

Innhold

DEL I INTRODUKSJON 11

Kapittel 1. Hva er etikk for beslutningstakere? 13

Siri Granum Carson

- 1.1 Bokens grunnidé 13
- 1.2 Bokens oppbygning 14
- 1.3 Bokens kunnskapskilder 16

Kapittel 2. Organisasjoner som samfunnsaktører 18

Thomas Laudal

- 2.1 Innledning 18
- 2.2 Tre typer organisasjoner – tre roller som samfunnsaktører 18
- 2.3 Organisasjoner som samfunnsaktører 20
 - 2.3.1 Bedrifter som samfunnsaktører 20
 - 2.3.2 Interesseorganisasjoner som samfunnsaktører 22
 - 2.3.3 Offentlige organisasjoner som samfunnsaktører 24
 - 2.3.4 Hva skiller organisasjonstypene når det gjelder beslutningstakeres etiske valg? 25
 - 2.3.5 Oppsummering 25
- 2.4 Eksempler der alle tre organisasjonstyper har en viktig samfunnsrolle 26
 - 2.4.1 Trepertssamarbeidet ved tarifforhandlinger 26
 - 2.4.2 Eksportfremmende arbeid 27
- 2.5 Oppsummering 28

Kapittel 3. Beslutningstaker og beslutningsmodeller 31

Tom Skauge

- 3.1 Beslutningsmodeller for etikk og samfunnsansvar 32
- 3.2 Mål, målhierarki og verdier 35
- 3.3 Individuelle faktorer 37
- 3.4 Situasjon og omgivelser 38
- 3.5 Premissleverandør og dagsordensetting 42

- 3.6 Strategier for etikk og samfunnsansvar 46
- 3.7 Grenser for ansvarlig drift? 48
- 3.8 Typologi for mulig omfang av en virksomhets samfunnsansvar 50
- 3.9 Etisk beslutningstaking – begreper og fokus 52
- 3.10 Oppsummering 54

DEL II NÆRINGSLIVSETIKK 59

Kapittel 4. Etikk og moral i næringslivet 61

- 4.1 Hva er etikk og moral? 61
- 4.2 Er etikken relativ eller absolutt? 64
- 4.3 Etikk, rasjonalitet og egeninteresse 70
- 4.4 Oppsummering 72

Kapittel 5. Ethiske teorier for næringslivet 74

- 5.1 Størst mulig lykke for flest mulig. Konsekvensetikk for næringslivet 74
- 5.2 Interessenter som mål i seg selv. Pliktetikk for næringslivet 81
 - 5.2.1 Første formulering av moralloven 86
 - 5.2.2 Andre formulering av moralloven 88
- 5.3 Det gode (nærings)liv – Dygdsetikk for næringslivet 90
- 5.4 Næringslivets dialog – Diskursetikk for næringslivet 99
- 5.5 Båndene mellom bedrift og samfunn – Samfunnskontraktsteori for næringslivet 103
- 5.6 Oppsummering og avsluttende bemerkninger 107

Kapittel 6. Etisk navigasjon i næringslivet 111

- 6.1 Hva er etiske prinsipper? 111

- 6.2 Det formale likhetsprinsippet 113
- 6.3 Prinsippet om respekt for autonomi 114
- 6.4 Velgjørenhetsprinsippet 116
- 6.5 «Ikke skade»-prinsippet 119
- 6.6 Rettferdighetsprinsippet 122
- 6.7 Etske dilemmaer og moralsk dissonans 127
- 6.8 Etsk navigasjon: Kasuistikk for næringslivet 131
- 6.9 Oppsummering 136

DEL III VIRKSOMHETERS SAMFUNNS- ANSVAR 141

Kapittel 7. Virksomheters rolle i samfunnet 143

Siri Granum Carson

- 7.1 Har bedrifter et samfunnsansvar utover egen lønnsomhet? 144
- 7.2 Hva betyr ansvar? 150
- 7.3 Virksomheten som moralsk aktør 153
- 7.4 Virksomheten som samfunnsborger 157
- 7.5 Å skape felles verdier 162
- 7.6 Den psykopatiske bedriften 166
- 7.7 Internalisering av eksternaliteter 171
- 7.8 Oppsummering 175

Kapittel 8. Interessentteorien: Hvem svarer virksomheten for? 176

Siri Granum Carson

- 8.1 Hva er interessentteorien? 176
- 8.2 Hvem er bedriftens interessenter? 177
- 8.3 Interessentdialoger og partnerskap 180
- 8.4 En strategisk eller etisk teori? 183
- 8.5 Oppsummering 186

