

Samfélagsábyrgð í íslenskum skaðatryggingafélögum

Harpa Dís Jónsdóttir, Lára Jóhannsdóttir og Snjólfur Ólafsson¹

Ágrip

Við hrun bankakerfisins á Íslandi haustið 2008 var háværum mótmælum beint að Alþingi, viðskiptalífínu og ráðamönnum í stjórnslunni. Margir settu fram kröfur um að þeir sem væru ábyrgir fyrir hrununu öxluðu ábyrgð og svöruðu til saka. Kallað var eftir nýjum gildum, nýjum viðskiptaháttum og framtíðarsýn með aukna ábyrgð að leiðarljósi. Aukin krafa kom einnig fram um að árangur samfélagsábyrgðar skyldi mældur á einhvern hátt og birtur hagsmunaaðilum.

Í þessari grein verður greint frá helstu niðurstöðum rannsóknar sem hefur það að markmiði að fjalla um fjögur íslensk skaðatryggingafélög, það hvernig þau hafa brugðist við kallinu um aukna samfélagsábyrgð, áherslur þeirra á því sviði og innleiðingu aðgerða. Heimasíður félaganna voru skoðaðar með tilliti til samfélagsábyrgðar, hvort og þá á hvaða hátt félögin starfa á samfélagslega ábyrgan hátt, hvort þau hafa gengist undir formlegar skuldbindingar á þessu sviði og hvernig þau birta hagsmunaaðilum upplýsingar um samfélagsábyrgð sína. Þá voru tekin viðtöl við einstaklinga innan félaganna sem hafa með samfélagsmál að gera. Spurt var m.a. hvort og þá á hvaða hátt félögin sinntu samfélagsábyrgð, hver væri helsti hvatinn til aðgerða og hverjar helstu áskoranir væru við innleiðingu.

Rannsóknin leiðir í ljós að félögin fjögur eru öll að vinna að því að innleiða samfélagslega ábyrgð, en eru þó komin fremur skammt á veg sé horft til skilgreininga á því hvað samfélagsábyrgð felur í sér. Tvö félaganna hafa sett sér stefnu um samfélagsábyrgð en hin tvö áætla að setja sér slíka stefnu. Viðmælendur nefna flestir forvarnir og endurvinnslu þegar spurt var um áherslur á sviði samfélagsábyrgðar, en einnig styrki og stuðning við ýmis samfélagsleg verkefni. Helsta áskorunin við innleiðingu samfélagsábyrgðar er að mati viðmælenda tímaskortur og smæð félaganna. Fræðilegt gildi rannsóknarinnar felst í að varpa ljósi á orðræðu sem ríkjandi er í greininni, en sú orðræða er studd upplýsingum af vefsíðum váttryggingafélaganna. Orðræðan gefur mynd af stöðu samfélagsábyrgðar hjá stóru íslensku skaðatryggingafélögunum, en takmarkaðar rannsóknir á skaðatryggingafélögunum liggja fyrir á þessi sviði. Hagnýtt gildi rannsóknarinnar felst í stöðumati sem skaðatryggingafélögin geta horft til við áframhaldandi innleiðingu samfélagsábyrgðar í eigin rekstri.

¹ Harpa Dís Jónsdóttir, verkefnisstjóri Háskóla Íslands, Lára Jóhannsdóttir, lektor, Viðskiptafræðideild Háskóla Íslands, Snjólfur Ólafsson, prófessor, Viðskiptafræðideild Háskóla Íslands. Höfundar færa viðmælendum sínum bestu þakkir fyrir þátttökuna.

Abstract

The demand for increased corporate social responsibility (CSR) has become more intense worldwide in recent years. After the collapse of the Icelandic banking system in the autumn of 2008, there were protests against the Parliament, the business sector and the government, demanding that those liable for the situation assumed responsibility for their actions or be taken to court. The public requested new values for business practices and increased responsibility. Additionally, the demand was to measure and disclose corporate responsibility performance.

The aim of this study is to look at how four Icelandic non-life insurance companies have responded to the call for increased emphasis on corporate social responsibility, their strategies and how they are implemented. To reach our goal the insurance company websites were examined for CSR themes. In particular we looked for examples on whether and in what way the companies operate in accordance with CSR, whether they have formally committed to CSR, and how they disclose information to stakeholders. Additionally, interviews were carried out with executives and specialists within the insurance companies. They were asked about their companies' CSR emphasis, drivers behind actions and the main implementation challenges.

The study reveals that all four insurance companies place some emphasis on CSR, but have made limited progress when compared to what definitions of CSR comprise. Two of the companies have adopted CSR strategies, while the other two companies are planning to do so. Actions brought up as examples by interviewees included loss prevention and recycling initiatives, grants and support to various community projects. The main barriers to implementation identified were company size and time constraints. The theoretical value of the study is a better understanding of the first steps of CSR implementation in insurance companies and the discourse related to CSR within the companies, but limited research on non-life insurance companies is available in this field. The practical value of the study lies in the status assessment which non-life insurance companies can look to in the continued implementation of social responsibility in their operations.

JEL flokkun: D22, M1, M14

Lykilorð: Samfélagsábyrgð, skaðatryggingafélög, stefna

1 Inngangur

Krafan um að fyrirtæki axli ábyrgð á áhrifum sínum á samfélag og umhverfi hefur verið til staðar um langt árabil (Hoffman, 2000). Efnahagshrunið árið 2008 hefur haft áhrif á aðgerðir ýmissa fyrirtækja á sviði samfélagsábyrgðar vegna þrýstings sem þau urðu fyrir, m.a. vegna fjöldauppsagna sem gripið var til og niðurskurðar til samfélagslegra verkefna. Sumar aðgerðir fyrirtækja í kjölfar hrunsins eru álitnar jákvæðar, en þar má nefna auknar áherslur á góða stjórnarhætti sem og umhverfis- og starfskjarastefnu (Jacob, 2012). Þrátt fyrir efnahagslega niðursveiflu þá hefur það komið í ljós í stjórnendakönnun Boston Consulting Group og MIT Sloan Management Review að skuldbinding fyrirtækja og fjárfestingar á sviði sjálfbærni hafi aukist eftir hrun, öfugt við það sem mátt hefði ætla (Haanaes o.fl., 2011). Kröfur um að fyrirtæki stuðli að sjálfbærri nýtingu náttúruauðlinda, fjárfesti í samfélagslega ábyrgum verkefnum og að þau komi fram við starfsmenn og samfélagið í heild á sanngjarnan og réttlátan hátt verða sífellt meira áberandi (Jones, 2012). Þessi þrýstingur endurspeglar t.d. í alþjóðasamningum á sviði umhverfismála, löggjöf og þrýstingi frá ýmsum hagsmunaöflum sem kalla eftir nýjum gildum, nýjum viðskiptaháttum og nýrri framtíðarsýn með aukna ábyrgð að leiðarljósi (Hoffman, 2000). ISO 26000 staðallinn um samfélagslega ábyrgð sem kom út árið 2010 er ein birtingarmynd aukins þrýstings á fyrirtæki um að þau axli ábyrgð.

Krafa um að árangur samfélagsábyrgðar sé mældur og niðurstöður birtar hagsmunaaðilum eykst einnig (Rose, 2013), sérstaklega meðal stærri fyrirtækja. Evrópusambandið lögfesti til að mynda árið 2014 þá kröfu að stærri fyrirtæki skuli upplýsa um atriði, önnur en fjárhagslegs eðlis, þ.e. atriði sem lúta að starfsmönnum, umhverfi og samfélagi. Löggjöfin tekur bæði til einkafyrirtækja og opinberra fyrirtækja (Council of the European Union, 2014). Hér á landi hefur áhersla á samfélagsábyrgð einnig aukist á undanförunum árum (t.d. Dagný Arnarsdóttir, 2009; Dagný Kaldal Leifsdóttir, 2013; Julia Vol, 2012; Lára Jóhannsdóttir, Snjólfrur Ólafsson og Harpa Dís Jónsdóttir, 2015; Snjólfrur Ólafsson, Brynhildur Davíðsdóttir og Lára Jóhannsdóttir, 2014).

Skaðatryggingafélög gegna mikilvægu samfélagslegu hlutverki með starfsemi sinni, m.a. með því að tryggja verðmæti, koma í veg fyrir tjón og bæta tjón, ásamt því að stunda fjárfestingar og að vera vinnuveitendur. Það hefur sýnt sig að íslensk skaðatryggingafélög eru eftirbátar váttryggingafélaga í Danmörku, Finnlandi, Noregi og Svíþjóð þegar kemur að umhverfislegum áherslum í rekstri (Lára Jóhannsdóttir, 2014). Því er það gagnlegt í fræðilegu og hagnýtu tilliti að skoða víðari áherslur en umhverfisábyrgð hjá hérlendum skaðatryggingafélögum, enda hafa fáar rannsóknir verið gerðar á því sviði til þessa ef frá eru taldar doktorsrannsókn Láru Jóhannsdóttur (2012) sem ber yfirskriftina Áhugi og framlag norrænna skaðatryggingafélaga á úrlausn umhverfislegra vandamála og BA ritgerð Braga Skaftasonar (2014) sem ber yfirskriftina Samfélagsábyrgð tryggingafélaga: Siðareglur og siðferðisleg álitamál (Bragi Skaftason, 2014). Þá hefur það komið fram að vitund og viðhorf stjórnenda innan váttryggingafélaga getur haft áhrif á aðgerðir eða aðgerðaleyfi á sviði umhverfisábyrgðar (Lára Jóhannsdóttir, Snjólfrur Ólafsson og Brynhildur Davíðsdóttir, 2013).

