



B.Sc. í viðskiptafræði

Viðhorf íslensku viðskiptabankanna til samfélagsábyrgðar og mögulegur ávinningur þeirra af innleiðingu stefnu um samfélagsábyrgð

Áhersla á Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna

Maí, 2021

Nafn nemanda: Lára Sif Davíðsdóttir

Kennitala: 151099-2629

Nafn nemanda: Svanhildur Silja Þingey Þorsteinsdóttir

Kennitala: 011299-2889

Leiðbeinandi: Kjartan Sigurðsson

Yfirlýsing um heilindi í rannsóknarvinnu

Verkefni þetta hefur hingað til ekki verið lagt inn til samþykkis til prófgráðu, hvorki héraðs né erlendis. Verkefnið er afrakstur rannsókna undirritaðra, nema þar sem annað kemur fram og þar vísað til skv. heimildaskráningarstaðli með stöðluðum tilvísunum og heimildaskrá.

Með undirskrift minni staðfesti ég og samþykki að ég hafi lesið siðareglur og reglur Háskólans í Reykjavík um verkefnavinnu og skilji þær afleiðingar sem brot þessara reglna hafa í för með sér hvað varðar verkefni þetta.

Dagsetning	Kennitala	Undirskrift
14.05.2021	151099-2629	Lára Sif Davíðsdóttir
14.05.2021	011299-2889	Svanhildur Sijó

Útdráttur

Ritgerð þessi er lögð fram til B.Sc. prófs í viðskiptafræði við Háskólann í Reykjavík. Í rannsókn þessari er fjallað um samfélagsábyrgð íslensku viðskiptabankanna með áherslu á Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna. Aukin áhersla hefur verið á samfélagsábyrgð fyrirtækja undanfarin ár. Fjallað verður um þá þróun sem á sér stað á þessum vettvangi og sjónum beint að því hvaða hvatar liggja að baki stefnumótun fyrirtækja varðandi samfélagsábyrgð. Varpað verður ljósi á stöðu íslensku viðskiptabankanna í þróun samfélagsábyrgðar. Gerð verður grein fyrir þrýstingi frá hagaðilum íslensku viðskiptabankanna og ávinningi íslensku viðskiptabankanna af skýrri stefnu um samfélagsábyrgð.

Aðferðafræðin sem notast er á við í þessari rannsókn er eigindleg nálgun. Byggt er á viðtölum sem voru tekin við forsvarsmenn íslensku viðskiptabankanna um áherslur og stefnur bankanna varðandi samfélagsábyrgð. Auk viðtalanna er stuðst við birtar upplýsingar tiltekinna viðskiptabanka, rannsóknir og fræðigreinar. Í rannsókn þessari kom skýrt fram mikilvægi þess að viðskiptabankar innleiði skýra og skriflega stefnu um samfélagsábyrgð, þar sem banki telst ekki samkeppnishæfur ef stefna um samfélagsábyrgð er ekki til staðar.

Lykilorð: Samfélagsábyrgð, Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna, íslenskir viðskiptabankar.

Formáli

Þessi rannsókn er ECTS eininga lokaverkefni til BS.c. prófs í viðskiptafræði við Háskólann í Reykjavík og fjallar um samfélagsábyrgð og innleiðingu Heimsmarkmiða Sameinuðu þjóðanna í stefnu og starfsemi íslensku viðskiptabankanna. Sjónum er beint að því hvort, hvernig og hvers vegna bankanir innleiða þessar áherslur í stefnu sína og starfsemi.

Leiðbeinandi við rannsóknina var dr. Kjartan Sigurðsson og þökkum við honum lærdómsríka og góða samvinnu og leiðbeiningar.

Efnisyfirlit

Inngangur	1
Fræðilegur bakgrunnur	3
Samfélagsábyrgð fyrirtækja	3
Hagsmunaaðilar (e. stakeholders) íslenskra viðskiptabanka	4
Hluthafakenningin (e. shareholder theory)	6
Haghafakenningin (e. stakeholder theory).....	7
Rök fyrir samfélagsábyrgð	7
Samfélagsskýrsla	8
Alþjóðlegir staðlar	8
Global Reporting Initiative (GRI).....	8
ISO 26000 : 2020	8
Global Compact	9
UFS (e. ESG) leiðbeiningar kauphallar Nasdaq	10
Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna	11
Íslenskir staðlar	12
IcelandSIF	12
Festa	13
Íslenskir viðskiptabankar	13
Íslandsbanki	14
Ábyrgð Íslandsbanka	14
Rekstur til fyrirmyndar	14
Hreyfiafl til góðra verka.....	15
Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna	15
Arionbanki	16
Ábyrgð Arionbanka	16
Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna	16
Landsbankinn	17
Ábyrgð Landsbankans	17
Fjármögnun og fjárfestingar	17
Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna	18
Kvika.....	19
Ábyrgð Kviku	19
Samfélagið	19

Mannauður	19
Umhverfið	20
Fjárfestingar og viðskiptahættir	20
Aðferðafræði.....	21
Pátttakendur.....	21
Mælitæki	22
Framkvæmd	22
Siðferðileg álitamál	23
Niðurstöður.....	24
Banki A	25
Heimsmarkmiðin.....	25
Stefna bankans	26
Viðskiptavinir	27
Banki B.....	28
Heimsmarkmiðin.....	28
Stefna bankans	29
Viðskiptavinir	30
Banki C	31
Heimsmarkmiðin.....	31
Stefna bankans	31
Viðskiptavinir	33
Banki D	33
Heimsmarkmiðin.....	33
Stefna bankans	34
Viðskiptavinir	34
Umræður.....	36
RS1 - Hvernig og með hvaða hætti hafa íslensku bankarnir innleitt Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna í starfsemi, stefnu og ímynd sína?	36
RS2 - Að hvaða leyti telja íslenskir viðskiptabankar að skýr stefna um samfélagsábyrgð innan bankans sé mikilvæg?	37
Þrýstingur.....	38
Fjárhagslegur ávinningur	39
Takmarkanir í rannsókn.....	39
Hvað hefur breyst síðan í byrjun ársins 2020?	40

Lokaorð.....	41
Heimildir.....	42
Viðauki A.....	50

Myndaskrá

Mynd 1: Innri og ytri hagsmunaaðilar	5
Mynd 2: Mælikvarði UFS leiðbeininganna, hvað fellur undir hvaða hluta.	11
Mynd 3: Heimsmarkmiðin	12
Mynd 4: Flokkun viðtala við kóðun.....	24

Töfluskra

Tafla 1: Þátttakendur í rannsókn	22
Tafla 2: Heimsmarkmið innleidd í íslensku viðskiptabankanna	25

Inngangur

Hugtakið samfélagsábyrgð var lítið þekkt um síðustu aldamót en mikilvægi samfélagsábyrgðar hefur aukist töluvert á síðustu árum. Hugtakið getur haft margþættar merkingar, en vísar til þess að það sé skylda mannsins að taka ákvarðanir sem snúast ekki eingöngu um nærtækustu hagsmuni hans eða stundarhagsmuni (Carroll og Shabana, 2010; Henry Alexander Henrysson, 2021). Samfélagsleg ábyrgð felur í sér að horft sé til þess hvaða áhrif eigin hegðun og ákvörðunartaka hefur til framtíðar, ekki eingöngu fyrir viðkomandi einstakling, heild eða fyrirtæki, heldur samfélagið allt og vistkerfi jarðar (Henry Alexander Henrysson, 2021). Með aukinni áherslu á samfélagslega ábyrgð fyrirtækja vakna fjölmargar spurningar um hvað fyrirtækjum beri að gera og hvar ábyrgð þeirra liggji. Því vaknar sú spurning hvort að áhersla fyrirtækja á samfélagsábyrgð og hagnað eigi í raun samlegð (Henry Alexander Henrysson, 2021).

Í september árið 2015 samþykktu öll aðildarríki Sameinuðu þjóðanna Heimsmarkmið þeirra um sjálfbæra þróun. Heimsmarkmiðin eru alls sautján, hvert þeirra hefur undirmarkmið og eru undirmarkmiðin 169 talsins og tengjast bæði innanlandsmálum þeirra ríkja sem taka þau upp sem og alþjóðasamstarfi. Heimsmarkmiðin tengjast þremur helstu stöðum sjálfbærrar þróunar sem eru hinar efnislegu, félagslegu og umhverfislegu stöðir. Þau fela í sér fimm meginþemu sem eru mannkynið, jörðin, hagsæld, friður og samstarf (Heimsmarkmiðin, e.d.).

Undanfarin ár hefur skapast aukin krafa frá hagsmunaaðilum um að fyrirtæki hafi skýra stefnu varðandi samfélagsábyrgð og hafi sýnilega jákvæð áhrif á samfélagið (Henry Alexander Henrysson, 2021; Maignan o.fl., 1999; Young og Marais, 2012). Þessi krafa skapar aðhald fyrir fyrirtækin og getur gert það að verkum að fyrirtæki fái hreinlega ekki jafnmikil viðskipti ef þau standast ekki þessa kröfu. Það má því leiða líkur að því að það sé mikilvægt fyrir fyrirtæki að upplýsa almenning um eigin stefnu og árangur hvað samfélagsábyrgð varðar til að skapa traust, jákvæða ímynd og auka eigin viðskiptavild (Henry Alexander Henrysson, 2021; Shen o.fl., 2016).

Í þessari rannsókn er fjallað um hvernig samfélagsábyrgð birtist hjá íslensku bönkunum, hvort og þá hvernig Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna hafi áhrif á samfélagslega ábyrgð, starfsemi og stefnu þeirra. Rannsóknin er byggð á eigindlegum rannsóknaraðferðum þar sem tekin eru fjögur viðtöl við fulltrúa samfélagsábyrgðar jafnmargra íslenskra banka. Óskað var eftir viðtölum við þá aðila innan bankanna sem væru forsvarsmenn samfélagslegrar ábyrgðar hjá bönkunum. Einnig eru opinberar skýrslur bankanna og fleiri gögn lögð til grundvallar í þessari rannsókn. Þar af leiðandi eru tvær rannsóknarspurningar settar fram sem ætlað er að svara því hvort að bankar á Íslandi hafi tekist á við að innleiða áætlanir

sem hafa að geyma hugmyndir Sameinuðu þjóðanna og stefnu þeirra í málefnum um samfélagsábyrgð annars vegar og mikilvægi bankanna á skýrri stefnu um samfélagsábyrgð hins vegar:

1. Hvernig og með hvaða hætti hafa íslensku bankarnir innleitt Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna í starfsemi, stefnu og ímynd sína?
2. Að hvaða leyti telja íslenskir viðskiptabankar að skýr stefna um samfélagsábyrgð innan bankans sé mikilvæg?

Fræðilegur bakgrunnur

Samfélagsábyrgð fyrirtækja

Hugtakið samfélagsábyrgð (e. social responsibility) hefur verið töluvert í umræðunni og er aukin áhersla á samfélagsábyrgð fyrirtækja (e. corporate social responsibility) sífellt meira áberandi í þjóðfélagsumræðu. Til eru margar skilgreiningar á hugtakinu samfélagsábyrgð en grunnhugmyndin er sú að fyrirtæki, stofnanir og aðrar skipulagsheildir hafi skyldum að gegna gagnvart samfélaginu, umfram þær skyldur að skila af sér hagnaði, og hefur sú hugmynd verið uppi í áratugi (Carroll og Shabana, 2010). Í þessari rannsókn er unnið út frá skilgreiningu sem er að finna á heimasíðu Festu sem er miðstöð um samfélagsábyrgð og sjálfbærni (Festa, e.d.-a):

Í sinni einföldustu mynd felst sjálfbærni og samfélagsábyrgð í því að fyrirtæki, stofnanir og hverskyns skipulagsheildir axli ábyrgð og hafi uppbyggileg áhrif á umhverfið, stjórnarhætti og samfélagið. Í uppbyggingu og stefnumótun er hugað er að öllum þeim hagaðilum sem koma að rekstri skipulagsheilda á einn eða annað hátt. Sjálfbærni og samfélagsábyrgð eru innleidd í kjarnastarfsemi rekstrareiningar (Festa, e.d.-a).

Rit van de Wiele o.fl. (2001) gefur einnig skýra skilgreiningu á hugtakinu samfélagsábyrgð fyrirtækja, en hann skilgreinir hugtakið sem svo að skylda fyrirtækis sé að nota auðlindir sínar í þeim tilgangi að gagnast samfélaginu, sem skuldbundinn meðlimur samfélagsins, með tilliti til samfélagsins í heild og bæta velferð samfélagsins almennt óháð beinum ávinningi fyrirtækisins (Wiele o.fl., 2001, bls. 287). Skilgreining van de Wiele á samfélagsábyrgð fyrirtækja samræmist að mörgu leyti skilgreiningu Festu og eru báðar skilgreiningarnar í grunninn byggðar á því að fyrirtæki axli ábyrgð á öðrum þáttum samfélagsins sem ekki einungis koma að þeirra eigin ávinningi heldur ávinningi samfélagsins í heild.

Hugtakið á sér í raun ekki langa sögu þar sem áhersla hugtaksins varð umtalsverð eftir lok síðari heimsstyrjaldarinnar á sjöunda áratug síðustu aldar (Carroll og Shabana, 2010). Hugtakið samfélagsábyrgð er skilgreint á mismunandi vegu og svo virðist sem hugtakið taki á sig ýmsar myndir og hafi tilhneigingu til að breytast og þróast í tímans rás. Það sem einu sinni var talið samfélagsábyrgt fyrirtæki væri það ekki endilega samkvæmt viðmiðum nú á tímum, þar sem áður var litið á það hvernig fyrirtæki nota hagnað sinn er nú frekar hugað að leiðum

fyrirtækisins að hagnaði (Wettstein, 2009). Þetta má þá telja sem jákvæða þróun þar sem heimurinn er sífellt upplýstari um það sem betur má fara og hvaða atriði hafa virkilega áhrif.

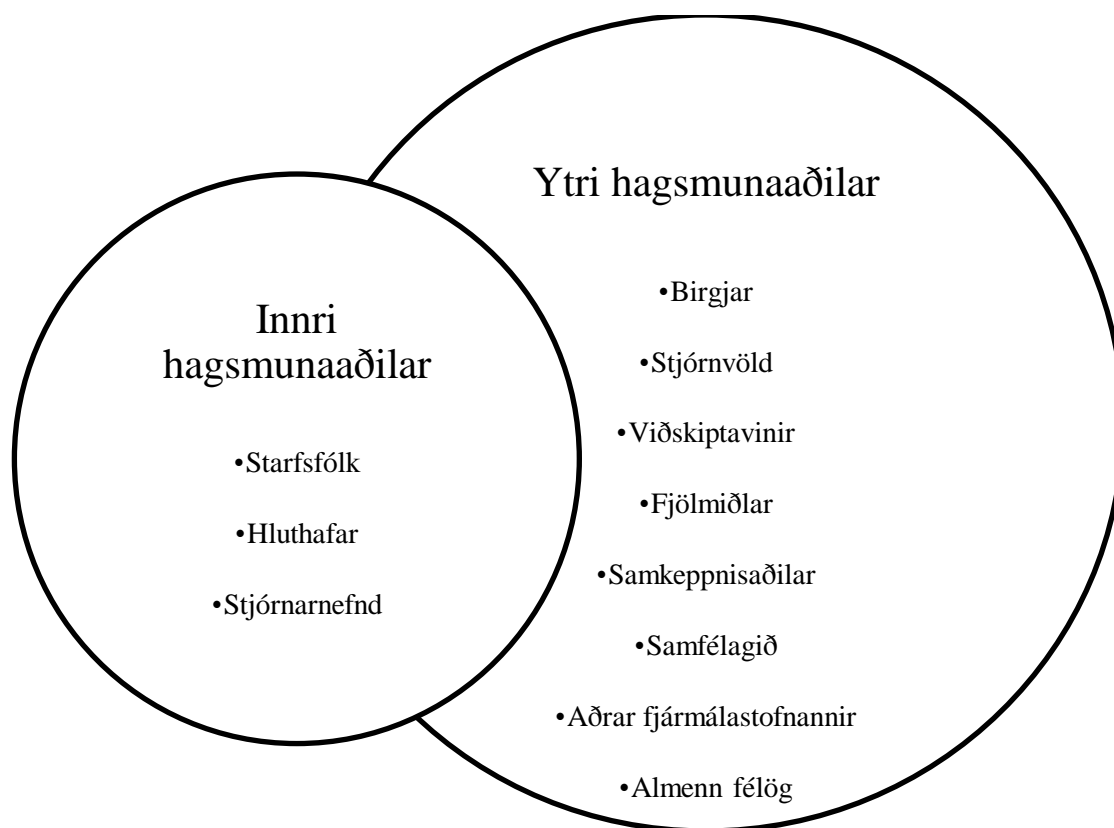
Hagsmunaaðilar geta beitt þrýstingi á fyrirtæki til að bregðast við eftirspurn aukinnar samfélagsábyrgðar hjá fyrirtækjum og þar af leiðandi eru fyrirtæki undir stöðugum og auknum þrýstingi frá samfélaginu um að vera samfélagsábyrg (Maignan o.fl., 1999; Young og Marais, 2012). Sem dæmi má nefna að fyrir nokkrum árum taldist fyrirtæki sýna samfélagsábyrgð með því að styrkja samfélagsverkefni, svo sem góðgerðar- eða menningarmál (Wettstein, 2009). Nú þurfa fyrirtæki að sýna á mun víðtækari hátt samfélagslega ábyrgð í stefnu sinni og starfsháttum til að teljast til fyrirmyndar á þessu sviði (Wettstein, 2009; *Þurfum skýran ásetning*, 2020). Þó styrkir geti vissulega skapað einstökum málefnum brautargengi þá er það oft svo að slík verkefni eru hluti af markaðssetningu viðkomandi fyrirtækis og hvatinn fremur að efla ímynd fyrirtækisins en að axla samfélagslega ábyrgð (Páll Hreinsson o.fl., 2010)

Leiðtogar margra fyrirtækja nú á tímum líta svo á að það sé lykilþáttur í velgengi fyrirtækja að tileinka sér samfélagslega ábyrga starfshætti á öllum sviðum (Cramer, 2011; Oh o.fl., 2017). Ábyrgð stjórnenda og stjórna til að stuðla að samfélagsábyrgð fyrirtækis má flokka í þrjú atriði:

- Hefðbundnar skyldur eru lagaðar að viðmiðum þar sem mikilvægi samfélagsábyrðar hefur aukist.
- Skilgreining skýrrar ábyrgðar á starfsemi sem tengist árangri varðandi samfélagsábyrgð.
- Beinar skyldur sem tengjast forgangsöröðun og dagskrá. (Cramer, 2011)

Hagsmunaaðilar (e. stakeholders) íslenskra viðskiptabanka

Almennt séð skiptast hagsmunaaðilar fjármálastofnana í tvo hópa, annars vegar eru það ytri hagsmunaaðilar og hins vegar innri hagsmunaaðilar (Fijałkowska o.fl., 2017; Jeucken og Bouma, 1999). Mynd 1 gefur til kynna hvernig skipta má ytri- og innri hagsmunaaðilum fjármálastofnana.

