



Examensarbete

Våren 2013

Högskolan Kristianstad

Sektion för hälsa och samhälle

Ekonomi

Corporate Social Responsibility inom finansbranschen

Författare

Hedib Sulejmanovic

Anas Osman

Handledare

Bengt Igelström

Examinator

Timurs Umans

Förord

Först och främst vill vi tacka vår handledare Bengt Igelström som har hjälpt oss mycket under detta arbete. Vi vill även tacka de respondenter som har deltagit i våra intervjuer och hjälpt oss göra undersökningen möjlig.

Kristianstad, juni 2013

Hedib Sulejmanovic
Författare

Anas Osman
Författare

Sammanfattning

Examensarbete i företagsekonomi, Högskolan i Kristianstad, Våren 2013

Titel: Corporate Social Responsibility inom finansbranschen

Seminariedatum: 2013-06-05

Ämne/Kurs: FE6073/Kandidatuppsats, 15hp

Författare: Hedib Sulejmanovic och Anas Osman

Handledare: Bengt Igelström

Examinator: Timurs Umans

Nyckelord: CSR, hållbarhet inom banker, hållbarhetsredovisning, socialt ansvar

Bakgrund och problem: Miljö- och socialt ansvar är frågor som allmänheten allt mer ställer som krav på företagen. Enligt undersökningar så visar det sig att finansbranschens ointresse för etik- och miljöfrågor skadar allmänhetens förtroende till finansbranschen. Samtidigt så visar det sig att finansbranschen har ökat publiceringen av Corporate Social Responsibility.

Syfte: Syftet med uppsatsen är att få en fördjupad förståelse för hur finansbranschen tar ett socialt ansvar. Vi vill även undersöka hur aktörer inom finansbranschen går tillväga för att agera ansvarsfullt.

Metod: För att samla in information har vi använt oss av kvalitativ metod i form av intervjuer. Vi undersökte hållbarhetsredovisningar för att sedan följa upp det med intervjuer med en CSR ansvarig på respektive institut.

Slutsats: Genom undersökningen kom vi fram till att finansinstitutet följer de krav som ställs på företagen för att uppfylla ett socialt ansvarstagande, vare sig om det är genom lagstadgade regelverk eller etiska normer och värderingar. Det man dock själv kan välja att följa och till vilken grad, är de etiska normerna och värderingarna som definieras genom olika internationella riktlinjer. Undersökningen visade även att de undersökta finansinstitutet konceptualiserar CSR genom att sträva efter att uppnå en hållbar finansiering. Finansinstitutet har ett identiskt tankesätt vad gäller hållbar finansiering, att de störst kan påverka genom sin utlåningsverksamhet är en utgångspunkt som enar institutet. De anser att det leder till ett större ansvarstagande samt att verksamheten följer en hållbar utveckling.

Summary

Bachelor thesis in Business Administration, Kristianstad University, Spring 2013

Title: Corporate Social Responsibility in the finance industry

Seminar date: 2013-06-05

Course: FE6073/ Bachelor thesis, 15hp

Authors: Hedib Sulejmanovic and Anas Osman

Supervisor: Bengt Igelström

Keywords: CSR, Sustainability in banks, sustainability, social responsibility, Corporate social responsibility

Background and problem: Environmental- and social responsibilities are the issues that the public increasingly demands on businesses. According to studies, it turns out that the financial sectors disinterest in ethical and environmental questions damages public confidence in the financial industry. Meanwhile, it turns out that the financial sector has increased publication of Corporate Social Responsibility.

Purpose: The purpose of this paper is to gain a deeper understanding of how the financial sector fulfills a social responsibility. We also want to examine how actors in the financial industry go about to act responsibly.

Method: To collect the information, we have used interviews. We investigated the sustainability reports and then followed it up with interviews with a CSR manager at the respective institutions.

Conclusion: Through the investigation, we concluded that financial institutions comply with the requirements imposed on companies to fulfill a social responsibility, whether it is through statutory regulations or ethical standards and values. It, however, can choose to follow and to what degree, is the ethical norms and values as defined by various international guidelines. The survey also showed that the surveyed financial institutions conceptualize CSR by striving to achieve sustainable funding. Financial institutions have an identical mindset of sustainable funding, the largest can influence through its lending activities is a starting point that unites institutes. They believe that this leads to greater accountability and that the business complies with sustainable development.

Innehållsförteckning

Innehållsförteckning.....	5
1 Inledning	7
1.1 Bakgrund	7
1.2 Problemdiskussion	8
1.3 Problemformulering.....	9
1.4 Syfte	9
2 Metod.....	10
2.1 Vetenskaplig metod.....	10
2.2 Forskningsansats	10
2.3 Forskningsmetod	11
3 Teori.....	12
3.1 CSR?	12
3.2 Intressentteorin.....	12
3.3 Legitimitetsteorin	13
3.4 Sociala kontrakt teorin	14
3.5 Carrolls Pyramid (CSR modell).....	15
3.5.1 Ekonomiskt ansvar	16
3.5.2 Juridiskt ansvar	16
3.5.3 Etiskt ansvar	17
3.5.4 Filantropiskt ansvar	18
3.5.5 Kritik mot filantropi	19
3.6 Consumer-driven Corporate Responsibility (CDCR).....	20
3.7 Internationella riktlinjer.....	21
3.7.1 Global Reporting Initiative (GRI)	21
3.7.2 Global Compact	21
3.7.3 OECD	22
3.8 Sammanfattning av kapitel 3	22
4 Empirisk metod	25
4.1 Litteratursökning	25
4.2 Dokumentundersökning	25
4.3 Kvalitativ metod	26
4.4 Undersöknings ansats	26
4.5 Intervju som datainsamlingsmetod	27
4.6 Urvalsunderlag	27
4.7 Operationalisering.....	28
4.8 Validitet.....	30
4.9 Reliabilitet.....	30
5 Empirisk Analys	31
5.1 Inledning	31
5.2 Incitament till CSR arbete.....	31
5.3 Ekonomiskt ansvar.....	32
5.4 Juridiskt ansvar.....	34
5.5 Etiskt och filantropiskt ansvar	35

5.6	CDCR	36
5.7	Internationella riktlinjer.....	38
5.8	CSR aktiviteter	39
5.9	Analytisk modell.....	41
6	Slutsats.....	43
6.1	Egna reflektioner.....	44
6.2	Förslag till vidare forskning	45
	Referenser.....	46

1 Inledning

I det första kapitlet beskriver vi bakgrunden till vår frågeställning, olika syn på CSR, problemdiskussion och syftet med denna uppsats

1.1 Bakgrund

Miljö och socialt ansvar är ämnen som präglar dagens samhälle. Allmänhetens kunskap inom dessa frågor ökar markant. Till följd av detta ställs det stora krav på företag och regeringar inom socialt ansvarstagande såkallat Corporate Social Responsibility (CSR). Allmänheten ställer krav på regeringar att genom lagstiftning öka företagets ansvar vad gäller miljöhantering (Gao & Zang, 2006). Kraven på att öka det sociala ansvarstagandet kommer även från olika internationella riktlinjer. Global Compact är globala riktlinjer skapade av Förenade Nationerna (FN) som uppmuntrar företag och organisationer att agera ansvarsfullt inom sociala och hållbara frågor (United Nations, 2013). Företag kan även följa Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) överenskommelsen. Den syftar till att främja riktlinjer som ska förbättra den ekonomiska och sociala välfärden globalt (OECD, 2013).

Det har tidigare uppmärksammats en stor del miljökatastrofer som till den största delen orsakats av bland annat företags brist på kunskap, förståelse, finansiella begränsningar och motivation. Detta har väckt allmänhetens intresse i frågor gällande miljö och socialt ansvar (Gao & Zang, 2006). Gao & Zang skriver i sin artikel att enligt Ohmae (1999) är ett företag en social institution vilket innebär att företagen har ett väldigt stort socialt ansvar. Med socialt ansvar påpekas att ett företags ansvar består av mer än att endast tillfredsställa anställda, kunder, aktieägare och andra intressenter. Företag har en sådan aktiv roll i samhället att de bör integrera deras sociala- och miljömål med sina finansiella mål (Gao & Zang, 2006).

EU kommissionen definierar CSR som ”företagens ansvar för den egna verksamhetens konsekvenser för samhället”(COM 2011 S.7). För att företagen till fullo ska ta socialt ansvar bör företagen tillsammans med sina intressenter införa en process till att socialt

ansvarstagande, miljötankande, etik, respekt för mänskliga rättigheter och konsumentperspektiv implementeras i företagets verksamhet och kärnstrategi (COM 2011 S.7).

CSR har funnits i många år men de senaste fyra decennierna har viktiga händelser som till exempel ökad globalisering och ökad integration av marknaden gjort att frågan om socialt ansvarstagande fått mycket större betydelse i företagets affärsstrategi (Mostaredrio & Duarte, 2007). Företagen befinner sig i svåra situationer då påtryckningarna från aktieägare och investerare att maximera vinsten blivit allt större. Även företagets andra intressenter har lagt stora påtryckningar som att höja det sociala ansvaret. Detta har i sin tur gjort att företagen har fått anpassa sina strategier i hopp om att försöka tillfredställa alla företagets intressenter (Kincaid, 2012).

Företag som jobbar med implementering av CSR i sin verksamhet kan öka legitimiteten på marknaden. Genom att man ökar legitimiteten så undviker man negativ kritik från omvärlden. CSR kan även vara en källa till möjligheter, innovation och konkurrenskraftiga fördelar enligt Porter och Kramer (2006).

1.2 Problemdiskussion

Idag hävdar de flesta institutioner att de är miljömässigt-, socialt- och ekonomiskt engagerade i den hållbara utvecklingen. Detta tyder på att arbetet med CSR har blivit en viktig del för företagen (Relano & Paulet 2012). Företagens arbete med CSR redovisas genom den sociala rapporten som lämnas i samband med årsredovisningen. Det kan däremot vara svårt att kommunicera vilket socialt ansvarstagande gentemot samhället ett företag tar eftersom det ibland kan anses som PR (Kincaid, 2012). Ett annat problem med CSR är att begreppet kan tolkas olika beroende på hur ledningen i företaget tolkar begreppet eller vilka strategiska mål de vill uppnå med CSR arbetet. CSR kan uppfattas som att utveckla regelverk som ställer nya krav på företagen, att mobilisera företagets aktörer att bidra till utveckling och som en trend inom ledningen (Sahlin-Andersson 2006). Samtidigt kan CSR uppfattas som ett påtvingat ansvarstagande eftersom samhället kräver att företagen agerar ansvarsfullt, genom regleringar. Även aktieägare och andra intressenter ställer krav på företagen att redovisa mer än bara sin finansiella ställning (Moir, 2001; Kincaid, 2012). Eftersom CSR tolkas på olika sätt, inom olika branscher och olika företag, konceptualiseras detta begrepp även på olika sätt inom företagen. Detta kan leda till att CSR utövas på olika sätt från företag till företag. Anledningen

till detta kan vara att företag anpassar sina CSR strategier till deras kärnverksamhet (Sahlin-Andersson, 2006; Decker, 2004).

Finansbranschens kärnverksamhet är utlåning, inlåning och betalningsförmedling. Deras direkta och indirekta påverkan på samhället är ganska stor eftersom de flesta människor har en koppling till dessa institut, antingen som privat kund eller som företagskund. Dessa system för sparande, finansiering, betalningsförmedling och riskhantering måste vara pålitliga för en välfungerande infrastruktur (Svenska Bankföreningen, 2013). Eftersom finansbranschen oftast kopplas med finansiell infrastruktur glömmar man bort vilka andra sociala, etiska och miljömässiga frågor de bör handskas med (Thompson, 1998). En nyligen utförd undersökning från Fundwatch visar att finansbranschens ointresse för etik- och miljöfrågor leder inte enbart till miljöförstöring utan det skadar också förtroendet till finansbranschen. Denna undersökning tyder på att finansbranschen har brustit i att uppfylla ett ansvarsfullt agerande kring etiska och miljömässiga frågor (Fundwatch, 2012;DN, 2013).

Samtidigt visar andra undersökningar att finansbranschen är den bransch som allt mer publicerar sitt engagemang inom CSR. Detta beror på att banker är mer utsatta för kritik från sina intressenter och kunder än andra företag. Banker är därför även mer noggranna att hantera direkta och indirekta risker så som utlåning till företag som inte anses ”goda”(Carnevale, Mazzuca & Venturini, 2012).

Utifrån ovanstående diskussion kan man konstatera att förtroendet till finansbranschen är svagt samtidigt som finansbranschen har ökat sin redovisning av CSR. Eftersom CSR kan tolkas på olika sätt, konceptualiseras det även på olika sätt inom finansbranschen. Detta leder oss till följande problemformulering.

