

# MASTEROPPGAVE

Emnekode: BE323E

Navn: Tor Borthen

---

Hvordan forholder norske tilbydere av  
forbrukslån seg til etikk og  
samfunnsansvar?

---

Dato: 29.05.2020

Totalt antall sider: 63

## **Forord**

Med innleveringen av denne masteroppgaven avslutter jeg min utdanning ved Nord universitet, Handelshøgskolen.

Arbeidet med oppgaven har vært krevende, men også givende. Resultatet er dyp og spesifikk kunnskap om et tema jeg er interessert i.

Jeg ønsker å takke min veileder Sverre Are Jenssen for verdifull veiledning for å finne retning og øke kvaliteten på oppgaven.

Tor Borthen

Børsa, 29.05.2020

## **Abstract**

The study is based on a desire to gain insight into how Norwegian consumers of consumer loans relate to ethics and corporate social responsibility. In my work on the assignment, I have emphasized on getting as comprehensive a picture of the industry as possible. Consumer loans are a product that can be used properly, but it can also have serious and negative effects. The study deals with developments in legislation and regulation in the industry, and puts this in the context of the theory of ethics and corporate social responsibility. I then look at whether the industry balances earnings against ethics and corporate social responsibility.

The conclusion is that Norwegian consumer loan providers do not fulfill their corporate social responsibility, but have a relatively one-sided focus on earnings.

## **Sammendrag**

Utredningen baserer seg på et ønske om å få innsikt i hvordan norske tilbydere av forbrukslån forholder seg til etikk og samfunnsansvar. Jeg har i arbeidet med oppgaven lagt vekt på å få et så helhetlig bilde av bransjen som mulig. Forbrukslån er et produkt som brukt riktig kan være et gode, men det kan også føre med seg alvorlige og negative ringvirkninger. Utredningen tar for seg utviklingen i lovgivning og regulering i bransjen, og setter dette i sammenheng med teori om etikk og samfunnsansvar. Jeg ser deretter på om bransjen balansere inntjening mot etikk og samfunnsansvar.

Konklusjonen er at norske tilbydere av forbrukslån ikke oppfyller sitt samfunnsansvar, men har et relativt ensidig fokus på inntjening.

# Innholdsfortegnelse

<b>1. Innledning</b>	<b>1</b>
1.1. Aktualisering	1
1.1.1 <i>Finansmarkedsmeldingen 2016-2017</i>	1
1.1.2 <i>Finansmarkedsmeldingen 2020</i>	2
1.1.3 <i>TV-programmet Luksusfellen</i>	2
1.1.4 <i>Etikk og samfunnsansvar</i>	2
1.1.5 <i>Aksjeloven</i>	3
1.1.6 <i>Min interesse</i>	3
1.2 Problemstilling	3
1.2.1 <i>Avgrensning</i>	4
1.3 Videre oppbygning av oppgaven	4
<b>2. Metode</b>	<b>5</b>
2.1 Litteraturstudie	5
2.1.1 <i>Systematiske litteraturstudier</i>	5
2.1.2 <i>Tradisjonelle litteraturstudier</i>	6
2.1.3 <i>Valg av kategori litteraturstudie</i>	6
2.2 Bruk av sekundærinformasjon	7
2.2.1 <i>Bruk av eget materiale</i>	7
2.2.2 <i>Vurdering av undersøkelsens kvalitet</i>	7
2.3 Refleksjon over egen rolle som forsker og eget ståsted	7
2.4 Etske problemstillinger	8
2.5 Hva kunne vært gjort annerledes	8
2.6 Avslutning	8
<b>3. Juridiske rammer for virksomheten</b>	<b>9</b>
3.1 Lovverk	9
3.1.1 <i>Finansforetaksloven</i>	9
3.1.2 <i>Finansavtaleloven</i>	10
3.1.3 <i>Forskrift om fakturering av kredittkortgjeld mv.</i>	10
3.1.4 <i>Gjeldsinformasjonsloven</i>	10
3.1.5 <i>Tilsyn med lovverk og virksomhet</i>	12
3.2 Markedsføring av forbrukslån i Norge	13
3.3 Kredittvurdering	15
3.4 Utlånsvekst	15
3.5 Tap, resultat og lønnsomhet	17
3.6 Mislighold, forward flow og inkasso	18
3.6.1 <i>Mislighold</i>	18
3.6.2 <i>Forward flow</i>	19
3.6.3 <i>Inkasso</i>	20
3.7 Stedlig tilsyn, tiltak og utvikling i markedet	20
<b>4. Etikk og samfunnsansvar</b>	<b>22</b>
4.1 Generelt om samfunnsansvar	22
4.1.1 <i>Stortingsmelding nummer 10 (2008-2009)</i>	22
4.1.2 <i>ISO 26000</i>	22

4.1.3	<i>Finans Norge og samfunnsansvar</i> .....	23
4.1.4	<i>Norsk anbefaling om eierstyring og selskapsledelse</i> .....	23
4.1.5	<i>Råd fra Næringslivets hovedorganisasjon</i> .....	24
4.1.6	<i>Framvekst av et nytt syn på samfunnsansvar</i> .....	24
4.1.7	<i>Carrolls CSR-pyramide</i> .....	27
4.1.8	<i>Den triple bunnlinjen (TBL)</i> .....	28
4.1.9	<i>Interessenteori</i> .....	30
4.1.10	<i>Legitimitetsteori</i> .....	35
4.1.11	<i>Institusjonell teori</i> .....	41
4.2	Generelt om etikk og moral .....	43
4.2.1	<i>Grunnleggende etiske teorier</i> .....	43
4.2.2	<i>Konsekvensetikk</i> .....	45
4.2.3	<i>Pliktetikk</i> .....	45
4.2.4	<i>Dygdsetikk</i> .....	46
4.2.5	<i>Allmennmoral</i> .....	47
4.3	Etiske problemstillinger i bransjen .....	49
4.3.1	<i>Etisk dilemma</i> .....	49
2.1.4.	<i>Bransjens egne regler</i> .....	49
2.1.5.	<i>Negative konsekvenser</i> .....	49
4.4	Hvordan har bransjen håndtert de etiske problemstillingene .....	50
4.5	Mislighold av forbrukslån sett opp mot bedriftens samfunnsansvar .....	51
5.	Konklusjon og avsluttende refleksjoner .....	52
	Litteraturliste .....	53

# 1. Innledning

## 1.1. Aktualisering

Media med E24 i spissen har de siste årene satt fokus på veksten av forbrukslån i Norge. For å undersøke hvor enkelt det er å ta opp forbrukslån, gjennomførte E24 i 2016 en test hvor de forsøkte å ta opp så mye forbrukslån som mulig. Resultatet illustrer noen utfordringer: ”I løpet av en knapp arbeidsuke fikk vi nær to millioner kroner i usikrede forbrukslån med en snittrente på 20,5 prosent” (Borthen & Haugland, 2017; Vedeler, 2016).

Og videre: ”Med 470.000 kroner i inntekt, 405.000 i studiegjeld og ingen bolig eller formue søkte E24 om totalt 5,9 millioner kroner fra 15 ulike aktører. Søknadene ble sendt omtrent samtidig, og vi oppga at vi ikke hadde forbrukslån fra før” (Vedeler, 2016) Resultatet er altså at E24 fikk innvilget nær to millioner av de 5,9 millionene de søkte om, og det uten at de ulike aktørene visste om at det var sendt flere søknader samtidig (Borthen & Haugland, 2017).

### 1.1.1 Finansmarkedsmeldingen 2016-2017

Jeg har tatt tak i Finansmarkedsmeldingen 2016-2017 (Finansdepartementet, 2017) som ble lagt fram for Stortinget 05.04.2017, som har viet et eget kapittel til forbrukslån.

Finansmeldingen definerer forbrukslån på følgende måte: ”Med forbrukslån menes lån som tas opp av forbrukere uten pantesikkerhet i bolig, men begrepet «forbrukslån» er ikke definert i lovverket eller i offentlig statistikk, og begrepsdefinisjonen varierer. I norsk sammenheng er det vanlig å regne kredittkortgjeld med i begrepet «forbrukslån», men å ikke medregne f.eks. bilfinansiering og -leasing. I den videre fremstillingen benyttes begrepet «forbrukslån» for å omtale *usikret gjeld til forbruker, herunder kredittkort.*” (min utheving). Videre forteller Finansmeldingen at forbrukslån tilbys av både banker og finansieringsforetak, og at flere nye tilbydere har kommet til de siste årene. Markedsveksten er i stor grad knyttet til de nye aktørene, hvorav flere hadde en utlånsvekst på over 20 prosent i 2016. Finansmeldingen forteller også at forbrukslån utgjorde omtrent 90 milliarder kroner i 2016, eller rundt 3 % av husholdningenes samlede lån ved utgangen av 2016. Isolert sett er dette kanskje ikke mye, men rentene på forbrukslån er som regel høyere enn på pantesikrede lån og står for omtrent 12 % av renteutgiftene. Samlet årsvekst i forbrukslån lå på litt over 15 % (beregnet i et utvalg av 27 banker og finansieringsforetak), mens veksten i samlet gjeld har ligget relativt stabilt på rundt 6 % de siste årene. Vi kan altså se at veksten i forbrukslån relativt sett er høyere enn på

andre lån. Videre forteller Finansmeldingen at mislighold og tap på forbrukslån er høyere enn for andre typer lån. Det påpekes at tilgang på forbrukslån kan være et gode for husholdningene. Spareprodukter og tilgang til kreditt kan gi økonomisk frihet, samtidig som renten er så høy at det ikke kan sies å være forenelig med god økonomisk planlegging å ha for store forbrukslån. Det uttrykkes i Finansmeldingen en bekymring for at den høye veksten i forbrukslån kan være en indikasjon på oppbygging av risiko. Erfaringer viser at perioder med høy kredittvekst gjerne etterfølges av perioder med økte tap. Det påpekes utfordringer på to fronter: Et tilbakeslag i økonomien kan gi problemer i form av økt mislighold og tap for aktører som driver med forbrukslån, og forbrukere med svak selvkontroll kan ta opp mer gjeld enn de i ettertid kan betjene. Det påpekes at det for långiver er utfordrende å skille mellom personer med høy og lav risiko på grunn av manglende overblikk over lånesøkernes totale gjeldssituasjon (Borthen & Haugland, 2017).

### ***1.1.2 Finansmarkedsmeldingen 2020***

I Finansmarkedsmeldingen 2020 pekes det på at ”særtrekk ved finansmarkedene gjør det nødvendig å ta særlige hensyn til ikke-profesjonelle kunder.” Det fremheves videre at det kan oppstå interessekonflikter dersom finansforetak får økonomisk gevinst av å selge tjenester som kundene ikke har bruk for. Finanstilsynet tildeles oppgaven med å følge opp markedet for forbrukslån med utgangspunkt i risiko både for långiver og kunde (Finansdepartementet, 2020)

### ***1.1.3 TV-programmet Luksusfellen***

TV-programmet ”Luksusfellen” på TV3 har menneskeligjort og fokusert på de negative effektene av for lett tilgjengelig forbrukskreditt. Gjennom mange sesonger har vi fulgt enkeltmenneskers skjebner og sett hvordan overforbruk er gjort mulig ved hjelp av lett tilgjengelig kreditt med høye renter. Når overforbruket har ført til krise har Luksusfellen kommet inn og belyst økonomien hos enkeltmenneskene, og forsøkt å rydde opp ved å inngå avtaler med kreditorene og endre personlige rutiner og forholdet til penger og kreditt (Borthen & Haugland, 2017).

### ***1.1.4 Etikk og samfunnsansvar***

Den sterke veksten i forbrukslån kan utløse noen etiske problemstillinger. Bransjen lever godt av at forbrukerne ikke betaler gjelden sin i tide. Hvor ”rik” kan man bli av andres ulykke uten at det stilles spørsmål ved virksomheten? Styret i en bedrift har på den ene siden et ansvar for

inntjening, men på det andre siden også et samfunnsansvar som skal ivaretas (Borthen & Haugland, 2017).

### ***1.1.5 Aksjeloven***

Hovedansvaret til styret i en virksomhet er forvaltning av selskapet (jmf. Aksjeloven § 6-12) og tilsyn med daglig ledelse og selskapet for øvrig (jmf. Aksjeloven § 6-13) , og her kan det oppstå motsetninger, dilemmaer og/eller konflikter (Aksjeloven, 1997; Borthen & Haugland, 2017).

### ***1.1.6 Min interesse***

Min interesse for temaet er todelt. For det første viser nyhetsbildet de siste årene at flere og flere bedrifter får korrigert sin oppfattelse av hva som er etisk akseptabelt på en måte som går utover bunnlinsen. Et stort antall saker i media tyder på at forbrukere, myndigheter og aksjonærer i stadig større grad straffer virksomheter som ikke følger etiske spilleregler. Økonomisk bærekraftig forretningsdrift krever også at man har utviklet og følger etiske retningslinjer og vilkår for samfunnsansvar. Jeg mener dette er et ansvar som faller inn under styret i virksomhetene. Jeg har altså en faglig interesse av å se hvordan dette arbeides med i praksis. For det andre oppfatter jeg det som forbruker ikke riktig at en del mennesker skal ha store problemer med å komme seg ut av økonomiske problemer samtidig som noen virksomheter tjener veldig gode penger på dem. Jeg ser dette som et mulig etisk dilemma. Samtidig ser jeg at et styre kan ha en utfordring i å balansere inntjening opp mot samfunnsansvar (Borthen & Haugland, 2017).

## ***1.2 Problemstilling***

Med bakgrunn i det overstående kommer jeg fram til følgende problemstilling:

***“Hvordan forholder norske tilbydere av forbrukslån seg til etikk og samfunnsansvar?”***

Jeg velger denne problemstillingen fordi jeg ønsker å øke kunnskapen om hvordan norske tilbydere av forbrukslån arbeider med etikk og samfunnsansvar (Borthen & Haugland, 2017).



### ***1.2.1 Avgrensning***

Jeg avgrenser her til norske tilbydere av forbrukslån, altså banker og finansieringsforetak som tilbyr forbrukslån i henhold til definisjonen i Finansmeldingen: ”*usikret gjeld til forbruker, herunder kredittkort*”. Jeg avgrenser også til tilbud i det norske markedet, og til norske kunder (Borthen & Haugland, 2017). Jeg legger videre spesiell vekt på Finanstilsynets oversikt over rene forbrukslånsbanker, som per 29.05.2020 omfatter Bank Norwegian, BRABank, Easybank, Instabank, Komplet bank, Mybank og OPTin Bank.

### ***1.3 Videre oppbygning av oppgaven***

Etter presentasjon av problemstilling og avgrensning følger nå i kapittel 2 en beskrivelse av metoden som er valgt, før jeg i kapittel 3 gjennomgår juridiske rammer for virksomheten og viser hvordan disse både har og fremdeles utvikler seg, og deretter i kapittel 4 tar for meg det teoretiske grunnlag for oppgaven og bruker dette til å besvare problemstillingen før jeg i kapittel 5 kommer med avsluttende betraktninger.

## 2. Metode

I dette kapitlet vil jeg presentere fremgangsmåten jeg vil benytte for å samle inn data. Jeg ser strategi som en plan for å nå målet, og målet er å få mer kunnskap om problemstillingen:

*“Hvordan forholder norske tilbydere av forbrukslån seg til etikk og samfunnsansvar?”*

### 2.1 Litteraturstudie

Aveyard (2010) har følgende definisjon av en litteraturstudie: “a literature review is the comprehensive study and interpretation of literature that relates to a particular topic”. Det er altså en omfattende studie og tolkning av litteratur som har tilknytning til et bestemt emne. Når du gjennomfører en litteraturstudie identifiserer du et forskningsspørsmål og forsøker deretter å besvare dette ved å søke etter og analysere relevant litteratur ved hjelp av en systematisk tilnærming.

Ifølge Jesson, Matheson og Lacey (2011) skal en litteraturstudie gjengi og tolke det som allerede er kjent om et tema og å peke ut motsetninger og gap i den eksisterende forskningen. De deler litteraturstudier inn i kategoriene tradisjonelle litteraturstudier og systematiske litteraturstudier.

#### 2.1.1. Systematiske litteraturstudier

Systematiske litteraturstudier er studier som følger et fastsatt oppsett og som baserer seg på et klart uttrykt formål og problemstilling, en definert søkemetodikk og uttalte kriterier for utvelgelse av litteratur.

I følge Jesson, Matheson og Lacey (2011) skal en systematisk litteraturstudie inneholde følgende seks steg:

1. Definer forskningsspørsmålet
2. Utform en plan
3. Søk etter litteratur
4. Anvend utvalgsriterier
5. Anvend kvalitetsriterier
6. Lag en syntese

Fordelen ved å følge denne fremgangsmåten er at studien kan betraktes som mest mulig nøytral. Prosessen kan sies å være transparent og objektiv og kan etterprøves.

En ulempe kan imidlertid være at en slik tilnærming gir mindre rom for kreativitet og utforskning enn mer tradisjonelle litteraturstudier.

### ***2.1.2. Tradisjonelle litteraturstudier***

Tradisjonelle litteraturstudier er en gjennomgang av eksisterende kunnskap om et bestemt tema, men baserer seg i motsetning til systematiske litteraturstudier ikke på en på forhånd bestemt metode. Forskeren kan foreta en personlig utvelgelse av litteratur basert på hva han eller hun selv mener er viktige bidrag til den kunnskapen som allerede eksisterer om emnet. Litteraturen blir deretter satt sammen på en systematisk måte for å gi en oversikt over det store bildet og fortelle en historie.

Fordelen ved tradisjonelle litteraturstudier er at de kan føre til innsikt som kan bli utelatt eller oversett i den systematiske prosessen som kreves av systematiske litteraturstudier.

En ulempe kan imidlertid være at en slik tilnærming gir redusert etterprøvbarehet og at studien kan gi et ensidig resultat som kan innvirke på påliteligheten. Kritikere hevder at en tradisjonell litteraturstudie er for åpen og fleksibel. Mangelen på eksplisitte utvalgs-kriterier kan gjøre studien vanskelig å vurdere og etterprøve, og i det øyeblikk man ikke tar med all tilgjengelig litteratur kan utvelgelsen ses på som subjektiv.

### ***2.1.3. Valg av kategori litteraturstudie***

I denne oppgaven vil jeg benytte meg av en tradisjonell litteraturstudie. Temaet i oppgaven gjør at jeg anser det som mer egnet å bruke en åpen tilnærming for å kunne svare på problemstillingen. Jeg mener at en tradisjonell litteraturstudie kan forsvares ut fra oppgavens tema og formålet som er å gi en innføring til temaet og grunnlag for videre forskning ved å avdekke gap i kunnskapen.

Valget av en tradisjonell litteraturstudie gjør det mulig for meg å være kreativ og utforskende, komme med en tolkning av det tilgjengelige materialet, fortelle en historie og gi et individuelt bidrag til forståelsen.

Jeg vil i neste delkapittel fortelle hvordan jeg ser for meg å kvalitetssikre undersøkelsen.

## ***2.2 Bruk av sekundærinformasjon***

Nettstedene til Regjeringen og departementene, Finanstilsynet, Forbrukertilsynet, Forbrukerrådet og Lovdata har vært viktige informasjonskilder. Vitenskapelige artikler er funnet gjennom universitetets databaser. Det er benyttet litteratur fra anerkjente forfattere. Når jeg har beskrevet kjente og etablerte teorier har jeg også oppsøkt nyere bøker eller artikler av samme forfattere for å se hvilken vurdering de gjør av sitt eget arbeid i ettertid. Ved funn av referanser i materialet har jeg i størst mulig grad gått til kilden, unntak har skjedd hvor det på grunn av koronastengte biblioteker og mangel på elektronisk tilgang til enkelte verker ikke har vært mulig å skaffe referert litteratur. Nyhetsartikler er funnet på E24, Dagens næringsliv og i dagspressen. Ved omtaler i media har jeg i stor grad valgt å gå tilbake til de opprinnelige, offentlige kildene for informasjon, men mengden av nyhetssaker om aktuelle hendelser har likevel fortalt meg noe om interessen i omgivelsene.

