Stelpurnar í eldhúsinu: viðhorf og aðgerðir á sviði umhverfismála hjá norrænum váttryggingafélögum

Lára Jóhannsdóttir, Snjólfur Ólafsson, Brynhildur Davíðsdóttir

Ágrip: Í greininni er fjallað um viðhorf til umhverfismála sem fram koma í rannsókn á áhuga og framlagi norrænna skaðatryggingafélaga á úrlausn umhverfislegra vandamála. Fyrirtæki taka á umhverfismálum vegna utanaðkomandi þrýstings, eða vegna innri hvata, til að mynda væntinga um að aðgerðir leiði til betri ímyndar, aukinnar sölu eða minni kostnaðar, eða af siðferðilegum hvötum sem byggja á gildismati leiðtoga í viðkomandi fyrirtæki. Rannsóknin leiðir í ljós mun á viðhorfi til umhverfismála innan váttryggingafélaga í svokölluðum eyjahópi annars vegar og meginlandshópi hins vegar. Mun jákvæðari afstaða til umhverfismála má greina hjá síðari hópnum, en jákvæð afstaða til umhverfismála er talin hafa hvetjandi áhrif á aðgerðir á sviði umhverfismála, en neikvæð afstaða sem er sýnileg innan eyjahópsins er talin hafa letjandi áhrif á aðgerðir á þessu sviði.

Abstract: The article discusses the attitudes towards environmental issues that were observed during a study of Nordic non-life insurers' interest in and responses to environmental problems. Companies take environmentally responsible actions because of both external and internal pressures. They may expect that such actions will improve their image, increase sales, or reduce costs; the motivations may also be moral ones that are grounded in values held by company leaders. This study reveals a difference in attitude towards environmental issues between insurers in island settings (Iceland, the Faroe Islands, and the Åland Islands) and insurers in mainland Scandinavia. A greater interest in environmental issues is evident in the mainland group, while the island group places less value on environmental matters. These differences likely lead to varying levels of action on environmental matters.

Citation/Tilvísun: Lára Jóhannsdóttir, Snjólfur Ólafsson, og Brynhildur Davíðsdóttir, „Stelpurnar í eldhúsinu: Viðhorf og aðgerðir á sviði umhverfismála hjá norrænum váttryggingafélögum,“ *Samtíð* 1 (2013), 4. <http://dx.doi.org/10.12742/samtid.2013.4>

Received/Mótttekið: 2013-08-31. **Accepted/Samþykkt:** 2013-10-01. **Published/Birt:** 2013-12-19.

© 2013 Authors/Höfundar. This open-access article is published under the terms of the Creative Commons Attribution License, version 3.0 / Greinin er birt í opnum aðgangi undir CC-BY 3.0 leyfi (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0>)

1. Inngangur

Náttúran er forsendan fyrir tilvist fólks og fyrirtækja vegna þeirra auðlinda sem þaðan koma. Vaxandi mannfjöldi, aukin framleiðsla og neysla svo og útblástur og úrgangur skapa aukinn þrýsting á umhverfið í því lokaða kerfi sem jörðin er. Umhverfismál eru meðal megin afla (e. *megatrends*) sem hafa, og munu áfram hafa, mótandi áhrif á löggjöf og rekstrarumhverfi fyrirtækja. Líklegt er að kröfur frá neytendum á sviði umhverfismála muni einnig hafa vaxandi áhrif í komandi framtíð (OECD, 2012; Yoder, Rao & Bajowala, 2012). Frá því á sjöunda áratug síðustu aldar hafa fyrirtæki starfað undir síauknum þrýstingi um að axla ábyrgð á umhverfismálum og bæta fyrir umhverfislegan skaða sem þau valda með starfsemi sinni. Upp úr 1960 óx svokölluð umhverfishyggja. Kolanámur, framleiðendur hreinsiefna og skordýraeiturs svo og námuvinnsla og grjótnám voru framan af undir mestum þrýstingi. Á áttunda áratugnum óx þrýstingur á annars konar starfsemi. Þar má nefna sem dæmi framleiðendur úðabrúsa og asbests, kjarnorkuvinnslu, málmvinnslu, þungaflutninga, tóbaksframleiðslu og hvalveiðar (Elkington, 1994).

Þrýstingurinn kemur utan frá, til dæmis vegna löggjafar og/eða alþjóðlegra umhverfissáttmála, aðgengis að fjármagni frá bönkum eða váttryggingafélögum, markaðslegra krafna frá keppinautum, viðskiptavinum eða iðngreinasamtökum eða krafna frá samfélaginu svo sem frá frjálsum félagasamtökum, aðgerðasinum, starfsmönnum eða fjárfestum (Hoffman, 2000). Þrýstingurinn myndast einnig innan veggja fyrirtækjanna og byggir á þeim rekstrarlegu sjónarmiðum að umhverfisábyrgð leiði til fjárhagslegs ávinnings (Porter & van der Linde, 1995), eða af siðferðilegum hvötum en siðarnefndu sjónarmiðin byggja á gildum sem leiðtogar hafa í heiðri við rekstur fyrirtækjanna (Bansal & Roth, 2000; Tutore, 2010). Ytri hvatar eru sagðir þvinga fyrirtæki til aðgerða, en innri hvatar stuðla að því að fyrirtæki taki sjálfviljug frumkvæði á sviði umhverfismála (Bansal & Roth, 2000; Mygind, 2009; Porter & van der Linde, 1995; Tutore, 2010).

Þrátt fyrir að vera flokkuð í hóp lítt mengandi fyrirtækja hafa váttryggingafélög ekki farið varhluta af þessari þróun í umhverfismálum. Þrýstingur á váttryggingafélög varð fyrst sýnilegur á níunda áratug síðustu aldar (Elkington, 1994). Svokölluð róttæk umhverfishyggja (e. *radical greening*) er nú á dögum talin meðal helstu áhættuþátta í rekstri váttryggingafélaga, en þá er átt við að samfélagslegur þrýstingur geti haft neikvæð áhrif á ímynd og orðspor þeirra (Ernst & Young & Oxford Analytica, 2009, 2010). Meðal umhverfislegra vandamála sem snerta váttryggjendur eru afleiðingar veðurfarstjóna, mengunarmál og ábyrgðartjón sem þeim tengjast. Í vandamálum felast jafnframt tækifæri. Hjá váttryggingafélögum felast tækifæri í því að draga úr áhættu og kostnaði, til dæmis með áhættustjórnun og forvörnum og með því að draga úr soun í ferlum og innan aðfangakeðjunnar. Þá er mögulegt að auka tekjur með nýjum og

endurbættum vörum og þjónustu á sviði umhverfismála og með fjárfestingum í hreinni tækni sem stuðlar að úrlausn umhverfislegra vandamála, til dæmis endurnýjanlegri orku (GEMI, 1998, 2004; Mills, 2007, 2009), svo sem vindorku.

Markmið rannsóknarinnar sem hér er kynnt er að skoða viðhorf stjórnenda og sérfræðinga í norrænum váttryggingafélögum til umhverfisábyrgðar fyrirtækja. Umhverfisábyrgð er ein af meginstoðum samfélagsábyrgðar fyrirtækja (e. *corporate social responsibility*) eða sjálfbærni fyrirtækja (e. *business sustainability*), en þessi tvö hugtök eru oft notuð af stjórnendum án skýrrar aðgreiningar (Wilénus, 2005). Þau eru nátengd og byggja á viðleitni fyrirtækja til að bæta þjóðfélagið og stuðla að sjálfbærri þróun (e. *sustainable development*), það er að segja að þörfum samtímans sé mætt án þess að skerða möguleika komandi kynslóða á að mæta eigin þörfum (World Commission on Environment and Development, 1987). Með þessum hugtökum er leitast við að skilgreina ábyrgð fyrirtækja í víðu samhengi samfélags og umhverfis (Montiel, 2008; Nelson, 2004; Wilénus, 2005). Gengið er út frá þeirri tilgátu að gildismat stjórnenda og siðferðileg sjónarmið geti haft áhrif á það að hvaða marki fyrirtæki axla umhverfislega ábyrgð í eigin rekstri.

Í greininni er leitast við að svara þremur rannsóknarspurningum:

- Hvað einkennir viðhorf stjórnenda og sérfræðinga í norrænum váttryggingafélögum til umhverfismála?
- Má útskýra mismunandi viðhorf til umhverfismála í mismunandi tilvikshópum með hluthafa- og haghafakenningum?
- Hvernig endurspeglast viðhorf til umhverfismála í aðgerðum eða aðgerðaleysi váttryggingafélaga?

Greinin er þannig uppbyggð að í kafla 2 er fjallað um umhverfismál og þrýsting frá hagsmunaaðilum. Í kafla 3 eru rannsóknaraðferðir skýrðar út. Kafla 4 fjallar um niðurstöður rannsóknarinnar og er fyrst fjallað um viðhorf til umhverfismála sem fram koma í meginlandshópnum en síðan umhverfisleg viðhorf í eyjahópnum. Umræður um niðurstöður eru í kafla 5.

2. Viðhorf til umhverfismála og þrýstingur frá hagsmunaaðilum

Umhverfisábyrgð er hluti af samfélagslegri ábyrgð fyrirtækja, eins og komið var inn á í innganginum. Í ISO 26000 staðlinum sem gefinn var út árið 2010 er samfélagsleg ábyrgð skilgreind á eftirfarandi máta (International Organization for Standardization, 2011):

Ábyrgð fyrirtækis á þeim áhrifum sem ákvarðanir þess og starfsemi hafa á samfélag og umhverfi sem öxluð er með gegnsærri og siðferðilegri háttsemi sem stuðlar að

1. sjálfbærri þróun, þar með talið heilsufari og velferð samfélagsins;
2. tekur mið af væntingum hagsmunaaðila;
3. fylgir gildandi lögum og samræmist alþjóðlega viðtekinni háttsemi;
4. og hefur verið innleidd innan fyrirtækisins og viðhöfð er í öllum samskiptum þess.

