

# **Hva betyr samfunnsansvar for bedrifter som importerer råvarer fra utviklingsland?**

EK205E Bachelor i relasjonsmarkedsføring  
og ledelse, Handelshøgskolen i Bodø

**Sara Kristine Ingebrigtsen**

**Bodø, 25.05.2012**

## **ABSTRACT**

The purpose of this study has been to study which codes of ethics Norwegian corporations that import raw material from developing countries have to their suppliers, and how they are making sure that the codes are being followed. I have reviewed relevant literature on CSR, codes of ethics and globalization in order to address the specific issues of this paper. To determine this I decided to compare two large Norwegian companies, Kaffehuset Friele which is Norway's largest coffee producer, and Nidar which is the largest supplier in Norway of candy. Both companies have very informative websites, so I chose to only use the internet to get the information I needed. Then I used the data I had collected and compared the companies to see whether there were similarities and differences in their way of working with social responsibility, and so I compared my findings to the literature I have used and ended with a conclusion.

The main conclusion from this study is that Norwegian corporations that imports raw material from developing countries take a social responsibility and do follow up their suppliers, but that they still have some way to go in order to have 100 % control of the supply chain.

## **FORORD**

Denne oppgaven er en bacheloroppgave i økonomi og ledelse ved Universitet i Nordland. Oppgaven inngår som en avsluttende del av min treårige utdanning. Høsten 2010 valgte jeg profileringsfaget relasjonsmarkedsføring, og det var da jeg ble introdusert for begrepet CSR – Corporate Social Responsibility. Siden jeg valgte å skrive alene så ville hele begrepet CSR være et for stort tema, men jeg klarte å avgrense det såpass mye at det passet som en enmannsoppgave, uten at det ble for lite å skrive om. CSR og spesielt den etiske delen av dette fagområdet er noe jeg lenge har vært opptatt av og det virket som et utfordrende tema jeg kunne skrive om i min bacheloroppgave.

En stor takk rettes til min veileder Øystein Nystad for verdifulle råd og rask tilbakemelding gjennom hele prosessen.

Bodø, 25.mai 2012.

Studien er utført av

---

Sara Kristine Ingebrigtsen

## INNHALDSFORTEGNELSE

ABSTRACT .....	2
FORORD.....	3
INNHALDSFORTEGNELSE .....	4
TABELLER OG FIGURER.....	5
VEDLEGG .....	5
1. INNLEDNING OG PROBLEMSTILLING .....	6
2. METODE.....	8
2.1. Valg av metode og enheter .....	8
2.2. Pålitelighet/validitet.....	9
2.3. Oppsummering .....	10
3. LITTERATUR.....	11
3.1. Bedrifiers samfunnsansvar .....	11
3.1.1. CSR i en internasjonal kontekst .....	14
3.1.2. Kritikk mot CSR.....	14
3.1.3. CSR og omdømme – en sammenheng?.....	15
3.1.4. Troverdighet .....	16
3.2. Global økonomi .....	17
3.2.1. Norsk næringsvirksomhet i utlandet .....	20
3.2.2. Åpenhet i leverandørkjeden .....	22
3.2.3. FNs Global Compact.....	23
3.2.4. IEH – Initiativ for etisk handel.....	24
3.2.5. ISO 26000 .....	26
3.2.6. Etiske retningslinjer.....	27
3.3. Oppsummering .....	29
4. SAMMENLIGNING AV KAFFEHUSET FRIELE OG NIDAR .....	30
4.1. Kaffehuset Friele .....	30
4.1.1. Kaffeland.....	31
4.1.2. Utz Certified og Fairtrade.....	32
4.1.3. Etiske retningslinjer og leverandøroppfølging .....	32
4.1.4. Framdrift og mål framover .....	34
4.2. Nidar .....	35

4.2.1.	Kakaoland.....	35
4.2.2.	Sertifisert kakao.....	36
4.2.3.	Etiske retningslinjer og leverandøroppfølging .....	37
4.2.4.	Framdrift og mål framover .....	38
4.3.	Likheter og ulikheter ved Kaffehuset Friele og Nidar.....	39
4.4.	Oppsummering .....	41
5.	MINE FUNN SETT OPP MOT TEORI.....	42
5.1.	Oppsummering .....	45
6.	KONKLUSJON .....	46
7.	REFERANSELISTE.....	48
7.1.	Bokkilder .....	48
7.2.	Internettkilder .....	48
8.	VEDLEGG.....	50

## TABELLER OG FIGURER

Tabell 1:	Eksempler på etiske virkninger av globalisering på ulike interessenter.....	20
Figur 1:	Carroll's firedelte CSR modell.....	12
Figur 2:	Sammenhengen mellom samfunnsansvar og omdømme.....	16
Figur 3:	Tre ulike forståelser av samfunnsansvar.....	24
Figur 4:	IEHs modell for arbeid med etisk handel.....	26

## VEDLEGG

Vedlegg 1:	Kaffehuset Frieles etiske retningslinjer.....	51
Vedlegg 2:	Nidars etiske retningslinjer.....	52

## 1. INNLEDNING OG PROBLEMSTILLING

Jeg har alltid interessert meg for etikk og miljø, og selv om jeg hadde relasjonsmarkedsføring som profileringsfag så valgte jeg å gå en litt annen vei når det kom til denne oppgaven. Vi fikk beskjed om på introduksjon for bacheloroppgaven at vi kunne skrive om hva vi ville, og for at man ska få en bra oppgave så må man nesten velge et tema man synes er interessant. Likevel fant jeg interessen under en hjemmeeksamen vi hadde i relasjonsmarkedsføring om Friedman og Freemans ulike perspektiver på bedriftens samfunnsansvar. Dette var noe jeg ble nysgjerrig på og ville utforske videre, og da fant jeg ut at jeg ville skrive om bedrifter som importerer råvarer fra utlandet og hvilke etiske ansvar de har i forhold til dette. Det første som slo meg var et jeg ville skrive om Body Shop som er veldig kjent for sitt arbeid med menneskerettigheter og anti-testing på dyr, men det var ikke helt enkelt å finne en bedrift fra samme bransje jeg kunne sammenligne med så da gikk jeg bort i fra det. Det hadde også vært interessant og forsket på klesbransjen, da disse som regel har en kompleks og uoversiktlig leverandørkjede, men på grunn av dårlig tid lot ikke det seg gjøre denne gang. Jeg sendte også en mail til IEH – Initiativ for etisk handel, der jeg spurte dem om tips til hvilke bedrifter jeg kunne ha sammenlignet, og da svarte de at det enkleste for meg vil kanskje være å se på bedrifter som har kort vei til råvaren, som for eksempel kaffe. Det var da jeg fant ut at jeg ville sammenligne de norske bedriftene Kaffehuset Friele som importerer kaffebønner, og Nidar som importerer kakaobønner. Ville i utgangspunktet ta for meg en bedrift som er medlem i IEH og en som ikke er det for å se om det er stor forskjell, men det lot seg ikke gjøre fordi alle norske kaffe- og sjokoladeprodusenter er medlem i IEH. Til slutt endte jeg opp med denne problemstillingen:

*”Hvilke etiske krav stiller norske bedrifter som importerer råvarer fra utviklingsland til sine leverandører, og hvordan følger bedriftene opp at disse kravene blir fulgt?”*

Synes det var mer interessant å se på bedrifter som importerer råvarer fra utviklingsland enn fra andre land, da forholdene i utviklingsland generelt sett er ganske dårlige og det har ofte vært oppslag i media om dårlige forhold hos leverandørene til ulike bedrifter.

Først skal jeg skrive om valg av metode, og deretter teori om begrepet CSR (Corporate Social Responsibility) som er den engelske uttalelsen for samfunnsansvar, men det brukes også på norsk. Resten av teoridelen består av hvordan norsk næringsliv opptrer i en global økonomi og hva slags risikoer det innebærer å drive med handel på tvers av verden.

Deretter vil jeg beskrive hvordan Kaffehuset Friele og Nidar følger opp sine leverandører og hvilke etiske retningslinjer de har satt. Til slutt vil jeg analysere funnene mine og sammenligne resultatet opp mot teorien jeg har brukt, og så vil jeg lage en konklusjon ut i fra dette.

## **2. METODE**

”Samfunnsvitenskapelig metode dreier seg om hvordan vi skal gå fram når vi skal hente inn informasjon om virkeligheten, og ikke minst hvordan vi skal analysere hva denne informasjonen forteller oss slik at de gir ny innsikt i samfunnsmessige forhold og prosesser.” (Johannessen et al 2004:32)

I dette kapittelet beskrives og begrunnes valg av metode. Først vil jeg forklare hvilke ulike metoder som fins og hvorfor jeg har valgt det jeg har valgt, og så vil jeg forklare hvordan datainnsamlingen er gjennomført og valg av undersøkelsesenheter. Deretter vil jeg gjennomgå datas pålitelighet og validitet i forhold til min innsamlingsmetode.

### **2.1. Valg av metode og enheter**

Det fins to hovedformer for metode, kvantitativ og kvalitativ metode. Kvantitativ metode tar sikte på å omforme informasjon til målbare enheter som gir oss muligheten til å foreta regneoperasjoner som det å finne gjennomsnitt og prosent. Dette kan settes opp i kurver, diagrammer og tabeller. Kvalitativ metode er noe man ikke kan sette tall på eller måle, men handler mer om mening og opplevelse. Det tar mer sikte på det som skjuler seg bak tallene og kurvene. (Dalland, 2000)

Ideen bak mitt studium er å finne ut om bedrifter som importerer råvarer fra utviklingsland tar etiske og samfunnsmessige hensyn og retningslinjer, og om de følger disse opp i praksis. De fleste bedrifter i dag har etiske retningslinjer, men målet mitt er å finne ut om de blir fulgt opp eller om de bare har disse retningslinjene fordi de er påbudt dette. Det var vanskelig å finne ut hvilke bedrifter jeg skulle ta for meg for å finne ut om dette, men det endte opp med sjokoladeprodusenten Nidar og kaffeprodusenten Friele. Begge er store og anerkjente norske bedrifter og begge driver med import av råvarer. For å få et enda bedre blikk over om bedrifter tar hensyn til etiske retningslinjer så skulle jeg gjerne sammenlignet flere bedrifter, og spesielt tatt med noen som er mindre kjente for å se om det er noen forskjell på hvor mye arbeid store bedrifter legger i samfunnsansvar i forhold til små bedrifter, men det ville ha blitt en veldig omfattende og tidkrevende oppgave så derfor har jeg valgt å forholde meg til to store som det finnes masse informasjon om.

Etter jeg hadde funnet ut hva jeg ville skrive om og formulert problemstillingen, begynte jeg å finne relevant teori. Jeg brukte en del lærebøker vi har brukt i studiet, men lånte også noen



bøker på biblioteket og brukte internett. Innsamling av stoff om bedriftene er kun hentet fra internett. Jeg vurderte og ringe bedriftene eller sende e-post med spørsmål, men hjemmesidene deres inneholder det meste jeg lurte på, så jeg fant ikke det nødvendig da jeg går ut i fra at jeg ville fått samme svar på telefon/e-post som den informasjonen som står på hjemmesidene. Ut i fra min problemstilling og tidsforbruket vi har på denne oppgaven var det ikke vanskelig å velge hvilken metode jeg skulle bruke. Jeg trengte en metode som gjorde at jeg kunne jobbe med oppgaven når det passet meg, men at jeg samtidig fikk den informasjonen jeg trengte for å gjøre denne oppgaven, så valget falt på en kvalitativ metode hvor jeg samler inn sekundærdata. Ved bruk av kvalitativ metode forsøker man å få mye informasjon (data) om et begrenset antall informanter (Johannessen et al 2004). I mitt tilfelle er informantene bedrifter.

## 2.2. Pålitelighet/validitet

Sekundærdata er informasjon som er samlet inn av andre, og ved bruk av sekundærdata må man hele tiden tenke på hvor pålitelig informasjonen er. På forskningsspråket kalles pålitelighet for *reliabilitet*, og det ”*handler om hvilke data som brukes, hvordan de samles inn og hvordan de bearbeides.*” sier Johannessen (2004:228). Både Kaffehuset Friele og Nidar er store og kjente bedrifter i Norge, så jeg ser på informasjonen som ligger på hjemmesidene deres som pålitelige.

Selv om jeg fant den informasjonen jeg trenger på internett, så oppstår det ofte spørsmål og andre tema underveis når man undersøker et fenomen, og det har ikke jeg hatt mulighet til og utforske siden jeg kun har brukt sekundærdata. Hadde jeg hatt dybdeintervjuer hadde jeg fått mer informasjon. Likevel er det ikke alltid at all informasjon man får er relevant, og det kan være tidkrevende å sile ut informasjonen man virkelig trenger. Datas relevans kalles for validitet, og mest vanlig er *begrepsvaliditet*. Begrepsvaliditet dreier seg om relasjonen mellom det generelle fenomenet som skal undersøkes, og de konkrete dataene (Johannessen et al 2004). Er den dataen man samler inn gode nok representasjoner av fenomenet man forsker på? Om teorien jeg har valgt å bruke er den som representerer mitt forskningsspørsmål best er vanskelig å svare på, og det vil alltså finnes annen teori jeg kunne brukt istedenfor eller som et supplement til den jeg har brukt. Det fins veldig mye teori om CSR/samfunnsansvar, men jeg føler at jeg har klart å plukke ut det som er mest relevant for min oppgave. Når jeg skulle bestemme meg for hvilke bedrifter jeg ville sammenligne så jeg raskt at de fleste store

bedrifter i Norge i dag har samfunnsansvar som et tema på sine hjemmesider. Mange har også etiske retningslinjer og rapporter, så det er ingen tvil om at det er et stort og viktig tema i dagens næringsliv.

Når det gjelder tolkning og analyse av dataene jeg har samlet inn, vil jeg komme tilbake til dette i kapittel 5. Her vil jeg representere mine funn og drøfte funnene opp mot teori for å svare på problemstillingen.