### ***2.2.1 Bruk av eget materiale***

Deler av forarbeidet til oppgaven baserer seg på mitt eget materiale i mer eller mindre omarbeidet form fra (Borthen & Haugland, 2017). Dette er etter beste evne angitt i teksten.

### ***2.2.2 Vurdering av undersøkelsens kvalitet***

Ettersom en kritikk mot metoden er mangel på etterprøvbarhet vil jeg som del av vurderingen av undersøkelsens kvalitet trekke fram begrepet pålitelighet. De offentlige informasjonskildene er relativt faktabaserte, selv om det vil være rom for tolking av kildene. Alle kildene er offentlig tilgjengelige.

## ***2.3 Refleksjon over egen rolle som forsker og eget ståsted***

Ved kvalitativ forskning må en være oppmerksom på sensitiviteten i forhold til den kontekst og sammenheng datainnsamlingen foregår på. Som forsker har jeg forsøkt å være bevisst i forhold til utvelgelse av artikler, rapporter og nyhetssaker. Samtidig er jeg også forbruker og kan dermed sies å være en del av den problemstillingen jeg forsker på. Min forkunnskap i form av utdannelse, arbeidslivserfaring, livserfaring og teoriforståelse vil fargelegge perspektivet jeg har på problemstillingen. Vi mennesker har også en tendens til å lete etter eller ha enklere for å se informasjon som bekrefter det vi tror eller mener.

Jeg har prøvd å ha et åpent sinn under hele prosessen og vært bevisst min egen rolle (Borthen & Haugland, 2017).

## ***2.4 Ethiske problemstillinger***

I forbindelse med denne oppgaven er det som følge av koronasituasjonen ikke gjennomført intervjuer. Ansatte i forbrukslånsbanker som har gitt uttalelser til media er anonymisert i teksten. Bankene er i all hovedsak behandlet som en gruppe.

## ***2.5 Hva kunne vært gjort annerledes***

Det kunne ha vært gjennomført intervjuer med representanter fra bransjen for å få et mer nyansert bilde. Dette var ikke mulig på grunn av koronasituasjonen. Det ville likevel vært slik at disse intervjuene måtte blitt sett opp mot informasjon funnet i sekundærinformasjonen, og om det her ikke var sammenfall ville sekundærinformasjonen vanskelig kunne overses når det gjelder å finne svar på problemstillingen.

Det jeg gjennomfører kan også karakteriseres som en tverrsnittundersøkelse; jeg “stopper” tiden og går inn i situasjonen på et gitt tidspunkt. En begrensning ved dette er at jeg ikke kan vite hvordan et fenomen kan påvirke et annet (Johannessen, Christoffersen & Tuft, 2011). Jeg vil for eksempel ikke kunne avdekke hvordan vedvarende fokus i media på etikk og samfunnsansvar over tid vil kunne påvirke resultatene i undersøkelsen (Borthen & Haugland, 2017).

## ***2.6 Avslutning***

Jeg har i dette kapitlet gjort rede for tradisjonell litteraturstudie som metode for å belyse problemstillingen. Jeg har fortalt hvor jeg har funnet og hvordan jeg har brukt sekundærinformasjon. Videre har jeg reflektert over egen rolle som forsker og eget ståsted i prosessen, beskrevet hvilke etiske problemstillinger som kan være forbundet med gjennomføringen og avrundet med hva som kunne vært gjort annerledes.

### **3. Juridiske rammer for virksomheten**

De juridiske rammene for forbrukslånbankene er i hovedsak finansforetaksloven, finansavtaleloven, gjeldsinformasjonsloven og forskrifter og retningslinjer gitt av offentlige myndigheter. Tiltak, retningslinjer, forskrifter og lovverk er i stadig endring, og påvirkes av tilsyn med tjenestene og utviklingen i samfunnet. De siste årene har det vært en voldsom vekst i forbrukslån, og den 04.04.2017 varslet regjeringen med bakgrunn i bekymring for utviklingen en offensiv i markedet for forbrukslån (Finansdepartementet, Barne- og familiedepartementet & Justis- og beredskapsdepartementet, 2017).

Med utgangspunkt i regjeringens offensiv fra 2017 vil jeg begynne med å ta for meg det sentrale lovverket som per mai 2020 gjelder i markedet for forbrukslån og utviklingen av dette før jeg tar for meg markedsføring av forbrukslån, kredittvurdering, vekst og lønnsomhet, mislighold og inkasso.

#### **3.1 Lovverk**

##### **3.1.1 Finansforetaksloven**

Drift av forbrukslånbanker er underlagt finansforetaksloven (2015). Formålet med loven er ”å bidra til finansiell stabilitet, herunder at finansforetak virker på en hensiktsmessig og betryggende måte.” For å drive forbrukslånbank er det nødvendig med konsesjon som bank, kredittforetak eller finansieringsforetak. Søknad om konsesjon sendes Finanstilsynet, og godkjennes av Finansdepartementet. Departementet kan også helt eller delvis tilbakekalle, endre eller sette nye vilkår for en tillatelse som er gitt dersom ”styret eller andre organer i foretaket har gjort seg skyldig i grov eller vedvarende overtredelse av plikter gitt i eller i medhold av lov, eller i henhold til konsesjonsvilkår eller vedtekter”. Tillatelse kan også tilbakekalles dersom foretaket ikke etterkommer pålegg gitt av Finanstilsynet (Finansforetaksloven, 2015). De fleste rene forbrukslånbanker driver under en bankkonsesjon. Forbrukslånbankene registreres i Finanstilsynets virksomhetsregister (tidligere Konsesjonsregisteret). Finanstilsynets virksomhetsregister inneholder informasjon om alle foretak og personer som har konsesjon og er under tilsyn av Finanstilsynet. Det er også mulig å drive som en agent for en forbrukslånbank, og dette skal da registreres i et finansagentregister hos den enkelte bank. Det kreves ikke konsesjon for å drive som agent, dette er noe som reguleres med avtale mellom forbrukslånbanken og agenten. Finansagenten er forbrukslånbankens medhjelper, og handler på veggen av foretaket. Det er foretakets plikt å påse at agenten opptrer i samsvar med foretakets egne plikter (Finanstilsynet, 2019h).

### **3.1.2 Finansavtaleloven**

Kredittgiver har i følge Finansavtaleloven § 47 en frarådingsplikt dersom denne ”må anta at økonomisk evne eller andre forhold på forbrukerens side tilsier at denne alvorlig bør overveie å avstå fra å ta opp kreditten eller fra å gjennomføre kredittavtalen” (Finansavtaleloven, 1999). Det er opp til låntaker å følge dette rådet eller ikke dersom kredittgiver fremdeles er villig til å gi kreditt. Om man ser bort fra etikk og fare for omdømmetap kan det for kredittgiver være en ren kost-nytte-vurdering i forhold til hvor mye risiko kredittgiver er villig til å ta for å oppnå ønsket avkastning (Borthen & Haugland, 2017).

### **3.1.3 Forskrift om fakturering av kredittkortgjeld mv.**

Forskriften gjelder utforming av oppfordring til og krav om betaling av skyldig beløp. Forskriften pålegger finansforetak å angi samlet utestående kreditt i beløpsfeltet ved fakturering av kredittkortgjeld. Kunngjort 04.04.2017 som del av regjeringens offensiv i markedet for forbrukslån (Finansdepartementet et al., 2017; Forskrift om fakturering av kredittkortgjeld mv., 2017).

### **3.1.4 Gjeldsinformasjonsloven**

Regjeringen la 15. juni 2015 fram en egen strategi for boligmarkedet, hvor det ble åpnet for å gi finansbransjen adgang til å etablere en ordning med registrering av privatpersoners gjeld. Ordningen er en del av ”Strategi for boligmarkedet” og er ett av mange tiltak som er ment å skulle gi en mer stabil utvikling av boligmarkedet. I følge pressemeldingen gis det i første omgang tillatelse til å registrere forbrukskreditter som kredittkortgjeld og usikrede forbrukslån. På sikt kan ordningen utvides med annen type gjeld, for eksempel boliggjeld, dersom erfaringene viser at dette er formålstjenlig. Det er altså kredittkortgjeld og usikrede forbrukslån det i første omgang ønskes en oversikt over. Barne-, likestillings- og inkluderingsminister Solveig Horne uttaler i pressemeldingen at en viktig årsak til gjeldsproblemene vi ser i dag, er at personer med svak økonomi kan ta opp svært mange forbrukskreditter i løpet av kort tid som følge av at kredittyster ikke har mulighet til å undersøke hvor mye gjeld personene har fra før. Horne uttaler at ”gjeldsproblemer er et betydelig samfunnsproblem som medfører store kostnader både for den som rammes og for samfunnet.” (Barne- og familiedepartementet, 2015).

Den 25.10.2016 sendte Barne- og familiedepartementet ”forslag til lov om registrering av enkeltpersoners gjeld (gjeldsregisterloven)” ut på høring (Barne- og familiedepartementet, 2016a). I høringsnotatets kapittel 2 står følgende om bakgrunnen for lovforslaget: ” Norske husholdninger har høy gjeld i forhold til inntekt, og gjeldsveksten har over flere år vært høyere enn inntektsveksten. Husholdningenes samlede gjeld er mer enn dobbelt så stor som disponibel inntekt, og er historisk sett på et rekordhøyt nivå. Forbrukslån uten sikkerhet utgjør en forholdsvis liten andel av husholdningenes samlede gjeld, men veksten i slike lån har vært høyere enn den generelle kredittveksten til personkunder de siste årene. Rentenivået på forbrukslån er gjennomgående høyt, og opptak av forbrukslån kan påføre enkelthusholdninger store økonomiske belastninger”. Videre står det at ”En viktig årsak til at forbruksgjelden kan bli for høy for enkelte, er at kredittyster ikke har mulighet til å skaffe seg en ajourført oversikt over søkerens samlede gjeldsbyrde ved vurdering av en kredittsøknad. Gjeldende rett gir verken adgang til å innhente eller verifisere opplysninger om gjeld på søknadstidspunktet annet enn fra kunden selv. I tilfeller hvor kredittvurderingen kun baseres på automatisk søk i tilgjengelige registre (kredittopplysning), eller søkeren ikke gir fullstendig informasjon om sine gjeldsforhold, kan kreditt derfor bli innvilget til søkere som har mye gjeld fra før.”

Ut fra formuleringene kan det se ut til at bakgrunnen for lovforslaget er å gi kredittyster mulighet til å få full oversikt over søkerens gjeldsbyrde for å unngå å gi for mye lån. Selv om ordningen i utgangspunktet opprettes for å gi en mer stabil utvikling av boligmarkedet, er hensikten at forbrukslånsbankene både skal bidra med informasjon og selv benytte registeret for en mer treffsikker kredittvurdering.

I sitt hørings svar 09.12.2016 uttaler Forbrukerrådet at ”forbrukernytten av gjeldsregister vil være høyst reelt og at det burde være like sentralt som gjeldsregistrenes bidrag til mer presis kredittvurdering” (Forbrukerrådet, 2016). Forbrukerrådet vektlegger altså i større grad interessen forbrukerne selv kan ha i å ha oversikt over sin egen gjeld.

Den 04.04.2017 presenteres gjeldsinformasjonsloven som del av regjeringens offensiv i markedet for forbrukslån (Finansdepartementet et al., 2017).

Den 01.11.2017 trer gjeldsinformasjonsloven i kraft. Formålet med loven er å tilrettelegge for sikker, ordnet og effektiv registrering og utlevering av gjeldsopplysninger for å bidra til bedre kredittvurderinger og å i tillegg forebygge gjeldsproblemer blant enkeltpersoner.



Sammen med den nye loven trer også en ny forskrift som gir nærmere regler for hvilke gjeldsopplysninger finansforetakene skal gi til gjeldsinformasjonsforetakene i kraft (Barne- og familiedepartementet, 2017; Gjeldsinformasjonsloven, 2017)

Den 22.06.2018 meldes det fra Barne- og familiedepartementet og Finansdepartementet at to selskaper får konsesjon til å drive virksomhet som gjeldsinformasjonsforetak. Det sies i nyhetssaken at regjeringens mål er å hindre at norske forbrukere går i luksusfellen.

”Regjeringen har derfor iverksatt en rekke tiltak for å få markedet for forbrukslån til å fungere bedre. Tiltakene hjelper på den ene siden bankene med å ta bedre beslutninger om hvem som bør få lån, og på den andre siden forbrukerne til å ta bedre beslutninger om egen økonomi,” sier finansminister Siv Jensen. (Barne- og familiedepartementet og Finansdepartementet, 2018). Vi ser her en vridning i kommunikasjonen fra regjeringen til også å fokusere på forbrukerne. Den 18.10.2018 får Experian som tredje selskap konsesjon til å drive virksomhet som gjeldsinformasjonsforetak (Barne- og familiedepartementet, 2018). Den 01.02.2019 kommer en veiledning om praktisering av gjeldsinformasjonsforskriften (Barne- og familiedepartementet, 2019).

### **3.1.5 Tilsyn med lovverk og virksomhet**

Finanstilsynet kontrollerer hvordan foretakene driver virksomheten i finansmarkedet, om de er finansielt solide og tåler skiftende økonomiske forhold og drives med et akseptabelt risikonivå. Tilsynet vurderer videre om styret og ledelsen i virksomheten er skikket til å ta det ansvaret de har, men det er styret og ledelsen i den enkelte virksomheten som har ansvaret for forretningsdriften. Finanstilsynet følger opp at regelverk og retningslinjer etterleves. Tilsynet skjer gjennom innrapportering og analyse av data og ved stedlige tilsyn. Finanstilsynet vurderer også makroøkonomiske forhold som kan utgjøre en risiko for den finansielle stabiliteten. Det utføres analyser av risikobildet for banker og andre aktører, og mulige kilder til fremtidige stabilitetsproblemer kartlegges. Finanstilsynet samarbeider med Forbrukertilsynet og Forbrukerrådet i spørsmål som angår forbrukere (Finanstilsynet, 2016).

Finanstilsynet offentliggjør to ganger i året en rapport kalt ”Finansielt utsyn”, hvor risikoen for finansielle stabilitetsproblemer i det norske finansmarkedet regelmessig analyseres og vurderes på bakgrunn av utviklingen i norsk og internasjonal realøkonomi. Rapporten omhandler også inntjening, soliditet og likviditet i finansforetakene.

### **3.2 Markedsføring av forbrukslån i Norge**

Markedsføring av forbrukslån er underlagt markedsføringsloven (2009), finansavtaleloven kapittel 3, § 46 (1999) som omhandler opplysningsplikt ved markedsføring av kredittavtale, og forskrift om markedsføring av kreditt (2017).

I tillegg har Finansieringsselskapenes Forening og Finans Norge (2017) i fellesskap utarbeidet en bransjenorm for markedsføring av forbrukslån og kredittkort som er forpliktende for medlemmer av organisasjonen.

Forbrukertilsynet (tidligere Forbrukerombudet) fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven. Forbrukertilsynet fører også tilsyn med kredittmarkedsføring, delvis ved direkte tilsyn med at bestemmelsene om kreditt fastsatt i finansavtaleloven kapittel 3 og forskrift om markedsføring av kreditt overholdes ut fra forbrukerhensyn, og delvis gjennom markedsføringsloven og det såkalte lovstridsprinsippet. Lovstridsprinsippet innebærer at markedsføring som strider mot ufravikelig spesiallovgivning som gjelder forbrukerbeskyttelse, også vil kunne anses som brudd på markedsføringsloven § 6.

Forskriften om markedsføring av kreditt kom i 2017 som en følge av lengre tids aggressiv markedsføring av forbrukslån og usikret kreditt. Konkurransen om kundene er hard, noe som gjenspeiler seg i markedsføringsmetodene. Forbrukerne både møter og har møtt budskap som ”Ikke utsett gleden, utsett betalingen”, ”Forbrukslån på dagen”, ”Skal du pusse opp hjemme” og ”Du bestemmer selv hva du bruker pengene til” på TV, i radio, i aviser, brev, e-post, telefon, SMS og i sosiale medier. Tilbud om betaling over kreditt tilbys i nettbutikker, i fysiske butikker og i reklame for kapitalvarer. Kredittkort har vært tilbudt til reisende på flyplasser. Forbrukslån har vært tilbudt brukt som egenkapital ved boligkjøp. Tvungen utstedelse av kredittkort har forekommet som krav ved opptak av boliglån. Markedsføringen har tidvis vært påtrengende og rettet mot svake grupper, noe som var bakgrunnen for at regjeringen i 2016 utredet hvilke muligheter myndighetene hadde til å regulere markedsføring av kreditt. Markedsføringen ble *i seg selv* ansett å være et bidrag til gjeldsproblemer i husholdningene (Barne- og familiedepartementet, 2016b).

Etter utredningen fremmet deretter regjeringen den 04.04.2017 en ny forskrift om markedsføring av kreditt (2017). Forskriften gjelder ”markedsføring av kreditt som er egnet til å påvirke fysiske personer til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville ha truffet.” De nye reglene går ut på at det ved markedsføring av kreditt ikke skal kunne fremheves hvor lett tilgjengelig den er; det skal ikke fremheves hvor raskt kunden kan få kreditten til disposisjon, hvor raskt svar man kan forvente på en søknad eller at søknadsprosessen er enkel. Opplysninger om søknadsprosess, behandlingstid og vilkår kan opplyses om i markedsføringen, men kan ikke gis mer fremtredende plass eller eksponering enn opplysninger om for eksempel kredittkostnadene. Markedsføring ved dørsalg er forbudt. Forbrukerombudet var glade for at regjeringen skjerpet reglene for kredittreklame, og uttalte at de nye reglene ville sette en stopper for den mest aggressive markedsføringen og styrke forbrukervernet (Borthen & Haugland, 2017; Forbrukerombudet (nå Forbrukertilsynet), 2017a).

Slik skulle det ikke gå. Om lag to måneder etter at forskriften ble innført gikk Forbrukerombudet gjennom 149 annonser samt en rekke utsendte e-poster og brev med reklame for kredittlån, og fant en rekke lovbrudd (Forbrukerombudet (nå Forbrukertilsynet), 2017b). ” Vi hadde håpet flere utlånere ville følge reglene, men slik er det ikke,” sier forbrukerombud Elisabeth Lier Haugseth. Forbrukerombudet så heller ingen tegn på at omfanget eller trykket i markedsføringen hadde avtatt.

I løpet av de seks første månedene i 2019 mottok Forbrukertilsynet ca. 60 klager på bransjenes markedsføring via e-post og SMS (Forbrukertilsynet, 2019a).

I en ny aksjon i 2019 gjennomgikk Forbrukertilsynet markedsføringen til 48 aktører i bransjen, og fant større eller mindre lovbrudd hos 36 av dem. Det ble funnet brudd på kravet om tilstedeværelse av prisopplysninger, og prisopplysninger med liten skrift. ”At vi finner tilfeller av prisopplysninger med liten skrift tyder på at annonsørene vet at de må ha de med, men ikke ønsker oppmerksomhet på dem. Bransjen burde være godt kjent med hva som kreves av de nå, og det er kritikkverdige at vi fortsatt finner så mange annonser som ikke overholder dette kravet”, uttalte Elisabeth Lier Haugseth, direktør i Forbrukertilsynet (Forbrukertilsynet, 2019b). I tillegg ble det funnet flere tilfeller av lovnader om raske lån, enkel søkeprosess og annonser som bare oppgir laveste rente.

Funnene gjort av Forbrukertilsynet tyder på en forretningspraksis hvor lønnsomhet står i fokus.