Til váttryggingafélaga teljast bæði líf- og skaðatryggingafélög. Í þessari rannsókn var einungis horft til stöðu mála hjá stærstu skaðatryggingafélögum á Íslandi, en þau tryggja m.a. fasteignir, bifreiðar og lausafé auk þess að bjóða vernd gegn ábyrgðartjónum (Samtök fjármálafyrirtækja, e.d. c). Félögin sem tekin eru til skoðunar í þessari grein eru Sjóvá, Tryggingamiðstöðin (TM), Váttryggingafélag Íslands (VÍS) og Vörður. Markmiðið er að skoða áherslur þeirra á sviði samfélagsábyrgðar, stefnu og framkvæmd hennar og helstu áherslur og hindranir við innleiðingu. Leitað er svara við eftirfarandi rannsóknarspurningum, en búið er

að leita svara við þeim út frá umhverfisábyrgð fyrirtækja (Lára Jóhannsdóttir, 2012), en ekki út frá samfélagsábyrgð fyrirtækja:

1. Hver er stefna skaðatryggingafélaganna varðandi samfélagsábyrgð?
2. Hverjir eru helstu hvatar skaðatryggingafélaganna til þess að innleiða samfélagsábyrgð?
3. Hverjar eru helstu áherslur skaðatryggingafélaganna við innleiðingu á samfélagsábyrgð?
4. Hver er helsti ávinningur þess að innleiða samfélagsábyrgð að mati viðmælanda?
5. Hverjar eru helstu hindranir við innleiðingu á samfélagsábyrgð skaðatryggingafélaganna?

Niðurstöðurnar byggjast á viðtölum við forsvarsmenn félaganna, en viðtölin fóru fram vorið 2014, sem og á upplýsingum af heimasíðum félaganna. Greinin er þannig upp byggð að í kafla 2 er fjallað um samfélagsábyrgð fyrirtækja. Kafli 3 fjallar um hlutverk skaðatryggingafélaga. Gerð er grein fyrir rannsóknaraðferðum í kafla 4 og helstu niðurstöðum í kafla 5. Umræður um niðurstöðurnar má finna í kafla 6.

2 Samfélagsábyrgð fyrirtækja

Líta má aftur til iðnbyltingarinnar á 18. öld og samfélagsþróunar sem þá átti sér stað, eða jafnvel lengra aftur, þegar rætt er um ábyrgð fyrirtækja (Blowfield og Murray, 2014). Kenningar um ábyrgð fyrirtækja snerust í fyrstu um ábyrgð stjórnenda fyrirtækja, en þróuðust síðar yfir í kenningar þar sem meira er fjallað um ábyrgð fyrirtækja sem stofnana (Berle og fl., 1932; Davis, 1973). Einn af virtustu fræðimönnum á sviði samfélagsábyrgðar fyrirtækja, Archie B. Carroll, tilgreinir sjötta áratug tuttugustu aldar sem tímabil nútíma samfélagsábyrgðar (Carroll, 1999). Hugtakið sjálft, þ.e. samfélagsábyrgð fyrirtækja (e. corporate social responsibility) var fyrst sett fram af Howard Bowen árið 1953 í bók sem bar yfirskriftina „Social Responsibilities of the Businessman“. Skilgreining Bowen er talin grunnkilgreining sem stuðst hefur verið við í fræðum um samfélagsábyrgð fyrirtækja, en síðan hefur smátt og smátt verið byggt ofan á hana. Að mati Bowen felst skylda stjórnenda í því:

...að fylgja eftir stefnu, taka ákvarðanir og framkvæma hluti sem eru eftirsóknarverðir fyrir samfélagið (Carroll, 1999).

Þegar litið er til þróunar og skilnings á hugtakinu kemur í ljós að sagan er löng og skilningurinn á hugtakinu hefur þróast í árunna rás. Í raun má segja að samfélagsábyrgð fyrirtækja sé þverfaglegt viðfangsefni og hafa fræðimenn ólíka sýn á hvað felst í raun í hugtakinu. Carroll (1999) dregur fram þrjá þætti þ.e.: a) ábyrgð gagnvart hluthöfum, b) ábyrgð gagnvart öðrum haghöfum og c) ábyrgð gagnvart samfélaginu.

Samfélagsábyrgð fyrirtækja er þannig hugtak sem ætlað er að ná utan um siðferðislega, félagslega, umhverfislega, efnahagslega og lagalega ábyrgð fyrirtækja. Því er einnig haldið fram að fyrirtæki sinni samfélagslegri ábyrgð sjálfviljug og gangi lengra en lög og reglur gera kröfur um (Blowfield og Murray, 2014). Áherslur á sviði samfélagsábyrgðar eru einnig mismunandi eftir löndum og heimsálfum, en það ræðst meðal annars af lagaumhverfi og samfélagsaðstæðum sem móta rekstrarumhverfi fyrirtækjanna (Blowfield og Murray, 2014). Samfélagsábyrgð fyrirtækja í Bandaríkjunum hefur verið skilgreind sem opin (e. explicit),

þ.e. að fyrirtæki fari ekki leynt með áherslur sínar, á meðan hún er sögð hulin (e. implicit) í Evrópu í þeirri merkingu að fyrirtækin eru ekki endilega að segja frá áherslum sínum og aðgerðum (Matten og Moon, 2008). Evrópusambandið (ESB) stendur engu að síður frammarlega á sviði samfélagsábyrgðar, en framkvæmdastjórn sambandsins gaf t.d. út svokallaða grænbók (e. Green paper) árið 2001 en þar var settur fram rammi um málefni samfélagsábyrgðar (European Commission, 2001). Samfélagsábyrgð hefur síðan átt sinn stað í stefnumótun ESB á sviði vinnu- og félagsmála, umhverfismála, neytendamála, utanríkismála og stefnumótunar í málefnum opinberra innkaupa og fyrirtækjareksturs. Einnig eru ýmis verkefni í gangi á vegum sambandsins sem miða að sjálfbærri þróun, auknum hagvexti og atvinnusköpun ásamt viðskiptasiðferði (Dagný Arnarsdóttir, 2011). Í endurskoðaðri stefnu Evrópusambandsins um samfélagsábyrgð fyrirtækja fyrir árin 2011-2014 hvetur sambandið fyrirtæki til að finna farveg til að samþætta félagsleg og umhverfisleg málefni, mannréttindi og neytendavelferð við meginstefnu og dagleg störf í samstarfi við haghafa fyrirtækjanna (European Commission, 2011). Nánari skilgreiningu á samfélagsábyrgð má finna á vefsíðu Evrópusambandsins:

Samfélagsábyrgð vísar til þess að fyrirtæki taki ábyrgð á áhrifum sínum á samfélagið. Visbendingar eru um að samfélagsábyrgð hafi í auknum mæli áhrif á samkeppnishæfni fyrirtækja. Samfélagsábyrgð getur skilað ávinningi í áhættustjórnun, dregið úr kostnaði, haft áhrif á aðgengi að fjármagni, samband við viðskiptavinum, mannaúðsmál og nýsköpun (European Commission, e.d.).

Þessi skilgreining Evrópusambandsins er studd viðmiðum og stöðlum ýmissa stofnana og samtaka sem fjalla um efnið s.s. Alþjóðlegu staðlasamtakanna (ISO) sem hafa þróað staðal um samfélagsábyrgð (ISO 26000) með aðkomu fjölda hagsmunaaðila víða um heim. Staðlinum er ætlað að veita leiðbeiningu um meginreglur samfélagsábyrgðar, viðurkenningu og virkjun hagsmunaaðila en einnig að benda á leiðir til þess að innleiða samfélagsábyrgð. Staðallinn er hins vegar ekki ætlaður til vottunar eins og á við um ýmsa aðra staðla, heldur er hér um leiðbeiningarstaðal að ræða (Staðlaráð Íslands, 2013). Samkvæmt staðlinum felst samfélagsábyrgð í ...

...vilja fyrirtækis til að innleiða samfélags- og umhverfislega hugsun í ákvörðunum sínum og að það taki afleiðingum af áhrifum sem ákvarðanir þess og starfsemi hafa á samfélagið og umhverfið. Það felur í sér bæði gagnsæja og siðferðilega háttsemi sem stuðlar að sjálfbærri þróun, er í samræmi við gildandi lög og reglur og fylgir alþjóðlega viðtekinni háttsemi. Það felur einnig í sér að samfélagsleg ábyrgð sé innleidd í fyrirtækinu öllu, sé viðhöfð í öllum samskiptum þess og taki tillit til hagsmuna hagsmunaaðila (Staðlaráð Íslands, 2013, bls. 30).

Þannig má segja að dregið sé fram það sjónarmið að samfélagsábyrgð sé ekki verkefni á hliðarlínunni, heldur að hún sé heildstæð, tengd kjarnastarfsemi viðkomandi fyrirtækis, taki mið af breiðum hópi hagsmunaaðila og ekki sé eingöngu horft til skammtímasjónarmiða heldur að það sé jafnvægi á milli skammtíma- og langtímasjónarmiða í rekstri fyrirtækja (Chandler og Werther, 2014).

Fyrirtæki geta stigið ýmis skref til að formgera samfélagsábyrgð sína, meðal annars með því að (i) setja fram skriflega stefnu, (ii) gera ljóst hver eða hverjir beri ábyrgð á þeim málum í fyrirtækinu, (iii) skilgreina verkefni og ferla sem snerta samfélagsábyrgð og (iv) gera grein fyrir aðgerðum og árangri varðandi samfélagsábyrgð með skýrslum og á annan hátt. Lítil

fyrirtæki geta tekið samfélagsábyrgð sína mjög alvarlega án þess að formgera ábyrgðina um of. Í þeim tilvikum er samfélagsábyrgðin oft hluti af grunnhugmyndum um reksturinn, t.d. hluti af því sem stofnendur standa fyrir (Killian, 2012; Russo og Tencati, 2009).