1.3 Problemformulering

Hur konceptualiserar finansbranschen CSR?

1.4 Syfte

Syftet med uppsatsen är att få en fördjupad förståelse för hur finansbranschen tar ett socialt ansvar. Vi vill även undersöka hur aktörer inom finansbranschen går tillväga för att agera ansvarsfullt.

2 Metod

I detta kapitel presenteras de forskningsmetoder som har använts i uppsatsen samt tillvägagångssättet för att uppnå vårt syfte med arbetet.

2.1 Vetenskaplig metod

I vår uppsats använder vi oss av det hermeneutiska synsättet. Det hermeneutiska synsättet syftar till att förstå verkligheten och leder till att man får en djupare förståelse kring det som man undersöker (Jacobsen, 2002). Vårt syfte med arbetet är att få en djupare förståelse för hur finansbranschen uppfattar CSR samt vilka aktiviteter de engagerar sig i. Vi vill även få reda på vad dessa institut gör i sin verksamhet för att ta ett socialt ansvar. Hermeneutisk synsätt innebär att man tolkar andra människors uppfattningar av verkligheten (Jacobsen, 2002). I vår studie kommer vi att undersöka respondenternas uppfattning av CSR samt hur respondenterna uppfattar företagens arbete med CSR. Vi anser att det hermeneutiska synsättet passar vår forskning eftersom vi vill undersöka och tolka hur respondenterna uppfattar verkligheten. Det finns en annan vetenskaplig synsätt som kallas positivism. Positivism innebär att man undersöker verkligheten och att man försöker förklara och generalisera. Vi anser dock att det hermeneutiska synsättet är lämpligast för vår undersökning.

2.2 Forskningsansats

I vår uppsats har vi använt oss av abduktion som vetenskaplig ansats, vilket är en kombination av deduktion och induktion. Den deduktiva ansatsen innebär att man utgår från befintliga teorier som sedan testas med hjälp av empirin och den induktiva ansatsen innebär att man utgår från empirin för att skapa teorier. Den abduktiva ansatsen har sin utgångspunkt i empirin men tar även hänsyn till teorin (Saunders, Lewis & Thornhill, 2009; Öhman, 2004). I vår uppsats har vi utgått från befintliga teorier och modeller för att skapa förståelse om vad CSR är och varför företagen väljer att jobba med CSR. Vidare har vi samlat in empiri för att få en djupare förståelse av hur finansbranschen konceptualiserar CSR. Genom att växla mellan befintliga teorier och insamlad empiri har vi fått en djupare förståelse vilket har hjälpt oss att förstå och utveckla befintliga teorier.

2.3 *Forskningsmetod*

Vi samlade in teoretisk data genom en litteraturgenomgång. Litteraturgenomgången gjordes på tidigare forskning och uppsatser. Teoretisk data hjälpte oss att förstå varför företag väljer CSR, vem som kräver att företag ska ta ett socialt ansvar och framför allt vad företagen ska göra för att uppfylla ett socialt ansvarstagande. I det empiriska kapitlet kommer data att samlas in med en kvalitativ metod. Man använder sig av en kvalitativ metod när man vill undersöka något på djupet (Dahmström, 2011). Denna forskningsmetod reflekterar det hermeneutiska synsättet vilket stöds av Lundahl & Skärvad (1999). Det är även den mest lämpliga metoden för vår undersökning eftersom syftet med undersökningen är att förklara CSR samt att skapa en förståelse för hur CSR konceptualiseras inom finansbranschen.

3 Teori

I detta kapitel presenterar vi olika tolkningar av CSR samt de teorier och modeller som uppsatsen är uppbyggd på. Kapitlet avslutas med en sammanfattning.

3.1 Vad är CSR?

Vad innebär Corporate Social Responsibility? Svaret på frågan tolkas olika beroende på vem man frågar. Kincaid (2012, s.33) definierar CSR så här:

“in its most authentic form, corporate social responsibility aims to serve society, not as a means to propel a business forward financially, but rather to give back to humanity and promote good in the world.”

Blombäck & Wigren (2008) beskriver CSR som övergripande aktiviteter som omfattas både inom företaget och utanför. Det syftar även till sådana aktiviteter som bidrar till samhällets välmån både lokalt och globalt. Exempel på sådana aktiviteter kan vara aktiviteter som bidrar till miljömässigt ansvar, mänskliga rättigheter och barnarbete (Blombäck & Wigren, 2008). CSR innebär att företaget måste ta ett samhällsansvar med hänsyn till sociala, etiska och miljömässiga aspekter (CSR guiden, 2013). Moir (2001) skriver i sin artikel att målet med CSR är att vara mer socialt ansvarstagande och att bygga en hållbar tillväxt för sitt företag. (Moir, 2001). Den hållbara tillväxten omfattar miljö-, sociala- och ekonomifrågor. Dessa frågor kan utformas och redovisas till företagets intressenter på olika sätt, därför kan ett företag välja att ta hjälp av Global Reporting Initiativ (GRI). GRI är ett ramverk som hjälper företagen vid miljöredovisning att förbättra sitt sociala ansvar samt den hållbara tillväxten (Wilburn, 2013).

CSR konceptualiseras på olika sätt beroende på företag och vad de har för syfte med CSR. Hur och varför företagen väljer att arbeta med CSR förklaras av följande tre teorier.

3.2 Intressentteorin

Intressentteorin beskriver hur företagen är beroende av en uppsättning målgrupper. Dessa målgrupper kallas för intressenter och kopplas till ett företag på grund av olika intressen antingen inom företaget, exempelvis ägare och anställda, eller på grund av åtgärder som tas av

företaget, exempelvis kunder och leverantörer (Moir, 2001). Intressentteorin behandlar alltså företagets förmåga att tillfredsställa olika aktörer som har en koppling till företaget. Dessa aktörer kan vara en människa eller en grupp av människor som antingen påverkar eller som blir påverkade på något sätt av ett företag (Clarkson, 1995).

Intressentteorin kan delas upp i två olika perspektiv: det normativa perspektivet och ledningsperspektivet. Det normativa perspektivet beskriver företagets skyldighet gentemot sina intressenter och hur det är skyldigt att exempelvis tillhandahålla de olika intressenterna likvärdig information om företagets situation (Deegan & Unerman, 2011). Det normativa perspektivet delar upp ett företags intressenter i två kategorier: primära intressenter och sekundära intressenter. De primära och sekundära intressenternas rättigheter är likvärdiga, skillnaden mellan de är dock deras roll i företagets överlevnad. De primära intressenterna är vilka företaget har ett överlevande behov av (Deegan & Unerman, 2011, Moir, 2001).

Ledningsperspektivet beskriver hur olika intressentgrupper i samhället påverkar ett företag på en sådan hög grad att det blir avgörande för företagets överlevnad. Det förklarar hur ledningen i ett företag påverkas av intressenterna med mest makt (Deegan & Unerman, 2011). En väldigt värdefull tillgång för ett företag är dess rykte bland sina ekonomiskt starkaste intressenter. För att skydda denna tillgång kommer företaget att sörja för att tillfredsställa dessa intressenters förväntningar på företagets sociala och miljömässiga aktiviteter (Unerman, 2008). Eftersom ett företag inte kan tillgodose alla intressenters olika intressen kommer de aktörer med mest makt och legitimitet att ha ett störst inflytande på företaget. Detta kommer leda till att företaget fokuserar på att tillfredsställa de intressenter som är viktigast för företagets överlevnad, vilket är de med mest makt och legitimitet (Mitchell, Agle & Wood, 1997).

3.3 Legitimitetsteorin

Legitimitetsteorin ger en annan förklaring till varför företag agerar ansvarsfullt. Den hävdar att legitimiteten för ett företag ligger i dess beteendemönster och hur allmänheten uppfattar detta mönster. Alltså för att ett företag ska vinna legitimitet bör det agera på ett sätt som uppfattas som acceptabelt av allmänheten. Därför bör företag engagera sig i aktiviteter som anses acceptabla inom ramen av de lokala lagarna och normerna (Farache & Perks, 2010). Legitimitetsfrågan baseras på genomförandet av dess sociala syfte dvs att tjäna samhället genom att erbjuda varor och tjänster som behövs snarare än på förmågan att maximera

vinsten. Wilson I. hävdar att “Legitimacy rests, therefore, on adherence to a moral purpose rather than to an amoral need” (Wilson,2000).

En omvänd tolkning av legitimitet finner vi i Moirs (2001) artikel som förklarar att samhället kan garantera företaget legitimitet med förväntningar på att företaget ska agera ansvarsfullt. Med detta menar Moir att ett företag, i vissa fall, inte behöver arbeta och förtjäna sin legitimitet eftersom samhället garanterar legitimitet till företaget på förhand. I dessa fall innebär det även att företag som på lång sikt inte förvaltar sin legitimitet på ett ansvarsfullt sätt och som inte följer det beteendemönster som det förväntas av dem, förlorar sin legitimitet (Moir, 2001).

Anledningen till att företag vill vinna legitimitet beror på att det kan ge väldigt positiva resultat. Uthållighet genom att omsätta resurser och stöd genom att människor inte ifrågasätter verksamhetens aktiviteter är exempel på positiva resultat för ett företag genom legitimitet (Suchman, 1995). Dessutom vill företag undvika det motsatta, det vill säga att inte inneha eller att förlora legitimitet. En sådan situation innebär att företagets beteendemönster skiljer sig från normerna i samhället som företaget agerar i. Denna situation innebär ett hot för företaget och dess vidare överlevnad. Denna situation kan resultera i att samhället straffar företaget genom att sluta köpa företagets produkter (Deegan & Unerman, 2011).

Unerman (2008) skriver i sin artikel att den primära orsaken till varför företag väljer att redovisa sitt arbete med CSR beror på att de vill minska riskerna för sitt anseende. Det vill säga att de vill motarbeta riskerna att få ett dåligt rykte. Företag bör vara väldigt måna om sitt rykte och skall sträva efter att utveckla det eftersom det är en väldigt värdefull tillgång (Unerman, 2008).

3.4 Sociala kontraktteorin

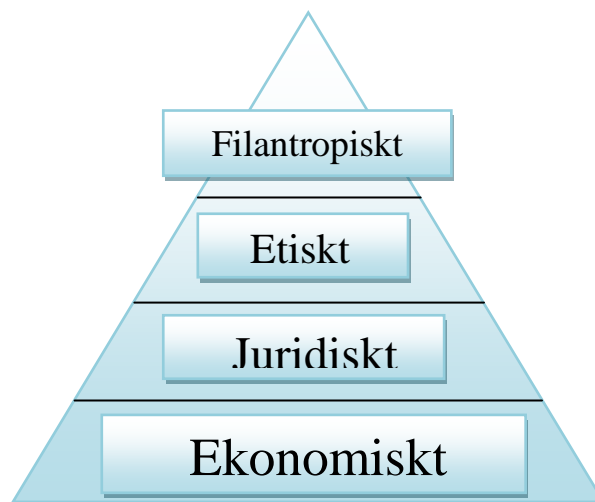
Sociala kontrakt teorin förklarar företagens ansvarsfulla agerande som ett resultat av de krav som ställs inom ett samhälle. I Moirs (2001) artikel finner vi en beskrivning av samhället som ett nät av olika sociala kontrakt mellan olika aktörer i samhället och samhället själv. Samhällets förväntningar från företagen gör att de ställer krav på dem. Företag som inte följer det sociala kontraktet, det vill säga kraven från samhället, kan få uppleva konsekvenser som juridiska förändringar eller att efterfrågan på deras produkter sjunker (Deegan & Unerman, 2011). Detta styrker Moir (2001) som skriver att företag agerar ansvarsfullt eftersom det är en del av samhällets underförstådda förväntningar på hur företag ska agera. Det handlar alltså

inte om vilka företag som själva väljer att agera ansvarsfullt för att vinna fördelar, utan det bygger på de förväntningar och krav som ställs från samhället (Moir, 2001).

Vidare kommer vi att gå igenom olika modeller som förklarar hur företagen kan uppfylla ett socialt ansvarstagande. Dessa modeller kompletterar och refererar mycket till de beskrivna teorierna. Samtidigt så utesluts inte någon av de ovannämnda teorierna i dessa modeller. Dessa modeller ger en djupare förklaring till hur de ovannämnda teorierna verkställs i praktiken.

3.5 Carrolls Pyramid (CSR modell)

Archie Carroll har framställt en modell som förklarar ett företags olika ansvarsområden. För att ett företag ska anses vara fullt legitimt så måste arbetet med CSR omfatta alla delar av företagets ansvar. Enligt Carroll (1991) kan arbetet med socialt ansvar delas upp i fyra ansvarsområden. Se bild 1 nedan.



