaterielle eiendeler til verdiskapning									
Det internasjonale markedet vil presse børsnoterte selskaper til økt rapporteringsgrad av ikke-finansiell informasjon.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Myndigheter vil forbedre definisjoner på krav om hva som skal rapporteres av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4
Norske børsnoterte selskaper har vært flinke til å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon i årsrapporter de siste 5-10 årene.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5

trender2	Hvilke av områdene bør det fokuseres det mest på når det gjelder offentliggjøring av ikke finansiell informasjon			
♦ range:*				
	Mer fokus	Mindre fokus	Uendret	
	1	2	3	
Organisatoriske prosesser og rutiner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1
Menneskelige ressurser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2
Forskning og utvikling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3
Corporate Social Responsibility	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4

trender3	Har du noen andre kommentarer knyttet til fremtidige trender innen offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon?

Vedlegg 4. Fokusområder for offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

- Deskriptiv statistikk med frekvensanalyser som viser prosentandeler på besvarelsen av påstandene

Hvilke av områdene bør det fokuseres det mest på når det gjelder offentliggjøring av ikke finansiell informasjon Organisatoriske prosesser og rutiner

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mindre fokus	2	9.1	33.3
	Uendret	4	18.2	66.7
	Total	6	27.3	100.0
Missing	System	16	72.7	
Total		22	100.0	

Hvilke av områdene bør det fokuseres det mest på når det gjelder offentliggjøring av ikke finansiell informasjon Menneskelige ressurser

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mer fokus	2	9.1	33.3
	Mindre fokus	2	9.1	66.7
	Uendret	2	9.1	100.0
	Total	6	27.3	100.0
Missing	System	16	72.7	
Total		22	100.0	

Hvilke av områdene bør det fokuseres det mest på når det gjelder offentliggjøring av ikke finansiell informasjon Forskning og utvikling

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mer fokus	5	22.7	83.3
	Mindre fokus	1	4.5	100.0
	Total	6	27.3	100.0
Missing	System	16	72.7	
Total		22	100.0	

Hvilke av områdene bør det fokuseres det mest på når det gjelder offentliggjøring av ikke finansiell informasjon Corporate Social Responsibility

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mer fokus	4	18.2	66.7	66.7
	Mindre fokus	1	4.5	16.7	83.3
	Uendret	1	4.5	16.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Vedlegg 5. Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innblikk I virksomheten

Ta stilling til følgende påstander: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir muligheten til å beskrive de mindre konkrete verdier i årsrapporten.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Verken enig/uenig 4	2	9.1	18.2	18.2
	5	3	13.6	27.3	45.5
	6	4	18.2	36.4	81.8
	Helt enig 7	2	9.1	18.2	100.0
	Total	11	50.0	100.0	
Missing	System	11	50.0		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Det er viktig å formidle full og rettferdig informasjon ved offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Helt uenig 1	1	4.5	9.1	9.1
	5	1	4.5	9.1	18.2
	6	4	18.2	36.4	54.5
	Helt enig 7	5	22.7	45.5	100.0
	Total	11	50.0	100.0	
Missing	System	11	50.0		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon vil gi bedre forståelse for hvordan de immaterielle verdiene bidrar i verdiskapingsprosessen.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2	1	4.5	9.1	9.1
	3	1	4.5	9.1	18.2
	Verken enig/uenig 4	1	4.5	9.1	27.3
Valid	5	3	13.6	27.3	54.5
	6	2	9.1	18.2	72.7
	Helt enig 7	3	13.6	27.3	100.0
	Total	11	50.0	100.0	
Missing	System	11	50.0		
Total		22	100.0		

Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers aktiviteter.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	5	3	13.6	27.3	27.3
	6	6	27.3	54.5	81.8
Valid	Helt enig 7	2	9.1	18.2	100.0
	Total	11	50.0	100.0	
Missing	System	11	50.0		
Total		22	100.0		

Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers økonomiske tilstand.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Verken enig/uenig 4	5	22.7	45.5	45.5
	5	4	18.2	36.4	81.8
Valid	6	1	4.5	9.1	90.9
	Helt enig 7	1	4.5	9.1	100.0
	Total	11	50.0	100.0	
Missing	System	11	50.0		
Total		22	100.0		

Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir bedre innsikt i børsnoterte selskapers forretningsstrategier.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Verken enig/uenig 4	2	9.1	18.2	18.2
5	5	22.7	45.5	63.6
Valid 6	2	9.1	18.2	81.8
Helt enig 7	2	9.1	18.2	100.0
Total	11	50.0	100.0	
Missing System	11	50.0		
Total	22	100.0		

Vedlegg 6. Innvirkning på konkurransedyktighet og markedsposisjon

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper ønsker ikke å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon fordi at det kan påvirke deres konkurransedyktighet

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Helt uenig 1	1	4.5	9.1	9.1
2	2	9.1	18.2	27.3
3	4	18.2	36.4	63.6
Valid Verken enig/uenig 4	2	9.1	18.2	81.8
5	1	4.5	9.1	90.9
6	1	4.5	9.1	100.0
Total	11	50.0	100.0	
Missing System	11	50.0		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper ønsker ikke å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon fordi at det kan påvirke deres markedsposisjon.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Helt uenig 1	1	4.5	9.1	9.1
2	1	4.5	9.1	18.2
3	4	18.2	36.4	54.5
Valid Verken enig/uenig 4	2	9.1	18.2	72.7
5	2	9.1	18.2	90.9
6	1	4.5	9.1	100.0
Total	11	50.0	100.0	
Missing System	11	50.0		
Total	22	100.0		

Vedlegg 7. Skift i rapporteringsfokus

Fokuset på ikke-finansiell informasjon har endret seg de siste 5 årene.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Verken enig/uenig 4	3	13.6	27.3	27.3
5	4	18.2	36.4	63.6
Valid 6	2	9.1	18.2	81.8
Helt enig 7	1	4.5	9.1	90.9
Ønsker ikke å svare	1	4.5	9.1	100.0
Total	11	50.0	100.0	
Missing System	11	50.0		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Det er blitt sterkere fokus på offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon de siste 5 årene.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Verken enig/uenig 4	3	13.6	30.0	30.0
5	4	18.2	40.0	70.0
Valid 6	1	4.5	10.0	80.0
Helt enig 7	1	4.5	10.0	90.0
Ønsker ikke å svare	1	4.5	10.0	100.0
Total	10	45.5	100.0	
Missing System	12	54.5		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon fører til en forbedret allokering av ressurser på aksjemarkedet.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Verken enig/uenig 4	2	9.1	22.2	22.2
	5	5	22.7	55.6	77.8
	6	1	4.5	11.1	88.9
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	11.1	100.0
	Total	9	40.9	100.0	
Missing	System	13	59.1		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Frivillig offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsregnskapet gir lavere gjennomsnittskostnader både på EK og fremmedkapital for børsnoterte selskaper.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Helt uenig 1	1	4.5	11.1	11.1
	Verken enig/uenig 4	6	27.3	66.7	77.8
	5	2	9.1	22.2	100.0
	Total	9	40.9	100.0	
Missing	System	13	59.1		
Total		22	100.0		

Vedlegg 8. Skift i rapporteringsfokus knyttet til hovedvariabler

Hvilke av disse områdene har opplevd størst endring i fokus av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon? Organisatoriske prosesser og rutiner

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Mer fokus	5	22.7	55.6	55.6
	Mindre fokus	2	9.1	22.2	77.8
	Uendret	2	9.1	22.2	100.0
	Total	9	40.9	100.0	
Missing	System	13	59.1		
Total		22	100.0		

Hvilke av disse områdene har opplevd størst endring i fokus av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon? Menneskelige ressurser

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mer fokus	1	4.5	11.1	11.1
	Mindre fokus	3	13.6	33.3	44.4
	Uendret	5	22.7	55.6	100.0
	Total	9	40.9	100.0	
Missing	System	13	59.1		
Total		22	100.0		

Hvilke av disse områdene har opplevd størst endring i fokus av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon? Forskning og utvikling

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mer fokus	5	22.7	55.6	55.6
	Mindre fokus	2	9.1	22.2	77.8
	Uendret	2	9.1	22.2	100.0
	Total	9	40.9	100.0	
Missing	System	13	59.1		
Total		22	100.0		

Hvilke av disse områdene har opplevd størst endring i fokus av offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon? Corporate Social Responsibility

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mer fokus	9	40.9	100.0	100.0
Missing	System	13	59.1		
Total		22	100.0		

Vedlegg 9. Offentliggjøringsgrad

Vurder disse områdene etter den grad de offentliggjøres i årsrapporten? Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisatoriske prosesser og rutiner