### **2.3. Oppsummering**

I denne oppgaven har jeg benyttet en kvalitativ tilnærming med bruk av internett (sekundærdata) som innsamlingsmetode. Årsaken til dette er hovedsakelig tidsbegrunnet, men jeg følte ikke at en annen metode var nødvendig eller mer passende i forhold til hva jeg ønsket å finne ut av. Først i kapittelet har jeg definert hva metode er og begrunnet mitt valg av metode, og så har jeg beskrevet hvordan jeg har samlet inn data. Deretter har jeg redegjort for pålitelighet og validiteten til informasjonen jeg har hentet inn. Videre i dette kapittelet har jeg nevnt hvordan jeg har valgt å analysere informasjonen jeg fant ut i fra hjemmesidene til bedriftene jeg har undersøkt.

### 3. LITTERATUR

I dette kapittelet skal jeg presentere den teorien jeg har brukt som grunnlag for resten av oppgaven. Jeg har valgt å se på to hovedtemaer; Bedrifiers samfunnsansvar (CSR) og global økonomi. Bedrifiers samfunnsansvar eller ”Corporate social responsibility” som det heter på engelsk, er et veldig stort tema og det er ikke alle aspekter ved CSR som har med min problemstilling å gjøre. Dermed følte jeg ikke det var relevant og forklare hele emnet CSR, men jeg har først forklart i korte trekk hva det går utpå, og så har jeg konsentrert meg om den delen av CSR som har betydning for bedrifiers internasjonale leverandører. Deretter vil jeg redegjøre for den globale økonomien og hva det innebærer i dagens næringsliv. Innenfor dette temaet har jeg redegjort viktigheten av åpenhet i leverandørkjeden og konsekvensene det har for dem som ikke følger opp sine leverandører. Jeg har også tatt for meg to organisasjoner som arbeider med etisk handel og hvorfor det er så viktig med etiske retningslinjer.

#### 3.1. Bedrifiers samfunnsansvar

Hvilke ansvar har den enkelte bedrift overfor samfunnet vårt? Dette er et tema som er blitt mer og mer aktuelt de siste årene, men det er mange år siden temaet først ble tatt opp. CSR ble først anvendt som eget begrep på 1950-tallet, men det var da mest snakk om den enkelte næringslivsleders sosiale ansvar i samfunnet en opererte i. I dag handler begrepet mer om andre forhold som menneskerettigheter og demokrati. Samfunnsansvar og global økonomi henger sterkt sammen, og en artikkel fra nettstedet Global.no har en god avklaring på hva CSR handler om:

”I vår egen tid inkluderer bedrifiers samfunnsansvar at man i en globalisert og industrialisert verden må tilstrebe seg et verdisyn som erkjenner ansvar for den verden vi lever i. Her inngår blant annet faktorer som å ikke bryte menneskerettigheter, problematikken rundt barnearbeid, arbeidernes arbeidsvilkår i utviklingsland og miljøspørsmål. Kort sagt er bedrifiers samfunnsansvar et uttrykk for at bedrifter erkjenner et ansvar som strekker seg ut over grensene for egen virksomhet og egne økonomiske resultater.”<sup>1</sup>

Det fins uttalige definisjoner og modeller på hva CSR er for noe, og den mest etablerte og anerkjente modellen av er CSR-pyramiden til Archie Carroll (1979). Denne modellen er

---

<sup>1</sup> <http://www.global.no/bedrift/253225>

avbildet i figur 1. Carroll ser på CSR som et multidelt konsept som kan deles inn i fire koordinerte aspekter – økonomiske, juridiske, etiske og filantropiske ansvar.



**Figur 1. Carroll's firedelte CSR model.**

*Kilde: Carroll, 1979; Crane og Matten, 2010.*

Carroll og Buchholtz har formulert en av de mest kjente og brukte definisjonene av CSR i litteraturen:

*"Samfunnsansvar omfatter de økonomiske, juridiske, etiske og filantropiske forventninger som stilles til organisasjoner av samfunnet på et gitt tidspunkt"* (Carroll og Buchholtz, 2009; Crane og Matten, 2010).

Det denne definisjonen derimot mangler, i følge Crane og Matten, er et internt perspektiv, ettersom CSR ikke bare oppleves av samfunnet men av alle virksomhetens interessenter, noe som også inkluderer medarbeidere og aksjonærer. Utgangspunktet for CSR-pyramiden er at en virksomhet må tjene penger for å overleve, og at de er forpliktet til å maksimere aksjonærenes inntjening. Det økonomiske ansvaret danner derfor fundamentet som alt det andre bygges på.

Det andre nivået i pyramiden viser det juridiske ansvaret. Bedrifter er påtvunget til å følge lover på grunn av at de vises i samfunnet og skal være et bilde på hva som er akseptabel og ikke-akseptabel opptreden. Det forventes at bedrifter streber etter å oppnå sine økonomiske

mål innenfor lovens rammer, samtidig som den juridiske ansvarligheten gjenspeiler samfunnets syn på ”kodifisert etikk”, hvor meningen er å sørge for at regelverket følges. Både det økonomiske og juridiske ansvaret er obligatoriske forpliktelser som kreves av samfunnet (Carroll, 1991: Crane og Matten, 2010).

Det etiske ansvaret pålegger bedrifter til å gjøre det som er riktig, nødvendig og rettferdig selv når de ikke er tvunget til å gjøre det av juridiske rammeverk. Carroll (1991: Crane og Matten, 2010) hevder at det etiske ansvaret derfor består av hva som *forventes* av samfunnet ut over de økonomiske og juridiske forpliktingene.

Det øverste og fjerde nivået viser det filantropiske ansvaret, som omhandler at bedrifter skal være en god medborger. Det vil si at foretaket opptrer som en god borger som handler for fellesskapet, og forbedrer livskvaliteten i samfunnet. Det filantropiske ansvaret gir derfor et bilde av de forventninger samfunnet har til foretaket akkurat nå.

Det er det etiske og filantropiske nivået i pyramiden som ofte forbindes med CSR. Ingen metafor er perfekt, og CSR-pyramiden er intet unntak. Pyramiden er tiltenkt å vise at foretakenes totale samfunnsansvar omfatter forskjellige komponenter, som sammenslått kan ses på som et hele. For å få en bedre forståelse av hva som ligger i CSR, er det også nyttig å se litt nærmere på teorien om den tredelte bunnlinjen (triple bottom line).

Den tredelte bunnlinjen er en mye omtalt modell som rapporterer tap og gevinster langs tre ulike dimensjoner, hvor ansvaret strekkes til å omfatte bedriftens negative og positive påvirkninger på økonomiske, miljømessige og sosiale forhold i dens omgivelser. Målet med modellen er at bedrifter som bruker den skal styres etter et innebyggt målsett der de sosiale og miljømessige målene anerkjennes på linje med de økonomiske (Nyeng, 2011).

Ordet bunnlinje brukes for å understreke at man skal måle tap eller gevinst. Tidligere har en slik bunnlinje kun vært økonomisk, men den tredelte bunnlinjen måler også miljø- og sosialt ansvar. Ved å studere hva interessentene er opptatt av, vil virksomheten kunne innhente den informasjonen som interessentene ønsker, og på bakgrunn av dette kunne prioritere innsatsen

for å forbedre de ikke-finansielle resultatene. Det er interessentene, og ikke virksomhetens ledelse, som setter standarden for hva virksomheten bør rapportere om.<sup>2</sup>

For at et foretak da skal være sosialt ansvarlige er det veldig viktig at de er klar over alle aspektene, og prøver å finne en balanse mellom dem når de innbaker dem i forretningsprinsippene og strategien (van Dongen, 2006).

### **3.1.1. CSR i en internasjonal kontekst**

CSR som et syn på bedrifters ansvar i samfunnet har vært et særlig sterkt begrep i USA, hvor mye av litteraturen, forfatterne og tankegang har dukket opp. I Europa og andre områder av kloden har imidlertid konseptet CSR temmelig nylig blitt et innflytelsesrikt begrep.

Hovedårsaken til dette er at USA (og andre land) har en tendens til å vise mer diskresjon over deres sosiale ansvar, noe som har ført til en modell av eksplisitt CSR som betyr at CSR er en eksplisitt foretaksomhet i private bedrifter. Andre land har operert med en mer implisitt CSR modell som ser samfunnsansvaret til virksomheten tett integrert i de juridiske og institusjonelle rammene i samfunnet. I Europa har dette blitt oppnådd i hovedsak gjennom regulering, mens i land i Afrika eller Asia er det religiøse, skikk og stammetradisjoner som har formet forventningene til bedriftene. Generelt sett, mens man har kunnet argumentert for at alle nivåer av CSR spiller en rolle utenfor USA, har de helt klart en forskjellig betydning og er dessuten linket sammen på en annen måte i andre land (Crane og Matten, 2010)

### **3.1.2. Kritikk mot CSR**

En etisk ansvarlig innstilling er avhengig av at man ser seg selv i et åpent, kommunikativt og helhetsorientert forhold til sine omgivelser, noe som betyr at man må tenke ut over egen omsetning og resultat. Hvis bedrifter kun styres etter profittmål, bryter de med en slik etisk grunninnstilling og innsnevrer dermed også mulighetene den enkelte ansatte har til å være et etisk menneske i bedriftens tjeneste (Nyeng, 2011)

At en bedrift skal ha et overordnet ansvar ovenfor samfunnet sitt har vært et sterkt diskutert tema opp i gjennom årene. En kjent motstander av CSR er nobelprisvinner i økonomi Milton Friedman, som skrev en artikkel i New York Times Magazine i 1970 at bedrifters eneste samfunnsansvar er å bruke sine ressurser og engasjere seg i virksomhet som retter seg mot å

---

<sup>2</sup> <http://fno.no/no/hoved/fakta/samfunnsansvar/kokebok-for-samfunnsansvar/kokebok-for-samfunnsansvar/hva-er-samfunnsansvar/>

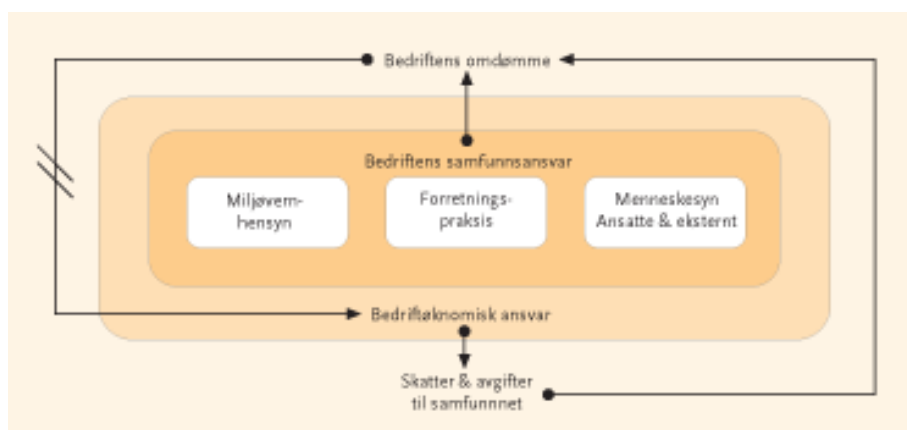
øke profitten. Et av argumentene hans var blant annet at det vil være galt av bedriftsledere å svikte den forpliktelsen som de har påtatt seg overfor aksjeeierne om å forvalte pengene deres best mulig. (Nyeng, 2011:210). 13 år etter Friedmans artikkel kom ut kom R. Edward Freeman og David Reed ut med en artikkel som taler i mot Friedmans perspektiv. Det har vært stor debatt om hvem som har "rett", og det fins uttallige henvisninger til disse to artiklene i andre artikler og bøker. Debatten mellom Friedman og Freeman har hatt fokus på hvorvidt bedriftsledere skal ta samfunnsansvar eller ikke, men i dagens samfunn er det ikke et spørsmål *om* de skal ta samfunnsansvar utover å øke profitten, men *når* det er nødvendig.<sup>3</sup> En bedrift varer sannsynligvis ikke lenge ved kun å tenke på å tilfredsstille aksjonærene, eller ved og kun ta hensyn til samfunnet. Det handler om å finne den rette balansen mellom disse to faktorene.

### 3.1.3. CSR og omdømme – en sammenheng?

Fokuserer bedrifter på samfunnsansvar fordi det er etisk rett, eller fordi det er nødvendig for en bra profitt? En ting er hva som er moralsk riktig for en bedrift å gjøre i ulike sammenhenger, men en annen ting er hva som er best for bedriftens omsetning. Selv om en bedrift tar samfunnsansvar og engasjerer seg i nærmiljøet eller er opptatt av menneskerettigheter og dyretesting, så er det nok ikke bare etiske grunner til at bedriften gjør dette, men også for å få et bedre omdømme. Det er få bedrifter som driver monopol i dag, og med mange konkurrenter må de gjøre det de kan for å bli godt likt og få flere interessenter. Folk flest er mer opptatte av etikk og miljø i dag enn før, og flere velger produkter og tjenester etter om bedriften tar et samfunnsansvar eller ikke. Noen av de største og mest populære bedriftene som fins i dag er bedrifter som er kjent for sitt samfunnsansvar rundt omkring i verden, som The Body Shop og Starbucks. De er begge store bedrifter på verdensbasis, og veldig mange av råvarene deres kommer fra fattige land i "den tredje verden". De er begge eksempler på bedrifter som, i alle fall på utsiden, ser ut som de i utgangspunktet kun bryr seg om at produktene deres kommer fra etisk riktige produsenter, og at de ansatte hos leverandørene arbeider under ordentlige forhold, og dette har gjort dem til noen av de største bedriftene i verden. De har et sterkt og godt omdømme som gjør at folk velger dem framfor andre, og dermed øker profitten deres og alle interessenter blir fornøyde. Det er lett å se hvor viktig et godt omdømme kan være for en bedrift, og ikke minst sammenhengen mellom omdømme og samfunnsansvar. Bedriftens omdømme kan beskrives

<sup>3</sup> <http://www.magma.no/aksjonaerer-og-interessenter-et-nytt-perspektiv-paa-styring-av-foretak>

som summen av bedriftens samfunnsansvar og dens bedriftsøkonomiske ansvar. Gjennom miljøhensyn, sunn forretningspraksis og hensynet til menneskeverd bidrar bedriften til samfunnsansvar som igjen styrker bedriftens omdømme. I tillegg vil bedriften bidra med skatter og avgifter til samfunnet. Et godt omdømme vil intuitivt gi en økonomisk gevinst på sikt.



