

Det handler om tillit

- en veileder fra NHO om næringslivets samfunnsansvar



Det handler om tillit

- en veileder fra NHO om næringslivets samfunnsansvar

Denne veilederen er laget for å motivere ledere og medarbeidere i næringslivet til å arbeide med samfunnsansvar gjennom å avklare **HVA** samfunnsansvar innebærer og **HVORFOR** man bør jobbe med det. Veilederen inneholder også forslag om **HVORDAN** arbeidet kan systematiseres og videreutvikles. Veilederen er utviklet med små og mellomstore bedrifter i tankene, men kan være like relevant for større bedrifter.

Veilederen gir en kort introduksjon til temaet. Du finner mer informasjon, bedriftseksempler, analyseverktøy og hjelpemidler til videre arbeid på NHOs hjemmeside:

www.nho.no/samfunnsansvar

Innhold

HVA er bedriftens samfunnsansvar?	3
HVORFOR er samfunnsansvar viktig?	8
HVEM er opptatt av bedriftens samfunnsansvar?	12
HVORDAN gripe an arbeidet med samfunnsansvar?	15
Vedlegg	19

HVA er bedriftens samfunnsansvar?

Næringslivets samfunnsansvar får stadig større oppmerksomhet. Forståelsen av hva det innebærer har utviklet seg de siste årene. Tidligere ble samfunnsansvar sett på som noe bedriften foretok seg i tillegg til sin normale virksomhet, for eksempel bidrag til veldedige formål. I dag handler det mer om hvordan verdiskaping skjer – det vil si at bedrifter produserer varer og tjenester på en lønnsom, anstendig og bærekraftig måte. Samfunnsansvar har sitt utspring i bedriftens verdigrunnlag og bør gjennomsyre bedriftens strategi og daglige drift.

«Hva skal vi gjøre – gi penger til en god sak, sortere avfall, eller skrive noe i årsrapporten?»

Samfunnsansvar dekker mange områder:

- Menneskerettigheter – respektere menneskeverdets ukrenkelighet
- Arbeidsliv – sørge for anstendige og sikre arbeidsforhold
- Miljø – unngå skadelig miljøpåvirkning og bidra til en bærekraftig utvikling
- Anti-korrupsjon – motvirke korrupsjon og håndtere gråsoner på en god måte
- Samfunn – bidra positivt til det omkringliggende samfunn

I regjeringens Stortingsmelding nr. 10 (2008-2009) «Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi» heter det:

Regjeringen legger til grunn en forståelse av samfunnsansvar som innebærer at bedrifter integrerer sosiale og miljømessige hensyn i sin daglige drift og i forhold til sine interessenter. Samfunnsansvar innebærer hva bedriftene gjør på en frivillig basis utover å overholde eksisterende lover og regler i det landet man opererer.

«Må vi forholde oss til alt dette?»

Ingen bedrifter er like, og hver enkelt må danne seg en oversikt over hvilke temaer som er viktigst for bedriften for å prioritere hva som er mest nødvendig å ta tak i. Er det for eksempel klimagasser, arbeidsmiljø eller korrupsjon som byr på de største utfordringene for din virksomhet?

Det er også viktig å være bevisst på det man allerede gjør. Mange bedrifter engasjerer seg i miljøet og samfunnet uten at de nødvendigvis kaller det samfunnsansvar. Det er derfor en god idé å starte med å få oversikt over eksisterende aktiviteter og jobbe videre med dette. Ta ett skritt av gangen!

«**Hos oss er det et mål å ha et godt arbeidsmiljø internt og et godt renommé eksternt. Vi er opptatt av miljø, ressursbesparelse og samspill med lokalsamfunnet. Vi bruker miljø- og helsevennlige produkter, påvirker leverandører til å begrense emballasje og vi samarbeider med skoler for best mulig resultat ved utplassering av elever og inntak av lærlinger.**»

Storvik Salong AS (frisør, Bodø)

«Hva med det som skjer utenfor landets grenser?»

Noen utfordringer, som for eksempel brudd på menneskerettigheter, barnarbeid og avskoging, er i liten grad relevante for virksomhet i Norge. Men i den globaliserte økonomien kan mange bedrifter komme i berøring med slike forhold gjennom sine leverandører. Denne type problemstillinger er spesielt viktige i forhold til leverandører som formidler varer fra land hvor næringsliv og samfunn er dårligere regulert enn i Norge, eller hvor håndhevelsen av lover kan være mangelfull.

