

# Norsk banknæring, en ansvarlig samfunnsaktør i tråd med folks forventninger?

En analyse av nordmenns forventninger til samfunnsansvar i norsk banknæring,  
og samsvar mellom folks forventninger og banknæringens prioriteringer

**Markus Daae-Qvale Holmemo**



Masteroppgave ved Institutt for Statsvitenskap

UNIVERSITETET I OSLO

Høst 2019

Antall ord: 22 929



## Sammendrag

Hva slags samfunnsansvar forventer nordmenn av norsk banknæring? Som innflytelsesrike aktører med stor økonomisk og politisk makt er banker i Norge med på å både skape og løse problemer relatert til miljø, menneskerettigheter, og korrupsjon. Bankers engasjement i å løse slike utfordringer knyttes til begrepet samfunnsansvar, som igjen er et spørsmål om hva som er en banks legitime oppgaver i samfunnet. Denne masteroppgaven undersøker hvilke forventninger nordmenn har til norsk banknærings samfunnsansvar, og sammenligner dette med bankenes egne prioriteringer.

Oppgaven benytter en multimetodetilnærming. Det utformes et spørreskjema og gjennomføres en sureyundersøkelse for å kartlegge nordmenns forventninger til norsk banknæring. Videre gjennomføres en kvalitativ dokumentanalyse av et utvalg bankers CEO-brev. Disse to analysene danner grunnlaget for en tematisk sammenligning mellom forventninger og prioriteringer.

Hypotesene og antagelsene som undersøkes i oppgaven er basert på resonnementer fra Keans teori om monitory democracy, Elkingtons Triple bottom line-perspektiv, samt stakeholderteori og shareholdersteori. Disse teoriene fremmer både instrumentelle og normative argumenter for hva som er næringslivets samfunnsansvar, og sammen gir teoriene et innblikk både i forretningsperspektivet og samfunnsperspektivet til næringslivets samfunnsansvar. I tillegg er enkelte resonnementer hentet fra tidligere forskning.

Studien indikerer at nordmenn generelt har høye forventninger til hvilke temaer banker skal ta ansvar for, og at det ikke er dramatiske forskjeller i befolkningens forventninger basert på alder og politisk preferanse. Studien indikerer også at bankene i varierende grad prioriterer de temaene nordmenn mener de burde ta ansvar for.

Oppgavens konklusjon indikerer at norsk banknæring som helhet opererer i tråd med nordmenns forventninger til deres ansvar og rolle i samfunnet, noe som også er med på å gi banknæringen legitimitet for det arbeidet den gjør relatert til sosiale og miljømessige problemstillinger. Samtidig indikerer analysene at det er større variasjoner i samsvaret med befolkningen når man ser enkelte banker separat, noe som gjør dette til et tema som burde undersøkes nærmere.



## Forord

Det er mange som fortjener en stor takk for at denne masteroppgaven har blitt realisert.

Først og fremst vil jeg takke teoretisk veileder Atle Midttun, og metodisk veileder Bernt Aardal for gode råd og tilbakemeldinger underveis. En stor takk rettes også til DNBs avdeling for Næringspolitikk og Samfunnsansvar ved Kaj-Martin Georgsen, Hilde Nordbø, og Lillian Brodahl. Disse har bidratt med inspirasjon, faglige råd, og finansiering av datainnsamling.

Jeg ønsker også takke min søster Marte og samboer Vilde for god akademisk sparring, korrekturlesing, og for oppmuntring underveis i prosessen med oppgaven.

Jeg vil også takke Oddbjørn Knutsen. Oddbjørn var opprinnelig min metodiske veileder, men gikk dessverre bort sommeren 2019.

## Innhold

1. introduksjon.....	10
1.1 innledning .....	10
<b>1.2 Problemstilling</b> .....	<b>12</b>
1.3 Tilnærming.....	14
1.4 Oppgavens oppbygning .....	14
1.5 tidligere forskning .....	14
1.5.1 Folks forventinger til samfunnsansvar .....	14
1.5.2.Forventinger til samfunnsansvar i Norge: hva vet vi? .....	16
1.6 Oppsummering .....	17
2. Teori.....	18
2.1 The business case of CSR .....	18
2.1.1 Elkingtons Triple Bottom Line .....	19
2.2 Samfunnsperspektivet.....	21
2.2.1 Shareholderteori .....	22
2.2.2 Stakeholderteori.....	22
2.2.3 Normative argumenters betydning for forventinger .....	23
2.2.4 Monitory democracy – sivil regulering av næringslivet .....	24
2.3 Overlapp mellom forretnings- og samfunnsperspektivet .....	26
2.4 Forventninger og hypoteser .....	26
3. Metodisk tilnærming: Multimethodedesign .....	28
3.1 surveyundersøkelse .....	30
3.1.1 Datainnsamling.....	30
3.1.2 Fem dimensjoner av samfunnsansvar.....	30
3.1.3 Rangering av ulike sektorer .....	34
3.1.4 Analyseteknikk.....	34
<i>Faktoranalyse</i> .....	35
<i>OLS-regresjon</i> .....	36
3.2 Analyse av bankenes prioriteringer: Dokumentanalyse .....	39
3.2.1 Induktiv tilnærming .....	39
3.2.2 Deduktiv tilnærming.....	40
3.2.2.1 Omfangsmål .....	40
3.2.2.2 Analyseenheter .....	41

3.2.2.3 Utvalg.....	42
<i>DNB</i> .....	43
<i>Nordea</i> .....	43
<i>Sparebank 1 SR-Bank</i> .....	43
<i>Storebrand</i> .....	44
3.2.2.4 kodingskjema.....	44
3.3 Komparativ tematisk analyse av folks forventninger og bankenes prioriteringer.....	47
3.4 oppsummering.....	47
4. Analyse og resultater.....	48
4.1 Analyse av surveydata.....	48
4.1.1 Deskriptiv statistikk.....	49
4.1.2 Dataforenkling og indekskonstruksjon.....	53
4.2 Dokumentanalyse av CEO-brev.....	65
Sparebank1 SR-bank.....	69
DNB.....	70
Nordea.....	71
4.2.2 Oppsummering.....	73
4.3 tematisk analyse av samsvar mellom forventninger og prioriteringer.....	74
4.3.1 generelt inntrykk.....	74
4.3.2 Ulike deler av befolkningen.....	77
5. Diskusjon.....	77
5.1 Nordmenns forventninger.....	77
5.2 Ulike deler av befolkningen.....	80
5.3 banknæringens prioriteringer.....	82
5.4 Samsvar?.....	83
5.5 Kan funnene generaliseres?.....	84
5.6 hvilke implikasjoner har funnene for debatten rundt næringslivets og banknæringens samfunnsrolle?.....	85
5.7 Styrker og svakheter ved undersøkelsen.....	85
6. Konklusjon.....	86
7. Videre forskning.....	87
8. litteratur.....	87
9. Appendiks.....	95

## **Figurliste :**

Figur 1. Convergent parallel design .....	29
Figur 2. Eksempel fra spørreundersøkelse.....	31
Figur 3. Nordmenns opplevelse av ulike sektorens samfunnsansvar.....	49
Figur 4. Nordmenns forventinger til samfunnsansvar .....	50
Figur 5. Nordmenns forventinger og opplevelser av samfunnsansvar.....	52
Figur 6. Oversikt over samfunnsansvar i fire banker .....	66
Figur 7. Oversikt over samfunnsansvar i Storebrand.....	67
Figur 8. Oversikt over samfunnsansvar i Sparebank1 SR-bank.....	69
Figur 9. Oversikt over samfunnsansvar i DNB.....	70
Figur 10. Oversikt over samfunnsansvar i Nordea.....	72
Figur 11. Stolpediagram av folks forventinger.....	75
Figur 12. Stolpediagram av bankenes prioriteringer .....	76

## **Tabeller:**

Tabell 1. Oversikt over uavhengige variabler.....	38
Tabell 2. Kodingskjema.....	46
Tabell 3. Faktoranalyse.....	54
Tabell 4. Oversikt over indekser.....	56
Tabell 5. Regresjonsanalyse 1.....	57
Tabell 6. Regresjonsanalyse 2.....	59
Tabell 7. Regresjonsanalyse 3.....	61
Tabell 8. Regresjonsanalyse 4.....	63



**Vedlegg:**

Vedlegg 1. Restleddsfordeling regresjonsanalyse 1 .....	96
Vedlegg 2. Restleddsfordeling regresjonsanalyse 2 .....	96
Vedlegg 3. Restleddsfordeling regresjonsanalyse 3 .....	97
Vedlegg 4. Restleddsfordeling regresjonsanalyse 4 .....	97
Vedlegg 5. Spørreskjema .....	98

# 1. Introduksjon

## 1.1 Innledning

Banker i Norge har stor politisk og økonomisk makt. Banker forvalter fond og investeringer og finansierer annet næringsliv gjennom utlånsvirksomhet. Hvilke premisser bankene setter for virksomheten har derfor stor innflytelse på økonomi, samfunn og miljø.

Det finnes en rekke eksempler på hvordan banker har satt premisser om at bedriftskunder og investeringsobjekter innfrir krav om klimanøytralitet, likestilling, menneskerettigheter og økonomisk transparens. I mediene og på bankenes nettsider finner vi flere eksempler. DNB jobber for å få flere kvinner inn i gründervirksomhet og lederstillinger. Storebrand forteller om hvordan de stiller krav om mangfold, miljøhensyn og overholdelse av menneskerettigheter i selskaper der de investerer. Bankene selv kaller dette å ta *samfunnsansvar*. Midttun (2007) spør retorisk hvor grensa går for dette ansvaret. Bedrifter må tross alt tjene penger, og kan ikke utarte seg til å bli noe i retning av et sosialkontor. Samtidig reiser det spørsmål om hva som er bankers legitime oppgaver i samfunnet når de legger det som kan oppfattes som politiske føringer til grunn for sin virksomhet (Fritsch 2008, s. 1).

Banker tar samfunnsansvar blant annet fordi de møtes med regulering og forventinger fra omgivelsene, og etterlevelse av forventinger kan skape økt inntjening. Norske myndigheters forventinger til næringslivets rolle, adferd og ansvar frontes gjennom Stortingsmelding nr. 10 2008-2009 «Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi». Her slås det fast at næringslivets og bankenes viktigste oppgave er å skape økonomiske resultater innen rammen av lover og regler i det samfunnet de opererer i. Samtidig slår stortingsmeldingen fast at privat næringsliv har et ansvar i en bredere samfunnsmessig sammenheng. Derfor skal næringslivet bidra til å bekjempe brudd på menneskerettigheter og urfolksrettigheter, bidra til bærekraftig utvikling gjennom å ta miljøhensyn og bekjempe korrupsjon gjennom størst mulig åpenhet knyttet til pengestrømmer (St.meld. nr. 10 (2008-2009), s. 5)

Næringslivsaktører som banker opererer vanligvis i flere land samtidig, og er derfor tilknyttet en rekke underleverandører, kunder, og investeringsobjekter. Derfor har det blitt hevdet at rekkevidden for statlig regulering er svekket, ettersom globalisert økonomi faller i et

regulatorisk vakuum mellom det statlige og overnasjonale (Gjølberg 2012, s. 11). Dette regulatoriske vakuemet gjør det derfor mulig for næringslivsaktører å benytte seg av eller selge sine tjenester til partnere og underleverandører som ikke holder norske standarder til miljø og menneskerettigheter. Gjennom å benytte slike partnere og underleverandører er næringslivet med på å opprettholde kritikkverdige forhold relatert til for eksempel miljø og menneskerettigheter, uten at staten kan bruke «hard law» for å stoppe dette. Et eksempel på dette er DNBs bidrag til finansiering av Dakota Access Pipeline-prosjektet i USA. Dette rørledningsprosjektet møtte massiv kritikk for å underminere urfolksrettigheter, uten at DNB hadde brutt noen juridiske bestemmelser ved sitt engasjement (Sættem 2016). Det kan derfor reises spørsmål om næringslivet selv har et ansvar for å avstå fra lovlig virksomhet som kan underminere sosiale og miljømessige hensyn.

I takt med økende globalisering har CSR-trenden (Corporate Social Responsibility) nådd Norge (Midttun et al. 2015, s. 449). CSR-begrepet kan forstås på mange måter, men hovedprinsippet i moderne tolkninger av begrepet kan hevdes å være ideen om at ingen bedrifter kan drive sin virksomhet isolert fra, eller i opposisjon til utfordringer i samfunnet rundt (Golob 2008). I denne oppgaven velger jeg å forstå CSR-begrepet slik Midttun et al. (2015, s. 470) forstår det; som en trend med røtter i liberale markedsøkonomier, der næringslivet forventes å frivillig regulere seg selv, med samfunnets forventinger som ledetråd. I Norge, der man tradisjonelt hatt en sterk statlig regulering av næringslivet, hevder Midttun et al. (2015, s. 449) at selvreguleringen gjennom næringslivets egne CSR-policyer tjener som et supplement til statlig regulering.

I henhold til St.meld. nr. 10 (2008-2009), forventer norske myndigheter at banker og annet næringsliv frivillig unngår å bidra til kritikkverdige miljø og menneskerettighetsforhold, selv om det er juridisk mulig, og for bankene økonomisk lønnsomt å gjøre det. I mediebildet kan vi både lese om at banker som DNB, Storebrand og mange andre responderer på disse forventningene gjennom å slutte å låne penger til for eksempel selskaper som produserer engangsplast, eller at de trekker seg ut av kullproduksjon. Inntrykket synes å være at myndigheter og øvrig samfunn skaper et normativt forventningspress i et omfang som både gjør det fordelaktig for banker å etterkomme forventningene, og ufordelaktig å bryte disse. Samtidig har det blitt stilt spørsmålstegn ved bankers legitimitet når de selv skal bestemme hvilke politiske føringer de skal legge på driften.

Samfunnet består av mer enn statlige institusjoner, og samfunnets forventinger skapes av flere aktører. Bankers legitimitet påvirkes derfor også av hva andre deler av samfunnet forventer av dem. En måte for banknæringen å oppnå legitimitet på er derfor å oppfylle samfunnets normer og forventinger til deres ansvar og rolle. Derfor er det interessant å undersøke om banknæringen evner å etterkomme forventningene fra andre samfunnsaktører, for eksempel sivilbefolkningen, ettersom denne spiller en viktig rolle i å skape forventinger som banknæringen kan legge til grunn for frivillig selvregulering (Midttun et al. 2012, s. 470).

Samfunnsaktørers legitimitet kan springe ut fra mange kilder, og det er det bred enighet i forskningen om viktigheten av vanlige folk som en legitimerende kraft for utøvere av politisk makt (Näsström 2007, s. 624). Som innehavere av normer og synspunkter er derfor sivilbefolkningen i tillegg til staten en grunnleggende byggestein i legitimeringen av en banknæring med viktige roller på stadig flere områder. Likevel er nordmenns forventninger til banknæringens samfunnsrolle og ansvar noe vi har svært lite empirisk kunnskap om.

## 1.2 Problemstilling

Samtidig som bankene får en stadig tydeligere rolle som samfunnsaktører med politisk makt, er kunnskapen om folks forventninger til hva som er bankers ansvar i samfunnet mangelfull. Derfor vil jeg i denne oppgaven undersøke hvilke forventninger den norske befolkningen har til norsk banknærings samfunnsrolle og ansvar. Forventer nordmenn at banker som er næringslivsaktører drevet etter forretningsprinsipper, skal ta ansvar for å fremme likestilling, menneskerettigheter og miljøarbeid? Eller ser de på slike problemstillinger som statens oppgaver, mens næringslivet først og fremst skal fokusere på sin egen inntjening innenfor lovens rammer? Videre vil jeg så langt det lar seg gjøre undersøke hvordan bankene faktisk imøtekommer nordmenns forventninger. Tar bankene det ansvaret nordmenn mener at de burde ta?

Denne oppgaven søker å yte et empirisk bidrag til debatten om næringslivets rolle, ansvar, og legitimitet i samfunnet, med norsk banknæring som et empirisk case. Oppgaven vil besvare følgende problemstilling:

*Hvilke forventninger har nordmenn til norsk banknærings samfunnsansvar? Samsvarer bankenes prioriteringer med disse forventningene?*

Med samfunnsansvar tar jeg utgangspunkt i Europakommisjonens definisjon, og jeg sikter derfor til bankers ansvar for hvordan deres virksomhet påvirker samfunnet rundt (Europakommisjonen 2011, s. 6). De ulike tematiske dimensjonene dette ansvaret knytter seg til vil jeg gå nærmere inn på i kapittel 2. Med forventninger mener jeg folks ønsker basert på hvordan de mener banker burde opptre, heller enn hvordan de opplever at banker faktisk opptre. Denne definisjonen ligger til grunn for flere lignende studier (Parasuraman, et al. 1988). Forventninger slik denne oppgaven definerer det er derfor noe annet enn folks opplevelse av hvordan bankene faktisk opptre. I tillegg sammenlignes forventninger til samfunnsansvar i banknæringen med bankenes prioriteringer av samfunnsansvarsrelaterte temaer som for eksempel miljøtiltak, økonomisk verdiskapning, likestillingsarbeid, eller korrupsjonsbekjempelse. Med prioriteringer sikter jeg til hvilke samfunnsansvarsrelaterte temaer bankene vektlegger, og i hvilken grad ulike temaer vektlegges.

Det faktum at banker fungerer som kredittgivere og investorer i andre bedrifter gjør dem svært interessant i et samfunnsperspektiv. Ved å legge samfunnsansvar til grunn for utlåns- og investeringspraksis i bedriftsmarkedet, har banker potensielt en stor påvirkningskraft på hvordan andre typer næringsliv forholder seg til samfunnsansvar. Samtidig har banker i Norge historisk innehatt en rolle der markedslogikk har blitt kombinert med sosialpolitiske målsetninger og rollen som allmennyttig institusjon. Som allmennyttige institusjoner skulle de første norske bankene hindre sosial nød ved at folk fikk en ansvarlig privatøkonomi. I tillegg skulle de omfordele hele sitt overskudd til samfunnsnyttige formål, såkalt *filantropi*. (Knutsen & Ecklund 2000, s. 337).

Til tross for at dagens norske banker drives etter markedsprinsipper, er arven fra tiden som filantropiske allmennyttige institusjoner fortsatt synlig i banknæringen (Knutsen og Ecklund 2000, s. 337). Disse forholdene gjør at jeg mener banknæringen kan sees på som et kritisk case, altså et case som har det Flyvbjerg (2006, s. 229) kaller en strategisk viktighet i relasjon til den generelle tematikken som belyses. I denne oppgaven søker jeg å sette lys på næringslivets rolle, ansvar, og legitimitet i samfunnet, og jeg mener den norske banknæringen på grunn av sin historie med å kombinere sosialpolitikk og markedslogikk gjør dette til et særlig interessant kritisk case i spørsmålet om nordmenns forventninger og næringslivets samfunnsansvar og legitimitet.

### 1.3 Tilnærming

For å besvare problemstillingen vil jeg gjennomføre analyser i tre steg. I analyse 1 undersøkes hvilke forventinger nordmenn har til bankenes samfunnsansvar. I analyse 2 undersøkes hvilke prioriteringer bankene har, og i analyse 3 sammenlignes graden av samsvar mellom funnene i analyse 1 og 2. Analyse 1 gjennomføres med en surveyundersøkelse av et representativt utvalg av Norges befolkning. Spørreskjemaet utformes deduktivt, og undersøkelsen gjennomføres av Ipsos. Analyse 2 vil gjennomføres som en kvalitativ dokumentanalyse der jeg benytter et kodings skjema med deduktivt genererte kategorier. Her vil CEO-brev fra fire utvalgte banker over tre år utgjøre analyseenhetene. Analyse 3 vil bestå av en komparativ tematisk sammenligning av funnene fra analyse 1 og 2.

### 1.4 Oppgavens oppbygning

Videre vil jeg presentere en bakgrunn for oppgaven med utgangspunkt i tidligere studier relatert til norsk banknærings samfunnsansvar og forventinger til denne. I kapittel 2 presenteres teorier om næringslivsaktørers rolle og ansvar i samfunnet, og samfunnsansvarsbegrepet defineres til fem ulike ansvarsdimensjoner. Med utgangspunkt i resonnementer som bygger på disse teoriene og tidligere forskning vil jeg videre presentere hypoteser som kan bidra til å besvare oppgavens problemstilling. I kapittel 3 vil jeg i detalj redegjøre for metodene som anvendes, herunder også diskusjoner rundt validitet og reliabilitet. I kapittel 4 presenteres de tre analysene kronologisk, før resultatene av disse danner grunnlaget for en diskusjon i kapittel 5. I dette kapitlet belyses også styrker og svakheter ved det gjennomførte forskningsopplegget, og funnenes generaliserbarhet. I kapittel 6 trekkes det en konklusjon, før kapittel 7 presenterer innspill til videre forskning på området.

### 1.5 tidligere forskning

#### 1.5.1 Folks forventinger til samfunnsansvar

Studiet av forventinger til næringslivsaktørers rolle og ansvar i samfunnet har etter hvert utviklet seg til å bli et forskningsfelt som blant annet krysser fagretninger som bedriftsøkonomi og ledelse, statsvitenskap, og filosofi. Fra bedriftsøkonomi og

ledelsesdisiplinen finner vi for eksempel konsumentundersøkelser som måler hvordan et firma bedre kan etterkomme konsumentenes krav for å kjøpe deres produkter. Fra samfunnsvitenskapelig hold har man undersøkt hvorvidt næringslivet «leverer på sin samfunnskontrakt», altså om en næring evner å fylle den rollen samfunnet forventer at den skal fylle, og hvorvidt næringsliv har legitimitet. Fra mer filosofisk hold har man diskutert hva som er næringslivets formål i samfunnet. Jeg mener at nordmenns forventinger til norsk banknærings ansvar og rolle blir særlig relevant å undersøke i kjølvannet av de mange skandalen knyttet til uansvarlig næringslivsadfærd vi har sett de siste årene. Dette fordi det trekker linjer til den samfunnsvitenskapelige debatten om næringslivsaktørers ansvar, rolle, og legitimitet i en globalisert verden.

Norsk næringsliv, inkludert banknæringen har i økende grad måtte forholde seg til samfunnets forventninger til hvordan de skal opptre. Midttun (2007) har påpekt at et selskaps verdiplattform har konsekvenser for både for relasjoner og omdømme. Midttun (2007) har argumentert for at ved å spille sammen med CSR-initiativer i næringslivet kan regulatoriske myndighetene nå ut over nasjonale grenser, og redusere governance-gaps og regulatoriske vakuumer. Næringslivet kan på sin side oppnå fordeler ved å ha myndighetene «med på laget». Derfor kan ikke næringsliv kun operere etter materielle incentiver. Samtidig forholder næringsliv seg til flere interessenter enn myndighetene. Fremveksten av frivillig selvregulering må derfor også sees i sammenheng med undersøkelser fra en rekke land som påviser at folk har fått høyere forventinger til at næringsliv skal operere i henhold til standarder for ansvarlighet. Dawkins og Lewis (2003, s. 182) poengterer at mens produktkvalitet og selskapers lønnsomhet tidligere har vært det folk er mest opptatt av, viser kryssnasjonale studier at temaer som sosiale og miljømessige hensyn har blitt de viktigste forventningene folk har til ansvarlig næringslivspraksis. Godt hjulpet av moderne kommunikasjonsteknologi og sosiale medier har sivilsamfunnet og opinionen fått en stemme som næringslivet ikke kan ignorere. Dawkins & Lewis (2003, s. 185) eksemplifiserer med et utsagn fra en næringslivsleder: *“in the past, our reputation could be threatened by a concerted campaign over a long period. Now it can be threatened by a teenager in his bedroom with a laptop”*. Utsagnet illustrerer hvordan næringslivsaktører må forholde seg til gjeldende forventninger, ikke bare fra myndighetene, men også fra sivilsamfunn og opinion. Alternativet kan i motsatt tilfelle være omdømmetap og redusert inntjening. Denne

problematikken omtales i litteraturen som «the business case of CSR». The business case viser at mens CSR og frivillig selvregulering kan sees på som et middel for myndighetene til å oppnå politiske målsetninger basert på «soft law», er det fra selskapers side også et spørsmål om omdømme, inntjening og i ytterste konsekvens overlevelse (Midttun et al. 2015, s. 489).

#### 1.5.2. Forventinger til samfunnsansvar i Norge: hva vet vi?

Utenriksdepartementet har i stortingsmeldingen fra 2009 skissert en rekke forventinger til hvordan norsk næringsliv, inkludert banknæringen skal opptre. Etersom dette er forventninger som er godt dokumentert, har denne oppgaven rettet fokuset mot sivilbefolkningens forventinger ovenfor banknæringen. Dette finnes det langt færre studier av. Willums (2004, s. 38) argumenterer for at det i norsk offentlig opinion er sterke forventninger om at næringslivet skal fylle rollen som aktør innen både økonomi og politikk, og begrunner dette med rollen næringslivet har innenfor sosialdemokratiske rammer. I tilfellet med banknæringen har en slik tankegang lange tradisjoner, ettersom norsk banknæring helt siden i 1800tallet har tjent både som tilbydere av økonomiske tjenester, og som «velgjørere» gjennom å fordeling av overskudd til samfunnsnyttige formål, kjent som filantropi. Filantropi blir av Saiia et al. (2003, s. 170) beskrevet som som «å gi uten å forvente en gjenytelse»

Midttun et al. (2012) undersøkte et representativt utvalg av Norges befolkning opplevde noen næringslivsbransjer som bedre på å ta samfunnsansvar enn andre. Her ble respondentne bedt om å rangere i hvilken grad de mente helsesektoren, landbrukssektoren, servicesektoren, fiskeri, industri, olje og gass, elektrisitetsektoren, og bank og finansnæringen bidro til å ta samfunnsansvar. Midttun fant at norsk banknæring ble rangert lavest, og at landbrukssektoren og helsesektoren ble rangert øverst. Midttun spekulerte i om de kritiske holdningene til banknæringen kunne skyldes deregulering og frislipp av spekulative pyramidelignende investeringer, og dermed en ødeleggelse av næringsens omdømme (Midttun et al 2012). Midttun (2012) Undersøkte også om normene mente at norsk næringsliv var mer ansvarlig nå enn før. Midttuns analyser påviste at nordmenn hadde ulike syn på næringslivets samfunnsansvar basert på forhold som alder og politisk preferanse. Resultatene viste at i spørsmål om næringslivet er mer ansvarlig nå enn tidligere,



hadde aldergruppen 15-29 vesentlig større tro på at dette, mens respondenter over 60 år hadde lavest tro på at næringslivet var mer ansvarlig enn tidligere. Midttun diskuterte to mulige forklaringer for dette mønsteret. Det ene var at unge mennesker er bedre på å fange opp og legge merke til samfunnsansvarstiltak som gjøres i næringslivet. Den andre var at eldre mennesker er mer realistiske og ikke «lar seg lure» av retorikk om samfunnsansvar, mens de unge er mer naive og påvirkelige (Midttun et al. 2012). Den samme variabelen avslørte også at et mønster langs en politisk høyre-venstreakse. Flertallet av respondenter med preferanse for høyresiden i norsk politikk mente at næringslivet tar mer samfunnsansvar nå enn tidligere. Respondenter med preferanse for venstresiden var mer delt i synet, der omtrent like mange mente at næringslivet tok mindre ansvar nå enn tidligere som at de tar mer ansvar (Midttun 2012). Midttuns undersøkelser gir verdifull innsikt i nordmenns forhold til samfunnsansvar, og en av Midttuns konklusjoner var at nordmenn hadde sterke meninger om temaet. Dette gjalt særlig i spørsmål om hvilke sektorer som var god eller dårlig på å ta samfunnsansvar (Midttun 2012). Midttuns studie gjorde imidlertid ingen undersøkelser av spesifikke ansvarsdimensjoner, altså hvilke temaer folk knyttet til samfunnsansvarsbegrepet. Vi vet derfor ikke om folk oppfattet banknæringen som dårlig på å ta ansvar for økonomi, eller om de oppfattet næringen som dårlig på sosial og miljørelaterte temaer.