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lav rapporteringsgrad	4	18.2	44.4	44.4
	Høy rapporteringsgrad	2	9.1	22.2	66.7
	Ønsker ikke å svare	3	13.6	33.3	100.0
	Total	9	40.9	100.0	
Missing	System	13	59.1		
Total		22	100.0		

Vurder disse områdene etter den grad de offentliggjøres i årsrapporten? Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til menneskelige ressurser

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lav rapporteringsgrad	4	18.2	44.4	44.4
	Høy rapporteringsgrad	2	9.1	22.2	66.7
	Ønsker ikke å svare	3	13.6	33.3	100.0
	Total	9	40.9	100.0	
Missing	System	13	59.1		
Total		22	100.0		

Vurder disse områdene etter den grad de offentliggjøres i årsrapporten? Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til forskning og utvikling

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lav rapporteringsgrad	2	9.1	22.2	22.2
	Høy rapporteringsgrad	4	18.2	44.4	66.7
	Ønsker ikke å svare	3	13.6	33.3	100.0
	Total	9	40.9	100.0	
Missing	System	13	59.1		
Total		22	100.0		

Vurder disse områdene etter den grad de offentliggjøres i årsrapporten? Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til Corporate Social Responsibility

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lav rapporteringsgrad	1	4.5	11.1	11.1
	Høy rapporteringsgrad	5	22.7	55.6	66.7
	Ønsker ikke å svare	3	13.6	33.3	100.0
	Total	9	40.9	100.0	
Missing	System	13	59.1		
Total		22	100.0		

Vedlegg 10. Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisatoriske prosesser / rutiner

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Verken enig/uenig 4	5	22.7	71.4	71.4
	6	1	4.5	14.3	85.7
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	14.3	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til kvalitet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	4.5	14.3	14.3
	Verken enig/uenig 4	3	13.6	42.9	57.1
	5	1	4.5	14.3	71.4
	Helt enig 7	1	4.5	14.3	85.7
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	14.3	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produksjonseffektivitet

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	1	4.5	14.3	14.3
Verken enig/uenig 4	3	13.6	42.9	57.1
Valid 5	1	4.5	14.3	71.4
6	1	4.5	14.3	85.7
Ønsker ikke å svare	1	4.5	14.3	100.0
Total	7	31.8	100.0	
Missing System	15	68.2		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til teknologi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	4.5	14.3	14.3
3	1	4.5	14.3	28.6
Valid Verken enig/uenig 4	2	9.1	28.6	57.1
6	2	9.1	28.6	85.7
Ønsker ikke å svare	1	4.5	14.3	100.0
Total	7	31.8	100.0	
Missing System	15	68.2		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produktets ytelse

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	4.5	14.3	14.3
3	2	9.1	28.6	42.9
Valid Verken enig/uenig 4	3	13.6	42.9	85.7
Ønsker ikke å svare	1	4.5	14.3	100.0
Total	7	31.8	100.0	
Missing System	15	68.2		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonskultur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Helt uenig	1	4.5	14.3	14.3
	Verken enig/uenig	4	13.6	42.9	57.1
Valid	5	2	9.1	28.6	85.7
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	14.3	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonens ytelse

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Verken enig/uenig	4	22.7	71.4	71.4
Valid	5	1	4.5	14.3	85.7
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	14.3	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til styre / ledergruppe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	1	4.5	14.3	14.3
	Verken enig/uenig	4	9.1	28.6	42.9
Valid	5	1	4.5	14.3	57.1
	Helt enig	7	9.1	28.6	85.7
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	14.3	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til leverandørnettverk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	3	13.6	42.9	42.9
Valid	Verken enig/uenig 4	3	13.6	42.9	85.7
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	14.3	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til distributører

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2	1	4.5	14.3	14.3
	3	1	4.5	14.3	28.6
Valid	Verken enig/uenig 4	3	13.6	42.9	71.4
	5	1	4.5	14.3	85.7
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	14.3	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til strategiske allianser

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	1	4.5	14.3	14.3
	Verken enig/uenig 4	2	9.1	28.6	42.9
Valid	5	1	4.5	14.3	57.1
	6	2	9.1	28.6	85.7
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	14.3	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til samarbeidsavtaler

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	2	9.1	28.6	28.6
	5	3	13.6	42.9	71.4
Valid	6	1	4.5	14.3	85.7
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	14.3	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til informasjon relatert til forsknings- og utviklingsaktiviteter