«**Norsk reiseliv skal by på ren natur og troverdig håndtering av miljøet. Solstrand har derfor installert tre varmepumper til å varme opp hele hotellet (18.000 m²) i tillegg til hotellets tre badebasseng. Personfølere, ultrafiltrering og vannavkjølte motorer reduserer energi og vannbehovet vesentlig. Vi sørger også for at kjemikaliebruk er på et minimum i hele bedriften, og komposterer matavfallet fra 60.000 gjester internt for å vesentlig redusere transport av avfall.**»

Solstrand Hotel & Bad (hotell, Bjørnefjorden)



« Alle Heyerdahls diamanter er fra lovlige kilder som ikke bidrar til konflikter. Dette er sikret gjennom deltakelse i Kimberly-prosessen, et internasjonalt initiativ for å bekjempe at diamanter blir brukt til å finansiere opprørsgrupper i konfliktland. Heyerdahl legger vekt på å ta etikk og samfunnsansvar på alvor. Vi gir våre ansatte grundig opplæring, slik at tiltak som gjennomføres er med på å skape stolthet og positiv moral internt i bedriften. Informasjonen benyttes også aktivt i Heyerdahls markedsføring for å skape et godt omdømme for bedriften. »

Heyerdahl (gullsmed, Oslo)

« Vi arbeider på et internasjonalt marked og i en rekke utviklingsland. Vi ser et klart behov for å opptre ansvarlig i forhold til menneskelige, samfunnsmessige og økologiske faktorer. Ikke minst ser vi behovet for dette ved vår nystartede produksjonsvirksomhet i India, hvor utfordringene er større enn i Norge. Vi har derfor innarbeidet samfunnsansvar både i våre vedtekter og våre kvalitetsdokumenter, og har slått opp FN Global Compact's ti prinsipper både på utsiden av fabrikk og i resepsjonen. »

COMPACT AS (produsent av nødrasjoner og næringstilskudd for feil- og underernærte, Bergen)

FORSTÅELSE AV SAMFUNNSANSVAR



Kjennetegner kulturen i bedriften

Bedriften gjør samfunnsansvar til en del av sin daglige drift, og bygger det inn i arbeidsprosesser og produkter.

Risiko- og omdømmehåndtering

Bedriften jobber med enkelttiltak i forhold til utfordringer hovedsakelig for å sikre omdømme. Aktivitetene er lite integrert i strategi og daglig drift.

Overholdelse av lover og regler

Lover og regler uttrykker samfunnets krav til bedriften. Overholdelse av disse er en forutsetning for bedriftens samfunnsansvar.



SPØRSMÅL TIL DISKUSJON: >>

- Hva gjør vår bedrift allerede som kan beskrives som «samfunnsansvarlig»?
- Hvilke utfordringer møter min bedrift på disse områdene?
- Hva er det enkelt å ta tak i, som vi kan gjøre med en gang?
- Hvordan kan vi engasjere medarbeiderne i samfunnsansvar på en bedre måte?
- Har vi utfordringer knyttet til internasjonale forhold?
- Hva kan vi gjøre for å påvirke samfunnsansvarlighet i leverandørkjeden?

HVORFOR er samfunnsansvar viktig?

Næringslivet og samfunnet er uløselig knyttet sammen. På samme måte som at samfunnet er avhengig av at et livskraftig næringsliv driver verdiskapingen, er næringslivet avhengig av et velfungerende og bærekraftig samfunn for å kunne lykkes. Samfunnsansvar er viktig både fordi det er riktig og fordi det kan være lønnsomt.

Det er riktig

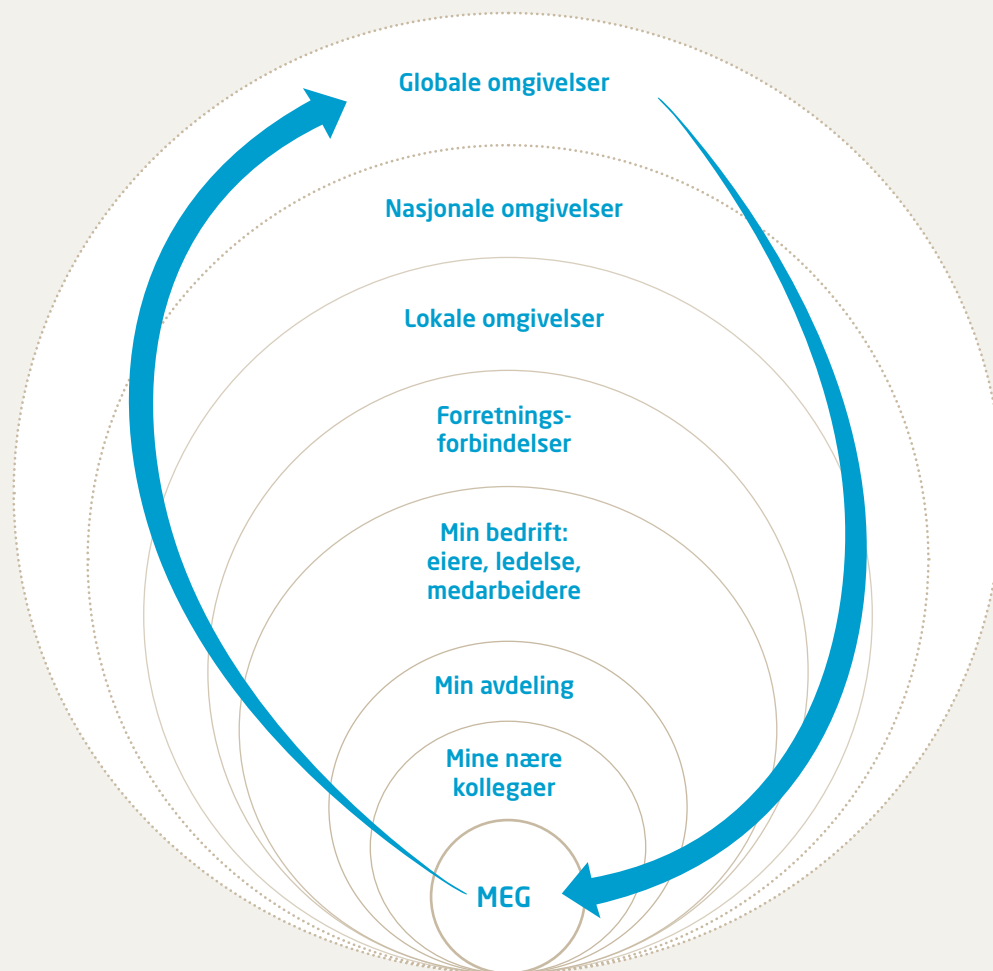
Vi har alle et ansvar for å drive samfunnsutviklingen i en positiv retning. Verdier som **omtenksomhet, ærlighet, rettferdighet og respekt** ligger bak et aktivt samfunnsansvar. Å kombinere etikk og samfunnsansvar med det forretningsmessige i bedriften oppleves derfor som riktig av alle i bedriften. Eiernes, ledernes og medarbeidernes personlige verdigrunnlag preger bedriftens verdier. Gode verdier som er godt innarbeidet skaper en holdning til samfunnsansvar som gjør medarbeiderne stolte av og lojale overfor sin bedrift.