## 1.6 Oppsummering

Temaet for denne masteroppgaven er altså hvilke forventinger Norges befolkning har til banknæringens samfunnsrolle, og om bankene fyller disse forventningene gjennom sine prioriteringer av samfunnsansvar. Jeg vil altså undersøke forholdet mellom forventinger og utøvelse av samfunnsrolle, med norsk banknæring som empirisk case. Tematikken kan relateres til en større forskningsdebatt knyttet til næringslivsaktørers samfunnsrolle og legitimitet i kjølvannet av globalisering og CSR-trenden med frivillig selvregulering i tillegg til statlig regulering. I neste kapittel vil jeg redegjøre for teoretiske perspektiver som gir et innblikk i ulike forståelser av næringslivets samfunnsrolle og ansvar, og hvordan fremveksten av digitale medier har skapt en ny relasjon mellom opinion og næringslivsaktører

## 2. Teori

Bedrifiers samfunnsansvar kan forstås både fra et forretningsperspektiv og et samfunnsperspektiv, noe som illustreres i de mest fremtredende teoretiske bidragene på feltet. Teoriene tilknyttet forretningsperspektivet, i litteraturen omtalt som «the business case of CSR» forenes hovedsakelig gjennom sitt fokus på hvordan samfunnsansvarsproblematikken kan brukes strategisk for å oppnå økt profitt for selskaper. Teoriene har sitt opphav innen disiplinen bedriftsøkonomi og ledelse der man har diskutert hvordan CSR-initiativer kan brukes som et middel for effektivisering, bedre relasjoner til investorer og selskapets omdømme (Gjølberg 2012, s. 15). The business case of CSR gir verdifull innsikt i næringslivets logikk i møte med samfunnsutfordringer, og hvordan det å ta ansvar i sosiale og miljømessige problemstillinger kan bidra til det som gjerne oppfattes som selskapenes hovedansvar; øke sin egen økonomiske verdi og avkastning.

Fra statsvitenskapelig hold har business case-teorier møtt kritikk. Blowfield (2005) poengterte at de instrumentelle teoriene forsøker å konstruere styringsverktøy for selskaper og at de fullstendig ignorerer de større problemstillingene rundt hvordan samfunnsansvar og CSR-trenden relaterer til global styring, makt, og økonomisk globalisering. Dette leder inn på samfunnsperspektivet. Fra denne innfallsvinkelen finner vi en rekke teorier som stiller mer grunnleggende spørsmål ved hva som er næringslivets legitime oppgaver i samfunnet. Disse teoriene er ofte normativt forankret, og adresserer problematikken med at mektige private næringslivsaktører legger politiske føringer på sitt virke.

### 2.1 The business case of CSR

The business case of CSR er et perspektiv som bidrar til oppgavens problemstilling ved å forklare hvorfor vi må forvente å finne samsvar mellom folks forventninger og banknæringens prioriteringer. Business case-perspektivet gir et inblikk fra banknæringens side av saken, og forklarer hvordan næringslivsaktørers søken etter profitt bidrar til å dra dem i retning av en sterkere politisk rolle.

Litteraturen fra business case-perspektivet anser CSR som et fenomen i hovedsak drevet frem av næringslivet selv, der regulatriske myndigheter skal spille en mindre rolle. Det grunnleggende synet bygger på en stat-næringsliv-sivilsamfunnsmodell, der næringsliv og

sivilsamfunn er de viktigste aktørene i å sikre ansvarlig forretningsdrift (Midttun et. al 2015, s. 470). Denne litteraturen legger til grunn at åpne samfunn med kompetitive markeder og frie medier kan få næringsliv til å frivillig regulere seg selv for å skape bedre sosiale og miljømessige forhold, og at sterkt engasjement på disse områdene er i selsapers egen interesse (Midttun et. al 2015, s. 469). Dette fordi det å investere i sterkere sosialt og miljømessig engasjement kan gi et selskap godt omdømme, som i neste rekke tiltrekker investorer og øker omsetningen.

Business case-perspektivet domineres av instrumentelle teorier. Næringslivets incentiver til å involvere seg i sosiale og miljømessige problemstillinger bygger i henhold til disse teoriene på en tanke om at dette potensielt kan bidra til både kortsiktig og langsiktig profitt. Dette til tross for at forskningen ennå har til gode å *bevise* en positiv kobling mellom et selskaps innsats i slike problemstillinger, og et selskaps inntjening (Hafenbrädl & Waeger 2017, s. 1582-1583). Arsic et al. (2017) påpeker at investeringer til fordel for sosiale og miljømessige problemstillinger kan være kostbare. Dersom det kun påfører selskapet ekstra kostnader bør selskaper derfor unnlate å involvere seg slikt. (Garriga & Mele 2004, s. 53).

Blant fremtredene eksempler på teorier som tar utgangspunkt i business case-perspektivet er Porter og Cramers klyngeteori og Elkingtons Triple Bottom Line (TBL). Porter og Kramer argumenterer for at sosiale investeringer mellom selskaper kan forbedre forholdene for alle parter, samtidig som kostnaden for hver enkelt part reduseres. (Porter og Kramer 2006). John Elkingtons Triple Bottom Line skisserer ulike tematiske ansvarsdimensjoner som selskaper bør oppfylle for å være konkurransedyktige. I denne oppgaven vil jeg legge Elkingtons teori til grunn ettersom dette i følge Robins (2006 s. 1 og s. 4) er blant de mest kjente og brukte rammeverkene relatert til næringslivets samfunnsansvar.

### 2.1.1 Elkingtons Triple Bottom Line

Elkingtons Triple Bottom Line (TBL) argumenterer for at suksessfulle selskaper tar ansvar både for økonomiske, sosiale, og miljømessige problemstillinger. Teoriens bidrag til oppgavnes problemstilling er at den er et svært godt eksempel på en instrumentell teori som tar utgangspunkt i the business case of CSR. I tillegg gir den en nyttig inndeling av samfunnsansvar i ulike tematiske dimensjoner, som i sin enkleste forstand knytter seg til de økonomiske verdiene skapt av næringsliv, i tillegg til de sosiale og miljømessige verdiene de tilfører – eller ødelegger (Elkington 2004, s. 3).

TBL slik Elkington utviklet det er instrumentelt i den forstand at rammeverket legger til grunn at selskaper som ikke ivaretar alle interessentenes interesser vil bli ha dårligere konkurransevne. Amarah (2016, s. 37) poengterer at det kan få katastrofale konsekvenser for et selskap å ignorere TBL-hensyn.

Elkingtons rammeverk er utviklet med mål om å ivareta alle de viktigste interessentene (Amarah, 2016, s. 37). Interessenter kan forstås som de som kan påvirke eller blir påvirket av et selskaps virke (Jensen 2001, s. 8-9), og inkluderer vanlige mennesker.

Elkington refererer til TBL som de tre P'ene, People, Profit, Planet (Böcker og Meelen 2016, s. 29). I sin enkleste forstand inkluderer derfor rammeverket kun økonomiske, miljømessige, og sosiale hensyn.

Økonomisk ansvar handler om at bedrifter er i stand til å skape økonomisk vekst og verdier som for eksempel avkastning til eierne, lønninger til de ansatte, og skatteinntekter til staten. Dette oppnår bedrifter ved å sørge for å være profitable og ha gode markedsposisjoner (Global Reporting Initiative 2015).

Miljødimensjonen handler om at næringsliv skal være oppmerksomme på hvordan bedriften påvirker omgivelsene gjennom å vurdere de negative eller positive konsekvensene driften har for miljø og klima (Arsic et al. 2017). I Global Reporting initiative konkretiseres dette som ansvar for hvordan næringsliv påvirker levende og ikkelevende natur, inkludert vann, land, luft, og økosystemer. Bedrifter bør for å ivareta miljøansvar benytte fornybare råvarer, redusere energiforbruk og la være å forårsake miljøødeleggelser som avskoging og forurensning, Co2-utslipp, og forsøpling (Global Reporting Initiative 2015).

Den sosiale dimensjonen knytter seg til at bedrifter har et ansvar for hvordan deres virksomhet påvirker lokalsamfunnet der de opererer. Dahlsrud (2006, s. 2) knytter bedrifters sosiale ansvar til det å integrere sosiale hensyn i bedriftens virksomhet, og det å være oppmerksom på hvordan bedriftens virksomhet får konsekvenser for lokalsamfunnet. Dette innebærer ifølge Arsic (2017, s. 442) å ta ansvar for hvordan bedriften påvirker mennesker både direkte og indirekte. Eksempler på dette kan være tiltak for å fremme likestilling og

mangfold, utdanning, tilby anstendige lønninger, og arbeidsforhold, samt utvikling av lokalsamfunn.

Selv om TBL i sin enkleste forstand kun inkluderer økonomiske, sosiale, og miljømessige hensyn, har rammeverket blitt sterkt knyttet til et begrepet ESG (Environmental, Social, Governance), som inkluderer et fjerde hensyn, nemlig governance (virksomhetsstyring). Governancehensyn omfatter blant annet ivaretagelse av åpenhet og transparens rundt bedriftens virksomhet, og er ofte forbundet med selskapers motvirking av korrupsjon og bestikkelser. Governancedimensjonen handler om hvordan bedriften forholder seg til egne operasjoner, og kan være en vanskelig kategori å definere. I Global Reporting Initiative knyttes governace-ansvar til at næringslivsaktører har rutiner for rapportering om interne forhold knyttet til virksomheten, og måten den blir styrt på, i tillegg til å føre dialog med interessenter og rutiner for å unngå korrupsjon og bestikkelser (Global Reporting Initiative 2015).

## 2.2 Samfunnsperspektivet

Teorier med samfunnsperspektiv kan hevdes å være mindre homogene enn business case-teoriene. Mens business case-teorier som Elkingtons TBL i hovedsak diskuterer hvorvidt bedrifter selv har interesse av å ta hensyn til sosiale og miljømessige problemstillinger, har teoriene fra samfunnsperspektivet et relativt bredt fokus på hvordan næringslivets samfunnsansvar relaterer til ansvar, legitimitet, globalisering, og demokratisk styring.

Elkingtons teori om at næringslivet må ta ansvar for miljø, sosiale problemstillinger, governance, og egen økonomi for å lykkes, bygger på en antagelse om at det eksisterer normative forståelser og forventninger til hva næringsliv skal og ikke skal foreta seg. Både Milton Friedmans shareholderteori og Edward Freemans stakeholderteori er eksempler på teorier fra samfunnsperspektivet som legger normative argumenter til grunn for hva som er næringslivets ansvar og rolle i samfunnet. Det disse teoriene bidrar med i relasjon til oppgavens problemstilling er å vise hvordan ulike syn på hva som er næringslivets rolle i samfunnet, har konsekvenser for hva som kan oppfattes som næringslivets samfunnsansvar og legitime oppgaver.

### 2.2.1 Shareholderteori

Friedmans shareholderteori hevder at næringslivets *eneste* oppgave og ansvar er å maksimere profitt uten å bryte lovene satt av staten. I følge Shareholderteorien skal aksjonærenes interesser være selskapets hovedansvar, fordi selskaper er eid av sine aksjonærer. Selskapets bidrag til samfunnet måles derfor kun basert på hvor mye økonomisk avkastning det klarer å skape (Hubbard 2009, s. 178).

Privat næringsliv mangler ifølge Friedman legitimitet til å involvere seg i sosiale og miljømessige problemstillinger utover det de er lovpålagt. Å bidra til å redusere fattigdom eller forurensning er i Friedmans øyne statens oppgaver, og han illustrerer legitimitetsproblematikken med følgende resonnering: I et demokratisk system er det etablert konstitusjonelle, parlamentariske og juridiske bestemmelser gjennom frie og rettfærdige valg. Disse bestemmelsene representerer så langt som mulig velgernes meninger og ønsker. Ved å engasjere seg i sosiale og miljømessige spørsmål utover lovens krav, påberoper næringslivet seg oppgaver som er underlagt politiske og juridiske organer, og opptrer dermed som både lovgivende utøvende og dømmende makt, uten å være demokratisk valgt (Friedman 1970).

Kjernen i Friedmans poeng er altså at arbeidet med viktige samfunnsutfordringer ikke må legges i hendene på andre enn dem som legitimt har rett til å håndtere det – nemlig staten. Friedman innrømmer at i prinsipiell forstand gjør dette ethvert privat initiativ for samfunnets beste illegitimt, men poengterer at dette først og fremst blir et reelt legitimitetsproblem når aktørene besitter stor økonomisk makt (Friedman 1970).

### 2.2.2 Stakeholderteori

På den andre siden finner vi Edward Freemans shareholderteori som legger normative argumenter til grunn for at næringslivet *skal* involvere seg i andre hensyn enn profitt. Normativ stakeholderteori tar utgangspunkt i at et selskap til tross for å være eid av aksjonærer, har ansvar ovenfor en langt bredere gruppe av interessenter enn det shareholderteorien legger til grunn. I tillegg til aksjonærene kan denne gruppen for eksempel bestå av aktivistgrupper, leverandører, kunder og grupper som har gjort seg til

talsmenn for kundene, ansatte, fagforeninger, konkurrenter, myndigheter og politiske grupper (Hubbard 2009, s. 178; Midttun 2007).

Garringa & Mele (2004, s. 60) refererer til at stakeholderteoriens normative kjerne er basert på to ideer: interessentene er personer og grupper i samfunnet med legitime interesser i prosessuelle og materielle aspekter av et selskaps virke. Interessentene identifiseres også gjennom sin interesse i en næringslivsaktør, uavhengig av om denne næringslivsaktøren har noen korresponderende funksjonell interesse i interessentene. Stakeholderteoriens kjerne er altså at næringslivsaktører har et ansvar for personer og grupper i samfunnet som har interesser i (les: blir påvirket av) selskapets virke, og at dette ansvaret ligger fast uansett om næringslivsaktøren ikke har noen konkurransemessige fordeler av å forholde seg til disse interessentene.

### 2.2.3 Normative argumenters betydning for forventinger

De normative synene på næringslivets samfunnsrolle som kommer til uttrykk i shareholder- og stakeholderteori kan være med på å definere forventinger til hva som oppfattes som ansvarlig næringslivsadfærd. For eksempel har normativt begrunnede retningslinjer fra FN vist seg å være svært innflytelsesrike på nasjonale myndigheters forventinger til næringslivet (Buhmann 2016, s. 699). Dette er også svært tydelig i den norske stortingsmedingen om næringslivets samfunnsansvar. Det kanskje fremste eksempelet der normative syn på næringslivets rolle gir utslag i forventinger om adferd er FNs Milleniumsmål og Bærekraftsmål, i tillegg til rapporteringssystemer som Global Compact og Global Reporting Initiative.

Bærekraftsmålene markerer en historisk mobilisering av verdenssamfunnet for å sette søkelys på problemer knyttet til økonomisk utvikling, sosial inkludering, og miljø. Hensikten med disse målene var å skape politisk handling og sosialt press for en bærekraftig utvikling, også ovenfor privat næringsliv (Sachs 2012, s. 2206). FNs Menneskerettighetskommisjons initiativ til å nedtegne retningslinjer for privat næringsliv i menneskerettighetsspørsmål kan også sees på som et eksempel på normative argumenter i form av en forventning til næringslivsaktører. Disse retningslinjene slår fast at privat næringsliv har ansvar for å respektere menneskerettighetene som innebærer å opptre aktsomt for å unngå å krenke andres rettigheter og for å ta ansvar for, og håndtere eventuelle brudd (Ruggie 2010).

Midttun (2007) har adressert legitimitetskritikken mot næringslivets involvering i sosiale og miljømessige problemstillinger, og argumenter for at definerte forventninger fra myndighetene ovenfor næringslivet, kan gi dem legitimitet for sine strategier. Legitimitet kan i denne sammenhengen forstås som retten til å utøve makt (Coicaud 2002, s. 10).

I tillegg til myndigheter er også sivilbefolkning en legitimerende kraft for maktutøvende aktører (Näsström 2007, s. 624). Coicaud (2002, s. 10) identifiserer tre grunnleggende kilder til legitim maktutøvelse: Befolkningens samtykke, etterlevelse av samfunnets lover og etterlevelse av befolkningens normer. Grunnlaget for legitimitet er eksistensen av et samfunn som kan akseptere eller forkaste regler, prinsipper og adferd. Sier man at en aktør er legitim impliserer man derfor at dens normer, regler og prinsipper er sosialt godtatt (Reus-Smith 2007). Legitimitet er derfor en egenskap som aktører tilskriver andre aktørers identitet, interesser og handlinger. Når en aktør vurderer en annen aktørs legitimitet, gjøres det med referanse til sosiale normer som spesifiserer hvordan den gitte aktøren i den gitte situasjonen burde handle og opptre (Reus-Smith 2007, s. 162-163). Dermed vil legitimiteten i et selskaps handlinger avhenge av om sivilbefolkningen eller andre aktører i samfunnet for eksempel har en shareholderforståelse eller stakeholderforståelse av næringslivsaktørers samfunnsrolle.

#### 2.2.4 Monitory democracy – sivil regulering av næringslivet

Teorien om monitory democracy ble lansert av statsviteren John Keane. Det denne teorien bidrar med når det gjelder oppgavens problemstilling er å vise hvordan sosialt press og moderne kommunikasjonsteknologi tvinger næringsliv til å ta ansvar på nye områder. I motsetning til de nevnte business case-teoriene ser monitory democracy saken fra samfunnets perspektiv.

Monitory democracy (som ikke har noen god norsk oversettelse) er ifølge Keane fremveksten og spredningen av maktgranskende og maktmodererende mekanismer, både innenfor regjeringer og sivilsamfunn (Keane 2009). Keane identifiserer slike maktgranskende aktører som forskjellige former for interessegrupper, lobbygrupper, ikkestatlige organisasjoner, offentlige kommisjoner og forum, tenketanker, bloggere og varslere (whistleblowers).



Keane hevder at vi siden andre verdenskrig har sett representativt demokrati transformeres til et post-representativt demokrati, med grunnleggende forskjellige konturer og dynamikk (Keane 2009). Ifølge Keane er ikke demokrati lenger kun en delegering av makt fra velgere til regjeringer gjennom parlamentariske kanaler, og heller ikke et fenomen begrenset til territorialstater. Innenfor ikkestatlige organisasjoner og nettverk helt ned til personnivå, er samfunnets maktutøvere gjenstand for «monitoring» – en slags overvåking og offentlig gransking av hvordan de utøver sin makt. Dette gjelder både på lokalt, nasjonalt og supranasjonalt nivå.

I tråd med at næringslivsaktører er maktfaktorer i samfunnet, både på det økonomiske og politiske plan slipper heller ikke de unna å bli overvåket av ulike sivile aktører.

Sivile aktørers evne til å ansvarliggjøre maktutøvere i et monitory democracy går lengre enn ved bruk stemmeseddelen: Under den stadige trusselen om samfunnets negative søkelys og personlig eller institusjonell vanære holdes maktutøvere til enhver tid på tå hev. En viktig forutsetning for Keans monitory democracy er derfor muligheten som ny kommunikasjonsteknologi har ført med seg, og Keane poengterer at denne demokratiformen aldri kunne oppstått i en ikke-digitalisert verden (Keane 2009). Som nevnt er næringslivet i økende grad bevisst på både sivilsamfunnsorganisasjoner og vanlige samfunnsborgere stiller krav til at selskaper lever opp til sosiale og miljømessige standarder, uavhengig av hvor de opererer (Fontaine 2013, s. 110), og hvor stor skade selskaper kan påføres av enkeltpersoner med tilgang til internett. Gjennom sosiale medier og andre nettbaserte kommunikasjonsformer grilles private selskaper om hvordan de behandler ansatte, hvor de gjør investeringer, og hvilket miljøavtrykk de etterlater seg. (Keane 2009). Dette har gjort at spillereglene for næringslivet har endret seg, og svært få interne prosesser er så interne at de å ikke kan brettes ut foran et globalt publikum og bli vurdert mot gjeldende normer og forventinger. Gjennom dette bidrar også monitory democracy til å gi næringslivet legitimitet for sine endrede strategier.

Et godt eksempel på at banknæringen utsettes for monitory democracy finner vi fra tilfellet der DNB i 2016 gav lån til selskaper involvert i byggingen av «The Black Snake», en kontroversiell oljerørledning over urfolksterritorium i Dakota, USA. DNB brøt ingen lover, men ble kritisert av en rekke sivilsamfunnsorganisasjoner som skapte mediestorm, ettersom

byggingen av rørledningen ble oppfattet som en underminering av urfolksrettigheter (Sættem 2016). Konsekvensen for DNB var omdømmetap, i tillegg til det økonomiske tapet ved å måtte trekke seg ut av prosjektet (Bjerke 2016).

### 2.3 Overlapp mellom forretnings- og samfunnsperspektivet

Det er ikke vanntette skott mellom de stiliserte synene på hva som er en næringslivsaktør oppgaver i samfunnet. Blant annet finnes det en rekke instrumentelle argumenter for Freemans ellers normative stakeholderteori (Jones 1995, s. 406). Jensen (2001, s. 9) bygger på en slik «dobbelforståelse» med begrepet *enlightened value maximization*. Med dette begrepet forsøker Jensen å forene stakeholderteoriens fokus på ansvar ovenfor samfunnet med profittmaksimeringsfokus. Monitory democracy-teorien viser oss at samfunnets forventninger kan definere hva som i det lange løp maksimerer et selskaps profitt. Dette fordi selskaper som opptrår «illegitimt», og ikke etterlever samfunnets forventninger til deres rolle og ansvar kan påføres sosiale sanksjoner slike Keane (2009) argumenterer for. Kjernen i *enlightened value maximization* er derfor at selskapers langsiktige verdiskapning er hensynet som må legges til grunn i en avveining mellom kortsiktig profitt og kostbare investeringer i sosiale og miljømessige hensyn. (Young 2013)

### 2.4 Forventninger og hypoteser

Den tidligere litteraturen og teoriene fra business case og samfunnsperspektivet kan brukes til å danne forventninger om hvordan både nordmenn og banker forholder seg til samfunnsansvar. Jeg velger derfor å utlede noen hypoteser som kan testes, og dermed bidra til å belyse oppgavens problemstilling.

Med utgangspunkt i Elkingtons TBL mener jeg man kan gjøre en antagelse om at banker møtes med forventninger fra samfunnet relatert til økonomi, sosiale tiltak, miljø, og governance. I tillegg kan det tenkes at bankene møtes med forventninger om å drive med filantropi, gitt sin historiske posisjon som almennyttige institusjoner, og derfor prioriterer dette som et femte tema. Derfor utleder jeg en hypotese om at Nordmenn forventer at banknæringen skal prioritere å ta ansvar relatert til temaene økonomi, miljø, governance, filantropi, og sosialansvar (H1).

I argumetasjonen for TBL påpeker Elkington at forskning fra Europa indikerer at studenter og yngre generasjoner har særlig høye forventninger til næringslivets miljøinnsats (Elkington 1997, s. 38) selv om forskningen Elkington sikter til er fra slutten av 90tallet, mener jeg vi kan legge til grunn at de unges miljøengasjement ikke har blitt svakere med årene. Klimastreik i skolen og Greta Thunbergs stjernestatus som klimaforkjemper er vitnesbyrder om dette. Dette mener jeg gir grunn til å anta at unge forventer at også næringslivet og banknæringen skal være med å dra lasset mot en grønnere fremtid. Midttun påpeker i sin analyse at eldre personer kan være mindre idealistiske enn yngre, og at de derfor har et mer nøkternt syn på næringslivets samfunnsansvar (Midttun 2012). Shareholderteori representerer på mange måter den tradisjonelle forståelsen av næringslivets samfunnsansvar, og på bakgrunn av dette mener jeg det ikke urimelig å gjøre en antagelse om at eldre nordmenn har størst forventninger til at banker skal prioritere å ta ansvar for økonomi og governance. Jeg utleder derfor en hypotese om at det er en negativ sammenheng mellom alder og opptattheten av at banker skal prioritere sosial- og miljøansvar (H2), og at det er en positiv sammenheng mellom alder og opptattheten av at banker skal prioritere økonomi- og governancerelatert ansvar (H3).