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Helt uenig 1	1	4.5	14.3	14.3
	3	1	4.5	14.3	28.6
	Verken enig/uenig 4	1	4.5	14.3	42.9
Valid	5	2	9.1	28.6	71.4
	Ønsker ikke å svare	2	9.1	28.6	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til produktportefølje

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Helt uenig 1	1	4.5	14.3	14.3
	3	1	4.5	14.3	28.6
	Verken enig/uenig 4	2	9.1	28.6	57.1
	6	1	4.5	14.3	71.4
	Ønsker ikke å svare	2	9.1	28.6	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til patenter

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Helt uenig 1	1	4.5	14.3	14.3
	3	2	9.1	28.6	42.9
	Verken enig/uenig 4	1	4.5	14.3	57.1
	5	1	4.5	14.3	71.4
	Ønsker ikke å svare	2	9.1	28.6	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til innovasjon

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Helt uenig 1	1	4.5	14.3	14.3
	3	1	4.5	14.3	28.6
	Verken enig/uenig 4	2	9.1	28.6	57.1
	5	1	4.5	14.3	71.4
	Ønsker ikke å svare	2	9.1	28.6	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til miljøpolitikk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	2	9.1	33.3	33.3
Valid 6	1	4.5	16.7	50.0
Helt enig 7	3	13.6	50.0	100.0
Total	6	27.3	100.0	
Missing System	16	72.7		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper offentliggjør ikke-finansiell informasjon knyttet til samfunnsansvar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	1	4.5	16.7	16.7
Valid Verken enig/uenig 4	1	4.5	16.7	33.3
6	1	4.5	16.7	50.0
Helt enig 7	3	13.6	50.0	100.0
Total	6	27.3	100.0	
Missing System	16	72.7		
Total	22	100.0		

Vedlegg 11. CSR rapportering

Ta stilling til følgende påstander: Selskaper med høy sosial profil er opptatt av omdømme og har dermed en større rapporteringsgrad av CSR informasjon

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	1	4.5	16.7	16.7
Valid 5	2	9.1	33.3	50.0
6	2	9.1	33.3	83.3
Helt enig 7	1	4.5	16.7	100.0
Total	6	27.3	100.0	
Missing System	16	72.7		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til CSR blir offentliggjort i flere mediekkanaler (årsrapporter, brosjyrer, TV, Internett, m.m.)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Verken enig/uenig	4			
		1	4.5	16.7	16.7
		5	2	9.1	33.3
Valid	6	2	9.1	33.3	83.3
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	16.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i ulike mediekkanaler gir økt innsikt i selskapets aktiviteter, ansvar og verdier

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	1	4.5	16.7	16.7
	5	3	13.6	50.0	66.7
Valid	6	1	4.5	16.7	83.3
	Helt enig	7	1	4.5	16.7
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskaps samfunnsansvar og miljøpolitikk er en motivasjonsfaktor for deres ansatte

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2	1	4.5	16.7	16.7
	Verken enig/uenig	4	1	4.5	16.7
Valid	5	3	13.6	50.0	83.3
	Helt enig	7	1	4.5	16.7
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapers samfunnsansvar og miljøpolitikk skaper tillit til selskapet

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	4.5	16.7	16.7
5	3	13.6	50.0	66.7
6	1	4.5	16.7	83.3
Helt enig 7	1	4.5	16.7	100.0
Total	6	27.3	100.0	
Missing System	16	72.7		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til børsnoterte selskapers samfunnsansvar og miljøpolitikk bidrar til økt investering i selskapet

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	4.5	16.7	16.7
Verken enig/uenig 4	1	4.5	16.7	33.3
5	3	13.6	50.0	83.3
Helt enig 7	1	4.5	16.7	100.0
Total	6	27.3	100.0	
Missing System	16	72.7		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Det er et gap mellom etterspørselen etter ikke-finansiell informasjon av interessenter og det som blir rapportert av børsnoterte selskaper

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Helt uenig 1	1	4.5	16.7	16.7
Verken enig/uenig 4	3	13.6	50.0	66.7
Ønsker ikke å svare	2	9.1	33.3	100.0
Total	6	27.3	100.0	
Missing System	16	72.7		
Total	22	100.0		