Utviklingen av våre verdier skjer i samspill med våre omgivelser. Dette samspillet danner også grunnlaget for bedriftens arbeid med samfunnsansvar. Figuren på neste side illustrerer dette:

« Hos oss opererer vi med enkle prinsipper som ærlighet og redelighet. Rettferdighet innad og utad gjennomsyrrer virksomheten. Vi tar godt vare på lærlinger, og vi følger opp våre leverandører både på matsikkerhet og ressursbevissthet. Vår viktigste oppgave er å lage gode produkter og å sørge for at medarbeidere, kunder og leverandører har en sterk oppfatning av at vi er en god bedrift. »

Jens Eide Slakteri AS (slakteri, Lillesand)

VERDIER I SAMSPILL



Det lønner seg

Fokus på samfunnsansvar skaper tillit til bedriften og kan i mange tilfeller styrke dens konkurranseevne. Næringslivets fremtidige vinnere vil være bedrifter som forener samfunnsansvar med lønnsom vekst.

Fordeler ved å arbeide bevisst med samfunnsansvar:

- Reduserte kostnader som følge av ressurs- og energiøkonomisering (for eksempel mindre energibruk til oppvarming og transport, avfallshåndtering og gjenbruk, bruk av mer miljøvennlige materialer og/eller produksjonsprosesser).
- Lettere å tiltrekke seg og beholde gode og kvalifiserte medarbeidere.
- Økt motivasjon, stolthet og trivsel blant medarbeidere (kan blant annet resultere i mindre sykefravær).
- Bedre omdømme og redusert risiko for negativ omtale i media og fra pressgrupper.
- Bedre relasjon til kunder – mer attraktiv som leverandør.
- Bedre anseelse hos forbrukere som er opptatt av at varer og tjenester er produsert på anstendig og bærekraftig måte.
- Nye forretningsmuligheter innen etiske og ”grønne” produkter.
- Bedre forberedt på fremtidig lovregulering.
- Bedre betingelser hos investorer og långivere som er opptatt av samfunnsansvar.

Omgivelsene våre krever det

Politikere er opptatt av at bedrifter utøver samfunnsansvar. Forventninger og normer kan utvikle seg etter hvert til mer regulering. Eksempler på dette er arbeidsmiljøloven fra 2007 som vektlegger nye holdninger til mobbing og varsling samt skjerpelsen av korrupsjonsbestemmelsene i straffeloven (2003). Stortingsmeldingen om næringslivets samfunnsansvar fra januar 2009 er et tydelig signal om at myndighetene nå forventer at næringslivet også tar et ansvar ut over det som er lovregulert.

« Å tenke miljø er å ta vare på mennesket. HÅGs gjennomgripende idé er at alle bedrifter har et ansvar utover det å tjene penger. Vi har et ansvar for å ta vare på vår felles natur og utvise sosialt engasjement. HÅG har bestemt seg for å være et fyrtårn som skal vise vei inn i en ny tid. Det å være et «fyrårn» stiller store krav, blant annet ved å igangsette tiltak og være et forbilde for andre. Allerede i 1995 begynte HÅG å ta i bruk resirkulert plast fra brus korker, gamle støtfangere og annet plast-avfall i produksjonen av stoler. »

HÅG (kontorstolprodusent, Røros)

Kunder stiller stadig større krav om etikk og samfunnsansvar til sine leverandører og **forbrukere** vil kjøpe varer og tjenester som oppfattes som trygge og sikre.