**Figur 2. Sammenhengen mellom samfunnsansvar og omdømme**

Kilde: <sup>4</sup>

Figuren skiller mellom bedriftens samfunnsansvar og bedriftsøkonomisk ansvar siden disse kan innebære en målkonflikt. Likevel er det viktig å få frem at bedriftens økonomiske ansvar er en del av samfunnsansvaret, for hvis en bedrift har underskudd og ikke betaler skatter og avgifter til statskassen må dette eventuelt kunne dokumenteres med at de gir gaver til samfunnsprosjekter. En bedrift kan ikke fungere uten å tenke på økonomisk avkastning, og sammen med de tre andre hensynene i figuren er det et dominerende element i samfunnsansvaret. Det handler om å vise forbrukerne at de tenker bærekraftig, noe Crane og Matten (2010:34) definerer som "et langsiktig vedlikehold av systemer i henhold til miljømessige, økonomiske og sosiale hensyn". Bedriftene må imøtekomme behovene til dagens generasjon uten å redusere mulighetene for kommende generasjoner til å dekke sine behov.

### 3.1.4. Troverdighet

Selv om en bedrift virkelig tar samfunnsansvar på mange måter, så er det ikke alltid like lett å skape troverdighet blant interessentene. Det er ikke en selvfølge at man som kunde eller

<sup>4</sup> <http://www.magma.no/omdoemmesikring>



aksjonær skal tro på det en bedrift formidler i reklamer og på nettsider. Derfor er det viktig at bedriften arbeider konstant med å skape troverdighet og opprettholde den. I arbeidet med dette er det spesielt viktig at bedriften gjør en CSR-analyse.<sup>5</sup> Det er to relevante spørsmål som stilles i en slik analyse:

1. Hvilke forventninger har de interessentene som er mest relevante for bedriftens omdømme i dag?
2. Hva bør gjøres bedre?

Selve analysen kan bedriften enten gjøre selv eller gjennom en kvalifisert tredjepart med erfaring i analyse og metode. Det er ikke sikkert at bedriften trenger å gjøre noe mer enn den allerede gjør i dag, men da er det viktig å iverksette tiltak som hindrer at omdømme kan bli negativt. Et regnskapsfirma kan for eksempel innføre et program som hindrer utbrenthet og samlivsproblemer blant ansatte og en bedrift som importerer varer kan iverksette screening av underleverandører for å sikre seg mot svart arbeid.

For å skape et godt omdømme er det selvsagt viktig å markedsføre hva man gjør for samfunnet. Mange bedrifter mangler ikke på samfunnsansvar, men det de faktisk gjør kommer ikke tydelig nok fram slik at potensialet for omdømmesikring ikke fullt ut utnyttes. En gjennomgang av årsberetninger viser at en rekke CSR-tiltak som ikke er systematisk plassert under samfunnsansvar.<sup>5</sup> Disse kan lett visualiseres bedre om de plasseres under de ulike elementene av samfunnsansvar. En nylig norsk omdømmeundersøkelse viste at 91 % av befolkningen synes at bedrifter burde kommunisere ut deres samfunnsansvarlige aktiviteter. Gjennom analyse og kommunikasjon av områdene miljø, forretningspraksis og menneskesyn kan bedriften sikre et sterkt selskapsomdømme som er av vital betydning for å opprettholde markedsposisjonen over tid.

### 3.2. Global økonomi

*”Det er fraværet av bred næringsvirksomhet, ikke tilstedeværelsen, som fører til utstrakt fattigdom. Det er en utopi å tro at fattigdom kan bekjempes uten næringslivets aktive medvirkning”* – FNs tidligere generalsekretær Kofi Annan.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> <http://www.magma.no/omdoemmesikring>

<sup>6</sup> <http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/stmeld/2008-2009/stmeld-nr-10-2008-2009-/5.html?id=543018>

I de siste årene har det blitt stadig billigere og enklere å transportere varer, tjenester, kapital og informasjon mellom landene i verden og over lange avstander. Denne utviklingen beskrives ofte som globalisering. Norge driver både med eksport og import av varer noe som gir et viktig bidrag til samfunnet. Lønnsomme bedrifter skaper arbeidsplasser og bidrar til å finansiere den allmenne velferd. De etiske sidene ved næringslivets samfunnsansvar er blitt tydeligere som følge av globaliseringen.<sup>7</sup>

Det er tre hovedområder innenfor globalisering hvor forretningsetikk er spesielt viktig (Crane og Matten, 2010:20):

- Kultur
- Jus
- Ansvarlighet

### **Kulturelle problemstillinger**

Både norske og utenlandske selskaper engasjerer seg i økende grad i internasjonale markeder, og uventet befinner de seg i konfrontasjoner med nye og varierte etiske krav. Moralske verdier som blir tatt for gitt i hjemmemarkedet kan dukke opp som nye utfordringer i utenlandske markeder. For eksempel, mens europeere ser på barnearbeid som høyst uetisk og ulovlig, har enkelte asiatiske land et mer moderat syn på dette. Grunnen til at globalisering kan skape slike problemer er at i mange tilfeller er det fortsatt en nær sammenheng mellom den lokale kulturen, inkludert moralske verdier og en spesifikk geografisk region. På den ene siden skaper globalisering mindre regional forskjell fordi det bringer regioner sammen og oppfordrer til en mer enhetlig global kultur. På den andre siden, i undergravingen av divisjonene av geografiske avstander, avslører globalisering økonomiske, politiske og kulturelle forskjeller og konfronterer folk med dem. Denne dialektiske effekten har vært et økende tema for forskning over det siste tiåret.

### **Juridiske problemstillinger**

Etikk og jus er nært knyttet til hverandre. Jo mer økonomiske transaksjoner mister sin tilknytning til et bestemt territorium, jo oftere vil de unnslippe kontroll av de nasjonale myndighetene. Makten til en regjering har tradisjonelt vært begrenset til et bestemt territorium,

---

<sup>7</sup> <http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/stmeld/2008-2009/stmeld-nr-10-2008-2009-/1.html?id=542967>

franske lover er for eksempel bare gyldig i Frankrike, og norske lover bare gyldig i Norge og så videre. Så snart et selskap forlater sitt hjemland og flytter deler av produksjonskjeden til for eksempel et land i den tredje verden, blir det juridiske rammeverket svært annerledes.

Dermed kan ikke ledere kun stole på det juridiske rammeverket når de tar beslutninger om rett og galt ved ulike problemstillinger. Forretningsetikk startet i stor grad der loven slutter, og globalisering øker etterspørselen etter forretningsetikk fordi globaliserte økonomiske aktiviteter er utenfor kontroll av nasjonale myndigheter. For eksempel, de internasjonale finansmarkedene er i stor grad utenfor kontroll av enhver nasjonal regjering, og den konstante kampen regjeringer har mot problemstillinger som barnepornografi på internett viser de enorme vanskelighetene det ligger i å opprettholde nasjonale lover i globaliserte områder.

### **Ansvarlighetsspørsmål**

Hvis man ser litt nærmere på globale aktiviteter, kan man enkelt se at det er bedriftene som dominerer i den globale økonomien. For eksempel var bruttonasjonalproduktet i Hellas omtrent det samme som omsetningen av den amerikanske detaljistkjeden Wal-mart i 2008. Men mens den greske regjeringen har et ansvar for hele det greske folk og må møte til valg regelmessig, er bare lederne av Wal-mart formelt ansvarlig for den relativt lille gruppen av mennesker som eier aksjer i selskapet. Wal-mart er verdens største detaljist med butikker i 44 land, og lokalsamfunnene i for eksempel USA, Kina eller Storbritannia som er direkte avhengige av Wal-Marts investeringsbeslutninger har nesten ingen innflytelse på selskapet, og i motsetning til en nasjonal regjering er Wal-Mart, i hvert fall ikke i prinsippet juridisk ansvarlig for disse valgkretsene.

Så hva betyr dette for globalt næringsliv? Jo mer økonomiske aktiviteter blir globalisert, jo mindre kan myndigheter kontrollere dem, og jo mindre er de åpne for demokratisk kontroll av de berørte personene. Enkelt sagt fører globalisering til en økende etterspørsel etter bedriftens ansvarlighet. Faktisk så kan globalisering sees å påvirke alle interessentene til bedriften, og eksempler på dette er listet opp i følgende tabell:

Interessenter	Etiske virkninger av globalisering
Aksjonærer	Globalisering gir potensial for økt lønnsomhet, men også større risiko. Manglende regulering av globale finansmarkeder fører til ytterligere finansiell risiko og ustabilitet.
Ansatte	Bedrifter omlegger produksjonen til utviklingsland for å redusere kostnadene i en global markedsplass. Dette gir arbeidsplasser, men øker også potensial for utnyttelse av ansatte gjennom dårlige arbeidsforhold.
Konsumenter	Globale produkter gir sosiale goder til forbrukerne over hele verden, men kan også møte protester om kulturell imperialisme og vestliggjøring. Globalisering kan gi billigere priser til kundene, men sårbare forbrukere i utviklingsland kan også møte muligheten for utnyttelse av multinasjonale selskaper.
Leverandører og konkurrenter	Leverandører i utviklingsland står overfor regulering fra multinasjonale selskaper gjennom leverandørkjedestyring. Små, lokale konkurrenter i u-land er utsatt for mektige globale aktører.
Det sivile samfunnet (frivillige organisasjoner, lokalsamfunn)	Global virksomhet bringer selskapet i direkte samhandling med lokalsamfunn, og øker dermed muligheten for å svekke tradisjonell samfunnsliv. Globale aktivistgrupper vokser med formål om å "arrestere" aksjeselskap i land der regjeringene er svake og korrupte.
Myndighetene	Globalisering svekker regjeringer og øker bedriftens ansvar for arbeidsplasser, velferd, vedlikehold av etiske standarder, etc. Globaliseringen konfronterer også regjeringer med selskaper fra regioner med ulike kulturelle forventninger om temaet som bestikkelser, korrupsjon, skattelegging og veldedighet.

**Tabell 1. Eksempler på etiske virkninger av globalisering på ulike interessenter.***Kilde: Crane og Matten, 2010:25.*

### 3.2.1. Norsk næringsvirksomhet i utlandet

Norske bedrifter er i dag mer engasjert i land hvor menneskerettighetene står svakt eller utfordres, hvor det er kritikkverdige arbeidsforhold eller hvor barn blir brukt som arbeidskraft. De er også engasjert i områder hvor miljøet blir tatt lite hensyn til i produksjonssammenheng. I økende grad møter bedriftene spørsmål om hva som er akseptabel forretningspraksis og om bedriftenes ansvar går lenger enn bare å følge loven i landet de er engasjert i. Stadig flere konsumenter, kunder, investorer, myndigheter og organisasjoner stiller krav til at produkter

og tjenester tilvirkes på en sosialt og miljømessig forsvarlig måte. Disse økte kravene har stor betydning for både små og store bedrifter, blant annet i forhold til bedriftenes omdømme, tillit til bedriften og mulighet for å vinne kontrakter fra det offentlige og det private. Kravene har dermed en direkte innflytelse på bedriftens mulighet for suksess. En undersøkelse som ble gjennomført for Utenriksdepartementet i 2008, målte holdninger til og praksis med samfunnsansvar blant norske internasjonalt orienterte bedrifter.<sup>8</sup> Undersøkelsen viste at mange bedriftsrepresentanter har et forholdsvis uklart forhold til samfunnsansvar, og store bedrifter er mer bevisste når det gjelder spørsmål om samfunnsansvar enn små bedrifter. Det fins flere organisasjoner som kan være et hjelpemiddel for bedrifters arbeid med samfunnsansvar, blant annet FNs Global Compact, Initiativ for etisk handel og veilederen ISO 26000 som jeg vil komme tilbake til i kapittel 3.2.3. – 3.2.5.

Det er ikke mange investeringer fra norsk næringsliv i de fattigste landene i verden, og det kan delvis skyldes at slike investeringer ofte er forbundet med svært høy risiko. Mange bedrifter unngår å gå inn i slike markeder fordi de er redd for at de ikke klarer å leve opp til interessentenes mange forventninger om samfunnsansvar, noe som kan risikere bedriftens omdømme.<sup>9</sup> På den annen side er noen bedrifter totalt avhengige av import fra utviklingsland, da mange råvarer er umulig å produsere i Norge. Dette gjelder spesielt varer som kaffe- og kakaobønner, ris, krydder og bananer. Ved sin tilstedeværelse og sitt tilskudd til verdiskaping lokalt kan norske bedrifter bidra til en økonomisk utvikling som gir redusert fattigdom og mindre avhengighet av bistand i utviklingsland. Bedriftene kan bidra til å formidle norske erfaringer med blant annet arbeidsmiljø og samarbeid med de ansatte, og de kan hjelpe til å skape arbeidsplasser med kjønnslikestilling og integrering av ulike etniske grupper. Det kan ikke underslås at krav om lokalt innhold også kan by på utfordringer. Bedrifter kan støte på et forventningspress for å fylle lokale behov som i andre sammenhenger ses som et offentlig ansvar. Dette gjelder spesielt utbygging av infrastruktur som er nødvendig for bedriftens virksomhet, men som også kommer lokalsamfunnet til gode. Dette kan være veiutbygging, vannforsyning eller helsetiltak.