Áherslur í stefnu framkvæmdastjórnar Evrópusambandsins um samfélagslega ábyrgð fyrirtækja eru af svipuðum toga, en þar kemur fram að ef fyrirtæki ætli að axla ábyrgð innan samfélagsins þurfi þau að búa yfir aðferðum sem gera þeim kleift að samþætta félagsleg-, umhverfisleg-, siðferðileg og mannréttindasjónarmið við starfsemina og meginstefnur í nánú samstarfi við hagsmunaaðila fyrirtækisins (European Commission, 2011).

Viðhorf til umhverfismála tengjast viðskiptasiðfræði, en hún snýst um það hvernig fólk og fyrirtæki haga sér, hvaða meginreglur gilda um starfsemi fyrirtækja, hvaða málefni fengist er við og hvaða vinnuaðferðir eru notaðar. Ákvarðanir þurfa að vera siðferðilegs eðlis, en slíkar ákvarðanir hafa verið skilgreindar sem lagalega og siðferðilega ásættanlegar af hálfu samfélagsins, öfugt við ákvarðanir sem teljast ólöglegar og siðferðilega óviðunandi (Jones, 1991). Siðferðilegar ákvarðanir fyrirtækja hafa einnig verið skilgreindar sem ákvarðanir sem hámarka virði fyrirtækja fyrir samfélagið (Guidi, Hillier & Tarbert, 2008). Bansal og Roth (2000) tilgreina fjóra meginhvata að baki umhverfislegum (eða vistfræðilegum) ákvörðunum fyrirtækja, það er: 1) lagalega hvata, 2) þrýsting frá hagsmunaaðilum, 3) fjárhagsleg tækifæri og 4) siðferðileg sjónarmið. Fyrirtæki sem drifin eru áfram af siðferðilegum hvötum gera slíkt vegna þess að um „réttar ákvarðanir“ er að ræða (Wood, 1991). Rannsóknir hafa sýnt að hugmyndafræði, persónuleg gildi og markmið leiðtoga hafa bein eða óbein áhrif á starfshætti fyrirtækja (Cambra-Fierro, Hart, & Polo-Redondo, 2008), sem og persónuleg gildi starfsmanna og hvort fyrirtækjamenning sé samfélagslega ábyrg eða siðræn (Grojean, Resick, Dickson & Smith, 2004; Hemingway, 2005). Grojean o.fl. (2004) telja mikilvægt að leiðtogar geri sér grein fyrir því að persónulegt gildismat þeirra og siðferði hefur áhrif á ákvarðanir þeirra og aðgerðir. Viðhorf, lífsskoðanir og gildi hafa því áhrif á það hvaða stefnu fyrirtæki taka þegar kemur að umhverfismálum (Nidumolu, Prahalad, & Rangaswami, 2009). Stundum standa persónuleg gildi í vegi fyrir innleiðingu á stefnu fyrirtækja ef um það er að ræða að persónuleg gildi séu af öðrum toga en áherslur fyrirtækisins.

Mynd 1 sýnir orsakasamhengi að baki einum þeirra fjögurra meginhvata sem Bansal og Roth (2000) telja að hafi áhrif á frumkvæði fyrirtækja í umhverfismálum. Myndin sýnir að gildismat leiðtoga tengist siðferðilegum hvötum sem síðan hafa áhrif á frumkvæði fyrirtækja á sviði umhverfismála (Bansal & Roth, 2000; Tutore, 2010).

Mynd 1: Tengsl gildismats, siðferðilegra hvata og frumkvæðis í umhverfismálum, aðlagð frá Bansal & Roth, 2000; Tutore, 2010.

Fyrirtæki starfa ekki í einangrun. Þau þurfa á samfélagi og umhverfi að halda og þau hafa áhrif á fólk og umhverfi þar sem þau starfa (Smith, 2007). Samkvæmt siðrænum viðskiptum (e. *ethical business*) er gengið út frá því að fyrirtækjum vegni vel á sama tíma og þau láti gott af sér leiða (Jones, 2012; Spiller, 2000). En hvað þýðir það að láta gott af sér leiða? Í sumum tilvikum setja fyrirtæki sér siðareglur (e. *ethical business codes*) til að starfa eftir en þær fela í sér siðferðileg gildi eða viðmið sem sett eru fram innan fyrirtækja í þeim tilgangi að hafa áhrif á hegðun starfsmanna (Thomsen, 2001), svo sem viðmið um réttlæti, sanngirni eða gagnsæi. Viðskipti fyrirtækja lúta þá þeim viðmiðum sem skilgreind hafa verið. Í þessu samhengi geta togast á sjónarmið um hag hluthafa (e. *shareholder*) annars vegar og hag hagsmunaaðila (e. *stakeholder*) hins vegar. Fyrri sjónarmiðið felur í sér að fyrirtæki beri ekki samfélagslega ábyrgð umfram að auka arð hluthafa í gegnum verðmæta- og atvinnusköpun og því að fara að lögum og reglum. Síðara sjónarmiðið felur í sér að fyrirtæki axli ábyrgð umfram það sem lög og reglur kveða á um, til dæmis með því að bæta úr umhverfis- og samfélagslegum vanda- málum til hagsbóta fyrir samfélagið allt. Fimm flokkar einkenna eða þátta sem stuðla að siðrænni fyrirtækjamenningu hafa verið skilgreindir. Þeir eru 1) tilgangur fyrirtækja og gildismat, 2) jafnvægi á milli hagsmunaaðila, 3) skilvirk forysta sem sýnir gott for- dæmi, 4) heiðarleiki og ráðvendni í ferlum eða starfsháttum og 5) langtímasjónarmið ofar skammtímagróða (Ardichvili, Mitchell & Jondle, 2009). Þar af eru tilgangur og gildismat talin vega þyngst sem undirstaða siðræns rekstrar (Ardichvili, Mitchell & Jondle, 2009), auk þess sem leiðtogar gegna lykilhlutverki í að stuðla að slíkum rekstri (Schroeder, 2002).

2.1. Sjónarmið hluthafa og einhliða ávinningur

Samkvæmt Adam Smith á sjálfsást fólks, þar sem eiginhagsmunir stýra aðgerðum, að leiða til jákvæðrar niðurstöðu fyrir heildina (Smith, 1776 / 2005). Af svipuðum toga eru hugmyndir Milton Friedmans (1970), sem fjalla um tengsl á milli samfélagslegrar ábyrgðar og hámarkunar hagnaðar fyrirtækja. Skyldur fyrirtækja gagnvart eigendum og hluthöfum eru augljósar þar sem þeir trúa stjórnendum fyrir því að höndla með fjárfestingar með það að markmiði að skapa fjárhagslegan ávinning (Smith, 2007).

Friedman (1970) orðar þetta þannig að „samfélagsleg skylda fyrirtækja [sé] ein og aðeins ein, að nýta auðlindir sínar og beina athöfnum sínum í þá veru að auka hagnað sinn, og þar af leiðandi hagnað eigenda, svo lengi sem þau fylgja leikreglunum“ sem samfélagið setur þeim. Friedman (1970) heldur því fram að stjórnendur séu ekki að sinna skyldum sínum gagnvart eigendum í þeim tilvikum þar sem þeir velja að draga úr mengun með því að leggja út í kostnað umfram það sem kemur sér best fyrir fyrirtækið eða krafist er af þeim í lögum, til þess eins að uppfylla samfélagsleg markmið um að bæta umhverfið. Þess háttar eigenda- eða hluthafaþrýstingur (e. *shareholder pressure*) var helsta leiðarljós stjórnenda um langt árabíl (Oppenheim o.fl., 2007). Talsmenn þessa sjónarmiðs hafa haldið því fram að við fullkomnar markaðsaðstæður náist besta niðurstaðan fyrir alla hagsmunaaðila, þar með talið umhverfið. Þetta er þó ekki raunin eins og sjá má á þeim umhverfislegu vandamálum sem stafa af rekstri fyrirtækja og samfélagið í heild situr uppi með. Alþjóðaviðskiptastofnunin (the World Trade Organization) fæst við sum þessara vandamála í núverandi Doha-samningaviðræðum, þar sem lögð er áhersla á jákvæða útkomu á sviði viðskipta, þróunar og umhverfismála (World Trade Organization, e.d.).

Nátengt hluthafasjónarmiðinu er sjónarmiðið, eða kenningin, um einhliða ávinning (e. *win-lose*) (Hoffman, 2000). Kenningin gengur út frá þeirri forsendu að fyrirtækin geri sitt besta. Því sé lítið svigrúm til umbóta á sviði umhverfismála. Auknar kröfur á sviði umhverfismála þýði aukinn tilkostnað og því standi valið á milli efna-hagslegra og umhverfislegra sjónarmiða eigi fyrirtæki að vera samkeppnishæf. Kenn- ingin um einhliða ávinning felur í sér að ekki sé hægt að ná fram fjárhagslegum ávinn- ingi samhliða umhverfislegum ávinningi, heldur verði annað sjónarmiðið að víkja (Hoffman, 2000). Af þeim sökum verði umhverfismál undir þar sem þrýstingur hluthafa ræður för í rekstri fyrirtækja.