Á Íslandi hafa verið starfræktar miðstöðvar um samfélagsábyrgð allt frá árinu 2008, fyrst Epikos og síðan Festa, miðstöð um samfélagsábyrgð, en Festa var stofnuð árið 2011. Aðild að Festu er ætlað að auðvelda fyrirtækjum að vinna með samfélagsábyrgð í eigin rekstri (Rio Tinto Alcan, 2008). Einnig eru nú starfandi ráðgjafarfyrirtæki eins og t.d. Alta og Roadmap sem sinna ráðgjöf varðandi samfélagsábyrgð. Festa er sjálfstæð stofnun sem hefur það að markmiði að hvetja til aukinnar umræðu og rannsókna um samfélagsábyrgð á Íslandi en jafnframt að bjóða upp á fræðslu og upplýsingagjöf til fyrirtækja (Festa, e.d. a). Á heimasíðu Festu má finna skilning miðstöðvarinnar á samfélagsábyrgð. Þar segir:

Í sinni einföldustu mynd felst samfélagsleg ábyrgð fyrirtækja og stofnana í því að þau axli ábyrgð á þeim áhrifum sem þau hafa á fólk og umhverfið. Samfélagsábyrgð fyrirtækja miðar að jafnvægi þar sem úr verður gagnkvæmur ávinningur fyrir samfélagið og fyrirtækin sjálf. Ábyrg félög eru þau sem með markvissum hætti skipuleggja starfsemi sína þannig að þau skaði ekki samfélagið og umhverfið heldur hafi jákvæð áhrif á þróun samfélagsins (Festa, e.d. a).

Festa bendir á að samfélagsábyrgð fyrirtækja sé tæki fyrir ábyrg fyrirtæki og stofnanir til að koma sér upp ferlum og skipulagi til að koma í veg fyrir að þau valdi skaða með starfsemi sinni (Festa, e.d. b). Í samfélagsábyrgð felst þannig ákveðið viðhorf sem endurspeglast í því að hægt sé að hafa jákvæð og góð áhrif á samfélagið og umhverfið um leið og árangri í viðskiptum er náð.

Þegar horft er til eðlis samfélagsábyrgðar fyrirtækja er ljóst að hún tekur á sig margar ólíkar myndir sem meðal annars eru háðar eðli starfseminnar, stærð fyrirtækisins, hvar fyrirtækið starfar og tíma. Þannig eru umhverfismál mikilvægur þáttur í samfélagsábyrgð fyrirtækja sem eru stórtæk í nýtingu náttúruauðlinda, mannréttindi hjá fyrirtækjum sem eru með starfsemi í þróunarlöndum og viðskiptasiðferði hjá fyrirtækjum með starfsemi í löndum þar sem mútur eru landlægar. Stærð fyrirtækja hefur einnig mikil áhrif á það hvernig fyrirtæki nálgast samfélagsábyrgð og í töflu 1 er dreginn fram áherslumunur á samfélagsábyrgð hjá litlum og meðalstórum fyrirtækjum annars vegar (10-250 starfsmenn) og stórum fyrirtækjum hins vegar, eins og Vázquez-Carrasco og López-Pérez (2013) og Jamali og fleiri (2009) greina þetta.

Tafla 1. Áherslumunur á samfélagsábyrgð lítilla og meðalstórra fyrirtækja samanborið við samfélagsábyrgð hjá stórum fyrirtækjum

Heimild: Byggt á Vázquez-Carrasco og López-Pérez, 2013 og Jamali og fleiri, 2009.

Lítill og meðalstór fyrirtæki (10-250 starfsmenn)	Stór fyrirtæki (fleiri en 250 starfsmenn)
Mannúðarmál.	Efnahagslegt sjónarhorn, stefnumiðuð nálgun.
Aðstæðubundið (áhersla á afmarkaða rekstarþætti).	Heildstæð nálgun (áhersla á heildarstarfsemi fyrirtækisins).
Meiri nálægð við hagsmunaaðila. Áhersla á nærsamfélagið.	Meiri fjarlægð frá hagsmunaaðilum.
Sterkur innblástur, veik samþætting, nýsköpun í meðlagi.	Veikur innblástur, öflug samþætting, lítil nýsköpun.
Síðræn sjónarmið, gildismat eigenda.	Hagkvæmnisjónarmið, efnahagsleg markmið.
Ókerfisbundið, ómótað og lítt formgert.	Skipulagt, formgert, mælanlegt.

Samkvæmt skilgreiningu framkvæmdastjórnar Evrópusambandsins þá teljast fyrirtæki með færri en 50 starfsmenn smáfyrirtæki, fyrirtæki með starfsmannafjölda á bilinu 51-249 teljast meðalstór, en fyrirtæki með 250 starfsmenn eða fleiri teljast stór (European Commission, 2005). Eins og sjá má í töflu 2 myndu íslensku skaðatryggingafélögin teljast meðalstór samkvæmt skilgreiningu þeirra Vázquez-Carrasco og López-Pérez og Evrópusambandsins. Vegna smæðar fyrirtækja á Íslandi er vert að hafa í huga að íslensku skaðatryggingafélögin teljast til stórra fyrirtækja hér á landi, en myndu í alþjóðlegum samanburði teljast smá. Þar sem þau eru stór fyrirtæki í smáum samfélagi þá er ekki ólíklegt að litið sé á þau sem fyrirmynd og gert ráð fyrir að þau gangi á undan með góðu fordæmi á sviði samfélagsábyrgðar, sem og á ýmsum öðrum sviðum rekstrarins.

Tafla 2. Fjöldi starfsmanna hjá íslensku skaðatryggingafélögunum

Vátryggingafélag	Fjöldi starfsmanna
Sjóvá	180
TM	127 (+25 umboðsmenn)
VÍS	201
Vörður	65

Með aukinni alþjóðavæðingu hefur krafan um að fyrirtæki taki þátt í að bæta það samfélag sem þau starfa í orðið meira áberandi eins og nefnt hefur verið hér að framan. Erlendar rannsóknir hafa gefið vísbendingar um að samfélagsábyrgð geti haft áhrif á kauphegðun neytenda sem segjast vera tilbúnir til þess að breyta kauphegðun sinni og beina viðskiptum sínum frekar til fyrirtækja sem eru samfélagslega ábyrg (Kotler og Lee, 2005). Aukinn þrýstingur hefur einnig myndast frá fjárfestum, opinberum aðilum og starfsmönnum sem gera þá kröfu á fyrirtækin að þau starfi á samfélagslega ábyrgan hátt (Fuentes-García o.fl., 2008 og Renneboog o.fl., 2008). Þessi þrýstingur endurspeglast t.d. í alþjóðasamningum á sviði umhverfismála, löggjöf og þrýstingi frá ýmsum hagsmunaöflum sem kalla eftir nýjum gildum, nýjum viðskiptaháttum og nýrri framtíðarsýn með aukna ábyrgð að leiðarljósi (Hoffman,

2000). Krafa um að árangur samfélagsábyrgðar verði mældur og niðurstöður birtar hagsmunaaðilum eykst einnig (Rose, 2013; Council of the European Union, 2014), sérstaklega meðal stærri fyrirtækja.

Bæði sjálfstæðar stofnanir og alþjóðastofnanir hafa brugðist við nýjum áskorunum sem fyrirtæki eiga þátt í að skapa, en þar má nefna hnattvæðingu aðfangakeðja, fátækt, hnignun vistkerfa og loftslagsbreytingar, með þróun á viðmiðum og stöðlum sem fyrirtæki geta fylgt til þess að bæta reksturinn (Blowfield og Murray, 2014). Alþjóðlegu staðlasamtökin eru þar gott dæmi með ISO 26000 staðalinn, sem nefndur var hér að framan. Fleiri dæmi má nefna, t.d. UN Global Compact sáttmála Sameinuðu þjóðanna um samfélagsábyrgð. Sáttmálanum er ætlað að stuðla að því að fyrirtæki axli samfélagsábyrgð í verki með viðmiðum sem þau geta nýtt sér við innleiðingu samfélagsábyrgðar. Fyrirtæki gerast sjálfviljug aðilar að Global Compact, en þá skuldbinda þau sig til þess að uppfylla tíu meginreglur sem lúta að mannréttindum, vinnurétti, umhverfismálum og baráttu gegn spillingu. Til þess að halda aðild sinni að sáttmálanum eru fyrirtæki skyldug til þess að skila árlegri skýrslu þar sem fram kemur hvernig þeim miðar við að fara eftir þessum reglum og hvaða áætlanir eru í gangi þar að lútandi (United Nations Global Compact, e.d.).

Global Reporting Initiative (GRI) eru sjálfstæð samtök sem hafa þróað alþjóðleg viðmið um gerð sjálfbærnskýrslna, en áherslan er á gagnsæi og áreiðanleika upplýsinga sem fyrirtæki setja fram í skýrslum sínum. Meginviðmið GRI-skýrslna snúa að umhverfi, mannréttindum, vinnuafli, samfélaginu og ábyrgum viðskiptum og efnahag. Fyrirtæki sem ákveða að innleiða þessi viðmið við skýrslugerð ráða sjálf hversu stóran hluta af þeim þau innleiða (Global Reporting Initiative, e.d.). Ásthildur Hjaltadóttir (2012), aðstoðarframkvæmdastjóri hjá The Global Reporting Initiative, segir það algengt að fyrirtæki tryggi gagnsæi og segi opinberlega frá stefnu sinni og aðgerðum á sviði samfélagsábyrgðar með því að birta upplýsingar um áhrif sín á samfélagið og umhverfið, t.d. í formi GRI-skýrslna. Hún segir jafnframt að GRI-viðmiðin séu vel þekkt í Skandinavíu, þó ekki sé sömu sögu að segja frá Íslandi. Ásthildur telur líklegt að hér á landi eigi krafan um aukið upplýsingaflæði um samfélagsábyrgð eftir að aukast, ekki síst í ljósi þess að Evrópuþingið hefur samþykkt tilskipun sem tekur gildi árið 2017, en hún skyldar stærri fyrirtæki með 500 starfsmenn eða fleiri til að birta upplýsingar um samfélagsábyrgð sína (Council of the European Union, 2014). Þá hefur slík löggjöf þegar verið innleidd í Danmörku svo að dæmi sé tekið (Zandvliet, 2011).