En annen trussel for norske bedrifter som er avhengig av import av råvarer fra utviklingsland og andre land i varmere strøk er klimaendringer. Klimaendringer som følger av global

---

<sup>8</sup> <http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/stmeld/2008-2009/stmeld-nr-10-2008-2009-/6.html?id=543024>

<sup>9</sup> <http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/stmeld/2008-2009/stmeld-nr-10-2008-2009-/5.html?id=543018>

oppvarming gjør det stadig vanskeligere for bønder i utviklingsland å dyrke råvarer<sup>10</sup>, og det kan svekke matsikkerhet og livsgrunnlag for store befolkningsgrupper og dermed også bidra til betydelig migrasjon. Et eksempel på følgene klimaendringer har på bøndene er Fairtrade-sertifiserte kooperativet Mzuzu Coffee Planters Cooperative Union i Malawi. Bøndene der har siden 2003 plantet over 10 millioner kaffetrær, men bare halvparten av dem har vokst opp på grunn av klimaendringer. Slike småbønder i utviklingsland har i svært liten grad bidratt til å forårsake klimaendringene, men det er likevel dem som blir hardest rammet. De mangler økonomi og ressurser til å gjennomføre alle de nødvendige tiltakene for å takle klimautfordringene de vet at kommer i framtiden. FN jobber kontinuerlig med tiltak som kan redusere klimagassutslipp, og Norge satser på utvikling av ren fornybar energi og vil bidra til at utviklingsland får tilgang til slik energi for å fremme en lavutslippsutvikling.<sup>11</sup>

### 3.2.2. Åpenhet i leverandørkjeden

*”Åpenhet er i hvilken grad bedriftens beslutninger, politikk, aktiviteter, og påvirkninger blir erkjent og gjort synlig til relevante interessenter.”* – Crane og Matten, 2010:71.

Så lenge en bedrift synliggjør faktorene som er nevnt i definisjonen kan det i alle fall ikke vekkes tvil om hva som foregår mellom de ulike partene i en handel eller i forholdet til andre interessenter. Åpenhet kan forholde seg til ethvert aspekt av en bedrift, men krav om åpenhet gjelder vanligvis den samfunnsansvarlige delen av bedriften, i motsetning til den kommersielle som mange bedrifter har hevdet er grunnen til at de tilbakeholder informasjon. Et eksempel på dette er sportsmerket Nike som lenge hevdet at identitet og lokalisering av sine leverandører ikke kunne bli avslørt fordi det var kommersielt sensitiv informasjon som deres konkurrenter kan utnytte. Likevel ledet bekymringer over arbeidsforholdene i disse fabrikkene til et krav om at Nike måtte offentliggjøre informasjonen om leverandørene, noe de til slutt ble enige om å gjøre i 2005 (Crane og Matten, 2010).

Så hvorfor full åpenhet? Det er flere bedrifter som opp igjennom de senere årene har skapt store mediastormer etter det har kommet fram at det har vært svært dårlige forhold hos leverandørene deres. I 2008 kom det fram at det var barnearbeid på en av leverandørene til den norske telebedriften Telenor i Bangladesh. Det var også en episode med en ung mann som omkom etter han falt i et kar med kokende vann på arbeid. I etterkant av dette tok

<sup>10</sup> <http://www.mojomagasinet.no/nyheter-tema-og-fakta/klimaavtale-for-smabonder/>

<sup>11</sup> <http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/prop/2011-2012/prop-1-s-20112012/13/3.html?id=657764>

Telenor virkelig tak i å undersøke arbeidsforholdene ved fabrikkene og de uttalte i en pressemelding at deres viktigste prioritet var å sørge for at arbeiderne i Bangladesh er trygge og at de ikke skal benytte barnearbeid.<sup>12</sup> At det må slike episoder til for at bedrifter skal ta mer ansvar for sine leverandører er veldig synd, men har noe sånt først skjedd så skjer det sannsynligvis ikke igjen da bedriften har for mye å tape på den negative mediastormen slikt medfører.

Et hundretalls amerikanske selskaper og en håndfull norske har i løpet av det siste tiåret valgt å offentliggjøre sine leverandørlistene.<sup>13</sup> Beslutningen Nike tok om å offentliggjøre sine leverandørlistene på nettet ser ut til å ha inspirert både Stormberg og Helly Hansen til å gjøre det samme, og de fleste som er medlem i Initiativ for etisk handel har enten sine leverandørlistene liggende på nettsiden deres eller så kan de bestilles på oppfordring. Bedrifter i dag ser mer og mer fordeler ved å være åpen, både i form av innsikt i konkurransefordeler og positiv merkevarebygging, og også styrking av solidariteten mellom forbrukerne, frivillige organisasjoner og fagbevegelse i Norge og andre land.

### **3.2.3. FNs Global Compact**

Global Compact er et av mange verktøy for bedrifter i deres arbeid med samfunnsansvar og initiativet ble tatt av FNs daværende generalsekretær Kofi Annan i 1999. Global Compact kan brukes som et globalt nettverk for bedrifter som ønsker å arbeide med samfunnsansvar og bidra til forsvarlig og bærekraftig bedriftspraksis. I dag er Global Compact verdens største initiativ for næringslivets samfunnsansvar med over 7000 deltagere, hvorav over 5200 bedrifter fra 130 land, og de bygger på ti prinsipper som omfatter menneskerettigheter, arbeidslivsstandarter, miljøpåvirkning og anti-korrupsjon og er forankret i internasjonale konvensjoner og retningslinjer. Selskaper som slutter seg til Global Compact forplikter seg til å gjennomføre prinsippene i sin virksomhet samt og dele erfaringer og rapportere om fremgang i arbeidet. Regjeringen har veldig tro på dette initiativet og arbeider for å styrke næringslivets kunnskap om Global Compact slik at flere slutter seg til initiativet.

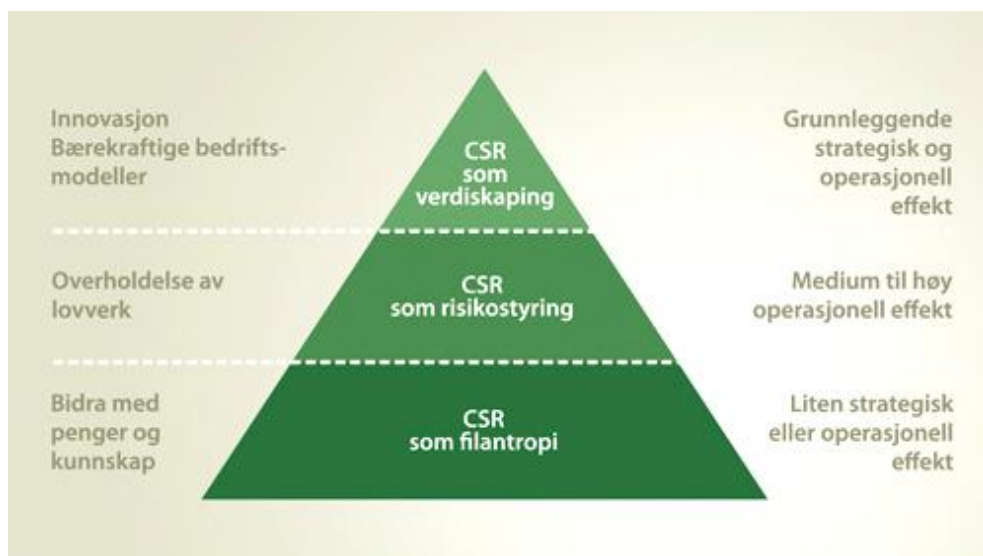
---

<sup>12</sup> <http://nrk.no/okonomi/telenor-innrommer-mer-barnearbeid-1.6206752>

<sup>13</sup> [http://www.mangfoldsportalen.no/Documents/Med\\_d%C3%B8ren\\_p%C3%A5\\_g%C3%B8tt-sluttrapport%5B1%5D.pdf](http://www.mangfoldsportalen.no/Documents/Med_d%C3%B8ren_p%C3%A5_g%C3%B8tt-sluttrapport%5B1%5D.pdf)

Global Compact har to hovedmålsettinger:

- Å gjøre de ti prinsippene til en del av forretningsvirksomheten i bedrifter over hele verden.
- Å fremme aktiviteter og partnerskap som bidrar til å innfri FN's mål om en bærekraftig utvikling.



**Figur 3. Tre ulike forståelser av samfunnsansvar.**

Kilde: <sup>14</sup>

### 3.2.4. IEH – Initiativ for etisk handel

*"IEH er et ressurscenter og en pådriver for etisk handel. Formålet er samarbeid for handel som fremmer menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, utvikling og miljø."* - IEH.no<sup>15</sup>

IEH er en medlemsorganisasjon for bedrifter, organisasjoner og offentlige virksomheter og har som mål å veilede medlemmene med å fremme anstendige arbeids- og miljøforhold i leverandørkjedene deres, samt å styrke oppslutningen om etisk handel. Medlemmene er pliktet til å ta tak i utfordringer i egen leverandørkjede og sende inn årlige rapporter om status og fremdrift i arbeidet. IEH tilbyr også kurs og seminarer både for virksomheter i Norge og leverandører i utlandet. Organisasjonen ble stiftet i år 2000 etter initiativ fra Kirkens Nødhjelp, sammen med Virke, LO og Coop Norge. Handel er en viktig forutsetning for

<sup>14</sup> <http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/stmeld/2008-2009/stmeld-nr-10-2008-2009-/3.html?id=542989>

<sup>15</sup> [http://www.etiskhandel.no/Om\\_IEH/index.html](http://www.etiskhandel.no/Om_IEH/index.html)



utvikling, men det er viktig at det skjer på en skikkelig måte som sikrer anstendig arbeids- og miljøforhold i hele leverandørkjeden.<sup>16</sup>

Noen vil sikkert stille spørsmålet; ”hvorfør etisk handel?”. Svaret ligger i forutsetningen om at handel fremmer utvikling hvis og når arbeiderne har anstendige arbeidsvilkår og miljøskader blir minimert i hele produksjonsprosessen.<sup>17</sup> Millioner av arbeidere i global handel og produksjon har en hverdag som innebærer ekstrem overtid, helsefarlige omgivelser på arbeidsplassen og lønninger under fattigdomsgrensen. Noen steder forekommer også grove former for barne- og tvangsarbeid og miljøskadelig virksomhet, og årsaker til dette henger sammen med fattigdomsproblematikk og svak ivaretagelse av nasjonal lovgivning. Det er nasjonale myndigheter som har hovedansvaret for å sikre at menneskerettigheter og miljøhensyn blir ivaretatt, men det er også bedriftene sitt ansvar. Hvis bedriftene selv kan vurdere egen risiko og håndtere negative funn, vil de i stedet for å bli hengt ut kunne vise frem hva de faktisk gjør.

Høsten 2010 utførte IEH en undersøkelse om etisk handel i norske bedrifter, og den viste at bedrifter mangler kunnskap, veiledning og verktøy for å jobbe grundig med samfunnsansvar i leverandørkjeden. Den kom også fram til at ni av ti norske bedriftsledere mener det er viktig med respektable arbeids- og miljøforhold i produksjonen av egne produkter, og at tre av fem mangler retningslinjer som omhandler menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter eller miljøhensyn. Derfor arbeider IEH effektivt med å rekruttere flere medlemmer som de kan veilede.<sup>18</sup>

Etisk handel krever kontinuerlig arbeid for forbedringer av de sosiale og miljømessige forholdene knyttet til produksjon av varer og tjenester. Etisk handel betyr også å ta et samfunnsansvar i en videre forstand, gjennom å motarbeide ulovlig og uetisk adferd som for eksempel korrupsjon og dyreplageri. Import fra utviklingsland er viktig for Norge, og IEH er en pådriver for dette. Avslutning av handelsrelasjoner skal kun skje unntaksvis og etter at egnede virkemidler for å oppnå forbedringer er forsøkt uten resultat.<sup>19</sup> Hvis et land har bred internasjonal oppslutning om at det bør boikottes skal medlemmer i IEH unngå kjøp av produkter eller velge produsenter fra slike land.

---

<sup>16</sup> [http://www.etiskhandel.no/Om\\_IEH/index.html](http://www.etiskhandel.no/Om_IEH/index.html)

<sup>17</sup> [http://www.etiskhandel.no/Om\\_IEH/Hvorfor\\_etisk\\_handel\\_/index.html](http://www.etiskhandel.no/Om_IEH/Hvorfor_etisk_handel_/index.html)

<sup>18</sup> <http://www.etiskhandel.no/Artikler/6057.html>

<sup>19</sup> <http://www.etiskhandel.no/Artikler/5859.html>



**Figur 4. IEHs modell for arbeid med etisk handel.**

Kilde:<sup>20</sup>

Ved å følge modellen i figur 4, har virksomheten god oversikt over hvilke aktiviteter det er lurt å gjøre når i prosessen.