2.2. Sjónarmið hagsmunaaðila og gagnkvæmur ávinningur

Á undanförunum áratugum hefur áherslan á að hámarka arð hluthafa færst yfir í það að tekið er mið af þörfum breiðari hóps hagsmunaaðila (Claver o.fl., 2007; Labuschagne, Brent, & van Erck, 2005; Mygind, 2009). Fyrirtækjunum er nú ætlað að leysa vandamál sem þau skapa sjálf (Buchholz, 1991), til að mynda umhverfislegan skaða. Þrýstingur frá hagsmunaaðilum (e. *stakeholder pressure*) um að fyrirtæki axli umhverfislega ábyrgð hefur aukist jafnt og þétt (Schaltegger & Burritt, 2010). Á sjöunda áratug tuttugustu aldar voru helstu þrýstihópar áhyggjufullir einstaklingar svo og stofnanir á sviði umhverfisverndar. Á áttunda áratugnum bættust í hópinn hluthafar, löggjafarvald, viðskiptavinir, birgjar, fjölmiðlar, keppinautar, váttryggingafélög, bankar, frjáls félaga- samtök og aðgerðasinnar (GEMI, 1998; Hoffman, 2000; Maak, 2007).

Samfélagsmiðlar auðvelda aðgang að upplýsingum um árangur fyrirtækja á sviði umhverfismála. Auðvelt er að dreifa upplýsingum um frammistöðu á Netinu. Samfélagsmiðlar eru og verða notaðir til að þröngva fyrirtæki til að starfa á þann hátt sem þykir ásættanlegt í samfélaginu (Jones, 2012). Fyrirtæki hljóta nú viðurkenningu fyrir að sýna umhverfisábyrgð í verki, eða fá skammir fyrir athafnaleyfi eða aðgerðir sem leiða til umhverfislegs skaða (Hoffman, 2000; Porter & Kramer, 2011). Gert er ráð fyrir að þrýstingur á þessu sviði muni enn aukast vegna aukins þrýstings á umhverfið vegna mannfjöldaþróunar, lífshátta og umsvifa í atvinnulífinu. Niðursveifla í alþjóðlegu efnahagslífi hefur ekki hægt á þessari þróun nema síður sé (Haanaes o.fl., 2011; KPMG International, 2011).

Eigi fyrirtæki að ná árangri til lengri tíma litið þurfa þau að starfa í sátt við samfélagið sem gerir nú á dögum ráð fyrir því að stjórnendur taki á samfélagslegum vanda, svo sem umhverfis- og loftslagsmálum, óháð stærð þeirra og staðsetningu (Bonini, Hintz, & Mendonca, 2008; Oppenheim o.fl., 2007; Porter & Kramer, 2011). Af þeim sökum eru umhverfis- og samfélagsleg málefni samþætt stjórnarháttum fyrirtækja (e. *environmental, social and corporate governance*) svo og stefnumörkun þeirra og aðgerðum (Oppenheim o.fl., 2007). Leiðtogar fyrirtækja geta litið á þennan þrýsting sem byrði eða sem tækifæri til að ná samkeppnislegu forskoti (Oppenheim o.fl., 2007). Í þeim tilvikum þar sem stjórnendur líta á umhverfismál sem tækifæri tengist hugsunin kenningum um gagnkvæman ávinning (e. *win-win*), það er að umhverfisábyrgð feli samhliða í sér fjárhagslegan og umhverfislegan ávinning. Stjórnendur geta líka nálgast umhverfismál á stefnumarkandi hátt (e. *environmental strategic perspective*) en þá hagnýta fyrirtæki sér þau tækifæri sem felast í að axla umhverfisábyrgð, þrátt fyrir útgjöld, til að ná auknu samkeppnisforskoti til lengri tíma litið (Hoffman, 2000).

3. Rannsóknaraðferð

Greinin byggir á doktorsritgerð Láru Jóhannsdóttur, eins af höfundum greinarinnar, sem framkvæmdi tilviksrannsókn (e. *case study*) (Yin, 2009) meðal 16 norræna váttryggingafélaga, en félögin eru meðal stærstu váttryggingafélaganna á norræna vísu eða heimamarkaði. Váttryggingafélögunum var skipt upp í tvo hópa, eyjahóp sem í voru átta váttryggingafélög frá Álandseyjum, Færeyjum og Íslandi og meginlandshóp sem í voru átta váttryggingafélög frá Danmörku, Finnlandi, Noregi og Svíþjóð, sjá töflu 1.

Fyrirtækin í eyjahópnum teljast lítil (tvö fyrirtæki) eða meðalstór (sex fyrirtæki), en fyrirtækin í meginlandshópnum eru öll stór samkvæmt skilgreiningu Eurostat sé miðað við fjölda starfsmanna.

Alls voru tekin 74 viðtöl við stjórnendur og sérfræðinga, auk sex viðtala við utan-aðkomandi sérfræðinga. Þá voru framkvæmdar sjö þátttökuathuganir. Viðmælendum í

rannsókninni voru gefin ný nöfn til að halda trúnaði við þá, en vísað er til þeirra undir dulnefnum í beinum tilvitnunum.

Tafla 1. Upplýsingar um fyrirtæki og viðmælendur.

Fjöldi starfsfólks og staðsetning fyrirtækja	Fjöldi starfsstöðva	Viðtöl hjá váttrygg-ingafélögum	Viðmælendur innan váttrygg-ingafélaga	Fjöldi þátttöku-athugana	Viðmælendur utan váttrygg-ingafélaga
<i>Starfsfólk < 250</i>					
Álandseyjar	2	7	9	1	0
Færeyjar	2	6	6	0	0
Ísland	4	14	16	2	5
<i>Starfsfólk < 7.000</i>					
Danmörk	2	4	4	1	0
Finnland	2	9	10	1	0
Noregur	2	8	9	2	1
Svíþjóð	3	14	20	0	0
Samtals	17	62	74	7	6

3.1. Meðhöndlun og greining gagna

Viðtölin fóru flest öll fram á ensku, fyrir utan viðtöl við íslenska stjórnendur og sérfræðinga, en þau viðtöl fóru fram á íslensku. Viðtölin voru hljóðrituð og skrifaðar voru vettvangsnótur fyrir hvert viðtal. Í vettvangsnótum voru skráðar upplýsingar um aðgang að viðkomandi fyrirtæki, lýsing á vettvangi og viðmælanda, athöfnum, hlutum, viðburðum tengdum viðtalinu, tímaröð, tilfinningu rannsakanda, viðtalið sjálft, brottför og hugleiðingar að viðtali loknu. Viðtölin voru afrituð frá orði til orðs og vistuð sem hluti af vettvangsnótum. Þá telja til rannsóknargagna rannsóknardagbók, greiningarblöð, gögn frá fyrirtækjum og fleira.

Notaðar voru mismunandi aðferðir við að greina gögnin, til dæmis opin kóðun og markviss kóðun. Notaðir voru lifandi kóðar (kóðar sem spruttu úr gögnunum) og tilbúnir kóðar (hugtök sem útbúin voru af rannsakanda). Hugarkort voru notuð til að halda utan um hugtök og þemu. Þemu sem fram komu voru flokkuð og undirflokkar útbúnir eftir því sem við átti. Innihaldsgreining var einnig notuð og gerður var samanburður á kóðum milli viðtala í sama tilvikshópi og á milli tilvikshópa til þess að skoða hvort áherslur væru svipaðar eða hvort upp kæmu mótsagnir á milli tilvikshópa (Taylor & Bogdan, 1998).

4. Niðurstöður rannsókna

Í eyja- og meginlandshópnum komu fram ólík viðhorf til umhverfismála. Í fyrri hópnum ræddu viðmælendur til dæmis um kostnað og fyrirhöfn vegna aðgerða á sviði umhverfismála. Þá komu fram efasemdir um að loftslagsbreytingar ættu sér stað, auk þess sem nefnt var að váttryggingafélögin brygðust við lagalegum kröfum fremur en að þau sýndu frumkvæði í að axla umhverfislega ábyrgð. Í meginlandshópnum var þessu öfugt farið en viðmælendur ræddu umhverfismál meðal annars út frá sparnaði og möguleikum fyrirtækja til að nýta umhverfismál til aðgreiningar frá keppinautum og þar af leiðandi að skapa samkeppnisforskot. Einnig voru umhverfismál rædd út frá siðferðilegum sjónarmiðum og gildismati stjórnenda, en þessi afstaða komu ekki fram í eyjahópnum. Þessi ólíku sjónarmið til umhverfismála virðast hafa áhrif á aðgerðir eða aðgerðaleysi váttryggingafélaganna á sviði umhverfismála.

Einn þáttur sem skýrir ólíka afstöðu til umhverfismála innan váttryggingafélaganna er stærð félaganna, sjá töflu 1. Í þessu samhengi er rétt að nefna að með fáum undantekningum töldu viðmælendur í eyjahópnum ekki að smæð fyrirtækjanna stæði í vegi fyrir aðgerðum á sviði umhverfismála, heldur fjölluðu þeir um félögin sem fá og stór í samanburði við flest öll fyrirtæki á heimamarkaði, auk þess sem þau gætu sniðið sér stakk eftir vexti við innleiðingu á umhverfisábyrgð.

Aðrir þættir sem fram komu í rannsókninni og skýra mismunandi áherslur váttryggingafélaga á sviði umhverfismála voru til dæmis vitund eða skortur á vitund um umhverfismál og ólík viðhorf til umhverfismála. Þá var skammtímahugsun í rekstri váttryggingafélaganna í eyjahópnum sýnileg í gögnum þar sem viðmælendur ræddu vandamál dagsins í dag svo sem innbrot, en viðmælendur í meginlandshópnum ræddu markmið og áherslur 10-30 ár fram í tímann. Einnig virðast skortur á sýnileika umhverfislegra vandamála og einangrun stjórnenda í eyjahópnum frá umræðunni sem á sér stað á meginlandinu hafa áhrif, en umræddir stjórnendur hafa til að mynda ekki tekið þátt í ráðstefnum norrænna váttryggingafélaga um loftslagsmál. Slíkar ráðstefnur voru haldnar árin 2008, 2009 og 2012.