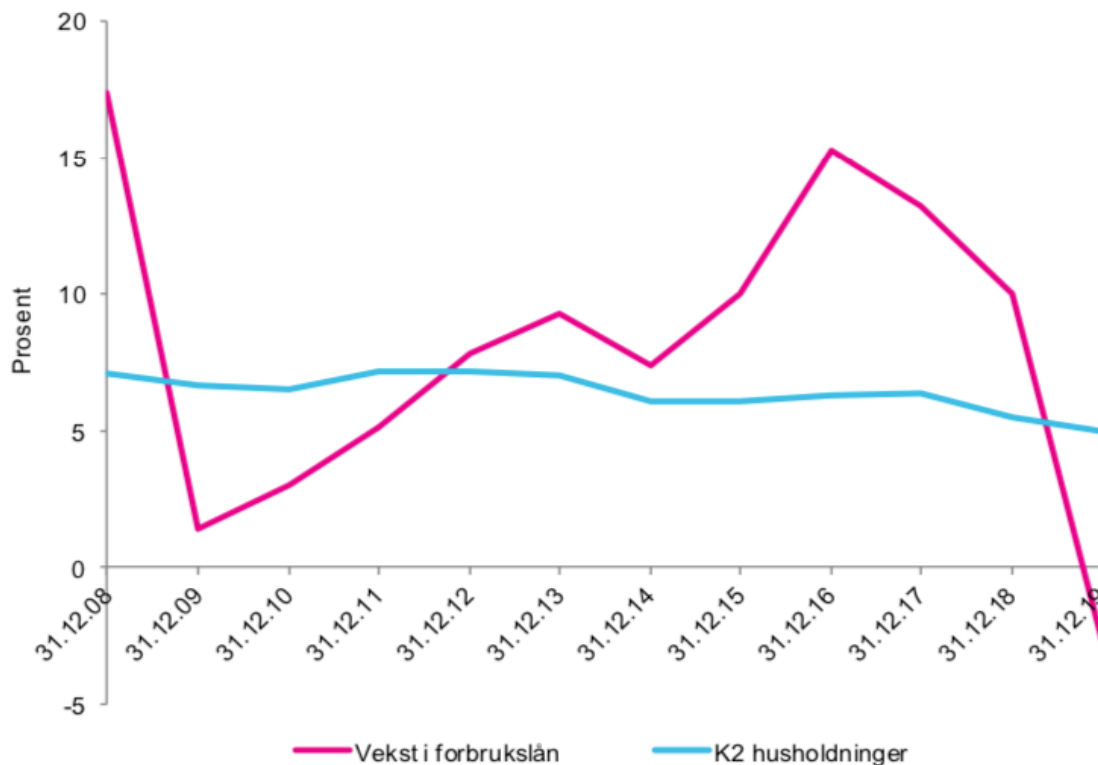
### ***3.3 Kredittvurdering***

Finanstilsynet fastsatte i juni 2017 retningslinjer for utlånspraksis for forbrukslån. I retningslinjene inngår på det tidspunktet at finansforetaket skal dokumentere at innvilgelse og forhøyelse av forbrukslån er basert på en forsvarlig kredittvurdering på grunnlag av utfyllende informasjon om lånekundens inntekter, utgifter og gjelds- og formuesforhold. Likningsdata bør alltid sjekkes, og gjeldsopplysninger bør sjekkes mot gjeldsregister. Relevante registre bør sjekkes for eventuelle betalingsanmerkninger. Videre skal finansforetaket i vurdering av kundens betjeningsevne legge inn en renteøkning på minst 5 prosentpoeng. Dersom kunden ikke har tilstrekkelige midler til å dekke normale utgifter til livsopphold etter en slik økning, bør lånet ikke innvilges. Lånet bør heller ikke innvilges om kundens samlede gjeld etter låneopptak utgjør mer enn fem ganger brutto årsinntekt (Finanstilsynet, 2017). En kartlegging av gjennomføringen per fjerde kvartal 2017 viste at det fortsatt var mange banker som ikke hadde innrettet utlånsvirksomheten i tråd med retningslinjene. Finanstilsynsdirektør Morten Baltzersen uttaler at dette ikke er tilfredsstillende og at Finanstilsynet vil følge opp bankenes etterlevelse fremover (Finanstilsynet, 2018). Finansdepartementet ba deretter i brev 19. juni 2018 Finanstilsynet om å utarbeide utkast til forskrift som fastsetter nærmere krav til finansforetakenes utlånspraksis, i tråd med Finanstilsynets retningslinjer om forsvarlig utlånspraksis for forbrukslån fra 2017. Ettersom retningslinjene fra 2017 ikke ble fulgt, innførte regjeringen i februar 2019 forskrift om krav til finansforetakenes utlånspraksis for forbrukslån gjeldende til 31.12.2020. Hensikten med forskriften er å dempe risikoen den økende forbruksgjelden utgjør for norsk økonomi (Finansdepartementet, 2019). Overgangen fra retningslinjer til forskrift fører til at kravene blir bindende.

### ***3.4 Utlånsvekst***

Utlånsveksten i forbrukslån har over mange år vært langt sterke enn den generelle kredittveksten. Veksten har vært drevet av spesialiserte forbrukslånsbanker etablert de siste 10 årene. Når forbruksgjeld utgjør en stadig større del av den totale gjelden, påvirker det rentene som betales. Ved utgangen av tredje kvartal 2019 utgjorde forbruksgjelden 4 prosent av den totale gjelden, men 12 prosent av de totale renteutgiftene. For 10 år siden utgjorde forbruksgjelden 2 prosent. Veksten i forbrukslån har vært sett som et problem fordi den har kommet på toppen av en allerede svært høy og økende boligkjøp (Finanstilsynet, 2019c).

I siste kvartal av 2019 ser vi en særlig tydelig bremset utlånsvekst. Nedgangen gjelder utlån både i norske forbrukslånbanker og filialer av utenlandske foretak. Utlånsveksten varierer mye mellom bankene, og er fortsatt høy i noen banker (Finanstilsynet, 2019g).

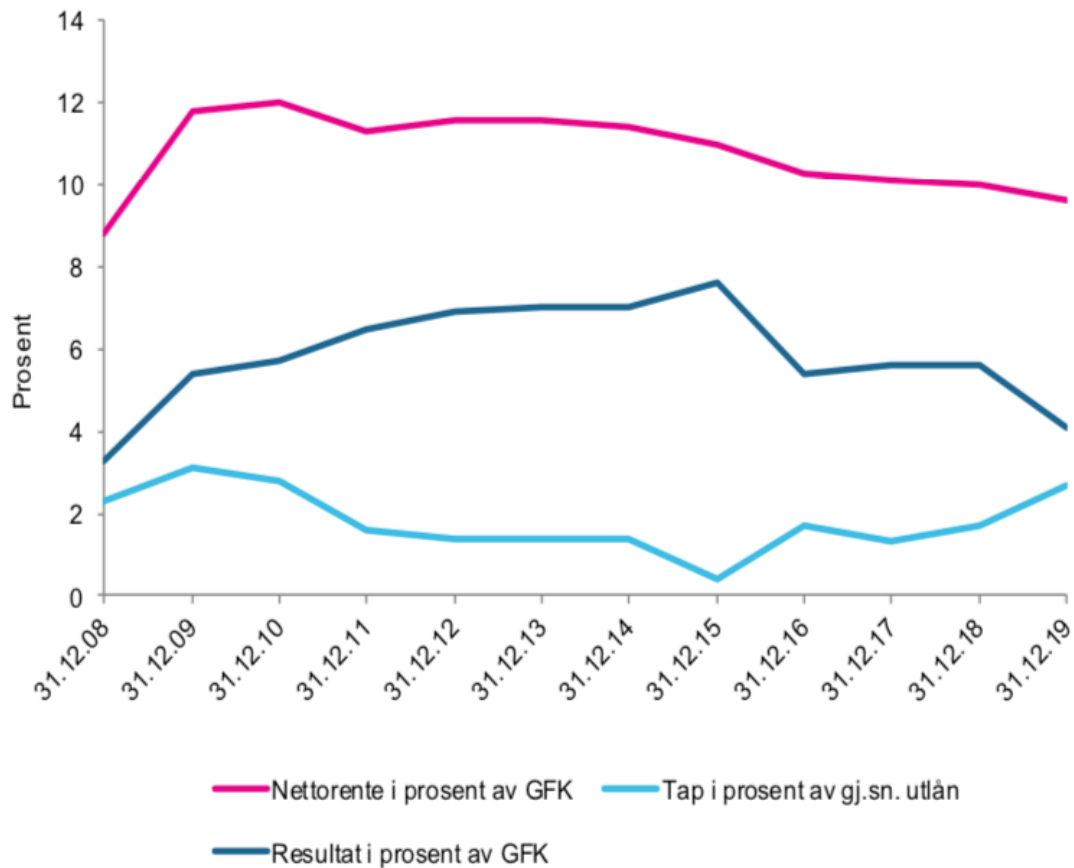


Figur 1 Utlånsvekst i Norge og K2-vekst. Kilde: Finanstilsynet.

Veksten har avtatt mest i norske forbrukslånbanker. Utenlandske banker øker utlånsveksten, og den nest største og den tredje største forbrukslånbanken på det norske markedet er per desember 2019 svenske banker (Jensen, 2019).

Selv om veksten har avtatt den siste perioden, har mislighold av forbrukslån økt. Statistikken på vekst henger sammen med mislighold, så det er naturlig å se på statistikken for mislighold og hva som skjer med misligholdte lån.

### 3.5 Tap, resultat og lønnsomhet



Figur 2 Kilde: Finanstilsynet

Med høye renter på utlån skal det en del til før forbrukslånsbankene får et reelt tap. Ved å selge misligholdte lån videre unngår bankene de store tapene. Selv om banken selger lånet videre vil innbetalte renter føre til at de allerede har gått i pluss, eller iallfall ikke har gått på et tap.

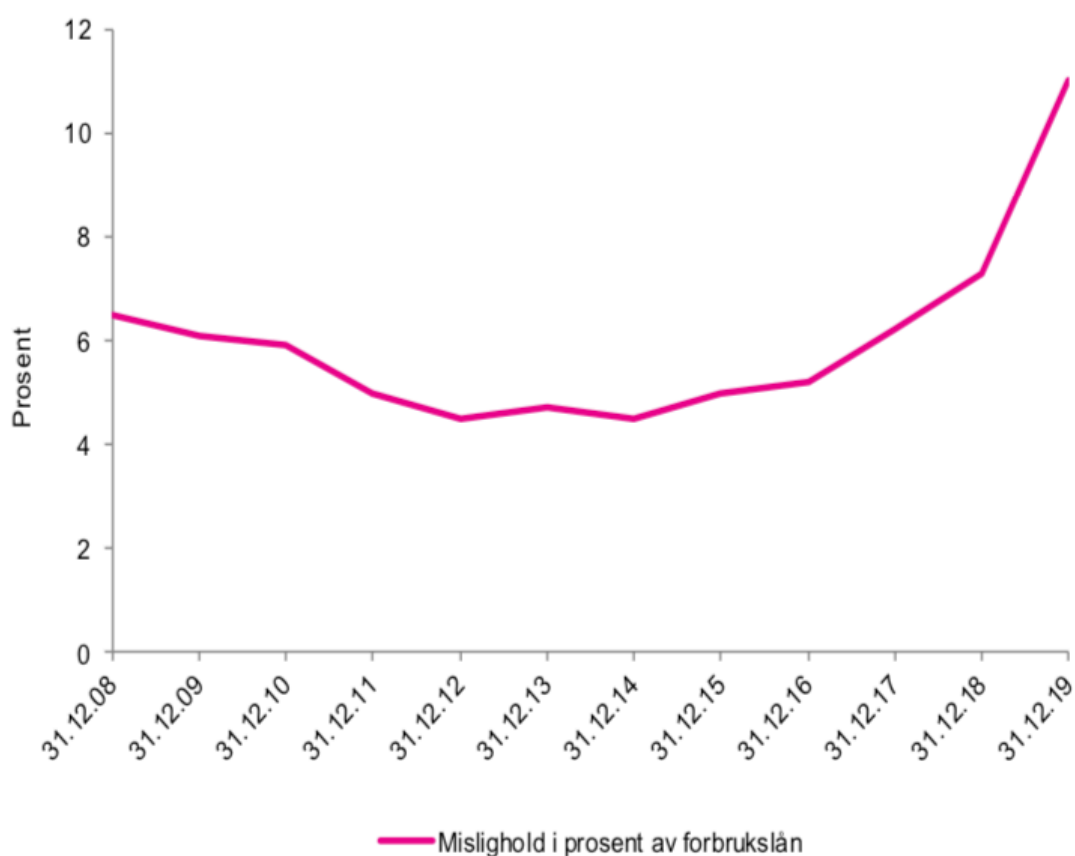
Lønnsomheten for foretakene samlet er fortsatt god, men samlet resultat er svekket og flere foretak går nå med underskudd. Sammenlignet med tidligere år har noe lavere netto renteinntekter og høyere tapsnivå gitt en nedgang i resultatet (Finanstilsynet, 2019g).

For å opprettholde en høy lønnsomhet er forbrukslånsbankene avhengig av stadig nye utlån.

### 3.6 Mislighold, forward flow og inkasso

#### 3.6.1 Mislighold

Forbrukslån misligholdes i betydelig større grad enn andre typer lån. I tillegg har det vært en markant økning i misligholdsandelen de siste årene, som denne oversikten fra Finanstilsynet viser.



Figur 3 Brutto misligholdte lån 90 dager. Kilde: Finanstilsynet

Ved utgangen av fjerde kvartal 2019 lå misligholdet på 11,0 prosent for foretakene i Finanstilsynets utvalg av 34 banker og finansieringsforetak som tilbyr forbrukslån uten sikkerhet til personkunder. Misligholdet for bankenes totale utlån var på samme tidspunkt 0,9 prosent. Dette var 1,6 prosentpoeng høyere enn ved utgangen av tredje kvartal, og 3,7 prosentpoeng høyere enn ved utgangen av 2018. For gruppen av spesialiserte norske forbrukslånsbanker økte misligholdsnivået med 6 prosentpoeng siste år til 15,8 prosent ved utgangen av 2019 (Finanstilsynet, 2019g). Statistikken for mislighold er derimot ikke en

fullstendig indikasjon på risiko for tap for bankene, ettersom forbrukslånsbankene i økende grad selger misligholdte lån. Etter Finanstilsynets oppfatning bidrar praksisen med å selge misligholdte lån til at bankens rapporterte mislighold ikke reflekterer den underliggende risikoen for mislighold som er knyttet til forbrukslån. Høy underliggende sannsynlighet for mislighold innebærer at en betydelig del av bankens kunder selv i gode tider får problemer med å betjene lånene bankene innvilger (Finanstilsynet, 2019e). Dersom det justeres for salg av porteføljer i 2019, ville tolv månedersveksten i Norge vært 1,6 prosent ved utgangen av 2019 (Finanstilsynet, 2019g).

### **3.6.2 Forward flow**

Det har vært en økning i salg av misligholdte låneporteføljer de siste årene. Det har også vært en dreining mot forward flow-avtaler, dvs. avtaler om løpende salg av misligholdte lån. Lånene selges raskt videre etter at de er konstatert misligholdt. Misligholdte lån selges gjerne videre en gang per måned, og til opptil 90 % av verdien. For forbrukslånsbankene fungerer dette som en risikoavlastning ettersom de er garantert raskt videresalg av misligholdte lån til en forhåndsbestemt pris. Fra 30. september 2018 til 30. september 2019 ble det videresolgt porteføljer for 9,0 milliarder (hvorav 5,2 milliarder var utlån i Norge). Antall krav som forbrukslån som har gått til inkasso er ca. 470 000. Tilsvarende tall for perioden 2017-2018 var 7,7 milliarder, og for perioden 2016-2017 var det 5,3 milliarder.

De seneste årene har det blitt etablert flere foretak med formål om å kjøpe porteføljer av misligholdte forbrukslån. Finansforetak som kjøper porteføljer av misligholdte lån, overlater ofte inndrivelsen av lånene til inkassoselskaper i samme konsern. På denne måten åpnes det for å bedrive "fremmedinkasso", hvor salærene som avkreves er mye høyere enn om selskapene skulle drive egeninkasso. Ved å velge en slik inndrivingsmodell vil den samlede inntjeningen på kjøpte krav øke for konsernet, ved at de får fremmedinkassosalærer i tillegg til inntekt ved inndrivelse av hovedstol og påløpte høye rentekrav. Ettersom forward flow-avtalene er bindende for finansieringsselskapene har Finanstilsynet presisert at de må sette av kapital for forpliktelser de har etter disse avtalene (Finanstilsynet, 2019a). Risikovekten vil være 150 prosent ettersom lånene som overtas, vil være misligholdte lån, jf. kapitalkravsforskriften § 5-11. Finanstilsynet vil følge opp at finansforetakene legger dette til grunn i praktiseringen av kapitalreglene (Finanstilsynet, 2019d).

Leder for kommunikasjon og samfunnskontakt i Bank Norwegian uttaler i et intervju i Adresseavisen at det er flere avveininger for og mot å selge porteføljer med misligholdte lån. Det kan være omstendigheter hvor det er fornuftig å selge, og ved å overlate vesentlig misligholdte lån til profesjonelle inkassoselskaper kan banken fokusere på



kjernevirksomheten. På spørsmål om det ikke er uansvarlig å kutte forbindelsen mellom banken og låntakerne (altså bankens kunder), svarer leder for kommunikasjon og samfunnsansvar at ”det er ikke uansvarlig å overdra vesentlig misligholdte fordringer til spesialiserte inkassoselskaper. Bank Norwegian er opptatt av å samarbeide med profesjonelle aktører, som følger det samme lovverket for inkassosaker som vi gjør. Det er viktig å påpeke at ved overdragelse av fordringen beholder kundene samme rettigheter overfor den nye eieren av fordringen.” (Okstad, 2018).

Fremveksten av selskaper som spesialiserer seg på avtaler om løpende kjøp av misligholdte lån indikerer at også dette er god butikk.

### **3.6.3 Inkasso**

Rapporten Finansielt utsyn fra juni 2019 viser at en femtedel av forbrukslånene går til inkasso (Finanstilsynet, 2019b). I Norge er kreditorvernet sterkt, og muligheten for inndrivelse av kravene er stor. Samfunnet stiller store ressurser tilgjengelig gjennom namsfogdene som har mulighet til å gjøre inngripende tiltak ovenfor skyldnere med beslag i lønn eller andre formuesgoder. Det er skyldneren som betaler kostnadene.

I tillegg til å drive fremmedinkasso med mulighet for høye salærer som vi har sett mulighet for i gjeldende inkassolovgivning, åpner også inndrivelse av forbrukslån for en ekstra gevinst basert på Forsinkelsesrenteloven § 3, som sier at ”løp det rente i forholdet før betalingsplikt inntrådte, kan fordringshaveren i stedet for forsinkelsesrente etter første ledd kreve den løpende renten.” (Forsinkelsesrenteloven, 1976). I stedet for den sedvanlige forsinkelsesrenten som settes hvert halvår basert på den pengepolitiske styringsrenten per 1. januar og 1. juli tillagt minst 8 prosent, vil forsinkelsesrenten være det samme som renten som var på det opprinnelige forbrukslånet. Dette kan være med og forklare interessen som finnes for å overta misligholdte forbrukslån.

## **3.7 Stedlig tilsyn, tiltak og utvikling i markedet**

I mai 2019 presenterte Finanstilsynet en rapport fra stedlig tilsyn i seks forbrukslånsbanker (Finanstilsynet, 2019f). Tilsynet ble utført hos Bank Norwegian, Easybank, Instabank, Komplet Bank, Monobank og Santander Consumer Bank. Formålet med tilsynene var blant annet å kartlegge om forbrukslånsbankene etterlevde retningslinjene for forsvarlig

utlånspraksis. Resultatene var relativt nedslående. Tilsynene viste at flere av bankene ikke hadde (eller først nylig hadde) tilpasset seg viktige bestemmelser i retningslinjene.