3 Hlutverk skaðatryggingafélaga

Meginhlutverk skaðatryggingafélaga er að koma í veg fyrir tjón og vernda líf og eignir. Hlutverk þeirra er þannig ekki einungis fjárhagslegs eðlis heldur hefur það víða samfélagslega skírskotun. Skaðatryggingafélögin dreifa áhættu sem þau tryggja með því að kaupa sér vernd hjá endurtryggingafélögum. Skaðatryggingafélög eru einnig stórir fjárfestar á markaði og stórir kaupendur ýmissar þjónustu, sér í lagi á sviði tjóna, ásamt því að vera vinnuveitendur. Vegna áhrifa loftslagsbreytinga á rekstrarumhverfi váttryggingafélaga þá hafa norræn fjármála- og váttryggingasamtök gefið út sérstaka yfirlýsingu þar að lútandi. Þar er lögð sérstök áhersla á kjarnastarfsemi váttryggingafélaga, þ.e. vörur og þjónustu, forvarnarmál og meðhöndlun tjóna, fjárfestingar, auk eigin starfsemi og eftirfylgni (Bosse og fleiri, 2009). Samtök fjármálafyrirtækja (SFF), sem eru heildarsamtök fjármálafyrirtækja á Íslandi, voru ekki aðili að umræddri loftslagsyfirlýsingu systursamtakanna á Norðurlöndum.

Samkvæmt heimasíðu SFF eru aðildarfélögin viðskiptabankar, fjárfestingarbankar, sparisjóðir, váttryggingafélög, verðbréfafyrirtæki, eignaleigur og kortafélög (Samtök fjármálafyrirtækja, e.d. a). Á heimasíðu SFF segir:

Fjármálastarfsemi er ein af grunnstoðum samfélagsins og því bera fjármálafyrirtæki mikla samfélagslega ábyrgð (Samtök fjármálafyrirtækja, e.d. b).

Samtökin leggja til viðmið sem mælt er til að lögð séu til grundvallar í siða- og verklagsreglum fjármálafyrirtækja. Lögð er til virðing fyrir lögum, viðskiptavinum, starfsfólki og ólíkum hagsmunum haghafa. Einnig er lögð áhersla á virðingu og trúnað, virðingu einkalífs og samfélagsleg áhrif ákvarðana. Samtökin leggja þannig til að:

Fjármálafyrirtæki leitast við að gera starfsmenn sína meðvitaða um samfélagsleg áhrif þeirra fjárhagslegu ákvarðana sem þeir taka í starfi. Starfsmenn taka tillit til samfélagslegra sjónarmiða eftir því sem kostur er þegar taka þarf erfiðar ákvarðanir sem geta varðað lífsviðurværi fólks (Samtök fjármálafyrirtækja, e.d. b).

Að öðru leyti er ekki fjallað um samfélagsábyrgð á heimasíðu Samtaka fjármálafyrirtækja. Þess utan bendir Rose (2013) á mikilvægi þess að viðskiptavinir skaðatryggingafélaga geti treyst því þegar þeir verða fyrir áföllum að aðrir hagsmunir en eingöngu fjárhagslegir stjórni aðgerðum skaðatryggingafélaga. Til þess að tileinka sér slíka starfshætti leggur Rose til eftirfarandi:

1. Borga „réttar“ bætur, þ.e. þannig að bótaþeginn fái sanngjarnar bætur fyrir tjón sitt, ekki svo lágar að honum finnst hann svikinn og heldur ekki svo háar að það verði til þess að hækka iðgjöld. Til þess að svo megi verða þarf váttryggingafélagið að búa yfir hæfu starfsfólki, tækni og tækjum.
2. Peningar bæta ekki tjón að fullu og því ættu tryggingafélög að beita sér á sviði forvarna hvar sem þau hafa tækifæri til.
3. Taka forystu hvað varðar loftslagsbreytingar. Bent er á að fjármálastofnanir sem gerast aðilar að United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP Finance Initiative) skrifi undir sáttmála á sviði umhverfismála. Nú þegar hafa yfir 200 fyrirtæki í fjármálastarfsemi í heiminum skrifað undir sáttmálann, þar sem þau undirgangast að vera í forystu um að þróa með sér góða umhverfislega hegðun (UNEP Finance Initiative, e.d.).
4. Taka þátt í góðgerðamálum á stefnumiðaðan hátt, helst þannig að þau verkefni sem studd eru tengist kjarnastarfsemi, t.d. dragi úr slysum og eignatjónum.
5. Virða mannréttindi.
6. Viðhafa samfélagslega ábyrga fjárfestingastefnu.

4 Rannsóknaraðferð

Eigindleg aðferðarfræði (e. qualitative research method(s)) leggur áherslu á að einstaklingurinn sé virkur túlkandi, en þannig beinast eigindlegar rannsóknaraðferðir að því að skilja hvernig einstaklingar skynja umhverfi sitt og aðstæður. Eigindlegar rannsóknaraðferðir eru ólíkar þeim megindlegu að því leyti að þær eru sveigjanlegri og rannsóknarspurningar eru að mótast á meðan á rannsókninni stendur. Í eigindlegri

aðferðarfræði er ekki stefnt að því að fá viðtæka, tölfræðilega yfirsýn eins og með meginlægum rannsóknaraðferðum heldur reynt að lýsa aðstæðum, atburðum og viðhorfum eins nákvæmlega og kostur er (Taylor og Bogdan 1998; Rasmussen, 2006). Kenningar eða tilgátur eru oft unnar upp úr gögnunum og þróast þegar líður á rannsóknina, enda mótast áherslur á meðan á rannsókn stendur (Taylor og Bogdan 1998; Strauss og Corbin, 1998).

Beitt var eigindlegri aðferðarfræði við þessa rannsókn og tekin viðtöl við forsvarsmenn skaðatryggingafélaganna fjögurra vorið 2014. Tekin voru alls fimm viðtöl í fjórum félögum. Áður en viðtölin fóru fram var sendur tölvupóstur til forstjóra félaganna þar sem óskað var eftir þátttöku þeirra í rannsókninni, en einnig var óskað eftir ábendingu um aðila, einn eða fleiri, sem myndu henta vel til viðtals í ljósi sérþekkingar viðkomandi á málaflokknum. Öll félögin sem leitað var til samþykktu þátttöku. Að loknu hverju viðtali var viðmælandi spurður hvort hann vildi benda á annan viðmælanda sem bætt gæti við upplýsingum um samfélagslegar áherslur viðkomandi félags. Það var gert í einu váttryggingafélaganna, en ekki í hinum. Því fóru fram tvö viðtöl í einu félögum, en eitt í hinum þremur. Viðtölin tóku frá 22 til 48 mínútur.

Skoðun á aðgengilegum gögnum á vefsíðum skaðatryggingafélaganna var mikilvægt skref í framkvæmd rannsóknarinnar. Vefsíður félaganna voru skoðaðar m.t.t. málefna sem vörðuðu samfélagsábyrgð. Út frá upplýsingum sem þar komu fram var þróaður spurningarammi (sjá fylgiskjal 1) sem hafður var til hliðsjónar í viðtölunum en viðmælanda var þó gefið svigrúm til þess að tjá sig út fyrir efnið að vild. Viðtölin voru þannig hálfopin. Mátt hefði nota atriðin sem Rose (2013) tilgreinir hér að framan sem hluta af viðtalsrammanum. Það var ekki gert þar sem það hefði stýrt umræðunni um of, í stað þess að láta viðmælendur sjálfa, sem og gögn af vefsíðum, segja til um það hvar megináherslur íslenskra skaðatryggingafélaga á sviði samfélagsábyrgðar liggja. Viðmið Rose var síðan notað til hliðsjónar í umræðu til að skoða hvort áherslur hérlendra váttrygginga séu í takt við þær áherslur sem ætla mætti að kæmu fram í viðtölunum.

Viðtölin voru öll tekin upp með leyfi viðmælanda og síðan afrituð frá orðið til orðs í Word. Í framhaldinu var leitað eftir þemum, bæði með opinni og markvissri kóðun á upplýsingum sem fram komu í viðtölunum (Creswell, 2007). Opin kóðun felur í sér að gögnin eru lesin yfir línu fyrir línu til að draga fram áhugaverða flokka, hugtök og þemu, en markviss kóðun miðar að því að leita að tilteknum atriðum eða þemum í gögnunum eins og t.d. stefnu eða hvötum. Einnig er notast við beinar tilvitnanir, þ.e. vitnað er beint í viðmælendur. Upplýsingar sem fram komu á vefsíðunum voru einnig notaðar á síðari stigum til staðfestingar á því sem fram kom í viðtölunum (e. triangulation) (Creswell, 2007).

5 Niðurstöður

Hér á eftir er fjallað um helstu þemur sem fram komu í viðtölum við forsvarsmenn íslensku skaðatryggingafélaganna.

5.1 Stefna

Tvö félögum, Sjóvá og VÍS, hafa sett stefnu um samfélagslega ábyrgð. VÍS setti sér stefnu um samfélagsábyrgð árið 2013 (VÍS, e.d. c). Sjóvá setti fram stefnu um samfélagslega ábyrgð í mars 2012 um leið og settar voru siðareglur fyrir félagið (Sjóvá, 2012). Sjóvá hefur sett „forvarnarmiðaða stefnu“ sem á þó reyndar eftir að endurnýja samkvæmt viðmælanda sem ekki á von á að hún breytist mikið vegna þess að:

við erum með svipaðan fókus, hlutverk okkar er að tryggja verðmæti í lífi fólks með áherslu á forvarnir og við erum svolítið að horfa á okkar kjarnastarfsemi (Viðmælandi frá Sjóvá).