4.1. Viðhorf til umhverfismála í meginlandshópnum

Viðhorf til umhverfismála í meginlandshópnum var almennt séð jákvætt og nefndu viðmælendur minni kostnað, auknar tekjur og tækifæri sem fælust í því að horfa á umhverfismál sem leið til þess að draga úr rekstraráhættu eða auka samkeppnisforskot. Viðmælendur tengdu saman áherslur í umhverfismálum við rekstrarumhverfi váttryggingafélaganna. Umhverfismál og aðgerðir á því sviði voru rædd út frá auðlindamálum, svo sem orku- eða hráefnisnotkun, úrgangs- og mengunarmálum sem og loftslagsbreytingum. Viðmælendur ræddu bein áhrif á rekstur váttryggingafélaganna og óbein

áhrif í gegnum váttryggingasamninga við einstaklinga og fyrirtæki, samninga við birgja og fjárfestingar. Viðmælendur ræddu möguleika váttryggingafélaganna á að draga úr umhverfisáhrifum af eigin starfsemi. Sá þáttur var talinn fremur veigalítill vegna eðli starfseminnar, en samt mikilvægur, meðal annars til að sýna gott fordæmi.

Viðmælendur ræddu einnig önnur óbein áhrif sem váttryggingafélög geta haft, en þau áhrif eru umtalsverð og felast í því að ná fram jákvæðum umhverfislegum áhrifum í gegnum ýmsa hagsmunaaðila. Viðmælendur töldu váttryggingafélögin í góðri aðstöðu til að hafa áhrif á viðskiptavinum, birgja, samstarfsaðila, stjórnvöld og fleiri hagsmunaaðila. Svo vitnað sé í Tom Anders Stenbro, sérfræðing á sviði samfélagsábyrgðar hjá váttryggingafélaginu Tryg þá útskýrir hann áherslur fyrirtækisins á sviði loftslagsmála (ClimateWise, e.d.) á eftirfarandi máta:

Fyrirtækið okkar býður ekki bara og vonar eftir veröld þar sem áhættunni af loftslagsbreytingum er vel stjórnað, heldur viljum við taka þátt í að skapa slíka veröld með beinum aðgerðum á þessu sviði sem felast í fjárfestingum, lausnum til viðskiptavina og með áhættustjórnun.

Þetta þýðir að framtíðarsýn fyrirtækisins er skýr; hvert það stefnir, á hvaða sviði fyrirtækið getur lagt sitt af mörkum og hvaða aðgerðir hægt er að nota til þess að ná árangri. Hér er ekki eingöngu um skoðanir sérfræðingsins að ræða, heldur er í ýmsum skýrslum fyrirtækisins lýst raunverulegum aðgerðum þess á sviði umhverfis- og loftslagsmála. Þar má til dæmis nefna samstarf váttryggingafélaganna If, Gjensidige, Codan/ Tryg-Hansa og Tryg við NORD-STAR, Nordic Centre of Excellence for Strategic Adaptation Research, við þróun á hugbúnaðinum „VisAdapt“, sem ætlað er að hjálpa húseigendum að forðast tjón vegna loftslagsbreytinga (NORD-STAR, 2013). Samkvæmt yfirlýsingum Tom Anders, eru hagsmunir viðskiptavina einnig teknir hér inn í myndina, ekki bara hagsmunir fyrirtækisins og er sú yfirlýsing studd með aðgerðum fyrirtækisins á þessu sviði. Framtíðarsýn leiðtoga er talin vera mikilvæg:

Þú þarft virkilega á einhverjum að halda sem segir: „Ég trúi á þetta“ – og við höfum séð það innan okkar hóps (Per Holmgreen).

Samvinna við aðra váttryggjendur eða aðra hagsmunaaðila er talin skila meiri árangri en ef félögin starfa hvert í sínu horni. Hjá viðmælenda frá váttryggingafélagi í Finnlandi kom fram að í sumum tilvikum notuðu stjórnendur fyrirtækja stranga löggjöf á sviði umhverfismála sem afsökun fyrir aðgerðaleysi:

Meðal sjónarmiða sem ég heyri er: Hvers vegna ættum við að innleiða samfélagslega ábyrgð? Löggjöf í Finnlandi er þegar svo ströng að hún stuðlar hvort tveggja í senn að ábyrgð fyrirtækja og sjálfbærni (Ilma Mikkonen).

Slík sjónarmið eru í andstöðu við hugmyndafræði um samfélagsábyrgð sem gengur út frá því að fyrirtæki gangi lengra en löggjöfin býður þeim að gera. Árekstrar á milli gildismats fyrirtækja og einstaklinga eru skýrðir ágætlega í eftirfarandi tilvitnun:

Ég nota annars konar orð en þessi kostnaðarhlutföll ... mjög svo tæknilegu hagfræðihugtök. Ég nota CSR-orð [samfélagsábyrgð], annars konar orðaforða, en sem er að sama skapi partur af stefnu félagsins. Við störfum undir stífu fjárhagslegu aðhaldi þessa stundina. Fjárhagsáætlun hefur ekkert með gildismat að gera – hún er bara á ákvörðun. CSR og fjárhagsáætlun ættu að vera metin á sama máta, það er að segja ef við höfum skuldbundið okkur til að innleiða CSR. Það hefur ekkert með persónuleg gildi þín að gera, hvort þú framfylgir gildum fyrirtækisins þegar þú tekur ákvarðanir, vegna þess að ef þú gerir það varðandi CSR þá mun ég gera slíkt hið sama varðandi fjárhagsáætlunina, það er ég legg þau að jöfnu. Ef þetta er hluti af stefnu okkar, þá hafa þessi atriði jafnt vægi, en hafa ekki með persónuleg gildi þín að gera. Ennfremur; mér líkar það ekki þegar gildi eru talin óæðri peningum – það er ekki gildi í mínum huga (Ilma Mikkonen).

Hjá Jones (2012) kemur fram að málið snúist um andstæða póla: „viltu græða peninga?“ (e. *do you want to make money?*) eða „viltu gera góða hluti?“ (e. *do you want to do good?*). Að öllu jöfnu eru fjárhagsleg sjónarmið talin mikilvægari en að „bjarga jörðinni“ sem byggir á gildismati einstaklinga. Þetta endurspeglast í því sem Sven Damgaard segir: „Við erum ekki jólasveinninn. Við þurfum að græða peninga“, en er í mótsögn við það sem Martin Enkvist hefur fram að færa, en báðir viðmælendurnir eru sérfræðingar í váttryggingafélögum á meginlandinu.

Ef þú útbýrð umhverfisstefnu, þá gerir þú það ekki eingöngu til þess að græða peninga – því að það er megentilgangur fyrirtækja. Þú gerir það vegna þess að þú vilt bæta umhverfið. Fyrir mér felst þversögn í því að hafa umhverfisstefnu sem talin er vera óæðri fjárhagslegum sjónarmiðum. Ég tel það óheppilegt því að það vill gleymast á mörgum sviðum fyrirtækja að fyrirtæki hafa annan og meiri tilgang en að græða peninga.

Lauri Sasi nefndi gildi sem innri hvata fyrir aðgerðum fyrirtækisins sem hann starfar hjá:

Þessa stundina snýst þetta fyrst og fremst um gildi hjá fyrirtækinu; það að við séum ábyrgur borgari, ábyrgt fyrirtæki, til þess að teljast trúverðug.

Ilma Mikkonen sagði að ef um er að ræða árekstra á milli persónulegra gilda og þess sem fyrirtækið vill standa fyrir, sé hætt á að grafið sé undan umræðunni. Máli sínu til stuðnings nefndi hún þegar brotist var inn í tölvukerfi East Anglia háskólans í Bretlandi og tölvupóstum starfsmanna lekið til fjölmiðla fyrir COP15-ráðstefnuna í Kaupmannahöfn í desember 2009 í því skyni að skaða umræðu um neikvæð áhrif loftslagsbreytinga. Málið var blásið upp í fjölmiðlum undir nafninu Climategate og talað um að vísindamenn væru að falska niðurstöður varðandi alvarleika loftslagsbreytinga.

Þannig var reynt að grafa undan trausti á loftslagsvísindum. Fjölmiðlaumræðan gekk meðal annars út á að afneita loftslagsbreytingum, þrátt fyrir að ekki kæmu fram gögn sem sýndu fram á að staðhæfingar af þessum toga stæðust (Sveinn Atli Gunnarsson, e.d.).

Þeir koma upp á yfirborðið eftir að hafa fundið þessa ómerkilegu tölvupósta einhvers staðar. Ég er bara að segja að þegar eitthvað slíkt gerist, þá er mjög áhugavert að sjá hvað kemur upp á yfirborðið, þú veist hvers konar viðhorf og athugasemdir koma fram.

Þú lendir í ótrúlegustu umræðum um þessi mál. Tökum sem dæmi þessi opinberu skjöl um loftslagsbreytingar [IPCC-skýrslurnar]. Einhver finnur smávægileg mistök og getur jafnvel ekki sett þau í eðlilegt samhengi [e. *scale it to the right proportion*] af því að þetta er svo ómerkilegt og skiptir nákvæmlega engu máli. En engu að síður, byggt á ómerkilegum smáatriðum, byrjar fólk að segja: „Sjáðu – skýrslurnar eru einskis virði“. Hvernig í ósköpunum eigum við að finna lausn á vandamálunum ef þetta er kjarni umræðunnar? (Ilma Mikkonen).

