

God etikk er god butikk

Om bedriftenes sosiale ansvar

Korrupsjon er en av de største hinder i kampen mot fattigdom. Selskapskriminalitet og korrupsjon forhindrer utvikling av godt styresett og representere en trussel mot hele det kapitalistiske system. Det er en av årsakene til at bedriftene ansvarliggjøres for sitt samfunnsansvar. Likegyldigheten til disse truslene, gjør verden til et farlig oppholdssted.

Hva er bedriftens sosiale ansvar?

En anerkjent forståelse av innholdet i bedriftens samfunnsansvar (blant annet hentet fra BBU's Nettverk for miljø og samfunnsansvar) er:

1. Ansvar for bedriftens økonomiske resultat
2. Miljøansvaret
3. Bedriftens sosiale ansvar

Det sosiale ansvaret omfatter bedriftens ansvar for å opptre redelig eller "fair" i alle relasjoner. Bedriftens sosiale ansvar uttrykkes gjennom dens verdier og etisk bevissthet. Så sant bedriftens sanne etiske standard er i samsvar med det bedriftens interessenter oppfatter, skapes grunnlaget for forutsigbarhet og tillit. Bedriftens sosiale ansvar er sentral i det omdømme bedriften skaper. Derfor er god etikk også god butikk, i hvert fall for bedrifter som ønsker å eksistere om 5 til 10 år. Det sosiale ansvaret uttrykkes gjennom bedriftens organisasjonskultur. En av de som har mest kunnskap om organisasjonspsykologi, Edgar H. Schein, benevner organisasjonskulturen som "måten vi gjør det på her hos oss". Den egentlige organisasjonskulturen er den atferd de ansatte oppfatter som akseptert. Det er først og fremst lederne som bestemmer hvilken organisasjonskultur bedriften får gjennom ord, handlinger og unnlater. Regler i selskapslovgivningen, regnskapsloven, konkurranselovgivningen, straffeloven m.v., skal motvirke sammenblanding av roller, maktmisbruk, illojale handlinger overfor selskapets interessenter og brudd på regler som skal sikre fri konkurranse. Verken lovgivning eller anbefalinger om god virksomhetsstyring (corporate governance) sikrer en organisasjonskultur som tar sitt sosiale ansvar på alvor. Det er ledelsens ansvar å skape en slik kultur.

Eksempler på bedrifter som skapte et usant virkelighetsbilde av seg selv

Selskapet Enron er et godt eksempel på hva som skjer når forskjellen mellom omverdens oppfatning av bedriften og realitetene om tilstanden i bedriften blir kjent utad. Enron og andre eksempler på selskapskriminalitet gir liv til H.C. Andersens eventyr om "Keiserens nye klær" i vår samtid. Heltene den ene dagen er skurkene neste dag. Skurkene var de som holdt oss for narr og som lot oss tro at de skapte arbeidsplasser og sikret økonomiske verdier til beste for oss alle. For mange av de som visste at "keiserens" nye klær var en bløff uten å si ifra om det, fjerner seg fra åstedet i håp om ikke å bli oppdaget. Samtidig avbrytes alle forbindelser til keiserens hoff i håp om å redde eget skinn. Egen rolle og kontaktnett fornektes i håpet om å kunne stå oppreist etter at horden av journalister har passert. Enron var på et tidspunkt verdens 7. største bedrift med en imponerende global næringsvirk-

somhet. Enron hadde en meget respektert ledelse, med kontakter på det høyeste politiske nivået og et omdømme som ga selskapet flere utmerkelser enn noen annen bedrift for sitt samfunnsansvar. Før Enron nådde stupet, skrudde selskapets representanter av strømforsyningen til Los Angeles by og forklarte dette med at det hadde oppstått en kraftkrise. Krisen var ikke reell, men iverksatt av Enron som samtidig spekulerte på at strømprisen skulle opp. Terminkontrakter på strømleveranse inngått av Enrons kraftmeglere ga enorm fortjeneste på kort tid. Det var heller ikke mange som visste at Enron hadde 692 datterselskap registrert på Cayman Island i tillegg til 200 datterselskap i andre skatteparadis i 2000, altså året før selskapet ble slått konkurs. Det vakte oppsikt da det ble kjent at Enron bl.a. hadde benyttet selskapene i skatteparadisene til å unngå å betale selskapskatt over flere år. I Norge er alvorlig selskapskriminalitet blant annet forbundet med selskap som Finance Credit, Sponsor Service og fergeselskapet OVDS. Sistnevnte selskap måtte tilbakebetale ca kr 120 millioner til staten etter at toppledelsen ble dømt for grovt bedrageri. Etter hvert som innsiden i disse selskapene ble vrent ut og gjort synlig for allmennheten, var det mange som ble overrasket. Bildet selskapet hadde skapt av seg selv, viste langt fra de reelle forholdene.

Sosialt ansvar skapes ved forebygging og avdekking av misligheter

Det er tre hovedårsaker til at økonomiske misligheter skjer i bedrifter:

- a. Det finnes muligheter for å skaffe seg uberettiget personlig vinning
- b. Det er liten risiko for at misligheter avdekkes
- c. Det er liten sosial fordømmelse forbundet med misligheter

Forebygging av misligheter og uønsket atferd starter med å kartlegge risikoen for økonomiske misligheter. Systemer, fullmaktsstruktur, rapporteringslinjer, etiske regler og internkontrollmiljøet er bare noen av de mange områdene ledelsen må adressere for å forebygge uønsket atferd. Graden av sosial fordømmelse er avhengig av hvordan ledelsen påvirker bedriftens organisasjonskultur.

Etablering av gode systemer for varsling er kanskje det viktigste enkelttiltaket som kan gjøres for å sikre sosialt ansvar

Av alle enkelttiltak som sikrer bedriftens sosiale ansvar og forhindrer misligheter er tilrettelegging for varsling av kritikkverdige forhold, det viktigste tiltaket ledelsen kan gjøre. Undersøkelser gjennomført av internrevisorforeningen i USA over flere år, viser at mer enn 40% av tilfellene av selskapskriminalitet



Erling Grimstad, advokat og daglig leder i Advokatfirmaet G-Partner AS.

avdekkes som følge av varsling. Til sammenligning avdekker selskapenes egen revisor kun ca 5% av misligheter og selskapskriminalitet. Tilrettelegging for varsling er en lovpålagt plikt for arbeidsgiver (i kraft fra 1. januar 2007). Vår erfaring med varslingstjeneste er at stadig flere ansatte forstår at det å varsle om kritikkverdige forhold er lojalt. Varsling ivaretar hensynet til bedriftens mange interessenter og skaper åpenhet.

Antikriminalitetsprogram vil sikre bedriftens sosiale ansvar

Mange bedrifter som ikke har tatt sitt sosiale ansvar på alvor, har fått merke konsekvensene av dette. Det er ledelsen som har ansvar for å forhindre økonomiske misligheter og andre kritikkverdige forhold som kan medføre tap av omdømme og økonomisk tap for bedriften. Derfor bør ledelsen utarbeide en strategi for hvordan bedriften skal ivareta sitt sosiale ansvar. Strategien bør inneholde et krav om etablering av antikriminalitetsprogram. Et slikt program bør identifisere tiltak som reduserer muligheter for uberettiget vinning. Programmet må inneholde tiltak som kan øke oppdagelsesrisikoen for misligheter. Samtidig må programmet identifisere hvordan ledelsen kan utvikle en organisasjonskultur som har nulltoleranse for misligheter. Bedriftens sosiale ansvar er først og fremst et lederansvar.

Erling Grimstad