Tilsynene viste at bankene ved vurdering av betjeningsevne ikke tok hensyn til alle relevante utgifter (for eksempel utgifter til bolig, bil, SFO og barnehage). Etter Finanstilsynets oppfatning overvurderte alle bankene søkeres betjeningsevne i betydelig grad. Kunder som i henhold til retningslinjene ikke burde fått lån, og som etter bankenes egne modeller viste en betydelig risiko for å få betalingsproblemer, ble likevel innvilget lån. Dette er i strid med god forretningsskikk. Finanstilsynet uttalte at de forventer at styret i bankene påser at modellene for å beregne betjeningsevne endres, slik at alle relevante kostnader blir tatt hensyn til. For å fastsette rente på lån og sile ut kunder som forventes å utgjøre en høy risiko bruker bankene scoringmodeller. Grenseverdien som skal føre til automatisk avslag, tilsvarte i flere av bankene en sannsynlighet på over 20 prosent for at kunden ville få betalingsanmerkning innen 12 måneder. Finanstilsynet ba styrene i bankene med høye grenseverdier vurdere om en slik praksis er forenelig med en kredittvurdering som skal forhindre at forbrukere tar opp lån som kan påføre dem økonomiske problemer. I tillegg viste tilsynene at flere banker underveis i søknadsprosessen tilbyr kundene høyere lån enn de har søkt om. Finanstilsynet mener dette strider mot god forretningsskikk. Alle bankene som ble undersøkt har solgt misligholdte lån, og de fleste bankene har inngått avtaler om løpende salg av misligholdte lån.

Forbrukerrådet ser med bekymring på utviklingen i forbrukslånmarkedet og reagerte sterkt på funnene i tilsynene. ”Konklusjonen er at når bankene blir gransket, så avsløres det at de ikke klarer å utføre det bankhåndverket som samfunnet krever av dem. Det naturlige spørsmålet er om disse bankene i det hele tatt er skikket til å operere i markedet,” uttalte Inger Lise Blyverket, direktør i Forbrukerrådet (Forbrukerrådet, 2019). Forbrukerrådet mener at det første som må gjøre er å få på plass en ny finansavtalelov med en avslagsplikt som erstatning for dagens frarådningsplikt. Deretter bør det gjøres tiltak for å begrense adgangen til å selge misligholdte lån, til å ta beslag i lønn og trygd og det må settes en stopper for ulovlig markedsføring. Blyverket går langt i å antyde at bankene bør miste konsesjonene midlertidig eller permanent som følge av manglende struktur for å sikre god forretningsskikk (Forbrukerrådet, 2019).

Funnene i tilsynene tyder på en forretningspraksis hvor lønnsomhet står i fokus.

## **4. Etikk og samfunnsansvar**

Jeg vil i dette kapitlet først ta for meg samfunnsansvar generelt og trekke frem teorier som er interessante for problemstillingen, før jeg går over til etikk og gjør det samme.

### ***4.1 Generelt om samfunnsansvar***

Bedriftens samfunnsansvar er den norske oversettelsen av det amerikanske begrepet Corporate Social Responsibility, forkortet CSR. Begrepet CSR har oppstått i et system som i større grad enn i Norge overlater til bedriften selv å påta seg samfunnsansvar, og mange mener at det fortsatt er et begrep som passer best til amerikanske forhold (Carson, Skauge & Keeping, 2019). I USA er det en lavere grad av markedsregulering og lavere skatter, noe som både gir rom for, og kanskje forventning om, at bedrifter skal bidra til samfunnsnyttige formål.

Det finnes en rekke definisjoner av CSR eller samfunnsansvar. Dahlsrud analyserte i 2008 37 ulike definisjoner av CSR, og fant at definisjonene i stor grad var sammenfallende og inneholdt opptil fem dimensjoner: en miljødimensjon, en sosial dimensjon, en økonomisk dimensjon, en interessentdimensjon og en frivillighetsdimensjon (Dahlsrud, 2008). Mange definisjoner vil dermed kunne ha lik ordlyd, men jeg vil trekke frem definisjonen fra Stortingsmelding nummer 10 fra 2008-2009, som omhandler næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi, og ISO 26000 som fremhever etisk atferd som del av samfunnsansvar.

#### ***4.1.1 Stortingsmelding nummer 10 (2008-2009)***

Stortingsmelding nummer 10 (2008-2009) definerer samfunnsansvar slik: ”samfunnsansvar [...] innebærer at bedrifter *integrerer sosiale og miljømessige hensyn i sin daglige drift og i forhold til sine interessenter. Samfunnsansvar innebærer hva bedriftene gjør på en frivillig basis utover å overholde eksisterende lover og regler i det landet man opererer.*” (Utenriksdepartementet, 2009) (Borthen & Haugland, 2017).

#### ***4.1.2 ISO 26000***

Standarden ISO 26000 inneholder følgende definisjon av samfunnsansvar: “Social Responsibility (SR) is the responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment through transparent and ethical behaviour that: Contributes to sustainable development, including the health and welfare of society; Takes into account the expectations of stakeholders; Is in compliance with applicable law and consistent with international norms of

behavior, and; Is integrated throughout the organization and practised in its relationships.” (ISO, 2010). ISO 26000 definerer altså etisk atferd som en del av samfunnsansvar (Borthen & Haugland, 2017).

#### **4.1.3 *Finans Norge og samfunnsansvar***

Finans Norge er hovedorganisasjon for finansnæringen i Norge og representerer mer enn 25 000 bedrifter med omtrent 50 000 ansatte. Finans Norge utarbeidet høsten 2015 bransjens egen etikkplakat, hvor det blant annet fremheves at bedrifter som er tilsluttet organisasjonen forplikter seg til å spre kunnskap om personlig økonomi til kunder generelt og til ungdom spesielt slik at disse får grunnlag for å ta gode økonomiske beslutninger (Finans Norge, 2015) Forbrukerombudet uttaler følgende om etikkplakaten (Nergård, 2016): ”En etikkplakat kan være til god hjelp når man skal balansere samfunnsoppdrag og butikk – men da må den ikke bare henges på veggen. Den må inn i den kollektive bevisstheten til alle som arbeider i banknæringen.” (Borthen & Haugland, 2017).

Finans Norge utga i 2010 publikasjonen “Penger forplikter” som gir råd, tips og lenker til hvordan finansbedriftene kan arbeide strategisk med samfunnsansvar. I publikasjonen trekkes det frem noen hovedområder organisasjonen mener finansbedriftene bør prioritere, samt en sjekklister over punkter å være oppmerksom på under hvert hovedområde. Blant hovedområdene finner vi forholdet til kunder og medarbeidere, etikk, eierstyring og selskapsledelse, rapportering og produkter. I sjekklister ser vi blant annet at utarbeidelse av prinsipper for god selskapsledelse og forankring og oppfølging av etiske retningslinjer hos ansatte inngår, sammen med samfunnsansvar i kredittvurdering. Rapportering foreslås gjort med tredelt bunnlinje (økonomisk, miljø, sosialt), og det fremheves at bedriftens ansvar er å søke løsninger som forener lønnsom drift med positive miljø- og sosiale effekter, og minimerer eventuelle negative konsekvenser (Borthen & Haugland, 2017; Finans Norge, 2010).

#### **4.1.4 *Norsk anbefaling om eierstyring og selskapsledelse***

Norsk utvalg for eierstyring og selskapsledelse (NUES) har utarbeidet den norske anbefalingen om eierstyring og selskapsledelse. Anbefalingen retter seg i første rekke mot børsnoterte selskaper, men gjelder også, så langt den passer, for sparebanker med noterte egenkapitalbevis og kan også brukes av ikke-børsnoterte selskaper med spredt eierskap og hvor aksjene er gjenstand for regelmessig omsetning. NUES sier følgende om etikk og

samfunnsansvar: “Styret bør klargjøre selskapets verdigrunnlag og i samsvar med dette utforme retningslinjer for etikk og samfunnsansvar.” (Borthen & Haugland, 2017; NUES, Norsk anbefaling/2014).

#### **4.1.5 Råd fra Næringslivets hovedorganisasjon**

Næringslivets hovedorganisasjon (NHO) er den største interesseorganisasjonen for bedrifter i Norge. NHO uttaler følgende: “Styret har det overordnede ansvaret for bedriftens samfunnsansvar. Styret er ansvarlig for bedriftens strategi for samfunnsansvar, fastlegger bedriftens retningslinjer, og har et tilsyns- og kontrollansvar.” (NHO, 2013). NHO har også utarbeidet konkrete råd i form av en sjekkliste for hvordan styret kan jobbe med samfunnsansvar:

1. Kjenner du bedriftens interessenter i samfunnet?
2. Har du klart og tydelig vist dine ansatte i bedriften hva slags praksis som er akseptabel?
3. Har dere en god bedriftskultur?
4. Vet du hvilke miljøutfordringer bedriften har og kan komme til å få?
5. Har du produksjon i eller handler du med land der de politiske og sosiale forholdene er vesentlig annerledes enn i Norge?
6. Kan du dokumentere at din bedrift tar samfunnsansvar?

Styret skal godkjenne mål og retningslinjer for en bedrift. Ved å fastsette retningslinjer for etikk og samfunnsansvar tydeliggjør styret at samfunnsansvar er viktig. Forslag til retningslinjer kan utarbeides av ledelsen. Styret vurderer og vedtar deretter retningslinjene, og påser at ledelsen kommuniserer budskapet til de ansatte. Retningslinjene skal gjelde for alle ansatte i virksomheten og forteller hvilken standard virksomheten skal etterleve. Når disse retningslinjene utarbeides i mindre bedrifter er det viktig at omfanget er tilpasset bedriftens marked og det samfunn bedriften befinner seg i (Borthen & Haugland, 2017).

#### **4.1.6 Framvekst av et nytt syn på samfunnsansvar**

Det har ikke alltid vært forventet at bedrifter skal bidra til samfunnsnyttige formål, og det kan være nyttig med et tilbakeblikk for å forstå framveksten av dette synet. Både bedriftsledere og allmennheten har gradvis endret syn på det ansvaret store selskaper har. Mye av diskusjonen har dreid seg om det er mulig for bedrifter å være ansvarlige, eller om det er noe bare enkeltmennesker kan være.

På den ene side kan det virke søkt å hevde at en bedrift i seg selv kan være ansvarlig for noe, ettersom den ikke kan føle skyld og ansvar. Det går likevel et skille mellom moralsk ansvar og juridisk ansvar. Juridisk kan en bedrift helt klart være ansvarlig. Bedriften vil for eksempel ha plikt til å betale skatt selv om den ikke er en fysisk person. Bedrifter er i definert som en juridisk person med plikter (Store norske leksikon, 2020).

Et av spørsmålene som kan oppstå, er om det lønner seg med ansvarlighet. Innenfor fagfeltet har to tankeskoler stått noe mot hverandre. Den ene, ansvarlighet koster, hevder at det er en motsetning mellom lønnsomhet og det å ta ansvar. Den andre, etikk er god butikk, hevder at det finnes tiltak for samfunnsansvar som bedrifter kan tjene penger på å gjennomføre, og at bedrifter bare bør gjennomføre de tiltakene som er lønnsomme. Samfunnsansvar brukes her som et strategisk virkemiddel for å øke egen lønnsomhet. Det er en utbredt oppfatning at det å ta et samfunnsansvar er en utgift som er nødvendig for å styrke sin markedsposisjon, verdiskapning og profitt. Altså det vi kan se på som «en utgift til inntekts ervervelse». Det betyr altså at en ser på samfunnsansvar som en del av virksomhetens verdiskapning, og som betydningsfull for bedriftens videre eksistens. Bedriften virker ikke bare i et marked, men også i en kultur, et lokalsamfunn, og et politisk system. Det er forståelsen av at en bedrift ikke bare er en forretningsvirksomhet, men også en samfunnsinstitusjon (Borthen & Haugland, 2017).

Ideen om at bedrifter har et samfunnsansvar ble fremmet allerede i 1924 av Oliver Sheldon i boken "The philosophy of management". Sheldon argumenterer for at "arbeideren er primært en person og borger; livet i fabrikk påvirker det sosiale livet, og ledelsen har derfor et samfunnsansvar" (Sheldon, 1924).

"For et halvt århundre siden ble det forventet at bedrifter fokuserte på å produsere varer og tjenester til fornuftige priser; i dag holdes bedrifter ansvarlige for en rekke problemer som involverer rettferdighet og livskvalitet" sier Donaldson og Dunfee (2002). Etter Donaldson og Dunfees syn endres bedrifters utfordringer i takt med "samfunnskontrakten". Filosofen Jean-Jacques Rousseau beskrev i 1762 samfunnskontrakten som en pakt eller tenkt kontrakt der enkeltindivider underkaster seg folkeviljen og gir fra seg en viss grad av frihet til en felles statsmakt i bytte mot beskyttelse eller andre goder (Bertram, 2013).

I boken "The wealth of nations" fra 1776 sier den skotske samfunnsøkonomen og sosialfilosofen Adam Smith (1723-1790) at "... hvert enkelt menneske jobber for å gjøre den totale årlige inntekten i samfunnet så høy som han kan. Han har ikke til hensikt å fremme

allmenne interesser, og vet heller ikke hvor mye han fremmer dem. Han foretrekker innenlands fremfor utenlandsk industri med tanke på egen sikkerhet, og styrer denne industrien på en slik måte at produksjonen er av størst mulig verdi ut fra tanken om egen vinning, og ledes, som i mange andre tilfeller, av en *usynlig hånd* (egen utheving) til å fremme et mål som ikke var del av hensikten. Det er heller ikke alltid en ulempe for samfunnet at det ikke var en del av hensikten. Ved å fremme egne interesser fremmer han ofte samfunnets interesser på en bedre måte enn om han virkelig ønsket å fremme dem. Jeg kjenner ikke til at det er gjort så mye godt av de som ønsker å drive handel til samfunnets beste.” (Smith, 1902).

Noen av de første akademikerne som *diskuterte* temaet var Adolf A. Berle og E. Merrick Dodd i en serie artikler i Harvard Law Review i 1932. Berles standpunkt var at bedrifter bare var ansvarlige overfor bedriftens aksjeeiere, mens Dodd argumenterte for at bedriftsledere var ansvarlige overfor samfunnet som helhet. Kjernen i Dodds argument var at bedrifter hadde et sosialt ansvar for samfunnet fordi moderne bedrifter er ”tillatt og oppmuntret av loven primært fordi de er til tjeneste for samfunnet og ikke fordi de er en profittkilde for eierne”. I 1954 erklærte Berle at diskusjonen i alle fall i øyeblikket var avgjort i favør Dodd (Cochran, 2007). Dodd hevder videre at dersom det stemmer at vi gjennomgår en betydelig endring i samfunnets holdning til hvilke forpliktelser bedrifter har overfor samfunnet, så er det naturlig å forvente at dette igjen vil ha en viss effekt på holdningene til bedriftsledere. Utviklingen av en holdning i samfunnet om at bedrifter har ansvar for ansatte og kunder vil ha en tendens til å påvirke handlingene til de beste bedriftslederne. Hovedhensikten med juridisk tvang vil da være å heve de som ikke oppfanger den nye tidsånden opp til den standarden deres mer opplyste konkurrenter vil ønske å adoptere frivillig (Dodd, 1932).

I 1970 publiserte den amerikanske økonomen Milton Friedman en tekst i New York Times Magazine med tittelen ”The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”. Her argumenterer han sterkt for at det bare er mennesker som kan ha ansvar, ikke bedrifter, og heller ikke ledere i bedrifter. Ledere i bedrifter er agenter for eierne, ikke prinsipaler. Dersom ledere i bedrifter skal ha samfunnsansvar, betyr det at de må handle på en måte som ikke er i bedriftens interesse, for eksempel ved å avstå fra å øke prisen på et produkt for å bidra til det sosiale målet om å forhindre inflasjon, selv om en prisøkning ville vært det beste for bedriften. Dette vil innebære å bruke eiernes penger i samfunnets interesse. Videre hevder han at dersom bedriftsledere bruker penger på denne måten så tar de på seg det offentliges rolle, og samler inn skatter med den ene hånden og bestemmer hvordan de skal brukes med den

andre. Han deler Adam Smiths skepsis til de som ønsker å drive handel til samfunnets beste, og sier at i et fritt samfunn har bedrifter bare ett samfunnsansvar, og det er å bruke ressursene og delta i aktiviteter for å øke profitten, så lenge de holder seg innenfor spillereglene og driver med åpen og fri konkurranse uten bedrag eller svindel (Friedman, 1970).

Både Friedman og Smith argumenterte for at bedrifter skal fokusere på profitt. Så hva har endret seg?

Globalisering og etablering av produksjon i nye markeder har vært en stor medvirkende årsak til at det settes mer fokus på samfunnsansvar. Fokus på problemstillingene i media og etter hvert på sosiale medier har også gjort sitt til å endre bevisstheten på området.

Det finnes en rekke modeller som er laget for å forklare og forstå CSR. Alle modeller er sterke forenklinger av virkeligheten. For bedre å forklare en kompleks virkelighet fokuseres det på trekk som anses viktige, mens andre elementer lukes bort. Teoretiske modeller kan derfor ikke gjenspeile virkeligheten fullstendig. For bedre å forstå CSR er det derfor nyttig å se på flere modeller for å få et mer utfyllende bilde.

Jeg begynner med å ta for meg Carrolls CSR-pyramide og begrepet den triple bunnlinjen, før jeg går over til legitimitetsteori, interessenteori og institusjonell teori og kobler samfunnsansvar sammen med etikk. Modellene som er valgt fungerer som et teoretisk rammeverk for oppgaven.

#### **4.1.7 Carrolls CSR-pyramide**

Archie B. Carroll identifiserer i en artikkel fra 1979 fire områder for bedrifters samfunnsansvar: det økonomiske, det juridiske, det etiske og det filantropiske. I artikkelen ”*The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders*” fra 1991 går han videre og setter disse inn som byggeklosser i en pyramide (A. Carroll, 1991). Pyramiden velges som geometrisk design fordi den er intuitiv og enkel å forstå. Det økonomiske ansvaret står nederst som den største klossen, og er grunnlaget som alle de andre klossene hviler på. Størrelsen på klossene viser også implisitt den relative viktigheten av komponentene. Uten et stabilt, økonomisk fundament er det ikke mulig å oppfylle samfunnet resterende forventninger. Samfunnet forventer at bedrifter overholder lover og regler. I tillegg forventes det at bedrifter opptrer på en etisk forsvarlig måte. Til slutt forventes bedrifter også å opptre som en ”god borger” og gi tilbake og bidra



med finansielle, fysiske og menneskelige ressurser til samfunnet det er en del av (A. B. Carroll, 2016).

Ingen metaforer er perfekte, heller ikke CSR-pyramiden. I artikkelen fra 1991 pekes det på at pyramiden er ment å vise at det totale samfunnsansvaret til bedrifter består av klart definerte komponenter som i sum utgjør et hele. Komponentene er ikke ment å være gjensidig utelukkende, og er ikke satt sammen for vise kontrasten mellom det økonomiske ansvaret og de andre kategoriene. En gjennomgang vil hjelpe bedriftsledere til å se at de ulike områdene for samfunnsansvar er i et konstant, men dynamisk spenningsforhold til hverandre. Carroll påpeker at det totale samfunnsansvaret står i sterk kontrast til det klassiske, økonomiske argumentet om at ledelsen bare har ansvar for å maksimere lønnsomheten på vegne av eierne, slik det forfektes av blant annet Milton Friedman. Carroll mente at ideen om CSR passet naturlig sammen med interessentmodellen (A. Carroll, 1991).

I 2016 legger Carroll enda mer vekt på etikk, og sier at etikk bør ses som en faktor som skjærer gjennom hele pyramiden og farger alle de andre kategoriene. Etske betraktninger er tilstede i alle kategoriene. Den økonomiske kategorien baserer seg på en forutsetning om at vi er i et kapitalistisk samfunn hvor jakten på profitt ses på som rimelig; kapitalismen er altså et system hvor det ses som etisk riktig at aksjeeiere får en avkastning på investeringen. I den juridiske kategorien forutsettes det at lover og regler har vokst fram og er laget med bakgrunn i en etisk betraktning om at de er riktige og til forsvar for forbrukere, ansatte eller miljøet. Lovene kan ses som en type ”kodifisert etikk”. Den etiske kategorien i modellen forutsetter mer enn passiv etterfølgelse av loven. Det forutsettes at man kanskje kan forutse fremtidige lover og i alle henseender etterstreber hva som ligger over alle lover; det som drives av rettskaffenhet. I den filantropiske kategorien er bedrifters handlinger noen ganger strategisk motivert og utført for å fremstå riktig, men noen utfører også filantropiske handlinger for å gjøre det riktige. I disse tilfellene kan filantropi ses som etisk motivert eller altruistisk.