### 3.2.5. ISO 26000

ISO 26000 Veiledning om samfunnsansvar ble lansert i 2010 og er en internasjonal standard for samfunnsansvar som gir veiledning til organisasjoner. I veiledningen brukes ikke begrepet CSR, men SR, altså Social Responsibility, fordi den kan brukes både for bedrifter, myndigheter og andre organisasjoner.<sup>21</sup> 500 eksperter fra 100 land og 40 internasjonale organisasjoner har deltatt i den 5-års lange prosessen det tok å lage standarden, og det er tidenes største internasjonale samarbeid.<sup>22</sup> Så hvorfor er ISO 26000 så viktig? Som nevnt er det mange definisjoner av begrepet samfunnsansvar, og noe av utfordringen i forbindelse med utarbeidelsen av ISO 26000 var å finne ut hvordan man skal sette prinsippene for samfunnsansvar ut i realitet og innføre effektive tiltak når forståelsen av hva samfunnsansvar betyr er så varierende. Resultatet ble en internasjonal relevant forståelse av hva samfunnsansvar er, og standarden inneholder 7 kjerneprinsipper:

1. Organisasjonsstyring
2. Menneskerettigheter
3. Arbeidsforhold
4. Miljøet
5. Hederlig virksomhet
6. Forbrukerspørsmål
7. Lokalsamfunnsengasjement og – utvikling.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> [http://www.etiskhandel.no/Ressurser\\_verkt\\_y/index.html](http://www.etiskhandel.no/Ressurser_verkt_y/index.html)

<sup>21</sup> <http://www.magma.no/iso-26000-som-et-virkemiddel-for-institusjonalisering-av-samfunnsansvar-csr>

<sup>22</sup> <http://www.standard.no/no/Fagomrader/Miljo/ISO-26000---samfunnsansvar/Kort-om-ISO-26000/>

Punkt 5, 6 og 7 er nytt i forhold til Global Compact sine prinsipper, selv om de også er basert på eksisterende FN-regler og internasjonale avtaler. Prinsippene til IEH samsvarer også med dem i ISO 26000, så det er mange som allerede har tatt dette i bruk siden veilederen ble publisert. Tidligere forskning viser at initiativ som Global Compact er noe som i hovedsak brukes av store selskaper, og dette ser ut til å gjelde ISO 26000 også.<sup>23</sup> Studier viser at bruk av standarder og rapportering ikke nødvendigvis innebærer en forbedring av CSR-oppførsel, og at det er de bedriftene som blir kritisert mest som også rapporterer mest (Fry og Hock, 1976:<sup>23</sup>). Caroline Dale Ditlev-Simonsen<sup>23</sup> har publisert en artikkel om ISO 26000 og mener at de som tar i bruk veilederen ikke vil føre til større endringer i daglig drift, da de norske bedriftene som har tatt i bruk dette hittil er store kjente bedrifter som allerede har arbeidet masse med samfunnsansvar. Hun sier videre at bedrifter som tar i bruk veilederen kun gjør det for økt legitimitet, og at det innebærer minimale endringer. Nå skal det presiseres at hennes studie kun tar for seg forholdene i Norge, så sannsynligvis er det større behov for en slik veileder i andre land. Det viktigste er at land som samarbeider følger de samme standardene for at ikke konflikter skal oppstå.

### 3.2.6. Etiske retningslinjer

Alle medlemmer må implementere retningslinjer for etisk handel i henhold til IEHs minstekrav. Etiske retningslinjer kan defineres slik:

*”Etiske retningslinjer er frivillige uttalelser som binder organisasjoner, industrier og yrker til bestemte oppfatninger, verdier, og/eller tiltak som fastsetter riktig etisk oppførsel for ansatte.”* - Crane og Matten, 2010:19.

Noen av kravene til IEH er:

- Avskaffing av barnearbeid. Barn skal ikke utføre arbeid som kan være til skade for deres helse og/eller utdanning.
- Tvangsarbeid skal ikke forekomme. Arbeidstakeren skal være fri til å avslutte arbeidsforholdet med rimelig oppsigelsestid.
- Det skal ikke forekomme diskriminering. I arbeidslivet skal det ikke forekomme diskriminering basert på etnisk opprinnelse, religion, alder, uførhet, kjønn, ekteskapsstatus, seksuell orientering, politisk tilhørighet eller fagforeningsmedlemskap.

<sup>23</sup> <http://www.magma.no/iso-26000-som-et-virkemiddel-for-institusjonalisering-av-samfunnsansvar-csr>

- Trygge arbeidsforhold. Produksjonsmiljøet skal ikke skade produsenten på kort eller lang sikt, fysisk, psykisk, eller være skadelig for produsentens levekår.
- Anerkjennelse av fagforeninger og kollektive forhandlingsrettigheter. Arbeiderne skal ha rett til å etablere eller slutte seg til fagforeninger, og rett till å føre kollektive forhandlinger.
- Miljøansvar: Produksjonen skal ikke medføre store miljøødeleggelser.<sup>24</sup>

Disse prinsippene for etisk handel er minstekrav som er inkludert i de fleste etiske retningslinjer for næringslivet. Alle prinsippene er inkludert i retningslinjene til for eksempel Amnesty International, Initiativ for etisk handel og FNs Global Compact. Det er ingen lover som sier at bedrifter *må* ha etiske retningslinjer, men flere og flere bedrifter velger å vedta etiske retningslinjer for å forhindre eventuelle brudd på juridiske lover. På mange måter er det kanskje mindre viktig hva som står i retningslinjene enn hvordan de er utviklet, implementert og fulgt opp. Hvis de etiske retningslinjene er pålagt de ansatte uten klar kommunikasjon på hva retningslinjene er ment å oppnå og hvorfor, kan det skape motvilje. Det er spesielt viktig at alle i en bedrift følger de samme reglene, for hvis toppledere eller andre medlemmer av staben ikke følger retningslinjene og kommer ustraffet fra det, vil det bare skape kynisme og dårlig arbeidsmiljø (Crane og Matten, 2010:196). Så hva er den beste måten å innføre slike etiske regler? Det er få, om noen, entydige svar på dette spørsmålet, og en rekke forslag har blitt presentert. Lisa Newton (1992, Crane og Matten, 2010) mener for eksempel at det viktigste er at de ansatte kan få delta i utviklingen av retningslinjene for å føle seg mer involvert. Simon Webley (2001, Crane og Matten, 2010) hevder videre at for at retningslinjene skal ha troverdighet må bedriftene være villig til å disiplinere de ansatte som har gjort brudd på dem. Brudd på reglene må ha en konsekvens, hvis ikke vil det alltid være noen som ikke respekterer dem.

---

<sup>24</sup> <http://www.etiskhandel.no/Artikler/5861.html>

### **3.3. Oppsummering**

Jeg startet litteraturkapittelet med å forklare hva CSR er og hvilken betydning det har for næringslivet i dag. Har også skrevet litt om hvor viktig det er for bedriftens omdømme at de viser samfunnsansvar, og at de må vise det til forbrukerne på en troverdig måte. Videre har jeg skrevet om den globale økonomien og hvor viktig den er for mange norske bedrifter. Jeg gikk deretter igjennom hvorfor bedrifter som importerer varer bør ha en åpen leverandørkjede, og hvilke hjelpemidler/organisasjoner bedrifter kan benytte seg av i arbeid med samfunnsansvar og etiske retningslinjer.

I neste kapittel vil jeg presentere bedriftene jeg har valgt å se på og beskrive hvordan de arbeider med CSR og etiske retningslinjer.

## 4. SAMMENLIGNING AV KAFFEHUSET FRIELE OG NIDAR

Som jeg skrev i forrige kapittel, valgte jeg og undersøke Kaffehuset Friele og Nidar fordi de er begge store bedrifter som importerer råvarer fra utviklingsland, og de har gode hjemmesider med masse informasjon. Først har jeg skrevet en kort presentasjon om hver bedrift og hva de driver med, og så har jeg oppsummert de etiske retningslinjene deres og laget en oversikt over utviklingen og deres mål videre med oppfølging av leverandører ut i fra årsrapportene de leverer årlig til IEH. Deretter har jeg sammenlignet dem og sett på likheter og ulikheter med deres måte å arbeide med dette tema på. Til slutt har jeg satt opp det jeg fant ut i dette kapitlet mot teorien jeg har brukt i siste kapittel for å se om det fins en sammenheng mellom teori og data.

### 4.1. Kaffehuset Friele

*”På Midtunhaugen i Bergen mottar vi ca. 13.000 tonn råkaffe. Vi lagrer, brenner, blander, kverner og pakker kaffen her. Det betyr at vi har flere kaffeeksperter ”på huset” for smak, brenning, kverning, pakking og lagring.” – Friele.no<sup>25</sup>*

Kaffehuset Friele har eksistert siden 1799 og har i dag en av Europas mest moderne fabrikker 10 km utenfor Bergen. Kaffe volumet som produseres tredoblet seg nesten fra 1981 til 2000, og det har ført til at fabrikken har blitt utvidet to ganger. Kaffen ble kjent i Norge allerede ved slutten av 1600-tallet, men fikk ikke sitt store gjennombrudd før på 1800-tallet. Fra 1825 til 1850 økte importen fra et halvt kilo per person til 2 kilo per person, og frem til slutten av 1800-tallet ble kaffe solgt som rå, grønne kaffebønner i Norge som folk brente selv.

I dag kjøper Kaffehuset Friele kaffe fra flere produsentland med ulike smaksprofiler. Behandling og lagring av råkaffe må gjøres veldig nøye og forsiktig for å opprettholde kvaliteten. 90 % av råkaffen mottar dem i en stor container med en innerpose som de kaller for bulk. Videre lagres dette i de 27 siloene deres som hver tar 2 millioner kg råkaffe. Før kaffen blir sendt med båt fra produsentlandene mottar dem en såkalt skipningsprøve som må godkjennes av smaksteamet før leverandøren får tillatelse til å skipe. Etter 3 – 5 uker ankommer containerne Bergen, og det tas nye smaksprøver før kaffen blir sendt videre til de store siloene.

---

<sup>25</sup> <http://www.friele.no/om-kaffehuset-friele/hva-gjor-vi/>

#### 4.1.1. Kaffeland

*”Hemmeligheten bak god kaffe er å finne den rette blandingen av kaffetyper og å brenne bønnene akkurat lenge nok, ved riktig temperatur, slik at aromaen og smaken kommer til sin rett.”* - Styreformann Herman Friele

Friele mottatt råkaffe fra 8 forskjellige land; Guatemala, Mexico, Colombia, Brasil, Etiopia, Kenya, India og Indonesia. Kaffebuskene vokser i et belte rundt ekvator og hver avling har en unik smak akkurat som vin. For at min oppgave ikke skal bli så stor har jeg kun valgt å se på import av råvarer fra utviklingsland, så jeg vil her kun ta for meg Etiopia. Etiopia er en føderal republikk i nordøst Afrika med over 90 etniske grupper. En stor andel av befolkningen er under fattigdomsgrensen, men landet er i rask økonomisk vekst. De siste fem årene har Etiopia hatt en årlig vekst på rundt 11 %, noe som gjør landet til verdens 5. raskest økende økonomi.<sup>26</sup> Store deler av befolkningen som eier land og tidligere kun produserte for eget forbruk har begynt å produsere også til lokalt forbruk og eksport. Nærmere 58.000 nye landsbygdveier er bygget siden 1997 for å nå ut til områder som tidligere ikke hadde tilgang til markedet. Tidligere utgjorde kaffe 65 % av eksportinntektene til Etiopia, men ligger nå på om lag 35 %. Andre eksportinntekter er fra hortikulturprodukter, blomster, lær- og skinnprodukter, gull og khat. Kaffen ble faktisk først oppdaget i Etiopia for nesten tusen år siden. Det er et gammelt sagn som sier at gjetergutten Kaldi merket at saueflokken sin var så energiske og hoppet over alt, så han tenkte at det var noe de hadde spist. Kaldi oppdaget raskt en busk med små røde bær, og tok en neve av dem selv. Like etter merket han og at han fikk mer energi og hoppet rundt sammen med sauene. Det gikk en munk forbi, og gutten forklarte hva han hadde oppdaget, og ikke lenge etter ble kaffebærene et viktig middel mot søvn under bønnen i klosteret. På 1300-tallet en gang begynte persere og brenne bærene, knuse dem og blande dem med kokende vann for å lage den oppkvikkende drikken som vi i dag kjenner som kaffe.<sup>27</sup>

Etiopisk kaffe har en helt unik smaksprofil. Kaffehuset Friele er mest kjent med kaffesortene Yirgacheffe som har en blomsteraroma og Sidama som gir en fyldig og søt ettersmak. Det som gjør Etiopia kaffe unik er dyrkingsmetodene deres. I andre afrikanske land stammer dyrkingsmetodene som regel fra europeere, mens de i Etiopia har dyrket kaffe i mange hundre år og regnes som det mest kaffedrikkende produsentlandet. De bruker som regel ikke

<sup>26</sup> <http://www.landsider.no/land/etiopia/fakta/okonomi/>

<sup>27</sup> <http://www.friele.no/alt-om-kaffe/kaffeland/etiopia/>

kunstgjødsel eller andre kjemikalier, men de offentlige sertifiseringsordningene har veldig strenge regler så det er få som kan godkjenne organisk merking.

#### **4.1.2. Utz Certified og Fairtrade**

Tidligere har Friele hatt som mål at 20 % av innkjøpt råkaffe skulle være fra sertifiserte kaffefarmer, men fra 2009 begynte de å øke dette målet. Det året var målet og nå 30 % men de oppnådde faktisk en andel på 37 %. Samme år begynte de også å merke kaffeposene som var fra en Utz Certified, Fairtrade eller økologisk leverandør. Utz-sertifisert kaffe er betegnelsen på kaffe som er dyrket på farmer som er sertifisert av Utz Certified. Det vil si at Utz Certified har oversikt over forholdene på kaffefarmen. Utz Certified er en organisasjon som hjelper bønder som produserer kaffe, kakao og te, til å arbeide målrettet for å forbedre sosiale forhold, få mer miljøvennlig produksjonsprosess og for å oppnå lønnsom drift. En farm som er stemplet som sertifisert får i tillegg ekstra betalt for kaffen, og vi forbrukere har mulighet til å spore kaffen vi kjøper helt tilbake til farmen kaffen er dyrket på. Utz-systemet fremmer åpenhet i kaffehandelen for kaffedrikkere, i tillegg til at hvert ledd i kaffehandelen tjener på sertifiseringsprosessen.

Fairtrade er også et sertifiseringssystem, men ulikt fra Utz-sertifiserte farmer (selv om de får ekstra betalt for sin kaffe) får Fairtrade farmere en garantert minstepris for kaffen de selger. Som alle andre varer kan også kaffeprisene variere fra dag til dag, så selv om den børsnoterte kaffeprisen synker, får farmene samme pris for kaffen de selger.