Frivillige organisasjoner (NGOer) og **media** spiller en viktig rolle som pådrivere. Antall pressgrupper øker stadig og oppmerksomheten retter seg mot alle typer bedrifter, ikke bare de store.



SPØRSMÅL TIL DISKUSJON: >>

- Hvorfor bør vår bedrift ta sitt samfunnsansvar alvorlig?
- Hvordan preges vår bedrift av gode samfunnsansvarlige verdier?
- Hvilke eksempler har vi på at samfunnsansvar er lønnsomt?
- Hvilke muligheter og fordeler kan vi oppnå ved å være en mer samfunnsansvarlig bedrift?

HVEM er opptatt av bedriftens samfunnsansvar?

Hva bedriften bør ta hensyn til innen samfunnsansvar påvirkes av bedriftens interesser. Bedriftens interesser er de som berører eller berøres av bedriftens virksomhet. Det er åpenbart hvem noen av disse er (for eksempel kunder, myndigheter), mens andre er man kanskje ikke like bevisst på (frivillige organisasjoner, finansmarkedet). Noen av de viktigste – kunder, eiere og leverandører – kan alle bo i lokalsamfunnet.

Hver bedrift bør lage sin egen oversikt over sine interesser. For å forstå hvilke hensyn det er viktig å ta, bør bedriften skaffe seg kunnskap om hvem interessentene er, deres roller, behov og oppfatninger av fordeler og ulemper ved bedriftens virksomhet. Det kan være nyttig med dialog med utvalgte interesser når man utvikler en strategi og handlingsplan for samfunnsansvar.

« Elopak kjøper kartongpapp fra globale papirselskap. Vi har gått sammen med våre konkurrenter om å forlange at leverandørene bruker virke fra skog drevet på bærekraftig vis. Samarbeidet dekker 80 prosent av markedet for kartongpapp og er formalisert i en frivillig avtale med EU. Avtalen følges opp av EU og verifiseres av Forest Stewardship Council. »

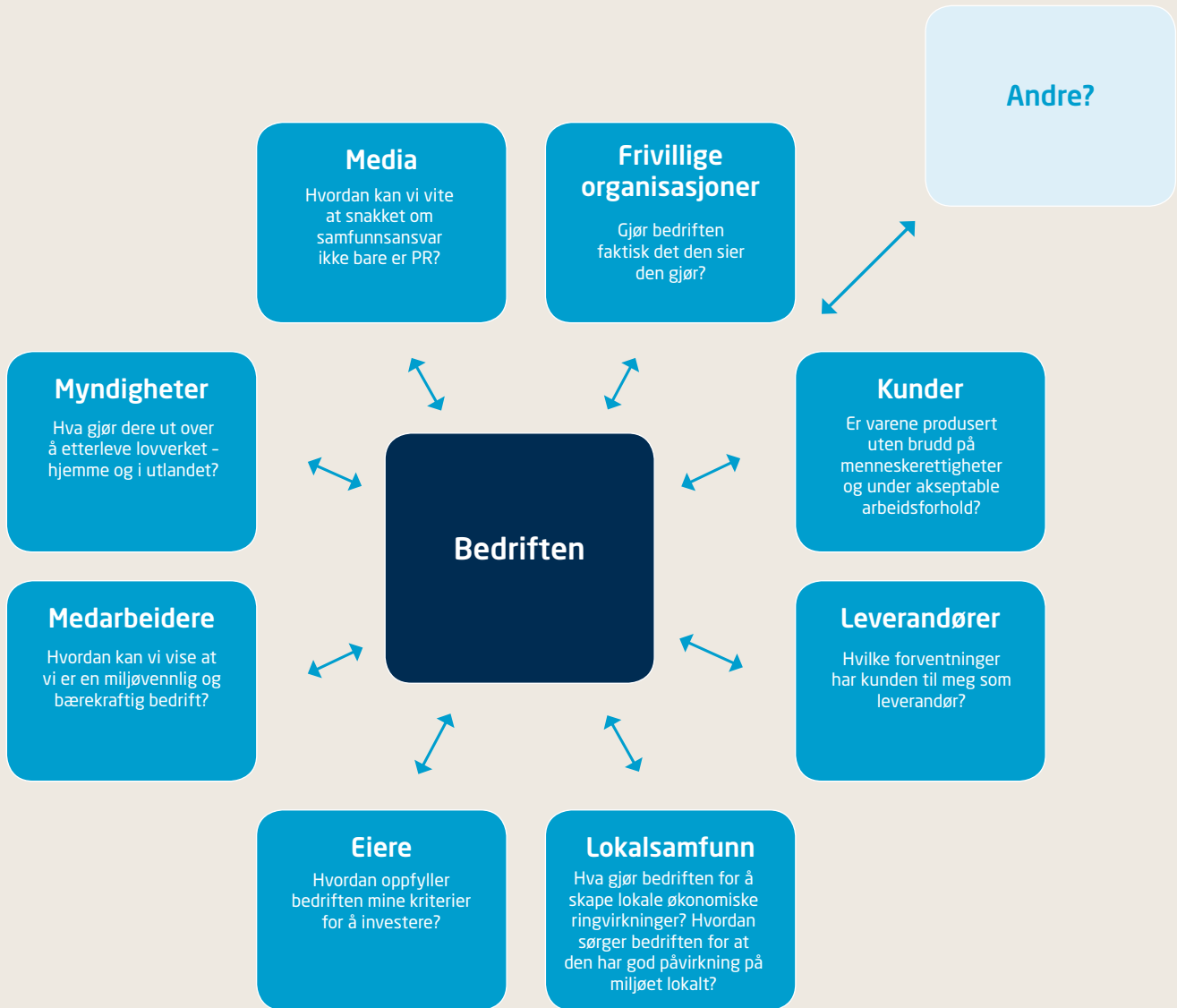
Elopak AS (emballasjeleverandør, Spikkestad)