Politisk preferanse ser med utgangspunkt i Midttun et als undersøkelser fra 2012 ut til å påvirke folks syn på næringslivets samfunnsansvar. Også nordmenns forståelse av samfunnsansvar utfra stakeholderteori eller shareholderteori kan ha sammenheng med alder og politisk preferanse. Ettersom shareholderteorien har sitt utgangspunkt i neoliberalisme mener jeg det kan tenkes at de som sympatiserer med liberale/konservative partier vil ha større forventninger til bankens ansvar knyttet til økonomi og governance. Man kan følgelig anta at disse menneskene er mindre opptatt av at banker skal prioritere å ta ansvar for miljø og sosiale temaer. Ikke fordi de *ikke* er opptatt av slike temaer, men fordi dette i henhold til shareholderteorien er statens oppgaver, ikke banknæringens. Jeg utleder derfor en hypotese om at nordmenn med preferanse for partier på høyresiden har lavere forventninger til bankers miljø- og sosialansvar (H4), og at nordmenn med preferanse for partier på høyresiden har høyere forventninger til bankers økonomi- og governancerelaterte ansvar (H5).

Elkingtons TBL, samt norske bankers historiske rolle som filantropiske institusjoner, mener jeg kan legges til grunn for en hypotese om at prioriteringer av samfunnsansvar i norsk banknæring relaterer til temaene økonomi, miljø, governance, filantropi, og sosialansvar (H6).

Med utgangspunkt i *monitory democracy* mener jeg man også kan danne en forventning om at sivilbefolkningen sankjsonerer banknæringen for å ikke oppfylle slike hensyn, og at banknæringen derfor prioriterer tiltak relatert til de fire temaene. Keane legger i sin teori om *monitory democracy* til grunn at sivilbefolkningen påvirker næringsliv til å operere i tråd med folks normer og forventninger. Elkingtons TBL argumenterer for at bedrifter bør etterleve disse forventningene for å være suksessfulle. Dette mener jeg gir grunn til å formulere en hypotese om at banknæringens prioriteringer av samfunnsansvar samsvarer med nordmenns forventninger (H7)

Disse hypotesene vil danne en rød tråd i analysene, og drøftes i lys av beskrivende statistikk fra nordmenns oppfatninger om ulike sektorerers evne til å ta samfunnsansvar, og nordmenns opplevelse av hva banknæringen faktisk tar ansvar for.

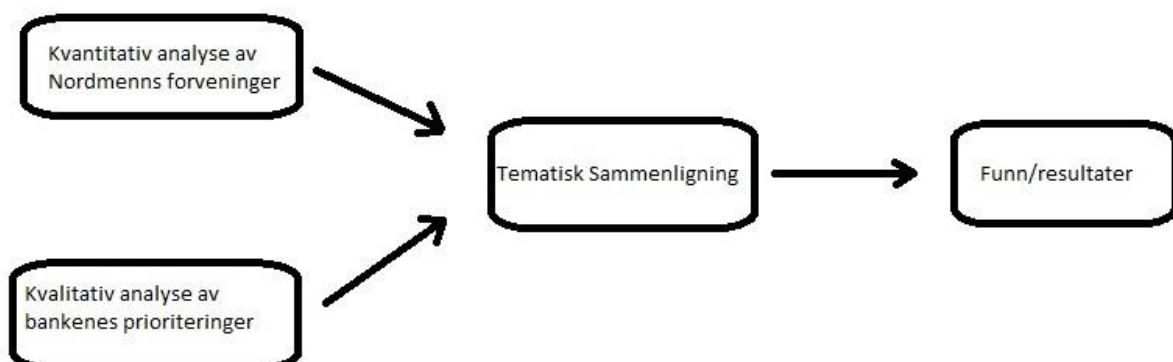
### 3. Metodisk tilnærming: Multimetodedesign

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for oppgavens forskningsdesign og metoder. Jeg vil starte med den grunnleggende modellen som bygger på multimetodedesign, før jeg deretter går inn på de enkelte metodiske teknikkene som brukes i denne modellen, samt utformingen av spørreskjema og kodingsskjema for disse analysene. Her vil også hensyn til validitet og reliabilitet bli belyst. I tillegg redegjør jeg for utvalget av banker som tjener som case av den norske banknæringen.

I denne oppgaven utføres tre analyser med en kombinasjon av kvalitative og kvantitative teknikker. Først gjennomføres en kvantitativ surveyundersøkelse for å kartlegge nordmenns forventninger til bankers samfunnsansvar. Deretter gjennomføres en kvalitativ dokumentanalyse av et utvalg bankers CEO-brev for å kartlegge bankers prioriteringer av samfunnsansvar. Resultatene fra disse to analysene vil deretter legges til grunn for en analyse der forventninger og prioriteringer sammenlignes tematisk. En slik fremgangsmåte

bygger på det Bryman (2016, s. 638-640) kaller et Convergent parallell design, hvor innhenting av kvalitative og kvantitative data skjer samtidig og med lik prioritet. Resultatene fra analysene av disse dataene blir så sammenlignet og/eller slått sammen for å besvare oppgavens overordnede problemstilling.

Convergent parallell design er en variant av multimetodedesign, ettersom både kvalitative og kvantitative teknikker benyttes for å besvare en overordnet problemstilling. Fordelen ved slike design er at de gjør det mulig å utnytte styrkene i både kvalitative og kvantitative teknikker. Ved valg av forskningsdesign og metoder må man imidlertid være bevisst på svakheter så vel som styrker. Multimetodedesign har vært gjenstand for kritikk med påstander om at kvalitativ og kvantitativ forskning tilhører separate paradigmer, og at teknikkene derfor representerer uforenlige syn på hvordan sosial virkelighet skal studeres. Bryman (2016, s. 636) påpeker at sammenblanding av kvantitative og kvalitative teknikker har blitt kritisert fordi man da ignorerer de epistemologiske og ontologiske forutsetningen som hver av metodene bygger på. Bryman (2016, s. 637) påpeker likevel at de fleste forskere i dag legger mindre vekt på slike hensyn, og heller ser de kombinerte mulighetene som ligger i hver teknikks individuelle styrker. I denne oppgaven kommer jeg ikke videre til å adressere debatten om epistemologiske og ontologiske forutsetninger for kvalitativ og kvantitativ forskning. Multimetodedesign benyttes med utgangspunkt i at metoden bygger på bruk av flere teknikker, noe jeg anser som hensiktsmessig og nødvendig for å besvare oppgavens problemstilling.



Figur 1 viser Brymans grafiske fremstilling av et convergent parallell-design, der denne oppgavens analyser er plassert inn i figuren.

### 3.1 surveyundersøkelse

#### 3.1.1 Datainnsamling

For å undersøke om folk mener banknæringen bør prioritere noen typer ansvar høyere enn andre, velger jeg å gjennomføre en surveyundersøkelse. Datainnsamlingen ble gjennomført med Ipsos` omnibusundersøkelse. 1051 respondenter gjennomførte undersøkelsen, og Ipsos garanterer for undersøkelsens nasjonale representativitet (Gulstad 2019).

Innsamlingsmetoden var webbasert, og gikk over to uker. I tillegg til de variablene som ble bestilt til denne oppgaven leveres Ipsos` omnibusundersøkelse med et stort utvalg typiske kontrollvariabler relatert til respondentenes bakgrunn. Da undersøkelsen var gjennomført inneholdt datasettet også noen missingverdier. Dette er vanlig ved bruk av spørreskjemaer, men utgjør kun et problem dersom missingverdiene ikke er tilfeldig fordelt, og det er spesielle kjennetegn ved de som ikke har svart (Hellevik 2007, s. 105, Bjurstrøm 2015). I følge Ipsos var det ingen spørsmål i undersøkelse som hadde unormalt stort frafall, og jeg anser derfor missingverdiene for å være tilfeldig fordelte. Missingverdiene ble derfor fjernet ved *listwise deletion*.

#### 3.1.2 Fem dimensjoner av samfunnsansvar

Jeg utformer spørsmål basert på de fem dimensjonene som i oppgavens teoretiske utgangspunkt knyttes til samfunnsansvar; sosiale hensyn, miljø, økonomi, og governance. I tillegg inkluderer jeg filantropi. For å oppnå høy definisjonsmessig validitet er det viktig at de operasjonaliserte spørsmålene i en spørreundersøkelse måler det teoretiske fenomenet de er ment å måle, uten systematiske målefeil. Samtidig er den definisjonsmessige validiteten vanskelig å fastslå, og må baseres på forskerens egne vurderinger (Hellevik 2007, s. 52-53). Med utgangspunkt i Ipsos` renommé i gjennomføring av surveyundersøkelser regner jeg imidlertid sannsynligheten for systematiske målefeil som liten. Jeg anser også undersøkelsen som reliabel i form av liten sannsynlighet for usystematiske målefeil (Hellevik 2007, s. 471).

Respondentene ble stilt 7 spørsmål som jeg mener måler de fem teoretiske dimensjonene på en valid måte. Jeg har også valgt å basere svaralternativene på rating heller enn ranking. Rating vil si at respondentene uttrykker sitt svar som et nivå på en gitt skala. Ved ranking

sorterer derimot respondentene ulike alternativer i en prioritert rekkefølge (Vanette 2019). Rating er den vanligste metoden i spørreundersøkelser, og gjør det enklere å benytte statistiske teknikker på datamaterialet.

Økonomidimensjonen ble dekket med spørsmålet: «Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for å skape økonomisk vekst».

Governancedimensjonen ble dekket med spørsmålene «Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for å ivareta åpenhet og transparens rundt egen virksomhet» og «Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for å bekjempe korrupsjon».

Den sosiale dimensjonen ble dekket med spørsmålene «Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for å ivareta menneskerettigheter» og «Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for å fremme likestilling mellom kjønn».

Miljødimensjon ble dekket med spørsmålet «Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for miljø og klima».

Filantropidimensjonen ble dekket med spørsmålet «Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for å sponse kultur og idrett».

Under vises et eksempel på hvordan spørsmålene ble presentert til respondentene.



Vennligst svar på en skala fra 1 til 9, hvor 1 = Ikke viktig i det hele tatt, og 9 = Svært viktig

Hvor viktig er det for deg at:

**Banker i Norge tar ansvar for å fremme likestilling mellom kjønn**

1 2 3 4 5 6 7 8 9

 Tilbake

Figur 2. Utsnitt fra spørreundersøkelsen hos Ipsos

For å fange inn den sosiale dimensjonen ble det utformet to spørsmål, ett om ansvar for menneskerettigheter, og ett om ansvar for likestilling mellom kjønn. Også dimensjonen for governance ble representert ved to spørsmål, ett om ivaretagelse av transparens og åpenhet, og ett spørsmål om bekjempelse av korrupsjon. Grunnen til at jeg har prioritert to spørsmål hver til governancedimensjonen og den sosiale dimensjonen er at jeg mener de er lite selvforklarende. Å representere dem ved begreper som er mer kjente, som korrupsjon, menneskerettigheter og likestilling, mener jeg at jeg fanger opp folks forventinger på en mer valid måte. Når det gjelder økonomispørsmålet, mener jeg at det er grunn til å forvente at respondentens svar knytter seg til økonomisk verdiskapning i et større perspektiv, og ikke bare om eierne har stor inntjening. Sistnevnte kan imidlertid hevdes å være en nødvendig, men ikke tilstrekkelig forutsetning for økonomisk vekst i det større perspektivet.

Alle spørsmålene ble gitt graderte skalaer fra 1-9, der respondentene skulle besvare om bankene tar ansvar mellom ytterpunktene *i svært liten* eller *svært stor grad*, og om temaet var *ikke viktig* eller *svært viktig* for dem. Det komplette spørreskjemaet som ble levert til Ipsos finnes i appendiks.

Ved utforming av spørsmål tar enkelte til orde for å unngå doble alternativer i ett spørsmål, som for eksempel miljø OG klima. Årsaken til at jeg har valgt å likevel benytte en slik ordlyd er at jeg mener «miljø og klima», og «åpenhet og transparens rundt egen virksomhet» er uttrykk som dekker et større fenomen. De to ordene brukes gjerne om hverandre for det samme fenomenet.

Folks kunnskap om samfunnsansvarlig næringslivspraksis varierer ifølge Tian et al. (2011 s. 198) mellom ulike land. Kunnskapen er avhengig av politiske tradisjoner og kulturelle og økonomiske forhold. Ettersom det er vanskelig å si hvor stor kunnskap nordmenn har om samfunnsansvar i banknæringen, mener jeg det er viktig å utforme spørsmål som er realistiske for folk å svare på. I utformingen av spørsmål er det derfor lagt vekt på å stille spørsmål relatert til temaer som jeg mener det er rimelig å forvente at folk har et forhold til. Dette mener jeg styrker undersøkelsens validitet.

Det kan argumenteres mot denne undersøkelsen at den burde ha flere spørsmål per dimensjon for å styrke den definisjonsmessige validiteten. Man kunne inkludere flere og mer spesifikke spørsmål for å dekke hver teoretiske dimensjon, noe som ble gjort i undersøkelsen



til Golob et al (2008) som hadde 5-6 spørsmål på fordelt på fire samfunnsansvarsdimensjoner. For eksempel kunne man spurt om viktigheten av at banker kjøper klimakvoter eller av at de har retningslinjer for å ivareta rettighetene til urfolk. Selv om validiteten potensielt kan økes når flere spørsmål designes for å måle samme fenomen kan det også være en risiko for svekket validitet. Flere spørsmål kan nemlig gi økt fare for at respondentene ikke har tilstrekkelig kunnskap til å svare på spørsmålene. Flere spørsmål øker også kostnaden ved datainnsamling. Denne oppgaven var underlagt et budsjett, og jeg måtte prioritere hvor mange spørsmål som var hensiktsmessig å inkludere.

Jeg mener at spørsmålene som er formulert har tilstrekkelig definisjonsmessig validitet, ettersom de representerer det jeg mener er typiske elementer ved hver teoretiske dimensjon. Til tross for dette bør man alltid ta et visst forbehold når man baserer antagelser om et tema på en eller få indikatorer. Som en validitetskontroll på at respondentene har svart hvilke tiltak de mener banker i Norge *bør* prioritere, inkluderte jeg også en spørsmålsserie med de samme spørsmålene hvor respondenten skulle besvare i hvilken grad de *faktisk opplevde* at banker tar ansvar på de beskrevne områdene. Fordelen med et slikt opplegg er at vi både får en indikasjon på forskjeller i folks *forventninger* til bankenes arbeid med samfunnsansvar, og folks *oppfatninger* av bankenes arbeid med samfunnsansvar innenfor fem tematiske områder.

For å styrke validiteten og unngå tvetydige spørsmål ble spørreskjemaet pretestet på ti respondenter med ulik bakgrunn (studenter og yrkesaktive). Etter å ha svart ble disse individuelt intervjuet om hvordan de hadde tolket spørsmålene, og justeringer av formuleringene ble foretatt basert på tilbakemeldingene. Det generelle inntrykket fra pretesten var likevel at folk syntes spørsmålene var greie å svare på, og tolket dem likt.

Da spørreundersøkelsen ble designet ble det også vurdert hvorvidt et alternativ for «vet ikke» skulle inkluderes i undersøkelsen. Litteraturen er delt i synet på hvorvidt et slikt alternativ svekker eller styrker datas validitet, og om det bør inkluderes eller ikke (Dolnicar & Rossiter 2009). Ved utforming av spørreundersøkelser gjør man en antagelse om at det finnes respondenter med en mening om det de blir spurt om og at det finnes respondenter uten slike meninger. Derfor inkluderer mange undersøkelser et alternativ for å svare at man ikke har noen mening om spørsmålet. Philip Converse advarte mot at respondenter uten meninger fortsatt var tilbøyelig til å gi et svar på det de ble spurt om og dermed skape «false

positives», altså respondenter som uttrykker en mening de ikke har. «False positives» kan true datas validitet. Imidlertid kan validiteten også trues av «false negatives», altså respondenter som svarer vet ikke når de egentlig har en mening (Gilljam & Granberg 1993, s. 349-350). Gilljam & Granberg (1993, s. 349-350) argumenterer for at respondenter som ikke har veldig sterke meninger - men like fullt kan ha en oppfatning som lener i ene eller andre retningen, vil tendere til ta den enkle løsningen ved å svare vet ikke, dersom det er et alternativ. Gilljam & Granberg (1993, s. 355-356) konkluderer derfor med at forsøk på å unngå «false positives» ved å inkludere et vet ikke-alternativ, vil produsere «false negatives». Avveiningen mellom «false negatives» og «false positives» er ifølge Gilljam & Granberg et dilemma uten en klar løsning. I denne oppgaven har jeg valgt å utelate vet ikke-alternativet fra undersøkelsen, ettersom det var praktisk uhensiktsmessig med det digitale formatet spørreskjemaet ble gjennomført med. Respondentene ville i så fall måtte bla seg videre til neste side for å svare «vet ikke». Fordelene med å inkludere en vet ikke-kategori ble derfor ikke vurdert til å være store nok, med henvisning til Gilljam og Granberg (1993). Imidlertid hadde respondentene mulighet til å helt utelate å svare på spørsmålet dersom de ønsket det.

### 3.1.3 Rangering av ulike sektorer

For å få enda mer innsikt i nordmenns oppfatning av samfunnsansvar i banknæringen ble respondentene etter mønster fra Midttuns tidligere undersøkelse også bedt om å score seks ulike sektors evne til å ta samfunnsansvar på en skala fra 1-9. Her gav de banknæringen, oljenæringen, servicenæringen, IT-sektoren, elektrisitssektoren, landbruksnæringen og helsesektoren en score mellom 1 og 9, basert på i hvor stor grad de oppfattet at de enkelte næringene tok samfunnsansvar. Dette er de samme næringene som Midttun undersøkte i 2012, med unntak av elektrisitssektoren og IT-sektoren som er lagt til i denne undersøkelsen. Jeg mener det er viktig å få klarhet i om nordmenn fortsatt bunnrangerer banknæringen når det kommer til samfunnsansvar, slik Midttun fant i 2012.

### 3.1.4 Analyseteknikk

#### *Gjennomsnittscore*

For å måle nordmenns forventinger til banknæringens prioritering av samfunnsansvarstemaer velger jeg innledningsvis å måle disse variablene med

gjennomsittsverdier. Dette er samme fremgangsmåte som Golob et al. (2008) benyttet i en lignende studie fra Slovenia.

### *Faktoranalyse*

I tillegg har jeg i denne oppgaven utformet hypoteser som tilsier at det vil være sammenheng mellom alder og politisk preferanse på forventninger til banknæringens prioritering av samfunnsansvar. Igjen velger jeg å hente inspirasjon fra studien til Golob et al. (2008) I deres studie var formålet å se på forholdet mellom forventninger til samfunnsansvar og plassering innenfor Shalom Swartz verdidimensjoner. De analyserte datamaterialet sitt med konfirmerende faktoranalyse og en strukturell likningsmodell. For å se på forholdet mellom alder, politisk preferanse og forventninger til samfunnsansvar i banknæringen, har jeg valgt en lignende, men enklere tilnærming, basert på eksplorerende faktoranalyse og OLS-regresjon. Jeg mener denne tilnærmingen passer denne masteroppgavens format og teoretiske utgangspunkt bedre.

Ettersom jeg har sju variabler som dekker fem ansvarsdimensjoner, kan jeg enten kjøre regresjon med hver av disse som avhengig variabel eller forenkle dataene til færre indikatorer. Til en slik forenkling er faktoranalyse en egnet teknikk. Eksplorerende faktoranalyse er en teknikk som benyttes for å forenkle sammenhenger gjennom å analysere korrelasjoner mellom en rekke variabler med den hensikt å avdekke et mindre antall faktorer som ligger under og forklarer sammenhengene (Enjolras et al. 2014, s. 54).

Med denne teknikken kan vi redusere data gjennom å påvise om det finnes bakenforliggende faktorer som forklarer respondentenes svar på flere variabler. For eksempel kan en forventning om at banker bør ta ansvar for å drifte med høyt fokus på miljømessige og sosiale standarder få en respondent til å svare likt på variablene som måler viktigheten av miljø, likestilling, og menneskerettigheter.

Resultatene fra faktoranalyser kan i neste rekke benyttes til å konstruere additive indekser som måler mer grunnleggende forventninger til samfunnsansvar i banknæringen. Additive indekser er variabler som er konstruert ved å summere skårer for et sett med andre variabler (Hellevik 2007, s. 463). Additive indekser har klare fordeler fremfor enkeltvariabler fordi de bedre operasjonaliserer et begrep eller en mening. I tillegg regnes indekser som tilnærmet intervallskalerte, noe som gjør at man ikke bryter modellforutsetninger om

målenivå når indeksene brukes i regresjonsanalyser. Denne oppgaven konstruerer på bakgrunn av resultatene fra faktoranalysen to indekser: en som måler miljø- og sosiale forventninger til banknæringen og en som måler økonomi- og governanceforventninger.

Indeksene som ble konstruert presenteres i detalj i analysekapittelet, ettersom de er utarbeidet på bakgrunn av den empiriske analysen av datamaterialet.

#### *OLS-regresjon*

Indeksene analyseres ved hjelp av OLS-regresjon for å avdekke sammenhenger knyttet til banknæringens samfunnsansvar, og alder og politisk preferanse. OLS-regresjon (Ordinary Least Squares) er en statistisk analysemetode som estimerer forholdet mellom en avhengig variabel og en eller flere uavhengige variabler. Metoden estimerer dette forholdet som en rett linje, ved å minimere summen av kvadrerte avvik mellom de observerte og predikerte verdiene i data (Poston 2019).

Midttuns undersøkelse fra 2012 indikerte at det var en sammenheng mellom alder og folks oppfatning av næringslivets samfunnsansvar. Derfor testes sammenhengen mellom alder og de to indeksene basert på faktoranalyse. OLS forutsetter lineære sammenhenger, men vi kan imidlertid ikke vite om en eventuell sammenheng i dette tilfellet vil være lineær. Derfor deler jeg alder inn i kategoriske dummyvariabler, slik at ikkelineære sammenhenger likevel kan estimeres.

Alder ble delt opp i kategoriene 18-35 år, 36-50 år, 51-65 år, og 66-89 år.

Hypoteser om alder:

*Det er en negativ sammenheng mellom alder og opptattheten av at banker skal prioritere sosial- og miljøansvar*

*Det er en positiv sammenheng mellom alder og opptattheten av at banker skal prioritere økonomi- og governancerelatert ansvar*

Også partipreferanse viste seg å ha sammenheng med nordmenns holdning til næringslivets samfunnsansvar i Midttuns undersøkelse fra 2012. Teoretisk definerer jeg partipreferanse som den partigruppen folk sympatiserer med. Operasjonelt måles dette ved

respondentenes avgitte svar på spørreskjemaet. Derfor inkluderer jeg dummyvariabler for partipreferanse, som kategoriseres til tre partigrupper: venstresiden (Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti Rødt, og MDG) sentrum; (Venstre, Kristelig folkeparti, og Senterpartiet) og høyresiden (Høyre, og Fremskrittspartiet).

Hypoteser partitilhørighet

*Nordmenn med preferanse for partier på høyresiden har lavere forventninger til bankers miljø- og sosialansvar.*

*Nordmenn med preferanse for partier på høyresiden har høyere forventninger til bankers økonomi- og governancerelatert ansvar.*

I denne oppgaven benyttes tverrsnittsdata, altså data som ikke måler endringer over tid. Ved tverrsnittsundersøkelser anbefaler Monkerud og Sørensen (2010, s. 266) å inkludere kontrollvariabler, slik at man kan vite at sammenhengene mellom de avhengige og uavhengige variablene i analysens fokus ikke skyldes bakenforliggende variabler. Til tross for at denne oppgavens primærfokus ikke er å påvise kausalforhold mellom alder, partipreferanse og forventninger til samfunnsansvar, inkluderer jeg kontrollvariabler for å få et mer nyansert bilde av sammenhengene. Det er naturlig å inkludere utdanning ettersom forskning tyder på at for eksempel hvor opptatt man er av miljø har sammenheng med utdanningsnivå (Utdanningsforbundet 2013, s. 7). Utdanning defineres her teoretisk som folks oppnådde utdanningsnivå. Operasjonelt måles det ved respondentenes avgitte svar i spørreskjemaet på hva slags utdanning de har. Utdanning kodes til tre dummyvariabler, der de med kun ungdomsskoleutdanning kategoriseres som «lav utdanning», de som har gått på videregående skole kategoriseres til «middels utdanning», og de som har utdannelse fra universitet eller annen høyere institusjon kategoriseres til «høy utdanning». Kjønn (mann/kvinne) kan også være relevant å kontrollere for, ettersom statistikk viser at det er i Norge er kjønnsforskjeller mellom hvilken sektor folk jobber i (privat eller offentlig) (Fredriksen 2019). Man kan tenke seg at slike forskjeller kan lede til ulike forventninger til næringslivets samfunnsansvar. I tillegg inngår alder og partitilhørighet som kontrollvariabler for hverandre. For å ikke tøye frihetsgradene for mye inkluderes ikke flere kontrollvariabler enn disse.

### Oversikt over variabler

<b>Forklaringsvariabler (dummy)</b>	<b>Antall/ % verdi høy</b>	<b>N</b>
<b>Alder</b>		
18-35 år	230 (28%)	810
36-50 år	242 (30%)	810
51-65 år	166 (20%)	810
66-89 år	172 (21%)	810
<b>Politisk preferanse</b>		
Høyre/FrP	266 (33%)	810
AP/SV/R/MDG	333 (41%)	810
SP/venstre/Krf	168 (21%)	810
Ande partier	20 (2%)	810
Ikke stemt	23 (3%)	810
<b>Kontrollvariabler (dummy)</b>		
<b>Kjønn</b>		
Kvinne	381 (47%)	810
Mann	429 (53%)	810
<b>Utdanning</b>		
Lav utdanning	69 (9%)	810
Middels utdanning	271 (33%)	810
Høy utdanning	470 (58%)	810

Tabell 1: oversikt over uavhengige variabler som inngår i analysene

## 3.2 Analyse av bankenes prioriteringer: Dokumentanalyse

I oppgavens problemstilling spør jeg hvordan bankers prioriteringer av samfunnsansvar samsvarer med folks forventninger. Hvordan kan man si noe om hvilke samfunnsansvarsrelaterte temaer bankene er mest opptatt av? En mulighet kan være å stille spørsmål om prioriteringer direkte gjennom intervjuer av en banks ledere. Et annet alternativ er å se på bankenes årsrapporter. Generelt inneholder årsrapporter oversikt over en bedrifts økonomiske situasjon, utvikling og viktige hendelser i året som har passert. Årsrapporter inneholder også gjerne oversikt over strategier og fremtidige målsetninger. I tillegg til å gi innsikt i bedriftens økonomi, er årsrapporter ment å gi eksterne aktører, for eksempel potensielle forretnings- og samarbeidspartnere, et innblikk i sentrale forhold i bedriften. At årsrapporten er korrekt og troverdig er derfor noe bedrifter etterstreber (Visma 2019).