Í einu af meginlandsfélögunum sem hefur verið að móta sér stefnu á sviði samfélagslegrar ábyrgðar var ekki átakalaust að breyta ríkjandi hugsunarhætti.

Við höfum aldrei haft skoðanir af þessum toga. Eina skoðunin sem við höfum haft er að græða meira en við gerðum í fyrra. Ég held að það sé úrelt hugsun. Starfsmenn munu ekki samþykkja slíkt. Þeir vilja ekki hefja störf hjá fyrirtæki sem gengur eingöngu út á að græða meiri fjármuni en í fyrra (Morten Nielsen).

Viðmælendur nefndu einnig fyrirtæki sem skara fram úr eins og til dæmis NovaNordisk, en tilgangur fyrirtækisins er að útrýma sykursýki, þó svo að undirbyggjandi hvati sé vissulega fjárhagslegs eðlis. Viðmælendur töldu einnig að ávinningur fyrirtækja fælist í því að halda góðu starfsfólki og laða að nýtt starfsfólk.

Ég held að fyrirtæki þurfi að átta sig á því að ef þau ætla að ráða ungt fólk þá vill það geta samsamað sig við gildi fyrirtækisins og siðareglur. Þetta snýst ekki bara um laun, heldur einnig siðferði og hvað við stöndum fyrir. Fyrirtæki geta notað þess háttar áherslur til að markaðssetja sig sem fyrirtæki sem hugsar vel um starfsfólk og umhverfi og starfar samkvæmt siðferðilegum sjónarmiðum (Kasper Landquist).

Það var mat viðmælenda að starfið sjálft, eða það að skila arði til hluthafa, væri ekki nóg til að stuðla að starfsánægju heldur væri æðri tilgangur með rekstrinum þýðingarmikill. Rasmus Lund útskýrði muninn á leiðandi fyrirtækjum á sviði samfélagslegrar ábyrgðar og þeim sem væru eftirbátar. Leiðandi fyrirtæki litu á samfélagsleg málefni sem tækifæri, en eftirbátarnir litu á þau sem rekstraráhættu.

Þá nefndu viðmælendur að verðmætasköpun tengdist vörumerkinu og ímynd, bæði ímynd fyrirtækja almennt og ímynd fyrirtækja sem vinnuveitenda, og að vörumerkið tengist framtíðarsýn fyrirtækja sem studd sé fyrirtækjamenningunni. Tina

Madsen vék að stolti af því að vinna hjá samfélagslega ábyrgu fyrirtæki og að sá þáttur kæmi til álita þegar fólk veldi sér vinnuveitanda. Það væri gefandi að vinna hjá fyrirtæki þar sem persónuleg gildi og gildi fyrirtækisins færu saman, því þá teldi starfsfólk að framlag þeirra skipti máli, ekki bara fyrir fyrirtækið heldur fyrir samfélagið í heild.

Það kom fram í viðtölum að það væri vissulega auðveldara fyrir fyrirtæki að innleiða aðgerðir ef fjárhagsleg og umhverfisleg sjónarmið færu saman. Einnig kom fram að sjónarmið gætu breyst eftir því sem vitund um umhverfisleg vandamál eykst. Í upphafi væri útgangspunkturinn að spara fjármuni, til dæmis við að endurnýta varahluti í bíla, en síðar kæmu fram jákvæð umhverfisleg áhrif af aðgerðunum sem þýddu að fyrirtækin héldu verkefnum áfram vegna fjárhagslegra og umhverfislegra ástæðna.

4.2. Viðhorf til umhverfismála í eyjahópnum

Svör viðmælenda í eyjahópnum voru á þann veg að váttryggingafélögin væru skammt á veg komin í umhverfismálum. Þegar viðtölin voru tekin (2009 og 2010) hafði ekkert váttryggingafélaganna sett sér umhverfisstefnu eða tengdar stefnur, þó að fyrirmyndir mætti finna víða. Því má segja að stefnuleysis hafi gætt á sviði umhverfismála. Þó kom fram í máli Erlu Jónsdóttur að „það megi vera að félagið hafi einhvern tímann sett fram umhverfisstefnu“, en ljóst má vera að umhverfisstefna gerir lítið gagn ofan í skúffu.

Nýleg skoðun á vefsíðum hérlandra váttryggingafélaga leiðir í ljós að finna má einhverjar áherslur á sviði umhverfismála og dæmi um aðgerðir, en enn sem komið er hefur ekkert íslenskt váttryggingafélag birt formlega umhverfisstefnu eða umhverfis-, samfélags- eða loftslagsskýrslu sem útfærir aðgerðir, tiltekur mælanleg markmið og/eða sýnir fram á árangur á þessu sviði.

VÍS leggur áherslu á að starfsemi félagsins stuðli að sem minnstri mengun, hreinni náttúru og förgun úrgangs í kjölfar tjóna á sem umhverfisvænastan máta (Váttryggingafélag Íslands hf., e.d.).

TM býður eigendum vistvænna ökutækja lægri iðgjöld og TM er styrktaraðili Græns apríls, verkefnis áhugafólks um umhverfismál (Tryggingamiðstöðin, e.d.).

Þegar rætt var um umhverfismál var flokkun pappírs eitt af þeim málefnum sem fyrst kom upp hjá viðmælendum. Í sumum tilvikum, sér í lagi á Íslandi og í Færeyjum, var umræðan neikvæð og var litið á umhverfismál sem „mjúk mál“, en ekki þætti sem skipta máli varðandi rekstur fyrirtækjanna. Viðmælendur notuðu hugtök eins og „soft issue“ og „lúxusvandamál“ þegar þeir ræddu umhverfismál. Þá var talað um að verkefni af þessum toga væru „neðarlega á forgangslistanum“, þau væru á „hliðarlínunni“ og teldust til „gæluverkefna“, fremur en að um væri að ræða brýn úrlausnarefni, verkefni sem gætu skilað fyrirtækjunum fjárhagslegum arði eða dregið úr rekstraráhættu þeirra. Viðmælendur tengdu umhverfismál við útgjöld og aukna fyrirhöfn. Þá komu

fram í viðtölum þau sjónarmið að váttryggingafélög væru ekki í mengandi starfsemi og þar af leiðandi vægju umhverfismál ekki þungt þegar kæmi að viðskiptaákvörðunum og aðgerðum. Horft var fram hjá umhverfisáhrifum af tjónum, en þau geta verið umtalsverð, sér í lagi á sviði eigna- og ökutækjatjóna, sem og umhverfislegri áhættu sem fram getur komið í váttryggingasamningum við fyrirtæki eða einstaklinga. Sjónarmið eigenda komu því mun skýrar fram, en sjónarmið breiðs hóps hagsmunaaðila þegar umhverfismál voru rædd.

Það væri náttúrulega hroki að segja að þau [umhverfisáhrifin] skipti ekki máli, en ég get alla vega sagt að þau skipta ekki meira máli en svo að þau hafa eiginlega aldrei verið til umræðu (Jóhann Gunnarsson).

Vörurnar okkar eru óáþreifanlegar þar sem við seljum öryggi og öryggistilfinningu (Jákup Jakobsen).

Í innkaupastefnum eru oft settar fram áherslur varðandi vistvæn innkaup, en að sögn viðmælenda hafa hérlendu váttryggingafélögin ekki skjalfestar innkaupastefnur. Í slíkum stefnum er til dæmis tekið á vali á umhverfismerktum vörum, vali á raftækja- og tölvubúnaði sem hlotið hefur vottun fyrir orkunýtingu fram yfir aðrar sambærilegar vörur, kröfur til birgja og þess háttar. Þá horfa fyrirtæki til líftímakostnaðar við kaup og rekstur á vörum í stað þess að horfa eingöngu á stofnkostnað. Innkaupastefna sem tekur á umhverfislegum þáttum er ekki til staðar hjá váttryggingafélögunum og varðandi vistvæn innkaup nefnir Jóhann Gunnarsson að:

Það geti vel verið að stelpurnar í eldhúsinu séu að kaupa og spá í það, en ég þekki það ekki.

Sama gildi um fjárfestingastefnur sem taka á fjárfestingatækifærum í umhverfisvænum lausnum, slíkar stefnur eru ekki til staðar. Smæð fyrirtækja er einnig hugsanleg hindrun, það er að váttryggingafélög hér á landi eru sein að taka við sér þegar kemur að umhverfismálum. Ágúst orðar það þannig:

að mínu mati eru íslensk váttryggingafélög skemur á veg komin í flestum þáttum starfseminnar heldur en tryggingafélög á Norðurlöndum ... við erum bara nokkrum árum á eftir, það verður bara að segjast eins og það er.

Förgun á tölvu- og raftækjabúnaði kom ekki til umræðu nema hvað Ágúst Bjarnason nefndi að „við þurfum að passa þegar við skiptum um tölvuskjái að þeir fari ekki í ruslið“. Þegar leið undir lok viðtalstímabilsins höfðu váttryggingafélögin undirritað samkomulag við Græna framtíð um söfnun og meðhöndlun raftækjaúrgangs, en meðhöndlun á úrgangi byggir á lögum nr. 55/2003 með áorðnum breytingum. Fyrirtæki eru því ekki að fara umfram það sem lög bjóða með slíkum samningum, en sam-

félagsleg og/eða umhverfisleg ábyrgð miðar að því fyrirtæki axli ábyrgð umfram það sem lög skylda.