Eksempel: Norske myndigheter forventer at bedrifter utøver samfunnsansvar. Dette uttrykkes i Stortingsmelding nr. 10 (2008-2009) «Næringslivets samfunnsansvar i en globalisert verden».

«Meldingen legger til grunn at norske selskaper skal være blant de fremste i å utøve samfunnsansvar og på den måten bidra til å styrke menneskerettighetenes stilling, skape anstendige arbeidsvilkår, ta vare på miljøet og bekjempe korrupsjon.» (Kap. 1.5)

«Regjeringen forventer at alle norske bedrifter utarbeider og etterlever retningslinjer for samfunnsansvar. Bedriftens retningslinjer må være kjent blant bedriftens ansatte og, så langt det er mulig, for dens samarbeidspartnere i leverandørkjeden.» (Kap. 3.1.1)

NOEN TYPISKE INTERESSENTGRUPPER:





SPØRSMÅL TIL DISKUSJON: >>

- Hvilket omdømme har vår bedrift i dag? Er det slik det bør være?
- Hvilke interessenter er viktigst for bedriften, og bør vi etablere dialog med de i forhold til våre samfunnsansvarsaktiviteter?
- Hvilke temaer og utfordringer har særlig oppmerksomhet i bedriftens lokalsamfunn?
- På hvilke områder kan vi utvikle samarbeid med myndighetene, og hvordan?
- Hvordan kan vi samarbeide med andre for å påvirke og utvikle leverandører?

HVORDAN gripe an arbeidet med samfunnsansvar?

Når en bedrift skal ta tak i sitt samfunnsansvar er det nyttig med en bevisst og systematisk tilnærming. Å jobbe med samfunnsansvar handler om å velge aktiviteter som er i tråd med bedriftens verdier, målsettinger og utfordringer.

Det er ledelsens ansvar!

Eierne, ledelsen og medarbeiderne har ulike roller og ansvar. Bedriftens samfunnsansvar vil alltid ligge hos styret og daglig leder, men selv om ledelsen skal sette standarden er det også viktig å trekke med medarbeidere, tillitsvalgte og verneombud der de finnes. De beste resultatene oppnås når ledere og medarbeidere samarbeider.

Etiske retningslinjer

Tenk gjennom om det bør lages etiske retningslinjer basert på bedriftens verdier. Dette trenger ikke være omfattende – en side kan være nok. Eksempler på temaer som dekkes i etiske retningslinjer kan blant annet være interessekonflikter, og forholdet til forretningsforbindelser og medarbeidere (mer om dette på www.nho.no/etikk-og-korrupsjon/etiske-retningslinjer). Noen bedrifter har også mer detaljerte retningslinjer, for eksempel innen varsling og for håndtering av tilfeller som kan grense til korrupsjon.