#### **4.1.8 Den triple bunnlinjen (TBL)**

I boken *Cannibals with forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business* fra 1997 presenterer John Elkington begrepet ”den triple bunnlinjen”. Han argumenterte for at bedrifter i framtiden må rapportere på mer enn én bunnlinje for å vinne forbrukernes hjerter, hoder og penger (Elkington, 1997).

*Den økonomiske bunnlinjen* handler om den økonomiske verdien bedrifter genererer etter at kostnader er fratrukket. I denne sammenhengen er det ikke bare internt i bedriften, men også den økonomiske innvirkningen har på samfunnet. Økonomisk kapital omfatter bedriftens fysiske og finansielle kapital, men også humankapital og intellektuell kapital. Måling av økonomisk kapital gjøres i de fleste land gjennom en lovpålagt, finansiell årsrapport. I tillegg er det mer og mer vanlig å publisere en bærekraftsrapport som i større grad viser hvilken innvirkning bedriften har på omgivelsene (Carson et al., 2019)

*Den miljømessige bunnlinjen* handler om hvordan virksomhetens aktiviteter virker inn på det ytre miljøet. Eksempler på dette kan være avfallshåndtering bruk av råvarer. Bedrifter som driver etter tanken om en trippel bunnlinje vil måtte gjøre mist mulig skade på miljøet. Miljøkapital omfatter fornybare og ikke-fornybare naturressurser. Måling av miljøkapital gjøres gjennom en miljørapport. I Norge er det lovpålagt rapportering av ytre påvirkning. Videre finnes det en rekke miljøstandarder bedrifter kan slutte seg til (Carson et al., 2019).

*Den sosiale bunnlinjen* handler om bedriftens effekt på mennesker. Internt i bedriften er temaene blant annet arbeidsbetingelser og diskriminering av ansatte, eksternt kan temaene være menneskerettigheter, korrupsjon og bidrag til lokalsamfunnet. Bedrifter som driver etter tanken om trippel bunnlinje vil måtte betale ordentlige lønninger og unngå å utnytte samfunnet. Sosial kapital omfatter de goder bedriften har i form av sosiale forbindelser, men også verdier som tillit, goodwill og lojalitet. Når det gjelder måling av sosial kapital er det mindre klart hvordan dette kan gjøres på en enhetlig måte. Det finnes en rekke ulike standarder, både for avgrensede områder som menneskerettigheter og mer omfattende standarder som ISO 26000 som tar for seg alle sidene ved bedriftens samfunnsansvar. I Norge er det lovpålagt å rapportere om samfunnsansvar, herunder menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, sosiale forhold og bekjempelse av korrupsjon (Carson et al., 2019).

I en artikkel i Harvard Business Review fra 2018 går Elkington langt i å trekke tilbake begrepet. Han mener at begrepet er tatt og utvannet av regnskapsførere og konsulenter, og at det ikke brukes riktig. Tusenvis av TBL-rapporter produseres årlig, uten at det er klart om resulterende data blir samlet inn og analysert på måter som hjelper beslutningstakere med å spore, forstå og styre de systematiske effektene av menneskelige aktiviteter. Det fremstår for Elkington som tydelig at den triple bunnlinjen ikke har klart å begrave paradigmat med den ene (økonomiske) bunnlinjen. Alt måles og gjøres om til kroner og øre. TBL var ikke designet for bare å være et regnskapsverktøy. Det var ment å gi opphav til dypere tanker om

kapitalismen og dens framtid, men mange av de tidlige brukerne forstod konseptet som en balansegang og tok i bruk en avveiningsmentalitet. Det var opprinnelig tenkt som en systemendring; en genetisk kode eller trippel heliks som skulle endre morgendagens kapitalisme, med fokus på gjennombruddspreget endring, disruptjon, asymmetrisk vekst (med parkering av ikke bærekraftige sektorer på sidelinjen) og skalering av neste generasjon markedsløsninger. Ettersom dette er langt fra hvordan TBL brukes i dag er det på tide å trekke konseptet tilbake, fordi det enten er nødvendig å gire opp eller trekke seg ut og gjøre finjusteringer (J. Elkington, 2018). TBL er likevel interessant å se på ettersom det anbefales brukt av Finans Norge som del av rapportering om samfunnsansvar (Finans Norge, 2010).

#### **4.1.9 Interessentteori**

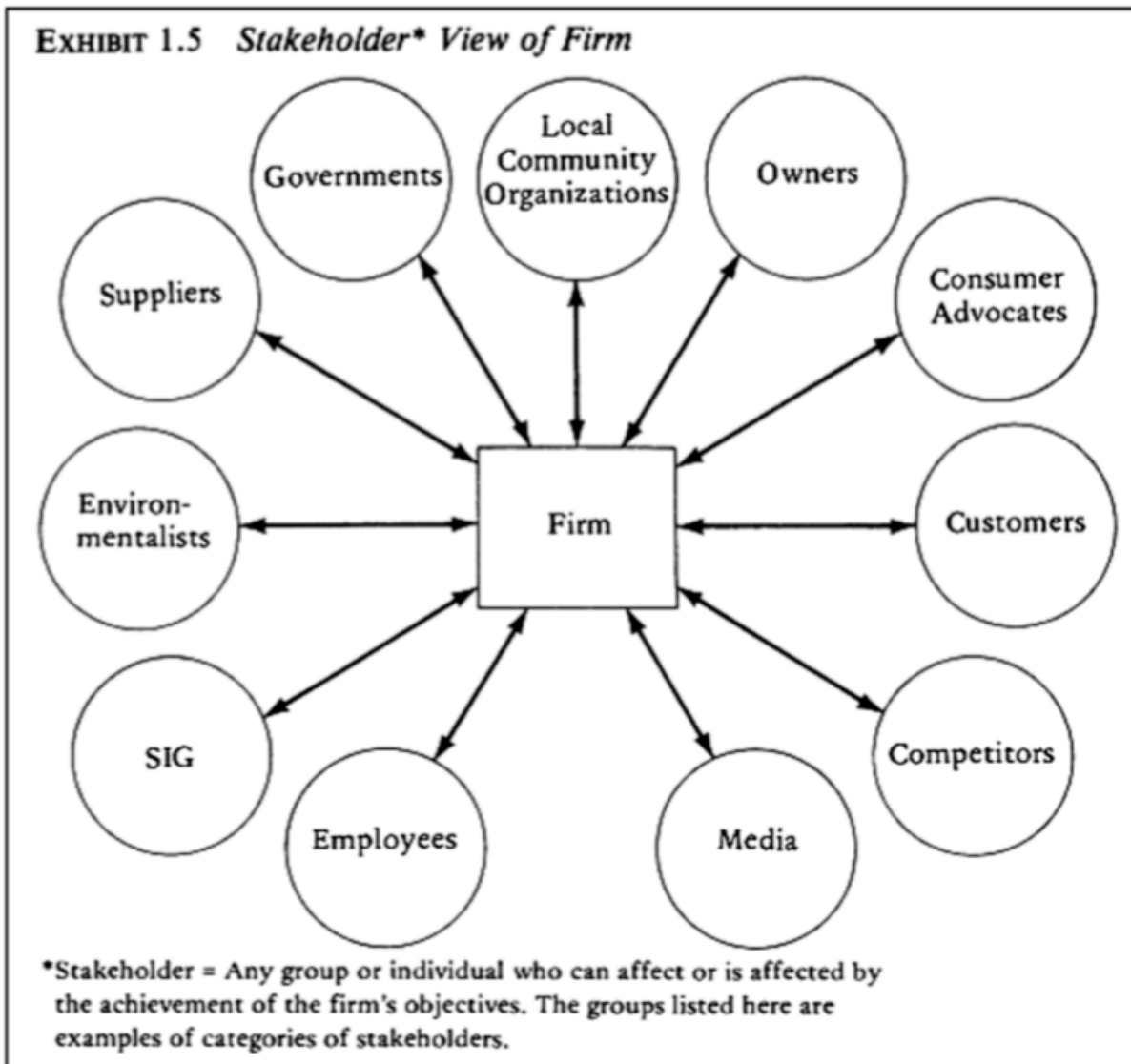
Med boken ”Strategic Management: A stakeholder approach” fra 1984 regnes R. Edward Freeman som grunnleggeren av interessentteorien. Begrepet ”stakeholder” ble likevel først brukt av Eric Rhenman ved Stanford Research Institute (SRI) i 1963, i betydningen ”de gruppene uten hvis støtte organisasjonen ville slutte å eksistere” (Freeman, 2010, s. 31). Freeman gir denne forklaringen på hva en interessent er: ”En interessent i en organisasjon er (per definisjon) enhver gruppe eller individ som kan påvirke eller bli påvirket av oppnåelsen av organisasjonens mål” (Freeman, 2010, s. 46).

Freeman sier at en måte å forstå konseptet interessent på er som en paraply for problemene i forretningsstrategi og sosial respons. For å være en effektiv strateg må du håndtere de gruppene som kan påvirke deg, og hvis du skal være lydhør og effektiv i det lange løp må du håndtere de gruppene du selv kan påvirke. Ved å bruke begrepet ”interessent” vil både ledere og teoretikere forstå at disse gruppene har en ”interesse” i selskapet. Freeman mener at ordet angir legitimitet, og at ledere bør gi legitimitet til disse gruppene med tanke på deres mulighet til å påvirke den retningen selskapet tar. Freeman angir at interessentteorien er preskriptiv i den forstand at den foreskriver handling for ledere. ”Interessentteorien handler om grupper og individer som kan påvirke organisasjonen, og om ledelsens atferd som respons på disse gruppene og individene” (Freeman, 2010, s. 48). I artikkelen ”Stakeholder Theory: 25 Years Later” fra 2009 påpeker Freeman at interessentteorien er en ”sjanger av ledelsesteorier”, og ikke en enkeltstående teori (Freeman, 2009).

Interessentteorien består av en samling av ideer, uttrykk og metaforer relatert til det sentrale premisset om at formålet med en bedrift er å skape mest mulig verdi for interessentene sine.

En underliggende forutsetning er at store bedrifter gjenkjenner skjæringspunktene mellom ulike interessenters interesser og kontinuerlig jobber for å skape mer verdi for flere interessenter (Strand & Freeman, 2015) Hovedideen er at bedriften må styres ut fra hensyn til alle interessentene. Freeman sier det ikke er en debatt om eiere kontra interessenter, ettersom verdi for eiere ikke kan skilles fra kunder, leverandører, ansatte, samfunnet og eierne selv, altså interessentene.

Freeman presenterte i 1984 et interessentkart som illustrerer at bedriften har ansvar for alle som blir berørt eller påvirket av bedriftens aktiviteter, og ikke bare en spesifikk gruppe. Påvirkningen kan gå begge veger (og vises med piler i begge retninger). Det er ikke gitt at alle interessentene er likeverdige. Kartet gir også en oversikt over hvem Freeman regner som interessenter. Kartet har klare likhetstrekk med Rhenmans tilsvarende kart fra 1964, vist i Strand og Freeman (2015).



Figur 4 Interessentkart. Kilde: Freeman 1984 i Freeman (2010)

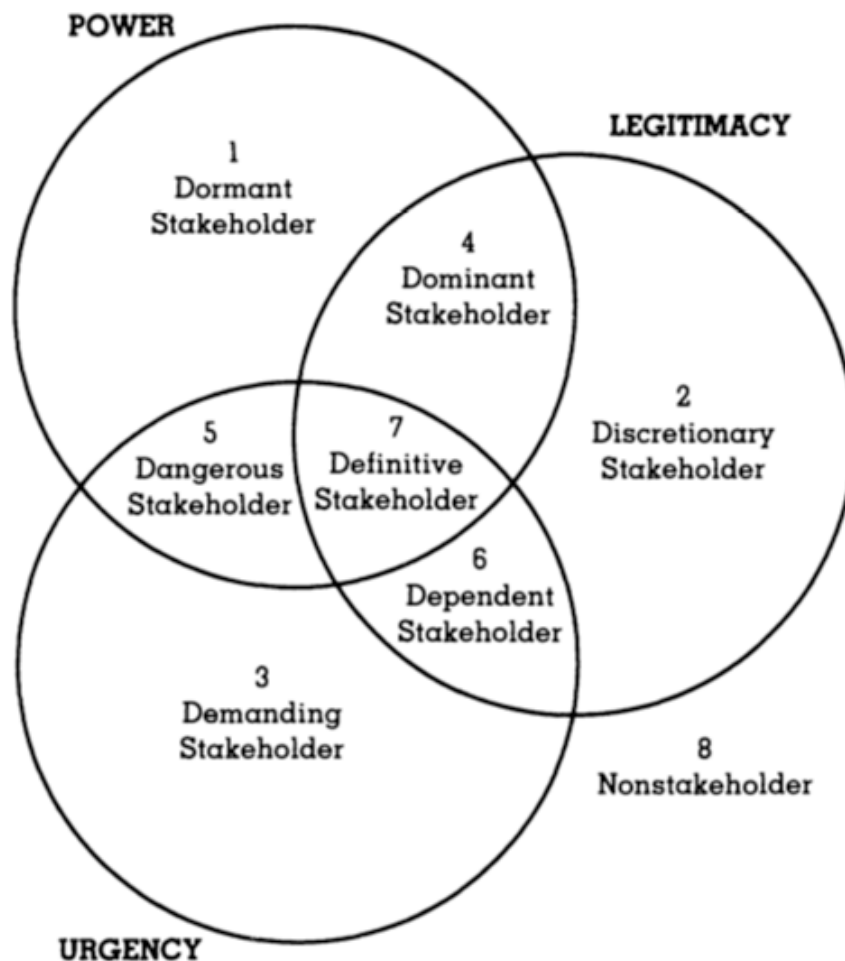
For forbrukslånsbanker vil mulige interessenter kunne være eiere, investorer, långivere, kunder, konkurrenter, media, ansatte og offentlige myndigheter.

Interessentteorien antyder at om vi tar i bruk forholdet mellom en bedrift og interessentene som analyseenhet, vil vi bedre kunne finne svar på følgende problemstillinger (Parmar, Freeman, Harrison, Purnell & De Colle, 2010):

- Problemet med verdiskapning og handel. Hvordan blir det med verdiskapning og omsetning i en raskt skiftende og global virksomhet?
- Problemet med etikken i kapitalismen. Hva er forbindelsen mellom etikk og kapitalisme?
- Problemet med ledelsesmessig tankesett. Hvordan skal ledere tenke på ledelse for bedre å skape verdier og eksplisitt koble virksomhet og etikk sammen?

Philips og Reichart (2000) påpekte at en åpenbar mangel i interessenteorien er at den ikke evner å skille de individene og gruppene som er interessenter fra de som ikke er det. Mitchell, Agle og Wood adresserte dette spørsmålet ved å lage et rammeverk for identifisering av interessenter. Ved bruk av attributtene makt, legitimitet og hastverk (i betydningen tidssensitivt og kritisk) utviklet de ”prinsippet om hvem og hva som virkelig teller” (Mitchell, Agle & Wood, 1997). Makt er interessentenes evne til å tvinge sin vilje på selskapet. Legitimitet beskriver forholdet mellom interessentene og bedriften, og om interessentene vurderer bedriftens handlinger som sosialt akseptable. Hastverk handler om interessentenes behov krever umiddelbar oppmerksomhet.

**FIGURE 2**  
**Stakeholder Typology:**  
**One, Two, or Three Attributes Present**



Figur 5 Stakeholder Typology: One, Two, or Three Attributes Present (Mitchell et al., 1997)

Figuren viser syv mulige klasser (og en åttende klasse som ikke innehar noen av attributtene). Det er en klasse med tre attributter, tre klasser med to attributter og tre klasser med én attributt. Viktigheten av interessentene vil være relatert til hvor mange attributter de oppfattes å ha av ledelsen.

Klassene med én attributt (klasse 1,2 og 3) kalles *latente* interessenter. Viktigheten er liten, og uten at de inntar en mer aktiv rolle kan det være at lederne kan velge å overse dem.

Interessentklassene kalles henholdsvis (1) sovende, (2) frivillig og (3) krevende. Sovende interessenter har makt til å tvinge gjennom viljen sin, men har ikke legitimitet eller hastverk. Ledelsen bør være oppmerksomme på disse interessentene dersom de får hastverk eller oppnår legitimitet. Frivillige interessenter har legitimitet, men ikke makt eller hastverk. Dette kan være mottakere av det Carroll (1991) kaller bedriftsbasert filantropi. Krevende interessenter har bare hastverk, ikke makt eller legitimitet. Dette kan være ”støyende” interessenter som klager, demonstrerer eller kommer med beskyldninger, men som ikke er farlige.

Klassene med to attributter kalles *forventningsfulle* (klasse 4, 5 og 6). Interessentklassene kalles henholdsvis (4) dominant, (5) farlig og (6) avhengig. Felles er at de ”forventer noe”, og da har en noe mer aktiv rolle som interessent. Viktigheten er moderat.

Dominante interessenter har makt og legitimitet, og kan bruke dette til å påvirke bedriften. De kan ha formelle forbindelser til bedriften. Bedriftens styre inneholder for eksempel eiere, kreditorer, ansatte i HR-, økonomi- eller PR-funksjoner som er opptatt av relasjoner til omgivelsene. Det er vanlig at bedriften forsøker å tilfredsstille de dominante interessentene med årsrapporter, samfunnsansvar- og bærekraftrapporter.

Farlige interessenter har makt og hastverk, men ikke legitimitet. De kan bruke tvang og vold. Eksempler kan være ansatte som driver sabotasje, eller politisk basert terrorisme.

Handlingene til disse interessentene er ikke bare uten legitimitet, men er farlige både for relasjonen mellom ledelsen og interessentene, og for individene som er involvert.

Avhengige interessenter har legitimitet og hastverk, men ikke makt. Disse interessentene er avhengige av andre interessenter eller ledelsen for å få gjennomført viljen sin. Eksempler kan være innbyggere som berøres av utbygging, eller ivaretagelse av dyreliv og natur i forbindelse med næringsvirksomhet. I slike tilfeller er interessenter uten makt avhengig av å få med seg interessenter med makt (som myndigheter og rettssystemet). Enkeltkunder i en bank kan sies å være uten makt, men ha både legitimitet og mer eller mindre hastverk.

Klassen med tre attributter kalles *definitive* interessenter (klasse 7). Viktigheten er høy. Interessenter i denne klassen har makt, legitimitet og hastverk. Dominante interessenter allerede makt og legitimitet, og kan få hastverk. Det vil da være i ledelsens interesse å prioritere disse interessentene. Ved et plutselig fall i aksjekurs vil det kunne haste å få gjort noe med det, og aksjeeiere med makt, legitimitet og hastverk har evne til å avsette ledelsen. Enhver forventningsfull interessent kan bli en definitiv interessent ved å innhente den manglende attributten. I forbrukslånsbanker vil eiere, investorer og offentlige myndigheter kunne være definitive interessenter. De har i utgangspunktet både makt og legitimitet. Medias makt skal heller ikke undervurderes.

Videre er ikke-interessenter klassifisert som de interessentene som ikke innehar noen av attributtene makt, legitimitet og hastverk.

#### **4.1.10 Legitimitetsteori**

Forskning på legitimitet har gjerne vært delt i to grupper med hvert sitt perspektiv; det *strategiske* og det *institusjonelle*. Arbeid i den strategiske tradisjonen tar et ledelsesperspektiv og vektlegger måten organisasjoner manipulerer og benytter stemningsskapende symboler på for å skaffe støtte i samfunnet. Det er en ledelseskontrollert legitimasjonsprosess. Arbeid i den institusjonelle tradisjonen antar en mer løsrevet holdning og vektlegger måten den strukturelle dynamikken genererer et kulturelt press som er utenfor den enkelte organisasjons kontroll. Kulturelle definisjoner bestemmer hvordan organisasjonen er bygd, drevet og hvordan den forstås og evalueres. Innen denne retningen er legitimitet og institusjonalisering nesten synonymt (Suchman, 1995). Ettersom organisasjoner ifølge Suchman gjerne opplever både strategiske utfordringer og institusjonelt press, velger han i den syntetiserende artikkelen *Managing legitimacy: Strategic and Institutional Approaches* fra 1995 en middelveg og tar for seg begge retningene – noe jeg også ønsker å gjøre i denne oppgaven. Årsaken til dette er at det er nyttig å kunne se på legitimitet som noe ledelsen kan påvirke, og ikke bare som noe som er utenfor ledelsens kontroll.