Aðrar aðgerðir sem viðmælendur nefndu voru almennt séð smáar í sniðum, án stefnumarkandi áherslna og/eða settar fram í þeim tilgangi að spara kostnað og þar af leiðandi að bæta hag eigenda. Þar má nefna sem dæmi rafræna útsendingu gagna, flokkun á pappír og endurvinnslu, auk þess sem hætt var að nota plastmöppur utan um tjónaskýrslur og keramikkönnur keyptar í stað plasmála.

Þegar viðmælendur voru spurðir að því hvort það væru einhverjar hindranir í vegi fyrir því að váttryggingafélög beittu áhrifum sínum til lausnar á umhverfislegum vandamálum voru svörin á þann veg að hindranir væru ekki til staðar, hvorki lagalegar né af öðrum toga. Einnig kom fram að þetta væri „meira svona ákvörðun“ og „kúltúr“ fyrirtækjanna. Menning getur hindrað framþróun fyrst umhverfisvitund hefur ekki náð að síast inn í fyrirtækjamenningu íslenskra váttryggingafélaga. Lítil þekking á umhverfis- og loftslagsmálum í tengslum við rekstur váttryggingafélaga virðist einnig vera hindrun og viðmælendur almennt lítið farnir að velta fyrir sér hvort og þá hvaða áhrif þessir þættir gætu haft á rekstur váttryggingafélaganna.

ég fagna ekki gróðurhúsaáhrifum, en þau geta auðvitað haft þau áhrif að hérna séu mildari vetur og þá minni hálka (Ágúst Bjarnason).

Hækkun á sjávaryfirborði mun ekki [hafa áhrif], við myndum [geta] flutt höfuðstöðvarnar. Við myndum bara þurfa að flytja þær einhverja metra upp á við. Ég tel ekki að Færeyjar verði fyrir áhrifum, jafnvel þó að yfirborðið hækki um 2 metra (Signar Samúelsson).

Þá kom fram að fólki þótti umræðan um málefni eins og loftslagsbreytingar vera óskýr og að fullar sönnur væru ekki komnar fram. Einnig komu fram þær efasemdir sem Ilma Mikkonen minntist á.

Að mínu mati snýst þetta um trú. Hverju þú trúir, vegna þess að sönnunargögnin stangast á, skýrslur eru misvísandi, og því er þetta spurning um það hvað þú trúir á (Magni Mortensen).

Ég heyrði í útvarpinu áðan að [loftslagsbreytingar] væru stórlega ýktar (Lilja Kristjánsdóttir).

Umhverfismál selja ekki í augnablikinu í Færeyjum (Signar Samuelsen).

Mildari vetur geta aukið fjölda hálkuslysa, það er ef hitastig er oft um frostmark. Skýfall, asahláka og djúpar lægðir geta einnig aukið á tjónatíðni og kostnað sem váttryggingafélögin munu bera. Sumir viðmælendurnir sögðu það hreint út að þeir væru almennt lítið farnir að velta þessum málum fyrir sér. Einnig kemur fram, til dæmis í viðtalinu við Sigurð Pálsson, að váttryggingafélög hér á landi séu frumkvæðalítil. Það sé helst að þau taki við sér „þegar einhver lagasetning hefur átt sér stað. Þá er

að bregðast við henni“. Breytingar váttryggingaskilmála í tengslum við lög um mengun hafs og stranda var tekið sem dæmi um slík viðbrögð.

Á Álandseyjum var vitund og viðhorf til umhverfismála af öðrum toga en í Færeyjum og á Íslandi, en þar brenna umhverfismál meira á eyjaskeggjum og vandamálin eru sýnileg með berum augum, auk þess sem ólykt berst að vitum íbúa. Fyrsta tilvitnunin hér að neðan er í viðmælanda frá Álandseyjum, en síðari tvær í viðmælendur í Færeyjum.

Við lifum nálægt sjávarmáli. Þú getur séð [vandamálin] með eigin augum á sumrin. Þá sést af og til græn slikja [á sjónum] og veiði hefur dregist saman frá því sem áður var (Kaj Sundberg).

Við búum á þessum grænu eyjum umluktum heimsins hreinasta sjó. Við hugsum bara um að halda honum hreinum. Við höfum sterk tengsl við náttúruna (Gunnvá Joansen).

Jafnaldrar okkar í Færeyjum hafa flestir hverjir búið erlendis. Þegar við snúum aftur, þá erum við í umhverfislegri paradís (Signar Samuelsen).

Fram kom hjá Ásdísi Guðmundsdóttur að váttryggingareksturinn væri í járnum. Nokkrir viðmælendanna nefndu að váttryggingamarkaðurinn væri mjög verðdrifinn og að það væru litlar líkur á að viðskiptavinir veldu tryggingafélag á grundvelli umhverfissjónarmiða heldur stýrði verð hegðun viðskiptavina. Þetta er í andstöðu við sjónarmiðið sem fram kom hjá meginlandsfélögum sem töldu að hægt væri að nota samfélagslegar áherslur til aðgreiningar frá keppinautunum. Viðmælendur gáfu sér almennt þær forsendur að umhverfismál fælu í sér aukinn kostnað og að umhverfismál myndu þar af leiðandi ekki eiga upp á pallborðið í því efnahagsástandi sem nú ríkir.

Færeyingar vöknudu upp við vandan draum í nóvember 2011 þegar fellibylurinn Berit gekk á land og olli gríðarlegri eyðileggingu, en þök fuku af húsum, bátar slitnuðu frá bryggjum og rak á land eða sukku, bílar skemmdust og lausir munir fuku um (DV, 2011). Vegna gríðarlegs eignatjóns fór fram fjársöfnun á Íslandi (Vísir, 2011). Þegar viðtölin fóru fram voru viðburðir af þessum toga ekki áhyggjuefni viðmælenda.

Það eru í raun bara stormar í flokknum 4 eða 5 sem fá athygli hér. Slíkir stormar eru í lagi. Við förum bara inn og bíðum þar til þeir eru yfirstaðnir (Signar Samuelsen).

Ein þeirra skýringa sem viðmælendur gáfu á því að umhverfismál hefðu ekki fengið mikla athygli innan félaganna var skortur á þrýstingi frá ytri öflum, til að mynda löggjafarvaldinu og viðskiptavinum. Viðmælendur töldu sumir hverjir að umhverfivitund viðskiptavina væri minni en hjá öðrum norrænum váttryggingafélögum sem þýddi að þrýstingur á váttryggingafélögin væri ekki til staðar. Þá komu fram hugleiðingar um það hvort hugsanleg innganga í Evrópusambandið myndi hraða breytingum á sviði umhverfis- og loftslagsmála hér á landi, en Anna Jóhannsdóttir orðaði það

þannig: „þá munum við fyrr verða meðvitaðir og jafnvel vera krafist meira af okkur en ella“. Þessu til stuðnings var bent á að EES-samningurinn hefði sett pressu á Íslendinga um að taka til hendinni í úrgangsmálum.

5. Umræður

Tilgangur rannsóknarinnar var að skoða hvort mismunandi viðhorf til umhverfismála komi fram í tilvikshópum rannsóknarinnar, á hvern hátt þessi viðhorf tengjast hluthafa- og haghafakenningum og hvort viðhorfin hafi hugsanleg áhrif á aðgerðir eða aðgerðaleyfi á sviði umhverfismála. Í rannsókninni koma fram vísbendingar um að svo sé. Helstu niðurstöður eru dregnar saman í töflu 2, þar sem gerður er samanburður á milli tilvikshópa.

Tafla 2. Samanburður á milli tilvikshópa.

	Eyjahópur	Meginlandshópur
Stefna í umhverfismálum		🌐
Stefnuleysi í umhverfismálum	🌐	
Ytri hvatar	🌐	🌐
Innri hvatar		🌐
Jákvætt viðhorf til umhverfismála		🌐
Neikvætt viðhorf til umhverfismála	🌐	
Einhliða ávinningur (<i>win-lose</i>)	🌐	
Gagnkvæmur ávinningur (<i>win-win</i>)		🌐
Hluthafakenning	🌐	
Haghafakenning		🌐

Í eyjahópnum gætti stefnuleysis í umhverfismálum, viðmælendur sögðust ekki finna fyrir ytri þrýstingi nema helst lagalegum, viðhorf til umhverfismála var fremur neikvætt, og sjónarmið um einhliða fjárhagslegan ávinning á kostnað umhverfisins var áberandi. Slík sjónarmið eru talin tengjast kenningum um hag eigenda eða hluthafa (Friedman, 1970; Oppenheim o.fl. 2007; Smith, 2007) umfram hag víðari hóps hagsmunaaðila (Claver o.fl., 2007; Labuschagne, Brent, & van Erck, 2005; Mygind, 2009). Í meginlandshópnum höfðu fyrirtækin markað sér umhverfis- og/eða loftslagsstefnur, þau fundu fyrir ytri þrýstingi, auk þess sem innri hvatar um fjárhagslegan ávinning og siðferðileg sjónarmið komu þar fram (sjá til dæmis Bansal & Roth, 2000; Jones, 2012; Tutore, 2010; Wood, 1991). Viðhorf til umhverfismála var almennt jákvætt, og var meðal annars rætt út frá sparnaði og tækifærum, en slík sjónarmið um gagnkvæman ávinning eru tengd hugmyndum um hag breiðs hóps hagsmunaaðila (Ardichvili, o.fl.,

2009; European Commission, 2011; International Organization for Standardization, 2011).