VÍS hefur stigið skrefinu lengra og hefur sett stefnu sem byggir á sex meginstoðum en þær eru forvarnir, samstarfsaðilar, stjórnarhættir, mannauður, umhverfi og samfélag (VÍS, e.d.a). Bæði TM og Vörður hafa tekið, eða eru u.þ.b. að taka, fyrstu skrefin í átt að því að móta stefnu um samfélagsábyrgð, eða skoða hvort það þurfi að setja sér stefnu á þessu sviði eins og sjá má á svörum viðmælenda:

.....taka þetta út frá samfélagsábyrgðinni. Það var ákveðið í stefnumótunarvinnu í haust að gera það og svo í framhaldi að fara inní Festu. Það sem við höfum verið að gera er að reyna að læra af þeim sem eru komin lengst og það gerum við í gegnum Festu (Viðmælandi frá Verði).

... það er búið að setja saman vinnuhóp sem á að skila tillögum til stjórnar í september (Viðmælandi 1 frá TM).

... en við höfum hins vegar velt því fyrir okkur hvort við þurfum raunverulega sérstaka stefnu í þessum málaflokki því að í raun snýst starfsemi tryggingafélaga um samfélagslega ábyrgð (Viðmælandi 2 frá TM).

5.2 Hvatar

Þegar spurt er um helstu hvata félaganna fyrir því að þau hafi sett, eða setji sér, stefnu um samfélagsábyrgð og innleiði hana þá eru félögin öll sammála um að hvatinn komi helst innan frá, þ.e. frá félögunum sjálfum. Þó má einnig merkja í svörum ytri þrýsting, sem meðal annars felst í kröfu um gagnsæja og góða stjórnarhætti en sá þrýstingur byggir til að mynda á leiðbeiningum sem gefnar hafa verið út á vegum Viðskiptaráðs Íslands, Samtaka atvinnulífsins og NASDAQ OMX Iceland (Lára Jóhannsdóttir, 20. ágúst 2014). Þar sem öll félögin nema Vörður eru skráð félög á markaði er eðlilegt að slík krafa sé gerð til þeirra.

... okkur finnst mjög mikilvægt að við séum að vinna á samfélagslega ábyrgan hátt, og að það hríslist um allt fyrirtækið (Viðmælandi frá Verði).

Ég held að þrýstingurinn komi bara mest innan frá, við viljum uppfylla kröfur um gagnsæja og góða stjórnarhætti (Viðmælandi frá Sjóvá).

... við erum með stjórn sem að er mjög meðvitund á þessu sviði og stjórnarmennirnir hafa bæði setið í félögum og reka félög sem hafa sett sér skýr markmið eða markað sér skýra stefnu á þessu sviði. Þeir vildu fá þessa umræðu í gang hér, hún var hinsvegar löngu byrjuð, það í rauninni var ákvörðun stjórnarinnar að fara þá leið að marka stefnu og sú vinna er bara í gangi (Viðmælandi 2 frá TM).

Viðmælendur eru allir sammála um að viðskiptavinir séu ekki þrýstihópur í þessu tilliti enn sem komið er, jafnvel þó að þeir kunni vel að meta að unnið sé markvisst í málaflokki.

...nei, ég get ekki sagt að ég finni það [þrýsting frá viðskiptavinum] í daglegum störfum. Ég held að það sé frekar þannig að við í þessum málum, eins og svo mörgu öðru, erum kannski 10-15 árum á eftir Skandinavíu og ég heyri frá vinum mínum sem búa í Skandinavíu að þetta sé eitthvað sem fólk þæli í af einhverri alvöru þar og þess vegna býst ég við að það muni koma hérna (Viðmælandi 1 frá TM).

... ég held að þeir [viðskiptavinirnir] kunni að meta margt af því sem er [gert] og finnist það vera góðs viti að við séum að vinna í forvörnum til dæmis og það fari vel að við skilgreinum það sem okkar hlutverk (Viðmælandi frá VÍS).

5.3 Áhersluþættir

Þegar skoðaðir eru helstu áhersluþættir skaðatryggingafélaganna sem setja má undir hatt samfélagsábyrgðar kemur í ljós að forvarnir eru þar fyrirferðamestar í ljósi eðli starfseminnar, bæði hjá þeim félögum sem hafa sett sér formlega stefnu í málaflokknum en einnig þeim sem ekki hafa gert slíkt. Þannig má draga úr slysum og tjónum og í framhaldinu jafnvel lækka iðgjöld. Félögin leggja öll nokkra áherslu á að styðja við ýmiss konar íþrótt- og forvarnarstarf. Sem dæmi má þar nefna Kvinnahlaupið sem Sjóvá hefur stutt frá upphafi, en einnig stuðning við kvinnaknattspyrnu, barnabílstóla og margt fleira.

...við tengjum þetta inni hlutverk okkar. Það má segja að forvarnir hafi skipað stóran sess í hlutverki okkar og inni samfélagslegu ábyrgðina (Viðmælandi frá VÍS).

Öll hafa félögin lengi lagt áherslu á styrkveitingar og eru slíkar áherslur áberandi á heimasíðum þeirra. Sumar styrkveitingar tengjast forvörnum en aðrar ekki.

Öll félögin fjögur gefa kynjajafnrétti góðan gaum, bæði í viðtölunum og á heimasíðum sínum. Þrjú af félögunum fjórum hafa fengið jafnlaunavottun. Sjóvá og Vörður fengu vottun frá VR árið 2014 (VR, 2014, Vörður, 2014), en áður hafði VÍS fengið Gullmerkið árið 2011, en það er jafnlaunavottun PwC (VÍS, 2012). Vörður hefur einnig hlotið Gullmerki PwC (Viðskiptablaðið, 2014). Helstu áhersluþættir félaganna snúa að því að kynin eigi að hafa sömu laun fyrir sömu vinnu og að launamunur eigi einungis að endurspeglar menntun, ábyrgð, vinnuframlag og getu en ekki kynferði. Annars konar jafnrétti er ekki gefinn gaumur, t.d. jafnrétti fatlaðra eða fólks af erlendum uppruna.

Umhverfismál eru áhersluþáttur hjá félögunum fjórum, en flest það sem þau hafa gert má fella undir það að draga úr úrgangi og sóun, t.d. með flokkun úrgangs og minni pappírsmálum. Félögin hafa öll hafið flokkun á raftækjaúrgangi og hafa gert samning við Græna framtíð um endurvinnslu á raftækjum, Sjóvá og TM árið 2009, VÍS 2010 og Vörður 2014. Í því samhengi má nefna að hér eru þau í sjálfu sér ekki að ganga lengra en lög og reglur gera ráð fyrir, sé horft til reglugerðar nr. 1104/2008 um raf- og rafeindatækjaúrgang. Í reglugerðinni er tilgreind ábyrgð framleiðenda og innflytjenda á að fjármagna og tryggja meðhöndlun raf- og rafeindatækjaúrgangs. Þó svo að váttryggingafélög séu hvorki framleiðendur né innflytjendur þá fjármagna þau kaup á umtalsverðu magni slíks búnaðar með tjónagreiðslum.

Einnig má nefna að váttryggingafélög hafa dregið mjög úr prentun með fækkun prentara og aðgangsstýringu á prentun. Þau hvetja einnig til pappírslausra viðskipta og árið 2012 voru tjónstilkynningar orðnar pappírslausar hjá TM. Þessar áherslur hafa ekki síður fjárhagslegan ávinning fyrir félögin en umhverfislegan.

Tvö félaganna bjóða starfsmönnum sínum uppá samgöngusamning þar sem starfsmönnum er boðinn styrkur ef þeir ferðast til og frá vinnu á umhverfisvænan hátt. Hvað

varðar viðskiptavini þá býður TM afslátt af iðgjöldum fyrir bifreiðar sem ganga fyrir umhverfisvænum orkugjöfum.

Öll félögin fjögur hafa gerst aðilar að Festu, miðstöð um samfélagsábyrgð, þ.e. Vörður árið 2013 og VÍS, Sjóvá og TM árið 2014. Þá hefur VÍS, eitt skaðatryggingafélaganna, skrifað undir jafnréttissáttmála UN Women, en sáttmálinn er samstarfsverkefni UN Women og UN Global Compact (UN Women á Íslandi, e.d.). Því má einnig bæta við að ekkert félaganna gefur út skýrslur sem taka mið af GRI-viðmiðunum sem nefnd voru að framan. Viðmælendur telja að skýrslugjöf á þessu sviði sé yfirgripsmikil og taki tíma frá daglegum störfum.

... við erum ekki farin í skýrsluskil og það allt, við erum í rauninni bara með (jafnréttis?) undirritað að huga að jafnréttismálum og þess vegna eru jafnréttismálin svona stór þáttur í mannauðspartinum hjá okkur (Viðmælandi frá VÍS).

Hin félögin hafa skoðað UN Global Compact sáttmálann en eru ekki viss um að skrifa undir hann af eftirfarandi ástæðum:

... ég sé allveg fyrir mér að við munum fara aðeins aðra leið. Það á bara eftir að koma í ljós og auðvitað er mismikið sem á við í þessum Global Compact, það er bara eins og það gengur en það á bara eftir að koma í ljós (Viðmælandi 1 frá TM).

...þá held ég að svona skýrslugerð geti verið mjög flókin, hún getur náttúrulega verið einföld það fer bara eftir því hverskonar leið maður velur í henni. Mér finnst líklegt að við byrjum smátt og kannski vinnum okkur áfram. Ég sé ekki að það verði bara jæja nú er það Global Compact og GRI, ég sé það ekki gerast allveg í nánustu framtíð (Viðmælandi frá Sjóvá).

5.4 Ávinningur af innleiðingu samfélagsábyrgðar

Viðmælendur virtust sammála um að samfélagsábyrgð geti skipt máli hvað varðar samkeppnishæfni. Flestir viðmælendur voru einnig sammála um að mikilvægi samfélagsábyrgðar myndi aukast á næstu árum, bæði fyrir viðskiptavini og fjárfesta og að ávinningurinn gæti þá orðið fjárhagslegur fyrir fyrirtæki sem standa sig vel á þessu sviði, t.d. þannig að þau hafi öðlist betri ímynd í hugum fjárfesta.