*Bild 1. Carrolls Pyramid, 1991
(Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholder)*

3.5.1 Ekonomiskt ansvar

Att ekonomiska verksamheter skapades och utformades för att producera varor och erbjuda tjänster till samhället är inget nytt. De ekonomiska verksamheternas främsta mål är att maximera vinsten (Carroll, 1991). Verksamheterna strävar efter att maximera vinsten på grund av förväntningar och påtryckningar från intressenter som t.ex. aktieägare (Kincaid, 2012). Olika intressenter inom en verksamhet kan ha olika förväntningar på verksamheten. Verksamhetens anseende bland de intressenterna med störst ekonomisk makt värderas högt och därför strävar man efter att tillfredsställa deras behov främst (Unerman, 2008). Enligt Carroll (1991) är det viktigt för företaget att engagera sig och vara så lönsamt som möjligt, konkurrenskraftig och effektiv eftersom alla andra ansvarsområden inom företaget är uppbyggda på det ekonomiska ansvaret. Utan det ekonomiska ansvaret och utan dess framgång blir de andra irrelevanta (Carroll, 1991).

Det som är utmärkande för det ekonomiska ansvaret enligt Carroll (1991, s.2):

- It is important to perform in a manner consistent with maximizing earnings per share
- It is important to be committed to being as profitable as possible
- It is important to maintain a strong competitive position
- It is important to maintain a high level of operating efficiency
- It is important that a successful firm be defined as one that is consistently profitable

3.5.2 Juridiskt ansvar

Ur samhällets synvinkel förväntas inte bara det ekonomiska ansvaret av ett företag utan det juridiska också. Här ska företaget följa lagar och regler som gäller inom ett samhälle för att uppfylla det sociala kontraktet med samhället. Det sociala kontraktet mellan ett företag och samhället bygger på de olika parternas förväntningar. Enligt Tuusjärvi & Pieriläinen (u.å.) utgör dessa kontrakt normer som bygger grund för olika beteendemönster som företagen ska följa (Tuusjärvi & Pietiläinen, u.å.). Carroll (1991) hävdar att företaget ska utöva sin verksamhet på ett sätt som överensstämmer med förväntningarna av regeringen och lagen. Exempel på när ett företag inte följer det juridiska ansvaret är skattebrott, manipulerade resultat, inköp av varor som inte uppfyller rättsliga krav och en del andra beteenden som inte

stöds av lagen (Carroll, 1991). Ett företag bör följa de lagar och normer som finns i det samhälle de agerar i för att kunna överleva på lång sikt (Farache & Perks, 2010).

Det som är utmärkande för det juridiska ansvaret enligt Carroll (1991, s.2):

- It is important to perform in a manner consistent with expectations of government and law
- It is important to comply with various federal, state, and local regulations
- It is important to be a law-abiding corporate citizen
- It is important that a successful firm be defined as one that fulfills its legal obligations
- It is important to provide goods and services that at least meet minimal legal requirements

3.5.3 Etiskt ansvar

Att företag ska uppfylla ett ekonomiskt och juridiskt ansvarstagande har alltid varit självklart. På senare tid har dock frågor kring etik och filantropi fått en ökad betydelse. Etik och moral blandas ofta ihop och används synonymt. Etik handlar mer om hur man ska göra medan moral beskriver vad man ska göra i praktiken (Fray, A.M. 2007; Nardo, M.N., Francis, R. D. 2012).

Det etiska ansvaret omfattar ett företags aktiviteter utöver det ekonomiska och juridiska ansvaret trots att dessa två omfattar etiska normer. Ett annat sätt att definiera det etiska ansvaret är att företaget omfattar nya värderingar och normer som samhället förväntar sig av själva företaget även om dessa värderingar och normer är utöver det lagstadgade. Enligt Cowton (2002) bör bankerna ta hänsyn till etiska frågor för att skapa förtroende. Carroll (1991) skriver i sin artikel att det är viktigt att man inte bortser från etiska normer för att uppnå ekonomiska resultat, att företaget är verksamt på ett sådant sätt som samhället förväntar sig att man gör (Carroll, 1991). Enligt Fray A.M. (2007) så har en lista på etiskt uppförande identifierats med hjälp av konsumenternas och anställdas krav. Denna lista på etiskt uppförande går ut på att: vägra att engagera barn från tredje världen i arbete, behandla sina anställda väl, om en produkt medför risker så ska man informera allmänheten, motverka korruption och motverka könsdiskriminering (Fray, A.M. 2007). Det Carroll (1991) menar är att man måste jobba med dessa etiska frågor om man vill uppnå ekonomiska resultat.

Det som är utmärkande för det etiska ansvaret enligt Carroll (1991, s.5):

- It is important to perform in a manner consistent with expectations of societal mores and ethical norms
- It is important to recognize and respect new or evolving ethical moral norms adopted by society
- It is important to prevent ethical norms from being compromised in order to achieve corporate goals
- It is important that good corporate citizenship be defined as doing what is expected morally or ethically
- It is important to recognize that corporate integrity and ethical behavior go beyond mere compliance with laws and regulations

3.5.4 *Filantropiskt ansvar*

Filantropiskt ansvar utgör den sista delen av Carrolls pyramid och handlar om ett företags engagemang i aktiviteter för välfärd och goodwill. Exempel på sådana aktiviteter kan vara bidrag till utbildning, miljövälgörenhet, sponsring, humanitära program och en del andra aktiviteter som är helt frivilliga för ett företag. Enligt Carroll (1991) så är sådana aktiviteter något som samhället önskar att företagen engagerar sig i, för att vara en god samhällsmedborgare. Även om ett företag inte är aktivt i sådana aktiviteter eller inte kommer i nivå med vad samhället önskar så anser man inte det företaget som oetiskt. Företag som jobbar med filantropi kan inte säga att de jobbar med CSR bara för att de är goda samhällsmedborgare. Filantropi kan anses mest som något önskevärt och uppskattat men är mindre viktigt än de andra tre ansvars områden i Carrolls pyramid (Carroll, 1991).

Det som är utmärkande för det filantropiska ansvaret enligt Carroll (1991, s.5):

- It is important to perform in a manner consistent with the philanthropic and charitable expectations of society
- It is important to assist the fine and performing arts
- It is important that managers and employees participate in voluntary and charitable activities within their local communities
- It is important to provide assistance to private and public educational institutions

- It is important to assist voluntarily those projects that enhance a community's "quality of live"

3.5.5 Kritik mot filantropi

Carroll (1991) använder sig av en pyramid när han beskriver vilka olika ansvarsområden ett företag måste uppfylla för att anse sig som fullt legitimt. Vissa anser det vara en hierarki av CSR ansvar vilket innebär att högst upp på pyramiden har vi filantropi som kan misstolkas och anses som mest viktigt. Längst ner har vi ekonomi och juridik som kan misstolkas och anses mindre viktiga när i själva verket är dessa två som är mest grundläggande. (Schwartz & Carroll, 2003). Schwartz & Carroll (2003) skriver i sin artikel att det är missvisande att kalla filantropiska aktiviteter för ett socialt ansvar eftersom dessa är av volontär och diskretinär karaktär. Filantropi anses inte som en plikt eller ett socialt ansvar utan något som är önskevärt av samhället och något utöver det som anses vara en plikt för ett företag. De föredrar istället en annan modell av CSR där filantropi går under ett ekonomisk/etisk ansvar. Anledningen till den nya modellen är att det är väldigt svårt att skilja mellan etiska och filantropiska aktiviteter både inom det praktiska och teoretiska. Dessutom kan ett företag utöva sådana aktiviteter i ekonomiska syften. Utifrån teoretiskt perspektiv så kan alla etiska aktiviteter användas för att motivera filantropiska aktiviteter. Schwartz & Carroll (2003) tolkar det så här "in this vein it could be argued that philanthropic activities are simply an example of an ethically motivated activity" (2003, p.506). Sammanfattningsvis kan man säga att enligt Carroll's pyramid så är filantropi något som är önskevärt av samhället men inte förväntat. Etik är något som samhället förväntar sig att företaget ska ta ansvar för. Enligt en studie så donerar majoriteten av företagen till välgörenhet och liknande projekt. Schwartz & Carroll (2003) menar att det är självklart att samhället förväntar sig att företagen är delaktiga i sådana aktiviteter idag. Om det är något som samhället förväntar sig borde det inte falla inom ramen för etiskt ansvar? Filantropi kan också baseras på ekonomiska aktiviteter s.k. strategisk filantropi. Sådana aktiviteter som görs för att öka försäljningen, förbättra det sociala kontraktet eller förbättra den anställdes moral faller inom ramen ekonomisk ansvar eftersom dessa aktiviteter är baserade på ekonomiska motiv (Schwartz & Carroll, 2003).

3.6 Consumer-driven Corporate Responsibility (CDCR)

Företagets konsumentdrivna sociala ansvar är en annan modell som är en komplettering till Carrolls pyramid. Carrolls pyramid lägger tyngdpunkten på det ekonomiska ansvaret och hur viktigt det är om företaget kommer att implementera sitt sociala ansvar i verksamheten eller ej (Claydon, 2011). Det som Carrolls modell inte tar upp är hur det ekonomiska ansvaret drivs. Enligt Claydon (2011) så drivs det ekonomiska ansvaret av konsumenter och genom att man tar hänsyn till konsumenternas krav på CSR så kan man uppnå både lönsamhet och socialt ansvar. Det är dock inte alla konsumenter som kräver att företagen tar sitt sociala ansvar. Enligt undersökningar som har gjorts så är 60 procent av konsumenterna beredda på att köpa en vara på grund av företagets rykte (Claydon, 2011).

CDCR modellen visar alltså, att i syfte för att bli lönsamt så måste företaget uppfylla konsumenternas krav på CSR. Genom att företaget uppfyller konsumentens krav så ökar man inte bara lönsamheten utan man engagerar sig automatiskt i miljömässiga och sociala ansvarstaganden. Det är här som företagets rykte och legitimitet kommer in. Företag som tar sitt sociala ansvar kan anse sig vara mer legitimt vilket ökar konkurrenskraften och dessutom lockar fler kunder, vilket i sin tur leder till att företaget blir mer lönsamt (Porter och Kramer, 2006, Claydon, 2011). Det är en win-win situation som tillfredställer alla berörda parter önskemål vilket illustreras i bild 2.

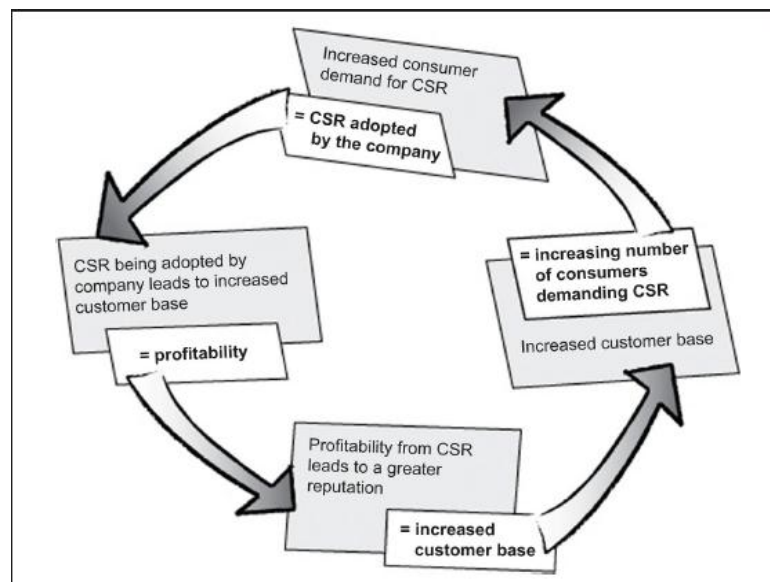


Bild 2. The model of consumer driven corporate responsibility

(Claydon, J. A new direction for CSR: the shortcomings of previous CSR models and the rationale for a new model, p.416, 2011)

3.7 Internationella riktlinjer

Det finns ett flertal olika globala riktlinjer som företag är frivilliga att följa i sitt arbete med CSR. Dessa riktlinjer framställs av olika frivilliga organisationer som agerar på den globala marknaden. Företag som strävar efter att uppfylla ett socialt ansvarstagande bör integrera de internationella riktlinjerna med sin verksamhet (Grafström, M., Göthberg, P., & Windell, K. 2008).