Store norske leksikon definerer legitimitet på denne måten: ”At noe har legitimitet vil si at det er bredt akseptert, enten fordi det er godkjent i lov eller fordi det av andre grunner anses rettmessig eller rettferdig. Ofte kan det som har sterk støtte i folkemeningen bli ansett som legitimt, selv om det ikke alltid vil gjelde.” (Knudsen, 2015).



Suchman definerer legitimitet slik: ”Legitimitet er en generalisert oppfatning eller antagelse om at en virksomhets handlinger er ønskelige, riktige eller passende innenfor et sosialt konstruert system av normer, verdier, oppfatninger og definisjoner” (Suchman, 1995, s. 574).

Legitimitet er sentralt for å forstå hvorfor organisasjoner handler som de gjør i forhold til sine omgivelser.

#### **4.1.10.1      *Pragmatisk, moralsk og kognitiv legitimitet***

Suchman identifiserer tre primære former for legitimitet: pragmatisk, moralsk og kognitiv legitimitet, som igjen deles opp i undergrupper (Suchman, 1995). Suchman bruker begrepene ”audience” og ”constituencies”, som jeg her velger å oversette til ”interessenter” som har en mer aktiv betydning enn den direkte norske oversettelsen ”publikum” eller ”kretser av publikum”.

**Pragmatisk legitimitet** baseres på egeninteressene til en organisasjons nærmeste interessenter. Dette kan også være aktuelt i sammenhenger hvor det er nær relasjon mellom en organisasjon og interessentene. I tilfeller der man ser at organisasjonens handlinger påvirker interessentenes trivsel kan også politiske, økonomiske og sosiale avhengighetsforhold inngå. I sin enkleste form koker pragmatisk legitimitet ned til en form for *byttelegitimitet* der det er en åpenbar fordel ved et bytte av tjeneste eller verdi (Dowling & Pfeffer, 1975) i (Suchman, 1995). En annen form er *påvirkende legitimitet* som vanligvis inntreffer der organisasjonen tilpasser seg og opptar samfunnets normer og handlingsmønster som sitt eget, slik at interessenten oppfatter det som gunstig i et helhetlig perspektiv å støtte organisasjonen (Suchman, 1995). En tredje form for pragmatisk legitimitet er *disposisjonell legitimitet*. Organisasjoner blir personifisert og behandlet som selvstendige, helhetlige og moralsk ansvarlige aktører, og med denne oppfattelsen er det ikke overraskende at interessentene reagerer som om organisasjonene er individer med mål, smak, stil og personlighet (Zucker 1983, 1987; Coleman 1974; Horowitz 1986; Pfeffer 1981; Pfeffer, 1981; Tuzzolino & Armandi, 1981) i (Suchman, 1995). Dermed er det sannsynlig at interessenter tildeler legitimitet til organisasjoner som ”har gode hensikter”, ”deler våre verdier”, eller er ”ærlige”, ”troverdige”, ”anstendige” og ”fornuftige” (W. R. Scott, 1992) i (Suchman, 1995). Selv om denne formen for årsaksforklaring kan fremstå naiv (Cyert & March, 1963; Scott, 1992) i (Suchman, 1995), vil det kunne gi positiv innvirkning på vurdering av legitimiteten til en organisasjon. Utbredt tro på en organisasjons gode karakter vil også være positivt i tilfeller

der organisasjonen begår enkeltstående handlinger som ellers ville virket svekkende på legitimiteten (Wartick og Cochran, 1984) i (Suchman, 1995)

**Moralsk legitimitet** baseres på en logikk som skiller seg fundamentalt fra egeninteresse slik vi ser det i pragmatisk legitimitet. Moralsk legitimitet vurderes på bakgrunn av om en aktivitet ”er det rette å gjøre”. Denne vurderingen henger vanligvis sammen med om man tror aktiviteten fremmer velferd i samfunnet. Den altruistiske forankringen fører likevel ikke til at moralsk legitimitet nødvendigvis er helt uten egeninteresse. Organisasjoner fremsetter ofte påstander om moralsk fortrefelighet og støtter disse med hule symboler. I sin kjerne reflekterer likevel moralsk legitimitet en logikk som er fundamentalt forskjellig fra smal egeninteresse, og moralske påstander kan derfor underslås ved det minste tegn på kynisme. Ledere som artikulere slike påstander finner det ofte vanskelig ikke å begynne å tro på sine egne uttalelser, selv om de i utgangspunktet var ment strategiske (Weick, 1969) i (Suchman, 1995). Moralske spørsmål motstår påvirkning fra egeninteresse bedre enn rent pragmatiske overveielser. Moralsk legitimitet vil kunne defineres som en av disse formene:

*Konsekvenslegitimitet.* I følge Meyer og Rowan (1991) i (Suchman, 1995) burde organisasjoner bli vurdert etter hva de oppnår. I noen sammenhenger er det også slik: Mange industrier selger produkter på markeder hvor forbrukerens vurdering av kvalitet og verdi bestemmer hva som tilkommer den enkelte produsent. Selv i sektorer som ikke er konkurranseutsatte kan regulatoriske myndigheter anvende følgetiltak basert på organisasjonens effektivitet (Scott, 1977) i (Suchman, 1995). Under denne paraplyen plasserer Scott og Meyer (1991) for eksempel utslippsstandarder for bilindustrien, dødsrater på sykehus og akademiske testresultater. I andre sammenhenger kan resultatene være sosialt definert og ikke eksistere på en måte som lar dem bli empirisk målt. Videre kan noen organisasjoner ha resultater som er vanskelig å måle. Roberts (1990) i (Suchman, 1995) viser her til kampfly som har krav om øyeblikkelig respons og feilfri drift, noe som ikke kan måles uten at de er i krig.

*Prosedyrelegitimitet.* Organisasjoner kan oppnå moralsk legitimitet ved å benytte sosialt aksepterte fremgangsmåter og prosedyrer (Scott, 1977) i (Suchman, 1995). Prosedyrelegitimitet er viktigst når det ikke finnes klare måter å måle resultatene på, slik at valg av fremgangsmåte viser at organisasjonen gjør sitt beste for å oppnå verdsatte, men usynlige resultater (Scott, 1992) i (Suchman, 1995). Selv når konsekvensene lett kan måles er

det vanlig at å følge vedtatte prosedyrer har en moralsk verdi (Berger, Berger, & Kellner, 1973) i (Suchman, 1995).

*Strukturell legitimitet.* Organisasjoner kan oppnå strukturell legitimitet dersom interessenter over tid anser en organisasjon for å være best strukturelt tilpasset for å utføre spesifikke oppgaver. Strukturen fungerer her som en indikator på om organisasjonen har evne til å utføre bestemte typer oppgaver (Scott (1977, 1992) i (Suchman, 1995).

*Personlegitimitet.* Den fjerde typen moralsk legitimitet baserer seg på en leders karisma. En slik legitimitet kan være forbigående og individuell. Litteraturen viser likevel en rekke eksempler på at moralske entreprenører spiller en stor rolle i disrupsjon av gamle handlemonster (Weber, 1978) i (Suchman, 1995) og initiering av nye (DiMaggio, 1988) i (Suchman, 1995). Oppfattelsen av at karismatiske personer kan bryte ut av eller endre etablerte rutiner lar ofte organisasjoner unngå stigmatiserende hendelser ved å bruke strategier som å finne en syndebukk eller erstatte en leder.

**Kognitiv legitimitet** bygger ikke på egeninteresse som i pragmatisk legitimitet, eller evalueringer som i moralsk integritet. Noen ganger gir man støtte til en organisasjon uten å ha egeninteresse eller en forutgående evaluering. Suchman (1995) trekker fram to varianter av kognitiv legitimitet:

Legitimitet basert på *forståelighet*. I en verden som er kaotisk og vanskelig å forstå kommer legitimitet i hovedsak fra tilgjengeligheten av kulturelle modeller som gir sannsynlige forklaringer på organisasjonen og dens bestrebelser (Scott, 1991; Wuthnow, Hunter, Bergesen, & Kurzweil, 1984) i (Suchman, 1995). Når slike modeller finnes vil organisasjonens aktivitet være forutsigbar og meningsfull; uten vil aktiviteten kollapse.

Legitimitet basert på at man *tar noe for gitt*. Dersom det er utenkelig å se for seg at organisasjonen ikke finnes eller at organisasjonens oppgaver kan løses av andre får man legitimitet i form av at man tar det for gitt at organisasjonen er den rette til å løse oppgaven. Denne formen for legitimitet er vanskelig å oppnå (Suchman, 1995).

Alle disse formene for legitimitet sameksisterer som regel i en organisasjon.

### **2.6.2.1 Strategier for å skape, beholde og reparere legitimitet**

Ingen organisasjon kan tilfredsstillende alle omgivelser eller interessenter fullstendig. Tre vanlige utfordringer er hvordan du skal skape, beholde og reparere ødelagt legitimitet.

For å oppnå legitimitet må organisasjoner sikre at de opptrer eller handler i henhold til forventninger og normer i det samfunnet de opererer i (Deegan, 2002). Legitimiteten vil bli truet dersom organisasjonen ikke evner å forutse eller tilpasse seg endringer i samfunnets forventninger. Legitimitet er derfor en ressurs som organisasjoner er avhengige av for å overleve (Deegan, 2018).

Suchman (1995) presenterer strategier for å håndtere utfordringene på pragmatisk, moralsk og kognitivt nivå. Legitimitet kan skapes, vedlikeholdes eller repareres. Ettersom oppgaven omhandler allerede eksisterende bedrifter, fokuserer jeg Suchmans strategier for å vedlikeholde og reparere ødelagt legitimitet.

Tre trekk ved legitimitet gjør vedlikehold problematisk: Interessentene er ofte heterogene; stabilitet medfører rigiditet; institusjonalisering genererer sin egen opposisjon (Suchman, 1995, s. 594). De konkrete strategiene deler seg i to: organisasjonen skal forutse fremtidig endring, og beskytte allerede oppnådde resultater. For å forutse eventuelle fremtidige endringer må organisasjonen bygge bro til det øvrige samfunnet, noe som i forhold til den pragmatiske legitimiteten kan gjøres ved å overvåke interesser, mens den moralske og kognitive kan oppnås ved å profesjonalisere og ha et kritisk blikk på ”ta for gitt”-statusen som organisasjonen har oppnådd. For å beskytte allerede oppnådde resultater er det snakk om å forsterke allerede oppnådd legitimitet. I en pragmatisk forstand går det ut på å sikre forutsigbarhet for interessenter, i moralsk forstand vil det si å eksemplifisere ansvarligheten i organisasjonens aktiviteter og i kognitiv forstand støtte opp under kommunikasjon som bekrefter allmenn kunnskap om organisasjonen. Vedlikeholdelse av legitimitet er gjerne rutinepreget (Suchman, 1995).

Det å reparere ødelagt legitimitet krever derimot reaktiv innsats på en uforutsett meningskrise. Slike kriser oppstår gjerne når ledelsen ikke har fått med seg minkende kulturell støtte i omgivelsene før tilgangen på en ressurs forsvinner. Det kan være for sent med kjente legitimeringsstrategier. Fortidens suksess blir et hinder for fremtiden. I tillegg til å svekke ledelsens handlingsevne kan en pågående legitimitetskrise få tidligere pålitelige eksterne allierte til å trekke seg unna for å unngå å bli assosiert med virksomheten. Ettersom legitimering ofte er gjensidig, kan virksomheten i verste fall oppleve bakholdsangrep og

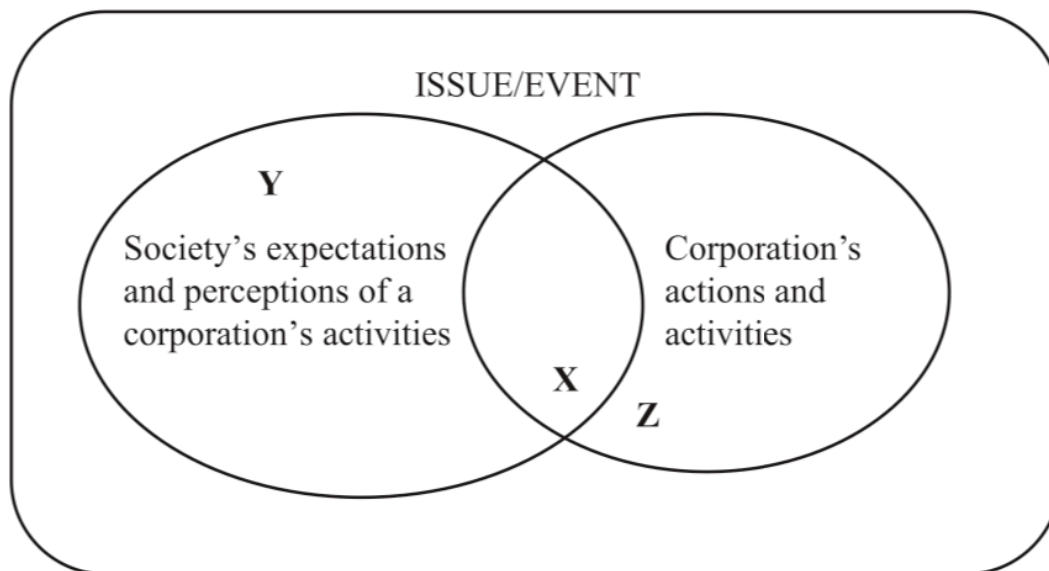
ekskludering fra tidligere samarbeidspartnere. En organisasjon kan i følge Suchman reagere på tre måter:

1. Benytte legitimerende fortellinger. Legitimerende fortellinger isolerer legitimitetsbruddet fra resten av organisasjonen og kan gjøres ved at organisasjonen enten benekter, unnskylder, rettferdiggjør eller forklarer.
2. Restrukturere organisasjonen. Strategisk omstrukturering av utvalgte deler av organisasjonen som er omfattet av feil eller illegitimitet med fokus på nye prosedyrer, strukturer eller overvåkningsmekanismer. Organisasjonen kan innrømme at deler av driften var feil og handle beslutsomt og synlig for å rette opp i situasjonen.
3. Unngå panikk. Organisasjonen kan ellers i en krisesituasjon forringe andre beslutningsprosesser.

### ***2.6.2.2 Legitimitetsgap***

Ideen om et legitimitetsgap er også interessant for problemstillingen. Det oppstår et legitimitetsgap dersom det ikke er overensstemmelse mellom samfunnets og organisasjonens oppfatning av hvordan man skal opptre (Deegan, 2018). Sethi (1979) hevder at jo større gapet i legitimitet er, jo større er tapet, og organisasjonenes overlevelse blir truet.

O'Donovan (2002) illustrerer legitimitetsgapet i en figur hvor samfunnets forventninger til selskapet representeres av område (Y) og selskapets virksomhet representeres av område (Z). Etersom område Y og Z ikke sammenfaller, representerer det et legitimitetsgap. For at selskapet skal oppfattes som legitimt og legitimitetsgapet skal være minst mulig, må område (X) være størst mulig (O'Donovan, 2002).



Figur 6 Issues/events and corporate legitimacy, hentet fra O'Donovan 2002 s. 347

Wartick og Mahon (1994) gir en forklaring på hvorfor legitimitetsgap oppstår:

- a. Endringer i bedriftens prestasjoner, mens samfunnets forventninger til bedriftens prestasjoner forblir de samme
- b. Samfunnet forventninger til bedriftens prestasjoner endres, mens bedriftens prestasjoner forblir de samme
- c. Både bedriftens prestasjoner og samfunnets forventninger til bedriftens prestasjoner endres, men beveger seg i forskjellig retning eller beveger seg i samme retning, men i ulik hastighet

#### 4.1.11 Institusjonell teori

Institusjonell teori er en del av organisasjonsteorien. Jakobsen og Thorsvik definerer en organisasjon som "et sosialt system som er bevisst konstruert for å løse spesielle oppgaver og realisere bestemte mål" (Jacobsen & Thorsvik, 2013).

Begrepet institusjon brukes i dagligtalen om konkrete innretninger som sykehus eller skoler. I denne sammenhengen brukes ordet institusjon i et mer utvidet og abstrakt betydning. Scott gir følgende sammenfattende definisjon av institusjoner: "Institusjoner består av regulative, normative og kulturelt-kognitive elementer som sammen med tilhørende aktiviteter og

ressurser gir stabilitet og mening til sosialt liv.” (W. Richard Scott, 2008). Institusjonalisering er ifølge Meyer og Rowan (1977) ”prosessene der sosiale prosesser, forpliktelser eller faktiske forhold kommer til å innta en regellignende status i sosial tanke og handling” (Meyer og Rowan, 1977 s, 341).

Det finnes ulike retninger institusjonell teori innen organisasjonsteorien. P. J. DiMaggio og Powell (1991) delte teorien inn i tidlig institusjonell teori og nyinstitusjonell teori. Både i den tidlige institusjonelle teorien og den nyinstitusjonelle teorien er det flere begreper som er interessante for oppgaven.

Det første begrepet er *isomorfisme*.

P. DiMaggio og Powell (1983) definerer isomorfisme på denne måten: “... isomorfisme er en begrensende prosess som tvinger en enhet i en populasjon til å ligne andre enheter som står ovenfor samme sett med miljøforhold”. De fremhevet at det er to typer isomorfisme: konkurransebasert og institusjonell. Den konkurransebaserte er basert på markedstenkning, og tar for seg hvordan organisasjoner blir like når de tilpasser seg på samme måte i et marked. Denne formen for isomorfisme ser de for seg er mest relevant når det finnes fri og åpen konkurranse mellom bedriftene. Ettersom organisasjoner ikke bare konkurrerer om ressurser og kunder, men også politisk makt og institusjonell legitimitet, er det i følge DiMaggio og Powell også bruk for et institusjonelt syn på isomorfisme. De går videre til å identifisere tre mekanismer hvor institusjonell isomorfisme slår inn: *tvang* (fra politisk påvirkning og problemene med legitimitet), *etterligning* (som en respons på usikkerhet) og *normativ* (som del av profesjonalisering). Isomorfisme er et resultat av formelt og uformelt press på organisasjoner fra andre organisasjoner de er avhengige av, og fra kulturelt press i samfunnet. Presset vil føles som tvang, overtalelse eller som en invitasjon til å delta i samarbeid.

Neste begrep som er interessant for oppgaven er *organisasjonsfelt*, som henger sammen med omgivelser. Bedrifter er en integrert del av samfunnet. Det er vanskelig å se for seg at de kan eksistere uten råmaterialer, arbeidstakere og kunder. Bedrifter bidrar med arbeidsplasser til arbeidstakerne, og produkter og tjenester til kundene. Bedrifter er avhengig av infrastruktur og lover og regler for å kunne fungere i samfunnet. Uten infrastruktur vil bedrifter verken kunne skaffe råvarer eller forsyne kundene med produkter og tjenester. Bedrifter er derfor avhengig av sine omgivelser. Den generelle definisjonen av omgivelser er ”alle forhold utenfor en organisasjon som potensielt kan innvirke på organisasjoners effektivitet og legitimitet” (Jacobsen & Thorsvik, 2013). I den nyinstitusjonelle teorien blir begrepet

omgivelser byttet ut med ”organisasjonsfelt”. Det er ikke lenger den enkelte organisasjonen og dens omgivelser det fokuseres på, i stedet er det organisasjoner som virker i samme felt. P. DiMaggio og Powell (1983) definerer et organisasjonsfelt som de organisasjoner som samlet utgjør et anerkjent område av institusjonelt liv: nøkkelleverandører, ressurs- og produktforbrukere, reguleringsmyndigheter og andre organisasjoner som tilbyr liknende produkter eller tjenester. Begrepet organisasjonsfelt innebærer at alle organisasjoner tilhører et felt. Samtidig som organisasjonene er med på å skape feltet, vil feltet også påvirke organisasjonene i en prosess som foregår kontinuerlig. Organisasjonene prøver å bli lik de andre organisasjonene i feltet for å oppnå legitimitet (DiMaggio og Powell, 1983).