Vedlegg 12. Forskning på fremtidig utvikling i rapportering av ikke-finansiell informasjon

Ta stilling til følgende påstander: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten har økt de siste 5 årene.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Mer fokus	4	18.2	66.7	66.7
	Mindre fokus	1	4.5	16.7	83.3
	Uendret	1	4.5	16.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper har blitt flinkere til å rapportere ikke-finansiell informasjon i årsrapporter.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Mer fokus	4	18.2	66.7	66.7
	Mindre fokus	1	4.5	16.7	83.3
	Uendret	1	4.5	16.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Børsnoterte selskaper vil bli mer presset til å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon i årsrapporter, på grunn av økning i bruk av immaterielle eiendeler til verdiskapning

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent		
Valid	Verken enig/uenig	4	3	13.6	50.0	50.0
	5	2	9.1	33.3	83.3	
	Helt enig	7	1	4.5	16.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0		
Missing	System	16	72.7			
Total		22	100.0			

Ta stilling til følgende påstander: Det internasjonale markedet vil presse børsnoterte selskaper til økt rapporteringsgrad av ikke-finansiell informasjon.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Verken enig/uenig	4				
	5	1	4.5	16.7	16.7	
	Helt enig	7	4	18.2	66.7	83.3
	Total	1	4.5	16.7	100.0	
Missing	System	16	72.7			
Total		22	100.0			

Ta stilling til følgende påstander: Myndigheter vil forbedre definisjoner på krav om hva som skal rapporteres av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Verken enig/uenig	4			
	5	2	9.1	33.3	33.3
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	16.7	83.3
	Total	6	27.3	100.0	100.0
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Vedlegg 13. Fremtidig fokus på rapportering av ikke-finansiell informasjon

Hvilke av områdene bør det fokuseres det mest på når det gjelder offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon Organisatoriske prosesser og rutiner

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mindre fokus	2	9.1	33.3	33.3
	Uendret	4	18.2	66.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Hvilke av områdene bør det fokuseres det mest på når det gjelder offentliggjøring av ikke finansiell informasjon Menneskelige ressurser

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mer fokus	2	9.1	33.3	33.3
	Mindre fokus	2	9.1	33.3	66.7
	Uendret	2	9.1	33.3	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Hvilke av områdene bør det fokuseres det mest på når det gjelder offentliggjøring av ikke finansiell informasjon Forskning og utvikling

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mer fokus	5	22.7	83.3	83.3
	Mindre fokus	1	4.5	16.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Hvilke av områdene bør det fokuseres det mest på når det gjelder offentliggjøring av ikke finansiell informasjon Corporate Social Responsibility

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mer fokus	4	18.2	66.7	66.7
	Mindre fokus	1	4.5	16.7	83.3
	Uendret	1	4.5	16.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Vedlegg 14. Regulering av ikke-finansiell informasjon

Ta stilling til følgende påstander: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon gir muligheten til å beskrive de mindre konkrete verdier i årsrapporten.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Verken enig/uenig	4			
		2	9.1	18.2	18.2
	5	3	13.6	27.3	45.5
	6	4	18.2	36.4	81.8
	Helt enig	7	2	9.1	18.2
	Total	11	50.0	100.0	
Missing	System	11	50.0		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Det er viktig å formidle full og rettferdig informasjon ved offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Helt uenig	1			
		1	4.5	9.1	9.1
	5	1	4.5	9.1	18.2
	6	4	18.2	36.4	54.5
	Helt enig	7	5	22.7	45.5
	Total	11	50.0	100.0	
Missing	System	11	50.0		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: GRS og NRS er velegnet til offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon i årsrapporten.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Helt uenig	1			
		2	9.1	22.2	22.2
	Verken enig/uenig	4	18.2	44.4	66.7
	4				
	5	2	9.1	22.2	88.9
	6	1	4.5	11.1	100.0
	Total	9	40.9	100.0	
Missing	System	13	59.1		
Total		22	100.0		

Regulering av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonen

Ta stilling til følgende påstander: GRS og NRS regulerer rapportering av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjonen på en god måte