3.7.1 Global Reporting Initiative (GRI)

Global reporting initiative (GRI) startades år 2000 och är en icke vinstdrivande organisation som strävar i sitt globala arbete för en hållbar ekonomi. Organisationens riktlinjer fungerar som en ramverk och vägleder företag till hur de kan upprätta en hållbarhetsredovisning (GRI 2013). Organisationen lägger väldigt mycket fokus på hållbarhetsredovisningen och strävar efter att den ska uppnå lika stor betydelse som den finansiella redovisningen. Organisationens arbete har gett ett resultat av att majoriteten av företagen idag väljer att följa GRI:s riktlinjer vid upprättandet av en hållbarhetsredovisning, vilket innebär att dessa riktlinjer är respekterade i den globala affärsvärlden (Larsson & Ljungdahl, 2008). Anledningen till att företag väljer GRI:s riktlinjer beror på att de möjliggör för företagen att mäta sitt hållbarhetsarbete och affärsrisker vilket de sedan kan rapportera i sin redovisning. Genom att följa GRI:s riktlinjer uppfyller företagen en ansvarsfull rapportering vilket kan leda till att intressenternas förtroende ökar gentemot företaget (GRI 2013). Riktlinjerna ger även en god struktur i hållbarhetsredovisningen och hög trovärdighet till informationen som finns i den (Larsson & Ljungdahl, 2008).

3.7.2 Global Compact

Global Compact är en frivillig riktlinje som lanserades av FN år 1999 i samband med World Economic Forum. Riktlinjen bygger på tio globalt erkända principer inom områdena arbetsrätt, miljö, bekämpning av korrupktion och mänskliga rättigheter. Syftet med denna riktlinje är att uppmärksamma företagen för dessa tio principer och att få företagen att aktivt agera ansvarsfulla inom dessa områden (Regeringen, 2013).

Global compacts riktlinje är idag det största frivilliga initiativet till ett ökat ansvarstagande bland företag. Riktlinjen praktiseras av 10 000 företagskunder och andra intressenter inom 130 länder. Det stora intresset för riktlinjen beror på företagens ökade sociala, politiska och ekonomiska utmaningar. Dessa faktorer påverkar dagens verksamheter i betydligt högre grad

och företagen har därför insett behovet av att samarbeta med regeringar, samhället, arbetskraften och FN för att hantera dessa utmaningar (Global Compact, 2013).

3.7.3 OECD

The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) är en organisation som startades år 1961 i syfte att främja ekonomiskt samarbete i Europa efter andra världskriget. I samband med att organisationen startades lanserades även OECD konventionen som syftar till att förbättra både den ekonomiska och den sociala välfärden globalt. OECD fungerar som ett forum som möjliggör för regeringar att samarbeta i olika frågor. De kan på så sätt finna lösningar för ekonomiska, sociala och miljömässiga frågor som berör de olika parterna. OECD mäter produktivitet, investeringar, global handel och underlättar att analysera sådan information. OECD konventionen fungerar även som riktlinjer vad gäller allt från frågor gällande skatt till kemikaliesäkerhet (OECD, 2013).

Idag består OECD av 34 medlemsländer som regelbundet vänder sig till varandra för att diskutera eventuella problem och bygga en politik som leder till gemensamma lösningar för dessa problem. Dessutom har andra icke medlemsländer antagit OECD riktlinjerna som normer och principer för att följa samma mål som medlemsländerna. Sammanlagt står de länder som följer OECDs riktlinjer för 80 % av den totala handeln och investeringarna runt om i världen (OECD, 2013).

3.8 Sammanfattning av kapitel 3

Anledningen till att företag väljer att jobba med CSR kan beskrivas av flera olika teorier. Intressentteorin beskriver företagets engagemang i CSR där aktiviteter beskrivs utifrån intressenternas krav på företagen. Intressenter så som kunder, leverantörer, anställda, aktieägare och många fler som har en direkt eller indirekt koppling till företaget, anser att dessa frågor som behandlar en hållbarutveckling är viktiga för ett företags långsiktiga tillväxt. Legitimitetsteorin beskriver företagets incitament till CSR utifrån dess beteendemönster. Dessa beteendemönster som uppfattas som acceptabla av samhället är aktiviteter som gör att ett företag kan anses vara som legitim. Alltså ett företags aktiviteter ska uppfylla samhällets

lagar och normer. Sociala kontraktteorin beskriver ett företags initiativ till CSR inte utifrån ett kommersiellt perspektiv, utan ett perspektiv där samhället indirekt förväntar sig hur ett företag bör fungera.

Carrolls pyramid beskriver vilka ansvar ett företag måste ta för att anse sig som legitimt. Ansvar som ett företag måste ta är ekonomiska, juridiska, etiska och filantropiska. Ekonomiska och juridiska ansvar är grunden för att ett företag ska fungera och accepteras av samhället överhuvudtaget. Samhället har förväntningar på företaget att agera på ett sätt utöver den juridiska och ekonomiska dvs. att företaget ska agera och vara verksam på det etiska sättet. Etiskt ansvar är något som samhället förväntas att företagen jobbar med. Filantropiskt ansvar är något som samhället önskar att företagen tar ansvar för. Exempel på sådana aktiviteter kan vara miljövälgoenhet, sponsring och humanitära aktiviteter. Enligt studier som nämns i Schwartz & Carroll's (2003) artikel så är de flesta företagen aktiva i sådana aktiviteter som går under filantropisk ansvar. De menar att i dagens samhälle är dessa aktiviteter något som förväntas att ett företag jobbar med, och att filantropi bör ingå i det etisk/ekonomiska ansvaret.

CDCR är konsumentdrivet CSR arbete i ett företag där man utgår ifrån att tillfredställa konsumenternas krav på CSR. Det är en komplettering till Carrolls modell som tar hänsyn till hur det ekonomiska ansvaret drivs av konsumenter och om man utgår från konsumenternas krav på CSR så kan man uppnå både lönsamhet och vara socialt ansvarstagande.

Målet med CSR kan variera från företag till företag men även drivkrafterna bakom arbetet kan variera. I vår undersökning kommer vi att fokusera på hur finansbranschen conceptualiserar CSR. Vi kommer att ta hänsyn till de olika incitamenten till att engagera sig i ett socialt ansvarstagande samt vilka aktiviteter de väljer att engagera sig i. Bild 3 ger en sammanfattande belysning av detta koncept.

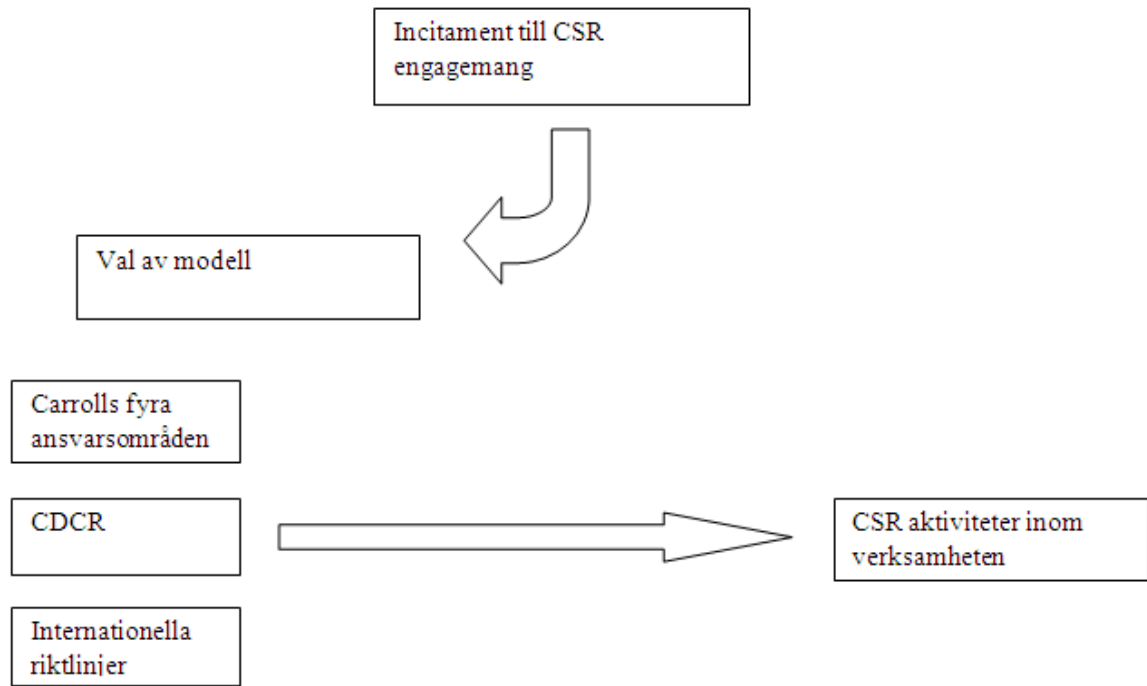


Bild 3. Sammanfattning av kapitel 3

4 Empirisk metod

I detta kapitel presenterar vi tillvägagångssättet för den empiriska metoden. Vi börjar med en genomgång av litteratursökning och sedan följer en beskrivning av val av metod. Vidare beskrivs datainsamlingsmetoden som består av urvalsunderlag och intervjuform. Slutligen går vi igenom intervjuguiden samt validitet och reliabilitet.

4.1 Litteratursökning

Vi har samlat in information genom att söka efter artiklar och tidsskrifter genom olika databaser och sökmotorer. De databaser som bidrog med störst hjälp till att hitta denna typ av data var Emerald och Wiley Online Library. Även Google har varit till väldigt stor hjälp då vi har försökt hitta artiklar som inte var tillgängliga genom de tidigare nämnda databaserna. Böckerna som har använts i uppsatsen kommer från Eslövs stadsbibliotek och biblioteket i Malmö Högskola.

Eftersom CSR är ett väldigt omtalat och omfattande ämne valde vi att begränsa oss i vår litteratursökning. För att enklare kunna samla in väsentlig information för vårt arbete använde vi oss av sökord som till exempel: CSR inom banker, Redovisning av CSR, hållbarhet inom banker.

4.2 Dokumentundersökning

Vi har genomfört en dokumentundersökning för att få en tydligare bild av hur valda finansinstituten jobbar med CSR. Det innebär att vi har undersökt data som har samlats in av någon annan, i detta fall har vi undersökt senaste hållbarhetsredovisningar från respektive finansinstitut (Jacobsen, 2002). Vi valde att genomföra en sådan undersökning för att få en bättre uppfattning om hur respektive institut jobbar med CSR. Genom att man genomför en dokumentundersökning får man mer idéer om vad som företagen anser väsentligt med CSR vilket har hjälpt oss vid utformandet av intervjuguiden.

Nackdelen med denna metod är att data från de olika dokumenten kan vara framställda för annat syfte än själva undersökningen (Jacobsen, 2002). Vi anser däremot att denna nackdel

inte påverkar vår undersökning eftersom vi utgår från finansinstitutens hållbarhetsredovisningar som är upprättade för deras intressenter. Samt att dessa dokument ska ge en bild av deras arbete med CSR vilket ger oss mer idéer om vilka frågor vi ska ställa. Dessutom kommer vi att komplettera denna typ av data med data från intervjuer med en CSR ansvarig på respektive institut.

4.3 Kvalitativ metod

Syftet med uppsatsen är att få en fördjupad förståelse för hur finansbranschen konceptualiserar begreppet CSR. Vi vill även undersöka hur aktörer inom finansbranschen går tillväga för att agera ansvarsfullt. Vid insamlingen av empirisk data kommer vi att använda oss av en kvalitativ metod i form av intervjuer. Man använder sig av en kvalitativ metod när man vill undersöka något på djupet (Dahmström, 2011). För att uppnå vårt syfte med arbetet anser vi att vi behöver komma i kontakt med en CSR ansvarig på respektive institut för att gå in djupare på hur de konceptualiserar CSR. En metod som avser att skapa förståelse och tolka data är att föredra i vårt fall. Den kvalitativa analysen kan föredras då målet med undersökningen är att analysera samband mellan olika faktorer djupgående. En kvalitativ undersökning fungerar utmärkt då analysen ska förklara situationer ur en annans perspektiv (Bryman & Bell, 2003). Vi anser att detta är den bästa metoden för vår analys eftersom vi förklarar hur finansinstitut arbetar med CSR utifrån deras egna perspektiv. Den kvalitativa analysen skiljer sig väldigt mycket från den kvantitativa eftersom den förklarar situationer mer djupgående. Dessutom inriktar sig den kvalitativa analysen mer på ord än siffror, vilket är den största skillnaden mellan dessa två metoder (Bryman & Bell, 2003).