#### **4.1.3. Etiske retningslinjer og leverandøroppfølging**

*"IEH er en viktig samarbeidspartner i vårt arbeid for å bli en mer etisk/sosialt ansvarlig og transparent bedrift"- Friele.no*<sup>28</sup>

Siden 2003 har kaffehuset Friele vært medlem i IEH – Initiativ for etisk handel, og de vedtok etiske retningslinjer i 2005. Gjennom mer enn 210 års handelsvirksomhet har Kaffehuset Friele knyttet nære kontakter i flere kaffeland, og gode relasjoner mellom produsent og innkjøper gir en oversiktlig og bærekraftig handel. På nettsiden ligger IEH årsrapportene deres fra 2004 og til 2011 og de inneholder alt arbeid de har gjort med oppfølging av leverandører og hva målet deres framover er. Det er Kaffehuset Frieles CSR ansvarlig som skriver rapportene og sørger for å få dem levert i tide til IEH. I tillegg til denne rapporten

---

<sup>28</sup> <http://www.friele.no/samfunnsansvar/ansvarlig-handel/initiativ-for-etisk-handel/>



lager de også en Global Compact rapport hvert år som er en selvevaluering av arbeidet deres med de fire viktigste temaene de har i de etiske retningslinjene sine; menneske- og arbeidsrettigheter, miljø og anti-korrupsjon. Slik forplikter de seg til å følge de internasjonale grunnprinsippene som er satt av Global Compact. Jeg fant faktisk én negativ artikkel om Friele, som er fra Dagbladet i 2002 og den tar opp noen reklamefilmer Friele hadde på den tiden om kaffebønder i Kenya og Brasil som virker så lykkelige og har det så idyllisk, men at det egentlig er barnefingre som står bak arbeidet.<sup>29</sup> I artikkelen ble Herman Friele jr. spurt om han har et ansvar når kaffen plukkes av fjortenåringer, og da svarte han; ”barnearbeid er de politiske myndighetenes ansvar. Kenya har sagt at ingen under seksten år får arbeide. Jeg så ingen barnearbeidere i Kenya. Da forholder jeg meg til det.”<sup>28</sup> Denne artikkelen var den eneste jeg kunne finne om emnet, og med tanke på at den nå er 10 år gammel og hvor mye arbeid de har lagt i etiske retningslinjer og rapportering vil jeg si at artikkelen ikke lenger er relevant. Jeg antar derimot at Friele fikk en tankevekker etter den ble publisert, for det var bare året etter at de ble medlem i IEH.

Målet til Kaffehuset Friele er å påvirke arbeidet for respekt for menneske- og arbeidsrettigheter og miljøvern både i selskapet og overfor hele virksomheten. I mange tilfeller er de etiske retningslinjene de samme som er spesifisert i nasjonale lover og forskrifter, men dersom reglene i nasjonal lovgivning i leverandørlandene deres, og deres egne regler er ulike så skal den høyeste standarden gjelde. Ved valg av nye leverandører er det de sosiale og miljømessige standarder som vil bli vurdert, og også vilje til en eventuell forbedring på disse områdene vil bli sett på som et konkurransefortrinn og tatt med i betraktningen.

De etiske retningslinjene til Kaffehuset Friele forventes å bli møtt av alle deres leverandører og samarbeidspartnere under drift og produksjon. Selv om ikke alle krav kan oppfylles umiddelbart, så må leverandøren i alle fall gjøre korrigerende tiltak. Så hvordan følger egentlig Kaffehuset Friele opp om leverandørene faktisk følger disse etiske retningslinjene? I følge rapportene deres har Kaffehuset Friele lenge hatt en oversikt over hvilke produsenter som inngår i leverandørkjeden deres, men de har ikke kartlagt alle underleverandørene til produsentene. Dette kan imidlertid Utz Certified bidra med, og det er derfor de benytter seg av organisasjonen som et hjelpemiddel. I 2010 ble ca 10 % av produsentene ilagt individuell vurdering i form av besøk. Årsaken til besøkene var nye og viktige leverandører, men det var

---

<sup>29</sup> <http://www.dagbladet.no/magasinet/2002/11/30/354976.html>

ikke ansatte fra Kaffehuset Friele som tok kontrollen, det gjorde Utz og Fairtrade for dem og så får de rapporter fra dem. I fjor besøkte de derimot selv noen nye leverandører i Nicaragua som ikke er sertifiserte, men ellers blir alle sertifiserte gårder inspisert av Utz/Fairtrade. I tillegg til at de via Utz Certified og Fairtrade har gitt opplæring til leverandører og produsenter, har Kaffehuset Friele et utdanningsprosjekt i Brasil. De arbeider for å stimulere til utdanning blant unge, og ønsker å hjelpe dem å finne arbeidsplasser i landsbygdene for å hindre utflytting til storbyene.

#### **4.1.4. Framdrift og mål framover**

Målene for 2011 var som følger:

- Bli miljøfyrtårnsertifisert.
- Opprettholde høy andel sertifisert kaffe, minimum 60 %.
- Øke kjennskapen om UTZ programmet i det norske markedet.
- Fortsette arbeidet med å stille krav til de viktigste leverandørene angående miljø og etisk handel.

Kaffehuset Friele føler at de har oppnådd målene for 2011 med god margin. De ble Miljøfyrtårnsertifisert allerede i januar i fjor, og 63 % av innkjøpt volum var sertifisert kaffe. Miljøfyrtårn er en nasjonal sertifiseringsordning for små og mellomstore bedrifter som hjelper virksomheten å skape en miljøvennlig bedrift og gi en tydelig og dokumentert miljøprofil. Siden Kaffehuset Friele har kommet langt i arbeidet med samfunnsansvar og bedriftsetikk har de også holdt foredrag på offentlige seminarer og jobbet ovenfor norske myndigheter for å styrke oppslutningen om etisk handel. De har også spesifikt bedt de viktigste leverandørene om å redegjøre for sitt arbeid innen miljø og etisk handel i egenvalueringsskjema.

Målene for 2012 er å fortsette arbeidet med kartlegging av de viktigste leverandørene og øke kjennskap og kunnskap om sertifisert kaffe. Innen 2015 skal 90 % av andelen råkaffe være fra sertifiserte gårder. De skal også besøke og eventuelt inspisere de største råkaffeleverandørene i løpet av en 2 års periode, samt verifisere sertifiseringsprogrammenes innvirkning på etisk handelsarbeid. De har også satt opp som et framtidig mål og implementere retningslinjer i ISO 26000. Det siste og viktige målet er å være ledende aktør i norsk kaffebransje innenfor samfunnsansvar.

## 4.2. Nidar

*”Nidars sjokolade er unik. Ingen andre lager sjokolade akkurat som oss. Gjennom kunnskap om råvarer, foredling og fremstilling lager vi sjokolade som er tilpasset den norske smaken på fabrikken vår i Trondheim.” – Nidar.no<sup>30</sup>*

Nidar er den største leverandøren av godterier i Norge og ble etablert i Trondheim i 1912. De har omkring 500 ansatte og er et datterselskap av Orkla Brands som er Nordens ledende merkebareselskap. Nidar lager alle typer godterier; sjokolade, seigmenn, gelégodteri, bamsemums, karameller, lakrisbåter, konfekt, marsipan og pastiller, men det er hovedsaklig til produksjonen av sjokolade de importerer råvarer fra utviklingsland. For å lage sjokolade trenger man kakaobønner, og over 40 % av verdens kakaoproduksjon kommer fra Elfenbenskysten. Det er også her Nidar importerer kakaobønner fra. I tillegg til å importere kakaobønner, importerer de også nøtter, vanilje, maiskjerne og palmeolje.

### 4.2.1. Kakaoland

Elfenbenskysten er Vest-Afrikas nest største økonomi, og kaffe og kakao er landets største inntektskilde. De er faktisk verdens største kakaoprodusent, og Vest-Afrika står for 70 % av den totale kakaoproduksjonen i verden. Sett bort fra dette er Elfenbenskysten likevel ett av verdens fattigste land, og Nidar ser på import av råvarer fra landet som en stor utfordring. En av utfordringene er at ca 30 % av verdens kakaoavling hvert år blir ødelagt av insektsangrep og sykdommer. Spesielt er det et problem i Vest-Afrika der mange av kakaotrærne er gamle og den faglige kunnskapen blant kakaobøndene er lav. En annen bekymring for Nidar er at den generelle infrastrukturen i landene i Vest-Afrika er svak, spesielt veiforbindelsene mellom regioner og handelssteder ved kysten er dårlige. Dette bidrar til at det ofte er flere mellomledd på salgs- og transportetappen fra den enkelte kakaogård og ut til kysten. I tillegg har en stor andel av den voksne befolkningen lese- og skrivevansker, og dette kan skape problemer ved kjøp og salg av avlinger.

En av de største utfordringene for Nidar er likevel barnearbeid. Det har blitt gjennomført flere uavhengige undersøkelser de senere årene for å kartlegge arbeids- og levekårene i kakaosektoren i Vest-Afrika for å belyse barnas situasjon, og undersøkelsene viser at familiens levebrød ofte avhenger av at barna bidrar i deler av arbeidet, spesielt i innhøstingssesongen. De fleste barn i grunnskolealder går på skole, men mange velger å

<sup>30</sup> <http://www.nidar.no/Sjokoladefabrikken/En-ny-sjokolade-blir-til>

droppe ut i ungdomsårene for å arbeide. Det kan være mange farer ved arbeidet, blant annet bruk av kniver og sprøytemidler, og Nidar aksepterer ikke at barn utsettes for fare eller deltar i familiens arbeid i et omfang som går på bekostning av skolegang. Nidar ønsker å bidra til at kakaobøndenes inntektsmuligheter og levekår forbedres, og de prøver så lenge det lar seg gjøre og kun handle sertifisert kakao.

#### **4.2.2. Sertifisert kakao**

Sertifisert kakao fungerer på samme måte som sertifisert kaffe, og også her er det organisasjonen Utz Certified som står for sertifiseringen. Nidar ønsker at kakaoen som de bruker i sjokoladen deres skal være dyrket under ansvarlige forhold, og vil bidra til forbedring i og rundt Elfenbenskysten. Gjennom et fireårig opplæringsprogram lærer Utz Certified bøndene hvordan de kan få større avlinger og kakao av høyere kvalitet. De lærer også andre ting som å forebygge sykdommer på riktig måte og hvordan de skal dyrke organisk så de slipper å bruke penger på sprøytemidler og kjemikalier. Den økte kompetansen de får gir høyere inntekt og dermed bedre levevilkår for kakaobøndene og familiene deres. Under et besøk Nidar gjorde på Elfenbenskysten i 2010 intervjuet de flere av kakaobøndene, og de er alle veldig fornøyde med programmet til Utz, og det motiverer dem til å jobbe på en bærekraftig og fornuftig måte. Intervjuene ligger på Nidars hjemmeside.<sup>31</sup> Den viktigste grunnen til sertifisering er nok barnarbeid. Ved et kjapt søk på google fant jeg mange artikler om at norsk sjokolade og barnarbeid henger sterkt sammen. Det er et vanlig problem at barn blir solgt og smuglet inn til Elfenbenskysten for å arbeide på kakaogårder<sup>32</sup>, og informasjonssjefen i Nidar sa den gang at barnarbeid skal ikke forekomme, men at det heller ikke var aktuelt å trekke seg ut av samarbeidende de har i Elfenbenskysten. ”Løsningen på vanskelige internasjonale problemer, ligger ikke i å trekke seg ut. Det som virkelig ville være uetisk er å lukke øynene for problemene og forlate et land som er avhengig av handel for å stabilisere seg etter en borgerkrig.” Ellen behren.<sup>31</sup> Det var etter dette kom fram i media at Nidar slo seg sammen med Utz Certified og Fairtrade, da det er mange norske forbrukere som etterspør slike produkter.

<sup>31</sup> <http://www.nidar.no/Sertifisert-kakao/Moet-tre-kakaoboender>

<sup>32</sup> <http://www.aktuell.no/nyheter/article5165465.ece>

#### **4.2.3. Etiske retningslinjer og leverandøroppfølging**

Nidar har vært medlem av Initiativ for etisk handel siden 2005. Innkjøpsdirektøren har etisk handel som en del av sitt hovedansvar, men siden Nidar er eid av selskapet Orkla er det dem som har hovedansvaret for leverandøroppfølging og rapportering. I tillegg til årsrapporten de må levere til IEH, lager de også en Bærekraftsrapport som de legger tilgjengelig på nettsiden deres. I 2009 gjorde Nidar en komplett kartlegging av leverandørkjeden sin basert på en metode utviklet av Orkla, men de mangler enda komplett oversikt over underleverandørene til sine produsenter.

Nidars etiske retningslinjer tar utgangspunkt i Orklas retningslinjer for samfunnsansvar, noe de regner som ett av konsernets overordnede styringsdokumenter. De har et eget punkt i retningslinjene som gjelder for innkjøp, og de er minst like omfattende og strenge som IEHs etiske retningslinjer. Behov for opplæring av ansatte har de også kartlagt, og flere i Nidars innkjøps- og kommunikasjonsavdeling har deltatt på kurs i regi av IEH, samt opplæring i Responsible Sourcing i regi av Orkla Brands. Nyansatte får alltid et introduksjonskurs om Nidars arbeid med samfunnsansvar og ansvarlig innkjøp publiseres jevnlig på intranettet deres. I 2009 var det kun de viktigste leverandørene til Nidar som hadde blitt tilsendt deres etiske retningslinjer, men i 2011 fikk alle det og de er påbudt å videreformidle retningslinjene til sine underleverandører og produsenter.