Til þess að svara rannsóknarspurningunum má í skemmstu máli segja að svarið við spurningunni „Hvað einkennir viðhorf stjórnenda og sérfræðinga í norrænum váttryggingafélögum til umhverfismála?“ sé að viðhorfið sé fremur neikvætt í eyjahópnum en jákvætt í meginlandshópnum. Gildismat og framtíðarsýn stjórnenda virðist hafa hér sitt að segja. Sjónummiðin eru allt frá því að viðmælendur segist „trúa á þetta“ til þess að „stelpurnar í eldhúsinu“ beri hugsanlega ábyrgð á þessum málaflökki. Þau sjónummið sem Ardichvili o.fl. (2009) settu fram – tilgangur og gildismat, jafnvægi á milli hagsmunaaðila, forysta, starfshættir og langtímasjónummið – komu ekki fram í eyjahópnum. Þessi sjónummið eru talin stuðla að siðrænni fyrirtækjamenningu sem meðal annars stuðlar að því að fyrirtæki axli umhverfislega ábyrgð. Sjónummið Ardichvili o.fl. (2009) komu aftur á móti fram í viðtölum við starfsmenn og stjórnendur í meginlandshópnum.

Þegar litið er á rannsóknarspurninguna „Má útskýra mismunandi viðhorf til umhverfismála í mismunandi tilvikshópum með hluthafa- og haghafakenningum?“ má sjá að viðhorf viðmælenda í eyjahópnum eru meira í takt við hluthafakenningar um hámarksun á hag hluthafa (Friedman, 1970) og sjónummið um einhliða ávinning (Hoffman, 2000). Það má meðal annars sjá á áherslum um kostnað og fyrirhöfn, að umhverfismál séu neðarlega á forgangslistanum og að aðgerðir séu settar fram í þeim tilgangi að draga úr kostnaði sem leiðir til betri afkomu fyrir eigendur eða hluthafa. Haghafasjónummið (Claver o.fl., 2007; Labuschagne o.fl., 2005; Mygind, 2009; Schaltegger & Burritt, 2010) og sjónummið um gagnkvæman ávinning (Hoffman, 2000) og æðri tilgang með rekstrinum eru mun sýnilegri í svörum viðmælenda í meginlandshópnum. Áherslur meginlandshópsins eru í takt við áherslur Evrópusambandsins um samfélagslega ábyrgð, stefnur og sjónummið hagsmunaaðila (European Commission, 2011) og áherslur settar fram í ISO 26000 staðlinum (International Organization for Standardization, 2011), en áherslur eyjahópsins eru það ekki. Ytri hvatar þvinga fyrirtæki til aðgerða. Fyrirtæki sem sýna frumkvæði og vinna sjálfviljug að úrlausn umhverfislegra vandamála og hagnýtingu tækifæra gera það vegna innri hvata, það er fjárhagslegra hvata eða siðrænna sjónummiða (Bansal & Roth, 2000; Mygind, 2009; Porter & van der Linde, 1995; Tutore, 2010). Siðferðileg sjónummið varðandi reksturinn (Bansal & Roth, 2000; Cambra-Fierro, o.fl., 2008; Tutore, 2010) komu ekki fram í eyjahópnum, en komu fram í meginlandshópnum, til að mynda ábyrgð váttryggingafélaga gagnvart viðskiptavinum og samfélaginu – en ekki eingöngu að skila hagnaði til hluthafa.

Þegar dregin eru fram svör við rannsóknarspurningunni „Hvernig endurspeglast viðhorf til umhverfismála í aðgerðum eða aðgerðaleyfi váttryggingafélaga?“ kemur í ljós

að stefnuleysi í umhverfismálum einkennir fyrirtæki í eyjahópnum, öfugt við það sem fram kemur í meginlandshópnum þar sem áherslur í umhverfismálum eru álitnar veita samkeppnisforskot á markaði þar sem boðnar eru sambærilegar vörur á sambærilegu verði. Umhverfislegar áherslur eru því tengdar stefnumarkandi sjónarmiðum í viðkomandi fyrirtækjum. Aðgerðir í eyjahópnum eru smáar í sniðum, settar fram til að bregðast við lagasetningu, skammtímasjónarmið ráða ríkjum og verkefnin eru „á hliðarlínunni“ (án tengsla við stefnu viðkomandi fyrirtækja). Smæð fyrirtækjanna í eyjahópnum getur skýrt það að enn sem komið er gætir stefnuleysis á sviði umhverfismála, aðgerðir eru ómarkvissar og skila takmörkuðum umhverfislegum ávinningi. Í meginlandshópnum er fjallað um umhverfismál í víðara samhengi og þau rædd út frá ávinningi í eigin rekstri, minni rekstraráættu og kostnaði, auknum tekjum, váttryggingasamningum, samningum við birgja, fjárfestingum og fleira. Niðursveifla í alþjóðlegu efnahagslífi hefur ekki hægt á þeirri þróun að fyrirtæki axli umhverfislega ábyrgð, nema síður sé (Haanaes o.fl., 2011; KPMG International, 2011). Ekki kom fram hjá viðmælendum á meginlandinu að efnahagslegt ástand drægi úr áherslum fyrirtækjanna á þessu sviði, en í sumum tilvikum kom slíkt upp í viðtölum við hérlanda viðmælendur. Í reynd má því segja að íslensk váttryggingafélög, sem og önnur váttryggingafélög í eyjahópnum, hafi enn sem komið er ekki fylgt þeirri þróun á sviði umhverfismála sem á sér stað á meginlandinu.

Rannsóknir á sviði umhverfismála og fyrirtækjarekstrar eru nýjar af nálinni hér á landi. Í þessari rannsókn var ástand mála skoðað í einni iðngrein, samaborið við ástand mála hjá allmörgum norrænum váttryggingafélögum. Tækifæri felast í því að skoða aðrar iðngreinar á svipaðan máta, það er að kanna viðhorf og vitund til umhverfismála, stefnu, stefnuleysi, aðgerðir, aðgerðaleyfi og svo framvegis, þar sem vænta má aukins þrýstings á aðgerðir fyrirtækja á þessu sviði á komandi árum og áratugum (OECD, 2012; Yoder, Rao, & Bajowala, 2012). Í ljósi þess að rannsóknin sýnir mun milli tilvikhópa, er nauðsynlegt að setja framtíðarrannsóknir í stærra samhengi en því sem fæst þegar ástand mála er eingöngu skoðað hér á landi.

Samkvæmt niðurstöðum rannsóknarinnar má leiða að því líkum, á sama hátt og Bansal og Roth (2000) og Tutore (2010) hafa gert, að tengsl gildismats leiðtoga og siðferðilegra hvata (Bansal & Roth, 2000; Tutore, 2010) hafi áhrif á frumkvæði fyrirtækja í umhverfismálum. Rannsóknin leiðir einnig í ljós að vitund um umhverfismál og viðhorf til umhverfismála virðist hafa áhrif á frumkvæði fyrirtækja í umhverfismálum. Þar sem vitund um umhverfismál í tengslum við rekstur fyrirtækja er takmörkuð og viðhorf til aðgerða neikvæð þarf að byrja á því að efla vitund um umhverfismál og hvaða áhrif þau munu hafa á rekstrargrundvöll fyrirtækja í náninni framtíð (OECD, 2012; Yoder, Rao, & Bajowala, 2012). Það má til dæmis gera með sameiginlegu fræðsluátaki innan viðkomandi iðngreinar. Samtök fjármálafyrirtækja væri ef til vill heppilegur

vettvangur fyrir váttryggingafélög hér á landi til þess að hefja umræður um mála-flokkinn. Einnig má hugsa sér aukið samstarf við ýmis samtök fjármálafyrirtækja á Norðurlöndum, þannig að efla megi þekkingu innan íslenskra váttryggingafélaga á umræddu sviði, sem síðar getur leitt til aðgerða með jákvæðum áhrifum á reksturinn, samfélagið og umhverfið.

Um höfundana

Lára Jóhannsdóttir er nýdoktor við viðskiptafræðideild Háskóla Íslands. Netfang: laraj@hi.is. Snjólfur Ólafsson er prófessor við viðskiptafræðideild Háskóla Íslands og Brynhildur Davíðsdóttir er prófessor við líf- og umhverfisvísindadeild Háskóla Íslands. Grein þessi er byggð á óbirtri doktorsritgerð Láru Jóhannsdóttur, „Nordic non-life insurers' interest in, and response to, environmental issues“ sem varin var við Háskóla Íslands árið 2012. Í doktorsritgerðinni er ítarlegur listi með þeim sjóðum og stofnunum sem styrktu rannsóknina. Greinin var kynnt á Þjóðarspegli Félagsvísindastofnunar Háskóla Íslands þann 28. október 2013.