4.4 Undersöknings ansats

Den empiriska studien som har genomförts är genom intervjuer och har gjorts endast vid ett tillfälle med respektive respondent. Eftersom insamlingen av data har gjorts vid ett tillfälle så kan studien betraktas som tvärsnittstudie (Christensen, Engdahl, Gräas och Haglund, 2001). Alla intervjuer har genomförts per telefon och har spelats in förutom kompletterande mejlutbyte med respektive respondent. Det finns ett annat tillvägagångssätt att utgå ifrån som heter longitudinell ansats. Denna ansats innebär att man studerar urvalet över en längre period men är mer kostsam och tidskrävande vilket vi inte anser är lämpligt till vår undersökning.

4.5 Intervju som datainsamlingsmetod

Som vi har nämnt tidigare så har vi valt kvalitativ metod för att samla in data. Genom att använda oss av intervjuer som datainsamlingsmetod så kan vi få respondenternas uppfattningar och åsikter om hur CSR conceptualiseras inom deras företag. Det finns tre typer av intervjumetoder: strukturerad, semistrukturerad och ostrukturerad intervju. Den strukturerade intervjun innebär att forskaren har utvalda frågor som ska ställas till respondenten och som följer en viss ordning. Ostrukturerad intervju innebär att forskaren introducerar ämnet som undersöks och sedan låter respondenten prata fritt kring ämnet (Denscombe, 2000).

Vi har valt att använda oss av semistrukturerade intervjuer som innebär att man har en lista med frågor som ska ställas under intervjun men att även följd frågor kan ställas. Vi anser att denna form av intervjumetod är att föredra eftersom den är mest lämplig till uppsatsens syfte. Syftet är att få en fördjupad förståelse hur finansbranschen conceptualiserar CSR samt vad de gör för att agera ansvarsfullt. Vi vill låta respondenterna svara fritt och utveckla sina idéer och tankar samtidigt som vi vill styra intervjun. Denna intervjumetod ger oss möjlighet att ställa följdfrågor och styra intervjun att behandla enbart vårt forskningsområde.

4.6 Urvalsunderlag

Att undersöka alla finansinstitutioner utifrån vårt syfte hade krävt ett omfattande jobb vilket är nästan omöjligt i det här fallet. Vi började en förundersökning genom att söka information om Sveriges banker och finansinstitut. För att konstruera en urvalsram som passar vår problemformulering så måste den omfatta institutioner som har jobbat med CSR frågor en längre period. Vi vill även se hur finansinstitutioner som inte anses som traditionella banker men som jobbar med dessa frågor, redovisar sitt arbete och varför. Insamling av empirin består av primär och sekundär data som har samlats in från fyra olika finansinstitut. Primär data har samlats i form av intervjuer och sekundär data har samlats in genom dokumentundersökning av respektive företags hållbarhetsredovisning. Företag A och C är mindre finansinstitut som ägs av staten, företag B och D är två av de fyra största bankerna i Sverige.

Subjektivt urval har använts i det här fallet eftersom själva urvalet handplockas för undersökningen. Detta urval används vid situationer då författaren har en viss kännedom om det som ska undersökas. Författaren väljer medvetet vissa av dem eftersom det anses troligt

att just dessa ger viktigaste data (Denscombe, 2000). Vidare har vi valt att intervjua endast de personer som har tillräckligt med kunskap inom CSR området. Urvalet består av chefer och ansvariga inom CSR på respektive finansinstitut som vi har undersökt.

Vi har intervjuat fem olika respondenter från fyra olika finansinstitut som jobbar på respektive koncernens huvudkontor. Alla respondenter i uppsatsen behandlas konfidentiellt och benämns som respondent A-D.

Vi har intervjuat följande respondenter:

På finansinstitut A har vi intervjuat respondent A som är hållbarhetsansvarig. Intervjun genomfördes under 25 min, 2013-05-22.

På finansinstitut B har vi intervjuat respondent B som är chef för samhälls- och hållbarhetsfrågor. Intervjun genomfördes under 30 min, 2013-05-23.

På finansinstitut B har vi intervjuat Respondent B2 som jobbar med kommunikation samhälls- och hållbarhetsfrågor. Intervjun genomfördes under 20 min, 2013-05-23.

På finansinstitut C har vi intervjuat respondent C som är CSR chef. Intervjun genomfördes under 30 min, 2013-05-21.

På finansinstitut D har vi intervjuat respondent D som är CSR chef. Intervjun genomfördes under 30 min, 2013-05-31.

4.7 Operationalisering

Syftet med uppsatsen är att uppnå förståelse för hur finansbranschen konceptualiserar CSR samt vad dessa institut gör för att agera ansvarsfullt. För att uppnå syftet och få svar på frågor som är relevanta till uppsatsens frågeställning har vi utformat en intervjuguide. Intervjuguiden ska hjälpa oss att genom hela intervjun hålla oss till ämnet som behandlas i uppsatsen samt att intervjun byggs på ett logiskt sätt där frågorna utformas utifrån teorier och modeller som identifierades i tredje kapitlet.

Intervjun inleds med en kort genomgång av vilka områden inom CSR som vi kommer att undersöka för att sedan låta respondenten berätta lite om sin befattning i företaget och erfarenhet med CSR frågor.

Vidare började vi med att ställa en ganska bred fråga om hur respondenten uppfattar CSR och vad det innebär för henne/honom.

Frågorna 2-4 berör incitamenten till CSR och vi har ställt de för att se hur företaget tolkar CSR samt för att få en uppfattning om vilka incitament som kan ligga bakom deras val att arbeta med CSR.

Frågorna 5 och 6 berör det ekonomiska ansvaret och frågorna ställdes för att se vad detta ansvar innebär för företaget och vad de gör för att förbättra sitt ansvarstagande inom detta område.

Fråga 7 handlar om det juridiska ansvaret. Frågorna ställdes för att se om det finns andra riktlinjer och normer utöver den svenska lagen som företaget följer. Detta för att kunna se hur företaget förhåller sig till de internationella riktlinjerna som presenterades i den teoretiska referensramen.

Fråga 8 och 9 handlar om det etiska ansvaret. Frågorna ställdes för att se hur finansbranschen tolkar etiskt ansvar och hur de tar ett etiskt ansvar.

Fråga 10 och 11 handlar om filantropi. Vi vill se hur finansbranschen jobbar med filantropiska aktiviteter.

Fråga 12 och 13 berör en konsumentdriven CSR. Dessa frågor ställdes för att få fram information om finansbranschen anser att det är viktigt att driva en konsumentdriven CSR. Vi ville få information om hur finansbranschen jobbar med CSR, är det utifrån konsumenternas krav eller utifrån egna mål?

Fråga 14 handlar om de fyra ansvarsområden som finns i Carrolls modell. Frågan ställdes för att se om alla fyra ansvarsområden värderades lika mycket eller väljer man istället att fokusera mer på vissa än andra.

Fråga 15 är en bred fråga som kan variera från respondent till respondent. Vi ställde frågan för att låta respondenten berätta lite fritt om deras arbete med CSR som är viktigt att ta upp men som har missats under tidigare frågor.

Intervjuguiden är ett verktyg som har hjälpt oss under intervjun att hålla oss till uppsatsens ämne. Alla intervjuer spelades in för att lättare kunna analysera det som har sagts under intervjun. I början av intervjun fick respondenterna frågan om de godkänner inspelning av

intervjun, vilket alla godkände. Innan vi gjorde intervjuerna har vi granskat hållbarhetsredovisningar från respektive företag. Detta har lett till att vi har ställt följdfrågor till respondenterna men frågorna som har utformats i intervjuguiden har legat i grunden.

4.8 Validitet

Validitet förklarar uppsatsens giltighet och om vi har undersökt det vi ville undersöka. För att få en hög validitet har frågorna utformats utifrån modellen som har skapats utifrån den teoretiska referensramen. Dessutom har frågorna utformats på ett sätt som är lätt för respondenten att förstå. Vi har som syfte att förstå innebörden av CSR för finansbranschen samt hur de går tillväga för att ta ett socialt ansvar vilket vi hade i åtanke under hela intervjun. Vi har gjort en dokumentundersökning av hållbarhetsredovisningar från respektive företag vilket har ökat validiteten i den insamlade data. Eftersom vi använder oss av två kombinerade metoder i vår undersökning så ökar det validiteten i data. Genom att man använder sig av flera metoder erhåller man olika typer av data om samma ämne. Fördelen är att den ökar sannolikheten och kvaliteten i undersökningen. Tillvägagångssättet med kombinerade metoder gör det möjligt för forskaren att ifrågasätta och eventuellt bekräfta resultaten eftersom data har skaffats med hjälp av olika metoder (Denscombe, 2000).

4.9 Reliabilitet

Reliabilitet förklarar tillförlitligheten för data som har samlats in och om undersökningen kan göras om och få samma resultat oavsett vem som gör undersökningen. Man kan uppnå en hög tillförlitlighet genom en pilotstudie som innebär att man testar frågorna på någon annan innan man intervjuar respondenterna. Pilot studie fick uteslutas på grund av tidsbristen men vi anser att vi uppnår en hög tillförlitlighet eftersom respondenterna är anonyma i undersökningen och att frågorna är lätta att förstå.

5 Empirisk Analys

I detta kapitel analyserar vi data som har hämtats in från vår empiriska studie. Här diskuteras de undersökta företagens arbete med CSR. Vi kommer att analysera utifrån incitamenten till CSR arbete, val av modell, vilka CSR aktiviteter undersökta företagen jobbar med och slutligen ta reda på hur CSR begreppet konceptualiseras inom finansbranschen

5.1 Inledning

Vi börjar med att analysera varför de undersökta finansinstituten arbetar med CSR och hur väljer de att göra det utifrån modellen som presenterades i kapitel tre. Empirisk data kommer att kopplas till den teoretiska referensramen. Analysen syftar till att ge teoretiska förklaringar till företagens arbete med CSR, val av modell, val av CSR aktiviteter och slutligen en bild som visar hur finansbranschen konceptualiserar CSR.

5.2 Incitament till CSR arbete

Alla de undersökta bankerna framhäver i sina CSR rapporter att de fokuserar på att integrera CSR med företagets kärnverksamhet. De är likgiltiga i sina åsikter om att CSR bör implementeras i verksamhetens alla led, för att uppnå bästa möjliga resultat. De tror på idén om en hållbar finansiering som leder till ett ökat ansvarstagande från alla inblandade parter, både för kunden och banken. Bankerna hävdar att genom hållbar finansiering stärker bankerna sin långsiktiga konkurrenskraft och lönsamhet.

En annan likhet mellan de olika bankerna är att de alla beskriver hur de ständigt kommunicerar CSR arbetet med sina intressenter. Dessa intressenter består av allt från ägare och anställda till kunder och leverantörer. Detta innebär att intressenterna är en viktig aktör för bankerna och kan ha en avgörande roll för det aktiva arbetet med CSR. Deegan & Unerman (2011) styrker detta påstående då de beskriver hur olika intressentgruppers påverkan på ett företag kan uppnå en sådan hög grad att det blir avgörande för företagets överlevnad. Detta innebär att dessa intressenters intressen kommer att prioriteras av ett företags ledning (Deegan & Unerman, 2011). Dessutom så hävdar Gao & Zang (2006) att allmänhetens kunskap inom socialt ansvarstagande har ökat dramatiskt, vilket leder till att deras krav på

regeringar och företagen har ökat. Allmänheten ställer alltså allt högre krav på företagen att agera ansvarsfullt, samtidigt som de även kräver från regeringar att öka regleringar för att påtvinga företagen att agera ansvarsfullt (Gao & Zang, 2006).

Även detta speglar sig i de undersökta bankernas rapporter. Samtliga banker hävdar att lagändringar och nya regleringar har ökat trycket på finanssektorn att agera ansvarsfullt. De hävdar att regleringarna på finanssektorn har ökat särskilt sedan finanskrisen år 2008.

Det som skiljde bankerna åt, i denna fråga, var vilka intressenter som är avgörande för bankens arbete med CSR. Bank A och C baserar sitt arbete med CSR utifrån de krav som ställs i ägardirektiven. Eftersom bankerna är statligt ägda och startades för att uppfylla ett statligt behov, innebär det att de fokuserar på att uppfylla de statliga kraven som ställs på banken inom sitt arbete med CSR. De nämner även att de får särskilda uppdrag från regeringen som ingår i deras arbete med det sociala ansvarstagandet. Vilket även styrks av det tidigare nämnda påståendet om att ett företag kommer att sträva efter att uppfylla de kraven från de intressenterna med mest makt (Deegan & Unerman, 2011). I detta fall är ägaren, staten, den intressenten med mest makt.