Mynd 1: Innri og ytri hagsmunaaðilar

(Fijałkowska o.fl., 2017)

Þegar litið er til greiningar á hagsmunaaðilum í bankastarfsemi á Íslandi má einnig styðjast við greiningu íslensku viðskiptabankanna á eigin hagsmunaaðilum (Arionbanki, e.d.-a; Íslandsbanki, 2017; Landsbankinn, 2020). Sjá má að bankarnir ganga út frá álíka greiningu á hagsmunaaðilum og Jeucken og Bouma (1999) og Fijałkowska (2017).

Á vef Arionbanka má sjá að hagsmunaaðilar þeirra skiptast í fjóra flokka en þeir eru samfélagið, mannaður, fjárfestar og viðskiptavinir. Arionbanki leggur áherslu á eftirsóknarverðan vinnustað með þekkingu í fyrirrúmi. Arionbanki leggur mikið upp úr þekkingu þar sem þeir telja að þekking skapi virði fyrir framtíðina, viðskiptavini, fjárfesta og samfélagið í heild (Arionbanki, e.d.-a)

Íslandsbanki greinir frá hagsmunaaðilum sínum í samfélagsskýrslu árið 2017, þar skipta þeir hagsmunaaðilum í fjóra flokka. Þeir flokkar eru: Innri hagsmunaaðilar, nærumhverfi, samfélag og alþjóðasamfélagið. Íslandsbanki leggur mikið upp úr almennum samskiptum við hagsmunaaðila sína auk þess að stuðla að góðu upplýsingarflæði. Samskiptin fara fram í gegnum fundi, fréttatilkynningar og fræðsluefni sem birt er jafnt á vefsíðu bankans sem og á samfélagsmiðlum þeirra (Íslandsbanki, 2017).

Landsbankinn (2020) flokkar sína hagsmunaaðila niður í ytri og innri hagsmunaaðila. Landsbankinn skilgreinir ytri hagsmunaaðila sína sem stjórnvöld, eftirlitsstofnanir, fjölmiðla, fjárfesta, hagsmunafélög og þrýstihópa. Innri hagsmunaaðilar Landsbankans eru skilgreindir sem viðskiptavinir, starfsfólk, hluthafar, birgjar og samfélagið. Bankinn hefur mælt viðhorf starfsfólks til samfélagsábyrgðar seinustu sex ár, þar sem mikilvægi samfélagsábyrgðar bankans er rannsakað. Í viðhorfskönnuninni kemur fram að samfélagsábyrgð sé stöðugt mikilvægari að mati starfsmanna. Mikilvægi samfélagsábyrgðar mældist 4,34 af 5 mögulegum hjá starfsfólki Landsbankans árið 2019 (Landsbankinn, 2020).

Þegar litið er til hagsmunaaðila fyrirtækja og greiningu á þeim skal hafa í huga tvær kenningar sem snúa að hagsmunaaðilum og hlutverkum fyrirtækja. Kenningarnar sem um er að ræða eru annars vegar hluthafakenningin (e. shareholder theory) sem í grunninn snýr að því að hlutverk fyrirtækja sé einungis að hámarka hagnað sinn með hluthafana í huga (Friedman, 1970). Hins vegar er það haghafakenningin (e. stakeholder theory) sem byggir á því að hlutverk fyrirtækja sé að auka virði fyrirtækisins fyrir hagsmunaaðila þar sem gæta þarf að fleirum en hluthöfum fyrirtækisins, svo sem mannauði, birgjum, samfélaginu og viðskiptavinum (Freeman, 1984).

Fram kemur í hluthafakenningunni að samfélagsábyrgð stjórnenda fyrirtækja felist í áherslunni á að ávaxta sem best fjármuni hluthafa og eigenda. Þá er talið eðlilegt að hver og einn hugsi um eigin hag og þar af leiðandi sé unnið best að almannahag (Friedman, 1970). Haghafakenningin snýr þó að því að stjórnanda beri skylda til að skapa jafnvægi milli fjárhagslegra hagsmuna hluthafa og hagsmuna annarra hagsmunaaðila svo sem starfsmanna, viðskiptavina og nærsamfélagsins jafnvel þó það gæti leitt til lægri ávöxtunar hluthafa (Freeman og Phillips, 2002).

Það má því segja að kenningarnar tvær sem fjallað hefur verið um hér að ofan, annars vegar kenning Freemans um hagsmunaaðila og hins vegar kenning Friedmans um hluthafa skarist og byggir á ólíkum nálgunum (Freeman, 1984; Friedman, 1970). Þessar kenningar hafa þó báðar haft mikil áhrif á stefnumótun og innleiðingu samfélagsábyrgðar hjá fyrirtækjum (Smith, 2003).

Hluthafakenningin (e. shareholder theory)

Hluthafakenning (e. shareholders theory) Miltons Friedman (1970) er vel þekkt þegar fjallað er um samfélagsábyrgð fyrirtækja. Kenningin kemur fyrst fram árið 1970 í grein Miltons Friedman, Nóbelsverðlaunahafa í hagfræði, sem birt var í *New York Times Magazine* undir

heitinu „Samfélagsábyrgð fyrirtækja er að auka hagnað þeirra“ (e. The Social responsibility of business is to increase its profit).

Kenning Friedman leggur áherslu á að fyrirtæki beri einungis ábyrgð á að nýta eigin auðlindir og auka hagnað með því að taka þátt í samkeppnisumhverfi á heiðarlegan hátt. Samkvæmt Friedman er hugtakið „samfélagsábyrgð fyrirtækja“ ekki til því þar sem frjálst val einstaklingsins er á grundvelli siðferðisreglna hans er aðeins hægt að segja að einstaklingar beri siðferðilega ábyrgð. Í samræmi við forsendur hans um að eignarrétturinn sé hluti af hugmyndinni um frjálsan einstakling heldur hann því fram að þar sem hluthafar séu eigendur fyrirtækisins falli það undir frjálst val þeirra að ákveða í hvaða tilgangi eignir fyrirtækisins séu notaðar (Friedman, 1970).

Haghafakenningin (e. stakeholder theory)

Haghafakenningin (e. stakeholder theory) var sett fram af Edward Freeman árið 1984, þar sem hann skrifaði um kenninguna í bókinni *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (Freeman og Phillips, 2002). Í kenningu hans felst að fleiri gæti hagsmuna fyrirtækisins en hluthafar og að fyrirtæki þurfi því að gæta að fleiri aðilum en hluthöfum, eða öllum þeim sem eiga hagsmuna að gæta í tengslum við starfsemi fyrirtækisins (Freeman, 1984). Freeman er talinn vera faðir kenningarinnar um hagsmunaaðila, en samkvæmt henni byggist árangur fyrirtækisins á því að stjórnendur geri grein fyrir hagsmunaaðilum fyrirtækisins (Sawhney, 2017).

Rök fyrir samfélagsábyrgð

Það er hægt að færa mörg rök fyrir því að fyrirtæki ættu tileinka sér samfélagsábyrgð. Rannsóknir benda til þess að þeir bankar sem innleiða stefnur sem varða samfélagsábyrgð og birta árlega skýrslu um árangur sinn á þeim málum (e. CSR) standa frammar þegar kemur að arðsemi eiginfjár og eignum þeirra (Shen o.fl., 2016).

Bankar geta með margvíslegum hætti haft jákvæð áhrif á samfélagið. Þá má nefna græna lánasjóði, græna innlánsreikninga og græn skuldabréf, einnig geta þeir notast við orkusparandi lausnir, hvatt starfsfólk til umhverfisvænna ferðamáta og kjósa birgja sem einnig kjósa samfélagsábyrga starfshætti (Weber, 2005). Þessir fyrrnefndu þættir auka frammistöðu fyrirtækisins jafnframt því að stuðla að aukinni ábyrgð í gegnum samfélagið og umhverfi, sem einnig getur haft jákvæð áhrif á orðspor fyrirtækisins (Dell'Atti o.fl., 2017), afkomu fyrirtækisins (Gangi o.fl., 2019) og viðbrögð viðskiptavinarins (Fatma og Rahman, 2016).

Samfélagskýrsla

Skýrsla um samfélagsábyrgð fyrirtækis er hluti af opinberum skýrslum sem gefnar eru út af fyrirtækjum í þeim tilgangi að veita innri- og ytri hagsmunaaðilum mynd af stöðu fyrirtækisins þegar litið er til efnahagslegrar, umhverfislegrar og félagslegrar stöðu þess (Heemskerk o.fl., 2002).

Til eru margar aðferðir sem nota má við skýrslugerð samfélagsábyrgðar (Fijałkowska o.fl., 2018). En þrátt fyrir þessar aðferðir er Global Reporting Initiative (GRI) viðmiðunarstaðallinn sá viðurkenndasti á alþjóðsvísu þegar litið er til samfélagsábyrgðar og ófjárhagslegra skýrslugerða (Avrampou o.fl., 2019).

Alþjóðlegir staðlar

Stöðug aukning og þróun á sér stað á alþjóðlegum stöðlum sem nýtast sem hjálpartæki og stuðningur fyrirtækja við innleiðingu þeirra á samfélagsábyrgð og við skýrslugerð þeirra um samfélagsábyrgð (e.CSR). Þeir staðlar sem höfundar munu fjalla um hér eru þeir staðlar sem eiga einstaklega vel við viðskiptabanka Íslands. Einnig má líta svo á að allir þeir staðlar sem birtir eru hjá Festu nýtast í raun á einhvern hátt öllum þeim stofnunum, fyrirtækjum og skipulagsheildum við innleiðingu, þróun eða breytingu á samfélagsábyrgð (Festa, e.d.-b).

Global Reporting Initiative (GRI)

Global Reporting Initiative eru viðurkenndir staðlar á alþjóðavísu, staðlarnir veita stöð og upplýsingar um samfélagsábyrgð, en um 80% af 250 stærstu stofnunum heims styðjast við staðlana (Festa, e.d.-b). Alls hafa fjórar Global Reporting Initiative (GRI) útgáfur verið útgefnar, en sú nýjasta kom árið 2013 og er það sú sem nú er í notkun (Global Reporting Initiative, e.d.). Global Reporting Initiative (GRI) gaf út sínar fyrstu leiðbeiningar árið 2000, en þær voru í raun fyrsti alþjóðlegi ramminn um skýrslugerð í tengslum við sjálfbærni (Avrampou o.fl., 2019; Global Reporting Initiative, e.d.). Staðlarnir gera fyrirtækjum kleift að rekja árangur sinn í samfélagslegri ábyrgð og sjálfbærni. Einnig gera staðlarnir kleift að bera saman árangur ólíkra fyrirtækja þar sem staðlarnir nýta sambærilega og mælanlega þætti (Avrampou o.fl., 2019; Bondy og Starkey, 2014).

ISO 26000 : 2020

ISO 26000 er alþjóðlegur staðall, á íslensku nefndur „Leiðbeiningar um samfélagslega ábyrgð“ (*ÍST EN ISO 26000*, 2020). Staðallinn veitir hverri þeirri stofnun, óháð stærð, stað og gerð hennar, leiðbeiningar á samfélagsábyrgð (*ISO 26000*, 2010). Staðallinn hefur verið tekinn upp sem alþjóðlegur staðall í að minnsta kosti 80 löndum en alþjóðavæðing staðalsins þýðir þó

ekki að fyrirtæki eða stofnanir í tilteknum löndum þurfi notast við ISO 26000 staðalinn, heldur er hann valkostur fyrir fyrirtæki og stofnanir sem leggja áherslu á samfélagsábyrgð í sinni starfsemi (*ISO 26000*, 2010).

Tilgangur staðalsins er að aðstoða notendur við að tileinka sér frekari samfélagslega ábyrga hegðun og starfsemi við uppbyggingu, nálgun og tækni skipulagsheildar (*ISO 26000*, 2010). Þar af leiðandi stuðlar ISO 26000 staðallinn að auknum áherslum á innleiðingu samfélagsábyrgðar í almenna starfsemi (*ISO 26000*, 2010). Staðallinn ISO 26000: 2020 tók gildi þann 15. desember 2020, en þar áður hafði staðallinn ISO 26000: 2010 verið í notkun (*ÍST EN ISO 26000*, 2020). Staðallinn hefur haft áhrif á fyrirtæki og stofnanir um allan heim á margvíslegan hátt varðandi samfélagsábyrgð, sem dæmi má nefna hefur hann haft áhrif á viðskipti fyrirtækja, hvernig fyrirtæki og stofnanir koma fram við mannauð sinn og hvernig fyrirtæki og stofnanir meta og takmarka áhrifin af starfsemi sinni (Lewis, 2020).

Global Compact

UN Global Compact er alþjóðleg yfirlýsing sem samin var árið 2000 og leiðir saman fyrirtæki og Sameinuðu þjóðirnar (Félag Sameinuðu þjóðanna, 2017). Yfirlýsingin var gerð með það leiðarljósi að virkja alþjóðleg fyrirtæki og stofnanir til að skapa ábyrga starfshætti og stuðla að alþjóðlegri hreyfingu sjálfbærra fyrirtækja og hagsmunaaðila (UN Global Compact, e.d.-a). UN Global Compact byggir á tíu grundvallar markmiðum Sameinuðu þjóðanna og hafa fyrirtæki og stofnanir skuldbundið sig að vinna að þessum markmiðum með þátttöku sinni í UN Global Compact (Félag Sameinuðu þjóðanna, 2017).

Grunnhugmynd UN Global Compact er sú að með því að innleiða tíu meginreglur UN Global Compact inn í áætlanir, stefnur og framkvæmdir og jafnframt skapa menningu sem einkennist af heiðarleika eru fyrirtæki ekki einungis að standa við þeirra grunnábyrgð gagnvart samfélaginu og umhverfinu heldur leggja þau einnig grunn að langtíma árangri (UN Global Compact, e.d.-d).

Grundvallarmarkmiðunum tíu er skipt niður í fjögur svið og eru þau svið mannréttindi, vinnumarkaður, umhverfið og mótvægi gegn spillingu. Hvert þessara fjögurra sviða er svo útfært nánar með ítarlegri undirmarkmiðum. Þau markmið sem flokkast undir svið mannréttinda eru tvö og eru þau (UN Global Compact, e.d.-d):

1. Fyrirtæki styðja og virða vernd alþjóðlegra mannréttinda.
2. Fyrirtæki fullvissa sig um að þau gerist ekki meðsek um mannréttindabrot.

Undir sviði vinnumarkaðar eru fjögur undirmarkmið og eru þau svo:

3. Fyrirtæki styðja við félagafrelsi og viðurkenna rétt til kjarasamninga.

4. Fyrirtæki tryggja afnám allrar nauðungar- og þrælkunarvinnu.
5. Virkt afnám allrar barnavinnu er tryggt.
6. Fyrirtæki styðja afnám misréttis til vinnu og starfsvals.

Undir sviði umhverfis eru þrjú markmið þau eru svo:

7. Fyrirtæki styðja beitingu varúðarreglu í umhverfismálum.
8. Fyrirtæki hafa frumkvæði að því að hvetja til aukinnar ábyrgðar gagnvart umhverfinu.
9. Fyrirtæki hvetja til þróunar og nýtingar á umhverfissvænni tækni.

Undir sviði mótvægis gegn spillingu er aðeins eitt markmið og er það seinasta grunnmarkmiðið, það er svo:

10. Fyrirtæki vinna gegn hvers kyns spillingu, þar með talið kúgun og mútum. (UN Global Compact, e.d.-d)

Þau fyrirtæki og stofnanir sem hafa skuldbundið sig þátttöku í UN Global Compact skila árlega inn samfélagsskýrslu á stöðu sinni sem er svo birt á vefsíðu UN Global Compact (UN Global Compact, e.d.-c). Nú, árið 2021, eru 24 íslensk fyrirtæki skráð sem þátttakendur í UN Global Compact. Þar má nefna að Landsbankinn var fyrstur íslenskra fyrirtækja til að innleiða markmið UN Global Compact sem skráður þátttakandi, en nú í dag eru Arionbanki, Íslandsbanki og Landsbankinn allir skráðir þátttakendur í UN Global Compact (UN Global Compact, e.d.-b).

UFS (e. ESG) leiðbeiningar kauphallar Nasdaq

UFS (e. ESG - Environmental, Social, Governance) eru leiðbeiningar sem fyrirtæki geta notfært sér við birtingu upplýsinga um samfélagsábyrgð (Páll Harðarson, e.d.). UFS stendur fyrir og á við um umhverfismál, félagslega þætti og stjórnarhætti (Páll Harðarson, e.d.; Viðskiptaráð Íslands, 2020). Markmið leiðbeininganna er að styðja við fyrirtæki varðandi birtingu á slíkum upplýsingum á skýran og aðgengilegan hátt fyrir hagsmunaaðila (Páll Harðarson, e.d.).