...kannski til lengri tíma litið, ég held að þetta geti hjálpað okkur gagnvart fjárfestum, ég hugsa að ef við myndum ekki gera þetta [taka skref í átt að samfélagsábyrgð] á næstu þremur árum að þá gæti það haft mögulega áhrif á ímynd okkar gagnvart fjárfestum (Viðmælandi 2 frá TM).

5.5 Hindranir við innleiðingu

Pegar spurt var um helstu hindranir við innleiðingu á stefnu um samfélagsábyrgð kom í ljós að það er helst tímaskortur, forgangsröðun verkefna, skilningur/stuðningur starfsmanna og stærð félaganna sem háir þeim við innleiðingu samfélagsábyrgðar.

... sko, hindranir það er alltaf þetta tímaleyfi... það er klárt að bæði gæðamálin, samfélagsábyrgðin og allt þetta, þetta er ekki það sem snýr að daglegum verkefnum og menn þurfa alltaf fyrst að láta þjónustuna ganga fyrir. Það verður svolítið til þess að þessu er alltaf svolítið ýtt til hliðar... (Viðmælandi frá Verði).

Ég held einhvern veginn að okkur verði að lánast að finna svona kjarnann í þessu og stundum verðum við bara að fara, að taka einhverjar svona skemmri leiðir annars held ég að þetta muni ekki lifa. Ef þetta verður alltof dýrt og alltof mikið effort, ef maður getur orðað það þannig, að vinna að þessum hlutum þá held ég að þetta fái ekki framgang í fyrirtækjum, þetta bara verður alltaf undir, af því að það er svo margt annað sem kannski er meira aðkallandi, allavega eins og ég sé þetta (Viðmælandi frá VÍS).

Stuðningur og skilningur starfsmanna skiptir miklu máli því án hans gerist lítið eftir því sem fram kemur í svörum viðmælenda. Þetta getur reynst erfitt því ómögulegt er að þóknast öllum og fólk hefur sínar skoðanir á því hversu langt á að ganga, hversu mikið á að gera.

...menn eiga eflaust eftir að takast á um það hversu langt eigi að ganga í þessu.... Þá auðvitað gætum við lent á einhverjum veggjum og í einhverjum rökræðum um hvað sé nákvæmlega samfélagslega ábyrgt... (Viðmælandi 2 frá TM).

Því er mikilvægt að vinna í góðri sátt og samvinnu við starfsmenn.

Ef þú ætlar að búa til og setja þarna inn eitthvað sem fólki fyndist ekki vera við og sæi ekki tilganginn með því, þá held ég að þú myndir finna mjög fljótlega fyrir því að það væri mjög erfitt að fá fólk til að vinna í samræmi við og svoleiðis. Þannig að ég trúi svolítið mikið á svoleiðis og að þú þurfir (að) líka þegar þú ert að setja svona stefnu að vinna þetta með fólkinu þannig að innleiðingin gerist um leið og þú ert að vinna að stefnunni af því að fólk skilur og veit, meðan þetta er allt að verða til, hvornig þetta er hugsað og hvað er á bak við þetta (Viðmælandi frá VÍS).

Jafnvel þó að viðmælendur nefni ekki sérstaklega að stærð eða smæð félaganna sé hindrun í innleiðingu samfélagslegrar ábyrgðar þá telja þeir flestir að stærðin sé hindrun þegar kemur að þátttöku í alþjóðlegum samningum. Margir viðmælenda tala um að það kalli á mikla vinnu og utanumhald sem félögin ráði ekki við.

...eins og í Global Compact þá þarf náttúrulega að uppfylla skýrsluskil á hverju ári og við náttúrulega erum ekki stórfyrirtæki, þannig... (Viðmælandi frá Sjóvá)

...þetta er náttúrulega rosalega umfangsmikið og gríðarlega mikið utanumhald eins og þeir gera þetta [Vínbúðin]. Þannig að ég er ekki viss um að við förum alla þá leið en við munum taka ákveðna stefnu í því hvað það er sem við viljum horfa til í þessum málum og þá halda utan um það. Mér finnst það svona frekar ólíklegt að við förum í alla þá þætti [Global Compact] (Viðmælandi frá Verði).

6 Umræður

Íslensku skaðatryggingafélögin eru hvorki dæmigerð stór fyrirtæki né lítil, þar sem það fer eftir því í hvaða samhengi þau eru skoðuð. Í fræðigreinum um samfélagsábyrgð er oftast fjallað um stór alþjóðleg fyrirtæki, sem í eðli sínu eru mjög ólík íslensku váttryggingafélagunum, m.a. hvað varðar fjölda starfsmanna og það umhverfi sem fyrirtækin

starfa í. Þrýstingur á þessi stóru fyrirtæki um að sýna samfélagsábyrgð og birta upplýsingar um það í formi skýrslna er nú þegar mikill (Council of the European Union, 2014) en því er ekki fyrir að fara varðandi íslensku skaðatryggingafélögin. Síðustu árin hefur rannsóknunum um samfélagsábyrgð í litlum fyrirtækjum þó fjölgað, en slíkar rannsóknir eru enn sem komið er fremur fáar (Vázquez-Carrasco og López-Pérez, 2013). Þessar rannsóknir fjalla mest um lítil fyrirtæki þar sem eigendur eru oftast jafnframt lykilstjórnendur, en slíkt á ekki við um íslensku skaðatryggingafélögin. Vert er að hafa í huga að sé horft til annarra íslenskra fyrirtækja þá teljast skaðatryggingafélögin fremur stór og því horft til þeirra sem fyrirmýnda þegar kemur að aðgerðum og áherslum í rekstri.

Við greiningu á samfélagsábyrgð hjá fyrirtækjum eru fjórar áhugaverðar nálganir samanber Killian, 2012 og Russo og Tencati, 2009 um það hvernig fyrirtæki formgera samfélagsábyrgð sína. Í fyrsta lagi hvort fyrirtæki hafa sett sér skriflega stefnu. Í öðru lagi hvort skilgreint er hver ber ábyrgð á því að fylgja henni eftir. Í þriðja lagi hvort verkefni og ferlar eru vel skilgreind og í fjórða lagi hvort og þá hvernig fyrirtækin gera grein fyrir samfélagsábyrgð sinni. Þessar nálganir eru allar nátengdar fyrstu rannsóknarspurningunni sem sett var fram, þ.e. *Hver er stefna skaðatryggingafélaganna varðandi samfélagsábyrgð?* Í viðtölunum kom fram að íslensku skaðatryggingafélögin hafa einkum stigið skref, eða áætla að stíga skref, sem snúa að fyrstu tveimur flokkunum sem fram koma hjá Killian, 2012 og Russo og Tencati, 2009. Félögin eru aftur á móti ekki komin ýkja langt í setningu og innleiðingu á samfélagsábyrgð á stefnumiðaðan hátt, en þá er miðað við að áherslur á sviði samfélagsábyrgðar séu hluti af almennri stefnumörkun fyrirtækja, áherslurnar séu samþættar kjarnastarfsemi fyrirtækja, þær taki mið af breiðum hópi hagsmunaaðila sem og skili ávinningi fyrir efnahag, samfélag og umhverfi þegar til lengri tíma er litið (Chandler og Werther, Jr., 2014). Þó má segja að að þau hafi öll unnið á einhvern hátt að verkefnum á þessu sviði, líka áður en farið var að setja á verkefni slíkan stimpil. Það virðist þó ekki vera fyrr en á árunum 2011-2013 sem félögin fara að draga hlutina saman og fjalla um verkefnið undir hatti samfélagsábyrgðar. Í dag eru félögin ýmist með skriflega stefnu varðandi samfélagsábyrgðina eða eru að móta slíka stefnu. Mælingar á árangri og birting á niðurstöðum í formi skýrslna til hagsmunaaðila eru svið þar sem íslensku félögin eru ekki að fylgja þeirri þróun sem á sér stað hjá stærri fyrirtækjum í Evrópu og leiðandi fyrirtækjum hér á landi.

Varðandi rannsóknarspurningu tvö *Hverjir eru helstu hvatar skaðatryggingafélaganna til þess að innleiða samfélagsábyrgð?* þá telja viðmælendur að hvatinn til þess að setja stefnu á sviði samfélagsábyrgðar komi fyrst og fremst innanfrá, þ.e. frá félögunum sjálfum en rannsóknir hafa sýnt að fólk vill frekar vinna hjá fyrirtækjum sem sýna samfélagslega ábyrgð, það eykur starfsánægju, fyrirtækjunum helst betur á starfsmönnum og gengur betur að laða til sín hæfa starfsmenn (Renneboog o.fl., 2008). Einnig má merkja á svörum viðmælenda ytri þrýsting, en vísbendingar eru um að samfélagsábyrgð hafi einnig áhrif á fjárfesta og fjármálagreinendur, jafnvel þó að rannsóknunum beri ekki saman um hversu mikil áhrifin eru þegar þeir meta og velja sér fjárfestingarkosti (Renneboog o.fl. 2008).

Þegar horft er til rannsóknarspurningar þrjú *Hverjar eru helstu áherslur skaðatryggingafélaganna við innleiðingu á samfélagsábyrgð?* sést að íslensku skaðatryggingafélögin falla fremur að áherslum lítilla og meðalstórra fyrirtækja hvað samfélagsábyrgð varðar samkvæmt þeim Vázquez-Carrasco og López-Pérez (sjá töflu 1). Samþætting er fremur veik, starfið ómótað og lítt formgert og nálægð við hagsmunaaðila er fremur mikil. Í ljósi stærðar íslensku félaganna er þetta eðlilegt þó að ætla mætti að þau væru komin lengra í áttina að áherslum stórra fyrirtækja, samkvæmt þeim Vázquez-Carrasco og López-Pérez, ef horft er til stærðar félaganna í íslensku samfélagi. Þá er ljóst að áherslur

félaganna ná enn sem komið er til fárra þátta í kjarnastarfsemi þeirra, en felast fremur í að bæta rekstur t.d. með minni pappírsmisnotkun eða í styrkjamálum. Hvað kjarnastarfseminna varðar þá ná aðgerðir til forvarna, en almennt ekki til vöru og þjónustu, meðhöndlunar tjóna fyrir utan raftækjaúrgang eða fjárfestinga samanber loftslagsáherslur norrænna váttryggjenda (Bosse og fleiri, 2009) eða skilgreininga á sviði samfélagsábyrgðar (Staðlaráð Íslands, 2013; Chandler og Werther, 2014). Þau geta því gert betur og eru að vinna að því hægt og bítandi.