De övriga undersökta bankerna har en klassisk ägarstruktur och påverkas därför annorlunda av sina intressenter. Där kommer påtryckningar från alla möjliga intressenter och bankerna fokuserar på att tillfredsställa de flestas intressen. Det som utmärker sig för bank B och D är att de tillförlitar sig mer på sitt rykte än bank A och C. Alltså strävar de efter att uppfylla ett mer allmänt socialt ansvarstagande och riktar sitt CSR arbete mer mot allmänheten. De behöver agera på ett sätt som uppfattas som acceptabelt av allmänheten för att vinna legitimitet (Farache & Perks, 2010).

5.3 Ekonomiskt ansvar

Det ekonomiska ansvaret är enligt Carroll det viktigaste ansvarsområdet för ett företag. Utan det ekonomiska ansvaret är de andra ansvarsområdena svåra att uppnå och irrelevanta (Carroll, 1991). Detta förklarar varför de undersökta bankerna lägger väldigt stor vikt på att uppfylla det ekonomiska ansvarstagandet. Detta ansvarstagande bygger grunden för ett långsiktigt och hållbart företag. Som tidigare nämnt hävdar samtliga banker att de strävar efter

att uppnå en hållbar finansiering med sitt CSR arbete. Detta innebär att det ekonomiska ansvarstagandet blir ett grundläggande ansvarsområde i deras arbete med CSR.

Bank B och D har båda varit överlägset tydliga med att de fokuserar väldigt mycket på det ekonomiska ansvaret. De förklarar båda att deras viktigaste mål inom verksamheten är att uppnå ekonomisk stabilitet och långsiktig lönsamhet. Carroll betonar vikten av detta ansvarsområde för de ekonomiska verksamheterna då han påstår att dessa verksamheters främsta mål är att maximera vinsten (Carroll, 1991). Anledningen till att verksamheterna strävar efter att maximera vinsten beror på intressenters förväntningar och påtryckningar (Kincaid, 2012). De intressenter som Kincaid syftar på i detta fall är aktieägare och liknande intressenter som har ett direkt intresse för verksamhetens vinst. Även Unerman nämner detta beteende då han hävdar att verksamheter har ett högt värde för sitt anseende bland de intressenterna med störst ekonomisk makt och kommer, med anledning av detta, att sträva efter att tillfredsställa deras behov främst (Unerman, 2008).

Dessa bankers arbete med att uppfylla detta ansvar är nästan identiskt. Bank B fokuserar på att stärka sina kunders konkurrenskraft för att på så sätt öka sin egen långsiktiga konkurrenskraft och lönsamhet. Bank D arbetar likadant men skiljer sig lite eftersom de istället fokuserar på att tillföra denna ekonomiska stabilitet i samhället som allmänhet, genom att integrera CSR i affärsverksamheten.

Bank B och D anser även att de uppfyller ett ekonomisk ansvarstagande genom att utgöra en avgörande roll i den finansiella infrastrukturen i Sverige. Detta uppfyller de eftersom de är två av de största aktörerna inom branschen och bidrar med finansiellt stöd till allmänheten i form av bland annat lån. Enligt Wilson vinner företag legitimitet genom att tjäna samhället och genom att erbjuda varor och tjänster som behövs inom samhället (Wilson, 2000).

Bank A och C arbetar på ett annorlunda sätt för att uppfylla detta ansvarstagande eftersom de har en statlig ägarstruktur. De fokuserar därför mer på att tillföra en ekonomisk nytta inom det svenska samhället. Bank A arbetar inom landet för att stärka den ekonomiska ställningen för företag inom svensk ekonomi. Bank C riktar sin fokus på svenska företags ekonomiska ställning globalt, genom att erbjuda lån till dessa företags utländska kunder. Dessa upplever antagligen inte liknande påtryckningar att behöva maximera vinsten som de övriga undersökta bankerna. Däremot hävdar respondenten från bank C att de arbetar efter tydliga

avkastningskrav från staten. Samtidigt som de uppfyller det ekonomiska ansvaret genom att förstärka ekonomin bland de Svenska företagen.

5.4 Juridiskt ansvar

Det juridiska ansvaret är enligt Carroll (1991) väldigt självklart eftersom det är en grundläggande faktor för att ett företag ska få agera i ett samhälle, på lång sikt. Att alla företag väljer att följa de lagstadgade regleringar som präglas i det samhälle de agerar i är däremot inte ett självklart faktum. Däremot är detta ansvaret viktigt att uppfylla eftersom det är det kravet samhället ställer på företag som vill agera inom dess ramar. Både det ekonomiska och det juridiska ansvaret är två självklara grundläggande ansvarsområden som ett företag måste uppfylla för att överleva på lång sikt (Carroll, 1991).

De undersökta bankerna har agerat inom ramen av det Svenska samhället en längre period vilket indikerar att de har uppfyllt detta ansvarsområde. Samtidigt hävdar samtliga respondenter att de uppfyller det juridiska ansvaret eftersom de följer de lagar som berör bankernas verksamheter. De undersökta bankerna arbetar samtliga för att uppfylla samhällets förväntningar och krav på dem. Företag som inte följer det sociala kontraktet, det vill säga kraven från samhället, kan få uppleva konsekvenser som juridiska förändringar eller att efterfrågan på deras produkter sjunker (Deegan & Unerman, 2011). Detta förklarar varför det är viktigt att de undersökta bankerna uppfyller detta ansvarstagandet. Dessutom förklarar Farache & Perks (2010) att det är viktigt att företagen följer lagarna inom samhället för att överleva på långsikt.

Det ligger i bankernas intressen att staten skapar regelverk eftersom dessa regelverk bygger ett beteende som skapar trygghet och trovärdighet för allmänheten, gentemot bankerna (Cowton, 2002). Samtliga undersökta banker hävdar att de upplever ökade påtryckningar genom ökad lagstiftning sedan finanskrisen år 2008. Detta kan vara till bankernas nytta med eftersom det ökar allmänhetens trovärdighet till bankerna. Det framgår även i samtliga bankers CSR rapporter att de aktivt följer upp nya regleringar för att kunna anpassa verksamheten efter dessa regleringar. De förklarar att samhällets krav på bankerna har ökat samtidigt som det framställs nya regleringar som ökar påtryckningarna på bankerna. Moir (2001) förklarar att företag agerar ansvarsfullt eftersom det är en del av samhällets förväntningar på hur företag ska agera. Det handlar alltså inte om vilka företag som själva

väljer att agera ansvarsfullt för att vinna fördelar, utan det bygger på samhällets förväntningar på företagen.

Samtliga undersökta institut hävdar att de utgör en viktig del i den finansiella infrastrukturen i det Svenska samhället. Bank A och C agerar på företagsnivå inom denna infrastruktur medan bank B och D är viktiga aktörer för den allmänna finansiella infrastrukturen. De undersökta instituten hävdar att de uppfyller det juridiska ansvaret genom att uppfylla sitt ansvar som aktör på marknaden. Genom att uppfylla sin roll på marknaden, det vill säga erbjuda de tjänster som krävs av en viss aktör på marknaden, uppfyller de ett juridiskt ansvarstagande. Detta styrks av Carroll (1991) som beskriver att det är viktigt för företag som vill uppnå ett juridiskt ansvarstagande att uppfylla de förväntningar som ställs på företaget av regeringen och lagen. Samt att uppfylla de lagliga obligationer som ställs på företaget

5.5 Etiskt och filantropiskt ansvar

Det etiska ansvaret är ett väldigt omfattande område inom arbetet med CSR. Carroll (1991) hävdar att företag som integrerar nya värderingar och normer i sin verksamhet, som sträcker sig utöver lagens ramar uppfyller ett etiskt ansvar. Dessa normer är enligt Carroll något som samhället förväntar sig att företagen ska arbeta utifrån. Det innebär även att aktiviteter, normer och regleringar som inte är lagstadgade kan tillräknas som ett arbete för att främja det etiska ansvaret.

Samtliga undersökta banker redogör för ett ambitiöst arbete, inom det etiska ansvaret, genom sina CSR rapporter. Bank A strävar efter målet att deras kunder ska bestå till stor del av kvinnliga företagare och företagare med invandrarbakgrund. Banken fokuserar i sitt arbete med det etiska ansvaret på frågor som handlar om jämställdhet, könsdiskriminering och etnicitet. Bank A påpekar att detta initiativ kom från deras ägardirektiv vilket innebär att detta agerande beror på påtryckningar från intressenterna. Clarkson (1995) hävdar att intressenter är en människa eller en grupp aktörer som antingen blir påverkade av företaget eller som kan påverka företaget på något sätt. Samtidigt har vi tidigare förklarat hur de intressenterna med mest makt har den största påverkan på företaget.

Enligt Cowton (2002) förväntas finansinstituten att integrera ekonomiska frågor med etiska, sociala och miljöfrågor. Vilket undersökningen visade att finansinstituten arbetar med. Bank B lägger till exempel väldigt stor fokus på mänskliga rättigheter både genom att utbilda sin egen personal inom ämnet samt att uppmana sina kunder till att främja det. De är samtidigt

måna om att ständigt minska sin påverkan på det ekologiska systemet, främst genom olika utsläpp. Respondenten till bank C förklarade genom intervjun att banken känner igen de sociala riskerna som deras verksamhet kan bidra till vilket är inom miljö, mänskliga rättigheter och arbetsförhållanden. Därför granskar de risken att påverka dessa områden genom de projekt som finansieras, innan de beviljar ett lån.

Anledningen till varför bankerna väljer att integrera etiska frågor i verksamheten kan förklaras av Moirs (2001) påstående om att företags hållbara tillväxt omfattar miljö, sociala och ekonomifrågor. De samtliga undersökta bankerna beskriver i sina CSR rapporter att de lägger väldigt stor vikt på etiska frågor. Även respondenterna förklarade att hållbarhet, jämställdhet, mänskliga rättigheter och arbetsförhållanden är några exempel på etiska värderingar som instituten fokuserar på inom detta ansvarsområde. Det framgår även i deras rapporter att de lägger stor vikt vid att integrera etiska värderingar inom hela verksamheten. Detta eftersom det bidrar till en hållbar finansiering, vilket vi ovan har nämnt är en viktig del i verksamheternas arbete med CSR.

En annan anledning till varför de undersökta företagen engagerar sig i etiska och sociala frågor beror på att de är rädda om sitt anseende. Unerman (2008) hävdar att företag skall sträva efter att utveckla och förbättra sitt rykte eftersom det är en väldigt värdefull tillgång. Det förklarar varför bank D är väldigt tydliga med att förmedla, i sin CSR rapport, att de arbetar för att främja ansvarsfulla investeringar. De har startat en fond som endast arbetar inom detta område. Samtidigt är de överlägsna med att beskriva sitt arbete inom detta område i sin CSR rapport vilket kan förklaras av Unermans (2008) påstående om att anledningen till att företagen väljer att redovisa sitt arbete med CSR beror på att de vill minska riskerna för sitt anseende.

5.6 CDCR

Enligt Claydon (2011) så måste företaget uppfylla konsumenternas krav på CSR för att bli lönsamt eftersom det är konsumenterna som driver det ekonomiska ansvaret. Detta stämmer bra med vad respondenten A har informerat oss om. Enligt respondent A så är deras arbete uppdelat i två perspektiv, extern och intern. I det interna perspektivet ligger fokus på att få medarbetarna medvetna om den hållbara utvecklingen och externt där man fokuserar på en hållbarutveckling gentemot deras kunder och att få de att jobba med hållbarutveckling. Deras främsta fokus ligger på det externa perspektivet eftersom de har den största påverkan där

enligt Respondent A. Bank B är en stor bank och har många intressenter därför fokuserar de på att anpassa alla sina affärsprocesser för att bidra till ett långsiktigt hållbart samhälle. Enligt respondent B så är samhället själva plattformen för deras affär och områden som de mest fokuserar på är finansiell-, ekologiskt- och socialhållbarhet. De fokuserar på att stärka kundernas konkurrenskraft eftersom detta leder till en starkare finansiellställning vilket i sin tur leder till minskade kreditförluster.

Respondent C hävdar att en dialog och samverkan med sina intressenter är viktiga för att kunna skapa förankring med sina intressenter. Det som de vill uppnå med detta är att identifiera vad de olika intressenterna har för krav på företaget så att rätt prioriteringar görs. Eftersom Bank C är uppdragsdriven vilket är att finansiera stora internationella projekt så hamnar de ofta i miljö- och sociala risker, så som arbetsförhållanden och mänskliga rättigheter. Bank C vill att de som lånar pengar ska uppfatta att banken ställer bra krav på internationell standard vad gäller mänskliga rättigheter, miljö- och sociala frågor. Man kan inte säga att deras arbete med CSR är konsumentdriven dvs. att de tar hänsyn till kundernas krav på CSR. Anledningen kan vara att genom deras finansiering till stora internationella projekt har de en större påverkan på mänskliga rättigheter, miljö- och sociala frågor eftersom finansieringen går till länder med stor risk för korruption, därför ställer de höga krav på sina kunder.