Kapittel 9. Bærekraft og den triple bunnlinjen 187

Siri Granum Carson

- 9.1 Hva er bærekraftig utvikling? 187
- 9.2 Bærekraftige virksomheter 188
- 9.3 De tre bunnlinjene 191
 - 9.3.1 People – Den sosiale bunnlinjen 191
 - 9.3.2 Planet – Den miljømessige bunnlinjen 191
 - 9.3.3 Profit – Den økonomiske bunnlinjen 191
- 9.4 Bærekraftsrapportering 192
 - 9.4.1 Sosial rapportering 193
 - 9.4.2 Miljørapportering 194
 - 9.4.3 Økonomisk bærekraftsrapportering 195
- 9.5 Svak og sterk bærekraft 196
- 9.6 Oppsummering 198

Kapittel 10. Virksomheters samfunnsansvar i den globale og i den norske konteksten 199

Siri Granum Carson

- 10.1 Samfunnsansvar i en globalisert økonomi 200
 - 10.1.1 Bedrifters samfunnsansvar og globalisering 200
 - 10.1.2 Aktivister og frivillige organisasjoners rolle 202
 - 10.1.3 Media og Internett 203
 - 10.1.4 Verdikjeder og endringer i arbeidsmarkedet 204
 - 10.1.5 Forbrukermakt 205
- 10.2 Virksomheters politiske samfunnsansvar 207
- 10.3 Virksomheters samfunnsansvar i USA og i Europa 209
- 10.4 Den ekspressive bedriften 211
- 10.5 Bedrifters samfunnsansvar i den norske konteksten 214
- 10.6 Oppsummering 218

DEL IV BESLUTNINGSTAKERENS HANDLINGSROM OG VERK- TØYKASSE 225

Kapittel 11. Etikens institusjoner 227

Tom Skauge

- 11.1 Institusjoner som bærere av verdi og mening 227
- 11.2 Scotts tre søyler for institusjoner 228
- 11.3 Institusjoner for etikk og samfunnsansvar 231
- 11.4 Ansatte 233
 - 11.4.1 Sosial dumping og minstelønn 235
 - 11.4.2 Helse, miljø og sikkerhet – HMS 238
- 11.5 Marked, kunder, brukere og konkurrenter 240
 - 11.5.1 Korrupsjon 244
 - 11.5.2 Perfekte marked eller perverterte marked 249
 - 11.6 Samfunnsansvar for tredje-part 251
 - 11.6.1 Ulikhet, moderne slaveri og miljøtrusselen 251
 - 11.6.2 Moderne slaveri 254
 - 11.6.3 Miljøtrusselen 255
- 11.7 Oppsummering 257
- 11.8 Vedlegg 263

Kapittel 12. Ekspertise, yrkesetikk og tillit 266

Tom Skauge

- 12.1 Yrker og profesjoner som bærere av etikk 268
- 12.2 Etske trusselbilder 273

- 12.3 Tillit, profesjoner og sosial bevegelser 277
 - 12.3.1 Hva gjør tillit? 280 ■ 12.3.2 Hva gjør mistillit? 284
- 12.4 Oppsummering 287
- 12.5 Vedlegg: AFR - Autorisasjonsordningen for finansielle rådgivere 290

Kapittel 13. Verktøykasse for etikk og samfunnsansvar 296

Tom Skauge

- 13.1 Virksomhetenes frivillige handlingsrepertoar for etikk og samfunnsansvar 297
- 13.2 Etske retningslinjer 299
- 13.3 Standarder uten tredjepartsverifikasjon 304
 - Standarder for samfunnsansvar 304 ■ Standarder for rapportering av samfunnsansvar 309
- 13.4 Tredjepartsverifikasjon. Revisjon og sertifisering 313
- 13.5 Merkeordninger 316
- 13.6 Åpenhet og hemmelighold 319
- 13.7 Lovkrav om integrert rapportering 321
- 13.8 Oppsummering 323
- Vedlegg 1 325

Kapittel 14. Etisk handlingsrom for bedrifter: Et strukturperspektiv på samfunnsansvar 332