## ***4.2 Generelt om etikk og moral***

Store norske leksikon definerer etikk som læren om moral; det samme som moralfilosofi. Formålet med etikk er å studere hvordan man bør handle, og å forstå begrepene vi bruker når vi evaluerer handlinger, personer som handler og utfall av handlinger (Sagdahl, 2015) i (Borthen & Haugland, 2017).

På samme måte som med CSR er det flere teorier om etikk, og jeg vil her trekke fram noen teorier som er relevante for problemstillingen. Også her gjelder prinsippet om at ingen teori gjenspeiler virkeligheten perfekt, og det er derfor nyttig å se på flere teorier for å få et utfyllende bilde. Etikk kan deles inn i normativ og deskriptiv etikk. Normativ etikk er teorier om normer og verdier som *bør* gjelde, mens deskriptiv etikk beskriver hva som *er* gjeldende syn på rett og galt (Carson et al., 2019). Deskriptiv etikk tar ikke stilling til hva som er rett og galt, og det er den normative etikken vi vanligvis tenker på som etikk og som vil være i fokus i denne oppgaven. Den normative etikken deles inn i konsekvensetikk, pliktetikk og dygdsetikk og jeg vil ta for meg hver av disse etter å ha sett på grunnleggende etiske teorier.

### ***4.2.1 Grunnleggende etiske teorier***

Et relevant spørsmål er om etikken er absolutt eller relativ. Finnes det etiske regler som gjelder alle mennesker til alle tider, eller endrer dette seg med tid, sted og kultur? Dette finnes det flere syn på. I teorien om moralsk relativisme hevdes det at det ikke finnes absolutte og uforanderlige moralske verdier, men at disse endres med endrede omstendigheter. I dette ligger også at det som er riktig i ett moralsk rammeverk, ikke behøver å være det i et annet. Som en motsats mot relativisme finner vi teorier som hevder at det eksisterer objektive,



universelle, absolutte eller allmenngyldige moralske verdier. I antikken ble slike tanker hevdet av Platon og Sokrates. Etisk objektivisme, universalisme, realisme og absolutisme er alle teorier som hevder at det finnes moralske verdier som gjelder for alle (Carson et al., 2019).

At etikk kan være viktig i næringslivet kan begrunnes med to ulike årsaker:

1. Bedriftens evne til å nå forretningsmålene kan være avhengig av et godt omdømme, og etikk er viktig i den grad det er viktig for å nå målene
2. Bedrifter er en del av samfunnet, og etikk er viktig i næringslivet på samme måte som i resten av samfunnet

Den første begrunnelsen henger sammen med det Max Weber kalte en *formålstjenlig* handling, hvor bedriften handler mest mulig effektivt for å nå forretningsmålene, og hvor etikken blir et middel for å nå målet.

Den andre begrunnelsen henger sammen med det Weber kalte en *verdirasjonell* handling, hvor etikken er viktig i seg selv.

Beauchamp og Childress (Beauchamp & Childress, 2001) i (Carson et al., 2019) har utviklet et rammeverk med fire etiske prinsipper for bruk i medisinsk etikk som også kan være interessant på andre områder:

1. Respekt for autonomi
2. Velgjørenhet
3. Ikke skade
4. Rettferdighet

Prinsippet om respekt for autonomi sier at vi ikke kan bruke andre bare som et middel for å oppnå noe. Prinsippet om velgjørenhet referer til alle handlinger som har til hensikt å forbedre andres situasjon. Det er en moralsk forpliktelse å handle til det beste for andre mennesker. Prinsippet om å ikke skade handler for bedrifter om plikten til å sørge for at bedriftens produkter ikke medfører unødig skade. Prinsippet om rettferdighet handler om rettferdig fordeling av goder og respekt for menneskerettigheter.

#### **4.2.2 Konsekvensetikk**

I følge konsekvensetikken er kjennetegnet på moralsk gode handlinger at de får gode konsekvenser (Carson et al., 2019). Det finnes ulike retninger innen konsekvensetikken, men utilitarismen er den mest utbredte. Jeremy Bentham (1748-1832) er kjent som opphavsmannen for retningen, som ble videreutviklet av John Stuart Mill (1806-1873). Bentham forfekter at man skal utføre den handlingen som sammenlignet med andre handlinger gir kvantifisert mest lyst i forhold til smerte, eller mest nytte (Bentham, 2000).

Selv om utilitarismen delvis kunne vært brukt til å forsvare eller diskutere riktigheten av at flertallet nyter godt av kreditt selv om det går utover et mindretall, har retningen fått mye kritikk blant annet fordi det kan være vanskelig å forutsi handlingskonsekvenser. Den alvorligste kritikken går kanskje på at utilitarismen går mot prinsippet om rettferdighet, og kan godta krenking av enkeltpersoner om det er til fordel for fellesskapet. Prinsippet om å handle slik at det gir best mulige konsekvenser for flest mulig er likevel vanskelig å forkaste helt (Carson et al., 2019). Sett i lys av interessenteorien hvor ledelsen skal skape mest mulig verdi for interessentene sine kan konsekvensetikken bringe med seg nyttige elementer.

#### **4.2.3 Pliktetikk**

Et grunnleggende prinsipp i pliktetikken er at alle er likeverdige og at vi derfor har forpliktelser ovenfor andre mennesker. I pliktetikken er en handling moralske verdi fullstendig uavhengig av konsekvensen som følge av den, det avgjørende er om den gjøres av riktig grunn (Carson et al., 2019). Immanuel Kant (1724-1804) er kanskje den mest kjente filosofen i moderne tid, og står for det fremste eksempelet på pliktetikk. Kant hevder at mennesket er autonomt, at det har en fri vilje, og dermed kan holdes ansvarlig for valgene det gjør. Vi er derfor forpliktet til å gjøre det fornuften forteller oss. Den friheten vi har, er derfor å være bundet av fornuften. Vi har en plikt til å gjøre det rette, og fornuften forteller oss hva dette rette er. Vi må handle ut fra det rette motivet, og det er tanken bak handlingen som teller. Kant går så langt at han hevder at om en kjøpmann gjør gode gjerninger fordi det er bra for bedriften, så har ikke handlingen noen moralsk verdi. En handling er bare moralsk om den er styrt av den gode viljen (Carson et al., 2019). Dette kan ses i sammenheng med bedrifter som rapporterer om samfunnsansvar fordi det forventes av omgivelsene eller lovverket. Det er altså bra for bedriften å rapportere, men tanken bak vil i følge Kants etikk ikke ha moralsk verdi ettersom den ikke er styrt av den gode viljen.

Kant går videre og sier at handlinger heller ikke har moralsk verdi dersom de kommer fra naturlige tilbøyeligheter eller reflekser til å handle godt, ettersom det kan stamme fra en glede over å glede andre. Dette strider mot manges moralske intuisjon, men Kant hevder at det eneste absolutt gode er den gode viljen, vår evne til å overvinne naturlige tilbøyeligheter og gjøre det vi vet er rett, uavhengig av hva vi selv vil (Carson et al., 2019).

Det at Kants etikk er en pliktetikk, innebærer at man har plikt til å følge moralloven eller fornuftens stemme. Kant argumenterer for at moral må være basert på fornuft og rasjonalitet, det vil si evnen til å følge regler og plikter. Vi skal følge fornuftens lovgivning, eller altså fornuftens stemme som vi alle har tilgang til om vi velger å lytte til den. Moralloven er kategorisk og gjelder i alle situasjoner, uten unntak. Den er også befalende, eller imperativ. Kant har følgelig formulert moralloven som to kategoriske imperativer (Carson et al., 2019):

1. Handle gjennom den maksime gjennom hvilken du samtidig kan ville at den skal bli en allmenn lov
2. Handle slik at du alltid bruker menneskeheten både i din egen person og i enhver annen person samtidig som et formål og aldri bare som et middel

Fornuftens stemme vil i følge Kant føre oss mot en allmenn lov som gjelder uten betingelser, i alle situasjoner. Kant understreker at hvert menneske er verdifullt, og at vi derfor ikke kan bruke mennesker bare som et middel for å oppnå egne fordeler. Dette henger sammen med prinsippet for respekt for autonomi. I forbindelse med forbrukslån kan det være et betimelig spørsmål om kundene har en verdi i seg selv, eller om kundene bare er et middel for å nå et økonomisk mål for forbrukslånsbankene. Dersom vi kobler dette med interessenteorien, ser vi at alle interessenter bør behandles som formål i seg selv og ikke som et middel.

#### **4.2.4 Dygdsetikk**

Dygdsetikken har opprinnelse i antikken og tankene til filosofene Platon (427-347 f.kr) og Aristoteles (384-322 f.kr). Grunntanken i dygdsetikken er å være eller bli et godt menneske. Dygdsetikken understreker betydningen av å ha en god personlighet og utvikle riktige holdninger og egenskaper. Dygdene er egenskaper som rettskaffenhet, mot, sannferdighet, godhet, vennlighet og tålmodighet; karaktertrekk som kjennetegner en god person og som er grunnlaget for å leve et godt liv. I følge dygdsetikken er det nemlig mulig å fastslå hva som er

en god måte å leve på: ”Det som er godt, er å fungere på best mulig måte ut fra formålet” (Carson et al., 2019).

I følge antikkens tenkere finnes det fire kardinaldygder (Carson et al., 2019):

1. Mot
2. Måtehold
3. Rettferdighet
4. Dømmekraft

#### **4.2.5 Allmennmoral**

Allmennmoral defineres av (Tranøy, 1998) (s. 158) som «det sett av moralske verdier, normer og dyder med tilhørende praksiser – som det er åpen konsensus om i en gitt kultur til en viss tid». Enhver allmennmoral vil være underkastet forandringsprosesser, endringer som kan skje i takt med andre sosiale og kulturelle forhold, og som kan knyttes til allmennmoralens innhold og folks holdninger til de normene og verdiene som utgjør allmennmoralen.

Allmennmoralen og hva det er konsensus for endrer seg altså over tid, noe de følgende eksemplene også viser.

En gang i tiden var slaveri akseptert og forsvart av mange. I den gresk-romerske verden i antikken var det vanlig å gjøre overvunne folk til slaver, og man kunne bli tatt til fange ved landevegs- eller sjørøveri eller bli fratatt friheten som straff ved alvorlige forbrytelser. I Europa døde slaveriet først ut på 1200-tallet, men kolonisering førte fra 1500-tallet til en periode med transatlantisk slavehandel. Danmark opphevet som første land slavehandelen i sine kolonier i 1792. I flere arabiske land ble slaveriet ikke formelt avskaffet før i 1960-årene, og fortsatt meldes det om slavehandel i enkelte land (Steen, 2019). ”Slaveri var ikke normativt, selv om samfunnet ikke kunne fungere uten slavers arbeidskraft. Å oppheve slaveri i antikken, ville være som å fjerne atomkraft og oljevirkosomhet i dag.” (Nickelsen, 2012). Dette kan ses i sammenheng med Beauchamp og Childress’ prinsipp om autonomi (Beauchamp & Childress, 2001) i (Carson et al., 2019).

Den siste henrettelsen av hekser i Norge skjedde i 1695. I Rolvsøy ble Ole Jensen Rostads kone anklaget for trolldom så sent som i 1788. Vitnemålene mot henne var mange og lange,

men ble tilbakevist som et ondt bygderykte og hun ble frikjent. Hundre år tidligere kunne hun risikert å ha blitt brent på bålet som en av de i underkant av 200 som led nettopp den skjebnen mellom 1560 og 1695, men tidene hadde forandret seg, folk var mer opplyste og rettsikkerheten hadde blitt bedre (Floater, 2009).

The New York Times publiserte den 5. oktober 2017 en reportasje om hvordan Hollywood-produsenten Harvey Weinstein gjennom nesten tre tiår hadde betalt seg ut av beskyldninger om seksuell trakassering og uønsket fysisk kontakt (Kantor & Twohey, 2017). Gjennom en Twittermelding 10 dager senere markerte skuespilleren Alyssa Milano starten på det som skulle bli Metoo-bevegelsen. Oppfordringen "If you've been sexually harassed or assaulted write 'me too' as a reply to this tweet" satte fokus på seksuell trakassering og andre krenkelser i ulike bransjer og næringer, og har ført til at flere har mistet stillingene sine eller har trukket seg fra verv. Det som gjennom tiår har blitt stilltiende forbigått og skjøvet under teppet ble plutselig trukket fram i lyset og slått ned på.

Selv om mekanismene i noen tilfeller kan være trege, ser vi at dersom man beveger seg på tvers av allmenmoralen så vil det før eller siden kunne slå tilbake.

Helt fram til midten av 90-tallet fikk norske bedrifter skattefradrag for utgifter til smøring og bestiklinger utenlands. Det har de siste årene blitt satt mer og mer fokus på korrupsjon, og hva som omfattes av begrepet (Transparency International Norge, 2019). Smøring var vanlig fram til 2003, da Straffelovrådet kom med et forslag til en ny generell bestemmelse om korrupsjon i offentlig og privat sektor (Justis- og beredskapsdepartementet, 2003).

Korrupsjonsskandalene i for eksempel FIFA og IOC viser med tydelighet at det som har foregått mer eller mindre i det skjulte ikke lenger aksepteres. Korrupsjon er utenfor fokusområdet for denne oppgaven, men at synet på hva som er korrupsjon har endret seg over tid og at det kanskje i stadig større grad slås ned på, er likevel interessant.

### **4.3 Etiske problemstillinger i bransjen**

Den historisk sterke veksten i forbrukslån og det økende misligholdet utløser noen etiske problemstillinger i bransjen. Bransjen lever godt på at forbrukerne ikke betaler gjelden sin i tide, og vi er da oppe i et etisk dilemma i forhold til samfunnsansvar.

#### **4.3.1 Etisk dilemma**

Et etisk dilemma som kan oppstå er hvordan styret skal balansere krav om inntjening opp mot krav om etisk virksomhet. Jeg kan her trekke frem et eksempel fra Statens pensjonsfond utland: “Da Finansdepartementet i mars la frem sin årlige rapport om Statens pensjonsfond utland gjengav det hva Norges Bank hadde regnet ut fondet har tapt på å utelukke porteføljer for å følge det etiske regelverket, som også inkluderer å investere i bærekraft. Summen er hele 10,6 milliarder kroner. Det meste av dette «teoretiske tapet» skyldes forbudet mot å investere i tobakk. Tobakksinvesteringer ville kunne ha gitt fondet 9,5 milliarder mer enn det i dag teller. Til sammen er 55 selskaper utelukket av Oljefondet på grunn av etikk.” (Libell, 2012) i (Borthen & Haugland, 2017).

Det fremstår som sannsynlig at en avveining mellom inntjening og etterfølgelse av etisk regelverk vil måtte være en del av interne diskusjoner i forbrukslånsbanker.

#### **2.1.4. Bransjens egne regler**

I Finans Norges etikkplakat fra 2015 står det blant annet at organisasjonens medlemmer plikter å spre kunnskap om personlig økonomi til kunder generelt, og ungdom spesielt (Finans Norge, 2015). I publikasjonen ”Penger forplikter” som Finans Norge utga i 2010 pekes det i sjekklistene på at etiske retningslinjer skal forankres og følges opp hos de ansatte. Rapportering foreslås gjort med tredelt bunnlinje, det skal vises samfunnsansvar i kredittvurderingen. Det fremheves at bedriftens ansvar er å søke løsninger som forener lønnsom drift med positive miljø- og sosiale effekter, og minimerer eventuelle negative konsekvenser (Finans Norge, 2010).

#### **2.1.5. Negative konsekvenser**

Høyt låneopptak og høyt mislighold av forbruksgjeld har ringvirkninger for den enkelte, deres familie og samfunnet som helhet. Høy gjeld kan gå utover livskvalitet og arbeidsevne, og lånetakere kan bli en belastning for samfunnet dersom de ikke er i stand til å overholde sine forpliktelser.

#### ***4.4 Hvordan har bransjen håndtert de etiske problemstillingene***

Veksten i forbrukslån har bekymret politikerne og det har blitt vedtatt tiltak, retningslinjer, forskrifter og lovverk for å dempe veksten. Det er satt begrensninger på aggressiv markedsføring av kreditt. Det er innført en gjeldsinformasjonslov. Noen av tiltakene ser ut til å virke, mens andre er det for tidlig å spå utfallet av. Vi har det siste året sett at veksten har avtatt, men at misligholdet har økt. Belastningen for samfunnet har ikke nødvendigvis blitt noe mindre; det hjelper ikke at forbrukslån flyttes over til inkasso. Hvis mange nok forbrukere ikke greier å betjene gjelden sin vil det til slutt gå ut over norsk økonomi. Bankene bryter retningslinjene for markedsføring av forbrukslån. De bryter retningslinjene for utlånspraksis. Kunder som i følge reglene ikke skulle fått lån, får det likevel. Ut fra tilsynsrapportene som har kommet ser det ikke ut til at forbrukslånsbankene har greid å balansere inntjening mot samfunnsansvar.

Det er få tegn på at forbrukslånsbankene sprer kunnskap om personlig økonomi til kundene sine. Økningen i mislighold peker tvert imot på at flere av kundene burde hatt mer kunnskap om personlig økonomi, og dette er et brudd på bransjens egne retningslinjer.

Noe av kjernen i problemet er at bankene tjener penger uansett. Kunder som greier å overholde sine forpliktelser, er lønnsomme. Kunder som misligholder lån, blir videresolgt i faste og avtaler og er likevel lønnsomme. Det kan synes som kunder med betalingsproblemer har blitt en handelsvare. Det ser ut til at forbrukslånsbankene bryter det grunnleggende etiske prinsippet om respekt for autonomi. Et prinsipp i Kants pliktetik er at alle er likeverdige og at vi har forpliktelser ovenfor andre mennesker. Andre mennesker skal aldri brukes bare som et middel. Det kan se ut til at mangelfull kredittvurdering brukes for å få tak i kunder, slik at bankene kan få mest mulig ut av kunden før denne selges videre til investorer som regner med å få god lønnsomhet ut av kunden som følge av kundens betalingsproblemer. Misligholdte lån er faktisk spesielt attraktive for investorer. Med det misligholdte lånet følger avtalt høye renter som videreføres til inkassoselskaper. På denne måten kan kunden ende opp med å betale gjelden flere ganger før den er nedbetalt. Vanligvis vil man jo gjerne ha et godt forhold til kundene sine, og måtte behandle disse på en god måte for å beholde dem; det er ikke nødvendig for å oppnå god lønnsomhet i dette tilfellet. For å sikre vekst er bankene avhengig av å utstede flere lån. Den enkleste måten å skaffe nye kunder på er ved aggressiv markedsføring og mangelfull kredittvurdering, slik at vi går i sirkel.

Bankbransjen har historisk sett vært høyt ansett. Interessentene har hatt tillitt til banken, og den har hatt legitimitet. I stor grad har nok interessentene tenkt at banker har gode hensikter, er ærlige, troverdige, anstendige og fornuftige, noe som sannsynliggjør at organisasjoner tildeles legitimitet av interessentene. Kanskje har bankene fokusert for mye på enkelte interessentgrupper som eiere og investorer, og for lite på kunder, offentlige myndigheter og media. Synet på banker kan ha begynt å endre seg. Banken er noe man har tatt nærmest for gitt, og kanskje har bankene tatt seg selv for gitt. Med overgang til rene nettbaserte tjenester er ikke banker noe som behøver å bestå i den form de har i dag. Markedet har vært preget av isomorfisme, og forbrukslånsbankene har opptrådd relativt likt, noe vi kan se ut fra den relativt enstemmige tilbakemeldingen i tilsynsrapportene fra Finanstilsynet de senere årene. Allmenmoralen er i endring, og ut fra nyhetsbildet og stadig nye reguleringer av bransjen kan det se ut som om det sprer seg en oppfatning om at det ikke lenger er rimelig at forbrukslånsbanker tjener så godt på enkeltpersoners ulykke. Det kan stilles spørsmål om ledelsen har gjort nok for å påvirke legitimiteten. For å beholde legitimitet må bankene forutse fremtidig endring. Her ser det ut til at samfunnets forventninger til bankenes prestasjoner har endret seg, mens bankene fortsetter som før. Vi kan snakke om at det har oppstått et legitimitetsgap. Det at bankene historisk har hatt stor suksess med å utstede forbrukslån er til hinder for at de stopper. Dette kan betegnes som en legitimitetskrise. Det har til og med vært eksempler på at andre banker har trukket seg fra markedet og gått ut i media med dette, for å unngå å bli assosiert med forbrukslån som produkt. Dette er et tegn på at forbrukslånsbankene overlates til seg selv og bør begynne å endre seg.