Í maí árið 2019 gáfu kauphallir Nasdaq út uppfærslu á alþjóðlegum leiðbeiningum UFS (Nasdaq, 2019). Í UFS leiðbeiningum Nasdaq er fjallað um „hvernig fyrirtæki geta með markmiðasetningu og upplýsingagjöf sýnt samfélagslega ábyrgð í verki” (Viðskiptaráð Íslands, 2020). Við gerð íslensku UFS leiðbeininganna kom fjöldi íslenskra fyrirtækja og fjárfesta að því að laga ákveðin efnistösk að íslenskum markaði. Þetta var gert til þess að halda áherslu á því sem í raun skipti máli sem er ábyrgð, markmið um sýnileika og þær nýju leiðir til að mæla árangur fyrirtækja (Viðskiptaráð Íslands, 2020).

Fyrirtæki á markaði eru ekki skyldug af hendi kauphallarinnar að fara eftir þessum leiðbeiningum, það er undir hverju fyrirtæki komið að taka þá ákvörðun (Páll Harðarson, e.d.). Leiðbeiningarnar eru ekki einungis ætlaðar fyrirtækjum á markaði heldur einnig óskráðum fyrirtækjum sem vilja styrkja sig á sviði samfélagsábyrgðar og efla upplýsingagjöf sína til hagsmunaaðila (Viðskiptaráð Íslands, 2020). Hér fyrir neðan má sjá mynd 2 sem sýnir greinilega mælikvarða UFS leiðbeininganna, sem gefur til kynna hvaða atriði falla undir hvern hluta:

Mynd 2: Mælikvarði UFS leiðbeininganna, hvað fellur undir hvaða hluta.

 Umfhverfi	 Félagslegir þættir	 Stjórnarhættir
E1. Losun gróðurhúsalofttegunda	S1. Launahlutfall forstjóra	G1. Kynjahlutfall í stjórn
E2. Losunarkræfni gróðurhúsalofttegunda	S2. Launamunur kynja	G2. Óhæði stjórnar
E3. Orkunotkun	S3. Starfsmannavelta	G3. Kaupaukar
E4. Orkukræfni	S4. Kynjafjölbreytni	G4. Kjarasamningar
E5. Samsetning orku	S5. Hlutfall tímabundinna starfskrafta	G5. Siðareglur birgja
E6. Vatnsnotkun	S6. Aðgerðir gegn mismunun	G6. Siðferði og aðgerðir gegn spillingu
E7. Umhverfisstarfsemi	S7. Vinnuslysatíðni	G7. Persónuvernd
E8. Loftslagseftirlit/stjórn	S8. Hnatræn heilsa og öryggi	G8. Sjálfbærnisráðgjafi
E9. Loftslagseftirlit/stjórnendur	S9. Barna- og nauðungarvinna	G9. Starfsvenjur við upplýsingagjöf
E10. Mildun loftslagsáhættu	S10. Mannréttindi	G10. Gógn tekin út/sannreynd af ytri aðila

(Viðskiptaráð Íslands, 2020)

Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna

Þegar litið er á samfélagsábyrgð á Íslandi er mikilvægt að líta á Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna (e. Sustainable Development Goals). Heimsmarkmiðin eru sautján talsins og ná þau öll yfir sjálfbæra þróun Sameinuðu þjóðanna. Heimsmarkmiðin sautján hafa í heildina 169 undirmerki og taka þau til bæði innanlandsmála og alþjóðarsamstarfs. Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna voru samþykkt árið 2015 og gilda þau yfir tímabilið 2016-2030, en hægt er að innleiða Heimsmarkmiðin í hvaða starfsemi sem er. Markmiðin leggja áherslu á fimm meginþemu sem eru mannkynið, jörðin, hagsæld, friður og samstarf. Markmið Heimsmarkmiðanna er að Sameinuðu þjóðirnar vinni saman að sameiginlegum markmiðum og að þar séu Heimsmarkmiðin eins konar leiðarvísir að fyrirmyndarrekstri (Heimsmarkmiðin, e.d.).

Mynd 3: Heimsmarkmiðin



(Heimsmarkmiðin, e.d.)

Íslenskir staðlar

IcelandSIF

IcelandSIF eru samtök sem stofnuð voru þann 13. nóvember árið 2017 með það að markmiði að auka þekkingu og umræðu meðal fjárfesta á aðferðafræði sjálfbærra og ábyrgra fjárfestinga. Samtökunum er ætlað að vera hlutlaus staður fyrir aðila til umræðu og fræðslu um ábyrgar og sjálfbærar fjárfestingar. Aðilar IcelandSIF ræða sína afstöðu til einstakra málefna og sjálfbærra og ábyrgra fjárfestinga en samtökin sjálf taka enga tiltekna afstöðu til þessara mála (IcelandSIF, e.d.-a).

Samtökin voru stofnuð af fjármálafyrirtækjum, lífeyrissjóðum og tryggingafélögum. Samtals voru það 23 fyrirtæki sem stofnuðu samtökin og fjögur þeirra voru bankarnir; Arionbanki, Íslandsbanki, Landsbankinn og Kvika. Frá stofnun félagsins hafa tólf nýir aðilar bæst við þannig að meðlimir samtakanna eru nú 35 talsins (IcelandSIF, e.d.-b).

Aðild að samtökunum fer fram í gegnum aðildarfélag eða svokallaða aukaaðild og fer það eftir starfsemi viðkomandi aðila, fyrirtækis eða félags. Aðildarfélög geta þá verið fjármálafyrirtæki, lífeyrissjóðir og tryggingafélög. Þessi fyrirtæki eiga það sameiginlegt að fjárfesta fyrir eigin reikning eða í umboði þriðja aðila með starfsemi á Íslandi. Aðilar í gegnum aukaaðild geta þá verið aðrir lögaðilar, samtök og opinberir aðilar með starfsemi á Íslandi. Allir sem hafa aðild að samtökunum þurfa að styðja tilgang og markmið félagsins (IcelandSIF, e.d.-a).

Festa

Árið 2011 var félagið Festa stofnað af leiðandi fyrirtækjum í samfélaginu: Íslandsbanka, Landsbankanum, Landsvirkjun, Rio Tinto Alcan á Íslandi, Símanum og Össuri (Festa, e.d.-d). Félagið Festa er skilgreint sem frjáls félagasamtök þar sem hlutverk þeirra er að auka þekkingu á bæði samfélagsábyrgð og sjálfbærni. Félagið er eins konar samtök fyrir fyrirtæki, stofnanir eða annars konar skipulagsheild sem vilja afla sér meiri þekkingar um þessi mál. Markmið Festu er að auka almenna vitund í samfélaginu um samfélagsábyrgð og sjálfbærni og að fyrirtæki og stofnanir tileinki sér samfélagslega ábyrga starfshætti. Festa er stjórnarmeðlimur í Nordic Circular Hotspot jafnframt því að vera einn af stofnaðilum félagsins. Einnig er félagið aðili að samtökunum UN Global Compact og CSR Europe, en þau félög eru Evrópusamtök miðstöðva um samfélagsábyrgð. Félagið hvetur fyrirtæki og stofnanir til að tileinka sér þessa vinnuhætti og hvetur einnig til samstarfs milli þessara aðila, þar sem Festa tengir saman þau fyrirtæki og stofnanir sem vilja vera leiðandi á sviðum samfélagsábyrgðar og sjálfbærni (Festa, e.d.-d).

Í dag eru rúmlega 140 meðlimir í félaginu, þar á meðal eru bankarnir Arionbanki, Íslandsbanki, Landsbankinn og Kvika (Festa, e.d.-c). Félagið stendur fyrir margvíslegum viðburðum, t.d. námskeiðum, fundum, hvatningarverkefnum eða ráðstefnum sem upplýsa um samfélagsábyrgð og sjálfbærni, viðburðirnir eru í samstarfi við félagsmenn (Festa, e.d.-d). Markmið félagsins er að íslensk fyrirtæki og stofnanir stuðli að sjálfbærni og samfélagsábyrgð, auki þekkingu fyrirtækja og stofnana hvernig skal vera framúrskarandi á sviði samfélagsábyrgðar og sjálfbærni. Meðlimir Festu hafa því bein áhrif á samkeppnishæfni þeirra og samfélagsábyrgð innan íslensks samfélags (Festa, e.d.-d)

Íslenskir viðskiptabankar

Þegar litið er til íslensku viðskiptabankanna eru þrír þeirra með stærstu markaðshlutdeildina, það eru bankarnir Arionbanki, Íslandsbanki og Landsbankinn (Fjármálaeftirlitið, 2019). Stærstu bankarnir hérlandis leggja allir áherslu á að sýna samfélagsábyrgð í starfsemi sinni en á misjafnan hátt (Arionbanki, 2021; Íslandsbanki, e.d.-b; Landsbankinn, 2021a). Allir bankarnir eru aðilar að Festu sem gefur til kynna að bankar landsins hafi áhuga og vilja til þess að tileinka sér samfélagsábyrgð og aðra ábyrga starfshætti (Festa, e.d.-d).

Íslandsbanki

Íslandsbanki á langa sögu og rætur hans má rekja aftur til ársins 1875, þar þá bankinn nafnið Sparisjóður Álftaness. Þrátt fyrir miklar breytingar seinustu 146 árin hefur Íslandsbanki alltaf haft djúpar rætur í íslensku atvinnulífi (Íslandsbanki, e.d.-a). Íslandsbanki hefur lagt mikið upp úr því að vera leiðandi á sviði sjálfbærrar þróunar og hreyfiafl til góðra verka í samfélaginu (Íslandsbanki, e.d.-b).

Ábyrgð Íslandsbanka

Á vef Íslandsbanka er að finna fjórar stefnur sem eru: Stefna Íslandsbanka, stefna um sjálfbærni, mannauðsstefna og starfs- og siðareglur. Allar þessar stefnur eru aðgengilegar almenningi á heimasíðu bankans (Íslandsbanki, e.d.-c). Í stefnu Íslandsbanka um sjálfbærni má sjá að bankinn leggur áherslu á að vera hreyfiafl til góðra verka (Íslandsbanki, e.d.-b). Þar má sjá upplýsingar um vegferð þeirra að fyrirmyndarrekstri samkvæmt alþjóðlegum og viðurkenndum viðmiðum umhverfismála, félagslega þátta og stjórnarháttanna, betur þekkt sem UFS. Í stefnu þeirra er ljóst hvað bankinn ætlar að gera til að komast á þann stað og markmið þeirra eru sýnileg, bæði til langtíma og skammtíma (Íslandsbanki, e.d.-b).

Íslandsbanki leggur mikið upp úr því að eiga frumkvæði að yfirgripsmiklu samstarfi þegar kemur að ábyrgum viðskiptaháttum sem efla sjálfbæra þróun í íslensku efnahagslífi og styðja við aðgerðaráætlum íslensku ríkisstjórnarinnar í loftslagsmálum sem og Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna (Íslandsbanki, e.d.-b). Í stefnu Íslandsbanka er farið ítarlega út í samfélagslegt hlutverk fjármálafyrirtækja, skammtímasjónarmið á móti langtíma hagsmunum, eigendastefnu ríkisins, Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna, samstarf um ábyrga viðskiptahætti, þjónustu viðskiptavina og litið er til heildstæðs ramma sem Íslandsbanki hefur myndað um sjálfbærni. Helstu áhersluatriði bankans tengjast því að vera með rekstur til fyrirmyndar sem og hreyfiafl til góðra verka (Íslandsbanki, e.d.-b)

Rekstur til fyrirmyndar

Litið er til leiðbeininga UFS sem og annarra fjárhagslegra markmiða í tengslum við þá stefnu Íslandsbanka að skapa rekstur til fyrirmyndar (Íslandsbanki, e.d.-b). Ef horft er á umhverfisþætti Íslandsbanka hefur bankinn meðal annars undirritað yfirlýsingu frá Festu og Reykjavíkurborg þar sem lýst er yfir stuðningi við Parísarsamkomulagið. Íslandsbanki metur þau neikvæðu áhrif sem bankinn hefur á umhverfið með því að mæla kolefnisspor sitt árlega og setur markmið um markvissa minnkun sem og aðrar mótvægisáðgerðir (Íslandsbanki, e.d.-b).

Þegar litið er til félagslegra þátta Íslandsbanka er þeirra helsta áhersla á jafnrétti og fjölbreytileika starfsfólks innan fyrirtækisins. Bankinn hefur sett fram jafnlaunastefnu sem felur í sér að tryggja skal jafnrétti þegar teknar eru ákvarðanir varðandi laun, framþróun o.fl. Tekið er fram að bankinn er með „stefnu og aðgerðaráætlun gegn einelti, kynferðislegu og kynbundnu áreitni og ofbeldi” (Íslandsbanki, e.d.-b). Bankinn setur heilsu og öryggi í forgang þegar kemur að starfsfólki (Íslandsbanki, e.d.-b) .

Að lokum er litið til stjórnarhátta Íslandsbanka, þar er lögð áhersla á að ef stjórnarhættir og innra skipulag bankans sé til fyrirmyndar geti það komið í veg fyrir mögulega hagsmunaaðreikstra. Íslandsbanki hefur því sett sér það markmið að tileinka sér framúrskarandi stjórnarhætti og sjá til þess að stjórnarhættir þeirra samræmist alþjóðlega viðurkenndum viðmiðum og því regluverki sem á við. Bankinn hefur skilgreint meginreglur sem mikilvægt er að fylgja við ákvarðanatöku bankans til að uppfylla skuldbindingu hans um góða stjórnarhætti (Íslandsbanki, e.d.-b).

Hreyfiafl til góðra verka

Íslandsbanki leggur áherslu á að láta verkin tala og vinna sér þannig inn trausta langtíma viðskiptavinum. Þeirra leið til að vera hreyfiafl til góðra verka er með; ábyrgum lánveitingum, ábyrgum fjárfestingum, ábyrgum innkaupum og styrkjum. Þá er lögð rík áhersla á samskipti milli viðskiptavina og samstarfsaðila bankans um ábyrga viðskiptahætti (Íslandsbanki, e.d.-b).

Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna

Íslandsbanki hefur sett sér sjö sjálfbærnimarkmið til ársins 2025 (Íslandsbanki, e.d.-b). Bankinn hefur tileinkað sér fjögur Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna til að innleiða í sína stefnu um sjálfbærni. Þau Heimsmarkmið sem Íslandsbanki hefur tileinkað sér eru; markmið númer fjögur *menntun fyrir alla*, markmið númer fimm *jafnrétti kynjanna*, markmið númer níu *nýsköpun og uppbygging* og svo markmið númer þrettán *aðgerðir í loftslagsmálum*. Út frá þeim Heimsmarkmiðum Sameinuðu þjóðanna sem Íslandsbanki hefur tileinkað sér hefur bankinn sett sér sjö skýr sjálfbærnimarkmið og sér fram á að ná þeim fyrir árið 2025. Þau sjálfbærnimarkmið eru; kolefnishlutleysi í rekstri bankans, bjóða upp á sjálfbært vöruframboð, jafna kynjahlutfall, fjölbreytileiki og þátttaka allra, samstarf við birgja, mæla sjálfbærniáhættu, skilgreina ábyrgð á málaflokkum og auka upplýsingagjöf og að lokum að styðja við fyrirnefndu Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna (Íslandsbanki, e.d.-b).

Arionbanki

Starfsemi Arionbanka skiptist í viðskiptabankasvið, fyrirtækja- og fjárfestingarbankasvið og markaði. Bankinn leggur mikla áherslu á tæknimál og er leiðandi afl í tækniþróun meðal viðskiptabanka á Íslandi. Í stefnu bankans kemur fram að bankinn leggur áherslu á að standa öðrum frammar, bjóða snjallar lausnir og skapa verðmæti til framtíðar (Arionbanki, e.d.-b).

Ábyrgð Arionbanka

Arionbanki hefur sett fram stefnu um samfélagsábyrgð og umhverfis- og loftslagsstefnu. Þessar stefnur eru aðgengilegar almenningi á heimasíðu Arionbanka (Arionbanki, e.d.-a).

Í stefnu þeirra um samfélagsábyrgð kemur fram að bankinn vill að ábyrgir og arðbærir viðskiptahættir þeirra séu öðrum til fyrirmyndar. Þá bankinn áherslu á viðskiptahætti sem virða og taka mið af umhverfinu, efnahagslífi og samfélaginu. Þetta er gert með hagsmunaaðila bankans í huga, en eins og fyrr kom fram skilgreinir bankinn hagsmunaaðila sína sem samfélag, mannauð, fjárfesta og viðskiptavini (Arionbanki, e.d.-a).

Arionbanki hefur sett sér skýr markmið þegar kemur að umhverfis- og loftslagsmálum. Markmið þeirra sem snerta umhverfis- og loftslagsmál snúa að mestu leyti að lánasafni þeirra, dæmi má nefna að þeir meta lánasafn sitt út frá grænum viðmiðum og draga úr kolefnisspori sínu í samræmi við markmið Parísarsamkomulagsins (Arionbanki, e.d.-a). Arionbanki leggur einnig áherslu á að þeirra helstu birgjar upplýsi bankann um stefnu þeirra í umhverfis- og loftslagsmálum. Einnig setur Arionbanki sér markmið um að kaupa einungis bíla sem notast við 100% endurnýjanlega orku frá og með 2021 og markmið varðandi minnkun kolefnisspors af rekstri bankans. Markmið Arionbanka eru mælanleg bæði til langtíma- og skammtíma (Arionbanki, e.d.-a).

Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna

Í ársbyrjun 2020 samþykkti framkvæmdastjórn Arionbanka að leggja megináherslu á tiltekin sex Heimsmarkmið. Þau markmið eru: markmið númer fimm um *jafnrétti kynjanna*, markmið númer sjö um *sjálfbæra orku*, markmið númer átta um *góða atvinnu og hagvöxt*, markmið númer níu um *nýsköpun og uppbyggingu*, markmið númer tólf um *ábyrga neyslu og framleiðslu* og að lokum markmið númer þrettán sem einblínir á *aðgerðir í loftslagsmálum* (Arionbanki, 2021).

Landsbankinn

Landsbankinn gefur sig út fyrir að „einfalda líf viðskiptavina með aðgengilegri þjónustu og góðri ráðgjöf“ (Landsbankinn, e.d.). Ný stefna Landsbankans leggur áherslu á að nýta tæknina en gætir þess á sama tíma að gleyma ekki mannlega þættinum í bankaviðskiptum og sjá til þess að viðskiptavinir þeirra fái þá betri þjónustu en áður á nýjan hátt. Landsbankinn skiptist í sex svið: Einstaklingssvið, fyrirtækjasvið, eignastýringu og miðlun, fjármála- og rekstrarsvið, áhættustýringu og að lokum upplýsingatækni (Landsbankinn, e.d.).

Ábyrgð Landsbankans

Árið 2020 lagði Landsbankinn enn fremur áherslu á sjálfbærni í vegferð sinni. Farið var í UFS-áhættumat Reitunar í september sama ár (Landsbankinn, 2021a). UFS-áhættumat metur hvernig fyrirtæki geta tekist á við áhættur sem varða umhverfisþætti, félagsþætti og stjórnarhætti (Reitun, e.d.). Niðurstöður Landsbankans úr UFS-áhættumati greindi bankann í A-flokk UFS-áhættumats. Einnig var farið í áhættumat UFS (e.ESG rating) frá Sustainalytics sama ár, en árið 2020 tóku 382 evrópskir bankar þátt í slíku mati og skoraði Landsbankinn hátt, varð í öðru sæti af þeim 382 bönkum sem þátt tóku (Landsbankinn, 2021a).

Á heimasíðu bankans má sjá sjálfbærnisstefnu sem er aðgengileg almenningi (Landsbankinn, 2021a). Í sjálfbærnistefnu Landsbankans er lögð áhersla á að vera hreyfiafl til góðra verka og stuðla að sjálfbærni í íslensku samfélagi. Einnig leggur bankinn mikið upp úr því að starfa eftir ábyrgum stjórnarháttum. Landsbankinn hefur sett sér sex viðmið um ábyrga bankastarfsemi (Landsbankinn, 2021a);

- Laga stefnu sína að Heimsmarkmiðum Sameinuðu þjóðanna og Parísarsamkomulaginu.
- Auka jákvæð áhrif á samfélag og umhverfi og draga úr neikvæðum áhrifum.
- Vinna með viðskiptavinum að sjálfbærni.
- Vinna með hagsmunaaðilum að því að ná markmiðum samfélagsins.
- Stuðla að ábyrgum og skilvirkum stjórnarháttum og markmiðasetningum.
- Nota gegnsæi í tengslum við jákvæð og neikvæð áhrif. (Landsbankinn, 2021a).

Fjármögnun og fjárfestingar

Landsbankinn hefur lengi vel lagt áherslu á ábyrgar fjárfestingar og heldur sú innleiðing og þróun áfram með markvissum hætti (Landsbankinn, 2021a). Bankinn hefur gefið út bæði stefnu í ábyrgum fjárfestingum sem og framvinduskýrslu. Stefna bankans um ábyrgar fjárfestingar er í samræmi við meginreglur Sameinuðu þjóðanna um ábyrgar fjárfestingar (e. UN PRI). Landsbankinn er aðili að meginreglum Sameinuðu þjóðanna um ábyrga

bankastarfssemi (e.UN PRB) og fer bankinn einnig eftir sáttmála Sameinuðu þjóðanna um sjálfbærni (e. UN Global Compact). Landsbankinn er einn af stofnaðilum IcelandSIF (Landsbankinn, 2021a).

Fram kemur í stefnu Landsbankans að bankinn hafi byggt upp sérfræðipækkingu innan bankans í sjálfbærum skuldabréfum (Landsbankinn, 2021a). Landsbankinn hefur umsjón með grænni skuldabréfaútgáfu Lánasjóðs sveitarfélaga þar sem þau gáfu út græn skuldabréf í febrúar 2020 á betri kjörum en ef um hefði verið að ræða hefðbundin skuldabréf. Í sjálfbærnisráskýrslu bankans er að finna markmið um uppbyggingu á enn frekari þekkingu á grænum, bláum og rauðum skuldabréfum, saman kallast þau regnbogaskuldabréf (Landsbankinn, 2021a).

Auk þess að vera með ríka áherslu á ábyrgum fjárfestingum og sjálfbærum skuldabréfum hefur Landsbankinn tekið þátt í annars konar þróun á þessu sviði. Landsbankinn gaf út sína fyrstu fjármálaumgjörð (e.Sustainable finance framework), sú umgjörð eykur möguleika bankans á að fjármagna verkefni sem eru umhverfisvæn og félagslega ábyrg. Sem dæmi um umhverfisvæn og félagslega ábyrg verkefni má nefna umhverfisvænan iðnað eða sjálfbæran sjávarútveg, en 30% útlánasafns Landsbankans fellur undir þessa umgjörð (Landsbankinn, 2021a).

Bankinn tekur einnig þátt í alþjóðlegu verkefni sem vinnur að þróun fyrsta loftslagsmælisins fyrir fjármálafyrirtæki. Slíkt mælitæki mun gera bönkum mögulegt að mæla raunverulega kolefnislosun og óbein áhrif verkefna á hnitmiðaðan hátt áður en bankinn ákveður að fjárfesta í eða fjármagna viðkomandi verkefni. Slíkt hefur verið mikil áskorun fyrir fjármálafyrirtæki. Þetta verkefni er unnið af félaginu PCAF (e. Partnership for carbon accounting financial) (Landsbankinn, 2021a).

Í skýrslu Landsbankans kemur einnig ítarlega fram hvað hann gerir varðandi umhverfismál, hvernig hann stefnir á að verða fyrirmyndarfyrirtæki þegar kemur að góðum stjórnarháttum, áherslu á netöryggi og ítarlegri sjálfbærnisráskýrslu í samræmi við alþjóðlega staðla (Landsbankinn, 2021a).

Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna

Eins og fram hefur komið er eitt af sex viðmiðum Landsbankans þegar kemur að ábyrgri bankastarfsemi er að að laga þeirrar stefnu að Heimsmarkmiðum Sameinuðu þjóðanna (Landsbankinn, 2021a). Þá hefur Landsbankinn innleitt þrjú af Heimsmarkmiðunum í sjálfbærnisráskýrslu sinni, en þau markmið eru; markmið númer fimm sem fjallar um *jafnrétti*

kynjanna, markmið númer átta sem fjallar um *góða atvinnu og hagvöxt* og markmið númer tólf sem fjallar um *ábyrga neyslu og framleiðslu* (Landsbankinn, 2021a).

Kvika

Kvika banki er að mörgu leyti ólíkur fyrrnefndum bönkum og er áhersla þeirra meðal annars önnur. Kvika er sérhæfðari banki en hinir viðskiptabankar Íslands þar sem Kvika einblínir á eignastýringu og fjárfestingarstarfsemi (Kvika, e.d.-b).

Ábyrgð Kviku

Fyrsta UFS samfélagsskýrsla Kviku var gefin út árið 2020, en var hún fyrir rekstrarárið 2019. Eins og fram hefur komið stendur UFS fyrir umhverfisþætti, samfélagsþætti og stjórnarhætti (Kvika, e.d.-e). Kvika hefur einnig gefið út samfélagsstefnu, en var hún gefin út í október 2020 og birt á heimasíðu bankans. Stefnan skiptist í fjóra flokka; samfélagið, mannauð, umhverfið, fjárfestingar og viðskiptahætti. Stefna þeirra er endurskoðuð að minnsta kosti á fjögurra ára fresti (Kvika, 2020).

Samfélagið

Áhersla þeirra á samfélagið felur í sér að mestu leyti að leggja áherslu á menntun, réttindabaráttu kvenna, verndun barna, einnig stuðla þau að umhverfisvernd, hvatningu til lýðræðis og mannréttinda. Kviku stjórnendur telja að bankinn hafi mest áhrif í gegnum þau svið sem tengjast bankanum, því leggur bankinn mikið upp úr jákvæðri uppbyggingu og virkni fjármálamarkaða sem og að virkja fjárfesta með fjölbreyttum fjárfestingarkostum. Kvika er í samstarfi við margskonar stoðir til að stuðla að málefnum tengd samfélaginu, dæmi má nefna Hvatningarsjóð Kviku, Frumkvöðla Auðar, Festu og UNICEF á Íslandi (Kvika, e.d.-d).

Mannauður

Einn flokkur Kviku í samfélagsskýrslunni snýr að mannauði bankans. Kvika hefur sett sér mannauðs- jafnréttis- og heilsustefnu og leggur bankinn upp úr því að hann sé eftirsóknarverður vinnustaður, þar sem jafnrétti ríkir á meðal starfsfólks (Kvika, e.d.-c). Lögð er áhersla á almenn mannréttindi og að fagmennska sé ríkjandi í starfsemi þeirra. Kvika er í samstarfi við margskonar stoðir til að stuðla að málefnum tengd mannauði sínum, dæmi má nefna siðareglur fyrir birgja og iCert vottunarskírteini sem staðfestir að Kvika banki: „Starfrækir jafnlaunakerfi í samræmi við kröfur sem settar eru fram í staðlinum ÍST 85:2012 og nær til allra starfsmanna Kviku banka hf.” (Kvika, e.d.-c).

Umhverfið

Áhersla Kviku á umhverfið felst í því lágmarka og draga úr þeim neikvæðu áhrifum sem rekstur bankans kann að hafa á umhverfið. Kvika hefur sett sér umhverfis- og samgöngustefnu sem felur í sér að huga skal að umhverfinu við ákvarðanatöku innan bankans. Kvika er í samstarfi við margskonar stoðir til að stuðla að málefnum tengdum umhverfinu, dæmi má nefna Klappir, Votlendissjóð, Endurheimt votlendis og Kolvið (Kvika, e.d.-f).

Fjárfestingar og viðskiptahættir

Þegar litið er til fjárfestinga og viðskiptahátta Kviku lofar bankinn fagmennsku í öllu því sem þau taka að sér og að allar ákvarðanir innan bankans séu í samræmi við samfélagsstefnu bankans. Langtímahugsun þeirra felur í sér mikilvægi traustra viðskiptasambanda sem myndast til lengri tíma. Einnig leggur Kvika áherslu á að bankinn hafi jákvæð áhrif á samfélagið, hvort sem það snertir innri málefni bankans, viðskiptavini eða samfélagið sjálft til lengri tíma (Kvika, 2020).

Bankinn stefnir á að vera leiðandi í framboði sjálfbærra fjárfestinga með viðskiptavini sína að leiðarljósi. Þar sem stuðningur við sjálfbæra þróun er eitt af áhersluatriðum bankans er lagt upp úr að fjármagni sé beint í sjálfbæra uppbyggingu. Stefna hefur verið sett um ábyrgar lánveitingar og fjárfestingar þar sem markmið hafa verið sett í samræmi við UFS-leiðbeiningar um lánveitingar, breytingar á skilmálum útlána, endurfjármögnun og við töku ákvarðana um fjárfestingar (Kvika, e.d.-a).

Kvika er í samstarfi við margs konar stoðir til að stuðla að málefnum tengdum fjárfestingum og viðskiptaháttum, dæmi má nefna UN PRI, IcelandSif og hefur bankinn skrifað undir viljayfirlýsingu árið 2020 á sama tíma og ríkisstjórn og 80% af eignum á íslenskum fjármálamarkaði hafa einnig gert (Kvika, e.d.-a, 2020).

Aðferðafræði

Tilgangur rannsóknarinnar er að svara tveimur rannsóknarspurningum; Hvernig og með hvaða hætti hafa íslensku bankarnir innleitt Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna í starfsemi, stefnu og ímynd sína? Og að hvaða leyti telja íslenskir viðskiptabankar að skýr stefna um samfélagsábyrgð innan bankans sé mikilvæg?

Um er að ræða eigindlega rannsóknaraðferð (e. qualitative research), en sú rannsóknaraðferð er notuð til að fá innsýn í tiltekna stöðu, greina og draga fram sameiginlega þætti og áherslur. Eigindleg aðferðafræði byggir ekki á tölfræðilegum aðferðum eða mælingum út frá niðurstöðum á magnmælingu (Strauss og Corbin, 1990). Niðurstöður eigindlegra rannsókna byggja á ferli sem felur í sér að afla gagna, skrásetja þau og greina. Með þessari vinnsluáferð gagna er unnt að greina og draga fram þemu og mynstur sem endurtekið koma fram í rannsókninni og tengjast sameiginlegri merkingu, stöðu eða upplifun á því sem sjónum er beint að í rannsókninni (Creswell og Poth, 2007)

Eigindlegar rannsóknir leitast við að skilja fyrirbæri með því að nálgast aðstæður á hlutlausan hátt og öðlast skilning á umhverfi. Rannsakandinn getur byrjað á athugun og síðan mótað rannsóknarspurningar og tekið viðtöl við fólk til að öðlast dýpri skilning á starfsemi fyrirtækja (Baxter og Jack, 2008; Stake, 1995).

Eigindleg rannsóknaraðferð hentar vel við þessa rannsókn þar sem tilgangur hennar er að fá upplýsingar frá forsvarsmönnum íslensku bankanna um áherslur á samfélagsábyrgð sem og innleiðingu Heimsmarkmiða Sameinuðu þjóðanna í starfsemi þeirra, stefnu og ímynd. Þá er mikilvægt að skilja hvort og þá hvernig þessar áherslur íslensku bankanna tengjast í raun ímynd þeirra, afkomu og starfsháttum og einnig hve mikilvægt íslensku bankarnir telja skýra stefnu um samfélagsábyrgð vera. Í því skyni voru tekin viðtöl við þá forsvarsmenn samfélagsábyrgðar íslensku bankanna sem eru í forsvari fyrir samfélagslega ábyrgð og sjálfbærni. Unninn var spurningalisti sem notaður var við viðtölin sem sjá má í viðauka A, en þau voru tekin upp með samþykki viðmælenda og síðan skráð og greind. Eigindlegar rannsóknir fela í sér gagnasöfnun með viðtölum þar sem viðmælandi tjáir sig um tiltekna stöðu og/eða upplifun, þar á eftir á sér stað greining þar sem rannsakandi leitast við að bera kennsl á og skilgreina mynstur og sameiginlega þætti með viðmælendum sem mynda niðurstöðu rannsóknarinnar (Levitt, 2018).

Þátttakendur

Þátttakendur í rannsókninni voru stjórnendur fjögurra íslenskra viðskiptabanka sem eru í forsvari fyrir samfélagslega ábyrgð bankanna, sjálfbærni og innleiðingu Heimsmarkmiða. Í þremur af fjórum viðtölum var einn viðmælandi, en í einu viðtalinu voru viðmælendur tveir og

Þá samstarfsaðilar frá sama banka. Þátttakendur voru fjórar konur og einn karl. Þátttakendur voru valdir með því að senda fyrirspurn í tölvupósti á stjórnendur bankanna, bankastjóra eða forstjóra þar sem sagt var stuttlega frá rannsókninni og óskað eftir að fá að taka viðtal við viðeigandi starfsmann eða starfsmenn. Af því sögðu var notast við markmiðsúrtak (e. judgement sample), þar sem rannsakendurnir þurftu að beita dómgreind sinni við val á viðmælendum sem áttu best við þessa tilteknu rannsókn (Marshall, 1996). Greiðlega tókst að fá ábendingar um viðmælendur og einnig að fá þá til að veita rannsakendum viðtal. Í töflu 1 má sjá yfirlit yfir starfsheiti viðmælenda bankanna.

Tafla 1: Þátttakendur í rannsókn

Banki	Staða/starfsheiti viðmælenda innan bankans
A	Verkefnastjóri samfélagsábyrgðar og starfar á samskiptasviði
B	Forstöðumaður í stefnumótun og sjálfbærni
C	Sérfræðingar í sjálfbærni
D	Forstöðumaður skipulags- og þróunarsamstæðu

Mælitæki

Rannsakendur unnu spurningalista með tólf spurningum sem notaður var við gagnaöflun í viðtölunum, sjá viðauka A. Spurningalistinn var notaður til að ná fram þeim upplýsingum sem þarf til að svara rannsóknarspurningunum og einnig til að tryggja sambærilega nálgun í öllum viðtölum þannig að hægt væri að bera saman svör og greina sameiginleg þemu viðmælenda ef þau væri að finna.

Framkvæmd

Rannsakendur prófuðu spurningalistann á tveim ónefndum aðilum sem eru vel að sér í þessum tilteknu málum og gekk það framur vonum. Forprófun á spurningalistanum var

framkvæmd með það að markmiði að styrkja rannsóknina, þar er að segja að gera viðtölin við viðmælendur áreiðanlegri þar sem það getur verið flókið að semja spurningalista í eigindlegri rannsókn sem ekki sé of almenn og heldur ekki of nákvæm (Creswell, 2012). Þá hófu rannsakendurnir viðtöl við forsvarsmenn bankanna í framhaldi af því.

Viðtölin voru tekin í janúar og febrúar árið 2021. Þau voru öll tekin í gegnum fjarskiptaforritið Teams þar sem heimsfaraldur Covid-19 kom í veg fyrir að hægt væri að fara á vinnustað viðmælanda. Viðtölin voru að meðaltali um 40 mínútur hvert eða frá 30-60 mínútur. Það gekk vel að taka öll viðtölin og gott flæði myndaðist í samtalinu.