Thomas Laudal

- 14.1 Innledning 332
- 14.2 Drivkrefter som kan forklare bedrifters samfunnsansvar 334
 - 14.2.1 Empati og miljøengasjement (idealisme) 334 ■ 14.2.2 Offentlig politikk og lovgivning (reguleringer) 338 ■ 14.2.3 Interessenter og opinionen (eksternt press) 340 ■ 14.2.4 Bedrifters kommersielle interesser (markedsstrategi) 340 ■ 14.2.5 Oppsummering av drivkrefter 343
- 14.3 Rollen bedriftens samfunnsansvar spiller i samfunnet 344
 - 14.3.1 Samfunnsansvar i et konstitusjonelt demokrati 344 ■ 14.3.2 Samfunnsansvar som en kobling mellom politikk og marked 346
- 14.4 Bedrifters etiske handlingsrom 347
 - 14.4.1 Institusjonelt press – teknologiske og sosiale begrensninger 348 ■ 14.4.2 Risikoen for forstyrrelser i verdikjeden bedriften er avhengig av 348 ■ 14.4.3 Legale og andre formelle begrensninger 350 ■ 14.4.4 Kunnskapsnivået og informasjonstilgang 350
- 14.5 Oppsummering 350

DEL V ETIKK OG SAMFUNNSANSVAR I PRAKSIS 353

Kapittel 15. Etisk handel og etisk forbruk 355

Norunn Kosberg

- 15.1 Hva er etisk handel? 355
- 15.2 Organisasjonsfrihet 357
- 15.3 Forbud mot tvangsarbeid 360
- 15.4 Barnearbeid 362
- 15.5 Forbud mot diskriminering 364
- 15.6 Trygge arbeidsforhold 366
- 15.7 Miljøansvar 369
- 15.8 Fair trade 370
- 15.9 Trender og utvikling 372
- 15.10 Oppsummering 375

Kapittel 16. Samfunnsansvarlige investeringer 378

Siri Granum Carson

- 16.1 Etikk og investeringer 378
- 16.2 Bakgrunn og utbredelse – fra USA til Norge 380
- 16.3 Filtrering 383
 - 16.2.1 Negativ filtrering 384 ■ 16.3.2 Positiv filtrering 386
- 16.4 Aktivt eierskap og aksjonæraktivisme 387
 - Lovgivning og aksjonærensengasjement 388
- 16.5 Samfunnsinvesteringer 389
- 16.6 Er samfunnsansvarlige investeringer lønnsomme? 391
 - Sivile aksjoner og aksjekurs 391
- 16.7 Effekten av samfunnsansvarlige investeringer 393
- 16.8 Oljefondets investeringer – vårt ansvar? 395
- 16.9 Oppsummering 400

Kapittel 17. Implementering av bedriftens samfunnsansvar 403

Siri Granum Carson

- 17.1 Fra ord til handling 403
- 17.2 Første skritt: Planlegging 407
- 17.3 Andre skritt: Interessentdialog 409
- 17.4 Tredje skritt: Rapportering 413
- 17.5 Fjerde skritt: Verifisering 416
- 17.6 Femte skritt: Oppfølging 418
- 17.7 Etikk som forretningsidé 420
- 17.8 Oppsummering 424

Sluttnoter 427

Figurer

Figur 3.1	Cranes og Mattens modell for etisk beslutningstaking	32
Figur 3.2	Kvalnes' navigasjonshjul	33
Figur 3.3	Idealtypisk fasemodell for beslutningstaking	34
Figur 3.4	Eksempel på målhierarki	35
Figur 3.5	Cranes og Mattens rammeverk for å forstå etisk beslutningstaking	36
Figur 3.6	Enkel verdikjede	43
Figur 3.7	Etikk i to ulike perspektiver på strategier etter Jacobsen og Torsvik (Jacobsen og Thorsvik 2007: 40)	47
Figur 3.8	Valgalternativer for en logistikkvirksomhet som vurderer et mindre negativt fotavtrykk i miljøet	49
Figur 3.9	Den tredelte bunnlinjen	51
Figur 3.10	Rettighetstap i arbeidslivet for 135 land imellom 1985 og 2002	53
Figur 7.1	CSR-triangelet	142
Figur 7.2	Carrolls CSR-pyramide	149
Figur 8.1	Interessantkart	178
Figur 8.2	Makt, legitimitet, hastverk	179
Figur 9.1	Triple bottom line	189
Figur 9.2	Økonomi som middel, ikke mål i seg selv	192
Figur 9.3	Bærekraft som tre sirkler inne i hverandre	198
Figur 11.1	Egenskaper ved Scotts tre søyler for institusjoner som sikrer legitimitet i en virksomhets omgivelser	230
Figur 11.2	Mellom interessentkrav, virksomheters frivillige tiltak for etikk og samfunnsansvar (CSR) og lovbasert regulering	233
Figur 11.3	Minstelønn i EU i 2012	237
Figur 11.4	Korrupsjon fører til avvik fra gode beslutninger	244
Figur 11.5	«Topp 10»-land i hemmeligholdsindeksen	250
Figur 11.6	«Topp 10»-land i hemmeligholdsindeksen	250
Figur 11.7	Andelen samlet inntekt i USA mellom 1920 og 2013 til de 1 prosent rikeste og 10 prosent rikeste	252
Figur 11.8	Andelen av total inntekt som tilfaller de 10 prosentene som har de høyeste inntektene i USA, Norge og Sverige Slik virker verdikjeden	253 254
Figur 11.9	Økning i CO ₂ -innholdet i luften globalt gjennomsnitt	256
Figur 11.10	Jorden er 0,74 grader varmere	257
Figur 11.11	Havet stiger. Siden 1880-årene har havet steget med ca. 22 cm, og vannstanden stiger nå med ca. 3 mm per år	257
Figur 12.1	Utdanningsforbundets etiske retningslinjer – grunnleggende verdier	272
Figur 12.2	Gottschalks forslag til hoved- og underkategorier for økonomisk kriminalitet	273