Även Bank D anser att det är viktigt att man har intressentdialoger årligen för att identifiera intressenternas förväntningar på företaget enligt respondent D. Genom dessa dialoger får man fram information om vad som ska prioriteras. Respondent D anser att det är viktigt för banken att konsumenterna vet att banken är en långsiktig aktör som tar ett samhällsansvar eftersom detta leder till en konkurrenskraftig och långsiktig lönsam verksamhet. Detta påstående stöds av Porter & Kramer (2006) samt Claydon (2011) som menar att ett företag måste ta hänsyn till konsumenternas krav på CSR i syfte för att bli lönsam. Slutligen kan man säga att alla undersökta företagen driver någon form av en konsumentdriven CSR som samspelar med de andra modellerna som vi har gått igenom. Man väljer inte enbart en konsumentdriven CSR att jobba utifrån utan man anpassar konsumenternas krav och förväntningar inom hela verksamheten och inom alla ansvarsområden som vi har gått igenom i förra stycket.

5.7 Internationella riktlinjer

Förutom att följa den Svenska lagen kan ett företag följa internationella riktlinjer och normer. Dessa internationella riktlinjer är frivilliga och det föregår inget tvång i vilken grad man ska följa dem. Därför följer de undersökta bankerna olika kombinationer av dessa internationella riktlinjer. Vi kan konstatera att alla fyra finansinstituten anser att det viktigt att utöver Svenska lagen även följa internationella riktlinjer och normer. Enligt Farache & Perks (2010) bör företagen följa de lagar och normer som finns i samhället för att kunna överleva på långsikt. Farache & Perks (2010) anser även att ett företag bör agera på ett sätt som uppfattas som acceptabelt av samhället för att företaget ska vinna legitimitet. Detta är en drivande faktor som leder till att företag agerar enligt vissa riktlinjer och engagerar sig i vissa aktiviteter. Det förklarar anledningarna till varför de undersökta instituten väljer att följa de internationella riktlinjerna, utöver den svenska lagen.

De internationella riktlinjerna vägleder företagen att agera på ett sätt som tillfredsställer samhället utöver det som de lagstadgade reglerna gör. Företag som följer dessa riktlinjer kan alltså vinna legitimitet eftersom de uppfyller ett större ansvarstagande än det som lagen kräver. Moir (2001) ger en omvänd tolkning av begreppet. Han förklarar att samhället kan garantera legitimitet till företag med förväntningar att företaget ska agera ansvarsfullt för att behålla legitimiteten. I detta fall kan vi nämna att bank A och C är statliga företag som har valt att anta ett antal frivilliga riktlinjer. Bank A följer endast GRI som är en riktlinje och standard för att upprätta en hållbarhetsredovisning. GRI förklarar vilken struktur redovisningen ska ha och vilken information som bör finnas med i hållbarhetsredovisningen (GRI, 2013). Bank C följer även Global Compact och OECD konventionen, utöver GRI. Global Compact bygger på tio globalt erkända principer inom områdena arbetsrätt, miljö, bekämpning av korruption och mänskliga rättigheter (Regeringen, 2013). Denna riktlinje vägleder företaget till olika principer som verksamheten bör ta hänsyn till samt främja. OECD konventionen är ett ekonomiskt samarbete mellan olika länder som möjliggör för länderna att samarbeta för att hitta lösningar till gemensamma problem (OECD, 2013). Detta förklarar varför bank A inte följer denna riktlinje. Eftersom banken endast agerar på den svenska finansmarknaden finns det inte ett behov av att följa en sådan riktlinje.

Bank B och D är väldigt likartade banker och borde antagligen följa samma riktlinjer. Däremot har vi kommit fram till genom båda bankers CSR rapporter att bank B endast följer Global Compact och GRI, medan bank D även följer OECD konventionen. Bank D är en

väldigt stor aktör inom den skandinaviska finanssektorn vilket kan vara anledningen till att de har ett behov av en sådan riktlinje. Det kan även bero på att det ger konkurrensfördelar jämfört med andra aktörer inom branschen.

Anledningen till att samtliga banker väljer att följa GRI vid upprättandet av en hållbarhetsredovisning kan bero på att dessa riktlinjer är respekterade i den globala affärsvärlden (Larsson & Ljungdahl, 2008). GRI är samtidigt ett användbart verktyg som möjliggör för företagen att mäta sitt hållbarhetsarbete och affärsrisker vilket de sedan kan rapportera i sin redovisning (GRI, 2013).

5.8 CSR aktiviteter

Genom att företaget väljer att jobba med CSR frågor utifrån incitamenten till CSR så engagerar de sig automatiskt i vissa aktiviteter. Dessa aktiviteter kan beskrivas som aktiviteter som visar hur företaget tar ett socialt ansvar (Se bild 4). Innan företaget väljer vilka aktiviteter de ska jobba med så måste de identifiera de områden där de har en påverkan på samhället. Genom att man identifierar dessa påverkansfaktorer på samhället kan företaget välja hur de ska jobba med dessa aktiviteter. Dessa CSR aktiviteter ingår i de olika modellerna och ansvarsområden och integreras tillsammans med företags kärnverksamhet. I bild 4 har vi identifierat CSR aktiviteter som de undersökta företagen jobbar med.

Arbete med CSR	Företag A	Företag B	Företag C	Företag D
Hållbar kreditgivning	x	x	x	x
Arbete mot penningtvätt	x	x	x	x
Anti korruption	x	x	x	x
Mänskliga rättigheter	x	x	x	x
Miljö frågor	x	x	x	x
Mångfald	x	x	x	x
Medarbetare	x	x	x	x
Välgörenhet		x		x
Kundundersökningar	x	x	x	x
Uppförande koder till kunder			x	
GRI	x	x	x	x
Global Compact		x	x	x
OECD överenskommelsen			x	x
Equator Principles				x

Bild 4. CSR aktiviteter inom undersökta finansinstitut utifrån hållbarhetsredovisningar.

5.9 Analytisk modell

Modellen som vi har redovisat i kapitel tre har förändrats efter vår analys av insamlad empiri. Bild 5 visar hur modellen har förändrats. Efter att de undersökta instituten har identifierat incitamenten till CSR så identifierar instituten de områden där de störst har en påverkan på samhället. Vi väljer att kalla det för påverkansfaktorer. Dessa påverkansfaktorer har en direkt påverkan på samhället och det är utifrån dessa påverkansfaktorer som de undersökta företagen väljer modell efter vilket de ska utöva CSR. Vi kan konstatera att val av modell är en grupp av flera olika modeller som överlappar varandra. Dessa påverkans faktorer har en direkt påverkan av val av CSR aktiviteter också som vi har redovisat i bild 4. CSR aktiviteter är direkt kopplade till de olika modellerna t.ex. utifrån CDCR väljer finansinstituten att jobba med kundundersökningar för att veta deras förväntningar på företaget och vad som ska prioriteras. Utifrån Carrolls etiska ansvar väljer finansinstituten att jobba med OECD och Global Compact trots att detta inte är lagstadgade. Vidare väljer de att jobba med hållbarfinansiering som kan kopplas till ekonomiskt och etiskt ansvar. Utifrån vår analys kan man konstatera att de undersökta instituten inte väljer en modell vid CSR arbete utan väljer flera olika modeller trots att de inte väljer att namnge dessa modeller. De har identifierat områden där deras kärnverksamhet kan påverka som mest. Därför väljer de att i sin utlåningspolicy till större projekt, ta hänsyn till sociala och miljömässiga aspekter. Detta styrks av Moir (2001) och CSR guiden (2013) som menar att ett företag måste ta hänsyn till sociala, etiska och miljömässiga aspekter vid arbete med CSR. Genom att ta hänsyn till dessa frågor i sin kärnverksamhet så kan man bidra som mest och uppnå ett socialt ansvarstagande.

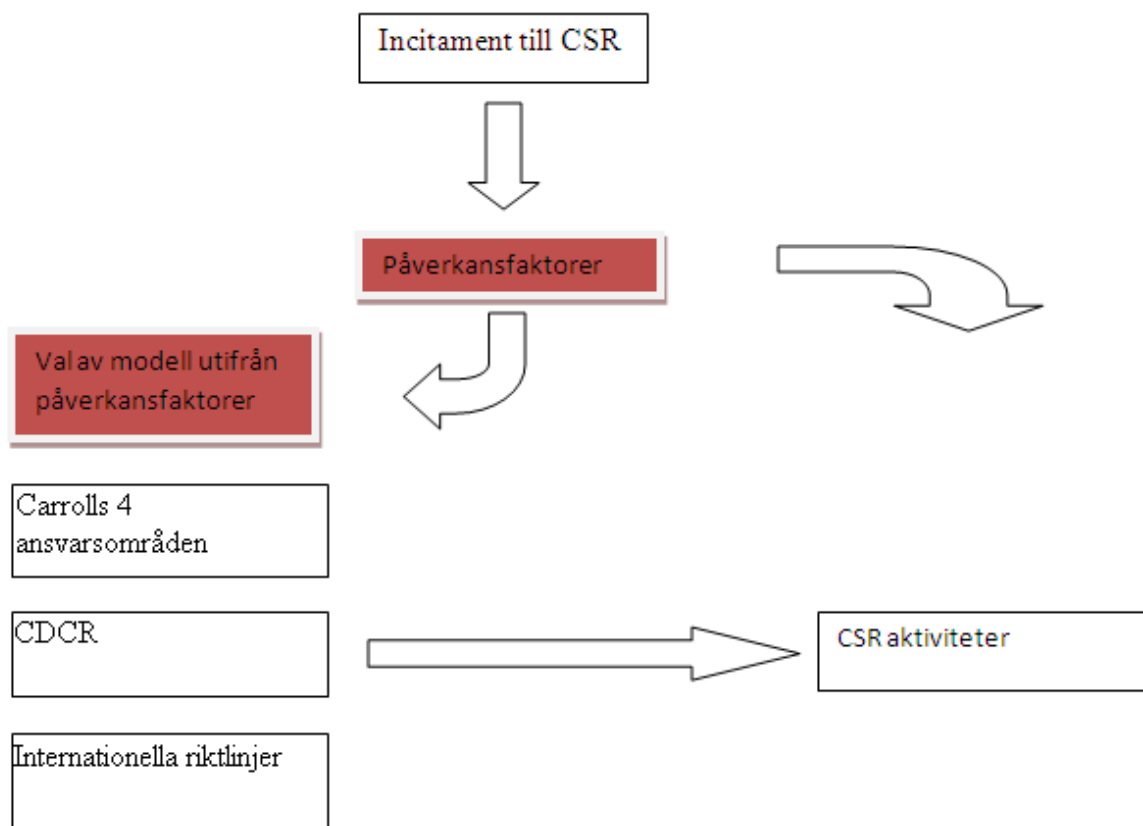


Bild 5. Förändrad teoretisk modell utifrån analysen

6 Slutsats

I detta kapitel beskriver vi de slutsatser som vi har kommit fram till samt förslag på vidare forskning.

Genom undersökningen har vi kommit fram till att de undersökta finansinstituten konceptualiserar CSR genom att sträva efter att uppnå en hållbar finansiering, vilket besvarar vår forskningsfråga. Samtliga finansinstitut ansåg att genom att uppnå en hållbar finansiering ökar både verksamhetens långsiktiga lönsamhet samt samhällets långsiktiga nytta med arbetet med CSR. Finansinstituten har ett identiskt tankesätt vad gäller hållbar finansiering, att de störst kan påverka genom sin utlåningsverksamhet är en utgångspunkt som enar instituten. De anser att det leder till ett större ansvarstagande samt att verksamheten följer en hållbar utveckling. Det som däremot skiljer dessa finansinstitut från varandra är deras sätt att arbeta med CSR inom verksamheten.

Syftet med denna undersökning var att få en fördjupad förståelse för hur finansbranschen tar ett socialt ansvar, samt att undersöka hur olika aktörer inom branschen går tillväga för att uppnå ett ansvarsfullt agerande. Genom undersökningen kom vi då fram till att finansinstituten följer främst de krav som ställs på företagen för att uppfylla ett socialt ansvarstagande, vare sig om det är genom lagstadgade regelverk, etiska normer och värderingar eller genom olika krav från företagens intressenter. Företagen fokuserar alltså främst på att uppfylla det ansvarstagande som krävs av myndigheter och allmänhet.