Siðferðileg álitamál

Ekki er um að ræða persónulega tengingu eða sérhagsmuni rannsakenda við íslensku viðskiptabankana eða viðmælendur rannsóknarinnar. Því er ekki um að ræða siðferðileg álitamál sem gætu veikt rannsóknina eða litað nálgunina á viðfangsefnið. Við eigindlega rannsókn er þó alltaf um að ræða túlkun rannsakenda á gögnum og vissulega mikilvægt að hafa í huga að sú túlkun sé fagleg og byggja á gögnum rannsóknarinnar.

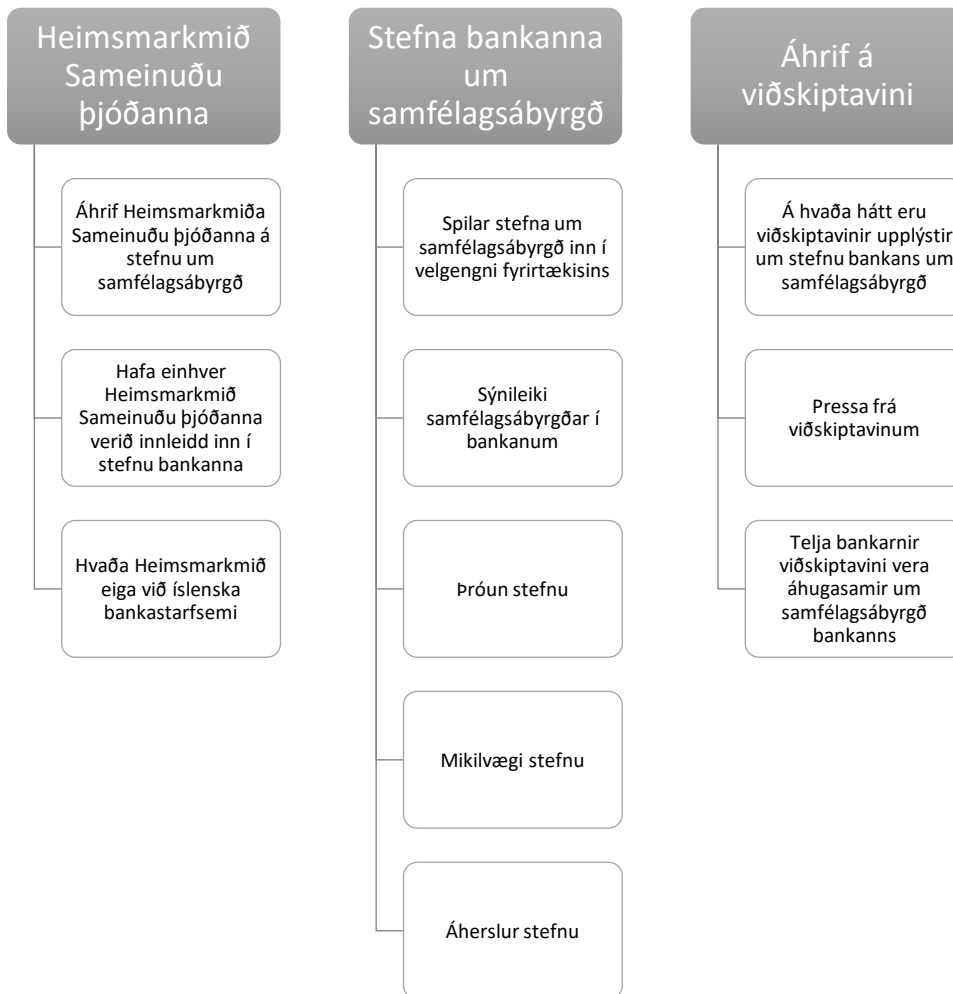
Niðurstöður

Í þessum kafla er greint frá niðurstöðum sem komu úr viðtölum sem tekin voru við framkvæmd rannsóknar til að fá innsýn í samfélagsábyrgð íslensku viðskiptabankanna og svara rannsóknarspurningunum:

- Hvernig og með hvaða hætti hafa íslensku bankarnir innleitt Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna í starfsemi, stefnu og ímynd sína?
- Að hvaða leyti telja íslenskir viðskiptabankar að skýr stefna um samfélagsábyrgð innan bankans sé mikilvæg?

Viðtöl voru flokkuð eftir eftirfarandi flokkum til að gera niðurstöður rannsóknar sem skýrastar fyrir rannsakendur við greiningu niðurstaðna, sjá mynd 4.

Mynd 4: Flokkun viðtala við kóðun



Hér fyrir neðan má sjá töflu sem greinir frá því hvort að bankarnir hafi innleitt Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna í stefnu sína um samfélagsábyrgð jafnt og samantekt á hvaða Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna hafa verið innleidd í stefnu hvers banka ef svo á við.

Tafla 2: Heimsmarkmið innleidd í íslensku viðskiptabankanna

	Banki A	Banki B	Banki C	Banki D
Hefur kynnt sér Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna	Já	Já	Já	já
Hefur innleitt Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna í samfélagsskýrslu sína	Já	Já	Já	Nei
4. Menntun fyrir alla		x		x
5. Jafnrétti kynjanna	x	x	x	x
7. Sjálfbær orka	x			
8. Góð atvinna og hagvöxtur	x		x	
9. Nýsköpun og uppbygging	x	x		x
12. Ábyrg neysla og framleiðsla	x			
13. Aðgerðir í loftslagsmálum	x	x	x	

Banki A

Heimsmarkmiðin

Banki A hefur tileinkað sér sex heimsmarkmið, en sá banki tileinkaði sér fleiri heimsmarkmið en hinir bankarnir, þau markmið eru jafnrétti kynjanna, sjálfbær orka, góð atvinna og hagvöxtur, nýsköpun og uppbygging, ábyrg neysla og framleiðsla og aðgerðir í loftslagsmálum. Viðmælandi banka A lagði þó til að fækka Heimsmarkmiðunum sem þeir hafa innleitt, sem eru nú sex, í þeim tilgangi að auka áherslur á þau sem valin verða.

1. **Jafnrétti kynjanna:** Banki A hefur hlotið jafnlaunavottun og var sá fyrsti til þess. Einnig hefur banki A hlotið jafnlaunamerki velferðarráðuneytisins og er bankinn farinn að spyrja sína birgja og viðskiptavini út í þeirra jafnréttismál.
2. **Sjálfbær orka:** Með sjálfbærri orku hvetur banki A til aukinnar byggingar á umhverfissvottuðu húsnæði með þeirri leið að fella niður lántökugjöld.

3. **Góð atvinna og hagvöxtur:** Banki A styður við markmið um góða atvinnu og hagvöxt með því að bera ábyrgð á skattskilum, hvetja til skráningar á markaði og vera til staðar fyrir þeirra viðskiptavini.
4. **Nýsköpun og uppbygging:** Banki A leggur áherslu á að skipta við og auka samstarf við nýsköpunarfyrirtæki og þar er komið inn á heimsmarkmiðið nýsköpun og uppbygging, en hafa þeir verið í samstarfi og stutt við mörg nýsköpunarfyrirtæki áður.
5. **Ábyrg neysla og framleiðsla:** Banki A leggur mikla áherslu á hringrásarhagkerfishugsun í umhverfis- og loftslagsstefnu sinni.
6. **Aðgerðir í loftslagsmálum:** Banki A er aðili að Principles for responsible banking sem eru í raun meginreglur um ábyrga bankastarfsemi sem Sameinuðu þjóðirnar ýttu úr vör í september 2019. Þar er meginmarkmiðið að bankar lagi stefnur sínar og markmið að Parísarsamkomulaginu sem og Heimsmarkmiðunum.

Þetta hafði viðmælandi að segja um áherslu bankans í þessum málaflokkum: „Við erum í sjálfbærri vegferð og erum aldrei búin, það er aldrei komið að neinum endapunkti í þessari vegferð” (Viðmælandi banka A, 2021).

Stefna bankans

Viðmælandi banka A talaði um að þeir upplifðu að fyrir nokkrum árum var ekki talað um samfélagsábyrgð nema ef um væri að ræða gróðurhús, en ekki var talað um að bankastarfsemi ætti að vera samfélagsábyrg. Samkvæmt viðmælanda banka A hefur þróunin á samfélagsábyrgð verið mikil síðustu ár hér á Íslandi.

Banki A fann fyrir mikilli breytingu eftir að þeir settu sér skýra, skriflega stefnu. Áður en skrifleg stefna var sett fram hafði bankinn þó gert góða hluti og hugað að samfélagsábyrgð sinni en eftir að skýr, skrifleg stefna var sett innan bankans var betur hægt að fylgja henni Þá var ekki hægt að fara á móts við stefnuna þar sem hún var niður skrifuð og alltaf var hægt að vísa í hana ef eitthvað vafamál kom upp. Bankinn telur einnig að lykilatriði sé að stjórnin sé á bak við stefnuna.

„Áður en við settum okkur skýra stefnu var bankinn þó að gera fullt af góðum hlutum, en það var þó ekki hægt annað en að velja því fyrir sér hvort við værum einfaldlega bara heppin með okkar mannauð. Hvað gæti gerst ef nýtt starfsfólk kæmi inn? Værum við ennþá að gera fullt af góðum hlutum? Þetta voru spurningar sem við þurftum að spyrja okkur og áttuðum við okkur þá ennþá betur á því hve mikilvægt það væri að vera með skýra stefnu sem alltaf er hægt að vitna í.” (Viðmælandi banka A, 2021)

Banki A leggur áherslu annars vegar á að vera ábyrgur inn á við, hvað varðar mannauðinn og umhverfismál innan bankans. Hins vegar leggur bankinn áherslu á áhrif þeirra út í samfélagið, á þá bæði við um samfélagið sjálft og umhverfið. Megináhersla banka A er að leggja áherslu á langtímasjónarmið og að alltaf sé hugað að samfélaginu og umhverfinu í hverri ákvörðun sem á sér stað og framkvæmd. Banki A leggur einnig mikið upp úr því að draga úr losun gróðurhúsalofttegunda sem á sér stað við starfssemi bankans. Einnig hefur banki A lagt mikið upp úr nýsköpun og að styðja við list og listalífið. Heimsmarkmiðin eiga vel við banka A og eru þeirra stefnur vel tengdar við Heimsmarkmiðin. Banki A hefur einnig lagt mikið upp úr því og hefur það færst í aukana hjá þeim að spyrja birgja og lántakendur út í þeirra jafnréttismál.

Viðskiptavinir

Banki A telur viðskiptavinir ekki hafa áhuga á að skipta við fyrirtæki sem ekki teljast samfélagsábyrg, þá telur viðmælandi banka A yngri kynslóðina koma sérstaklega sterka inn þar sem þeir telja yngri kynslóðina vera mjög meðvitaða neytendur, sérstaklega hvað varðar samfélagsábyrgð fyrirtækja sem þau eiga viðskipti við.

Banki A er skráður á markað í Svíþjóð og þar hefur verið löng hefð fyrir skýrslugerð samfélagsábyrgðar. Banki A finnur mikið fyrir kröfu frá greiningaraðilum úti í heimi og erlendum bönkum, þeir eru með sífellt vaxandi áherslu á samfélagsábyrgð og að hugað sé að henni í öllum ákvarðanatökum. Við ákvörðun erlendra aðila um það hvort þeir vilji fjárfesta í ákveðnum banka eða lána til ákveðins banka taka þeir samfélagsábyrgð inn í ákvörðun sína. Viðmælandi banka A telur almenning ekki með áberandi kröfu til bankans varðandi samfélagsábyrgð. Skilgreinir bankinn það sem svo að samfélagið verður sífellt meðvitaðri um samfélagsábyrgð og þar af leiðandi starfsfólk banka A og þá bankinn sjálfur með. Samkvæmt banka A eru lífeyrissjóðirnir þó í auknum mæli að spyrja út í samfélagsábyrgð bankanna og er það í raun komið inn í þeirra fjárfestingarstefnu að taka þessi mál sem kröfu.

Viðmælandi banka A talaði um að þeir hafa verið að fara af stað með græn verkefni, sem dæmi má nefna um þeirra grænu verkefni eru græn bílalán og græna innlánsreikninga. Samkvæmt viðmælanda banka A hafa grænu verkefnið verið að ganga fram úr vonum og telja þau að það sýni að samfélagið er mjög áhugasamt.

Banki B

Heimsmarkmiðin

Banki B hefur útbúið sjálfbærnidagatal þar sem árinu er skipt upp eftir Heimsmarkmiðum Sameinuðu þjóðanna sem bankinn hefur innleitt í stefnu sína. Á hverjum ársfjórðungi er lögð mikil áhersla á eitt heimsmarkmið í senn, þá leggur bankinn mikinn þunga í að fræða hagsmunaaðila um málefni tengd því markmiði jafnt og að vinna sjálfböðavinnu að því markmiði. Banki B hefur tileinkað sér fjögur Heimsmarkmið sem þau leggja áherslu á en þau eru:

1. **Jafnrétti kynjanna:** Hér er leggur bankinn upp úr því að vera leiðandi á sviði jafnréttis og hefur sett sér mælanleg markmið tengd því í sinni sjálfbærnisráslu.
2. **Menntun fyrir alla:** Hér er áherslan á fjármálafræðslu til að gera viðskiptavinum þeirra kleift að verða fjárhagslega heilbrigðir og geta tekið sem best ígrundaðar fjármálaákvæðanir.
3. **Aðgerðir í loftslagsmálum:** Þeirra aðferðafræði felst í því að mæla kolefnisspor sitt, setja sér svo markmið um að minnka sín áhrif og leggja svo til mótvægisáðferðir. „Við erum búin að setja okkur markmið um að draga úr þessu kolefnisspori um 50%” (Viðmælandi banka B, 2021). Jafnframt er bankinn með margs konar verkefni innanhúss eins og að draga úr ferðum starfsmanna til og frá vinnu og draga úr flugferðum á vegum bankans. Einnig talaði viðmælandi banka B um markmið til að sjá til þess að minni kolefnislosun af völdum ferða á vegum bankans haldist eftir Covid-19 faraldurinn. Markmið bankans er einnig að verða pappírslaus banki og draga úr plastnotkun. Bankinn rannsakar hvernig hann getur tekið ríkari þátt í hringrásarkerfinu hvað varðar þeirra eigin spor í rekstri. Bankinn leggur upp úr ábyrgri vörubrúun, sem dæmi má nefna stofnaði banki B fyrsta græna skuldabréfasjóð Íslands, bankinn býður upp á græn húsnæðislán, græn bankalán og sjálfbær lán til fyrirtækja. Þessar lausnir eru allar byggðar á því sem þau kalla sjálfbæran fjármálaramma.
4. **Nýsköpun og uppbygging**

Þetta hafði viðmælandi að segja um áherslu bankans í þessum málaflokkum:

„Heimsmarkmiðin eru mikilvæg upp á að samræma og hjálpa svo að allir tali sama tungumál, hér má taka sem dæmi ef að við erum að tala við einhverja erlenda aðila og þeir spyrja: „Hver er ykkar stefna?” Þá er ótrúlega gott að geta vísað í Heimsmarkmiðin sem allir þekkja þannig við séum ekki að finna upp hjólið eða búa til okkar eigið svona kerfi á Íslandi þannig að ég tel að það sé mjög mikilvægt að Heimsmarkmiðin,

loftslagsaðgerðir ríkisstjórnarinnar og Parísarsáttmálinn séu til stuðnings. Heimsmarkmiðin gefa okkur tungumál og hugtök sem auðvelda skilning” (Viðmælandi banka B, 2021).

Stefna bankans

Viðmælandi banka B telur að innleiddar stefnur um samfélagsábyrgð stuðli að auknu framboði á starfsfólki sem hefur gríðarmikinn áhuga á þessum málefnum. En það er þeirra ætlun eins og viðmælandi banka B kemst að orði það er mikill vilji til að „fá fólk til okkar sem brennur fyrir þessum málum” (Viðmælandi banka B, 2021).

„Það er eiginlega orðið ófyrirgefanlegt að vera ekki að þæla í þessu” (Viðmælandi banka B, 2021), en svo greindi viðmælandi banka B frá og bætir svo við að það teljist einskonar leyfi til að starfa (e. social license to operate) að vera samfélagsábyrgur banki á nútíma markaði.

Einnig er litið til ímyndar fyrirtækisins. Þá talaði viðmælandi banka B um að mikilvægt sé að skýr stefna um samfélagsábyrgð sé til staðar í því augnamiði að hafa góð áhrif á samfélagið og aðra hagsmunaaðila en ekki eingöngu með það að markmiði að bæta orðspor fyrirtækisins. Banki B telur sig vera með arðbærar og góðar vörur í takt við stefnur þeirra varðandi samfélagsábyrgð: „Við erum að taka réttar, viðskiptalegar ákvarðanir þar sem við erum að fjármagna verkefni sem ekki bara eru samfélagslega góð heldur líka arðbær“ (viðmælandi banka B, 2021).

Árið 2019 var unnin mikil vinna í stefnu bankans og var þá í framhaldi valinn nýr tilgangur bankans- hreyfiafl til góðra verka- þá voru samfélagsleg áhrif sett í fyrsta sæti innan bankans. Bankinn telur Covid-19 faraldurinn hafa ýtt við mörgum hvað varðar umhverfið og heilsuna: „Við höfum ekki endalausán tíma miðað við gögn og vísindi, því finnst mér brýn nauðsyn að fólk geri sér grein fyrir því að það er orðið mjög krítískt að grípa inn í núna í dag en ekki á morgun” (Viðmælandi banka B, 2021).

Fyrir stefnumótunarvinnuna árið 2019 áttaði bankinn sig ekki á áhrifum sem þau gátu haft umfram rekstur sinn þegar kemur að umhverfismálum. Nú má finna á heimasíðu bankans áhrifaskýrslu (e. Allocation and impact report) frá árinu 2020, þar má sjá sjálfbæra fjármálarámmann þeirra. Bankinn hefur velt 25 milljörðum íslenskra króna í lán sem uppfylla skilyrði rammans: „Við höfðum áður ekki áttað okkur á eða hugsað út í hvað við gætum verið mikið hreyfiafl umfram okkar rekstur” (Viðmælandi banka B, 2021).