Problemet med bankenes årsrapporter er at de har forskjellig oppbygning, noe som gjør det vanskelig å analysere dem komparativt. Unntaket er imidlertid den delen som innleder samtlige rapporter; CEO-brevet. Dette er konsernsjefens brev til aksjonærene og reflekterer ifølge Midttun et al (2006) høynivå strategibetraktninger fra bedriftens øverste ledere i et kompakt format. At alle bankenes årsrapporter innledes med et CEO-brev gjør også dette dokumentet velegnet til å sammenligne mellom banker. Dokumentanalyse av CEO-brev har tidligere vært benyttet av Midttun et.al (2006) til å analysere i hvilken grad bedrifter vektla samfunnsansvar.

I dokumentanalyser er formålet å redusere store mengder tekst for å identifisere grupper og kategorier som kan tillegges mening (Bengtsson 2016, s. 8). Ettersom det er en utprøvd metodisk tilnærming for å undersøke en lignende problemstilling, mener jeg en dokumentanalyse med CEO-brev som analyseenhet er egnet til denne masteroppgaven

### 3.2.1 Induktiv tilnærming

Dokumentanalyser kan utføres med en induktiv eller deduktiv tilnærming og med kvalitative eller kvantitative teknikker. Med en induktiv tilnærming til dokumentanalyse analyserer man

dokumentene med et åpent sinn og identifiserer meningsfulle elementer som kan besvare problemstillingen. Induktiv fremgangsmåte vil altså si at forskeren finner frem til temaer og kategorier fra data, gjennom grundig gjennomgang og konstant sammenligning av elementene i teksten. Dette representerer den dominerende tilnærmingen til *kvalitativ* dokumentanalyse (Zhang og Wildemuth 2009, s. 319). En fordel med å kategorisere teksten på en kvalitativ måte er at det gjør det mulig å fange opp latent innhold, som er den underliggende meningen i en setning (Bryman 2016, s. 292).

### 3.2.2 Deduktiv tilnærming

Motstykket til den induktive tilnærmingen er deduktiv tilnærming. Deduktiv tilnærming assosieres mest med *kvantitativ* dokumentanalyse, der man tester hypoteser om forekomsten av tekstelementer knyttet til spesielle emner og temaer. Til forskjell fra kvalitativ dokumentanalyse måler rene kvantitative analyser kun manifest innhold, for eksempel gjennom frekvensen av ord og uttrykk (Hellevik 2002, s. 176). Disse emnene og temaene er generert fra teoretiske bidrag eller tidligere studier. Analysen består i å plassere elementer i teksten innenfor forhåndsbestemte kategorier.

Zhang og Wildemuth (2009, s. 319) påpeker at deduktiv tenkning også kan styrke *kvalitative* dokumentanalyser når relevant bakgrunnskunnskap foreligger. Dette inkluderer innslag av kvantitative teknikker som å telle ord eller temaer, relatert til kategorier forankret i teori og tidligere studier.

I denne oppgaven vil jeg gjennomføre en kvalitativ dokumentanalyse, men følge Zhang og Wildemuths anbefaling, og kombinere denne med en deduktiv tilnærming. I analyseenheter (CEO-brevene) vil setninger utgjøre kodingsenheter, og ved kvalitativ vurdering vil de tilordnes plass i en av de fem teoretisk definerte samfunnsansvarsdimensjonene.

#### 3.2.2.1 Omfangsmål

Jeg vil benytte meg av det Hellevik (2002, s. 175) kaller omfangsmål, som i dette tilfellet vil være antall tegn i tekstinnholdet relatert til hver av de fem teoretiske kategoriene. Helleviks beskrevne omfangsmål har tidligere blitt benyttet av Midttun et.al (2006) i en lignende analyse. I Midttuns analyse ble innholdet i teksten kodet kvalitativt til operasjonaliserte kategorier relatert til blant annet strategi, teknologi, markedsposisjon og samfunnsansvar.



Etter at relevante setninger var kodet til en av kategoriene, ble andelen tekstinhold relatert til hver kategori normalisert til en prosentandel av det totale tekstinholdet i dokumentet. I denne oppgaven vil jeg benytte samme fremgangsmåte, men knytte innholdet i dokumentene til de fem samfunnsansvarsdimensjonene økonomi, sosial, miljø, governance, og filantropi.

Kodingen foregår ved å registrere utsagn som omtaler ting banken gjør som relaterer til en av de fem ulike samfunnsansvarsdimensjonene. Det vil si at utsagn der bankene snakker om å skape økonomiske verdier og økonomisk vekst, kodes til kategorien økonomi. Utsagn der bankene snakker om at de bidrar til miljø, bedre avfallshåndtering, eller reduserte klimautslipp, kodes til miljø. Utsagn der bankene snakker om temaer relatert til korrupsjonsbekjempelse og åpenhet/transparens, kodes til governance. Utsagn der bankene snakker om å ivareta menneskerettigheter og lokalsamfunn, likestilling, og mangfold, kodes som sosial. Til slutt vil utsagn som relaterer til pengedonasjoner og sponing kodes som filantropi. De operasjonelle definisjonene utgjør kodingsskjemaet som brukes i analysen.

#### 3.2.2.2 Analyseenheter

I dokumentanalyse er det viktig å være bevisst på hva slags dokumenter som utgjør analyseenheter. Grønmo (2004, s. 178) påpeker at man må ta i betraktning hvem dokumentene er skrevet til, hvem som har skrevet dem, og om de er autentiske. Denne oppgavens analyseenheter; bankenes CEO-brev representerer ifølge Midttun et al. (2006) høynivå strategibetraktninger fra bedriftens øverste ledere i et kompakt format, og bankers årsrapporter innledes av dette dokumentet. Årsrapporter er ment å leses av eksterne aktører som ønsker innsikt i sentrale forhold som bankens økonomi, strategi og målsetninger (Visma 2019). Jeg legger derfor til grunn at CEO-brevet som innleder årsrapportene er skrevet til alle eksterne aktører som søker kunnskap om bankens virke. Brevene er også skrevet og signert av konserndirektøren eller styret, noe som underbygger autenticitet og troverdighet.

Man kan spørre seg om omfang relatert til de fem samfunnsansvarsdimensjonene i brevene er et valid mål på bankenes prioriteringer. CEO-brev er relativt kortfattet (rundt to sider), og skal gi eksterne aktører innblikk i selskapets virke i året som gikk, og ambisjonene for fremtiden. Jeg mener det derfor er naturlig å anta at kun det som ansees som svært sentralt

og viktig for banken vies plass i CEO-brevet, og at mindre relevante forhold utelates eller vies mindre plass.

At CEO-brevet alltid plasseres først i bankenes årsrapport mener jeg underbygger innholdets strategiske betydning og viktighet. Jeg mener derfor at omfanget av kodet innhold i brevene kan gi valide indikasjoner på bankenes prioriteringer. For å redusere sjansen for feilkilder velger jeg å inkludere brevene fra de siste tre årene, 2016, 2017 og 2018. Dette for å ha mulighet til å påvise konsistens over tid, og på den måten validere forståelsen av bankens prioriteringer. Samtidig reduser man også faren for skjevforståelse som kunne oppstått dersom CEO-brevet fra ett år av ulike grunner skulle være preget av dramatiske enkelthendelser.

### 3.2.2.3 Utvalg

Ettersom det er utenfor denne oppgavens rammer å undersøke samtlige norske banker, har jeg hentet inn CEO-brev fra fire norske banker som jeg mener representerer case av den norske banknæringen. Med case sikter jeg til Seawright & Gerrings definisjon (2008, s. 296), der intensive studier av et mindre antall enheter gjennomføres, og målet er å forstå en større gruppe av lignende enheter. Enhetene vil i denne oppgaven være norske banker, og oppgaven søker å velge ut disse med tanke på å være så representative som mulig for den norske banknæringen.

Ved utvalg av caser er hensikten den samme som ved randomiserte stor N-undersøkelser; et representativt utvalg for populasjonen og variasjon i teoretisk relevante dimensjoner (Seawright & Gerring 2008, s. 295). Imidlertid er det ofte uhensiktsmessig å bruke utvalgsteknikker basert på tilfeldig utvalg etter modell fra store N-studier, ettersom slike teknikker ifølge Seawright & Gerring (2008, s. 295) svært ofte skaper skjeve og lite representative utvalg. En løsning som de skisser er derfor å identifisere relevante teoretiske dimensjoner i populasjonen og velge ut caser som representerer disse dimensjonene. I denne oppgaven vil jeg legge Seawright & Gerrings anbefaling til grunn, og ta utgangspunkt i den historisk typiske banktypen i Norge som Knutsen & Ecklund (2000, s. 25) kaller *universalbanker*.

I litteraturen gjør man gjerne et skille mellom forretningsbanker drevet etter markedsløgnikk og sparebanker drevet som allmennyttige institusjoner med sosialpolitiske målsetninger. I

Norge fikk man en utvikling der de opprinnelige sparebankene mot slutten av 1800tallet fikk en rolle som universalbanker, i den forstand at de fylte begge disse funksjonene (Knutsen og Echlund 2000, s. 24-25). Denne utviklingen beskrives som unik for Norge og skiller seg fra utviklingen av banknæring i de andre nordiske landene (Knutsen og Echlund 2000, s. 59).

CEO-brevene hentes fra følgende banker: Storebrand, Nordea, Sparebank1 SR-Bank og DNB. Disse bankene mener jeg med utgangspunkt i Knutsen og Ecklunds arbeid representerer den tradisjonelle banknæringen i Norge. Jeg vil i det følgende redegjøre kort for hva som kjennetegner de fire bankene jeg har valgt.

#### *DNB*

Banken vi i dag kjenner som DNB har røtter tilbake til opprettelsen av Christiania sparebank i 1822. Banken er i den største i Norge, uansett om man regner etter kundeinnskudd, forvaltningskapital eller brutto utlån. Banken leverer tjenester innenfor sparing og kreditt til privatkunder og bedrifter. I tillegg driver banken også med fond og investeringsvirksomhet. Banken har sitt hovedkontor i Norge, men operer også i andre land. Den norske staten ved nærings – og handelsdepartementet har en eierandel i banken på 34%, og utgjør dermed den største eieren (DNB 2019).

#### *Nordea*

Nordea har sin opprinnelse i sammenslåingen av en rekke danske, norske og finske banker, herunder norske Kreditkassen. Nordea er den nest største banken i Norge, og en av de største i Europa. Banken leverer tjenester innenfor sparing og kreditt til privatkunder og bedrifter. Til tross for å være den mest internasjonale av bankene som undersøkes, påpeker Nordea at deres nordiske røtter står svært sterkt. (Nordea 2019)

#### *Sparebank 1 SR-Bank*

Det vi i dag kjenner som Sparebank1 SR-bank er en bank som hovedsakelig opererer på Sør-Vestlandet (Sørlandet og Rogaland). Banken ble startet som Egersund Sparebank i 1839 og er i dag en sammenslåing av en rekke tidligere sparebanker. Selv om også denne banken er et aksjeselskap, og utviklet seg fra tradisjonell filantropisk sparebank til en universalbank drevet etter markedsprinsipper, har banken en sterk lokal forankring på Sør-Vestlandet. Den er den eneste banken i utvalget som ikke har internasjonale operasjoner. Banken tilbyr

sparetjenester og kredittjenester til privatpersoner, men også til bedrifter (sparebank1 srbank.no), og ligger på en femteplass i Norge størrelsesmessig. (Sparebank 1 SR-Bank 2019)

### *Storebrand*

Banken Storebrand har røtter tilbake til 1767 som et forsikringsselskap opprettet i København og ble overført til norske Christiania (nå Oslo) ved unionsoppløsningen i 1814. Selskapet var et rent forsikringsselskap frem til 1996, da det også begynner med banktjenester. Banken tilbyr i dag sparetjenester og kredittjenester til privatpersoner og bedriftskunder, og opererer i tillegg til i Norge også i Sverige og Baltikum (Storebrand 2019). Storebrand er ikke blant de ti største i Norge. I tillegg skiller den seg fra de tre øvrige bankene ved at den har opprinnelse som et forsikringsselskap og ikke en sparebank, en karakteristikk den deler med andre kjente norske bankaktører som KLP og Gjensidige. Derfor er den også inkludert for å ytterligere styrke utvalgets representativitet.

Denne oppgaven har ikke til hensikt å si noe om nisjebanker eller nye virksomheter som tilbyr banktjenester som et av mange produkter, for eksempel Bank Norwegian og Facebook, eller banker som utelukkende leverer forbrukslån eller driver med refinansiering av privatpersoners gjeld.

Gerring (2017, s. 222). påpeker at det alltid vil være usikkerhet knyttet til representativiteten i casestudier, og anbefaler derfor å ta et visst forbehold ved generaliseringer til populasjonen.

#### 3.2.2.4 kodingsskjema

Denne oppgaven følger en deduktiv tilnærming til dokumentanalysen, ettersom innholdet i dokumentene kodes til forhåndsdefinerte kategorier. I slike analyser er det viktig at man måler forekomsten av materiale som relaterer til de teoretisk definerte dimensjonene på en valid måte. For å oppnå dette er det ønskelig med et godt utviklet kodingsskjema, som klarer å fange opp konseptene slik de er definert teoretisk. Det er også ønskelig at kodingen skjer så nøyaktig som mulig uten tilfeldige målefeil, altså at kodingen er *reliabel*.

En viktig begrensning i teknikker der tekstinhold tilordnes plass i en kategori basert på koderens tolkning av tekstens latente innhold er at etterprøvbareheten blir begrenset. Dette handler om Intrakoder-reliabilitet, altså hvorvidt den som koder teksten gjør dette på en

konsistent og nøyaktig måte (Honaard 2008). Validiteten kan svekkes gjennom at koderen koder tekstene ulikt, og det er en fare for at forskerens subjektive forståelse og perspektiver påvirker kodingen (Grønmo 2004, s. 180). Problemet kan reduseres ved å benytte flere kodere som kryssjekker kodingene, men det er ikke mulig innenfor masteroppgavens rammer. Jeg har kompensert for validitets og reliabilitetsutfordringer ved å utvikle et godt kodings skjema og følge dette på en rigid måte. I tillegg har jeg gått gjennom og kodet de samme dokumentene i flere omganger for å sikre at kodingen er så reliabel som mulig. Jeg har også fulgt Grønmos anbefaling (2004, s. 81) om å legge vekt på tidskonteksten analyseenhetene er skrevet i.

Jeg har utviklet kodings skjemaet ved å hente inspirasjon fra FNs Global Compact, Global Reporting Initiative, OECDs retningslinjer for multinasjonale selskaper og tilgjengelig forskningslitteratur som operasjonaliserer de valgte samfunnsansvarsdimensjonene. I følgende avsnitt presenteres kodings skjemaet som benyttes i dokumentanalysen.

Kodings skjemaet er utarbeidet ved å gjennomgå definisjoner av de fem kategoriene slik de er beskrevet i oppgavens teorikapittel. Definisjonene er utarbeidet på bakgrunn av rapporteringsrammeverkene GRI og Global Compact og forskningslitteraturen.

Kategori	Definisjon	Kodingsenheter
<b>Sosialt ansvar</b>	Sosialt ansvar er næringslivets ansvar for hvordan deres virksomhet påvirker lokalsamfunnet der de opererer, og på hvilken måte de tar ansvar for hvordan bedriften påvirker mennesker både direkte og indirekte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generelle utsagn om sosiale hensyn</li> <li>- <i>Utsagn om bidrag til kulturelt mangfold</i></li> <li>- <i>Utsagn om motvirkning av barnarbeid</i></li> <li>- <i>Utsagn om bidrag til likestilling mellom kjønn</i></li> <li>- <i>Utsagn om bidrag til ivaretagelse av menneskerettigheter</i></li> <li>- <i>Utsagn om bidrag til rettferdig fordeling</i></li> </ul>
<b>Miljøansvar</b>	Miljøansvar handler om at bedriften har ansvar for hvordan de påvirker levende og ikkelevende natur, inkludert vann, land, luft, og økosystemer. Bedrifter som ønsker å ivareta miljøansvar bør benytte fornybare råvarer,	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Generelle utsagn om klima og miljø</i></li> <li>- <i>Redusere eget energiforbruk</i></li> <li>- <i>Motvirke avskoging</i></li> <li>- <i>Redusere egne utslipp av drivhusgasser</i></li> </ul>

	<p>reduere energiforbruk, og la være å forårsake miljøødeleggelser som avskoging og forurensning, Co2-utslipp, og forsøpling (Global Reporting Initiative 2015).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bidra til bedre avfallshåndtering</li> <li>- Tilby miljøvennlige produkter</li> <li>- Øke folks kunnskap om miljøutfordringer</li> </ul>
<b>Økonomisk ansvar</b>	<p>Økonomisk ansvar handler om i hvilken grad bedrifter er i stand til å skape økonomiske verdier og vekst gjennom for eksempel avkastning til eierne, og skatteinntekter til staten. Dette oppnår bedrifter ved å sørge for å være profitable og ha gode markedsposisjoner (Global Reporting Initiative 2015).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generelle utsagn om bankens økonomi</li> <li>- Sørge for å øke egne inntekter</li> <li>- Generere skatteinntekter til staten</li> <li>- Bidra til økonomisk vekst i samfunnet</li> <li>- Skaffe seg en sterk posisjon i markedet</li> <li>- Støtte grundere</li> </ul>
<b>Ansvar for governance</b>	<p>Governanceansvar innebærer at bedriften har rutiner for ivaretagelse av åpenhet og transparens gjennom for eksempel rapportering om interne forhold knyttet til virksomheten, og måten den blir styrt på, i tillegg til å føre dialog med interessenter, og rutiner for å unngå korrupsjon og bestikkelser (Global Reporting Initiative 2015).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rapportere om egen virksomhet</li> <li>- Motvirke bestikkelser og korrupsjon</li> <li>- Være i dialog med samfunnet om konsekvenser av egen virksomhet</li> <li>- Involvere samfunnet i utviklingen av bedriften</li> <li>- Være åpen om egen virksomhet</li> <li>- Være i dialog med berørte interesser og samfunnet</li> <li>- Ha ryddige prosesser for innsettelse av ledere</li> <li>- Være ærlig om samfunnsutfordringene driften medfører</li> </ul>
<b>Filantropisk ansvar</b>	<p>Filantropisk ansvar omhandler bedrifters ansvar for å bidra til et godt samfunn ved å dele av sitt overskudd.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gi pengegaver</li> <li>- Donere av overskudd til veldedige og samfunnsnyttige formål</li> </ul>
<b>Annet innhold</b>	<p>Innhold som ikke kan relateres til de definerte dimensjonene</p>	<p>Innhold som ikke kan relateres til de definerte dimensjonene</p>

Tabell 2: kodings skjema for dokumentanalysen

### 3.3 Komparativ tematisk analyse av folks forventninger og bankenes prioriteringer

For å besvare spørsmålet om bankenes prioriteringer samsvarer med nordmenns forventninger, vil jeg gjennomføre en komparativ tematisk analyse med sammenstilling av resultatene fra analyse 1 og 2. Tematisk analyse er en fleksibel metode der formålet er å identifisere, organisere og beskrive temaer og mønster i data. Teknikken er derfor nyttig for å oppsummere hovedpoenger fra et stort datamateriale (Nowell et al. 2017, s. 2), og til å fremheve forskjeller og likheter mellom to eller flere datakilder (Guest et al. 2012, s. 3).

Jeg vil i denne analysen derfor sammenstille resultatene fra surveyundersøkelsen og dokumentanalysen, og kvalitativt redegjøre for forskjeller og likheter i resultatene fra de to analysene. Ettersom folks forventninger og bankers prioriteringer er målt med ulike metodiske verktøy og med ulik skala, mener jeg en slik kvalitativ sammenstilling er en egnet måte å analysere og tolke dataene på.

### 3.4 oppsummering

I dette kapitlet har jeg redegjort for hvordan problemstillingen kan besvares ved å legge et multimetodedesign til grunn. Ulike deler av problemstillingen besvares med ulike teknikker, før resultatene sammenstilles. Jeg har også redegjort for prosessen bak utforming av spørreskjema og kodingskjema, og hvordan disse tar sikte på å måle elementer relatert til de fem teoretisk definerte ansvarsdimensjonene sosial, miljø, økonomi, governance og filantropi. I tillegg har jeg drøftet hensyn som er tatt for å ivareta validitet og reliabilitet, samt de utvalgte bankenes representativitet ovenfor den norske banknæringen.

## 4. Analyse og resultater

I dette kapitlet presenteres resultater. Først vil jeg presentere surveyundersøkelsen, deretter dokumentanalysen av bankenes CEO-brev, før kapitlet avsluttes med en tematisk sammenstilling av resultatene fra disse to analysene.

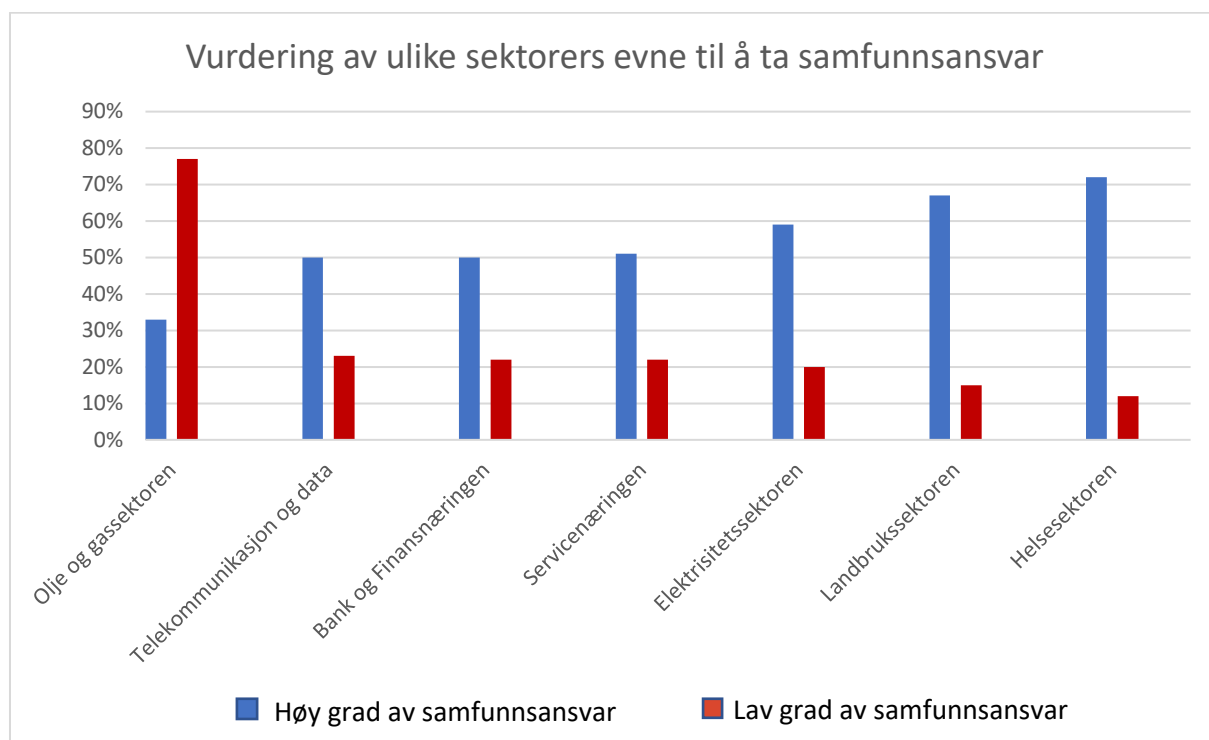
### 4.1 Analyse av surveydata

Jeg vil i dette delkapitlet belyse første del av oppgavens problemstilling; hvilke forventinger nordmenn har til samfunnsansvar i banknæringen. Innledningsvis vil jeg presentere beskrivende statistikk fra spørreundersøkelsen. Deretter vil jeg presentere faktoranalyse, indekskonstruksjon og regresjonsanalyse. Dataene ble analysert ved bruk av programmeringsverktøyet R. Figurer er laget i Excel.



#### 4.1.1 Deskriptiv statistikk

##### Vurdering av ulike sektors evne til å ta samfunnsansvar

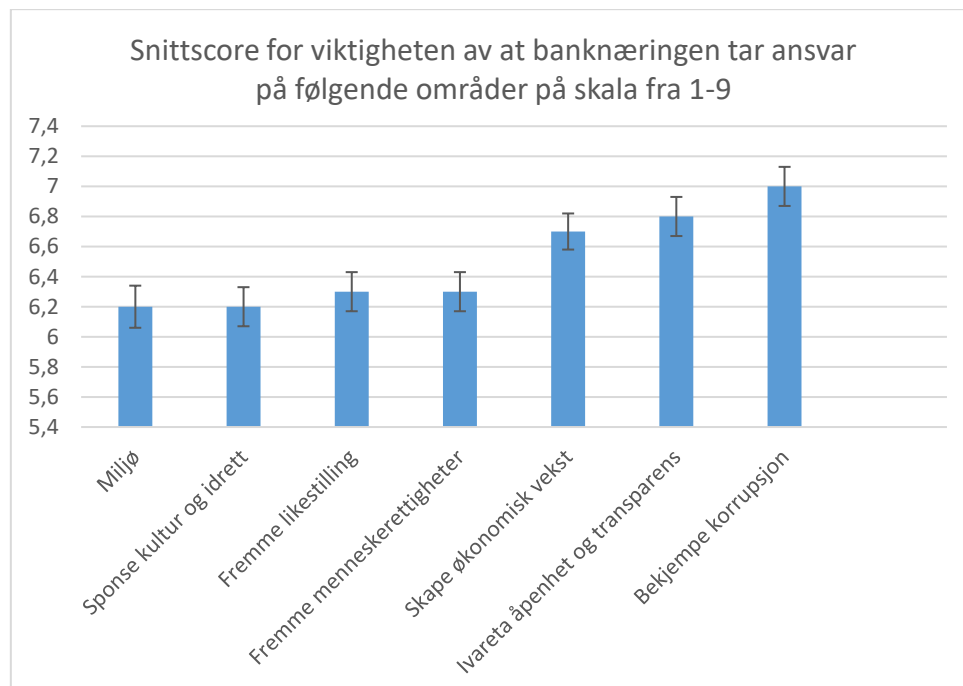


Figur 3. Høy grad: prosentandel som har svart 6-9 på skalaen fra 1-9  
Lav grad: prosentandel som har svart 1-4 på skala fra 1-9

Figuren viser Nordmenns vurdering av ulike bransjers evne til å ta samfunnsansvar. Dette er en retest av Atle Midttun et als analyse fra 2012. I 2012 ble banknæringen ansett som dårligst av en rekke næringer på å ta samfunnsansvar. Figuren viser at denne bunnplasseringen i 2019 overtatt av oljebransjen. I 2019 vurderte nordmenn banknæringen til å være gjennomsnittlig god på samfunnsansvar. Analysen viste også at landbrukssektoren og helsesektoren ble rangert som best på samfunnsansvar, et funn som er identisk med Midttuns undersøkelse fra 2012. Oljebransjen skiller seg klart ut ved at nesten 80% av respondentene har svart mellom 1 og 4 på en skala fra 1-9, der 1 indikerer at sektoren tar samfunnsansvar i svært liten grad, og 9 indikerer i svært stor grad. Til sammenligning har litt

over 20% svart det samme for banknæringen, mens 50% har svart mellom 6 og 9, som indikerer at halvparten av de spurte mener banknæringen i noen eller stor grad tar samfunnsansvar.