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	4.5	14.3	14.3
Verken enig/uenig 4	2	9.1	28.6	42.9
Valid 5	2	9.1	28.6	71.4
Ønsker ikke å svare	2	9.1	28.6	100.0
Total	7	31.8	100.0	
Missing System	15	68.2		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Myndighetene har ikke gode reguleringer som setter krav på hvilke informasjon som skal offentliggjøres.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	4.5	14.3	14.3
Verken enig/uenig 4	1	4.5	14.3	28.6
Valid 5	1	4.5	14.3	42.9
6	2	9.1	28.6	71.4
Ønsker ikke å svare	2	9.1	28.6	100.0
Total	7	31.8	100.0	
Missing System	15	68.2		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Informasjonen som burde offentliggjøres er ikke godt nok definert i lover / forskrifter og standarder.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	1	4.5	14.3	14.3
Verken enig/uenig 4	2	9.1	28.6	42.9
Valid 5	1	4.5	14.3	57.1
6	1	4.5	14.3	71.4
Ønsker ikke å svare	2	9.1	28.6	100.0
Total	7	31.8	100.0	
Missing System	15	68.2		
Total	22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til organisasjon blir bedre dekket av IFRS-standardene.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2	1	4.5	14.3	14.3
Valid	Verken enig/uenig 4	4	18.2	57.1	71.4
	5	2	9.1	28.6	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Regulering av ikke-finansiell informasjon knyttet til menneskelige ressurser

Ta stilling til følgende påstander: Myndighetene har ikke gode reguleringer som setter krav på hvilke informasjon som skal offentliggjøres.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	1	4.5	14.3	14.3
	5	4	18.2	57.1	71.4
Valid	6	1	4.5	14.3	85.7
	Helt enig 7	1	4.5	14.3	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Informasjonen som burde offentliggjøres er ikke godt definert i lover, forskrifter og standarder.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	1	4.5	14.3	14.3
	5	4	18.2	57.1	71.4
Valid	6	1	4.5	14.3	85.7
	Helt enig 7	1	4.5	14.3	100.0
	Total	7	31.8	100.0	
Missing	System	15	68.2		
Total		22	100.0		

Regulering av ikke-finansiell informasjon knyttet til FoU

Ta stilling til følgende påstander: GRS og NRS regulerer rapportering av ikke-finansiell informasjon knyttet til forskning og utvikling på en god måte

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Verken enig/uenig 4	3	13.6	50.0	50.0
	5	2	9.1	33.3	83.3
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	16.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Myndighetene har ikke gode reguleringer som setter krav på hvilke informasjon som skal offentliggjøres.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	4.5	16.7	16.7
	Verken enig/uenig 4	3	13.6	50.0	66.7
	5	1	4.5	16.7	83.3
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	16.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Informasjonen som burde offentliggjøres er ikke godt definert i lover, forskrifter og standarder.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	4.5	16.7	16.7
	Verken enig/uenig 4	2	9.1	33.3	50.0
	5	1	4.5	16.7	66.7
	6	1	4.5	16.7	83.3
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	16.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon knyttet til FoU blir bedre dekket av IFRS - standardene.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Verken enig/uenig 4	3	13.6	50.0	50.0
	5	2	9.1	33.3	83.3
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	16.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Det er viktig med oppdatering av definisjonen av forskning og utvikling.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Verken enig/uenig 4	3	13.6	50.0	50.0
	5	1	4.5	16.7	66.7
	6	1	4.5	16.7	83.3
	Ønsker ikke å svare	1	4.5	16.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Regulering av ikke-finansiell informasjon knyttet til CSR

Ta stilling til følgende påstander: Offentliggjøring av ikke-finansiell informasjon av børsnoterte selskapers miljøpolitikk og samfunnsansvar er et område som blir godt dekket i årsregnskapet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mer fokus	2	9.1	33.3	33.3
	Uendret	4	18.2	66.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Rapportering av børsnoterte selskaperens miljøpolitikk og samfunnsansvar blir strengt regulert av lover og forskrifter

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mer fokus	1	4.5	16.7	16.7
	Mindre fokus	1	4.5	16.7	33.3
	Uendret	4	18.2	66.7	100.0
	Total	6	27.3	100.0	
Missing	System	16	72.7		
Total		22	100.0		

Ta stilling til følgende påstander: Myndighetene er blitt bedre til å fastsette krav om hva børsnoterte selskaper skal rapportere av ikke-finansiell informasjon i årsrapporter.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Verken enig/uenig	4	3	13.6	50.0
	5		1	4.5	66.7
	Ønsker ikke å svare		2	9.1	100.0
	Total		6	27.3	100.0
Missing	System		16	72.7	
Total			22	100.0	