De lagstödda regelverken är ett måste att följa för att få driva en verksamhet inom samhällets gränser. Det man dock själv kan välja att följa och till vilken grad, är de etiska normerna och värderingarna som definieras genom olika internationella riktlinjer. Vi har kommit fram till att de olika finansinstituten väljer att följa olika kombinationer av riktlinjer. Anledningen till att de gör det beror på att de väljer att anta de riktlinjer som tillför störst nytta till deras verksamhet, de som berör deras område mest. Bank A väljer till exempel bort Global Compacts riktlinjer eftersom deras verksamhet vänder sig till små och medelstora företag inom svenska marknaden. Där är riskerna för miljökatastrofer, barnarbete och oacceptabla arbetsförhållanden betydligt liten. Institut C upplever i sin tur en motsatt situation. Deras

verksamhet finansierar stora globala projekt där risken för sådana förhållanden är mycket större.

Undersökningen visar även att undersökta institut anpassar sitt engagemang i CSR aktiviteter till att fokusera på de områden där de kan tillföra störst påverkan på samhället. Samtliga av de undersökta finansinstituten upplever påtryckningar från olika intressenter vilket skapar incitament för instituten att agera ansvarsfullt. För att kunna bygga en struktur i arbetet med CSR väljer de undersökta instituten att identifiera de områden där deras verksamhet störst kan påverka. Undersökningen visar att samtliga finansinstitut anser att arbetet med CSR störst kan påverka genom att fokusera på deras utlåningsverksam. De anser att ett större ansvarstagande inom detta område leder till att verksamheten följer en hållbar utveckling. Utifrån detta utformas finansinstitutens engagemang i olika aktiviteter som leder till att de uppfyller ett ansvarstagande ur ett ekonomiskt, socialt, miljömässigt eller etiskt perspektiv.

6.1 Egna reflektioner

Undersökningens syfte var att få en fördjupad förståelse för hur finansbranschen tar ett socialt ansvar, samt att undersöka hur olika aktörer inom branschen går tillväga för att uppnå ett ansvarsfullt agerande. Vi anser att våra kunskaper inom CSR i finansbranschen har fördjupats väldigt mycket. Vi har genom att läsa väldigt många artiklar och genom att fördjupa oss i hur de undersökta finansinstituten arbetar med CSR fått en fördjupad helhetsbild av vad CSR innebär för finansbranschen. Genom arbetet har vi även fått lärdom av hur finansinstituten använder CSR som ett verktyg för att själva vinna fördelar samtidigt som de tillför en samhällsnytta. Vi hade en bild av att CSR arbetet skulle se olika ut inom de olika finansinstituten beroende på deras mål inom verksamheten och med CSR arbetet. Det vi däremot kom fram till var att CSR arbetet ser olika ut beroende på ägarstruktur, kundstruktur, påverkansområden och beroende på de intressenter som påverkar företaget mest. Våra förutfattade meningar hade självklart även en påverkan på utformningen av CSR arbetet men de sistnämnda påverkansfaktorerna var avgörande incitament till engagemang i olika CSR aktiviteter.

Vi stötte även på vissa farthinder genom arbetets gång. Under tiden som vi läste olika artiklar lyckades vi hitta en undersökning som visade intressant fakta. Enligt undersökning som genomfördes av Fundwatch, visade det sig att finansbranschen investerade i oetiska fonder. Dessa fonder engagerade sig i oetiska aktiviteter som till exempel vapenhandel och dåliga

arbetsförhållanden. Vår undersökning visar däremot att finansbranschen redovisar ett CSR arbete som visar ett stort socialt ansvarstagande och engagemang samtidigt som respondenterna styrker detta.

6.2 Förslag till vidare forskning

Denna undersökning går att genomföra på flera olika sätt. Det kan vara intressant att välja ut finansinstitut med liknande ägarstruktur och undersöka skillnader respektive likheter i deras arbete med CSR. Man kan även fördjupa sig i ett enda specifikt område inom CSR som till exempel att undersöka Global Compact. Undersökningen kan då bygga på vilka finansinstitut som väljer att anta riktlinjen, varför de antar den och varför andra inte antar riktlinjen. En annan idé är att undersöka endast ett institut och tillämpa en fallstudie i hur de olika kontoren, inom verksamheten, anpassar sig till koncernens primära mål med CSR. Det vore intressant att undersöka hur även de små lokala kontoren påverkas av koncernens integrering av CSR inom verksamheten. Vi skulle även rekommendera att man utför en liknande studie men som istället undersöker finansinstitutens utveckling i sitt arbete med CSR. Alltså att man undersöker hur de tidigare har arbetat med CSR, vilka uppsatta mål de hade förr och hur dessa mål har uppnåtts eller förändrats under tidens gång. CSR är ett aktivt ämne som ständigt utvecklas och som företagen själva beskriver det så slutar aldrig arbetet med CSR. Det går alltid att tillföra något nytt inom verksamheten som kan ge ett positivt utfall både för samhället och för företaget, utifrån ett CSR perspektiv.

Referenser

- Blombäck, A. & Wigren, C (2008). Challenging the importance of size as determinant for CSR activities. *Management of Environmental Quality, An International Journal* Vol.20, No.3, s. 255-270.
- Bryman, A. & Bell, E (2003). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber
- Carroll, A.B. (1991). *The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders*. *Business Horizons*, July-August 1991 [Elektronisk]. Tillgänglig på: <<http://www-rohan.sdsu.edu/faculty/dunnweb/rprnts.pyramidofcsr.pdf>> (Hämtad: 2013-04-13)
- Christensen, L., Engdahl, N., Gräas, C. & Haglund, L. (2008). *Marknadsundersökning – En handbok*. 2 uppl. Malmö: Studentlitteratur.
- COM (2011) S.7 (COM(2011)681 slutlig) *En förnyad EU-strategi 2011-2014 för företagens sociala ansvar*. [Elektronisk]. Tillgänglig på: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm> (Hämtad: 2013-04-02)
- Cowton, C.J. (2002). Integrity, responsibility and affinity: three aspects of ethics in banking. *Business Ethics: A European Review*, s. 393-400
- Clarkson, M.B.E. (1995). A Stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review* 1995, Vol.20, No.1, s. 92-117
- Claydon, J. (2011). A new direction for CSR: the shortcomings of previous CSR models and rationale for new model. *Social Responsibility Journal*, Vol.7, No.3, s. 405-420
- CSR guiden (u.d) *Vad är CSR?* [Elektronisk]. Tillgänglig på: <<http://www.csrguiden.se/miljoearbete-och-socialt-ansvar-foer-loensamma-affaerer/csr-laes-haer-vad-det-innebaer/>>(Hämtad: 2013-04-09).
- Dahmström, K. (2011). *Från datainsamling till rapport: at skriva en statistisk undersökning*. Polen: Studentlitteratur.
- Deegan, C. & Unerman, J. (2011). *Financial Accounting Theory*, European edition. Berkshire: MCGraw Hill.
- DN. (2012-10-24). *Finansbranschen tar inte ansvar för etik och miljö*. [Elektronisk]. Tillgänglig på: <<http://www.dn.se/debatt/finansbranschen-tar-inte-ansvar-for-etik-och-miljo>> (Hämtad 2013-04-10).

- Farache, F. & Perks, K.J. (2010). CSR advertisements: a legitimacy tool? *Corporate Communications: An International Journal*, Vol.15, No.3. s. 235-248
- Fray, A.M. (2007). Ethical behavior and social responsibility in organizations: process and evaluation, *Management Decision*, Vol. 45, No.1. s. 76-88
- Fundwatch, Sverigeskonsumenter(2012). *En rankning av Sveriges 15 största bankers och pensionfonders etiska ansvarsarbete*. [Elektroniskt]. Tillgänglig på:<
<http://www.sverigeskonsumenter.se/Documents/Rapporter/FundWatch%20rapport%202012.pdf>> (Hämtad 2013-07-01)
- Gao, S.S & Zhang, J.J. (2006). Stakeholder engagement, social auditing and corporate sustainability. *Business Process Management*, Vol. 12, No.6. s. 722-740.
- Jacobsen, D.I. (2002). *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Kincaid, M. (2012). Building Corporate Social Responsibility trough servant-leadership. *International Journal of Leadership Studies*. Vol. 7, Iss.2 s. 151-171.
- Mitchell, R.K., Agle. B.R. & Wood, D.J. (1997). Towards a Theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *The Academy of Management review*, Vol. 22, No.4. s.853-886.
- Moir, L. (2001). What do we mean by corporate social responsibility? *Corporate Governance* 1, 2. s.16-22.
- Mostarderio, M. & Duarte, F. (2007). CSR strategy formation processes: A multiple case study from Brazil. *Social responsibility journal*, Vol.3, No.1. s. 59-67.
- Nardo, M.N. & Francis, R.D. (2006). Morality and the prevention of corruption: action or inten-a new look at an old problem. *Journal of financial crime*, Vol.19, No.2. s. 128-139.
- Lundahl, U., & Skärvad, P.H. (1999). *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*. Lund: Studentlitteratur
- OECD, (2013). *About the OECD*. [Elektronisk].Tillgänglig på:< <http://www.oecd.org/about/>> (Hämtad 2013-04-10).
- Porter, M. & Kramer, M. (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard business review*, December 2006. s. 78-92.
- Regeringen, (2013). *Global Compacts tio principer*. [Elektronisk]. Tillgänglig på: <<http://www.regeringen.se/sb/d/10894/a/109941>> (Hämtad 2013-07-05).

- Relano, F. & Paulet, F. (2012). Corporate responsibility in the banking sector: proposed typology for the German case. *International journal of law and management*. Vol. 54, No.5. s. 379-393.
- Thompson, P. (1998). Bank lending and the environment: policies and opportunities. *International journal of Bank marketing*, Vol. 16, Iss.6. s. 243-252.
- Tuusjärvi, E. & Pietiläinen, T. (U.Å) Taking Macneil's contract theory to new directions. [Elektronisk]. Tillgänglig på: <<http://www.impgroup.org/uploads/papers/7338.pdf>> (Hämtad 2013-04-20).
- Sahlin-Andersson, K. (2006). Corporate social responsibility: a trend and movement, but of what and for what? *Corporate Governance*, Vol. 6, No.5. s. 595-608.
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A.(2009). *Research methods for business students*. 5 uppl. Harlow: Pearson Education Limited.
- Suchman, M.C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *The academy of management review*, Vol. 20, No. 3. s. 571-610.
- Svenska bankföreningen, (2013). *Bankfakta*. [Elektronisk]. Tillgänglig på: <[http://www.swedishbankers.se/web/bf.nsf/\\$all/6C224E1D544CF509C12575EF00410ACD?open](http://www.swedishbankers.se/web/bf.nsf/$all/6C224E1D544CF509C12575EF00410ACD?open)> (Hämtad 2013-04-13).
- Unerman, J. (2008). Strategic reputation risk management and corporate social responsibility reporting. *Accounting, auditing & accountability journal*, Vol. 21, No.3. s. 362-364.
- Wilburn, K & Wilburn, R. (2013). Using global reporting initiative indicators for CSR programs. *Journal of global responsibility*, Vol. 4, No.1. s.62-75.
- Wilson, I. (2000). The new rules ethics, social responsibility and strategy. *Strategy & Leadership*, 28.3.2000, s. 12-16.
- United Nations, (2013). *Overview of the UN Global Compact*. [Elektronisk]. Tillgänglig på: <<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>> (Hämtad 2013-04-20).

Bilaga 1: Intervjuguide

Intervjufrågor

1. Vilken befattning på företaget har du?
2. Vad innebär CSR för er?
3. Varför väljer ni att jobba med CSR?
4. Vilka är era viktigaste långsiktiga mål med CSR arbetet?
5. Hur skulle du beskriva ert arbete med ekonomiskt ansvar?
6. Vilka intressenter kräver att ni ska ta ett ekonomiskt ansvar?
7. Hur skulle du definiera ert arbete med juridiskt ansvar (följa lagar, normer, sociala kontraktet)?
8. Hur skulle du definiera ert arbete med etiskt ansvar?
9. Vilka intressenter kräver att ni ska ta etiskt ansvar?
10. Hur skulle du definiera ert arbete med filantropiskt ansvar?
11. Vilka intressenter kräver att ni ska ta ett filantropiskt ansvar?
12. CDCR är konsumentdriven CSR, hur skulle du beskriva ert arbete med CDCR?
13. Arbetar ni utifrån konsumenternas krav på CSR eller utifrån egna mål?
14. Utifrån ert arbete med CSR, vilket/vilka ansvarsområden lägger ni störst fokus på?
Varför?
15. Finns det något mer ni vill tillägga som handlar om ert arbete med CSR?