*Viktigheten av samfunnsansvar på ulike områder*



	Miljø	Sponsing av Kultur/idrett	Fremme likestilling	Menneskerettigheter	Økonomisk vekst	Åpenhet/transparens	Bekjempe korrupsjon
Forventning	6,1	6,2	6,2	6,3	6,6	6,7	7,0

*Figur 4: Tabell og grafisk fremstilling av nordmenns gjennomsnittsscore av ulike ansvarstemaer. der 1 representerte «ikke viktig» og 9 representerte «svært viktig». Konfidensintervall på 95%*

Figuren viser nordmenns gjennomsnittlige scoring av hvilke temaer de mener banker burde prioritere når de skal ta samfunnsansvar. Gjennomsnittsscore for hver av de sju samfunnsansvarsvariablene ble regnet ut og satt inn i et stolpediagram. Disse verdiene sier noe om hva nordmenn i snitt mener det er viktig at bankene prioriterer når de skal ta samfunnsansvar.

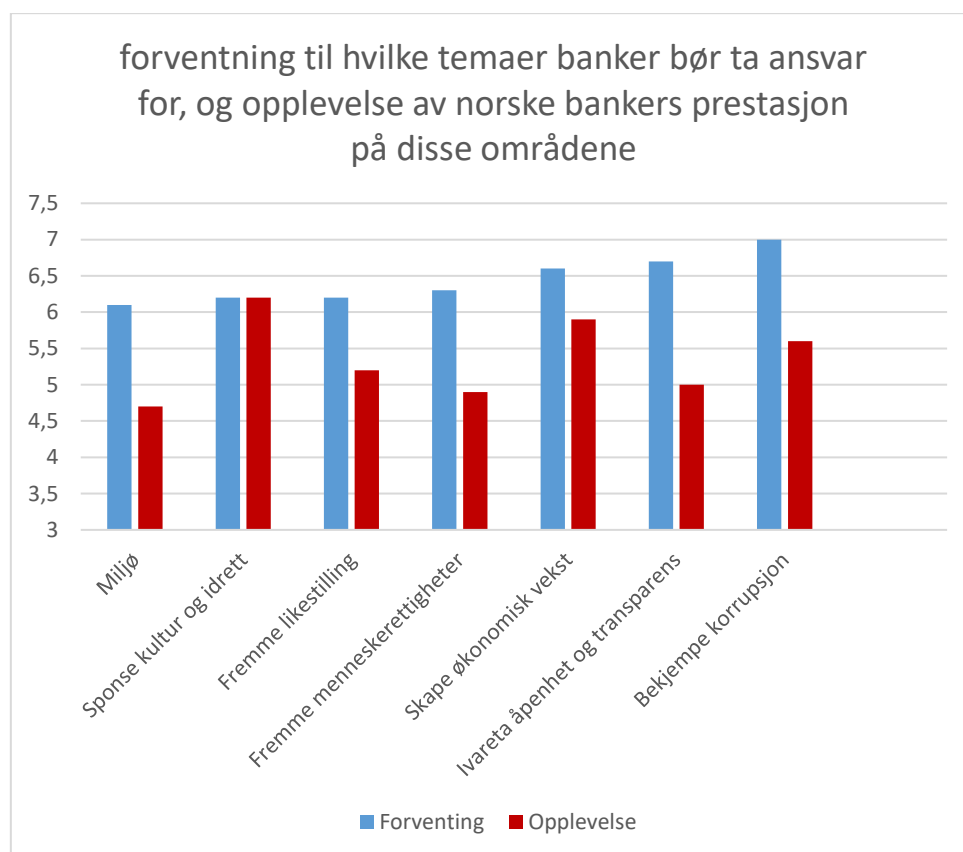
Det umiddelbare inntrykket er at respondentene scorer alle variablene høyt, og at ingen variabler havner helt på bunnen eller toppen av skalaen. Analysen viste at korrupsjonsbekjempelse ble scoret høyest i viktighet med 7 i snitt på en skala fra 1-9, der 1 representerte «ikke viktig» og 9 representerte «svært viktig». Også ivaretagelse av åpenhet og transparens, og bidrag til å skape økonomisk vekst ble scoret høyt, henholdsvis 6,7 og 6,6 på 1-9 skalaen. Herfra var det et signifikant sprang ned til viktigheten av at bankene bidro til å ivareta menneskerettigheter, som ble scoret til 6,3. At bankene bidro til å fremme likestilling ble scoret tilnærmet likt, med 6,2. At bankene bidro til å sponse kultur og idrett ble også scoret til 6,2 i snitt. Den variabelen som i snitt ble scoret lavest, var den om at bankene skulle ta ansvar for klima og miljø. Denne variabelen hadde en score på 6,1. Variablene var ikke signifikant forskjellige fra hverandre når det gjelder score.

Jeg mener analysene peker i retning av et mønster: Det ser ut til å gå et skille mellom variablene for miljø, likestilling, menneskerettigheter og sponning av kultur og idrett på ene siden, og variablene for økonomisk vekst, åpenhet og transparens, og antikorrupsjon på andre siden. Det er signifikante forskjeller i hvor høyt viktigheten av disse to variabelgruppene scores (se figur 4).

Gjennomsnittscorene støtter antagelsen i H1 om at nordmenn i sin alminnelighet mener at bankene skal prioriterer sosialt og miljømessig ansvar, så vel som at økonomisk ansvar og governance, og filantropisk ansvar. Selv om alle temaene scorer relativt høyt, er det tydelig at økonomi og governance skiller seg ut med å ligge i toppsjiktet.

### Opplevelse av banknæringens evne til å ta samfunnsansvar

For å kontrollere at respondentenes svar bygger på deres forventninger, heller enn opplevelse av banknæringen legger jeg inn deres svar på hva de opplevde at banknæringen faktisk tok ansvar for i samme diagram.



	Miljø	Sponsing av Kultur/idrett	Fremme likestilling	Menneskerettigheter	Økonomisk vekst	Åpenhet/transparens	Bekjempe korrupsjon
Forventning	6,1	6,2	6,2	6,3	6,6	6,7	7,0
Opplevelse	4,7	6,2	5,2	4,9	5,9	5,0	5,6
Differanse	1,4	0	1	1,4	1,7	1,7	1,4

Figur 5: Tabell og grafisk fremstilling av forventninger til hva bankene skal prioritere, og opplevelse av hva de faktisk prioriterer. Skala fra 1-9, der 1 representerte «ikke viktig» og 9 representerte «svært viktig».

Diagrammet og tabellen over viser forskjellene mellom forventinger og opplevelse av bankers samfunnsansvar, målt på samme 1-9 skala. der 1 representerte «ikke viktig» og 9 representerte «svært viktig». Opplevelse ligger i alle tilfellene lavere enn forventningene, med unntak av filantropi representert ved sponing av kultur og idrett som scorer tilnærmet identisk med forventningene. Den minste differansen mellom forventninger og opplevelse finner vi på likestillingsvariabelen. Deretter viser analysene at folks oppfatning av bankenes engasjement innen miljø, korrupsjonsbekjempelse og menneskerettigheter ligger et stykke under forventningene (alle 1,4). Det samme gjør bankenes bidrag til økonomisk vekst, og ivaretagelse av åpenhet og transparens (begge 1,7).

Denne analysen viser antydning til et mønster der respondentenes opplevelse av banknæringen er lavest på de områdene der forventningene er høyest, som for eksempel variablene relatert til korrupsjonsbekjempelse, åpenhet/transparens, og bidrag til økonomisk vekst. Imidlertid er det også relativt store differanser relatert til forventning og opplevelse av bidrag til menneskerettigheter og miljø, noe som gjør mønsteret mindre tydelig.

#### 4.1.2 Dataforenkling og indekskonstruksjon

Som første ledd i dataforenklingen ble det utarbeidet en korrelasjonsmatrise. Matrisen pekte i retning av et mønster der variabler relatert til økonomi og governance korrelerte sterkt, og variabler relatert til miljø og den sosiale dimensjonen korrelerte sterkt. For å videre undersøke dette mønsteret ble det gjennomført en eksplorerende faktoranalyse av forventningsvariablene. Test av KMO-kriteriet viste at dataene var egnet for faktoranalyse. Det finnes flere kriterier for å vurdere hvor mange faktorer som skal trekkes ut. I denne analysen valgte jeg en tofaktorløsning på substansielt grunnlag, ettersom jeg mener denne løsningen gir mening sett i lys av teoriene som oppgaven bygger på.

### Mønstermatrise med faktorladninger og kommunalitet

#### Ortogonal rotasjon

	F <sub>1</sub>	F <sub>2</sub>	kommunalitet
<b>Indikator</b>			
<i>Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for å ivareta åpenhet og transparens rundt egen virksomhet?</i>	—	0,8	0,7
<i>Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for å bekjempe korrupsjon?</i>	—	0,9	0,8
<i>Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for å skape økonomisk vekst?</i>	0,3	0,5	0,4
<i>Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for miljø og klima?</i>	0,7	—	0,5
<i>Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for å ivareta menneskerettigheter?</i>	0,8	—	0,7
<i>Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for å fremme likestilling mellom kjønn?</i>	0,8	—	0,6
<i>Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for å sponse kultur og idrett?</i>	0,5	—	0,2
<b>Egenverdi</b>	3,5	0,4	

Tabell 3: faktoranalyse

Jeg mener faktoranalysen viser et relativt klart mønster, der en dimensjon drev variablene for åpenhet og transparens, antikorrupsjon, og bidrag til økonomisk vekst. De to første variablene hadde faktorladninger på henholdsvis 0,9, og 0,8. Økonomisk vekst-variabelen hadde en noe lavere ladning på 0,5. Likevel korrelerte disse tre variablene svært sterkt, med Chronbachs Alfa på 0,81.

Jeg mener faktoranalysen her viser en forventning til næringsliv i som kan relateres til shareholder-teori, ettersom det er naturlig å koble governance-hensyn til den økonomiske virksomheten. Eksempelvis vil mange forbinde arbeid med korrupsjon, og åpenhet i prosesser med økonomisk aktivitet. Panama Papers-saken og episoden i 2019 der et islandsk fiskeriselskap skal ha brukt DNB til å sluse penger til bestukkede tjenestemenn i Namibia (Ekroll & Breian 2019) er gode eksempler på at bankens økonomiske virksomhet henger tett sammen med arbeid rundt transparens og korrupsjonsbekjempelse.

I prinsippet kan åpenhet appellere til alle prosesser i banken, også deres arbeid med miljø, men den sterke korrelasjonen med antikorrupsjonsvariabelen tolker jeg som et uttrykk for at folk forbinder disse variablene med bankens økonomiske virksomhet. Derfor mener jeg det også gir substansielt mening å slå sammen disse tre variablene i en økonomirelatert additiv indeks, som uttrykker en forventning om banken som en økonomisk aktør med ryddige og transparente prosesser.

Faktoranalysen viste at en dimensjon drev variablene for miljø, likestilling, og menneskerettigheter, med faktorladninger på henholdsvis 0,7, 0,8, og 0,8. I tillegg ladet filantropi-variabelen på denne dimensjonen men med en noe svakere ladning på 0,5. De tre variablene relatert til miljø, likestilling, og menneskerettigheter korrelerte også svært sterkt med Chronbachs Alfa på 0,84. Jeg tolker denne sterke sammenhengen som et uttrykk for at banken skal opptre som en samfunnsaktør, med fokus på sine omgivelser. Jeg mener derfor det gir substansiell mening å også slå sammen variablene for miljø, likestilling, og menneskerettigheter til en additiv indeks som uttrykker forventning om banknæringen skal ta en aktiv rolle i aktuelle samfunns spørsmål.

Jeg mener disse indeksene kan tolkes som et uttrykk for en shareholderrelatert forståelse av banker, gjennom indeksen for økonomi/governance, og en stakeholderrelatert forståelse av banker gjennom indeksen for sosialt og miljømessig ansvar. Jeg velger å ikke gå videre med regresjonsanalyser av filantropivariablen, ettersom denne ikke skilte seg nevneverdig ut på scoring av viktighet, og fordi den har en svakere kobling til det teoretiske rammeverket. Derfor mener jeg den også mindre interessant i spørsmål om banknæringens samfunnsrolle enn de øvrige variablene

Tabellen under viser mål for sentraltendens og alfaverdier for de to konstruerte indeksene.

<b>Indeks</b>	<b>Min.</b>	<b>Max.</b>	<b>Gj.Snitt</b>	<b>Median</b>	<b>Cr.Alfa</b>	<b>N</b>
Økonomi/governance	1	9	6,8	7	0,81	810
Miljø/sosial	1	9	6,2	6,6	0,84	810

Tabell 4: beskrivende statistikk for to indekser konstruert med faktoranalyse

#### 4.1.3 Regresjonsanalyser med alder og politisk preferanse

Gjennomsnittsverdiene for hva nordmenn mener bankene burde prioritere å ta ansvar for viste at økonomi/governance kom ut på topp, mens miljø og sosialt ansvar kom lavest. Det er imidlertid ingen selvfølge at alle grupper i samfunnet prioriterer ansvaret slik. Midttuns forskning indikerte at alder og politisk preferanse kunne spille inn på nordmenns generelle forståelse av næringslivets samfunnsansvar.

Med de to nye indeksene denne oppgaven har konstruert, kan vi teste disse to variablene, alder og politisk preferanse, opp mot ulike typer samfunnsansvar. Til dette er OLS-regresjonsanalyse et egnet verktøy. Vi kan da se om nordmenn med preferanse for partier på høyresiden er mer tilbøyelig til å forvente at banker bør prioritere økonomi og governance, og mindre tilbøyelige til å forvente at bankene skal ta sosial- og miljøansvar, sammenlignet med de som har venstresidepreferanser. Videre kan vi se om alder korrelerer positivt eller negativt med forventningene til banknæringens ulike typer samfunnsansvar.

#### Resultater

I det følgende presenteres resultatene fra fire regresjonsanalyser. I regresjonsanalyse 1 og 2 inngår de to indeksene som avhengig variabel, og *alder* inngår som primær forklaringsvariabel. I regresjonsanalyse 3 og 4 inngår de to indeksene som avhengig variabel, men *partipreferanse* inngår som primær forklaringsvariabel. Modellene er bygget opp hierarkisk. Det vil si at de primære variablene i analysens fokus; alder og partipreferanse, legges inn først, før det kontrolleres for kjønn og utdanning (dette vil i regresjonsanalysene



være merket med *modell 1 og 2*) Det er viktig å presisere at regresjonsanalysene kun viser sammenhenger, ikke årsaksforklaringer.

### Regresjonsanalyse 1: Alder

Avhengig variabel: «Banker bør prioritere sosial- og miljørelatert ansvar» (indeks)		
	Modell1	Modell2
Variabel	Koeffisient (SE)	Koeffisient (SE)
18-35 år	-0.154 (0.183)	-0.136 (0.181)
36-50 år	-0.412** (0.181)	-0.378** (0.180)
51-56 år	-0.402** (0.197)	-0.395** (0.194)
Middels utdanning		-0.451* (0.243)
Høy utdanning		-0.245 (0.232)
Kvinne		0.732*** (0.127)
Konstant	6.532*** (0.136)	6.473*** (0.235)
N	810	810
R2 / R2 Adj	0.009/0.005	0.051/0.044

Note: \* $p < 0.1$ ; \*\* $p < 0.05$ ; \*\*\* $p < 0.01$   
Referansekategori utdanning: Lav utdanning  
Referansekategori kjønn: Mann  
Referansekategori alder: 66-89 år

Tabell 5: regresjonsanalyse 1

Resultatene fra regresjonsanalysene viser at alder ser ut til å spille negativt inn på hvorvidt man forventer at banker tar sosial- og miljøansvar. Forventningene er signifikant lavere blant respondenter som er mellom 36 og 65 år, kontrollert for de andre variablene. Dette gjelder ikke for de yngste respondentene på 18-35 år, men forventningene er heller ikke høyere i denne gruppen. Dette gir en viss støtte til H2 om at det er negativ sammenheng mellom alder og opptatthet av bankers sosial- og miljøansvar. Imidlertid er koeffisientene relativt små, og det er ingen dramatisk nedgang i forventningene til sosial- og miljøansvar når alder øker.

Analysen viser en positiv signifikant sammenheng mellom det å være kvinne, og forvente at banker skal ta sosial- og miljøansvar. Det kan altså se ut til at kvinner er mer opptatt av bankens sosial- og miljøansvar enn menn.

Det er også en signifikant negativ sammenheng mellom det å ha videregående skole som sin høyeste utdanning, og det å forvente at banker skal ta sosial- og miljøansvar.

## Regresjonsanalyse 2: Alder

<b>Avhengig variabel:</b>		
<i>«Banker bør prioritere økonomi og governancerelatert ansvar» (indeks)</i>		
	<b>Modell1</b>	<b>Modell2</b>
<b>Variabel</b>	Koeffisient (SE)	Koeffisient (SE)
18-35 år	-0.605*** (0.162)	-0.558*** (0.162)
36-50 år	-0.468*** (0.160)	-0.449*** (0.162)
51-65 år	-0.146 (0.174)	-0.115 (0.174)
Middels utdanning		-0.346 (0.218)
Høy utdanning		-0.346 (0.218)
Kvinne		0.263** (0.114)
Konstant	7.211*** (0.120)	7.163*** (0.210)
N	810	810
R2 / R2 Adj	0.022/0.018	0.040/0.032

Note: \* $p < 0.1$ ; \*\* $p < 0.05$ ; \*\*\* $p < 0.01$

*Referansekategori utdanning: Lav utdanning*

*Referansekategori kjønn: Mann*

*Referansekategori alder: 66-89 år*

Tabell 6: regresjonsanalyse 2

Ser vi på regresjonsanalyse 2, ser vi at det er en signifikant negativ sammenheng mellom forventninger til at banker skal ta ansvar for økonomi og governance og det å være i aldersgruppe 18-35 år, og aldersgruppe 36-50 år. Den negative sammenhengen er sterkest for den yngste aldersgruppen. For de med alder mellom 50 og 66 år er sammenhengen imidlertid ikke signifikant. Dette gir ikke støtte til H3, der vi antok at sammenhengen mellom alder og opptattheten av bankers økonomi- og governancerelaterte ansvar skulle være positiv. Slik som i regresjonsanalyse 1 er sammenhengen mellom avhengig variabel og det å være kvinne positiv og signifikant.

Til nå har jeg undersøkt forholdet mellom alder og forventninger til sosial- og miljørelatert ansvar, og alder og forventninger til økonomi- og governancerelatert ansvar. I neste runde vil de politisk preferanse undersøkes, opp mot de to ansvarsindeksene. I disse analysene inkluderes de allerede påviste signifikante aldersvariablene som kontrollvariabler i tillegg til kjønn og utdanning.

### Regresjonsanalyse 3: politisk preferanse

<b>Avhengig variabel:</b>		
<i>«Banker bør prioritere sosial- og miljørelatert ansvar» (indeks)</i>		
	<b>Modell1</b>	<b>Modell2</b>
<b>Variabel</b>	Koeffisient (SE)	Koeffisient (SE)
Høyre/ FrP	-0.433** (0.178)	-0.381** (0.177)
AP/SV/R/MDG	0.290* (0.171)	0.226 (0.169)
Ikke stemt	-0.229 (0.397)	-0.301 (0.393)
Andre partier	0.161 (0.435)	0.144 (0.428)
18-35 år		-0.164 (0.181)
36-50 år		-0.410** (0.180)
51-65 år		-0.387** (0.193)
Middels utdanning		-0.438* (0.242)
Høy utdanning		-0.296 (0.231)
Kvinne		0.656*** (0.128)
Konstant	6.312*** (0.139)	6.585*** (0.265)
N	810	810
R2 / R2 Adj	0.029/0.024	0.071/0.060

Note: \* $p < 0.1$ ; \*\* $p < 0.05$ ; \*\*\* $p < 0.01$

Referansegruppe Politisk preferanse: sentrumskoalisjon

Referansekategori utdanning: Lav utdanning

Referansekategori kjønn: Mann

Referansekategori alder: 66-89

Tabell 7: regresjonsanalyse 3

Med utgangspunkt i H4 forventet vi at nordmenn med preferanse for partier på høyresiden (H og FrP) har lavere forventninger til at banker skal ta sosial - og miljøansvar.

Regresjonsanalyse 3 viser en signifikant negativ sammenheng mellom avhengig variabel og preferanse for partier på høyresiden, kontrollert for de andre variablene. Dette gir støtte til H4. Sammenhengene er også positive for de med preferanse for venstresiden (AP, SV, R), men denne sammenhengen mister sin signifikans når det kontrolleres for sosiale bakgrunnsvariabler. Analysene gir altså indikasjoner på at antatt opptatthet av at banker skal prioritere sosial- og miljøansvar synker hvis man har preferanse for partier på høyresiden, kontrollert for de andre variablene.

### Regresjonsanalyse 4: politisk preferanse

<b>Avhengig variabel:</b>		
<i>«Banker bør prioritere økonomi og governancerelatert ansvar» (indeks)</i>		
	<b>Modell1</b>	<b>Modell2</b>
<b>Variabel</b>	Koeffisient (SE)	Koeffisient (SE)
Høyre/ FrP	-0.400** (0.160)	-0.408** (0.159)
AP/SV/R/MDG	-0.246 (0.153)	-0.298* (0.152)
Ikke stemt	-1.034*** (0.356)	-0.900** (0.353)
Andre partier	-0.021 (0.390)	-0.018 (0.385)
Alder 18-35 år		-0.549*** (0.163)
Alde 36-50 år		-0.434*** (0.161)
Alder 51-65 år		-0.098 (0.174)
Videregående utdanning		-0.383* (0.217)
Høyere utdanning		-0.023 (0.208)
Kvinne		0.261** (0.115)
Konstant	7.138*** (0.125)	7.482*** (0.239)
N	810	810
R2 / R2 Adj	0.015/0.010	0.052/0.041

Note: \* $p < 0.1$ ; \*\* $p < 0.05$ ; \*\*\* $p < 0.01$

Referansegruppe politisk preferanse: sentrumskoalisjon (SP/V/KrF)

Referansekategori utdanning: Lav utdanning

Referansekategori kjønn: Mann

Referansekategori alder: 66-89

Tabell 8: regresjonsanalyse 4

I regresjonsanalyse 4 ble H5 testet. Med utgangspunkt i H5 forventet vi at det skulle være en positiv sammenheng mellom det å ha høyresidepreferanser, og det å være opptatt av at banker tar ansvar innenfor økonomi og governance. I regresjonsanalyse 4 ser vi at det er en signifikant negativ sammenheng mellom avhengig variabel og det å ha preferanse for partier på høyresiden. Dermed støttes ikke antagelsen i H5. Det er også en negativ og signifikant sammenheng mellom avhengig variabel og det å ha preferanse for partier på venstresiden (AP, SV, R), men sammenhengen er litt svakere enn for høyresidepartiene. Disse sammenhengene står seg også når det kontrolleres for sosial bakgrunn og alder.

Et interessant funn er den sterke negative og signifikante sammenhengen mellom avhengig variabel og de som ikke har stemt på noe parti.

For alle fire regresjonsanalyser ligger justert R<sup>2</sup> på 0,04 og 0,071, og størst for de analysene som inkluderte både alder og partipreferanse. Dette er svært lave tall, og viser at modellene generelt forklarer lite av variansen i de to indeksene. R<sup>2</sup> (0,071) er størst for analysen der sosial-og miljøansvar inngår som avhengig variabel, og både alder og partivalg inkluderes som uavhengige variabler. Dette kan indikere at man i fremtidige studier burde undersøke forklaringskraften i andre variabler enn de som legges til grunn her.

#### *Resultatenes robusthet*

Avslutningsvis vil jeg kort redegjøre for resultatenes robusthet. For å gi riktige koeffisienter og presise feilmarginer, krever OLS at modellen innfrir en rekke forutsetninger. Blant disse forutsetningene er fravær av perfekt multikolinearitet, autokorrelasjon og heteroskedastisitet. I tillegg skal restleddene være normalfordelte.

For å teste om modellene innfrir forutsetningene om fravær av autokorrelasjon og multikolinearitet har jeg testet dem med henholdsvis Durbin watson-test og VIF-test. For alle modellene viste disse to testene verdier innenfor det akseptable. Graden av heteroskedastisitet og restleddenes normalfordeling ble kontrollert visuelt, og også vurdert akseptable. Diagrammer for heteroskedastisitet og normalfordeling av restledd finnes i appendiks. På bakgrunn av dette mener jeg at modellene innfrir forutsetningene for at OLS skal gi riktige estimater.



## 4.2 Dokumentanalyse av CEO-brev

Til nå har jeg gjennomgått analyser og resultater fra den kvantitative undersøkelsen av nordmenns forventinger til samfunnsansvar i norsk banknæring. Jeg vil i dette delkapittelet presentere resultatene fra den kvalitative dokumentanalysen av CEO-brev fra Storebrand, DNB, Nordea, og Sparebank1 SR-Bank.