Prioriter

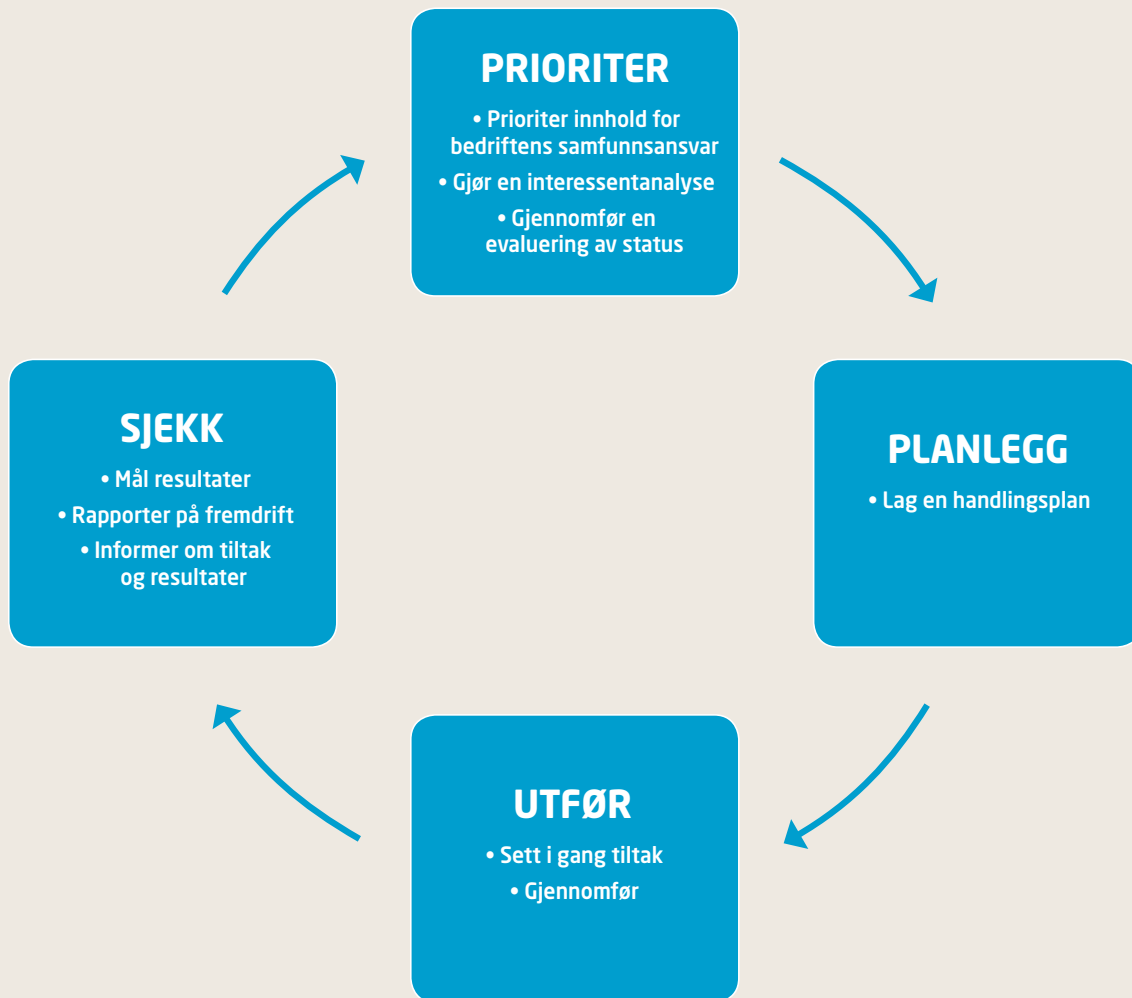
Prioriter hvilke områder og utfordringer det er vesentlig for bedriften å jobbe med. Ta gjerne utgangspunkt i oversikten over samfunnsansvarstemaer i vedlegget. Ikke alle utfordringer er nødvendige å jobbe med for alle bedrifter. Det bedriften bør ta tak i avhenger blant annet av hvilken bransje den tilhører, hvor den holder til og bedriftens størrelse. Tenk også over hvilke aktiviteter som kan påvirke det forretningsmessige på en positiv måte.

I tillegg kan det være en god idé å gjennomføre en **interessentanalyse** for å identifisere hvilke interessenter som er viktige for bedriften og å danne seg et bilde av hva de er opptatt av. Vurder hvem som bør tas med i en dialog og hvordan det skal informeres om bedriftens arbeid med samfunnsansvar. Interessentanalysen bør oppdateres ved behov.

Videre bør man foreta en **evaluering** av status i egen bedrift. Analysen vil påvirke hvilke temaer som skal prioriteres. Evalueringen gjøres normalt av ledelsen, men kan også benyttes til gruppearbeid eller til å innhente oppfatninger fra bedriftens interessenter.

Se eksempel på interessentanalyse og egenevaluering i vedlegget.

FORSLAG TIL ARBEIDSPROCESS



Planlegg

Det neste man bør gjøre er å lage en **handlingsplan** for de utfordringene man ønsker å ta tak i og de aktivitetene som ønskes gjennomført (se vedlegg). En handlingsplan trenger ikke være omfattende – men man må bli enige om prosjektets innhold, mål, frister, hvem som skal gjøre hva og hvilke ressurser som skal til. Involver medarbeiderne i utviklingen av handlingsplanen.

Ta tak i det vesentligste først og sett realistiske mål – uansett om det er stor eller liten aktivitet som planlegges!

Utfør

De planlagte aktivitetene settes i gang og gjennomføres.

« I 2003 startet vi opp et produksjons-selskap i Suzhou, Kina. Dette ble opprettet som et komplement til den allerede eksisterende produksjonen i Norge, og for å skape nærhet til et voksende marked for akuttmedisin. En forsiktig oppbygging, tydelighet på våre verdier og ryddige arbeidsvilkår ble lagt til grunn, og en leder med vestlig bakgrunn og lang erfaring fra Kina ble valgt for å sikre en fornuftig etterlevelse. Når vi velger leverandører legges det blant annet stor vekt på kvalitet, utførelse og ryddige arbeidsvilkår og vi følger opp ved regelmessige besøk at dette etterleves gjennom hele kontraktperioden. »

Laerdal Medical (akuttmedisinsk utstyr, Stavanger)

Sjekk

Når aktivitetene er utført bør bedriften måle hva den har oppnådd og sjekke om de opprinnelige målsettingene er oppfylt eller om det bør foretas justeringer. Gjennomfør regelmessig evaluering av status samt måling av fremdrift i forhold til handlingsplanen.