#### ***4.5 Mislighold av forbrukslån sett opp mot bedriftens samfunnsansvar***

Om jeg isolert ser økningen i mislighold opp mot bedriftens samfunnsansvar, fremstår det som tydelig at bransjen ikke driver med positive sosiale effekter og minimalt med negative konsekvenser og dermed ikke overholder sitt samfunnsansvar.



## **5. Konklusjon og avsluttende refleksjoner**

Det fremstår som om norske tilbydere av forbrukslån ikke balanserer inntjening mot etikk og samfunnsansvar, men har et relativt ensidig fokus på inntjening. Aktørene i bransjen driver ikke med positive sosiale effekter eller minimalt med negative konsekvenser, bryter grunnleggende etiske og lovmessige spilleregler og overholder dermed ikke sitt samfunnsansvar.

Jeg mener med dette å ha besvart problemstillingen som er:

**“Hvordan forholder norske tilbydere av forbrukslån seg til etikk og samfunnsansvar?”**

For å reparere en legitimitet de er i ferd med å miste, bør forbrukslånsbankene restrukturere driften før offentlige reguleringer gjør det for dem. Dette er en oppgave for ledelsen.

## Litteraturliste

- Aksjeloven. (1997). Lov om aksjeselskaper (aksjeloven) (LOV-1997-06-13-44). Hentet 20.05 2020 fra <https://lovdata.no/lov/1997-06-13-44>
- Barne- og familiedepartementet. (2015). Åpner for privat gjeldsregister. Hentet 10.10 2019 fra <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/apner-for-privat-gjeldsregister/id2417382/>
- Barne- og familiedepartementet. (2016a). Høring - forslag til lov om registrering av enkeltpersoners gjeld (gjeldsregisterloven). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/horing---forslag-til-lov-om-registrering-av-enkeltpersoners-gjeld-gjeldsregisterloven/id2517092/>
- Barne- og familiedepartementet. (2016b). Vurderer å regulere markedsføring av kreditt. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/vurderer-a-regulere-markedsforing-av-kreditt/id2516931/>
- Barne- og familiedepartementet. (2017). Gjeldsinformasjonsloven trer i kraft. Hentet 10.01 2020 fra <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/gjeldsinformasjonsloven-trer-i-kraft/id2576964/>
- Barne- og familiedepartementet. (2018). Et tredje selskap får gi gjeldsopplysninger. Hentet 10.01 2020 fra <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/et-tredje-selskap-far-gi-gjeldsopplysninger/id2616616/>
- Barne- og familiedepartementet. (2019, 01.02.2019). Veiledning om praktisering av gjeldsinformasjonsforskriften. Hentet 10.01 2020 fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/veiledning-om-praktisering-av-gjeldsinformasjonsforskriften/id2627621/>
- Barne- og familiedepartementet og Finansdepartementet. (2018). To selskaper får gi gjeldsopplysninger. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/to-selskaper-far-gi-gjeldsopplysninger/id2605691/>
- Beauchamp, T. L. & Childress, J. F. (2001). *Principles of biomedical ethics* (5th ed. utg.). Oxford: Oxford University Press.
- Bentham, J. (2000). *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation* Batoche Books.
- Bertram, C. (2013). *Routledge Philosophy GuideBook to Rousseau and the Social Contract*. Hoboken: Taylor and Francis.
- Borthen, T. & Haugland, K. (2017). *Eksamen ME303E* Nord universitet.
- Carroll, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, (34), 39-48.
- Carroll, A. B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International journal of corporate social responsibility*. <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6>
- Carson, S. G., Skauge, T. & Keeping, D. (2019). *Etikk for beslutningstakere : virksomheters bærekraft og samfunnsansvar* (2. utgave. utg.). Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Cochran, P. L. (2007). The evolution of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 50(6), 449-454. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2007.06.004>
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined an analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*.
- Deegan, C. (2002). Introduction: the legitimising effect of social and environmental disclosures - a theoretical foundation. *Accounting, Auditing and Accountability*, 15(3), 282. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>

- Deegan, C. (2018). Legitimacy theory. I Z. Hoque (Red.), *Methodological issues in accounting research* (Second edition. utg., s. 204-224). London, England: Spiramus Press.
- Dimaggio, P. & Powell, W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(6), 147.
- DiMaggio, P. J. & Powell, W. W. (1991). *The New institutionalism in organizational analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Dodd, E. M. (1932). For Whom Are Corporate Managers Trustees? *Harvard Law Review*, 45(7), 1145-1163. <https://doi.org/10.2307/1331697>
- Donaldson, T. & Dunfee, T. W. (2002). Ties that bind in business ethics: Social contracts and why they matter. *Journal of Banking and Finance*, 26(9), 1853-1865. [https://doi.org/10.1016/S0378-4266\(02\)00195-4](https://doi.org/10.1016/S0378-4266(02)00195-4)
- Dowling, J. & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18, 122-136.
- Elkington. (1997). *Cannibals with forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business* Capstone.
- Elkington, J. (2018, 25.06.2018). 25 Years Ago I Coined the Phrase “Triple Bottom Line.” Here’s Why It’s Time to Rethink It. Hentet fra <https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it>
- Finans Norge. (2010). *Penger forplikter*. Hentet fra <https://www.finansnorge.no/contentassets/0c29b729b82b4d6ba84e88a33677319a/penger-forplikter.pdf>
- Finans Norge. (2015, 21.09.2015). Finansnæringens etikkplakat. Hentet 10.04.2017 2017 fra <https://www.finansnorge.no/aktuelt/nyheter/2015/09/finansnaringens-etikkplakat1/>
- Finansavtaleloven. (1999). Lov om finansavtaler og finansoppdrag (finansavtaleloven) (LOV-1999-06-25-46). Hentet 20.05 2020 fra <https://lovdata.no/lov/1999-06-25-46>
- Finansdepartementet. (2017). *Finansmarkedsmeldingen 2016-2017* (Meld. St. 34 (2016–2017)). Oslo: Finansdepartementet. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-34-20162017/id2548252/>
- Finansdepartementet. (2019, 12.02.19). Regjeringen innfører nye krav til banker som tilbyr forbrukslån. I. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/regjeringen-innforer-nye-krav-til-banker-som-tilbyr-forbrukslan/id2628803/>
- Finansdepartementet. (2020). *Finansmarkedsmeldingen 2020* (Meld. St. 22 (2019–2020)). Oslo: Finansdepartementet. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-22-20192020/id2699066/>
- Finansdepartementet, Barne- og familiedepartementet & Justis- og beredskapsdepartementet. (2017). Regjeringen varsler offensiv i markedet for forbrukslån. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/regjeringen-varsler-offensiv-i-markedet-for-forbrukslan/id2547941/>
- Finansforetaksloven. (2015, LOV-2019-12-13-79 fra 01.05.2020). Lov om finansforetak og finanskonsern (finansforetaksloven) (LOV-2015-04-10-17). Hentet fra <https://lovdata.no/lov/2015-04-10-17>
- Finansieringsselskapenes Forening og Finans Norge. (2017). Bransjenorm markedsføring av kredittkort og forbrukslån. Hentet 20.04 2020 fra <https://www.finansnorge.no/contentassets/43027ea11f4a4741a68b5676046409f9/markedsforing-av-kredittkort-og-forbrukslan-06.02.17.pdf>
- Finanstilsynet. (2016). Om finanstilsynet. Hentet 20.05 2020 fra <https://www.finanstilsynet.no/om-finanstilsynet/>

- Finanstilsynet. (2017). Finanstilsynets retningslinjer for forsvarlig utlånspraksis for forbrukslån. Hentet 20.05 2020 fra <https://www.finanstilsynet.no/contentassets/324f40afaaee445d8b4950ad4b930dac/run-dskriv-5-2017-retningslinjer-for-forbrukslan.pdf>
- Finanstilsynet. (2018, 06.06.2018). Finansielt utsyn - juni 2018. I. Hentet fra <https://www.finanstilsynet.no/nyhetsarkiv/pressemeldinger/2018/finansielt-utsyn---juni-2018/>
- Finanstilsynet. (2019a, 10.12.2019). Finansielt utsyn - desember 2019. Hentet 20.03 2020 fra <https://www.finanstilsynet.no/contentassets/345999748fa840e59fff49e6a2dbb1db/finansielt-utsyn-desember-2019.pdf>
- Finanstilsynet. (2019b, 04.06.2019). Finansielt utsyn - juni 2019. I. Hentet fra <https://www.finanstilsynet.no/nyhetsarkiv/pressemeldinger/2019/finansielt-utsyn---juni-2019/>
- Finanstilsynet. (2019c). *Finanstilsynets årsmelding*. Hentet fra <https://www.finanstilsynet.no/contentassets/324174b9375c464f89a6ac15d94b50b7/finanstilsynets-armelding-2019.pdf>
- Finanstilsynet. (2019d, 09.04.2019). Kapitalkrav for avtaler om kjøp av misligholdte lån. I. Hentet fra <https://www.finanstilsynet.no/nyhetsarkiv/nyheter/2019/kapitalkrav-for-avtaler-om-kjop-av-misligholdte-lan/>
- Finanstilsynet. (2019e). *Merknader - endelig rapport til styret i Instabank ASA*. Hentet fra <https://www.finanstilsynet.no/contentassets/9a416d97e6c341528bb41f2f062e49bb/me-rknader---endelig-rapport-instabank.pdf>
- Finanstilsynet. (2019f). *Oppsummering fra stedlige tilsyn i seks forbrukslånsbanker*. Hentet fra <https://www.finanstilsynet.no/contentassets/50b563ec71374de4b23140fee5651193/oppsummering-fra-stedlige-tilsyn-i-seks-forbrukslansbanker.pdf>
- Finanstilsynet. (2019g). *Resultatrapport for finansforetak*. Hentet fra <https://www.finanstilsynet.no/contentassets/6e1409eaf09247b3965f1bf074123983/resultatrapport-for-finansforetak-2019.pdf>
- Finanstilsynet. (2019h). Rundskriv om finansagenter. Hentet 22.05 2020 fra <https://www.finanstilsynet.no/nyhetsarkiv/rundskriv/2019/rundskriv-om-finansagenter/>
- Floater, T. B. (2009). Om trollmenn og hekser i tidlig nytid. Hentet 01.05 2020 fra <https://www.arkivverket.no/om-oss/vare-publikasjoner/arkivmagasinet>
- Forbrukerombudet (nå Forbrukertilsynet). (2017a). Strengere regler for kredittreklame. Hentet 20.05 2020 fra <https://www.forbrukertilsynet.no/strengere-regler-kredittreklame-2>
- Forbrukerombudet (nå Forbrukertilsynet). (2017b). Ulovlig markedsføring av forbrukslån. Hentet 20-05 2020 fra <https://www.forbrukertilsynet.no/ulovlig-markedsforing-av-forbrukslan>
- Forbrukerrådet. (2016). Gjeldsregisterloven- Høringsvar fra Forbrukerrådet. Hentet 20.05 2020 fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/ff08584d39bb4616af549fd08c80201c/forbrukerradet.pdf?uid=Forbrukerradet>
- Forbrukerrådet. (2019). Forbrukslånsbankene med systematiske regelbrudd. Hentet fra <https://www.forbrukerradet.no/siste-nytt/forbrukslansbankene-med-systematiske-regelbrudd/>
- Forbrukertilsynet. (2019a). Axo Finans vil rydde opp i spam-markedsføring. Hentet 21.05 2020 fra <https://www.forbrukertilsynet.no/axo-finans-vil-rydde-opp-spam-markedsforing>

- Forbrukertilsynet. (2019b, udatert). Mye ulovleg kredittmarknadsføring. Hentet 20.05 2020 fra <https://www.forbrukertilsynet.no/mye-ulovleg-kredittmarknadsforing>
- Forsinkelsesrenteloven. (1976). Lov om renter ved forsinket betaling m.m. (forsinkelsesrenteloven) (LOV-1976-12-17-100). Hentet 20.05 2020 fra <https://lovdata.no/lov/1976-12-17-100>
- Forskrift om fakturering av kredittkortgjeld mv. (2017). Forskrift om fakturering av kredittkortgjeld mv. (FOR-2017-04-04-427). Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2017-04-04-427>
- Forskrift om markedsføring av kreditt. (2017). Forskrift om markedsføring av kreditt (forskrift om markedsføring av kreditt) (FOR-2017-04-05-437). Hentet 20.05 2020 fra <https://lovdata.no/forskrift/2017-04-05-437>
- Freeman, R. E. (2009). Stakeholder Theory: 25 Years Later. *Philosophy of Management*, 8(3).
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach* Cambridge University Press.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, 13, 32-33.
- Gjeldsinformasjonsloven. (2017). Lov om gjeldsinformasjon ved kredittvurdering av privatpersoner (gjeldsinformasjonsloven) (LOV-2017-06-16-47). Hentet 01.10 2019
- ISO. (2010). *Guidance on social responsibility*. [www.iso.org](http://www.iso.org): ISO. Hentet fra <https://www.iso.org/standard/42546.html>
- Jacobsen, D. I. & Thorsvik, J. (2013). *Hvordan organisasjoner fungerer* (4. utg. utg.). Bergen: Fagbokforl.
- Jensen, M. H. (2019). Det norske forbrukslånsmarkedet har stagnert. Men de utenlandske forbrukslånsbanker øker. Hentet 20.05 2020 fra <https://www.abcnyheter.no/penger/privatokonomi/2019/12/07/195631511/tror-svenske-forbruksbanker-tar-over-norge>
- Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tuft, P. A. (2011). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. (3. utg.). Oslo: Abstrakt forlag AS.
- Justis- og beredskapsdepartementet. (2003). Ot.prp. nr. 78 (2002-2003) Om lov om endringer i straffeloven mv. (straffebud mot korrupsjon). Hentet 2018 fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/otprp-nr-78-2002-2003-/id174768/?ch=5>
- Kantor, J. & Twohey, M. (2017, 05.10.2017). Harvey Weinstein Paid Off Sexual Harassment Accusers for Decades. *The New York Times*. Hentet fra <https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html>
- Knudsen, O. F. (2015). legitimitet i Store norske leksikon på snl.no. Hentet 10.01 2020 fra <https://snl.no/legitimitet>
- Libell, H. P. (2012, 03.06.2013). Kraftig økning i bærekraftig investeringer. Hentet 10.04.2017 2017 fra <http://www.dagensperspektiv.no/kraftig-%C3%B8kning-i-b%C3%A6rekraftig-investeringer>
- Meyer, J. W. & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363. Hentet fra [www.jstor.org/stable/2778293](http://www.jstor.org/stable/2778293)
- Meyer, J. W. & Rowan, B. (1991). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. . In DiMaggio, P. J. & Powell, W. W. (1991). *The New institutionalism in organizational analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R. & Wood, D. J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853-886. <https://doi.org/10.2307/259247>

- Nergård, G. (2016, 15.03.2016). Butikk og etikk i banken. Hentet 10.04.2017 2017 fra <https://forbrukerombudet.no/butikk-etikk-banken>
- NHO. (2013). Samfunnsansvar - styrets rolle. En veileder fra NHO om samfunnsansvar og styrearbeid. Hentet 08.04.2017 2017 fra <https://www.nho.no/siteassets/nhos-filer-og-bilder/filer-og-dokumenter/seriost-arbeisliv-og-samfunnsansvar/samfunnsansvar---styrets-rolle.pdf>
- Nickelsen, T. (2012). Kirken velsignet slaveriet. Hentet 01.05 2020 fra <https://www.apollon.uio.no/artikler/2008/kirken-slaveriet.html>
- NUES. (2014). *Eierstyring og selskapsledelse*. Hentet fra <http://www.nues.no/filestore/Dokumenter/Anbefalingene/2014/2014-10-30Anbefaling2014NORweb.pdf>
- O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 344-371. <https://doi.org/10.1108/09513570210435870>
- Okstad, G. (2018, 10.11.2018). Ditt forbrukslån kan bli solgt til investorer. *Adressavisen*. Hentet fra <https://www.adressa.no/pluss/okonomi/2018/11/10/Ditt-forbrukslån-kan-bli-solgt-til-investorer-17810098.ece>
- Parmar, B., Freeman, R., Harrison, J., Purnell, A. & De Colle, S. (2010). Stakeholder Theory: The State of the Art. *The Academy of Management Annals*, 3, 403-445. <https://doi.org/10.1080/19416520.2010.495581>
- Phillips, R. A. & Reichart, J. (2000). The Environment as a Stakeholder? A Fairness-Based Approach. *Journal of Business Ethics*, 23(2), 185-197. Hentet fra [www.jstor.org/stable/25074234](http://www.jstor.org/stable/25074234)
- Sagdahl, M. U. (2015, 21.12.2015). Etikk. I *Store norske leksikon*. snt.no: Store norske leksikon. Hentet fra <https://snl.no/etikk>
- Scott, W. R. (1992). *Organizations: Rational, natural and open systems (3rd ed.)* Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall.
- Scott, W. R. (2008). *Institutions and organizations : ideas and interests (3rd ed. utg.)*. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Scott, W. R. & Meyer, J. W. (1991). The Organization of Societal Sectors.
- Sethi, S. (1979). A Conceptual Framework for Environmental Analysis of Social Issues and Evaluation of Business Response Patterns. *The Academy of Management Review*, 4(1), 63. <https://doi.org/10.2307/257404>
- Sheldon, O. (1924). *The philosophy of management*. London, New York: London, Pitman, New York, Pitman.
- Smith, A. (1902). *The wealth of nations*. New York (State): New York (State): Collier, 1902.
- Steen, T. (2019). slaveri i Store norske leksikon på snl.no. Hentet 01.05 2020 fra <https://snl.no/slaveri>
- Store norske leksikon. (2020, 15.04.2020). juridisk person. I J. Gisle (Red.), *Store norske leksikon*. snl.no. Hentet 15.05.2020 fra [https://snl.no/juridisk\\_person](https://snl.no/juridisk_person)
- Strand, R. & Freeman, R. E. (2015). Scandinavian Cooperative Advantage: The Theory and Practice of Stakeholder Engagement in Scandinavia. *Journal of Business Ethics*, (127), 65–85(2015). <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10551-013-1792-1>
- Suchman, M. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571. <https://doi.org/10.2307/258788>
- Transparency International Norge. (2019). Alle gjorde det. Hentet fra [http://transparency.no/wp-content/uploads/Korrupsjonskampen\\_Web\\_Single-003.pdf](http://transparency.no/wp-content/uploads/Korrupsjonskampen_Web_Single-003.pdf)
- Tranøy, K. E. (1998). *Det åpne sinn : moral og etikk mot et nytt årtusen*. Oslo: Universitetsforl.

- Utenriksdepartementet. (2009). *Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi* (St.meld. nr. 10 (2008-2009)). Oslo: Utenriksdepartementet. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stmeld-nr-10-2008-2009-/id542966/>
- Vedeler, M. (2016). Slik fikk E24 to mill. i forbrukslån på fire dager. Hentet 10.04 2017 fra <http://e24.no/boers-og-finans/bank/slik-fikk-e24-to-mill-i-forbrukslaan-paa-fire-dager/23858253>
- Wartick, S. L. & Mahon, J. F. (1994). Toward a Substantive Definition of the Corporate Issue Construct: A Review and Synthesis of the Literature. *Business & Society*, 33(3), 293-311. <https://doi.org/10.1177/000765039403300304>