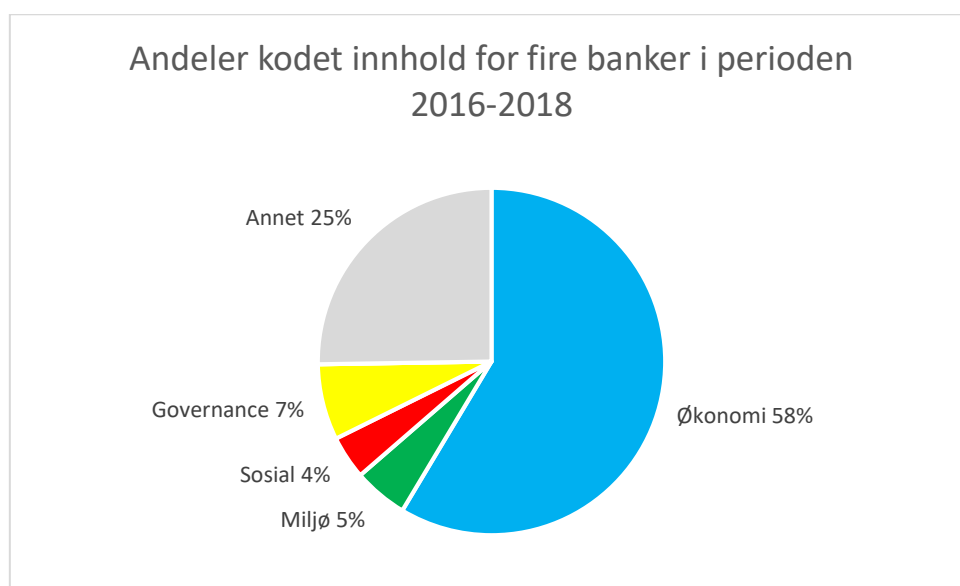
Kodingen av dokumentene foregikk ved å registrere strategiske utsagn relatert til de fem ulike samfunnsansvarstemaene. Det vil si at utsagn der bankene snakker om å skape økonomiske verdier og økonomisk vekst kodes til kategorien økonomi. Utsagn der bankene snakker om at de bidrar til miljø, bedre avfallshåndtering, eller reduserte klimautslipp, kodes til miljø. Utsagn der bankene snakker om temaer relatert til korrupsjonsbekjempelse og åpenhet/transaparens, kodes som Governance. Utsagn der bankene snakker om å ivareta menneskerettigheter og lokalsamfunn, likestilling, og mangfold, kodes som sosial. Utsagn som relaterer til pengedonasjoner og sponsing kodes som filantropi

Den økonomiske dimensjonen handler om hvordan banken bidrar til økonomisk vekst. Økonomisk vekst kan skapes gjennom en rekke tiltak knyttet til det å drive bedriften på en lønnsom måte og plassere seg gunstig i et marked. Gjennomgangen av dokumentene viste at alle bankene snakket mye om digitalisering som et middel for å spare kostnader, styrke markedsposisjonen og øke lønnsomheten. Temaer relatert til digitalisering har derfor blitt kodet til den økonomiske dimensjonen hvis de relaterer til digitalisering som et middel for å nå finansielle mål.

Dokumentene inneholder ikke kun utsagn som relateres til de fem dimensjonene av samfunnsansvar. Også temaer som feiring av jubileer, bankens historie, henvisninger til norsk økonomi generelt, og produktbeskrivelser blir nevnt. Dersom slike utsagn ikke spesifikt kan kobles til en av de fem teoretiske dimensjonene har de blitt kodet i en egen kategori for «annet». Kun utsagn jeg ikke anser som relevant for å besvare oppgavens problemstilling kategoriseres til «annet». I denne kategorien har jeg også plassert utsagn om at banken tar samfunnsansvar eller jobber med bærekraft, uten at det redegjøres for hva de legger i disse begrepene.

#### 4.2.1 Resultater

Kakediagrammet under illustrer den prosentvise andelen innhold som ble kodet til hver av de fem samfunnsansvarsdimensjonene når vi ser DNB, Nordea, Storebrand, og Sparebank1 SR-Bank under ett. Det generelle inntrykket fra analysen er at den økonomiske dimensjonen kommer sterkt til uttrykk i CEO-brevene. Totalt over tre år viser analysen at 58% av innholdet i brevene kan relateres til bankenes økonomiske ansvar. 5% kan relateres til miljø, 5% til sosialt ansvar, og 7% til ansvar for governance. Filantropirelatert innhold ble ikke påvist i noen av brevene.



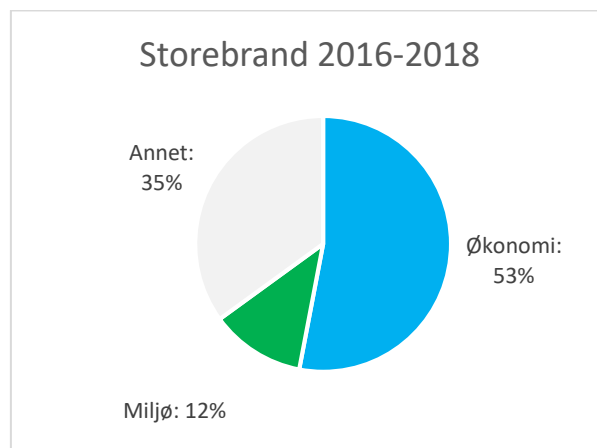
*Figur 6: Totalandel for hver dimensjon i CEO-brev for Storebrand, Sparebank1 SR-bank, DNB og Nordea i perioden 2016-2018*

Det er variasjon i hvor mye oppmerksomhet bankene individuelt retter mot de resterende temaene miljø, sosial, og styringsstruktur i CEO-brevene. Her er det mønstre som peker i retning av at noen banker vektlegger noen temaer mer enn andre, for eksempel miljøspørsmål som ble viet vesentlig mer plass i Storebrands og Sparebank1 SR-banks dokumenter. På den andre siden kunne DNB og Nordea skilte med et bredere spekter av

ansvarsrelatert innhold, ved at utsagn som relaterte til miljøansvar og sosialt ansvar også var nevnt. I det følgende avsnittet vil jeg redegjøre for hvordan hver av de fem ansvarsdimensjonene har kommet til uttrykk gjennom hver enkelt banks CEO-brev.

#### Storebrand

Kakediagrammet under viser prosentandelene av innhold som relateres til de fem samfunnsansvarsdimensjonene i Storebrands CEO-brev



Figur 7: Resultater fra analyse av Storebrands CEO-brev i 2016, 2017, og 2018

Den klart største andelen av Storebrands CEO-brev handler om temaer knyttet til økonomidimensjonen. Deretter kommer annet og til slutt miljø. Ingen deler av innholdet i CEO-brevet tolkes som relatert til sosial, governance eller filantropi. Sammenliknet med de andre bankene utmerker Storebrand seg ved å ha både den største andelen miljørelatert innhold og den nest største gjennomsnittlige andelen økonomirelatert innhold.

Miljøfokuset og bevisstheten rundt miljø som en problemstilling illustreres i Storebrands rapport med utsagn som: «FNs klimapanelers rapport i 2018 ga oss en ubehagelig påminnelse om de store klimautfordringene vi står overfor – og som påvirker hvilke valg vi som investorer bør ta på kort, mellomlang og lang sikt». Ved å henvise til FNs klimarapport levnes det liten tvil om at banken anerkjenner klimaproblematikken i så stor grad at også finansinstitusjoner må ta hensyn til den. Videre beskrives bankens ansvar i klimaspørsmål gjennom utsagn som «Finansbransjen er en viktig bidragsyter i arbeidet med å begrense global oppvarming, og vi

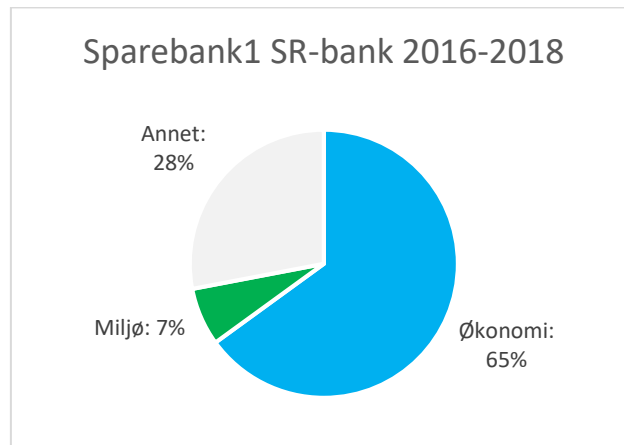
*har en tydelig strategi om å investere gjennom egne, spissede fond i selskaper som leverer klimaløsninger. Aller viktigst er det likevel at vi har strenge kriterier for miljø, klima og bærekraft for alle investeringene våre» og «Samtidig skal vi utøve aktivt eierskap gjennom stemmegivning og dialog med selskaper - blant annet for å påvirke dem til å redusere CO2-utslipp fra egen virksomhet».* Utsagnene vitner om at Storebrand er bevisst på miljøsakene som en samfunnsutfordring. De vitner også om at banken ser på det som sin rolle å bruke den innflytelsesmuligheten den besitter gjennom å være eier eller kredittgiver, til å redusere CO2-utslipp og andre miljøtiltak.

Storebrands økonomifokus kommer til uttrykk gjennom beretninger om hvordan banken har skapt lønnsomhet og utbytte til aksjonærene gjennom fusjoner, bedre kundeopplevelser og digitalisering av tjenester. En vesentlig del av rapportene er beskrivelser av slike prosesser. Utsagn som *«Soliditeten ble styrket og utbyttet til aksjonærene økte»*, og *«Vår drivkraft er å gi våre kunder en fremtid å glede seg til, ved å hjelpe dem å sikre sin nåværende og fremtidige økonomi»* vitner om at banken ser sin egen lønnsomhet som et bidrag til samfunnet.

Innhold fra Storebrands rapporter som er kodet til kategorien «annet» utgjør totalt 35%. Dette er den nest største forekomsten av «annet» av de fire bankene som undersøkes. I Storebrands rapporter er for eksempel beskrivelser av kåringer banken har gjort det bra i kodet som annet. Kåringene kan settes i sammenheng med bankens virksomhet, men sier ikke noe om hva banken faktisk gjør innenfor de fem operasjonaliserte dimensjonene av samfunnsansvarsbegrepet, bare hvordan andre har vurdert dem. Derfor er omtale av kåringer kodet som «annet». Også beskrivelser av bankens feiring av 250-årsjubileum er kodet som «annet», ettersom dette heller ikke viser til noe banken foretar seg innenfor de fem operasjonaliserte samfunnsansvarsdimensjonene. I alle tre CEO-brev finnes det utsagn om at banken er opptatt av samfunnsansvar. Der det ikke finnes rimelige koblinger til om man mener miljømessig, sosialt, eller de andre operasjonaliserte typene samfunnsansvar, er utsagnene også kodet som «annet».

## Sparebank1 SR-bank

Sparebank1s rapporter har over tre år en andel økonomirelatert innhold på 65%, noe som er det nest høyeste i alle de fire bankene som analyseres. Andelen miljørelatert innhold er på 7%, og utover dette er det ingen utsagn som relateres til de øvrige samfunnsansvarskategoriene.



Figur 8: Resultater fra analyse av Sparebank1 SR-banks CEO-brev i 2016, 2017, og 2018

Økonomifokuset illustreres med utsagn som «SpareBank 1 SR-Bank skal utvide sitt markedsområde fremover for å skape et bedre grunnlag for lønnsom vekst» og «Selskapet skal investere i ideer og mindre bedrifter som driver med utviklings- og innovasjonsarbeid. Dette skal gi konsernet konkurransemessige fortrinn framover». Utsagnene viser hvordan banken setter sin egen lønnsomhet i sammenheng med å støtte opp under vekstfremmende innovasjon og utvikling.

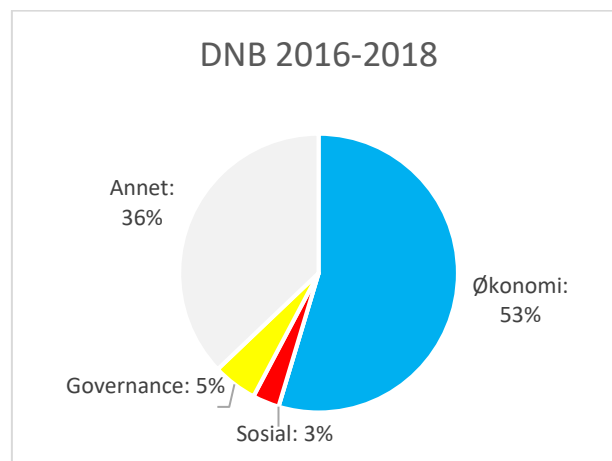
Sparebank1s CEO-brev viser at banken anerkjenner klimaproblemer som en utfordring som også angår finansaktører, ved å vise til FNs klimapanel: «FNs klimarapport viste i 2018, nok en gang, at gjennomsnittstemperaturen stiger fort og at klimaskapte endringer ikke er noe vi kan skyve foran oss. Klimaendringene og høyere temperatur er her, rett rundt neste sving». Videre viser banken til sitt eget ansvar i klimaproblematikken gjennom utsagn som «Klimarisiko er et område som vi særlig vil legge vekt på. Gjennom å finansiere og investere har vi ansvar for å lede bedrifter og privatpersoner i en bærekraftig retning. Derfor har vi i 2018 tatt et strategisk veivalg og ansatt dedikerte ressurser som skal sikre at bærekraft integreres i både investerings- og finansieringsprosesser». Sparebank1s miljøfokus er tydelig

koblet til Co2utslipps-problematikk, og hvordan banken gjennom egen virksomhet kan påvirke individer og bedrifter til å redusere klimagassutslipp.

Sparebank1 har i likhet med Storebrand en betydelig andel innhold kodet som «annet». Dette er for eksempel utsagn som omhandler besøk av olje-og energiminister Terje Sjøviknes og henvisninger til generelle nasjonale politiske og økonomiske temaer som et bakteppe for rapporten. Dette er innhold som jeg mener ikke sier noe om bankens prioriteringer. Også deler av rapporten som beskriver at banken er opptatt av samfunnsansvar uten at det redegjøres for hva som menes med samfunnsansvar, er kategorisert som «annet».

## DNB

Kakediagrammet under viser prosentandelene som relaterer til de fem samfunnsansvarsdimensjonene i DNBs CEO-brev. DNBs rapporter har innhold relatert til både økonomi, sosial og governance. Innhold relatert til miljø og filantropi-dimensjonen ble ikke påvist i DNBs CEO-brev. Banken har et økonomirelatert innhold på 53%, governancerelatert innhold på 5%, og sosialrelatert innhold på 3%.



Figur 9: Resultater fra analyse av DNBs CEO-brev i 2016, 2017, og 2018

Det økonomiske fokuset i DNB illustreres for eksempel med utsagnet «DNB skaper hver dag verdier som kanaliseres tilbake til samfunnet. Faktisk går mer enn halvparten av alle pengene vi tjener tilbake til fellesskapet gjennom utbytte, tilbakekjøp og kursstigning, i tillegg til

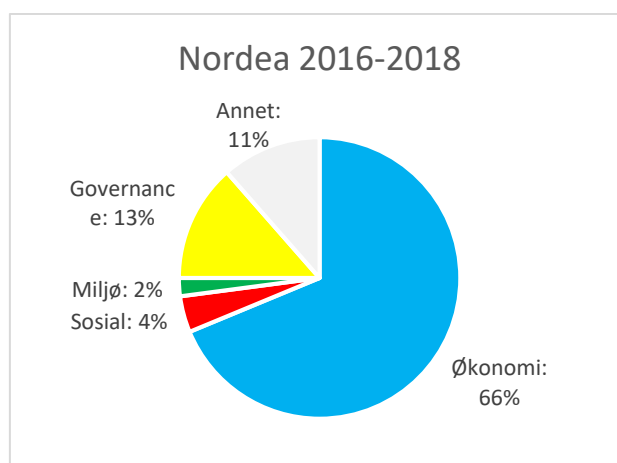
*midlene vi betaler i skatter og avgifter. En fin tanke*». Setningen gir en klar indikasjon på at DNB ser sin egen lønnsomhet som et bidrag til samfunnet. I tillegg refererte rapporten til bærekraftsmål. nr. 8 om anstendig arbeid og økonomisk vekst som et av DNBs to prioriterte bærekraftsmål.

DNB har en andel på 3% som relaterer til den sosiale samfunnsansvarsdimensjonen. Dette illustreres med utsagn som *«Vi fikk honnør for vårt langsiktige arbeid med å utjevne intern forskjellsbehandling, rekruttere kvinner til toppstillinger og tilstrebe mangfold av kjønn, etnisitet, alder og utdanning. Vi vil fortsette å jobbe systematisk med likestilling i tiden fremover»*. I tillegg refererte ett CEO-brev til viktigheten av bærekraftsmål nr 5 (likestilling mellom kjønn) og til utfordringen med Dakota pipeline-saken. (Der DNB ble kritisert for å bidra til undergraving av urfolksrettigheter gjennom å involvere seg i byggingen av oljerørledningen Dakota Access Pipeline).

DNB referer også til Panama Papers-saken. Dette var et tilfelle av der nordmenn var involvert i skatteundragelse via DNBs kontorer, der ledelsen ikke ble tilstrekkelig informert om hva som foregikk (Bjerkan 2016). Dette har jeg tolket som et uttrykk for governanceforkus, og det kan illustreres med utsagnet *«Panama Papers en påminnelse om hvor mye finansbransjen har endret seg i løpet av de siste ti årene. Praksis som tidligere var helt vanlig, er nå helt utenkelig. Vi har tatt med oss masse lærdom og iverksatt en rekke tiltak. Vi har gjennomgått alle produkter og tjenester i hele konsernet for å sikre at vi lever opp til forventningene fra våre interessenter»*. Jeg har valgt å tolke dette som at DNB uttrykker viktigheten av governance.

#### Nordea

I Nordeas CEO-brev ble det identifisert utsagn relatert til økonomi, governance, miljø, og den sosiale dimensjonen når vi ser alle tre år under ett. Kakediagrammet under viser prosentandelene som relaterer til de fem samfunnsansvarsdimensjonene i Nordeas CEO-brev fra 2016, 2017 og 2018. Totalt har banken en økonomirelatert andel på 66%, en governancerelatert andel på 13% og miljø og sosialrelatert innhold på henholdsvis 2% og 4%.



Figur 10: Resultater fra analyse av Nordeas CEO-brev i 2016, 2017, og 2018

Nordeas økonomifokus kan illustreres med utsagnet «*2017 was yet another year with low interest rates and an unstable political environment in parts of the world, including Europe, whit the decision of the united kingdom to leave the EU. Nevertheless, Nordea proved once more to be one of the most stable banks in Europe. It is more than 11 years since our shareholders experienced a lossmaking quarter*». Banken lister i alle tre rapportene opp årets inntjening og profitt i eksakte tall, og beskriver prosesser for å beholde og øke sin gode posisjon i markedet. Dette følger relativt detaljerte beskrivelser av hva banken har foretatt seg og hva som planlegges for videre utvikling.

Nordea utmerker seg i forhold til de andre bankene ved å ha den høyeste andelen av governancerelaterte utsagn. For eksempel finner vi følgende utsagn: «*We have taken an important step in being better at listening to and looping back customer requests into the business areas of actions. With the transformation we are undergoing to meet customer needs, not only of today but also tomorrow, we are finding new ways of working*» og «*Building trust by being open, approachable, transparent, and acting whit integrity is vital to achieving this objective*». I tillegg kommer en rekke uttalelser om hvordan organisasjonsstrukturen endres for å bli mindre hierarkisk og referanser til Luminorsaken som også DNB refererte til.



Kun i ett av de tre brevene finner vi utsagn som kan relateres til den sosiale dimensjonen. Utsagn som *«Employees assisted in the co-creation of a shared purpose and an updated set of corporate values that will guide all employees in their interaction with customers, colleagues and the societies in which we operate»*. I tillegg finner vi en beskrivelse av hvordan robotisering og automatiseringsprosesser har ført til at 4000 stillinger vil fjernes i løpet av de neste årene. *«This process is conducted responsibly whereby Nordea has set up a specific unit to assist affected employees with finding new jobs»*. Jeg har kodet dette til den sosiale dimensjonen fordi jeg tolker det som at Nordea ser sosiale utfordringer ved å si opp så mange ansatte.

Nordeas fokus på klima og miljø illustreres med utsagn som *«Sustainability and responsible banking is at the heart of what Nordea wants to be and we are integrating sustainability into our day-to-day business at an increasing pace. As an example, we were the first Nordic bank to introduce a green corporate loan product to small and medium-sized enterprises. This is offered to customers undertaking initiatives that have a clear environmental impact»*, og *«Nordea Life & Pensions has decided to improve the environmental profile of all its pension products and has already cut the carbon footprint of its traditionally managed equity portfolio by 79%»*.

Av alle bankene har Nordea har den laveste andelen utsagn kodet til kategorien «annet innhold». Dette kan skyldes at CEO-brevet er mer opprømsende i stilen, og med mindre «utenomstalelser» enn hos de andre bankene. Av utsagn som likevel ble plassert i denne kategorien finner vi en rekke beskrivelser av kåringer og konkurranser Nordea har nådd langt i, og enkelte beskrivelser av produkter. Også innhold som sier at Nordea tar samfunnsansvar uten at det presiseres på hvilken måte, er kodet til «annet innhold».

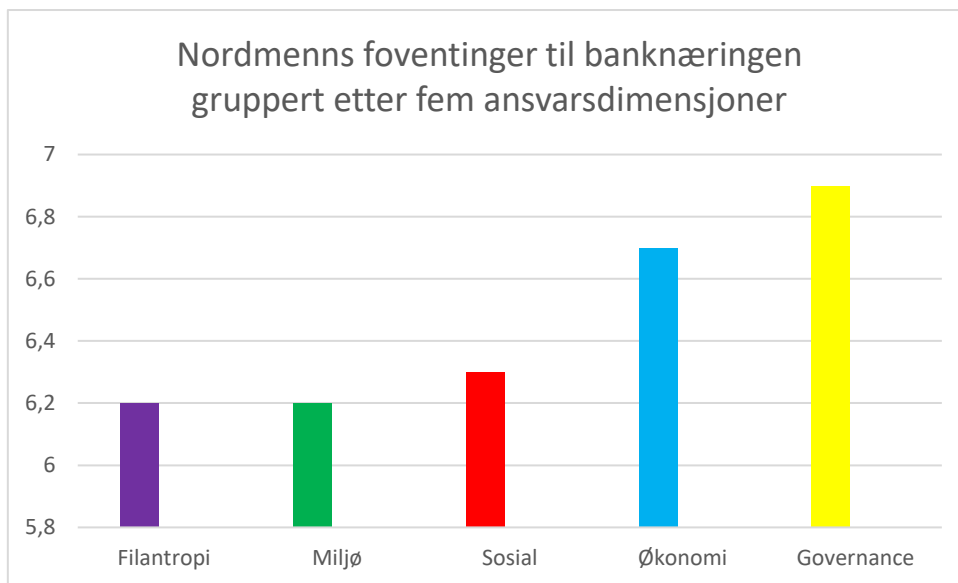
#### 4.2.2 Oppsummering

Vi kan altså slå fast at det er forskjeller mellom banker i hva slags ansvarstemaer de trekker frem i det strategisk viktige CEO-brevet. Helhetsinntrykket er likevel at de fire bankene sett under ett dekker fire av de fem teoretiske ansvarsdimensjonene som relaterer til Elkingtons triple bottom line, men ikke dimensjonen knyttet til filantropi. Dermed støttes ikke H6 om at banker i Norge prioriterer temaer relatert til alle de fem ansvarsdimensjonene. Basert på min tolkning av innholdet i CEO-brevene har bankene sett under ett et klart fokus på økonomisk ansvar, og i mindre grad ansvar relatert til miljø, sosial, og governance.

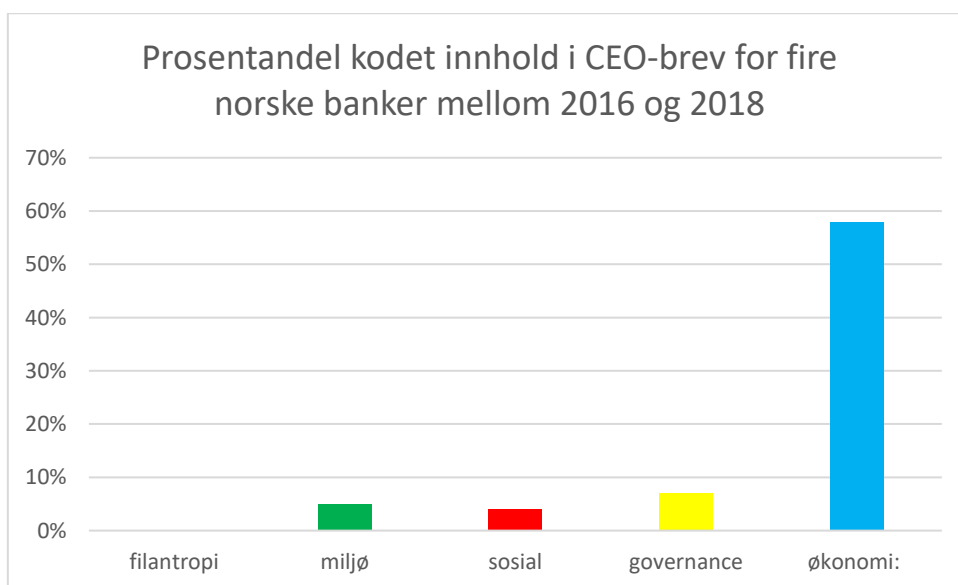
## 4.3 tematisk analyse av samsvar mellom forventninger og prioriteringer.

### 4.3.1 generelt inntrykk

I denne delen vil jeg med utgangspunkt i de fem ansvarsdimensjonene redegjøre for konvergens og divergens mellom Norges befolkning og et utvalg bankers prioriteringer slik de har kommet til uttrykk i CEO-brevene. Diagrammene under viser grafisk fremstilling av prioriteringer og forventinger. Det må presiseres at skalaene er ulike, og at det i første rekke er forekomsten av temaer i bankene, opp mot folks forventninger som er interessant. For analysen av folks forventninger er de ansvarsdimensjonene som måles av to variabler fremstilt som gjennomsnittet av disse to. Det vil for eksempel si at stolpen for «sosial» er målt ved gjennomsnittet av variablene for at banker burde ta ansvar for likestilling og at de burde ta ansvar for menneskerettigheter.