Nidar anslo for 2011 at de har 100 produsenter som inngår i leverandørkjeden deres og 98 % av innkjøpene blir gjort gjennom direkte kontakt med produsenter. Det foregår en kontinuerlig risikovurdering av leverandørkjeden, og alle leverandører som er i risikozonen blir bedt om å registrere seg og gjennomføre egenvurdering i Sedex. Sedex er en medlemsorganisasjon som tilbyr en web-basert database for deling av informasjon knyttet til arbeidsforhold hos produsenter. For noen år tilbake ble det ikke gjennomført risikovurdering av enkeltprodusenter utenom kartlegging via egenrapporteringer i Sedex, men i 2010-11 har Nidar i tillegg til gjennomgang av kontrollrapporter av råvareleverandører utført revisjon på en del av leverandørene. Utvalget det blir tatt individuell risikovurdering av har vært råvareleverandører med høy risiko, spesielt de som produserer palmeolje, vanilje, nøtter og maiskjerner. Disse verdikjedene er merket med høy risiko og innebærer større sjanse for brudd på Nidars etiske retningslinjer, så for at Nidar skal være mest mulig sikker på at retningslinjene blir fulgt er de nødt til å utføre ekstra vurderinger av slike produsenter.

#### 4.2.4. Framdrift og mål framover

Målene for 2011 var som følger:

- Øke andelen sertifisert kakao og bidra til jordbruksfaglig opplæring av kakaobønder i Elfenbenskysten.
- Gjennomgå kompliserte verdikjeder som palmeolje, vanilje og nøtter, og gjennomføre dialog med leverandører om etiske problemstillinger knyttet til disse verdikjedene.
- Videre oppfølging av Responsible Sourcing-programmet, deriblant styrke leverandøroppfølgingen knyttet til egenvurdering, registrering i Sedex og risikovurdering.

15 % av kakaobønnene de importerte i fjor var Utz sertifisert, noe de ser på som en stor økning sett mot at 0 % av kakaoen årene før var fra sertifiserte gårder. På hjemmesiden deres har de en figur som viser antall sertifisert kakao per dags dato, og i mai 2012 viser den 50 %<sup>33</sup>, så antallet har økt i høyt tempo. De finansierte også opplæring for 800 kakaobønder i Elfenbenskysten og de har gjennomgått verdikjedene for risikovarer og hatt kontakt med leverandører av palmeolje og vanilje om sosiale og miljømessige problemstillinger. Videre oppfølging av leverandører har også blitt tatt tak i, og de måtte blant annet ta kontakt med fire leverandører om avvikende punkter fra gjennomgåtte revisjonsrapporter.

For 2012 er hovedmålet fremdeles å øke andelen sertifisert kakao, og målet på sikt er selvsagt at 100 % av importert kakao skal være sertifisert. Bidrag til jordbruksfaglig opplæring av kakaobønder i Elfenbenskysten skal også økes, og det skal foretas kartlegging av verdikjedene for samtlige av Nidars høyrisikoleverandører. De ønsker også å fokusere mer på å dele sine erfaringer med arbeidet med ansvarlig innkjøp, spesielt sertifisert kakao, med de øvrige selskapene i Orkla Brands. Tidligere har ikke etiske vurderinger vært en del av kriteriene fir anbudsprosesser og vurdering av nye leverandører, men dette skal etableres dette år. Målet for de påfølgende 3 år er at Nidar merker alle UTZ-sertifiserte sjokolader slik at det er synliggjort for oss forbrukere.

---

<sup>33</sup> <http://www.nidar.no/Sertifisert-kakao>

### 4.3. Likheter og ulikheter ved Kaffehuset Friele og Nidar

Jeg synes både Kaffehuset Friele og Nidar har kommet langt i arbeidet sitt med oppfølging av leverandører på bakgrunn av tidligere årsrapporter. Det er helt tydelig at begge bedriftene er veldig opptatt av samfunnsansvar, og spesielt i forbindelse med oppfølging av leverandørene sine. Både Kaffehuset Friele og Nidar er opptatt av at råvarene de importerer skal være fra sertifiserte farmer så langt det lar seg gjøre. Her har nok Kaffehuset Friele kommet lengst, da 63 % av råkaffen de importerte i 2011 var fra sertifiserte gårder, mens kun 15 % av kakaoen Nidar importerte var sertifisert. Nidar har fremdeles en lang vei å gå, men det kommer tydelig fram på nettsiden deres at dette er noe de prioriterer, og målet er at de skal importere 100 % sertifisert innen 2015. Hvis de fortsetter arbeidet som de har gjort det siste året så antar jeg at de klarer dette.

Når der kommer til etiske retningslinjer og rapportering, så vil jeg nok si at både Kaffehuset Friele og Nidar har kommet like langt, men jeg synes Kaffehuset Friele har informasjonen rundt dette mer tilgjengelig på hjemmesiden sin enn Nidar. På hjemmesiden til Kaffehuset Friele ligger alle årsrapportene de har laget til Initiativ for etisk handel helt siden de ble medlem, og det samme gjelder selvevalueringsrapportene til Global Compact, klimaregnskap og miljøfyrtårnsrapporter. Jeg fant ikke IEH rapportene til Nidar, men på IEHs hjemmeside kan man be om å få tilsendt rapporter på mail de siste 2 årene, så det fikk jeg. Jeg antar også at jeg kunne fått tidligere rapporter hvis jeg hadde kontaktet Nidar, men jeg følte at jeg fikk nok informasjon ut i fra de 2 siste årsrapportene. De etiske retningslinjene til Nidar er ikke oppramset slik som Friele sine, men de har en side som omhandler etiske retningslinjer, men savner en punktliste med de konkrete retningslinjene. På Orklas hjemmeside ligger det også en bærekraftsrapport som er felles for alle selskapene til Orkla. Selv om Orkla er morselskapet til Nidar og informasjonen som ligger på hjemmesiden til Orkla er felles for alle datterselskapene deres så synes jeg at Nidar burde legge ut informasjon og rapporter på sin egen hjemmeside. Som forbruker ønsker man å finne informasjon man søker etter så raskt og enkelt som mulig, og jeg følte det var vanskelig å finne fram til informasjonen jeg trengte siden jeg måtte lete på både Nidar og Orklas hjemmesider. Det ville selvsagt vær enklere om jeg hadde intervjuet en eller flere personer i Nidar, for da hadde jeg fått informasjonen jeg ville ha med en gang, men på den andre siden så føler jeg at jeg fant all informasjon jeg trengte på Kaffehuset Frieles hjemmeside så det er litt forskjell på de to bedriftene når det kommer til å legge ut tilgjengelig informasjon på internett.



Når det kommer til leverandøroppfølging så har nok Kaffehuset Friele en stor fordel med at de har langt flere sertifiserte leverandører enn Nidar. Grunnen til dette er at på de sertifiserte gårdene er det organisasjonen Utz Certified og/eller Fairtrade som står for besøk og inspisering, og så videreformidler de status til gårdene videre til bedriften. Siden Nidar bare importerer 50 % av kakaoen sin fra sertifiserte gårder, betyr det at et stort antall av gårdene de har ikke er sertifisert, og dermed mer krevende å holde kontroll over. De benytter seg selvevalueringsprogrammet Sedex og forlanger at alle leverandørene deres registrerer seg der, men hvor pålitelig er egentlig dette? Gårdeierne kan jo skrive i et skjema at de følger de etiske retningslinjene til punkt og prikke uten at Nidar/Orkla finner ut av det før de drar personlig til gården og foretar en inspisering. Det er nok årsaker som dette at som gjør at Nidar sitt viktigste mål er å ha 100 % sertifisert kakao innen 2015.

Gårder som ikke er spesifiserte må de selvsagt besøke selv, og både Kaffehuset Friele og Nidar har gjort dette. I fjor besøkte Kaffehuset Friele noen nye leverandører i Nicaragua som hittil ikke er blitt sertifisert enda, og Nidar foretok et besøk hos en leverandør som faktisk er sertifisert for å intervjuer bøndene der om hva de syns om sertifiseringsordningen. Kaffehuset Friele har også gjort dette tidligere, og det er ingen tvil om at bøndene er veldig fornøyd med å være med i sertifiseringsordningen. Begge bedriftene har lagt ut intervjuene på sine hjemmesider, og det er veldig positivt.

Begge bedriftene er opptatte av opplæring av både leverandører og ansatte i forhold til etiske retningslinjer. Alle leverandørene til Kaffehuset Friele og Nidar har mottatt retningslinjene og fått beskjed om at disse skal følges og videreformidles til underleverandører og produsenter. Alle ansatte til Nidar har deltatt på kurs i regi av IEH og bedriftens arbeid med samfunnsansvar publiseres jevnlig på intranettet deres. Kaffehuset Friele driver også med foredragsholding på offentlige seminarer og har et samarbeid med norske myndigheter for å styrke oppslutningen om etisk handel. Kan ikke finne noe informasjon om at Nidar eller Orkla har gjort noe sånt. Å engasjere seg i samfunnet hos landene de importerer fra har begge bedriftene gjort, Kaffehuset Friele har et utdanningsprosjekt i Brasil og Nidar har sammen med de øvrige sjokoladefabrikkene i landet et skoleprosjekt i Elfenbenskysten. De viser at de i tillegg til å være opptatte av at forholdene hos leverandørene deres er anstendige, så ønsker de også å bidra til at samfunnene i leverandørlandene deres utvikles, og spesielt barn og unge. I Norge støtter Friele Kirkens Bymisjon gjennom å dekke deres årlige behov for kaffe ved de



13 ulike Bymisjonene nasjonalt, og Nidar gir bidrag til ulike humanitære og kulturelle tiltak i Trondheim.

#### **4.4. Oppsummering**

I dette kapitlet har jeg gjort rede for hva Kaffehuset Friele og Nidar driver med og hvor de importerer råvarer fra. Deretter har jeg sett på hvordan de følger opp leverandørene sine og hvor etiske retningslinjer de krevet at leverandørene følger. Har også sett litt på målene til hver enkelt bedrift, og om de har oppnådd tidligere års mål. Videre har jeg sammenlignet bedriftene og sett på likheter og ulikheter ved deres måte å arbeide med samfunnsansvar og leverandøroppfølging på. I neste kapittel skal jeg se på funnene mine fra dette kapitlet opp mot teorien jeg har brukt i kapittel 3.

## 5. MINE FUNN SETT OPP MOT TEORI

I dette kapittelet vil jeg trekke fram det viktigste fra litteraturen jeg har brukt i kapittel 3 og se om det fins noen likheter og ulikheter fra mine funn om Kaffehuset Friele og Nidar opp mot teorien. På den måten ser jeg om bedriftene virkelig har satt seg grundig inn i begrepet samfunnsansvar, og brukt sine kunnskaper i sitt arbeid med å implementere dette i bedriften.

Samfunnsansvar er et tema som er veldig aktuelt i næringslivet i dag. Bedrifter i dag må gi uttrykk for at de erkjenner et ansvar som strekker seg ut over grensene for egen virksomhet og egne økonomiske resultater. Carroll (1979, Crane og Matten, 2010) mener at samfunnsansvar kan deles inn i fire aspekter som forventes av samfunnet, nemlig økonomiske, juridiske, etiske og filantropiske ansvar, som vist i figur 1. Det er det etiske og filantropiske ansvaret som ofte forbindes mest med begrepet CSR, og det er også disse formene for ansvar Kaffehuset Friele og Nidar fokuserer mest på. Det vil si, det er slike ansvarsområder de legger mest vekt på når de henviser seg til forbrukerne, via internett og merking av produktene sine. Hvorfor har bedriftene fokus på etikk og filantropi? Carroll (1991: Crane og Matten, 2010) hevder at det etiske og filantropiske ansvaret består av hva som forventes av samfunnet ut over de økonomiske og juridiske forpliktelsene, og det kan nok antas at Friele og Nidar har fokus på dette på grunn av samfunnets forventninger. Hadde jeg intervjuet bedriftene er nok dette et spørsmål jeg ville stilt dem begge, men hvor ærlig de ville svart på det er en annen ting.

Fokuserer bedriftene på samfunnsansvar fordi det er moralsk riktig, eller fordi det er nødvendig for en god økonomisk avkastning? Friele og Nidar er to av Norges største bedrifter i dag, og et godt omdømme er alfa og omega for å drive en suksessfull virksomhet. Begge bedriftene har mye informasjon tilgjengelig på nettsidene deres om etiske retningslinjer og sertifiserte farmer, og det er ingen tvil om at de har et godt omdømme. Om deres arbeid med samfunnsansvar er årsaken til dette er usikkert, men jeg vil anta at det har en stor betydning for forbrukerne. For at forbrukere og andre interessenter skal tro på at det bedriften formidler i reklame og på nettsider er sant, er det spesielt viktig at bedriften konstant arbeider med å skape troverdighet og opprettholde den.<sup>34</sup> Både Friele og Nidar er medlemmer i Initiativ for etisk handel (IEH), og rapportene de sender inn hvert år er tilgjengelig på internett. Spesielt Friele har alle rapportene siden de ble medlem på hjemmesiden deres, og der står alt arbeid de har gjort og planlegger å gjøre framover, og dette er en flott måte å opprettholde omdømme

---

<sup>34</sup> <http://www.magma.no/omdoemmesikring>

på. Da får interessentene kontinuerlig innsikt i hva de jobber med. Like viktig er det å tenke på hvilke tiltak som *hindrer* et negativt omdømme, og det gjør både Friele og Nidar ved at de importerer mer og mer fra sertifiserte gårder som regelmessig blir i lagt besøk og inspeksjoner. Som nevnt i kapittel 3.1.1. ønsker befolkningen at bedrifter skal kommunisere ut deres samfunnsansvarlige aktiviteter, og både Friele og Nidar har mye informasjon om dette på hjemmesiden deres og ved at de merker produkter som er sertifiserte med logoen til Utz Certified eller Fairtrade.