Í dag falla 3-4% af lánasafni bankans undir fjármálarámma bankans. Viðmælandi nefndi að hvergi í heiminum hefur það jafnjákvæð áhrif fyrir kolefnissporið að skipta yfir í

rafmagnsbíl eins og á Íslandi þar sem við erum að skipta úr innfluttu bensíni eða dísel yfir í 100% græna orku.

„Þrátt fyrir að við höfum aðeins sett 3-4% af lánasafni bankans inn í fjármálarammann hefur það þrettán sinnum meiri áhrif heldur en allt kolefnissporið af rekstri. Svo ef við hugsum að prósentan mundi hækka upp í 20-40% þá erum við með 100-200 sinnum meiri áhrif heldur en ef við myndum núlla kolefnissporið þó það væri ekki endilega raunhæft. Vitundarvakning varðandi mælingu kolefnissporsins og sett markmið eykur marksækni og áherslu á rétt atriði sem hafa sem mest áhrif.” (Viðmælandi banka B, 2021).

Í banka B heitir stefna þeirra um samfélagsábyrgð sjálfbærnistefna. Banki B talaði um mikilvægi þess að allar deildir bankans sem og öll útibú bankans séu saman að vinna að sjálfbærni fyrirtækisins. Viðmælandi banka B greindi frá mikilvægi þess að bæði framkvæmdastjórn og stjórn bankans samþykki stefnu bankans um samfélagsábyrgð. Þar skrifar stjórnin upp á áhættuvilja: „Bankinn er tilbúinn að hafna viðskiptum á þeim grundvelli að viðkomandi viðskiptavinur eða verkefni sem er verið að fjármagna samræmist ekki sjálfbærnistefnu bankans” (viðmælandi banka B).

Banki B hefur sett sér yfirgripsmikla stefnu sem inniheldur mælanleg skammtímamarkmið til eins árs og langtímamarkmið til fimm ára. Stefna þeirra skiptist í tvennt, annars vegar snýr hún að eigin kolefnisspori í rekstri og hvernig bankinn samtvinnar UFS inn í þeirra stefnu með því að sjá til að þess að kolefnisspor bankans sé eins og lágt og hægt er. Bankinn sér til þess að jafnrétti sé til staðar hjá starfsfólki. Hins vegar snýr stefna bankans að því hvernig bankinn getur verið hreyfiafl til góðra verka eða hvernig bankinn getur verið hreyfiafl umfram rekstur banka B, það er gert í gegnum ábyrgar fjárfestingar, ábyrga lánakosti, græn húsnæðislán, græna skuldabréfasjóði og sparnað fyrir almenning „Við viljum gera meira en bara horfa á okkar rekstur. Við viljum vera hreyfiafl fyrir aðra til að fjármagna þessa miklu breytingu sem þarf að verða svo að Ísland geti náð sínum skuldbindingum og markmiðum” (viðmælandi banka B, 2021).

Viðskiptavinir

Viðmælandi banka B greindi frá því að „það eru fleiri og fleiri viðskiptavinir sem vilja vera hjá banka sem sýnir samfélagsábyrgð” (viðmælandi banka B). Því leggur banki B mikið upp úr því að styðja við viðskiptavini sína með því að bjóða upp á vöruframboð sem telst samfélagsábyrgt. „Hvað varðar það að styðja við okkar viðskiptavini þá höfum við verið að

þróa vöruframboðið mjög mikið og komið fram með fyrsta græna skuldabréfasjóðinn á Íslandi” (viðmælandi banka B).

Bankinn telur að það sé mikilvægt fyrir bankann að viðskiptavinir þeirra séu samfélagsábyrgir þar sem bankinn hefur gefið út áhættuvilja þar sem bankinn greindi frá því að hann sé tilbúinn í að „hafna viðskiptum á þeim grundvelli að viðkomandi viðskiptavinur eða verkefnið sem á að fjármagna samræmist ekki stefnu bankans (um samfélagsábyrgð)” (viðmælandi banka B), því telur banki B það vera mikilvægt að viðskiptavinir sínir séu samfélagsábyrgir.

Viðmælandi banka B sagði rannsakendum einnig frá því að vegferð að samfélagsábyrgð þeirra snýr einnig að ímynd bankans „bæði starfsmenn og viðskiptavinir sjái og upplifi að við séum að gera raunverulega hluti en ekki bara í einhverjum markaðsherferðum eða einhverju sem snertir bankann í raun” (viðmælandi banka B).

Bankinn setti fram róttækar aðgerðir í jafnréttisstefnu sinni sem urðu umræddar í samfélaginu og margir voru hræddir um að þetta skref myndi líta illa út fyrir bankann en til lengri tíma litið greindi viðmælandi banka B frá því að:

„Þetta hafi bara verið mjög jákvætt og það kom umræðu af stað sem var ótrúlega þörf og við fengum í rauninni fleiri viðskiptavini sem sögðu bara takk fyrir. Einhver þurfti að hafa hugrekki til að segja þetta, þú veist, þannig að ég held svona til lengri tíma litið borgar sig að taka svona þessar ákvarðanir og þora segja hlutina en við þurfum auðvitað samt að ganga í takt við okkar viðskiptavini og megum ekki ganga of langt” (viðmælandi banka B).

Banki C

Heimsmarkmiðin

Banki C fór í Global Compact árið 2006 svo að sú vinna sem átti sér stað á þeim tíma var þannig upp byggð að Heimsmarkmiðin féllu vel að þegar gerðri greiningarvinnu. Bankinn hefur sett sér þrjú Heimsmarkmið sem vinnuhópur innan bankans greindi að féllu helst að kjarnastarfsemi bankans. Þau Heimsmarkmið eru númer fimm, *jafnrétti kynjana*, númer átta *góð atvinna og hagvöxtur* og númer tólf *ábyrg neysla og framleiðsla*.

Stefna bankans

Banki C telur að án skýrrar stefnu í sjálfbærni og ef ekki tekst að fylgja henni verði fyrirtæki ekki samkeppnishæf og í raun enginn starfsgrundvöllur til staðar. Banki C gaf út græn skuldabréf nú fyrir á þessu ári, 2021, með þeim tilgangi að endurfjármagna lánasafn bankans

að hluta. Bankinn fékk mjög góð kjör og í raun betri kjör en ef um hefði verið að ræða útgáfu á hefðbundnum skuldabréfum, með þessu sér bankinn mælanleg áhrif af því að leggja áherslu á samfélagsábyrgð. Útgáfan var mikil vinna og dýr í framkvæmd en aftur á móti var hagnaðurinn meiri en kostnaðurinn við útgáfuna og þar með gat bankinn fjármagnað sig á hagkvæman hátt með útgáfu á grænum skuldabréfum.

Einnig fékk banki C með útgáfu sinni á grænum skuldabréfum aðgang að hópi fjárfesta sem einblína á samfélagsábyrgð, þetta leiddi til fjölgunar fjárfesta sem gefur bankanum tækifæri á því að keyra vextina á bréfunum niður. Ávinningur er þá einnig stærri hópur fjárfesta þar sem sívaxandi hópur þeirra vill að samfélagsábyrgð sé til staðar og hefur banki C upplifað þetta greinilega í gegnum sína útgáfu á grænum skuldabréfum. Þá sýnir hópur fjárfesta áhuga sem ekki hefur fjárfest áður hjá bankanum en horfa til þess að bankinn gefi út græn skuldabréf og hefur áhuga á bankanum af þeirri ástæðu.

„Í sögulegu samhengi hafa bankar verið að meta sig sem skrifstofufyrirtæki, fyrirtæki sem kaupir rafmagn, brennir olíu á bílum, kaupir tölvur og er með húsnæði. Nú er hins vegar komið í ljós að helstu samfélagsáhrif bankanna eru í gegnum útlánasafn þeirra, þetta eru óbein áhrif. Það er mikilvægt fyrir banka að átti sig á þessu til að geta tekið upplýstar ákvarðanir um vörubrún, jafnvel tekið það inn í áhættustýringu.” (viðmælandi banka C, 2021).

Samkvæmt banka C er mikil þróun í því hve margir eru að taka við sér og leggja sífellt meiri áherslu á samfélagsábyrgð, meðal annars í gegnum útgáfu á grænum skuldabréfum. Áður var samfélagsábyrgð einungis árleg skýrsla á vefnum, unnið var að henni og samfélagsábyrgð innan lítils hóps í bankanum en nú hefur samfélagsábyrgð orðið stór hluti af allri bankastarfsemi. Banki C telur að nú hafi enginn tók á því að gegna sínu starfi án þess að vera samtímis með samfélagsábyrgð í huga, óháð stöðu innan bankans. Sérhæft starfsfólk vinnur að samfélagsábyrgð bankans og greinir hvar áhrif þeirra liggja og hvernig bankinn getur haft áhrif til góðs. Samfélagsábyrgð er komin í grunnstarfsemi bankans en áður var hún í raun unnin af fáum starfsmönnum sem voru jafnvel að vinna þetta til hliðar með sinni sérhæfðu vinnu sem í raun var allt önnur en samfélagsábyrgð.

Samkvæmt banka C er ekki langt síðan litið var á styrki til liða og félaga sem samfélagsábyrgð fjármálafyrirtækja en nú á það alls ekki við, skilningur á hugtakinu samfélagsábyrgð er orðin miklu almennari: „Fyrir minna en tíu árum fann ég fyrir því að litið var á samfélagsábyrgð sem markaðsaðgerð og þótti hún ágæt sem svo, þróunin hefur orðið gríðarleg á stuttum tíma í takt við vaxandi vanda.” (Viðmælandi banka C, 2021).

Samkvæmt banka C hafa fjármálafyrirtæki mestu áhrifin í gegnum lána- og eignasafnið sitt, ef slæmt verkefni fær ekki fjármögnun er ekki hægt að framkvæma verkefnið. Því er mjög mikilvægt fyrir bankann að hafa skýra stefnu um samfélagsábyrgð og geta greint hvar áhrif þeirra liggja svo hægt sé að fylgja þeirri stefnu.

Banki C leggur mikla áherslu á samfélagsábyrgð hvað varðar lána- og eignasafn sitt, þá er bankinn í stöðugri vinnu að mæla umhverfisáhrifin frá þessum þáttum og fá betri sýn á það hve mikil ábyrgð bankans er sem hann getur svo unnið að.

Viðskiptavinir

Banki C finnur fyrir þrýstingi frá viðskiptavinum um að bankinn sé samfélagslega ábyrgur og þá helst hvað varðar loftslagsvandann og áherslur sem styðja við markmið Parísarsáttmálans: „Ef við lítum á áherslur viðskiptavina í takt við aldursdreifingu sjáum við að það er gríðarlega stór hópur að koma inn sem viðskiptavinir bankanna sem leggur yfirburða meiri áherslu á samfélagsábyrgð fyrirtækja en áður” (Viðmælandi banka C, 2021)

Samkvæmt viðmælanda banka C má gera ráð fyrir því að með aukinni samfélagsábyrgð opnast möguleiki á auknum hópi viðskiptavina þar sem áhersla þeirra er á samfélagsábyrgð. Hér vísar viðmælandinn einnig til aukins áhuga á samfélagsábyrgð hjá yngri kynslóðinni, þar sem bankinn útilokar ekki aðra viðskiptavini með aukinni samfélagsábyrgð svo það er í raun einungis ávinningur að leggja áherslu á þennan málaflokk.

Banki D

Heimsmarkmiðin

Banki D hefur kynnt sér Heimsmarkmiðin með almennum hætti en hefur kafað dýpra í þau markmið sem bankinn tengir sig við án þess að hafa gert það með formlegum hætti enn sem komið er að sögn viðmælanda. Heimsmarkmiðin sem bankanum fannst eiga sem best við sinn rekstur eru númer fjögur *menntun fyrir alla*, númer fimm, *jafnrétti kynjanna*, og númer níu, *nýsköpun og uppbygging*.

Bankinn tengir við markmiðin þrátt fyrir að hafa ekki sett þau fram með gegnsæjum og formlegum hætti. Viðmælandi greindi frá því að markmiðin hafi ein og sér ekki spilað hlut í þróun á stefnu bankans á seinustu árum. Viðmælandi banka D greindi frá: „Þegar við erum að vinna í þessum málaflokki þá fylgjumst við með öllu sem er að gerast hvort sem það eru Heimsmarkmiðin, UFS, hugmyndir á ábyrgra fjárfestinga o.s.frv. Allt myndar þetta heild sem við mótum stefnuna síðan út frá”.

Stefna bankans

Viðmælandi svaraði játandi þegar spurt var út í hvort að samfélagsábyrgð hafi áhrif á velgengi bankans. Þar sem fjármálafyrirtæki og lífeyrissjóðir leggja mikið upp úr stefnu um samfélagsábyrgð hefur banki D séð mikilvægi í að innleiða samfélagsábyrga starfshætti og takast á við þessi málefni í samræmi við samkeppnisaðilana: „Við þurfum að fylgja eða við erum ekki með” (Viðmælandi banka D, 2021).

Þróun banka D á samfélagsábyrgð grundvallast helst á því að það er enn meiri krafa frá samfélaginu að gera betur. Mikil þróun hefur því orðið síðustu ár þar sem bankinn hefur fengið úttekt frá Reiton, en þá kom í ljós að samfélagsþættirnir komu vel út en umhverfis- hlutinn ekki. Það virðist hafa leitt til þess að banki D hefur tekið ákvörðun um að leggja aukna áherslu á umhverfismál með því að takast enn frekar á við að innleiða á bankasviðið hugmyndafræði sem snýr að grænum kostum og þar með efla viðhorf til grænna skrefa inn í eignarstýringuna að sögn viðmælanda, þ.e.a.s. „ef þú kemur til mín eftir ár og spyrð mig sömu spurninga þá held ég að svarið hjá mér verði annað” (Viðmælandi banka D, 2021).

Bankinn fær fjöldann allan af beiðnum um styrki og samstarf og viðmælandi banka D greindi frá því hversu krefjandi valið á verkefnum er. Eftir víðtæka stefnumótunarmálinu árið 2017 sem var unnin í samráði við starfsfólk bankans ákvað bankinn að leggja mesta áherslu á menntamál og fjármálamarkaði með það að markmiði að geta raunverulega látið til sín taka á þessu sviði. Þegar litið var til menntamála sagði viðmælandi okkar að stefna bankans í málefnum sem snúa að menntamálum „sé alveg gríðarlega mikilvæg fyrir framgang samfélagsins, þjóðfélagsins og heimsins“ Hann bætti við að það er sérlega mikilvægt „að vera með vel menntaða einstaklinga, sama á hvaða sviði það er” (Viðmælandi banka D, 2021).

Bankinn er virkur í greinaskrifum og heldur hádegisfundi til að virkja umræðu um fjármálamarkaði og leitast þannig við að fræða fólk um hvernig fjármálamarkaðir virka, og á það ekki síst við um áhuga bankans á málefnum sem snúa að samfélagsábyrgð og mikilvægi þess að þessir þættir gangi í takt. Viðmælandi banka D greindi frá því að við vinnu þeirra að stefnu bankans um samfélagsábyrgð var augljóst að þekking og reynsla þeirra innanhúss í fjármálageiranum er gríðarleg og þar sem fjármálamarkaðurinn er stór hluti af samfélaginu tók bankinn ákvörðun um að einblína á hann í stefnu sinni: „Fjármálamarkaðurinn er ekki að virka það sést nú í hruninu, þá náttúrulega gengur hagkerfið ekkert” (Viðmælandi banka D, 2021).

Viðskiptavinir

Viðmælandi banka D greindi frá því að mikil krafa er frá lífeyrissjóðunum um að takast á við samfélagsábyrgð: „Ef lífeyrissjóðirnir ætla sér að fjárfesta eru þeir með miklar kröfur

sem þarf að uppfylla, en þetta er partur af þeirra nýju fjárfestingarstefnu. Engu að síður er krafa um samfélagsábyrgð frá almennum fjárfestum.” (Viðmælandi banka D, 2021).

Einnig ræddi viðmælandi banka D um upplifun sína og að það sé meiri áhugi til staðar hjá eldra fólki en búist var við.

Umræður

Markmið þessarar rannsóknar var að komast að niðurstöðu varðandi tvær rannsóknarspurningar sem lagðar voru fram, spurningarnar eiga við um samfélagsábyrgð innan íslensku viðskiptabankanna. Hér verður leitast við að svara þeim:

RS1 - Hvernig og með hvaða hætti hafa íslensku bankarnir innleitt Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna í starfsemi, stefnu og ímynd sína?

Í rannsókn okkar komumst við að því að þrjár af fjórum íslensku bönkunum sem rannsakaðir voru hafa innleitt Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna inn í sína stefnu, allt frá þremur í sex markmið af þeim sautján sem lögð eru til grundvallar (Heimsmarkmiðin, e.d.). Það kom þó í ljós að Heimsmarkmiðin lögðu engan grundvöll fyrir stefnur bankanna heldur hafa þau veitt bönkunum stuðning við þeirra stefnumyndun. Bankarnir sem höfðu innleitt Heimsmarkmiðin í stefnu sína voru sammála um að Heimsmarkmiðin hefðu hjálpað þeim við ákvörðun þeirra á því hvaða áherslur þeir vilja einblína á, hvaða stefnum þeir vilja skerpa á og hvaða stefnur þeir ætla ekki að innleiða í sína starfsemi. Bankarnir hafa tileinkað sér þau Heimsmarkmið sem best eiga við þeirra starfsemi og þeirra fyrirfram birtu og mótuðu stefnu. Heimsmarkmiðin hafa því verið mikill stuðningur fyrir bankana í því samhengi að þeirra áherslur eru tengdar við Heimsmarkmiðin og þar sem þau eru bæði virt og skiljanleg auka þau almennan skilning á stefnu bankanna og réttlæta einnig áherslur bankanna í þeirra stefnu.