Figur 11: Nordmenns tematiske forventinger til samfunnsansvar i banknæringen fra analyse 1. For de to dimensjonene sosial og governance er det beregnet gjennomsnitt av de to indikatorene som målte hver av disse dimensjonene.



Figur 12: Stolpeiagram over andelen innhold i de fire bankenes CEO-brev kodet til hver av de fem ansvarsdimensjonene, i dokumentanalysen fremstilt som kakediagram nr 6.

Hovedinntrykket er som dokumentanalysen påviser, at banknæringen har fokus på fire av de fem ansvarsdimensjonene; økonomi, miljø, sosialt ansvar og governanceansvar. Filantropisk ansvar nevnes ikke. Økonomi er den dimensjonen som tilegnes klart mest plass i de analyserte CEO-brevene. Alle bankene hadde økonomi som sitt mest omtalte tema.

Ser vi på befolkningen under ett er også bankers økonomiske bidrag noe av det nordmenn er mest opptatt av at banker skal prioritere. Kun forhold knyttet til antikorrupsjon og åpenhet er viktigere for nordmenn. Dette er imidlertid temaer som bankene i mindre grad omtaler. Det faktum at kun to av de fire bankene nevnte hensyn til governance, altså åpenhets- og antikorrupsjonsarbeid er med på å svekke inntrykket av at dette er noe bankene prioriterer svært høyt.

Miljøhensyn virker å være noe bankene er mer opptatt av. Tre av de fire bankene nevner slike hensyn, og det fremstår dermed som mer sentralt for bankene enn governancehensyn. Miljø er imidlertid det temaet nordmenn har lavest forventinger til at banker skal ta ansvar for, selv om de er opptatt av at banker skal ta ansvar for dette også.

Bankene omtalte i liten grad sosiale hensyn, og kun to av de analyserte banke nevnte slike hensyn overhodet. Befolkningen har omtrent samme forventninger til bankers innsats på det sosiale som de har til banker innsats på miljø.

Hovedinntrykket er altså at nordmenn er svært opptatt av at bankene skal ta ansvar relatert til økonomi, og analysene indikerer at bankene er dette ansvaret bevist. Nordmenn er også svært opptatt av at banker skal ta ansvar for governance, Bankene omtaler imidlertid slike temaer i liten grad, i det minste hvis man sammenligner med hvor mye de omtaler økonomihensyn. Nordmenn hadde signifikant lavere forventinger til at banker skulle ta ansvar for miljø og sosialrelatert temaer. På dette området kan det virke som banknæringen mer i takt med befolkningen. Det er altså et relativt konsistent mønster der bankene i stor grad legger vekt på de temaene folk har høye forventninger til at de skal prioritere (økonomi), og i mindre grad de temaene som folk har lavere forventninger til at de skal prioritere (miljø, filantropi, og sosiale hensyn). Unntaket er governancehensyn. Ut ifra nordmenns svært høye forventninger til governance i bankene, er mener jeg andelen governanceinnhold i de analyserte dokumentene er overraskende lav.

Det må også understrekes at det er relativt store variasjoner i hva bankene vektlegger, og at kun en av de fire bankene hadde innhold i CEO-brevene som relaterte til de fire ansvarsdimensjonene som kobles til Elkingtons TBL. Det er derfor et ganske klart samsvar når vi ser de fire bankene samlet, men mindre samsvar hvis vi går inn på enkeltbanker. To av bankene nevnte for eksempel bare temaer relatert til miljø og økonomisk ansvar.

#### 4.3.2 Ulike deler av befolkningen.

Til nå har jeg redegjort for samsvaret mellom bankenes prioriteringer og gjennomsnittsbefolkningens forventinger. Analysen av bankenes CEO-brev viste at det var variasjoner i hvilke temaer bankene vektla. Regresjonsanalysene indikerte også at forventningene til bankers ansvar, både innenfor sosial- og miljørelaterte temaer, og økonomi- og governancerelaterte temaer sank ved økende alder og politisk høyresidepreferanse. Imidlertid er forskjellene små, og det er ikke noe som indikerer at disse faktorene gir dramatiske endringer i forventinger til bankenes samfunnsansvar. Jeg mener derfor at det heller ikke er noe sterkt grunnlag for å si at banknæringens prioriteringer samsvarer bedre eller dårligere med enkelte aldersgrupper, eller langs politiske skillelinjer. På bakgrunn av dette mener jeg det er forhold som både støtter og svekker antagelsen i H7, om at banknæringens prioriteringer av samfunnsansvar samsvarer med nordmenns forventninger.

## 5. Diskusjon

I denne delen vil jeg diskutere oppgavens tre analyser

### 5.1 Nordmenns forventninger

Problemstillingen var hvilke forventninger nordmenn har til samfunnsansvar i norsk banknæring, og om bankenes prioriteringer samsvarer med disse forventningene. Det ble konstruert en modell som inkluderte tre analyser for å svare på problemstillingen. Med utgangspunkt i teori (hovedsakelig shareholder- og stakeholderteori, og Elkingtons Triple Bottom Line), samt tidligere forskning ble det konstruert en rekke hypoteser om sammenhenger. Disse ble steg for steg undersøkt gjennom de tre analysene.

Resultatene viser at nordmenn generelt har høye forventninger til bankenes samfunnsansvar, og at deres forventninger skiller seg fra hvordan de oppfatter at banknæringen presterer på ulike samfunnsansvarsområder. Det faktum at ingen av temaene som respondenten ble spurt om havnet nær 1, altså ikke viktig, kan indikere at nordmenn mener at alle de fem dimensjonene er del av bankens samfunnsansvar. Av de fem ansvarsdimensjonene som ble undersøkt var det ingen av dem som kom ut svært lavt. Dette indikerer at antagelsen om samfunnsforventninger som Elkington legger til grunn for TBL- resonnementet, er til stede i Norges befolkning.

Det var et interessant tematisk mønster i hvordan de ulike temaene ble scoret. I Elkingtons rammeverk presenteres den sosiale og den miljømessige dimensjonen som hensyn folk har sterke forventninger til. Det kan potensielt lede til en antagelse om at folk synes dette er de viktigste hensynene næringsliv skal ta ansvar for. Analysene viste imidlertid at hensyn til økonomi og governance i gjennomsnitt scoret høyest. Dette mener jeg er overraskende. Betyr dette at nordmenn er mindre opptatt av miljø, eller betyr det at de er opptatt av miljø, men at de ikke ser på dette som banknæringens hovedansvar?

Analysen av ulike sektors evne til å ta samfunnsansvar viser at oljenæringen ble vurdert suverent dårligere til å ta ansvar enn andre næringer, inkludert banknæringen. Jeg mener det er sannsynlig at dette resultatet er et uttrykk for at folk mener næringslivsaktører skal ta ansvar i miljøspørsmål. Det indikerer i så fall at nordmenn er i stand til å skille mellom ulike næringer, og tillegge dem ulikt ansvar basert på næringens egenart. Oljenæringen, der kjernevirksomheten er fossil kan med et slikt resonnement tillegges et annet ansvar enn banknæringen, der kjernevirksomheten er forvaltning av penger. En slik påstand må selvsagt undersøkes grundigere for å verifiseres, men jeg mener resultatene fra analysene kan tolkes som forenelig med en slik tanke.

Alle temaene scoret høyt, og det blir derfor feil å si at nordmenn *ikke* er opptatt av at banker skal ta ansvar for enkelte av disse temaene. Denne tendensen kan tolkes som at nordmenn har en stakeholderrelatert forståelse av banknæringens ansvar, men også som at de har en shareholderrelatert forståelse. Med en Stakeholderforståelse legger vi til grunn at banken har ansvar for en rekke interessenter, inkludert samfunnet rundt seg. Derfor er det, som resultatene indikerer, viktig at banknæringen tar ansvar for alle disse temaene fordi sosiale og miljømessige hensyn også angår folk i samfunnet. På den andre siden, kan de ha en

shareholderforståelse, i den forstand at de mener ansvar knyttet til bankens kjernevirksomhet - økonomi og governance- er det viktigste, noe resultatene også peker i retning av.

Et interessant funn er at ansvar for filantropi, altså sponing og pengedonering i undersøkelsen er scoret tilnærmet like viktig som miljøansvar og sosialt ansvar. Den norske banknæringen har hvis man ser tilbake til oppstarten på tidlig 1800tall drevet med filantropi som del av å være en allmenntilgjengelig institusjon uten profittsyn. Dette har vært satt i sammenheng med at universalbanker, altså banker som kombinerte rollen som non profit-sparebank med forretningsbankdrift, ble normen i Norge heller enn rene forretningsbanker (Knutson og Ecklund 2000, s. 59). At filantropi scores jevnt med den sosiale dimensjonen indikerer at nordmenns forventninger til banknæringen fremdeles er knyttet til den samfunnsrollen banker i Norge tradisjonelt har hatt. Dette er interessant, fordi forskere og næringsliv i andre sammenhenger har påpekt at det å gi penger ikke er et ansvar for moderne næringsliv. Til tross for dette driver banker i Norge med betydelig sponing av kultur og idrett i lokalsamfunnene, og dette kan sees i sammenheng med litteraturen som anser filantropi som sees på et uttrykk for godvilje og som markedsføring (Dacin & Brown 2006, s. 96-97). En mulig forklaring på fraværet av filantropirelaterte utsagn i CEO-brevene kan derfor være argumenter om at filantropi ikke har noe med samfunnsansvar å gjøre. (Lin-Hi 2010, s. 82). At respondentene scorer filantropisk ansvar like høyt som ansvar for menneskerettigheter og likestilling indikerer i likevel at de ser dette som en sentralt ansvar banker har ovenfor samfunnet. Det kan imidlertid også være et uttrykk for ren pragmatisme, og at folk synes det er hensiktsmessig og nyttig at banker sponer og donerer penger, heller enn at de ser på det som et ansvar. Imidlertid var spørsmålet i undersøkelsen klar på at det handlet om hva slags samfunnsansvar bankene bør prioritere. Det gjør en slik forklaring mindre sannsynlig dersom vi legger til grunn at respondentene har forstått spørsmålet riktig.

Man må også være åpen for at resultatene for surveyundersøkelsen ikke skyldes at nordmenn har klare forventninger til banknæringens samfunnsrolle. Mediebildet kan for eksempel ha bidratt til et fokus på bankers ansvar for økonomi og transparens, og at respondentene derfor har gitt høyest score til de temaene som de umiddelbart har assosiasjoner til. John Zaller har for eksempel påpekt at folk som besvarer surveyundersøkelser gir svar basert på de oppfatningene som er mest fremtredende i

minnet deres. Resultatene i surveyundersøkelser kan derfor egentlig være et uttrykk for mediefokus, heller enn folks genuine forventninger (Zaller 1992, s.1). Flere analyser over tid, eventuelt kombinert med medieundersøkelser vil potensielt kunne stadfeste om dette er tilfellet i denne oppgaven.

## 5.2 Ulike deler av befolkningen

Det ble på bakgrunn av teori og Atle Midttuns forskning formulert fire hypoteser om sammenheng mellom forventinger til samfunnsansvar og politisk preferanse og alder. Som del av å teste disse hypotesene ble dataene forenklet ved bruk av eksplorerende faktoranalyse. Det ble opprettet en indeks for bankenes sosial- og miljøansvar, og en indeks for bankenes governance- og økonomiansvar. Sammenhengene ble deretter testet med regresjonsanalyse.

Resultatene viser en sammenheng mellom opptatthet av at banker skal prioritere sosial- og miljøansvar og det å være yngre. Dette kan enten indikere at yngre nordmenn er mer opptatt av bankenes ansvar på disse områdene enn eldre nordmenn, eller at denne opptattheten synker med alderen. I spørsmål om hvorvidt bankene burde prioritere ansvar for økonomi og governance var det en negativ sammenheng for alle aldersgrupper, men disse var kun signifikante i aldersspennet 18-35 år, og 36-50 år. Dette kan indikere at det særlig er yngre nordmenn som har lavere forventinger til bankers ansvar for dette.

Det er vanskelig å fastslå hvorvidt sammenhengene skyldes livssykluseffekter eller kohorteffekter, altså om man gjennom livet endrer mening, eller om dagens unge vil ha sterkere forventinger til bankenes sosial og miljøansvar også når de blir eldre. Dersom vi antar at det er snakk om en livssykluseffekt kan dette skyldes avtagende idealisme, og økende realisme med alderen (Midttun et al. 2012). Det kan imidlertid også skyldes at eldre generasjoner som har opplevd 80-tallets neoliberalisme ser på banker som mer fristilt fra samfunnshensyn, og at de derfor ikke skal fokusere på å ta ansvar for sosial- og miljøspørsmål.

En slik tolkning leder oss inn på de neste hypotesene som ble testet, nemlig sammenhengen mellom de to indeksene og politisk preferanse. Her forventet jeg at nordmenn med preferanse for partier på høyresiden hadde lavere forventinger til bankers ansvar for sosial-



og miljø og høyere forventinger til bankenes ansvar for økonomi og governance. Her viste analysene at estimert forventning både til bankers sosial- og miljøansvar og ansvar for økonomi og governance var lavere hos respondenter som sympatiserte med partiene Høyre og FrP. Denne sammenhengen var fortsatt signifikant når det ble kontrollert for utdanning, kjønn, og den allerede påviste signifikante aldersvariabelen. En mulig forklaring på at politisk høyrepreferanse har signifikant negativ sammenheng med begge indeksene kan være at personer med liberale eller konservative politiske holdninger reagerer negativt på ethvert spørsmål om næringslivsansvar, og ser næringsliv utelukkende som butikk. Dette er i tråd med Friedmanns neoliberale syn på næringslivets samfunnsrolle, men Friedman ser også det å drive butikk som en form for ansvar.

At det er en negativ sammenheng mellom politisk høyrepreferanse og begge indeksene kan indikere at respondenter med liberale og konservative preferanser har forventinger som er mer i tråd med shareholderteori, altså at bankens ansvar primært er knyttet til kjernevirksomheten. Resultatene kan tolkes som et uttrykk for at de i tråd med shareholderteori ser på miljøhensyn som statens ansvar, ikke næringslivets. Respondentene med høyresidepreferanse er med andre ord ikke nødvendigvis mindre opptatt av miljø.

For respondenter som sympatiserte med partier på venstresiden var det en signifikant positiv sammenheng med forventinger til bankers sosial- og miljøansvar. Denne sammenhengen mistet imidlertid sin signifikans når det ble kontrollert for alder, kjønn, og utdanning. Med andre ord tyder resultatene på at det er en forskjell i forventningene til bankers ansvar på sosial- og miljørelaterte temaer mellom nordmenn med preferanse for partier på høyresiden og venstresiden, men at noe av forskjellen ser ut til å skyldes faktorer som at de som har preferanse for partier på venstresiden oftere er kvinner. Det sistnevnte forholdet hadde signifikant positiv sammenhenger med forventinger til bankers sosial- og miljøansvar.

Effekten av høyresidepreferanse og venstresidepreferanse er begge signifikante, men begge er også negative. Det vil si at forventningene til at banker skal ta ansvar for økonomi og governance er lavere både for de med høyresidepreferanse og venstresidepreferanse, sammenlignet med sentrumspreferanse. Dette er uventet, og det er vanskelig å se noen åpenbare forklaringer på hvorfor vi finner denne sammenhengen. Det uventede funnet gjør

at vi også må være åpne for at det kan være forhold ved spørsmålsformuleringene og respondentenes tolkning av disse som skaper denne negative sammenhengen.

Oppsummert kan vi altså si at forventningene fra Elkingtons Tripple bottom line delvis innfris, men at det er noe uventet at governancehensyn og økonomi scores høyere enn sosial- og miljøtematikk. Faktoranalysen viste at det var mulig å dele opp variablene etter to dimensjoner; forventninger til sosial- og miljøansvar og forventninger til økonomi- og governanceansvar. Dette kan indikere at nordmenn har et todelt syn på banknæringens ansvar og rolle i samfunnet. På den ene siden sees banknæringen som en aktør med ansvar for å løse viktige sosiale og miljømessige utfordringer i dagens samfunn. På den andre siden sees banknæringen som en aktør som har ansvar for å være god på det økonomiske aktører tradisjonelt sett gjør best; tjene penger og dermed bidra til økonomisk vekst og sørge for at dette skjer på en ryddig og transparent måte uten korrupsjon og lyssky aktivitet. Dette er et syn som har paralleller tilbake til stakeholderteori og shareholdereteori, og banker som både og forretningsaktører og aktører med ansvar for samfunnet rundt seg.

### 5.3 banknæringens prioriteringer

I oppgavens problemstilling spurte jeg om det var samsvar mellom nordmenns forventninger og bankenes prioriteringer. For å svare på dette ble det gjennomført en dokumentanalyse av et utvalgs bankers CEO-brev fra de siste tre årene, med mål om å finne ut hvilke temaer banker prioriterer. Ettersom det er naturlige begrensinger for hvor mange banker det er mulig (og hensiktsmessig) å analysere, ble fire banker valgt ut. Disse mener jeg er representative for banknæringen i kraft av at de har ulikt opphav og størrelse, men sammen utgjør typiske norske banker slik Knutsen og Ecklund (2000) beskriver det.

Analysen viser at når man ser de fire bankene under ett var alle temaer utenom filantropi nevnt i CEO-brevet, som representerer høynivå strategibetraktninger i bankene (Midttun et al. 2006). Økonomi var det suverent mest omtalte temaet. Miljø, sosial, og governance var alle nevnt, men i vesentlig mindre omfang enn økonomi. Filantropi var ikke viet plass i dokumentene overhodet. Det viste seg også at det var variasjoner mellom bankene, og at ikke alle temaer var nevnt hvert år. To av bankene hadde i tillegg kun omtalt økonomi og miljøhensyn i dokumentene, og var i tillegg de to minste bankene i utvalget. Det må derfor presiseres at det er forskjell på enkeltbanker, selv om totalinntrykket er at fire banker som

jeg mener er typisk for den norske banknæringen samlet sett prioriterer ansvar relatert til alle de definerte ansvarsdimensjonene, utenom filantropi.

Dersom vi legger til grunn at et temas tilstedeværelse og i neste rekke omfang i dokumentene kan indikere en prioritering av ansvar, så ser banknæringen samlet sett økonomisk ansvar som det viktigste. I neste rekke følger miljø, sosial og governance. Jeg mener man på samme grunnlag kan hevde at disse temaene har lavere prioritet en økonomi, men at det er vanskelig å si noe om disse tre temaene er av ulik prioritet seg imellom. Til dette mener jeg forskjellene i omfang mellom dem er for små.

Det må tas høyde for CEO-brevene ikke nødvendigvis gir et komplett bilde av bankens prioriteringer. Imidlertid er det også gode argumenter for å anta at det er en god pekepinn, gitt brevenes strategiske karakter. For eksempel kan det at filantropi ikke nevnes i CEO-brevet, men likevel praktiseres av norske banker være et uttrykk for at dette er noe banker ser på som markedsførings og profileringstiltak heller enn en som samfunnsansvar. Det kan imidlertid også være tilfellet at dette sees på som et så grunnleggende ansvar for en bank at det ikke engang nevnes i CEO-brevet, slik som de relativt sett «nyere» ansvarsområdene relatert til sosial- og miljødimensjonen.

#### 5.4 Samsvar?

Den komparative tematiske analysen viste at det var et relativt stort samsvar mellom banknæringens prioriteringer og nordmenns forventninger til deres samfunnsansvar. Forventninger og prioriteringer er ikke målt på samme skala, og man må derfor være forsiktig hvor sterke antagelser man gjør. Helhetsinntrykket mener jeg likevel er tydelig: Bankene har klart størst fokus på sitt økonomiske ansvar, noe nordmenn også har svært høye forventninger til. Bankene har i mindre grad fokus på sitt sosialt, miljømessig, og governanceansvar, noe som også stemmer overens med nordmenns forventninger med unntak av governance.

Analysene indikerer at banknæringen har et langt lavere fokus på governance enn det vi ville forventet med utgangspunkt i hvor høye forventninger nordmenn har på dette området. Også innenfor filantropi var det en klar mismatch. Hva kan forklare disse forskjellene? Vi vet med utgangspunkt i shareholderteori at listen over interessenter som en næringslivsaktør skal imøtekomme forventningene til, kan være lang. Det er derfor heller ikke realistisk å

forvente at det skulle vært perfekt samsvar. Det kan tenkes at banker sitter med en oppfatning av at governance ikke er noe vanlige folk har sterke meninger om, men at det som kan knyttes tettere til folks liv; klimaendringer, likestilling, og menneskerettigheter er det folk er mest opptatt av. Samtidig kan det hende at presset fra aksjonærer og myndigheter ikke er stort nok til at dette temaet omtales mer. Dette er interessant, ettersom bankers ansvar for å ikke bidra til eller fasilitere lyssky økonomisk aktivitet har vært i samfunnets søkelys gjennom Panama Papers-saken, Luminorsaken, og Samherjisaken (Sættem 2016, Torset 2019, Ekroll & Breian 2019). Funnene fra denne analysen kan i hvert fall tolkes som et tegn på at banknæringen ikke er helt på linje med nordmenns forventninger på governanceområdet. Denne antagelsen mener jeg understøttes av at det har vært en rekke offentlige skandaler relatert til bankers mangelfulle arbeid med governance, og at dette derfor er noe bankene generelt er mindre gode på.

Man må også være åpen for at spørreundersøkelsen og dokumentanalysen ikke nøyaktig de samme fenomenene. Jeg har gjennom oppgaven forklart hvordan jeg har forsøkt å skape både kvantitative og kvalitative måleinstrumenter som på en valid måte måler de samme teoretisk genererte ansvarsdimensjonene. En slik validitet kan imidlertid aldri fastslås med sikkerhet, noe som gjør det nødvendig å ta et visst forbehold om konklusjonene som trekkes.

### 5.5 Kan funnene generaliseres?

Generalisering vil si å trekke slutninger om populasjonen basert på et utvalg. Derfor er utvalgenes representativitet avgjørende (Hellevik, 2007, s. 466). For surveyundersøkelsen regner jeg med utgangspunkt i Ipsos' garantier om utvalgets representativitet, at resultatene kan generaliseres til Norges befolkning. Når det kommer til analysen av de fire bankene så vil det alltid være usikkerheter knyttet til generalisering. Dette er en vanlig utfordring med caseundersøkelser (Gerring 2017, s. 222). I denne oppgaven har jeg valgt fire banker av ulik størrelse som jeg mener representerer det Knutsen og Ecklund (2000) kaller tradisjonelle universalbanker. Jeg mener disse er representative for den tradisjonelle banknæringen i Norge.

Denne oppgaven har ikke sett på nisjebanker og nye leverandører av banktjenester, for eksempel selskaper som driver med bankdrift som bigeskjeft. Flyselskapet Norwegians «Bank Norwegian», og det sosiale medienettstedet Facebooks blockchain-banktjenester er

eksempler på slike nye aktører som denne oppgaven ikke har undersøkt, og følgelig ikke kan si noe om.

## 5.6 hvilke implikasjoner har funnene for debatten rundt næringslivets og banknæringens samfunnsrolle?

I teorikapittelet trakk jeg en parallell til legitimitetsteori, og plasserte banker inn i rollen som utøvere av politisk makt gjennom måten de drifter på. Det er derfor naturlig å diskutere hvorvidt denne oppgaven kan bidra til å kaste lys på denne debatten. Jeg mener at analysene viser at nordmenn har en bevissthet rundt hva slags rolle og ansvar banknæringen har i samfunnet, og at banknæringen på de fleste punkter er på linje med nordmenns forventninger. Dette kan sees på som et argument for at banknæringens involvering i temaer i politisk ladede temaer som miljø og sosiale problemstillinger er legitim hvis vi legger Coicauds forståelse av legitimitetsbegrepet til grunn. Dette fordi vi allerede vet at bankene etterstreber å være på linje med statens forventninger og juridiske bestemmelser. Denne oppgaven indikerer at næringen i hovedsak også er på linje med befolkningen, noe som er med på å gi næringen legitimitet for å involvere seg i sosiale og miljømessige problemstillinger.

## 5.7 Styrker og svakheter ved undersøkelsen

Denne undersøkelsens styrker er at den belyser et tema og en problemstilling som er lite forsket på, særlig i Norge. Det at helt nye data legges til grunn for analysene mener jeg gir undersøkelsen et originalt preg. Analysene har vært gjennomført med relativt enkle teknikker, noe som også senker faren for at brutte modellforutsetninger gir feilaktige resultater.

Det er imidlertid også svakheter ved denne undersøkelsen. Selv om spørreskjemaet til surveyundersøkelsen ble pretestet og justert, kan likevel spørsmålene ha blitt tolket ulikt av respondentene, og dette kan ha svekket validiteten. Det er heller ikke sikkert at CEO-brevene fanger opp alle relevante aspekter ved bankenes prioriteringer, og det faktum at bare fire banker analyseres, svekker generaliseringsgrunnlaget til den norske banknæringen. Disse forholdene skyldes imidlertid at det er begrensninger for hvor omfattende analyser som kan gjennomføres innenfor rammene av en masteroppgave.

## 6. Konklusjon

Oppgavens problemstilling var hvilke forventinger nordmenn har til norsk banknærings samfunnsansvar og hvorvidt bankenes prioriteringer samsvarer med disse forventingene.

Analysen av surveydata indikerer at nordmenn generelt har høye forventinger innenfor fem ulike ansvarsdimensjoner relatert til miljøansvar, sosialt ansvar, filantropisk ansvar, økonomisk ansvar, og ansvar for governance. Blant disse er økonomi og governance det nordmenn har høyest forventinger til. Funnene indikerer også at alder og politisk høyresidepreferanse ser ut til å spille negativt inn på forventingene til bankers ansvar både innenfor sosial- og miljørelaterte temaer, og økonomi- og governancerelaterte temaer.