Í kafla 3 voru dregin fram 6 atriði sem Rose (2013) leggur til varðandi samfélagsábyrgð tryggingafélaga og við ræðum nú þau atriði, hvert fyrir sig til að sjá hvar skaðatryggingafélögin gætu gert betur en nú er gert.

1. Rannsakendur geta ekki metið hvort skaðatryggingafélögin borgi „réttar“ bætur, þar sem rannsóknin fjallaði ekki um þann þátt, né heldur nefndu viðmælendur hann í viðtölum.
2. Eins og Rose leggur til þá beita félögin sér í forvörnum og hefur sá þáttur verið einn af áhersluþáttum í rekstri íslenskra skaðatryggingafélaga um langt árabíll, enda fara þar saman fjárhagslegir hagsmunir félaganna og samfélagsábyrgð.
3. Enn sem komið er beita skaðatryggingafélögin sér lítið eða ekkert varðandi loftslagsbreytingar. Þessi þáttur kom aftur á móti strax upp sem mikilvægt stefnumarkandi áhersluatriði váttryggingafélaga í Danmörku, Finnlandi, Noregi og Svíþjóð í rannsókn Láru Jóhannsdóttur (2012) án þess þó að spurt væri sérstaklega um þennan þátt og byggir sú nálgun á tengslum milli öfga í veðurfari og aukinnar tjónatíðni.
4. Öll félögin taka þátt í góðgerðamálum á stefnumiðaðan hátt og velja verkefni til að styrkja sem tengjast starfseminni.
5. Lítið kom fram í rannsókninni varðandi það að virða mannréttindi, en almennt má ætla að mannréttindi séu virt hjá íslenskum fyrirtækjum.
6. Íslensku skaðatryggingafélögin hafa ekki sett sér samfélagslega ábyrga fjárfestingastefnu. Vísbendingar eru um að þau telji að slík stefna myndi engu breyta um raunverulegar fjárfestingar, enda eru möguleikar þeirra til fjárfestinga takmarkaðir, m.a. vegna lagalegra skilyrða sem og gjaldeyrishafta.

Séu upplýsingarnar dregnar saman þá má segja að skaðatryggingafélögin gætu horft nánar til kjarnastarfsemi sinnar og þess hvernig endurskoða má kjarnastarfsemi (vörur og þjónusta, tjón og forvarnir) út frá loftslagssjónarmiðum, sem og hvað ábyrgar fjárfestingar varðar.

Hver er helsti ávinningur þess að innleiða samfélagsábyrgð að mati viðmælanda? var fjórða rannsóknarspurningin. Margar ástæður geta verið fyrir því að fyrirtæki leggi sig fram um að vera samfélagslega ábyrg. Algengt er að fyrirtæki reyni að skapa góða ímynd og að auka traust og tryggð viðskiptavina og fjárfesta við fyrirtækið eða ákveðna vöruflokka (Renneboog o.fl., 2008). Þá má nefna að áherslur á sviði umhverfisábyrgðar geta leitt til minni rekstrarkostnaðar eða aukinna tekna (Hoffman, 2000). Þegar spurt var um ávinning sem hlytist af samfélagsábyrgð virtust viðmælendur sammála um að samfélagsábyrgð gæti skipt máli hvað varðar samkeppnishæfni og einnig að þannig myndu félögin líta betur út í augum fjárfesta. Ímyndaþingur ávinningur virðist því vera sá þáttur sem viðmælendur tengja helst við ávinning af innleiðingu samfélagsábyrgðar hjá skaðatryggingafélögunum.

Fimmta og síðasta rannsóknarspurningin var *Hverjar eru helstu hindranir við innleiðingu á samfélagsábyrgð skaðatryggingafélaganna?* Tímaskortur, forgangsröðun verkefna og skortur á skilningi eða stuðningi starfsmanna voru þau atriði sem oftast voru nefnd sem hindranir við innleiðingu samfélagsábyrgðar. Samkvæmt viðmælendum þá nota sum félögin þá skýringu

að smæð hindri aðgerðir þeirra á sviði samfélagsábyrgðar, en í því samhengi má benda á að félögin eru stór á héraðslendum mælikvarða og bera því ábyrgð sem slík þar sem horft er til þeirra sem fyrirmyndar, sem og í ljósi starfseminnar sem felur m.a. í sér að lágmarka og bæta fjárahagslegt tjón.

Þekkingarleysi á málaflokknum á Íslandi hindrar líklega framgang hvað aðgerðir varðar. Í viðtölunum kemur fram mikilvægi skilnings og stuðnings starfsmanna við innleiðingu á samfélagsábyrgð, en ekki er komið inn á mikilvægan þátt sem er skuldbinding stjórnenda, sem og vitund þeirra og viðhorf til samfélagsábyrgðar sem getur haft áhrif á aðgerðir eða aðgerðaleyfi á sviði umhverfisábyrgðar (Lára Jóhannsdóttir, Snjólfur Ólafsson og Brynhildur Davíðsdóttir, 2013). Viðmælendur segjast horfa til fyrirtækja sem eru komin hvað lengst í samfélagsmálum héraðslendis og erlendis og reyna þannig að tileinka sér málið. Í þeirri vinnu leikur Festa mikilvægt hlutverk, m.a. þannig að félögin geti lært af öðrum fyrirtækjum sem komin eru lengra við að samþætta samfélagsábyrgð daglegri starfsemi, auk þess sem að starfsemi Festu hefur aukið þrýsting á íslensk fyrirtæki um að vinna sýnilega að samfélagsábyrgð. Þá skiptir lagalega umhverfið einnig máli, samanber löggjöf á sviði samfélagsábyrgðar sem nú hefur verið innleidd í Evrópu (Council of the European Union, 2014) og víðar.

En hversu samfélagslega ábyrg eru íslensku skaðatryggingafélögin? Því er vandsvarað, en tvennt er þó ljóst. Það fyrra er að ekkert í rannsókninni gefur til kynna að skaðatryggingafélögin séu óábyrg eða standi sig illa varðandi þá þætti samfélagsábyrgðar sem þau hafa valið að leggja áherslu á, en hið seinna er að félögin eru öll að stíga sín fyrstu skref í átt að samfélagsábyrgð sé horft til skilgreininga á því sviði (European Commission, e.d.; Staðlaráð Íslands, 2013). Þau hafa til að mynda ýmist sett stefnu um samfélagsábyrgð eða hafa það í hyggju. Viðmælendur sjá þó enn nokkra annamarkna á innleiðingu eins og fram hefur komið hér að framan, auk þess sem fram hefur komið í rannsókn að íslensku félögin eru eftirbátar skaðatryggingafélaganna á Norðurlöndum (Lára Jóhannsdóttir, 2012; 2014).

Fræðilegt gildi rannsóknarinnar felst í að varpa ljósi á viðhorf viðmælenda og þá orðræðu sem ríkjandi er í greininni um leið og hún gefur mynd af stöðu samfélagsábyrgðar hjá íslensku skaðatryggingafélagunum. Það er mikilvægt í ljósi þess að fjármálastarfsemi, þar með talið váttryggingastarfsemi, er tilgreind sem ein grunnstoð samfélagsins samkvæmt þeirra eigin atvinnugreinasamtökum og því að SFF segir að fjármálafyrirtæki beri mikla samfélagsábyrgð. Hagnýtt gildi rannsóknarinnar felst í stöðumati sem skaðatryggingafélögin geta horft til við áframhaldandi innleiðingu samfélagsábyrgðar í eigin rekstri.

Benda má á sem annmarkna rannsóknarinnar að viðmælendur eru fremur fáir, en í því samhengi er rétt að benda á að þeir sem rætt var við hafa sérfræðiþekkingu á sviði samfélagsábyrgðar hjá hverju félagi fyrir sig. Hvað frekari rannsóknir varðar, þá hafa rannsakendur þegar birt grein um samfélagábyrgð íslenskra viðskiptabanka, en ætlunin er að vinna að samanburðargrein á milli þessara ólíku tegunda fjármálataækifæri í náinni framtíð.

Heimildir

- Ásthildur Hjaltadóttir. (2012). Mikil aukning á GRI skýrslum. Sótt af: <http://festasamfelagsabyrgd.is/node/50>
- Berle, A. og Means, G. (1932). *The Modern corporation and private property*. The Macmillan Company, New York.
- Blowfield, M. og Murray, A. (2014). *Corporate Responsibility* (3. útgáfa). Oxford University Press, Oxford.