Heimsmarkmiðin hafa því meðal annars stutt við bankana í því samhengi að þeir sem ekki eru vel kunnugir samfélagsábyrgð fyrirtækja og stefnum þeirra er gert kleift að átta sig betur á áherslum þegar kemur að samfélagsábyrgð. Bankarnir hafa því ekki innleitt Heimsmarkmið inn í sína stefnu einungis af þeirri ástæðu að markmiðið sé Heimsmarkmið þegar markmiðið á ekki endilega við starfsemina. Bankarnir hafa þá valið sér Heimsmarkmið sem þeir telja ríma best við stefnur þeirra og skerpa þar af leiðandi á því sem þeir eru nú þegar að gera. Þá hafa Heimsmarkmiðin hjálpað til við greiningu á stefnu bankans og aðalatriðum samfélagsábyrgðar. Tilgangur Heimsmarkmiðanna er að skapa leiðarvísi fyrir aðila á sinni vegferð að samfélagsábyrgari starfsemi (Heimsmarkmiðin, e.d.). Með rannsókn okkar komumst við að þeirri niðurstöðu að bankarnir notast við Heimsmarkmiðin á þann hátt sem þau eru ætluð.

Niðurstöður rannsóknarinnar leiddu í ljós að bankarnir eiga það til að velja sér ákveðin Heimsmarkmið til að innleiða í sína stefnu um samfélagsábyrgð. Ástæðan fyrir því er að innleiða markmið sem passa inn í rekstur fyrirtækisins og því getur bankinn haft meiri áhrif á þætti sem snúa að þeim markmiðum. Áhugavert var að sömu markmið áttu það til að koma upp

hjá bönkunum. Annars vegar má nefna að allir bankarnir hafa innleitt markmið númer fimm sem snýr að jafnrétti kynjanna og hins vegar markmið númer þrettán sem snýr að aðgerðum í loftslagsmálum (Heimsmarkmiðin, e.d.). Markmið um nýsköpun og uppbyggingu og markmið um góða atvinnu og hagvöxt komu einnig upp oftar en einu sinni. Okkar skýring á þessu er að allir bankarnir fara eftir UFS leiðbeiningunum, markmiðin sem komu upp er öll hægt að laga að Heimsmarkmiðunum og má þá álykta að UFS leiðbeiningarnar og Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna séu að einhverju leyti skyld (Heimsmarkmiðin, e.d.; Viðskiptaráð Íslands, 2020).

RS2 - Að hvaða leyti telja íslenskir viðskiptabankar að skýr stefna um samfélagsábyrgð innan bankans sé mikilvæg?

Allir bankarnir hafa innleitt skýra stefnu um samfélagsábyrgð í rekstur sinn að einhverju leyti. Rannsóknin leiddi í ljós að stjórnendur meta samfélagsábyrgð eigin fyrirtækis mikilvægan þátt í starfsemi sinni sem og annarra fyrirtækja sem þeir eiga í viðskiptum við. Mikilvægi þess að bankar séu ekki einungis með stefnu heldur einnig mælanleg markmið til að geta greint raunverulegan árangur er áberandi innan þeirra banka sem um er rætt. Ástæða fyrir stefnu um samfélagsábyrgð innan íslensku viðskiptabankanna er margþætt og snýr almennt að þrýstingi frá hagsmunaaðilum sem og aukinni arðsemi, þar sem samfélagsábyrgð getur stuðlað að auknum fjárhagslegum ávinningi (Shen o.fl., 2016). Niðurstöður þessarar rannsóknar leiddu í ljós svipaðar niðurstöður, eins og kom fram í viðtali við viðmælanda banka B að „bankinn er að fjármagna verkefni sem eru ekki bara samfélagslega góð heldur einnig arðbær” (Viðmælandi banka B, 2021).

Viðmælendur allra ofangreindra banka komu einnig inn á það að þar sem mikilvægi samfélagsábyrgðar hefur aukist gríðarlega á undanförunum árum er í raun ekkert annað val en að leggja sitt af mörkum hvað samfélagsábyrgð varðar. Fræðin styðja við niðurstöður viðtalanna en viðmælendur bankanna töluðu um að í raun væri orðið ófyrirgefanlegt að huga ekki að samfélagsábyrgð í starfi og stefnumótun bankanna (Maignan o.fl., 1999; Young og Marais, 2012). Hjá viðmælendum kom fram að til að bankarnir væru samkeppnishæfir þyrftu þeir einfaldlega að fylgja þeirri stöðugu þróun sem orðið hefur á stuttu tíma og mun halda áfram varðandi samfélagsábyrgð. Viðmælendur bankanna töldu skýra stefnu um samfélagsábyrgð mikilvæga fyrir raunverulegan árangur þar sem þeir líta ekki á samfélagsábyrgð einungis sem markaðsaðgerð eins og áður var algengt að sögn viðmælanda banka C.

Í rannsókn okkar kom fram að bankarnir leggja ekki einungis áherslu á að samfélagsábyrgð sé til staðar innan fyrirtækis heldur telja þeir ekki síður mikilvægt að hafa jákvæð samfélagsleg áhrif út á við. Þá nefndi viðmælandi banka B að sem eitt stærsta fyrirtæki á Íslandi gæti bankinn sett þá kröfu á viðskiptavinum, birgja, og í raun alla þá aðila sem viðkoma kaupum bankans á vörum og þjónustu að þeir hagi sinni starfsemi ekki þvert á stefnu bankans. Með slíkum kröfum eða tilmælum er bankinn að stuðla að jákvæðum áhrifum á viðskiptavinum sína sem og birgja og þar með að auka jákvæð samfélagsleg áhrif.

Þrýstingur

Þrýstingur á að innleiða stefnu um samfélagsábyrgð er margþættur, en rannsakendur spurðu viðmælendur um áhuga viðskiptavina þeirra og svörin voru margvísleg. Þrýstingur kemur að innan sem og að utan. Tveir af þeim fjórum viðmælendum sem rætt var við nefndu það hversu fljótt þessi þróun ætti sér stað, en voru sammála um að sú þróun væri af því góða. Einnig leiddi rannsóknin í ljós að færst hefur í aukana að eldra fólk hugi að samfélagsábyrgð bankanna.

Þrýstingur utan frá, þ.e.a.s. frá ytri hagsmunaaðilum, kemur meðal annars frá fjárfestum, samfélaginu, stjórnvöldum og viðskiptavinum (Fijałkowska o.fl., 2017). Viðmælendur bankanna nefndu þá einnig aukinn þrýsting sem á sér nú stað, þá einkum frá fjárfestum og lífeyrissjóðum, en nú hafa lífeyrissjóðirnir tekið upp nýja fjárfestingastefnu sem felur í sér gríðarlegar kröfur varðandi samfélagsábyrgð sem fyrirtæki þurfa að uppfylla áður en fjárfesting á sér stað.

Einnig nefna viðmælendur bankanna sem um er rætt að kröfur frá viðskiptavinum hafi aukist undanfarin ár, líkt og viðmælandi banka B sagði: „Það eru fleiri og fleiri viðskiptavinir sem vilja vera hjá banka sem sýnir samfélagsábyrgð” (Viðmælandi banka B, 2021), svo það er greinilega þrýstingur frá samfélaginu eftir sýnileika samfélagsábyrgðar og grænum fjárfestingarmöguleikum og lánveitingum. Viðmælendur bankanna taka það einnig skýrt fram að þeir finni fyrir því að unga kynslóðin geri meiri kröfur en áður hefur verið um samfélagsábyrgð þeirra fyrirtækja sem hún stundar viðskipti við. Eins og viðmælandi banka C nefndi þá, „er gríðarlega stór hópur að koma inn sem viðskiptavinir bankanna sem leggur yfirburða meiri áherslu á samfélagsábyrgð fyrirtækja en áður” (Viðmælandi banka C, 2021) Því er ljóst að bankarnir hafa fundið fyrir vitundarvakningu meðal almennings, þá sérstaklega meðal ungu kynslóðarinnar en þá telja bankarnir að sú kynslóð geti haft mikil áhrif á eldri kynslóðirnar með aukinni umræðu um samfélagsábyrgð.

Innri þrýstingur kemur frá stjórnarnefnd, starfsfólki og hluthöfum (Fijałkowska o.fl., 2017). Í stefnumótunarvinnu bankanna sem rætt var við, er starfsfólk ávallt hluti af mótun og áherslugreiningu í stefnu bankans um samfélagsábyrgð. En einn viðmælandi mælti svo að „við viljum fá fólk til okkar sem brennur fyrir þessum málum” (viðmælandi banka B, 2021) . Hluthafar og stjórnvöld krefjast einnig ítarlegrar greiningar í ófjárhagslega kafla ársreikninga bankanna.

Fjárhagslegur ávinningur

Fjárhagslegur ávinningur er einnig hvati að gerð stefnu um samfélagsábyrgð bankanna, en niðurstöður rannsóknarinnar gefa til kynna að samfélagsábyrgð virðist hafa áhrif á velgengni þeirra. Í fyrsta lagi er, að sögn viðmælanda B, sérlega mikilvægt fyrir banka að vera samfélagsábyrgir, en samkvæmt niðurstöðu þessarar rannsóknar þá voru viðmælendur almennt sammála um að þeir bankar sem tileinka sér samfélagsábyrgð væru líklegri til að efla samkeppnishæfni sína. Sem dæmi má nefna hafa bankarnir verið að upplifa það að fá græn skuldabréf á betri kjörum en almenn skuldabréf (Landsbankinn, 2021b). Einnig sýna fjárfestar áhuga á grænum verkefnum bankans, þ.e. þeir sem hafa ekki verið að fjárfesta í tilteknum bönkum áður og þar af leiðandi myndast stærri markhópur sem hægt er að ná til.

Viðmælendur voru sammála því að það sé mjög mikilvægt fyrir bankann að innleiða skýra stefnu um samfélagsábyrgð. Bankarnir hafa tilhneigingu til að leggja áherslu á nokkur aðalmarkmið innan samfélagsmála þeirra, þar sem samfélagsábyrgð er breytt hugtak og mikið til að snerta á. En samkvæmt niðurstöðum rannsóknarinnar kom það fram að skýr stefna um samfélagsábyrgð er mikilvæg að því leyti að án skýrrar stefnu um samfélagsábyrgð og eftirfylgni hennar er í raun enginn starfsgrundvöllur fyrir fyrirtækið þar sem það er ekki samkeppnishæft. Mikilvægi felst einnig í að samfélagsábyrgt vöruframboð bankanna er ekki síður arðbært (Shen o.fl., 2016). Viðmælendur bankanna nefndu einnig mikilvægi þess að stefnan sé skrifleg og því hægt að vitna í hana því með veltu starfsmanna er hægt að komast hjá því að breytingar verði á stefnu bankans um samfélagsábyrgð, þá er alltaf hægt að vitna í skriflegu stefnuna sem stjórnin innan bankans hefur samþykkt.

Takmarkanir í rannsókn

Það eru nokkur atriði sem geta haft áhrif á rannsókn okkar sem gera skal grein fyrir. Þar sem um er að ræða fáa viðmælendur og einungis eigindlega rannsókn er ekki hægt að fullyrða að niðurstöður rannsóknarinnar séu algildar. Eins má athuga að þar sem við töluðum aðeins við einn til tvo viðmælendur hjá hverju fyrirtæki fáum við aðeins þeirra sýn á fyrirtækið

og aðgerðir í garð samfélagsábyrgðar. Auk þess má nefna að fáir viðmælendur geta leitt til þess að þeir finni fyrir þeirri pressu að sýna fyrirtækið í góðu ljósi. Viðtölin fóru fram í gegnum fjárfundarbúnað, en margir eru óvanir þeim búnaði, það má því ætla að það gæti haft áhrif á svör viðmælanda. Þar sem mikil samkeppni ríkir á milli fyrirtækjanna og þar sem fyrirtækin geta auðveldlega séð hverja við munum tala við vegna lítills markaðar á Íslandi getur samkeppnin milli fyrirtækjanna haft áhrif á heiðarleika svaranna.

Frankvæma mætti frekari rannsókn á viðhorfi viðskiptavina til samfélagsábyrgð bankanna þar sem bankarnir hafa ekki gert neina mælanlega rannsókn á þrýstingi frá hagaðilum, væri frekari rannsókn á honum áhugaverð.

Hvað hefur breyst síðan í byrjun ársins 2020?

Eins og kom fram í viðtali við viðmælanda í banka D þar sem hann sagði: „Ef þú kemur til mín eftir ár og spyrð mig sömu spurninga þá held ég að svarið hjá mér verði annað” er ljóst að rannsóknir á samfélagsábyrgð eiga áfram rétt á sér því þróun viðfangsefnisins breytist í takt við samfélagsþróun, rannsóknir og tíðaranda. Má þar nefna að Covid-19 faraldurinn hefur ýtt undir samfélagsábyrgð (He og Harris, 2020), en mikil vitundarvakning hefur orðið seinustu mánuði í samfélagsábyrgri hugsun.

Íslandsbanki var fyrsti bankinn hérlendis til að gefa út græn skuldabréf í nóvember 2020 að fjárhæð 2,7 milljarða íslenskra króna til fimm ára og voru bréfin seld til breiðs hóps fjárfesta í lokuðu útboði bankans. Grænum skuldabréfum er ætlað að hafa jákvæð samfélagsleg áhrif, svo sem með fjármögnun verkefna sem draga úr áhrifum loftslagsbreytinga (Íslandsbanki, 2020). Landsbankinn fylgdi Íslandsbanka eftir því í febrúar 2021 gaf Landsbankinn út sín fyrstu grænu skuldabréf að fjárhæð 300 milljóna evra til rúmlega fjögurra ára og voru vextir bréfanna þeir lægstu sem bankinn hefur fjármagnað sig á. Bréfin voru seld á erlendum markaði og náðu til breiðs sérhæfðs hóps fjárfesta (Landsbankinn, 2021b). Í rannsókn okkar kom fram að þrátt fyrir háan kostnað og mikla vinnu eru grænu skuldabréfin á betri kjörum en hefðbundin skuldabréf þar sem aukinn hópur fjárfesta sýnir bankanum áhuga vegna útgáfu á grænum skuldabréfum sem gerir bankanum kleift að keyra vexti grænu bréfanna niður.

Útgáfa grænna skuldabréfa er skref í rétta átt að jákvæðri þróun og uppbyggingu íslensks fjármálamarkaðar (Íslandsbanki, 2020). Við teljum að þróun skuldabréfa verði enn frekar í þessa átt, þar sem við túlkum í viðtölum okkar við viðmælendur í íslensku bönkunum að hópur ábyrgra fjárfesta fer vaxandi á komandi árum og útgáfa grænna skuldabréfa er arðbær kostur fyrir banka.

Lokaorð

Í þessari ritgerð var rannsakað hvort, hvernig og með hvaða hætti íslensku bankarnir hafa innleitt Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna í starfsemi, stefnu og ímynd sína og að hvaða leyti íslenskir viðskiptabankar telji að skýr stefna um samfélagsábyrgð innan bankans sé mikilvæg. Í rannsókn okkar komumst við að þeirri niðurstöðu að skýr stefna um samfélagsábyrgð hefur mikil áhrif á rekstur banka á Íslandi. Einnig kom fram að viðmælendur bankanna töldu að í faraldrinum Covid-19 hafi orðið mikil vitundarvakning meðal almennings hvað varðar samfélagsábyrgð. Áhersla á samfélagsábyrgð meðal fyrirtækja hefur aukist gríðarlega á undanförunum árum og mun mjög líklega aukast á næstu árum þar sem ljóst er orðið hve gríðarlega mikilvægt að sýna ábyrgð á þessu sviði. Því var áhugi okkar mikill á því að gera rannsókn um stöðu samfélagsábyrgðar innan íslensku bankanna þar sem stöðug þróun á sér stað og mikilvægt er að fylgjast vel með að hverju sinni.

Það var aðeins einn banki af þeim fjórum sem rannsóknin beindist að sem ekki hafði með skipulögðum hætti innleitt Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna í stefnu sína um samfélagsábyrgð. Þó höfðu allir bankarnir kynnt sér markmiðin með einhverjum hætti og haft þau til hliðsjónar við gerð stefnu sinnar um samfélagsábyrgð. Markmiðin *menntun fyrir alla, jafnrétti kynjanna, sjálfbær orka, góð atvinna og hagvöxtur, nýsköpun og uppbygging, ábyrg neysla og framleiðsla og aðgerðir í loftslagsmálum* voru þau markmið sem komu upp við rannsókn okkar. Þannig er ljóst að bankarnir hafa tilhneigingu til að tileinka sér sömu markmiðin í stefnur sínar um samfélagsábyrgð. Viðmælendur bankanna voru flestir á því máli að innleiðsla Heimsmarkmiðanna veitti stuðning við þeirra stefnumyndun frekar en tilgang.

Niðurstöður rannsóknarinnar gefa til kynna að allir bankarnir eru á sama máli um að skýr stefna sé lykilatriði fyrir starfsemi bankanna. Ástæða fyrir innleiðingu stefnu bankanna um samfélagsábyrgð er margþætt. Niðurstöður rannsóknar leiddu í ljós að helsti hvati bankanna við stefnugerð á þessu sviði skiptist gróflega í þrýsting og fjárhagslegan ávinning. Áberandi var að banki telst ekki samkeppnishæfur samkvæmt viðmælendum bankanna ef ekki er skýr stefna um samfélagsábyrgð. Skýr stefna um samfélagsábyrgð stuðlar að arðbærri starfsemi sem er í sífelldri þróun.