Analysene indikerer at nordmenn med preferanse for partier på venstresiden har høyere forventninger til banknærings sosial- og miljørelaterte ansvar, men dette funnet ser ut til å skyldes at det er flere kvinner og høyt utdannede som stemmer på slike venstresidepartier, da disse er signifikant mer opptatt av bankers ansvar på sosial- og miljøområdet. Generelt mener jeg at de befolkningsmessige forskjellene er små, og derfor mindre betydningsfulle. Analysen av bankenes prioriteringer av de samme ansvarsdimensjonene gir indikasjoner på at det er relativt stor grad av samsvar med gjennomsnittsbefolkningens forventninger hvis vi ser de analyserte bankene under ett. Det er imidlertid to unntak: Nordmenn har relativt høye forventninger til bankenes filantropiske ansvar og ansvar for governance.

Filantropirelaterte temaer nevnes ikke i de analyserte dokumentene, og governance nevnes kun i liten grad. I tillegg er det til dels store forskjeller i hvor mye hver enkelt bank samsvarer med befolkningens forventninger.

Som et bidrag til den større debatten om næringslivets samfunnsrolle indikerer funnene i oppgaven at bankenes involvering i politiske temaer som sosial- og miljørelaterte spørsmål av befolkningen *ikke* oppfattes som noe banker ikke burde involvere seg i. Oppgaven konkluderer derfor med at nordmenn generelt har forventinger til at norsk banknæring skal ta ansvar for hensyn relatert til egen kjernevirksomhet, men også at de skal engasjere seg i mer politiske temaer som miljøarbeid, likestillingsarbeid, og menneskerettighetsarbeid. Det er variasjoner i hvor stor grad bankene selv knytter seg til disse ansvarsområdene, men sett under ett indikerer analysene at banknæringen er på linje med nordmenns forventninger til deres rolle og ansvar i samfunnet. På bakgrunn av dette konkluderer oppgaven også med at

banknæringen som helhet handler legitimt når den engasjerer seg i politiske problemstillinger.

## 7. Videre forskning

Videre undersøkelser bør fokusere på om funnene i denne oppgaven kan skyldes enkelthendelser i media eller om bankers samfunnsansvar er noe folk generelt har klare forventinger til og oppfatninger om. Det bør også testes ut om andre spørsmålsformuleringer eller flere spørsmål produserer de samme resultatene som i denne oppgaven. For eksempel kunne man gjort som Golob et al. (2008) og inkludert 5-6 spørsmål per teoretiske dimensjon. Disse kunne så vært benyttet i en strukturell ligningsmodell med konfirmerende faktoranalyse. Dette kunne satt ytterligere søkelys på ulikheter i forventingene til hver enkelt ansvarsdimensjon.

Analysen av bankenes prioriteringer kunne også vært undersøkt med intervjuer av sentrale personer i bankene, og eventuelt burde flere banker vært undersøkt. Det kunne også vært interessant å undersøke om banknæringen har egne tanker rundt hva folk forventer av dem.

Denne oppgaven har kun undersøkt tradisjonelle universalbanker. En annen interessant vinkling kunne imidlertid vært å gå mer spesifikt inn på nisjebanker. Hva slags samfunnsansvar har for eksempel banker som utelukkende leverer forbrukslån?

## 8. litteratur

Amarah, B. (2016) *Development of a triple bottom line stakeholder satisfaction model*. Doktoravhandling. Queensland Australia: Bond University,

Arsic, S., Mihajlović, I. N., og Stojanović, A. (2017) The Most Important Dimensions of Corporate Social Responsibility. International May Conference on Strategic Management, University of Belgrade 19-21 mai. Bor: Technical Faculty

- Bjerkan, L. (2016) To av tre mer negative til DNB etter Panama Papers. *Aftenposten*, 7. april. Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/okonomi/i/ddOoO/to-av-tre-mer-negative-til-dnb-etter-panama-papers>. (Hentet 28. desember 2019)
- Bjerke, R. (2016) *Konsernsjefen har ordet*. Tilgjengelig fra <https://www.dnb.no/portalfront/nedlast/no/om-oss/resultater/2016/konsern-aarsrapport-dnb-2016.pdf>. (Hentet: 11. juli 2019)
- Bjurstrøm, K. (2015) *Organisering, spiller det noen rolle*. Masteroppgave. Universitetet i Oslo. Tilgjengelig fra: <https://www.duo.uio.no/handle/10852/45315> (Hentet: 12. august 2019).
- Blowfield, M. (2005). Corporate Social Responsibility - The Failing Discipline and Why it Matters to International Relations. *International Relations*, 19(2) s. 173-191.
- Bryman, A. (2016) *Social Research Methodes*. 5. Utg. Oxford: Oxford University Press
- Buhmann, K, (2016) Public Regulators and CSR: The `Social Licence to Operate`in Recent United Nations Instruments on Business and Human Rights and the Juridification of CSR, *Journal of Business Ethics*, 136, s. 699-714
- Böcker, L. og Meelen, T. (2016) Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, Juni, s. 28-39. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.004>
- Coicaud, J. (2002) *Legitimacy and Politics: A Contribution to the Study of Political Right and Political Responsibility*. 1. Utg. United Kingdom: Cambridge University press
- Dacin, P. A. og Brown, T. J. (2006) Corporate Branding, Identity, and Customer Response. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 34(2), s. 95-98. DOI: 10.1177/0092070305284967
- Dahlsrud, A. (2006) How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 15, s. 1-13. DOI: 10.1002/csr.132
- Dawkins, J. & Lewis, S. 2003. CSR in stakeholder expectations: And their implication for company strategy, *Journal of Business Ethics*, vol. 44(2), s. 185-193.
- DNB (2019) *Historien vår*. Tilgjengelig fra <https://www.dnb.no/om-oss/om-konsernet/historien-vaar.html>. (Hentet 15. oktober 2019)



Dolnicar, S., & Rossiter, J. R. (2009). Not offering don't know options in brand image surveys contaminates data. Australia and New Zealand Marketing Academy (ANZMAC) conference (s. 1–7). Melbourne, Australia: Australian & New Zealand Marketing Academy

Ekroll, H. C., og Breian, Å. (2019) Økokrim starter etterforskning av DNB i forbindelse med islandsk fiskerisak. *Aftenposten* 28. november. Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/okonomi/i/P9LOv7/oekokrim-starter-etterforskning-av-dnb-i-forbindelse-med-islandsk-fiskerisak>. (Hentet 5. desember 2019)

Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johnsen, K., og Wollebæk, D. (2014) *Liker – liker ikke*. 1. utg. Oslo: Cappelen Damm AS

Elkington, J. (1997) *Cannibals Whit forks. The Triple Bottom Line of 21<sup>st</sup> Century Business*. 1. Utg. Oxford: Capstone Publishing Limited

Elkington, J. (2004) Enter the Triple Bottom Line, i: Henriques, A. and Richardson, J. (red.), *The Triple Bottom Line, does it all add up?*, s. 1–16, London: Earthscan Publications.

Europakommisjonen (2011) Communication from the commission to the European Parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions: A renewed EU-strategy 2011-2014 for Corporate Social Responsibility. Tilgjengelig fra: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>. (Hentet 10. mai 2019)

Flyvbjerg, B. 2006. Five Misunderstandings About Case-Study Research. *Qualitative Enquiry*. 12(2), s. 219-245

Fontaine, M. (2013) Corporate Social Responsibility and Sustainability: The New Bottom Line? *International Journal of Business and Social Science*, 4(4), april, s. 110-119

Fredriksen, K. (2019) *På stedet hvil: Kvinner dominerer offentlig sektor, menn privat sektor*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/artikler-og-publikasjoner/pa-stedet-hvil-kvinner-dominerer-offentlig-sektor-og-menn-privat> (Hentet 28 september 2019)

Friedman, M. (1970) The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, 13. september, s. 122-126

- Fritsch, S. (2008) The UN Global Compact and the Global Governance of Corporate Social Responsibility: Complex Multilateralism for a More Human Globalisation? *Global Society*, 22, Januar, s. 1-26 DOI: 10.1080/13600820701740704
- Garriga , E., & Melè, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), s. 51.71
- Gerring, J. (2017) *Case Study Research*. 2. Utg, United kingdom: Cambridge University Press
- Gilljam, M., og Granberg D. (1993) Should We Take Don't Know for an answer? *Public Opinion Quarterly*, 57, 384-357
- Gjøølberg, M. (2012) *The political economy of corporate social responsibility*. Doktoravhandling. Oslo: Universitetet i Oslo. Tilgjengelig fra: <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/13346/dravhandling-gjolberg.pdf?sequence=3&isAllowed=y> (Hentet: 10. mars 2019).
- Global Reporting Initiative (2015) G4 Sustainability Reporting Guidelines. Reporting Principles and Standard Disclosures Tilgjengelig fra: <https://www.globalreporting.org/resource/library/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>. (Hentet 28. August 2019)
- Golob, U., Lah, M., og Jancic, Z. (2008). Value orientations and consumer expectations of corporate social responsibility, *Journal of Marketing Communications*. 14(2), s. 83-96 DOI:<https://doi.org/10.1080/13527260701856525>
- Grønmo, S. (2004) *Samfunnsvitenskapelige Metoder*, Utg. 2, Bergen: Fagbokforlaget
- Guest, G., MacQueen, K. M., og Namey, E. E. (2012). *Applied thematic analysis*. 1. Utg. California: Thousand Oaks.
- Gulstad, D. (2019) *Observer Omnibus*. Tilgjengelig fra <https://www.ipsos.com/nb-no/omnibus>. (Hentet 11. november 2019)
- Hafenbrädl, S. og Waeger, D. (2017) Ideology and the micro-foundations of CSR: Why executives believe in the business case for CSR and how this affects their CSR engagements. *Academy of Management Journal*, 60(4), s. 1582-1606
- Hellevik, O. (2007). *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Hoonard, W. C. (2008) inter- and Intracoder Reliability. Tilgjengelig fra: [https://www.researchgate.net/publication/259384342\\_Inter-and\\_Intracoder\\_Reliability](https://www.researchgate.net/publication/259384342_Inter-and_Intracoder_Reliability). (Hentet 2. januar 2020)

- Hubbard, G. (2009) Measuring Organizational Performance: Beyond the Triple Bottom Line. *Business Strategy and the Environment*. 18, s. 177-191
- Hafenbrädl, S. og Waeger, D. (2017) Ideology and the micro-foundations of CSR: Why executives believe in the business case for CSR and how this affects their CSR engagements. *Academy of Management Journal*, 60(4), s. 1582-1606
- Jensen, M. 2001. Value Maximisation, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function. *European Financial Management* 7(3), s. 297–317.
- Jones, M. T. (1995) Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics. *The Academy of Management Review*. 20(2), april, s. 404-437
- Keane, J. (2009) Monitory Democracy and media-saturated societies, Griffith Review, Edition 24: Participation Society. Tilgjengelig fra: <http://www.griffithreview.com/edition-24-participation-society/222essay/657.html>. (Hentet 25. mars 2019)
- Knutsen, S. og Ecklund, G. J. (2000) *Vern Mot Kriser? Norsk finanstilsyn gjennom 100 år*. 1. utg. Bergen: Fagbokforlaget
- Lin-Hi, N. The problem with a narrow-minded interpretation of CSR: Why CSR has nothing to do with philanthropy. *Ramon Llull Journal of Applied Ethics*. 1, s. 79–95
- Midttun, A., Dirdal, T., Gautesen, K., Omland, T., E., og Wenstøp, S. (2006). *Other Strategic Foci in a Distributed Production System: A Transaction Cost Perspective on the North Sea Offshore Petroleum Industry?* (Working paper). BI Norwegian Business School.
- Midttun, A. (2007). *CSR eller bedriftens samfunnsansvar: en megatrend vokser fram*. Magma (3). Tilgjengelig fra: <https://www.magma.no/csr-eller-bedriftens-samfunnsansvar-en-megatrend-vokser-fram> (Hentet 1. desember 2019)
- Midttun, A. (2012) *Kronikk: Folk flest om bedriftenes samfunnsansvar*. Tilgjengelig fra: <https://forskning.no/innovasjon-ledelse-og-organisasjon-kronikk/kronikk-folk-flest-om-bedriftenes-samfunnsansvar/1176077> (Hentet: 21. oktober 2019).
- Midttun, A., Toporowska, E., og Wenstøp, F. (2012). *CSR in Norwegian Industry: What do people think?* (Working paper). Centre for corporate social responsibility: BI Norwegian Business School.
- Midttun, A., Gjølberg, M., Kourula, A., Sweet, S., og Vallentin, S. (2015) Public Policies for Corporate Social Responsibility in Four Nordic Countries: Harmony of Goals and Conflict of Means. *Business & Society*, 54(4), s. 464–500. DOI: 10.1177/0007650312450848

- Monkerud, L. C., og Sørensen, R. J. (2010). "Smått og godt? Kommunestørrelse, ressurser og tilfredshet med det kommunale tjenestetilbudet.". *Norsk Statsvitenskapelig Tidsskrift*, 26, nr. 4, s. 265–294
- Nordea (2019) *Vår historie*. Tilgjengelig fra: <https://www.nordea.com/no/om-nordea/hvem-er-vi/var-historie/>. (Hentet 15. oktober 2019)
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., og Moules, N. J. (2017) Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*. 16, s. 1-13
- Näsström, S. (2007) The Legitimacy of the People. *Political Theory*, 35, nr. 5 s. 464-500
- Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml, V. A. 1988. Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, nr. 1, s. 12-37
- Porter, M. E., & Kramer, M., R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84, nr. 12, s. 78-92.
- Poston, D. L. (2019) Ordinary Least Squares Regression, i *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Tilgjengelig fra: <https://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/ordinary-least-squares-regression>. (Hentet 2. januar 2020)
- Reus-Smith, C. (2007) International Crises of Legitimacy, *International Politics*. 44, s. 157-174
- Ruggie, J. (2010) The UN "Protect, Respect and Remedy" Framework for Business and Human Rights. Tilgjengelig fra: <https://www.business-humanrights.org/en/un-secretary-generals-special-representative-on-business-human-rights/un-protect-respect-and-remedy-framework-and-guiding-principles>. (Hentet 12. Juni 2019)
- Sachs, J. D. 2012. From Millennium Development Goals to Sustainable Development Goals *Lancet*. 379. s. 2206-2211
- Saiia, D. H., Carroll, A. B., og Buchholtz, A. K. (2003) Philanthropy as Strategy When Corporate Charity "Begins at Home". *Business & Society*, 42(2), Juni. S. 169-201
- Seawright, J. og Gerring, J. (2008) Case Selection Techniques in Case Study Research. *Political Research Quarterly*. 61(2), juni s. 294-308. DOI: 10.1177/1065912907313077

- Sparebank 1 SR-Bank (2019) *Vår historie*. Tilgjengelig fra: <https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/om-oss/om-banken/var-historie.html>. (Hentet 15. oktober 2019)
- Storebrand (2019) *Historien vår*. Tilgjengelig fra: <https://www.storebrand.no/om-storebrand/historie> (Hentet 15. oktober 2019)
- St.meld. nr. 10 (2008–2009). Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi
- Sætten, J. B. (2016) Professor: – DNB burde aldri lånt ut pengene til «The Black Snake», NRK, 6. november. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/norge/professor--dnb-burde-aldri-lant-ut-pengene-til-the-black-snake-1.13214115> (Hentet: 10. mai 2019).
- Tian, Z., Rui, W., og Yang, W. (2011) Consumer Responses to Corporate Social Responsibility in China. *Journal of Business Ethics*. 101(2) Juni, s. 197-212. DOI 10.1007/s10551-010-0716-6
- Torset, N. S., (2019) Stor datalekkasje: Mistenkelige millioner sluset gjennom Nordea. *Aftenposten*, 4. mars. Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/okonomi/i/8wr67Q/stor-datalekkasje-mistenkelige-millioner-sluset-gjennom-nordea>. (Hentet 5. desember 2019)
- Utdanningsforbundet (2013) *Utdanning og utvikling*. Rapport nr. 3, Oslo: Utdanningsforbundet
- Vanette, D (2019) Rating or Ranking: Choosing the best question type for your data. tilgjengelig fra: <https://www.qualtrics.com/blog/rating-or-ranking-choosing-the-best-question-type-for-your-data/>. (Hentet 18. September 2019)
- Visma (2019) *Hva er årsrapport?* Tilgjengelig fra <https://www.visma.no/eaccounting/regnskapsordbok/aa/arsrapport/>. (Hentet 29 August 2019)
- Willums, J. (2004) Voluntary Partnerships as a Social Asset, i Habisch, A., Jonker, J., Wegner, M., og Schmidpeter, R. (red.) *Corporate Social Responsibility Across Europe*. Berlin: Springer, s. 37–48.
- Young, S. (2013) Enlightened Self-interest, i *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*. Tilgjengelig fra: [https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-3-642-28036-8\\_220#howtocite](https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-3-642-28036-8_220#howtocite). (Hentet 28. november 2019)
- Zaller, J. R., (1992) *The Nature and Origin of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press

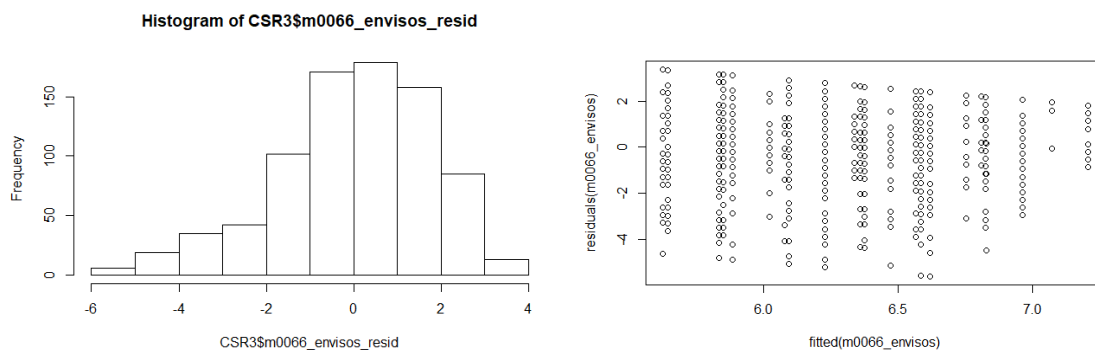
Zhang, Y., og Wildemuth, B. M. (2009) Qualitative Analysis of Content, i Wildemuth, B. M (red.) *Application of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science*. 2. Utg. California: Libraries Unlimited, s. 318-335

## 9. Appendiks

### Vedlegg 1

#### Restleddsfordeling regresjonsanalyse 1

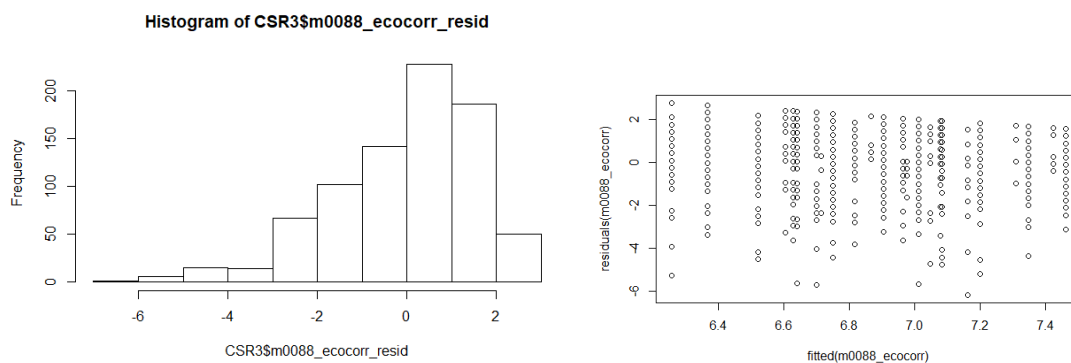
Figurene viser tilnærmet normalfordelte restledd og fravær av alvorlig heteroskedastisitet



### Vedlegg 2

#### Restleddsfordeling regresjonsanalyse 2

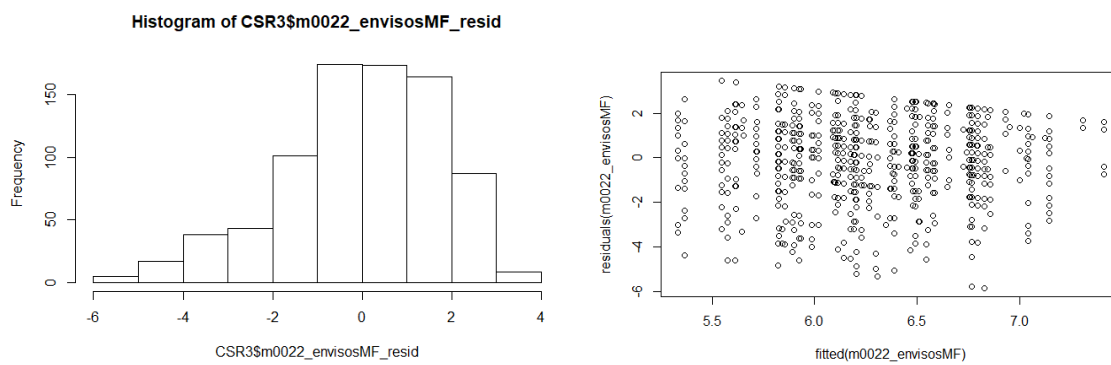
Figurene viser tilnærmet normalfordelte restledd og fravær av alvorlig heteroskedastisitet



### Vedlegg 3

#### Restleddsfordeling regresjonsanalyse 3

Figurene viser tilnærmet normalfordelte restledd og fravær av alvorlig heteroskedastisitet i

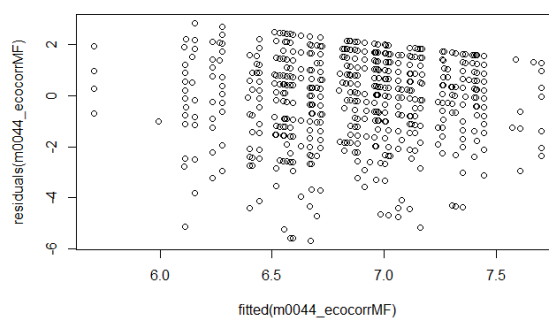
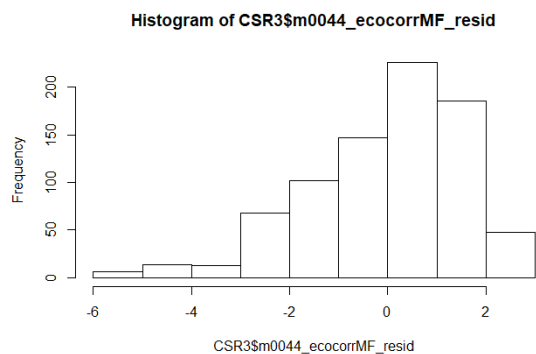


### Vedlegg 4

#### Restleddsfordeling regresjonsanalyse 4

Figurene viser tilnærmet normalfordelte restledd og fravær av alvorlig heteroskedastisitet





## Vedlegg 5

### Spørreskjema

**Banker kan påvirke samfunnet gjennom lån og investeringer. I hvilken grad mener du at banker i Norge tar samfunnsansvar?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   2   3   4   5

*I svært liten grad*

*i svært stor grad*

*Banker kan ta samfunnsansvar på forskjellige måter. Hvordan oppfatter du bankers innsats på de følgende områdene?*

**I hvilken grad føler du banker i Norge tar ansvar for miljø og klima?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5  
*I svært liten grad* *I Svært stor grad*

**Hvor viktig er det for deg at banker i Norge tar ansvar for miljø og klima?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5  
*Ikke viktig i det hele tatt* *Svært viktig*

**I hvilken grad føler du banker i Norge tar ansvar for å skape økonomisk vekst?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5  
*I svært liten grad* *I Svært stor grad*

**Hvor viktig er det for deg at banker i Norge prioriterer å skape økonomisk vekst?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5  
*Ikke viktig i det hele tatt* *Svært viktig*

**I hvilken grad føler du banker i Norge tar ansvar for å bekjempe korrupsjon?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5  
*I svært liten grad* *I Svært stor grad*

**Hvor viktig er det for deg at banker i Norge prioriterer å bekjempe korrupsjon?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5  
*Ikke viktig i det hele tatt* *Svært viktig*

**I hvilken grad føler du banker i Norge tar ansvar for å ivareta åpenhet og transparens rundt egen virksomhet?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5  
*I svært liten grad* *I svært stor grad*

**Hvor viktig er det for deg at banker i Norge prioriterer å ivareta åpenhet og transparens rundt egen virksomhet?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5  
*Ikke viktig i det hele tatt* *Svært viktig*

**I hvilken grad føler du banker i Norge tar ansvar for å ivareta menneskerettigheter?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5  
*I svært liten grad* *I svært stor grad*

**Hvor viktig er det for deg at banker i Norge prioriterer å ivareta menneskerettigheter?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5

*Ikke viktig i det hele tatt*

*Svært viktig*

**I hvilken grad føler du banker i Norge tar ansvar for å fremme likestilling mellom kjønn?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5

*I svært liten grad*

*I vært stor grad*

**Hvor viktig er det for deg at banker i Norge prioriterer å fremme likestilling mellom kjønn?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5

*Ikke viktig i det hele tatt*

*Svært viktig*

**I hvilken grad føler du banker i Norge tar ansvar for å sponse kultur og idrett?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5

*I svært liten grad*

*I Svært stor grad*

**Hvor viktig er det for deg at banker i Norge prioriterer å sponse kultur og idrett?**

-5   -4   -3   -2   -1   0   1   2   3   4   5

*Ikke viktig i det hele tatt*

*Svært viktig*

**Hvordan vurderer du disse næringenes evne til å ta samfunnsansvar?**

### Banknæringen

-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
<i>Tar samfunnsansvar i svært liten grad</i>							<i>Tar samfunnsansvar i svært stor grad</i>			

### Oljenæringen

-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
<i>Tar samfunnsansvar i svært liten grad</i>							<i>Tar samfunnsansvar i svært stor grad</i>			

### Servicenæringen

-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
<i>Tar samfunnsansvar i svært liten grad</i>							<i>Tar samfunnsansvar i svært stor grad</i>			

### IT-sektoren

-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
<i>Tar samfunnsansvar i svært liten grad</i>							<i>Tar samfunnsansvar i svært stor grad</i>			

### Elektrisitetssektoren

-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
<i>Tar samfunnsansvar i svært liten grad</i>							<i>Tar samfunnsansvar i svært stor grad</i>			

### Landbruksnæringen

-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
<i>Tar samfunnsansvar i svært liten grad</i>							<i>Tar samfunnsansvar i svært stor grad</i>			