- Bragi Skaftason. (2014). *Samfélagsleg ábyrgð tryggingafélaga, siðareglur og siðferðisleg álitamál*. Óbirt BA ritgerð, Háskóli Íslands.
- Bosse, S., Rasmussen, P. B., Lindenius, C., Bjerke, R., Skauge, A., og Kauppi, P.-N. (2009). Nordic insurance companies meet the challenge of climate change: Statement from the Nordic Insurance Industry. Sótt af: <http://www.fnh.no/pagefiles/15970/fellesuttalelsen/pan-nordic%20statement%20on%20climate%20change.pdf>.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business and Society*, 38(3), 268-292.
- Chandler, D. B. og Werther, W. B. (2014). *Strategic Corporate Social Responsibility* (3. útgáfa). Thousand Oaks: SAGE Publication Inc.
- Christine K. J. (2012). The Impact of Financial Crisis on Corporate Social Responsibility and Its Implications for Reputation Risk Management. *Journal of Management and Sustainability*, 2(2), 259-275.
- Council of the European Union. (2014). *Press release: New transparency rules on social responsibility for big companies*. Retrieved October 2, 2014, from http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/intm/144945.pdf.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2 ed.). Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Dagný Arnarsdóttir. (2011). „Samfélagsleg ábyrgð fyrirtækja“ Grunnlínurannsókn á CSR umræðu í íslenskum fjölmiðlum. Óbirt MS ritgerð, Háskóli Íslands.
- Dagný Kaldal Leifsdóttir. (2013). *Samfélagsleg ábyrgð 50 stærstu fyrirtækja Íslands; Fylgja efndir orðum?* (óbirt meistararitgerð). Háskóli Íslands, Reykjavík.
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16, 312-322.
- European Commission. (2001). *Corporate Social Responsibility Green paper, Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*. Brussel. European Commission.
- European Commission. (2005). The new SME definition: User guide and model declaration EN NB-60-04-773-EN-C 92-894-7909-4. Enterprise and Industry Publications, Brussels.
- European Commission. (2011). *A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*. Brussel. European Commission. Sótt af: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:en:PDF>.
- European Commission. (e.d.). *Corporate Social Responsibility (CSR) in the EU*. Brussel. European Commission. Sótt af: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm.
- Fassin, Y. (2008). SMEs and the fallacy of formalising CSR. *Business Ethics: A European Review*, 17:4, 364-378.
- Festa-Samfélagsábyrgð fyrirtækja. (e.d. a). *Um Festu*. Sótt af: <http://festasamfelagsabyrgd.is/um-festu>.
- Festa-Samfélagsábyrgð fyrirtækja. (e.d. b). *Um samfélagsábyrgð*. <http://festasamfelagsabyrgd.is/um-samfelagsabyrgd>.
- Fuentes-García, F., Tablales-Núñez, J., Veroz-Herradón, R. (2008), Applicability of Corporate Social Resources Management: Perspective from Spain. *Journal of Business Ethics*, 82:27-44.
- Global Reporting Initiative. (e.d.). *What is GRI ?* Sótt af: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/what-is-GRI/Pages/default.aspx>.

- Haanaes, K., Arthur, D., Balagopal, B., Kong, M. T., Reeves, M., Velken, I., et al. (2011). *Sustainability: The 'Embracers' Seize Advantage*. Boston: MIT Sloan Management Review and The Boston Consulting Group.
- Hoffman, A. J. (2000). *Competitive Environmental Strategy: A Guide to the Changing Business Landscape*. Washington, D.C., Island Press.
- Jamali, D., Zanhour, M. og Keshishian, T. (2009). Peculiar Strengths and Relational Attributes of SMEs in the Context of CSR. *Journal of Business Ethics* (2009). 87, 355–377.
- Jones, D. (2012). *Who cares wins: Why good business is better business*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Julia Vol. (2012). *Change management in financial institutions : a case study of introducing a policy on corporate social responsibility in Landsbankinn (óbirt meistararitgerð)*. Háskóli Íslands, Reykjavík.
- Killian, S. (2012). *Corporate social responsibility: A guide, with Irish experiences*. Chartered accountants Ireland. Dublin.
- Lára Jóhannsdóttir, Snjólfur Ólafsson og Harpa Dís Jónsdóttir. (2015). Rannsókn á samfélagsábyrgð íslenskra viðskiptabanka. Í Lára Jóhannsdóttir, Snjólfur Ólafsson & Sveinn Agnarsson (Ritstjórar.), Vorráðstefna Viðskiptafræðistofnunar Háskóla Íslands. Reykjavík: Háskóli Íslands, Viðskiptafræðideild, bls. 40-51.
- Lára Jóhannsdóttir. (20. ágúst 2014.). Stjórnarhættir fyrirtækja, *Markaðurinn*, Fréttablaðið.
- Lára Jóhannsdóttir. (2014). The Geneva Association framework for climate change actions of insurers: A case study of Nordic insurers. *Journal of Cleaner Production*, 75, 20-30.
- Lára Jóhannsdóttir, Snjólfur Ólafsson og Brynhildur Davíðsdóttir (2013). Stelpurnar í eldhúsinu: Viðhorf og aðgerðir á sviði umhverfismála hjá norrænum váttryggingafélögum. *Samtíð*, 1(2013).
- Lára Jóhannsdóttir (2012). *Nordic non-life insurer's interest in, and response to, environmental issues*. PhD ritgerð (bls. 562). Reykjavík: Faculty of Business.
- Matten, D., og Moon, J. (2008). "Implicit" and "explicit" CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 33(2), 404–424.
- Rasmussen, E. S., Østergaard, P., Beckmann, S. C. (2006). *Essentials of Social Science Research Methodology*. Odense, University of Southern Denmark.
- Renneboog, L., Horst, J.T., Zhang, C. (2008). Socially responsible investments: Institutional aspects, performance, and investor behavior. *Journal of Banking & Finance*, 32(9), 1723-1742.
- Rio Tinto Alcan. (2008). *Alcan á Íslandi stofnaðili Epikos, miðstöðvar Íslands um samfélagsábyrgð fyrirtækja*. Sótt af: <http://www.riotintoalcan.is/?PageID=12&NewsID=215>.
- Rose, H. (2013). How Insurance Companies Can Become Good Corporate Citizens. *Risk Management*, July 1st. Sótt af: <http://www.rmmagazine.com/2013/07/01/how-insurance-companies-can-become-good-corporate-citizens/>.
- Russo, A. og Tencati, A. (2009). Formal vs. Informal CSR Strategies: Evidence from Italian Micro, Small, Medium-sized, and Large Firms. *Journal of Business Ethics*, 85, 339–353.
- Samtök fjármálafyrirtækja (e.d. a). *SFF*. Sótt af: <http://sff.is/samtok-fjarmalafyrirtaekja/sff>.
- Samtök fjármálafyrirtækja (e.d. b). *Sidferðisviðmið á fjármálamarkaði*. Sótt af: <http://sff.is/samtok-fjarmalafyrirtaekja/sidferdisvidmid-fjarmalamarkadi>.
- Samtök fjármálafyrirtækja. (e.d. c). *Flokkar váttrygginga*. Sótt 20. október 2014 af <http://sff.is/malaflokkar/vatryggingastarfsemi/flokkar-vatrygginga>.
- Santos, M. (2011). CSR in SMEs: strategies, practices, motivations and obstacles. *Social Responsibility Journal* 7(3), 490 – 508.

- Sjóvá. (2012). *Ársskýrsla 2011*. Sótt 19. nóvember 2014 af https://www.sjova.is/files/2012_3_27_arsskyrsla_2011_stakar_sidur.pdf.
- Snjólfur Ólafsson, Brynhildur Davíðsdóttir og Lára Jóhannsdóttir. (2014). Samfélagsábyrgð íslenskra fyrirtækja. Í Auður Hermannsdóttir, Ester Gústavsdóttir og Kári Kristinsson (ritstj.) *Vorráðstefna Viðskiptafræðistofnunar Háskóla Íslands*, 14. mars 2010, bls. 139-148.
- Staðlaráð Íslands. (2013). *Leiðbeiningar um samfélagslega ábyrgð, ÍST, ISO 26000:2010*, 1. útgáfa 2010, 11-01.
- Strauss, A., Corbin, J. (1998) *Basics of Qualitative Research, Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. (2. útgáfa). United States of America: Sage Publications, Inc.
- Taylor, S. J. og Bogdan, R. (1998). *Introduction to qualitative research methods: a guidebook and resource*. (3. útgáfa). New York: John Wiley & Sons.
- UNEP Finance Initiative. (e.d.). *What we do*. Sótt þann 17. nóvember 2014 af: <http://www.unepfi.org/>.
- United Nations Global Compact. (e.d.). *Overview of the UN Global Compact*. Sótt af: <https://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>.
- UN Women á Íslandi. (e.d.). *Jafnréttissáttmáli UN Women*. Sótt 19. nóvember 2014 af <https://www.unwomen.is/index.php/innlend-verkefni/jafnrettissattmali-un-women>
- VÍS. (e.d. a). *Samfélagsábyrgð VÍS*. Sótt af: <https://www.vis.is/umvis/samfelagsabyrgd/>.
- VÍS. (e.d. b). *Mannauður VÍS*. Sótt 19. nóvember 2014 af <http://vis.is/umvis/samfelagsabyrgd/mannauður/>.
- VÍS. (e.d. c). *Stjórnarhættir VÍS*. Sótt 21. nóvember 2014 af: <https://www.vis.is/umvis/samfelagsabyrgd/stjornarhaettir/>
- VÍS. (2012). *Ársskýrsla 2011*. Sótt 19. nóvember 2014 af https://www.vis.is/library/Fjarfestingatengsl/Fjarhagsupplýsingar/vis_arsskyrsla2011_vefur.pdf.
- Vázquez-Carrasco, R. og López-Pérez, M.E. (2013). Small & medium-sized enterprises and Corporate Social Responsibility: a systematic review of the literature. *Quality and Quantity*. 47, 3205–3218.
- Viðskiptablaðið. (2014). *Vörður hlýtur jafnlaunavottun VR*. Sótt 19. nóvember 2014 af <http://www.vb.is/frettir/102843/>.
- VR. (2014) *Sjóvá fær jafnlaunavottun*. Sótt 21. nóvember 2014 af <http://www.vr.is/frettir/lesa-frett/2014/05/14/Sjova-faer-Jafnlaunavottun-VR/?hidedate=false>
- Vörður. (2014). *Vörður fær jafnlaunavottun VR fyrst fjármálafyrirtækja*. Sótt 21. nóvember 2014 af <http://www.vordur.is/Um-Vord/thjonusta/frettir/nanar/320/vordur-tryggingar-hlytur-jafnlaunavottun-vr-fyrst-fjarmalafyrirtækja>
- Zandvliet, R. (2011). Corporate Social Responsibility Reporting in the European Union: Towards a more Univocal Framework. *The Columbia Journal of European Law*. 18 column. J.Eur. L. F. 38. Sótt af: http://www.cjel.net/online/18_1-zandvliet/.