Deretter bør bedriften informere om sin innsats og sine resultater internt og til omverdenen. Det finnes verktøy og maler for rapportering (last ned fra www.nho.no/samfunnsansvar), men bedriften må selv avgjøre hva den skal rapportere på og informere om, og hvordan dette skal gjøres.

Det kan være klokt å tenke på omgivelsenes forventninger når dere kommuniserer om aktivitetene. Dette kan bidra til å bygge gode relasjoner, og er med på å skape tillit.

« Våre bærekraftsrapporter bruker vi som et aktivt styringsverktøy internt, både for å måle, anerkjenne og åpent kommunisere om vårt arbeid med samfunnsansvar til omverdenen. Rapportering øker vår forståelse av hvordan vi blir påvirket, og selv kan påvirke i globale utfordringer som miljø, menneskerettigheter, korrupsjon og fattigdom. I tillegg gir rapportene oss en systematisk oversikt over hvilke områder vi som arkitektkontor griper fatt i, og hva de konkrete resultatene blir. Vi valgte også å tilslutte oss FNs Global Compact i 2007, fordi vi ønsket å være tilknyttet en internasjonal og anerkjent plattform for samfunnsansvar. »

Alliance Arkitekter (arkitektkontor, Oslo)

FNs Global Compact - et verktøy for samfunnsansvar:

FN-initiativet Global Compact er både et nettverk og et verktøy for bedrifter som ønsker å jobbe aktivt med samfunnsansvar. Global Compact baserer seg på ti prinsipper på områdene menneskerettigheter, arbeidslivsstandarder, miljø og anti-korrupsjon - som alle ansvarlige bedrifter bør følge. Tilslutning til Global Compact betyr at man gjør sitt beste for å drive virksomheten i tråd med de ti prinsippene. Stadig flere norske bedrifter slutter seg til Global Compact. NHO sluttet seg til Global Compact i 2003, og oppfordrer norske bedrifter til å vurdere å gjøre det samme. Mer informasjon: www.unglobalcompact.org.

ISO 26000

Den internasjonale standardiseringsorganisasjonen (ISO) har utviklet en veiledende standard for samfunnsansvar, ISO 26000. Veilederen beskriver prinsipper og kjerneområder for samfunnsansvar, og hva et systematisk arbeid med samfunnsansvar innebærer. Det handler om tillit er et godt utgangspunkt for å komme i gang med arbeid med samfunnsansvar. ISO 26000 er et referanseverk for de som trenger bakgrunn og metoder for å utdype og gå videre i arbeidet.

www.standard.no/ISO26000

SPØRSMÅL TIL DISKUSJON: >>

- Har vi etiske retningslinjer som er godt nok innarbeidet?
- Hvem bør involveres i arbeidet med samfunnsansvar og på hvilken måte?
- Hvordan kan medarbeiderne engasjeres?
- Hva kan jeg personlig gjøre for å styrke bedriftens arbeid med samfunnsansvar?
- Hvem kan vi samarbeide med for å få til mer?
- Hvor mye skal vi informere eksternt om planer, tiltak og resultater?
- Er det godt samsvar mellom det vi sier og det vi faktisk gjør innen samfunnsansvar?

Vedlegg

VEDLEGG 1: OVERSIKT OVER SAMFUNNSANSVARSTEMAER

Menneskerettigheter	Arbeidsliv	Miljø	Korrupsjon	Samfunn
Diskriminering	Rettferdig lønn	Miljøvennlige råstoffer	Bestikkelse (og andre former)	Inntak av lærlinger
Ytringsfrihet	Organisasjonsfrihet	Miljøvennlig teknologi	Gaver	Utplassering (skole/bedrift)
Livssynsfrihet	Forhandlingsfrihet	Miljøvennlige prosesser	Representasjon	Sikring mot verditap
Urbefolkning	Tvangsarbeid	Miljøvennlige produkter	Utgiftsdekning	Lokale anskaffelser
Bruk av sikkerhetsstyrker	Barnearbeid	Livsløpsanalyse	Tilretteleggingspenger	Sikre produkter
	Anstendige arbeidsforhold	Ressursøkonomisering	Habilitet/ interessekonflikt	Sponsing
	Utvikling av ansatte	Energiøkonomisering		Velededighet
	Seniorpolitikk	Klimagasser		Bistand til frivillige organisasjoner
	Ansvarlige omstillinger	Utslipp til vann		
	Mangfold	Utslipp til luft		
	Jobb- og livskvalitet	Fast avfall/deponi		
	Sykefravær	Avfallshåndtering		
	Velferdstiltak	Resirkulering		
	Inneklima	Biologisk mangfold		
	Fysisk/kjemisk arbeidsmiljø	Økosystemer		
	Psykososialt arbeidsmiljø			
	Rusmidler			
	Person sikkerhet			
	System for varsling			