Heimildaskrá

- Ardichvili, A., Mitchell, J.A., & Jondle, D. (2009). „Characteristics of ethical business cultures.“ *Journal of Business Ethics*, 85, 445-451. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-008-9782-4>
- Bansal, P., & Roth, K. (2000). „Why companies go green: A model of ecological responsiveness.“ *Academy of Management Journal*, 43, 717-736. <http://dx.doi.org/10.2307/1556363>
- Bonini, S.M.J., Hintz, G., & Mendonca, L.T. (2008). „Addressing consumer concerns about climate change.“ *McKinsey Quarterly*, 2008, 52-61.
- Buchholz, R. A. (1991). „Corporate responsibility and the good society: From economics to ecology.“ *Business Horizons*, 34, 19-31. [http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90003-E](http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813(91)90003-E)
- Cambra-Fierro, J., Hart, S., & Polo-Redondo, Y. (2008). „Environmental respect: Ethics or simply business? A study in the small and medium enterprise (SME) context.“ *Journal of Business Ethics*, 82, 645-656. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-007-9583-1>
- Claver, E., López, M.D., Molina, J.F., & Tarí, J.J. (2007). „Environmental management and firm performance: A case study.“ *Journal of Environmental Management*, 84, 606-619. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jenvman.2006.09.012>
- ClimateWise (e.d.). *Reducing the risk for tomorrow*. London: ClimateWise. Vefslóð: www.climatewise.org.uk/storage/climatewise-docs/ClimateWise%20brochure.pdf
- DV (2011, 25. nóvember). „Gerum allt sem við getum fyrir Færeyinga.“ Vefslóð: www.dv.is/frettir/2011/11/25/gerum-allt-sem-vid-getum-fyrir-faereyinga/
- Elkington, J. (1994). Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. *California Management Review*, 36, 90-101. <http://dx.doi.org/10.2307/41165746>
- Ernst & Young & Oxford Analytica (2009). *The 2009 Ernst & Young business risk report: The top 10 risks for global business*. EYGM Limited.

- Ernst & Young & Oxford Analytica (2010). *The top 10 risks for business: A sector-wide view of the risks facing businesses across the globe*. London: EYGM Limited.
- European Commission (2011). „Corporate Social Responsibility (CSR).“ Vefsíða. Sótt 26. nóvember 2013 af http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm
- Friedman, M. (1970). „The social responsibility of business is to increase its profits.“ *New York Times Magazine*, 13. september.
- GEMI (1998). *Environment: Value to business*. Washington: Global Environmental Management Initiative. Vefslóð: www.gemi.org/resources/EVTB_001.pdf
- GEMI (2004). *Clear advantage: Building shareholder value*. Washington: Global Environmental Management Initiative. Vefslóð: www.gemi.org/resources/gemi_clear_advantage.pdf
- Grojean, M.W., Resick, C.J., Dickson, M.W., & Smith, D.B. (2004). „Leaders, values, and organizational climate: Examining leadership strategies for establishing an organizational climate regarding ethics.“ *Journal of Business Ethics*, 55, 223-241. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-004-1275-5>
- Guidi, M.G.D., Hillier, J., & Tarbert, H. (2008). „Maximizing the firm's value to society through ethical business decisions: Incorporating ‚moral debt‘ claims.“ *Critical Perspectives on Accounting*, 19, 603-619. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cpa.2007.01.003>
- Haanaes, K., o.fl. (2011). *Sustainability: The ‚embracers‘ seize advantage*. MIT Sloan Management Review Research Report, winter 2011. Boston: MIT Sloan Management Review og The Boston Consulting Group. Vefslóð: c0426007.cdn2.cloudfiles.rackspacecloud.com/MIT-SMR-BCG-sustainability-the-embracers-seize-advantage-2011.pdf
- Hemingway, C.A. (2005). „Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship.“ *Journal of Business Ethics*, 60, 233-249. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-005-0132-5>
- Hoffman, A.J. (2000). *Competitive environmental strategy: A guide to the changing business landscape*. Washington: Island Press.
- International Organization for Standardization (2011). „ISO 26000 – Social responsibility“ (vefsíða). Sótt 20. desember 2011 af http://www.iso.org/iso/social_responsibility
- Jones, D. (2012). *Who cares wins: Why good business is better business*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Jones, T.S. (1991). Ethical decision making by individuals in organizations: An issue-contingent model. *The Academy of Management Review*, 16, 366-395. <http://dx.doi.org/10.2307/258867>
- KPMG International (2011). *Corporate sustainability: A progress report*. Vefslóð: www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/corporate-sustainability-v2.pdf
- Labuschagne, C., Brent, A.C., & van Erck, R.P.G. (2005). „Assessing the sustainability performances of industries.“ *Journal of Cleaner Production*, 13, 373-385. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2003.10.007>
- Maak, T. (2007). „Responsible leadership, stakeholder engagement, and the emergence of social capital.“ *Journal of Business Ethics*, 74, 329-343. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-007-9510-5>
- Mills, E. (2007). *From risk to opportunity: 2007: Insurer responses to climate change*. Boston: Ceres. Vefslóð: insurance.lbl.gov/opportunities/risk-to-opportunity-2007.pdf
- Mills, E. (2009). *From risk to opportunity: 2008: Insurer responses to climate change*. Boston: Ceres. Vefslóð: insurance.lbl.gov/opportunities/risk-to-opportunity-2008.pdf

- Montiel, I. (2008). „Corporate social responsibility and corporate sustainability: Separate pasts, common futures.“ *Organization & Environment*, 21, 245-269.
<http://dx.doi.org/10.1177/1086026608321329>
- Mygind, N. (2009). „Stakeholder ownership and maximization.“ *Corporate Governance*, 9, 158-174.
<http://dx.doi.org/10.1108/14720700910946604>
- Nelson, J. (2004). „Leadership, accountability, and partnership: Critical trends and issues in corporate social responsibility.“ Skýrsla á vegum CSR Initiative Launch Event, John F. Kennedy School of Government, Harvard University. http://www.hks.harvard.edu/m-rcbg/CSRI/publications/report_1_Launch%20Summary%20Report.pdf
- Nidumolu, R., Prahalad, C.K., & Rangaswami, M.R. (2009). „Why sustainability is now the key driver of innovation.“ *Harvard Business Review*, September 2009, 1-10.
- NORD-STAR (2013). „Collaboration with the insurance industry ensures the societal value of research.“ Vefsíða. Sótt 15. október 2013 af <http://www.nord-star.info/index.php/news/news2/84-collaboration-with-the-insurance-industry-ensures-the-societal-value-of-research>
- OECD (2012). *OECD environmental outlook to 2050: The consequences of inaction*. OECD Publishing.
<http://dx.doi.org/10.1787/9789264122246-en>
- Oppenheim, J., o.fl. (2007). *Shaping the new rules of competition: UN Global Compact participant mirror*. McKinsey & Company. Vefslóð: www.unglobalcompact.org/docs/summit2007/mckinsey_embargoed_until020707.pdf
- Porter, M.E., & Kramer, M.R. (2011). „Creating shared value: How to reinvent capitalism – and unleash a wave of innovation and growth.“ *Harvard Business Review*, January-February 2011, 1-17.
- Porter, M.E., & van der Linde, C. (1995). „Green and competitive: Ending the stalemate.“ *Harvard Business Review*, September-October 1995, 120-134.
- Schaltegger, S., & Burritt, R.L. (2010). „Sustainability accounting for companies: Catchphrase or decision support for business leaders?“ *Journal of World Business*, 45, 375-384.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jwb.2009.08.002>
- Schroeder, D. (2002). „Ethics from the top: top management and ethical business.“ *Business Ethics: A European Review*, 11, 260-267. <http://dx.doi.org/10.1111/1467-8608.00284>
- Smith, A. (1776 / 2005). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Electronic Classics Series, Pennsylvania State University.
- Smith, A.D. (2007). „Making the case for the competitive advantage of corporate social responsibility.“ *Business Strategy Series*, 8, 186-195. <http://dx.doi.org/10.1108/17515630710684187>
- Spiller, R. (2000). „Ethical business and investment: A model for business and society.“ *Journal of Business Ethics*, 27, 149-160. http://dx.doi.org/10.1007/978-94-011-4311-0_15
- Sveinn Atli Gunnarsson (e.d.). „Rökleysur loftslagsumræðunnar.“ Vefsíða. Sótt 23. ágúst 2012 af http://www.loftslag.is/?page_id=7451
- Taylor, S.J., & Bogdan, R. (1998). *Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource*. 3. útgáfa. New York: Wiley.
- Thomsen, S. (2001). „Business ethics as corporate governance.“ *European Journal of Law and Economics*, 11, 153-164. <http://dx.doi.org/10.1023/A:1008791702733>
- Tryggingamiðstöðin (e.d.). „Samfélagsverkefni.“ Vefsíða. Sótt 3. júní 2013 af <http://www.tm.is/samfelagsverkefni>
- Tutore, I. (2010). „Key drivers of corporate green strategy.“ Óbirt ritgerð, Naples Parthenope University/EDAMBA Summer Academy.

- Vátryggingafélag Íslands hf (e.d.). „Umhverfi.“ Vefsíða. Sótt 3. júní 2013 af <http://vis.is/umvis/samfelagsabyrgd/umhverfi>
- Vísir (2011. 25. nóvember). „Gífurlegt eignatjón eftir ofsaveður í Færeyjum.“ Vefslóð: www.visir.is/gifurlegt-ignatjon-efir-ofsavedur-i-faereyjum/article/2011111129299
- Wilenius, M. (2005). „Towards the age of corporate responsibility? Emerging challenges for the business world.“ *Futures*, 37 (2-3), 133-150. <http://dx.doi.org/10.1016/j.futures.2004.03.034>
- Wood, D.J. (1991). „Corporate social performance revisited.“ *Academy of Management Review*, 16, 691-718. <http://dx.doi.org/10.2307/258977>
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.
- World Trade Organization (e.d.). „An introduction to trade and environment in the WTO.“ Vefsíða. Sótt 26. nóvember 2013 af http://www.wto.org/english/tratop_e/envir_e/envt_intro_e.htm.
- Yin, R.K. (2009). *Case study research: Design and methods*. 4. útgáfa. Thousand Oaks: Sage.
- Yoder, J., Rao, A., & Bajowala, M. (2012). *PwC Insurance 2020: Turning change into opportunity*. PricewaterhouseCoopers International Limited. Vefslóð: www.pwc.com/en_GX/gx/insurance/pdf/insurance-2020-turning-change-into-opportunity.pdf