Figur 12.3	En sammenlikning av lærerstabens antagelser om etiske eller yrkesetiske utfordringer for studentene sine og svar fra tidligere studenter som var kommet i arbeid	276
Figur 12.4	Tillitsrelasjoner for yrkesutøvere ovenfra fra myndigheter eller andre tredjeparter og nedenfra fra klienter, kunder eller brukere	283
Figur 12.5	Giddens former for sosiale bevegelser	286
Figur 13.1	Virksomhetenes frivillige handlingsrepertoar for ESA	298
Figur 13.2	Kjerneområder i ISO 26000	315
Figur 14.1	Avgrensning av samfunnsansvar gjennom tre komponenter	333
Figur 14.2	Drivkrefter, roller og etisk handlingsrom for samfunnsansvaret.	334
Figur 14.3	Drivkrefter i en større undersøkelse fra USA (Mirvis og Googins 2006)	343
Figur 14.4	Samfunnsansvarlige bedrifters rolle i en større samfunnskontekst.	347
Figur 16.1	Utviklingen av strategien for ansvarlig investeringspraksis (Finansdepartementet, 2012: 91)	398
Figur 17.1	Samfunnsansvarsprosessen - initial + syklisk del	420

Tabeller

Tabell 2.1 Ulikheter og fellestrekk ved de tre organisasjonstypene	20
Tabell 2.2 Markedsverdien for børsnoterte selskaper samlet i forhold til BNP	21
Tabell 2.3 Ulikheter og fellestrekk ved etisk beslutningstaking for de tre organisasjonstypene	25
Tabell 3.1 Personlige strategier for rasjonalisering av uetisk atferd	40
Tabell 3.2 Typologi for samfunnsansvarets mulige omfang	52
Tabell 3.3 Ulike kombinasjoner av næringslivsetiske verktøy og organisasjonskulturer	54
Tabell 11.1 Utvalgte institusjoner for arbeid og arbeidsforhold. Meningsbærende system som norm og lov	234
Tabell 11.2 Viktige bestemmelser i Markedsføringsloven	241
Tabell 11.3 Etiske temaer ved markedsføring.	243
Tabell 11.4 Eksempler på saker som har vært behandlet ved Forbrukerombudet, Markedsrådet og Forbrukerrådet	244
Norad skiller mellom ulike former for korrupsjon:	245
Tabell 11.5 Inntektsfordeling i USA i prosent. Realvekst i inntekt i ulike perioder mellom 1993 og 2012 fordelt på ulike inntektsgrupper	252
Tabell 12.1 Samfunnsansvarets omfang i skriftlige etisk kodekser for utvalgte profesjoner og yrkesgrupper	271
Tabell 12.2 Oversikt over antall avisoppslag med temaer om økonomisk kriminalitet, i riksaviser som har registrert artikler fra 2006 i Atekstdata-basen: VG, Nationen. Morgenbladet, Klassekampen, Dagsavisen, Dagens Næringsliv, Dagbladet, Dag og Tid, Aftenposten. Atekst søk: 160314. Alle søk var trunkert* Frivillig samfunnsansvar (CSR). Autonomi - tillit	274 298
Tabell 13.2 Etiske retningslinjer i norske bedrifter og yrkesorganisasjoner	301
Tabell 13.3 Oversikt over kleskjedenes policy på åpenhet basert på selskapenes egne opplysninger til Fremtiden i våre hender. N/A= Ikke svar	319