Under finner du eksempler på ferdigutfylte skjemaer som kan brukes i arbeidet med samfunnsansvar. Skjemaene og andre hjelpemidler for bruk i egen bedrift kan lastes ned fra www.nho.no/samfunnsansvar

VEDLEGG 2: EKSEMPEL PÅ UTFYLLING AV INTERESSENTANALYSE (UTVALGTE INTERESSETER)

Interessent	Interessents behov	Bedriftens behov	Risiko	Hvordan engasjere seg?	Hva kan oppnås?
Kunde	Bli overbevist om at varen er produsert på bærekraftig vis	Beholde kunden	Økte kostnader	Avklare kundens behov for informasjon, og levere	Økt omsetning, gjenbruk av informasjon overfor andre kunder
Menneskerettighetsorganisasjon	Ikke barnearbeid i leveransekjeden	Unngå omdømmetap	Krav som ikke kan tilfredsstilles	Kunnskap om landet leveransen kommer fra, tiltak for å forebygge barnearbeid	Mindre risiko for negativt omdømme
Nabo	Mindre støy	Lave kostnader, gode relasjoner	Høyere kostnader	Lytt til nabo, målinger, undersøkelser	Enkle tiltak, positive naboer
Lag og foreninger	Sponsing	Positivt omdømme i lokalsamfunnet	Fremtidig forventning	Dialog om forutsetninger	Godt lokalt omdømme

VEDLEGG 3: EKSEMPEL PÅ UTFYLLING AV EGENEVALUERINGSSKJEMA

Områder / Påstander:	Poeng:	Stemmer ikke	Stemmer delvis	Stemmer helt
Overordnet og generelt: Etiske krav og retningslinjer gjennomstyrer bedriften	0			
Menneskerettigheter: Det forekommer ikke diskriminering på bakgrunn av kjønn, alder, religion, politiske meninger, etnisitet eller nasjonalitet.				2
Arbeidsliv: Bedriften har full organisasjons- og forhandlingsfrihet			1	
Miljø: Avfall sorteres og gjenvinnbart resirkuleres	0			
Anti-korrupsjon: Bedriften forebygger korrupsjon på en god måte			1	
Samfunn: Bedriften er aktiv i lokalsamfunnet				2

Poengsum: 6

VEDLEGG 4: FORENKLET EKSEMPEL PÅ HANDLINGSPLAN

Målsetting	Tiltak	Frist	Ansvarlig
Overordnet og generelt: Begrense risiko for mangelfullt samfunnsansvar i leveransekjeden	Utarbeide krav til leverandører og gjennomføre tiltak overfor utvalgte leverandører	1. des.	Nils
Menneskerettigheter: Ingen diskriminering i bedriften	Kartlegge tilstand (religion, etnisitet, kjønn, seksuell orientering, kultur, funksjonshemming, ...), identifisere evt. avvik og gjennomføre tiltak	1. aug.	Lena
Arbeidsliv: Tilfredse og motiverte medarbeidere	Gjennomføre psykososial arbeidsmiljøundersøkelse, analysere resultater og iverksette forbedringstiltak	1. okt.	Geir
Miljø: Reduserte utslipp av klimagasser	Kartlegge alle kilder til utslipp, sette mål og planlegge tiltak	1. des.	Arne
Korrupsjon: Unngå mistanke om korrupsjon	Etablere regler for gaver, representasjon og evt. andre risiko-områder, og innarbeide i bedriften	1. mai	Aud
Samfunn: Gode relasjoner med lokalsamfunnet	Kartlegge potensielle lokale leverandører, bekjentgjøre anskaffelsesbehov lokalt, tilrettelegge leveranser for lokale leverandører, hjelpe leverandører til å kunne kvalifisere seg	1. nov.	Jens

Hjelpemidler og mer informasjon

Skjemaer for bruk i egen bedrift og eksempler på utfylling av disse finnes på www.nho.no/samfunnsansvar, blant annet:

- Prioritering av innhold
- Interessentanalyse
- Egenevaluering
- Handlingsplan

I tillegg finner du referanse til dokumenter, lenker til organisasjoner, bedriftseksempler og annen relevant informasjon som kan være nyttig for bedriftens arbeid med samfunnsansvar. Du kan også kontakte NHO hvis du ønsker å lære mer om samfunnsansvar.

Utarbeidelsen av veilederen

Veilederen er laget av en arbeidsgruppe nedsatt av NHOs rådgivende utvalg for etikk og samfunnsansvar. NHOs Utvalg for mindre bedrifter har også vært involvert i arbeidet.

Arbeidsgruppens sammensetning:

Arvid Halvorsen - NHO

Jens Eide - Jens Eide AS

Lena Gran - UMOE Catering

Gaute Hartberg - 07 Gruppen

Cecilie Arnesen Hultmann - NHO

Geir Linge - Skanska

Nils Molin - Kongsberg Gruppen

Børrea Schau-Larsen - Solstrand Hotel & Bad

Aud Schjødt Fredriksen - Storvik Salong

Arne Seglem Larsen - Laerdal Medical

Richard Taylor - Elopak