Rannsókn þessi staðfesti það fyrir rannsakendum að samfélagsábyrgð er í stöðugri þróun og það sem telst samfélagslega ábyrgt í dag gæti hugsanlega ekki talist vera það eftir nokkur ár, líkt og viðmælendur bentu rannsakendum á í viðtölum. Því er alltaf rúm fyrir rannsóknir sem varpa ljósi á þetta mikilvæga efni að mati rannsakenda. Þannig gæti verið áhugavert að kanna hug viðskiptavina bankanna til stefnu þeirra og framkvæmdar varðandi samfélagssábyrgð og hvort það hefur áhrif á við hvaða banka fólk velur til að stunda viðskipti sín.

Heimildir

- Arionbanki. (e.d.-a). *Sjálfbærni*. Sótt 5. maí 2021, af <https://www.arionbanki.is/bankinn/starfsemi/sjalfbaerni/>
- Arionbanki. (e.d.-b). *Stefna Arion banka*. Sótt 5. maí 2021, af <https://www.arionbanki.is/bankinn/starfsemi/stefna/>
- Arionbanki. (2021). *Ábyrg bankastarfsemi*. Árs- og samfélagsskýrsla 2020. <https://arsskyrsla2020.arionbanki.is/islenska/samfelag-og-umhverfi/abyrg-bankastarfsemi/>
- Avrampou, A., Skouloudis, A., Iliopoulos, G. og Khan, N. (2019). Advancing the sustainable development goals: Evidence from leading European banks. *Sustainable Development*, 27(4), 743–757. <https://doi.org/10.1002/sd.1938>
- Baxter, P. og Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544–559.
- Bondy, K. og Starkey, K. (2014). The dilemmas of internationalization: Corporate social responsibility in the multinational corporation. *British Journal of Management*, 25(1), 4–22. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2012.00840.x>
- Carroll, A. B. og Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Cramer, A. (2011, 19. apríl). *CSR in the boardroom: The board's role in advancing sustainability*. BSR. <https://www.bsr.org/en/our-insights/blog-view/csr-in-the-boardroom-the-boards-role-in-advancing-sustainability>
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (4. útg.). Pearson.

Creswell, J. W. og Poth, C. N. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2. útg.). Sage.

Dell'Atti, S., Trotta, A., Iannuzzi, A. P. og Demaria, F. (2017). Corporate social responsibility engagement as a determinant of bank reputation: An empirical analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(6), 589–605.
<https://doi.org/10.1002/csr.1430>

Fatma, M. og Rahman, Z. (2016). The CSR's influence on customer responses in Indian banking sector. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 49–57.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.11.008>

Festa. (e.d.-a). *Festa*. Samfélagsábyrgð. Sótt 5. maí 2021, af <https://samfelagsabyrgd.is/>

Festa. (e.d.-b). *Leiðarvísir*. Samfélagsábyrgð. Sótt 5. maí 2021, af <https://samfelagsabyrgd.is/verkefningin/leidarvísir/>

Festa. (e.d.-c). *Sjálfbærni*. Samfélagsábyrgð. Sótt 5. maí 2021, af <https://samfelagsabyrgd.is/samfelagsabyrgd>

Festa. (e.d.-d). *Um Festu*. Samfélagsábyrgð. Sótt 5. maí 2021, af <https://samfelagsabyrgd.is/festa/>

Félag Sameinuðu Þjóðanna. (2017, 19. desember). *Global Compact*. Félag Sameinuðu þjóðanna á Íslandi. <https://www.un.is/stadreyndir/global-compact/>

Fijałkowska, J., Zyznarska-Dworczak, B. og Garsztka, P. (2017). The relation between the CSR and the accounting information system data in Central and Eastern European (CEE) countries: The evidence of the Polish financial institutions. *Journal of Accounting and Management Information Systems*, 16(4), 490–521.
<https://doi.org/10.24818/jamis.2017.04004>

Fijałkowska, J., Zyznarska-Dworczak, B. og Garsztka, P. (2018). Corporate social-environmental performance versus financial performance of banks in central and

eastern European countries. *Sustainability*, 10(3), 772.

<https://doi.org/10.3390/su10030772>

Fjármálaeftirlitið. (2019). *Ársskýrsla Fjármálaeftirlitsins 2019*.

<https://www.fme.is/media/utgefid-efni/Arsskyrsla-FME-04062019.pdf>

Freeman, E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.

Freeman, E. og Phillips, R. (2002). Stakeholder theory: A libertarian defense. *Business Ethics Quarterly*, 12(3), 331–349. <https://doi.org/10.2139/ssrn.263514>

Friedman, M. (1970, 13. september). A Friedman doctrine: The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times*.

<https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>

Gangi, F., Meles, A., D'Angelo, E. og Daniele, L. M. (2019). Sustainable development and corporate governance in the financial system: Are environmentally friendly banks less risky? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(3), 529–547. <https://doi.org/10.1002/csr.1699>

Global Reporting Initiative. (e.d.). *Our mission and history*. Sótt 5. maí 2021, af

<https://www.globalreporting.org/about-gri/mission-history/>

He, H. og Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*, 116, 176–182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>

Heemskerk, B., Pistorio, P. og Scicluna, M. (2002). *Sustainable development reporting: Striking the balance*. World Business Council for Sustainable Development.

http://wbcsdservers.org/wbcsdpublications/cd_files/datas/financial_capital/reporting_investment/pdf/SustainableDevReporting-Striking-the-balance.pdf

Heimsmarkmiðin. (e.d.). *Heimsmarkmiðin*. Sótt 5. maí 2021, af

<https://www.heimsmarkmidin.is/forsida/heimsmarkmidin/>

Henry Alexander Henrysson. (2021, 10. mars). *Hvað er samfélagsábyrgð? Vísindavefurinn*.

<http://www.visindavefur.is/svar.php?id=76745>

IcelandSIF. (e.d.-a). *Um IcelandSIF*. Sótt 5. maí 2021, af [http://www.icelandsif.is/iceland-](http://www.icelandsif.is/iceland-sif/um-iceland-sif/)

[sif/um-iceland-sif/](http://www.icelandsif.is/iceland-sif/um-iceland-sif/)

IcelandSIF. (e.d.-b). *Um meðlimi*. Sótt 5. maí 2021, af

<http://www.icelandsif.is/me%C3%B0limir/um-me%C3%B0limi/>

ISO 26000 an introduction. (2010). ISO 26000. [https://iso26000.info/iso-26000-an-](https://iso26000.info/iso-26000-an-introduction/)

[introduction/](https://iso26000.info/iso-26000-an-introduction/)

Íslandsbanki. (e.d.-a). *Sagan*. Sótt 5. maí 2021, af [https://www.islandsbanki.is/is/grein/saga-](https://www.islandsbanki.is/is/grein/saga-bankans)

[bankans](https://www.islandsbanki.is/is/grein/saga-bankans)

Íslandsbanki. (e.d.-b). *Sjálfbærnisstefna og markmið*. Sótt 5. maí 2021, af

<https://www.islandsbanki.is/is/vara/bankinn/sjalfbaernistefna-samfelagsleg-abyrgd>

Íslandsbanki. (e.d.-c). *Stefnur, reglur og verklag*. Sótt 9. maí 2021, af

<https://www.islandsbanki.is/is/flokkur/bankinn/stefnur>

Íslandsbanki. (2017). *Samfélagsskýrsla Íslandsbanka*. [https://islandsbanki-](https://islandsbanki-res.cloudinary.com/image/upload/v1/documents/ISB_Samfelagsskyrsla-2017.pdf)

[res.cloudinary.com/image/upload/v1/documents/ISB_Samfelagsskyrsla-2017.pdf](https://islandsbanki-res.cloudinary.com/image/upload/v1/documents/ISB_Samfelagsskyrsla-2017.pdf)

Íslandsbanki. (2020, 19. nóvember). *Íslandsbanki gefur út fyrstu grænu skuldabréfaútgáfu*

íslensks banka. [https://www.islandsbanki.is/is/frett/islandsbanki-gefur-ut-fyrstu-](https://www.islandsbanki.is/is/frett/islandsbanki-gefur-ut-fyrstu-graenu-skuldabrefautgafu-islensks-banka)

[graenu-skuldabrefautgafu-islensks-banka](https://www.islandsbanki.is/is/frett/islandsbanki-gefur-ut-fyrstu-graenu-skuldabrefautgafu-islensks-banka)

ÍST EN ISO 26000:2020 (íslensk þýðing). (2020). Íslenskir staðlar.

<https://www.stadlar.is/stadlabudin/vara/?ProductName=prEN-ISO-26000>

Jeucken, M. H. A. og Bouma, J. J. (1999). The changing environment of banks. *Greener*

Management International, 27, 2136.

- Kvika. (e.d.-a). *Fjarfestingar og viðskiptahaettir*. Sótt 5. maí 2021, af <https://www.kvika.is/samfelagsabyrgd/fjarfestingar-og-vidskiptahaettir>
- Kvika. (e.d.-b). *Kvika: Sérhæfð fjármálaþjónusta fyrir athafnafólk og fyrirtæki*. Sótt 5. maí 2021, af <https://www.kvika.is/>
- Kvika. (e.d.-c). *Mannauður*. Sótt 5. maí 2021, af <https://www.kvika.is/samfelagsabyrgd/mannaudur>
- Kvika. (e.d.-d). *Samfélagið*. Sótt 5. maí 2021, af <https://www.kvika.is/samfelagsabyrgd/samfelagid>
- Kvika. (e.d.-e). *Samfélagsábyrgð*. Sótt 5. maí 2021, af <https://www.kvika.is/samfelagsabyrgd>
- Kvika. (e.d.-f). *Umhverfið*. Sótt 5. maí 2021, af <https://www.kvika.is/samfelagsabyrgd/umhverfid>
- Kvika. (2020). *Samfélagsstefna*. <https://www.kvika.is/asset/4121/samfelagsstefna-kviku-oktober-2020.pdf>
- Landsbankinn. (e.d.). *Stefna og skipulag*. Sótt 5. maí 2021, af <https://www.landsbankinn.is/bankinn/um-bankann/stefna-og-skipulag>
- Landsbankinn. (2020). *Hagsmunaaðilar*. Samfélagsskýrsla Landsbankans 2019. <https://samfelagsskyrsla2019.landsbankinn.is/samfelagsskyrsla-landsbankans-2019/alitamal-og-samstarf/hagsmunaadilar/>
- Landsbankinn. (2021a). *Sjálfbærnistefna*. <https://arsskyrsla.landsbankinn.is/sjalfbaerni/sjalfbaernistefna>
- Landsbankinn. (2021b, 18. febrúar). *Landsbankinn gefur út græn skuldabréf í evrum*. <https://www.landsbankinn.is/bankinn/fjarfestatengsl/frettir/landsbankinn-gefur-ut-graen-skuldabref-i-evrum>
- Levitt, H. M. (2018). Journal article reporting standards for qualitative primary, qualitative meta-analytic, and mixed methods research in psychology: The APA Publications and

- Communications Board task force report. *American Psychologist*, 73(1), 26.
<https://doi.org/10.1037/amp0000151>
- Lewis, B. (2020, 27. nóvember). *10 years of ISO 26000 leading social responsibility*. ISO.
<https://www.iso.org/cms/render/live/en/sites/isoorg/contents/news/2020/11/Ref2599.html>
- Maignan, I., Ferrell, O. C. og Hult, G. T. M. (1999). Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(4), 455. <https://doi.org/10.1177/0092070399274005>
- Marshall, M. N. (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice*, 13(6), 522–526.
<https://doi.org/10.1093/fampra/13.6.522>
- Nasdaq. (2019). *ESG reporting guide: A support resource for companies*.
<https://www.nasdaq.com/docs/2019/11/26/2019-ESG-Reporting-Guide.pdf>
- Oh, S., Hong, A. og Hwang, J. (2017). An analysis of CSR on firm financial performance in stakeholder perspectives. *Sustainability*, 9(6), 1023.
<https://doi.org/10.3390/su9061023>
- Páll Harðarson. (e.d.). *ESG leiðbeiningar Kauphallarinnar*. IcelandSIF. Sótt 5. maí 2021, af <https://www.icelandsif.is/%C3%A1byrgar-fj%C3%A1rfestingar/greinar/esg-leidbeiningar-kauphallarinnar/>
- Páll Hreinsson, Sigríður Benediktsdóttir, og Tryggvi Gunnarsson (ritstj.). (2010). *Aðdragandi og orsakir falls íslensku bankanna 2008 og tengdir atburðir*. Rannsóknarnefnd Alþingis. <https://www.rna.is/eldri-nefndir/addragandi-og-orsakir-falls-islensku-bankanna-2008/skyrsla-nefndarinnar/>
- Reitun. (e.d.). *UFS áhættumöt*. Sótt 5. maí 2021, af http://reitun.is/bond_issuers/
- Sawhney, V. (2017). A GAP analysis of expectations and performance of conservation practices at Mubarak Mandi Heritage Complex (MMHC): An application of

stakeholder theory. *Management Today*, 7(4), 230–241.

<https://doi.org/10.11127/gmt.2017.12.06>

Shen, C.-H., Wu, M.-W., Chen, T.-H. og Fang, H. (2016). To engage or not to engage in corporate social responsibility: Empirical evidence from global banking sector.

Economic Modelling, 55, 207–225. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2016.02.007>

Smith, H. J. (2003). The shareholders vs. stakeholders debate. *MIT Sloan Management*

Review, 44(4), 85–90.

Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Sage.

Strauss, A. og Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. Sage.

UN Global Compact. (e.d.-a). *Our mission*. Sótt 5. maí 2021, af

<https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission>

UN Global Compact. (e.d.-b). *Our participants*. Sótt 5. maí 2021, af

[https://www.unglobalcompact.org/what-is-](https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?utf8=%E2%9C%93&search%5Bkeywords%5D=&search%5Bcountries%5D%5B%5D=90&search%5Bper_page%5D=50&search%5Bsort_field%5D=&search%5Bsort_direction%5D=asc)

[gc/participants/search?utf8=%E2%9C%93&search%5Bkeywords%5D=&search%5Bcountries%5D%5B%5D=90&search%5Bper_page%5D=50&search%5Bsort_field%5D=&search%5Bsort_direction%5D=asc](https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?utf8=%E2%9C%93&search%5Bkeywords%5D=&search%5Bcountries%5D%5B%5D=90&search%5Bper_page%5D=50&search%5Bsort_field%5D=&search%5Bsort_direction%5D=asc)

UN Global Compact. (e.d.-c). *Search*. Sótt 5. maí 2021, af

[https://www.unglobalcompact.org/search?utf8=%E2%9C%93&search%5Btype%5D=all&search%5Bkeywords%5D=+](https://www.unglobalcompact.org/search?utf8=%E2%9C%93&search%5Btype%5D=all&search%5Bkeywords%5D=)

UN Global Compact. (e.d.-d). *The ten principles of the UN Global Compact*. Sótt 5. maí

2021, af <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

Viðskiptaráð Íslands. (2020, 14. febrúar). *UFS leiðbeiningar gefnar út á íslensku*.

<https://www.vi.is/skyrslur/ufs-leidbeiningar-gefnar-ut>

- Weber, O. (2005). Sustainability benchmarking of European banks and financial service organizations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 12(2), 73–87. <https://doi.org/10.1002/csr.77>
- Wettstein, F. (2009). Beyond voluntariness, beyond CSR: Making a case for human rights and justice. *Business and Society Review*, 114(1), 125–152. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8594.2009.00338.x>
- Wiele, T., Kok, P., McKenna, R. og Brown, A. (2001). A corporate social responsibility audit within a quality management framework. *Journal of Business Ethics*, 31, 285–297. <https://doi.org/10.1023/A:1010767001610>
- Young, S. og Marais, M. (2012). A multi-level perspective of CSR reporting: The implications of national institutions and industry risk characteristics. *Corporate Governance: An International Review*, 20(5), 432–450. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2012.00926.x>
- Þurfum skýran ásetning með gleði og festu í hjarta.* (2020, 28. febrúar). Fréttablaðið. <https://www.frettabladid.is/kynningar/urfum-skyran-asetning-me-glei-og-festu-i-hjarta/>

Viðauki A

Spurningalisti

1. Hver er staðan þín innan fyrirtækisins?
2. Er skýr stefna um samfélagslega ábyrgð innan fyrirtækisins sem þú vinnur hjá og að hvaða leyti eruð þið samfélagslega ábyrg?
3. Getur þú lýst fyrir okkur stefnu ykkar um samfélagslega ábyrgð?
4. Hversu mikilvægt er það fyrir bankann að hafa innleiddar stefnur um samfélagslega ábyrgð? Hvers vegna?
5. Hverjar eru grundvallaráherslur ykkar um samfélagslega ábyrgð?
6. Teljið þið samfélagsábyrgð hafa áhrif á velgengni fyrirtækisins? Ef já, að hvaða leyti?
7. Hvað finnst ykkur hafa breyst varðandi ykkar stefnu þegar kemur að samfélagslegri ábyrgð á seinustu árum?
8. Að hvaða leyti telur þú ykkar stefnu á samfélagslegri ábyrgð hafa áhrif á viðskiptavinum ykkar?
9. Teljið þið viðskiptavinum ykkar vera upplýstir um samfélagslega ábyrgð fyrirtækisins?
 - a. Ef já, hvaða aðferðum beitið þið til þess að upplýsa viðskiptavinum um ykkar stefnu?
 - b. Ef nei, af hverju hafið þið ekki upplýst viðskiptavinum betur um ykkar stefnu?
10. Að hvaða leyti hafi þið kynnt ykkur Heimsmarkmið Sameinuðu Þjóðanna?
11. Teljið þið Heimsmarkmið Sameinuðu Þjóðanna spila hlut í breytingu á ykkar stefnu þegar kemur að samfélagslegri ábyrgð á seinustu árum?
12. Hafi þið innleitt eitthvað af Heimsmarkmiðunum inn í ykkar samfélagsstefnu? Ef svo hver þeirra?