Norge importerer og eksporterer en hel rekke varer, og følgene av denne globaliseringen er blant annet at de etiske sidene ved næringslivets samfunnsansvar kommer tydeligere fram. Crane og Matten (2010) sier at det er tre hovedområder innenfor globalisering hvor forretningsetikk er spesielt viktig; Kultur, Jus og Ansvarlighet. Både Kaffehuset Friele og Nidar er totalt avhengig av import av råvarer, de har begge kjent på de kulturelle utfordringene det ligger i å importere varer fra utviklingsland og andre land med annen kultur enn den vestlige. Vi europeere ser for eksempel på barnearbeid som høyst uetisk og ulovlig, men i mange land i Asia og Afrika er det vanlig at barn arbeider. I de etiske retningslinjene til Kaffehuset Friele (se vedlegg 1) står det at *”arbeid som er farlig for helse eller sikkerhet skal ikke utføres av barn under 18 år, inkludert nattearbeid. Barn under 15 år (14 eller 16 i noen land) skal ikke være engasjert i arbeid som går utover deres utdanning. Likevel skal barnas situasjon vurderes, slik at de kan tjene nok til levebrød samt tilegne seg en utdannelse inntil de ikke lenger er av obligatorisk skolealder”*. Med den siste setningen menes det at hvis et barn er foreldreløs eller hjemløs og det er bedre for barnet at det faktisk arbeider enn at det bare går på gaten, så skal dette vurderes. I utviklingsland er det ikke en selvfølge at et foreldreløst barn havner på barnehjem eller i fosterhjem, så hvis de faktisk kan jobbe under respektable forhold sett mot alder, er det bedre for både barnet og samfunnet. Alternativet er at barnet stjeler og må ty til andre kriminelle handlinger for å overleve. Det samme gjelder for Nidar selv om deres retningslinjer ikke er ramset opp på hjemmesiden deres, men siden de er medlem i IEH må retningslinjene deres stå minst i tråd med IEHs retningslinjer, og de har også et punkt om barnearbeid (se kap. 3.3.3).

Friele og Nidar har også mange juridiske problemstillinger og ta hensyn til. Crane og Matten (2010) sier at det juridiske rammeverket blir svært annerledes når et selskap flytter deler av produksjonskjeden til et utviklingsland. Bedriftsledere kan ikke stole 100 % på det juridiske rammeverket når de tar beslutninger om rett og galt ved ulike problemstillinger, de må også

tenke på forretningsetikk fordi globaliserte økonomiske aktiviteter er utenfor kontroll av nasjonale myndigheter. Det er derfor bedrifter som Nidar og Kaffehuset Friele har sine etiske retningslinjer og forholde seg til, og samarbeider med organisasjoner som IEH og Utz Certified. Hadde de ikke gjort det og leverandørene deres skulle ha styrt etter sine nasjonale regler, ville aldri bedriftene gått rundt fordi det er alltid organisasjoner og media som arbeider for å avsløre manglende forretningsetikk hos de største foretakene.

Videre sier Crane og Matten (2010) at alle interessentene til en bedrift blir påvirket av globalisering og dette øker etterspørselen til bedriftens ansvarlighet. Noen bedrifter legger om produksjonen til utviklingsland for å redusere kostnader, men for Friele og Nidar som importerer i hovedsak kaffe- og kakaobønner har ikke de andre muligheter enn å importere fra slike land. Det er ikke mulig å dyrke slikt i et land som Norge rett og slett. For produksjonslandene er dette kjempepositivt, da bedriftene bidrar til en økonomisk utvikling som kan redusere fattigdom og minske avhengigheten av bistand.<sup>35</sup> En etisk problemstilling til dette derimot er utnyttelse av ansatte gjennom dårlige arbeidsforhold (Crane og Matten, 2010). De fleste av retningslinjene til IEH, Friele og Nidar handler om arbeidsforholdene til de ansatte hos leverandørene, og der kommer det sterkt fram at det ikke skal forekomme tvangsarbeid, diskriminering, lange arbeidsdager og at forholdene skal være trygge. Så lenge disse retningslinjene opprettholdes, vil det ikke være noen problemstilling knyttet til dette. En annen etisk problemstilling som kan oppstå derimot er at små, lokale konkurrenter i u-land er utsatt for mektige globale aktører. Nidar importerer all kakao fra Elfenbenskysten, og Friele importerer kaffebønner fra mange land i Afrika og Sør-Amerika. Friele har blant annet en retningslinje som sier at *"produksjon og utvinning av råvarer skal ikke bidra til ødeleggelse av ressursene og inntekten til marginaliserte befolkningsgrupper, eksempel ved å beslaglegge store landarealer eller andre naturressurser disse bestandene er avhengige av"*. Slik prøver de å unngå å ødelegge for lokale konkurrenter. Kan ikke finne at Nidar har noe slikt i sine retningslinjer, men på den annen side kommer 70 % av den totale mengden kakao fra Elfenbenskysten, så jeg vil anta at de aller fleste bøndene der eksporterer til større aktører i vestlige land, og det er jo bedre for dem enn og kun drive lokalt.

I tillegg til etiske, juridiske og ansvarlige problemstillinger, er det også mange miljømessige hensyn Nidar og Friele må tenke på. Spesielt klimaendringer er en stor risiko i

---

<sup>35</sup> <http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/stmeld/2008-2009/stmeld-nr-10-2008-2009-/5.html?id=543018>

leverandørlandene til bedriftene, noe som gjør det vanskeligere å dyrke råvarer. For Nidar sin del er det et stort problem når 30 % av verdens kakaoavling blir ødelagt hvert år av insektsangrep og sykdommer, og mange av kakaotrærne i Vest-Afrika er gamle og produserer ikke like godt lengre. Dette og mange andre årsaker viser hvor viktig det er med miljømessige tiltak og opplæring av bøndene slik at de vet hva som skal gjøres i enhver situasjon. Likevel er det ikke alt som kan gjøres noe med, noen ganger går bare naturen sin gang, slik som eksemplet i kapittel 3.2.1 om kaffetrærne i Malawi hvor bare halvparten av dem vokste opp. Om dette påvirket Friele direkte vet jeg ikke, men det er nok trolig at det har skjedd i flere land.

Både Friele og Nidar er opptatte av at alle ansatte, og spesielt hos leverandørene, skal være oppdatert på det etiske reglementet. Etiske retningslinjer kan forhindre brudd på juridiske lover ved at de fastsetter riktig etisk oppførsel for ansatte. Hvordan retningslinjene er utformet er viktig, men det er kanskje enda viktigere hvordan de implementeres og følges opp (Crane og Matten, 2010). På dette området viser både Friele og Nidar at de jobber med. Alle leverandørene til bedriftene har fått retningslinjene på et språk de forstår, og er inneforstått med at reglene skal følges og videreformidles til underleverandører. Alle nyansatte hos Nidar får alltid et introduksjonskurs om etisk handel og samfunnsansvar, og alle ansatte som har med innkjøp å gjøre har vært på kurs i regi av IEH. Lisa Newton (1992, Crane og Matten, 2010) mener at den beste måten å implementere etiske retningslinjer på er å la de ansatte være med i utviklingen av retningslinjene for å føle seg mer involvert. Nå er det flere år siden både Friele og Nidar har vedtatt sine retningslinjer, så hvem som var med på å utvikle dem er usikkert, men så lenge alle i bedriften følger samme reglene og har samme konsekvenser ved et eventuelt brudd, burde det ikke være noen komplikasjoner og/eller konflikter ved de etiske retningslinjene (Crane og Matten, 2010).

## 5.1. Oppsummering

I dette kapitlet har jeg analysert de funnene jeg gjorde opp mot litteraturen jeg har brukt, og ser tydelig at både Friele og Nidar's måte å jobbe på har mange likeheter fra litteraturen. I neste og siste kapittel skal jeg presentere problemstillingen på nytt og gi en konklusjon basert på analysen jeg har gjort i dette kapitlet.

## 6. KONKLUSJON

I dette kapittelet skal jeg presenter oppgavens problemstilling på nytt og besvare den ut fra hva jeg fant ut i forrige kapittel. Hensikten med denne oppgaven var å finne svar på følgende spørsmål:

**Hvilke etiske krav stille norske bedrifter som importerer råvarer fra utviklingsland til sine leverandører, og hvordan følger bedriftene opp at disse kravene blir fulgt?**

Etiske retningslinjer er noe de aller fleste store bedrifter har i dag, og gjennom mitt studium har jeg sett at det er spesielt viktig for bedrifter som har leverandører i utviklingsland og andre land med ulik kultur enn oss vestlige. Det er menneskelig å gjøre feil, men i store bedrifter slik som Kaffehuset Friele og Nidar, er det ikke mye rom for feile beslutninger eller manglende oppfølging. Begge bedriftene er medlem i Initiativ for etisk handel, og da må de ha etiske retningslinjer som står minst i tråd med IEHs retningslinjer.<sup>36</sup> Dette har begge bedriftene beskrevet på sine hjemmesider at de har, og de har også videreformidlet dem til sine leverandører og bedt dem oppdatere sine ansatte og underleverandører. De samarbeider også med Global Compact, og Friele vurderer også å rette seg etter veilederen ISO 26000. Grunnen til dette tror jeg har mer med hvordan de ønsker at interessentene deres skal se på dem å gjøre enn å faktisk bruke veilederen. Med dette mener jeg at siden Friele allerede har kommet veldig langt i sitt arbeid med samfunnsansvar og har samarbeid med flere hjelpeorganisasjoner, så tror jeg ikke de kommer noe lengre i arbeidet ved å ta i bruk ISO 26000. IEH sier som nevnt at deres medlemmer allerede jobber etter samme prinsippene som ISO 26000, så hvis Kaffehuset Friele velger å ta i bruk den så tror jeg det kun er for at de skal kunne skrive det på hjemmesiden og si det videre til interessentene fordi det høres bra ut at de bruker den. Om dette faktisk fungerer og gjør dem mer populær blant interessentene er godt mulig, og det er nok derfor de vurderer det. Nidar nevner ingenting om ISO 26000, men jeg tror ikke de vil ha noen fordel av den uansett da de, som Friele, er medlem i IEH og har etiske retningslinjer ut i fra deres standard. Veiledningen er sikkert et bra verktøy for andre bedrifter og i andre land, men det er ikke relevant for mitt studium.

Det viktigste arbeidet de gjør i forbindelse med leverandørene er sertifiseringsprogrammene til Utz Certified og Fairtrade. Nidar begynte noe seinere enn Friele med dette arbeidet, men de har kommet ganske langt på få år, så det antyder at de tar dette veldig seriøst. Når jeg begynte

---

<sup>36</sup> [http://www.etiskhandel.no/Om\\_IEH/Sp\\_rsm\\_I\\_svar/index.html](http://www.etiskhandel.no/Om_IEH/Sp_rsm_I_svar/index.html)

med oppgaven hadde Nidar bare 15 % sertifisert kakao, men på få måneder har de nådd 50 %, og nå vet jeg ikke det nøyaktige tallet til Friele, men andelen deres var 63 % i fjor så Nidar er hakk i hel. Likevel er det nok noen år til både Friele og Nidar har nådd 100 %, og derfor er det ekstra viktig at de følger opp de leverandørene som ikke er sertifisert. Her tror jeg begge bedriftene har mye arbeid foran seg, men på den annen side kan ikke bedriftene konstant avlegge besøk hos leverandørene. Det viktigste er at de holder jevnlig kontakt med leverandørene, og tar et tak med en gang de har mistanke om brudd på retningslinjene.

Jeg vil konkludere med at norske bedrifter som importerer råvarer fra utviklingsland *tar* et samfunnsansvar og følger opp leverandørene sine, men at de fremdeles har en vei å gå for å få fullstendig kontroll over leverandørene sine, noe de får når alle leverandørene er sertifiserte. Det fins mange flere store bedrifter i Norge som importerer råvarer fra u-land enn Friele og Nidar, men jeg ser på dem som gode eksempler for norsk næringsliv og global handel, og forhåpentligvis speiler de resten av næringslivet i landet.

Hvis jeg skulle gjort oppgaven på nytt ville jeg lagt litt mer tid i det og sammenlignet flere bedrifter, gjerne noen litt mindre i tillegg til de store som jeg valgte å se på. Da kunne jeg sett om det var forskjell på arbeidet med retningslinjer og leverandøroppfølging hos store og små bedrifter. Jeg hadde ikke noe problem med å finne teori om emnet, det vanskeligste var kanskje å sile ut det viktigste og ikke skrive for mye, så hadde jeg skulle gjort oppgaven på nytt ville jeg nok valgt å skrive med en til person slik at jeg kunne skrevet mer og gjort en mer omfattende undersøkelse.

## 7. REFERANSELISTE

### 7.1. Bokkilder

Crane, A. & Matten, D. *Business ethics*. 3. utgave 2010, Oxford University Press.

Nyeng, F. *Etikk og samfunnsansvar – Historie, teori og ledelse*. 1. utgave 2011, Abstrakt forlag AS.

Johannessen, A., Kristoffersen, L. & Tufte, P.A. *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. 2. utgave, Abstrakt forlag AS.

Dalland, O. *Metode og oppgaveskriving for studenter*. 3. utgave, Gyldendal Akademisk.

### 7.2. Internettkilder

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/prop/2011-2012/prop-1-s-20112012/13/3.html?id=657764> , hentet 20.04

<http://www.mojomagasin.no/nyheter-tema-og-fakta/klimaavtale-for-smabonder/>, hentet 01.05

<http://fno.no/no/hoved/fakta/samfunnsansvar/kokebok-for-samfunnsansvar/kokebok-for-samfunnsansvar/hva-er-samfunnsansvar/>, hentet 15.04

<http://www.friele.no/samfunnsansvar/ansvarlig-handel/initiativ-for-etisk-handel/>, hentet 20.03

<http://www.orkla.nidar.corporate.no/prod.orkla.basefarm.net/Sertifisert-kakao/UTZ-betyr-fremtid-for-kakao> , hentet 28.03

<http://www.miljofyrtarn.no/index.php/forvirksomheter>, hentet 07.05

<http://www.friele.no/om-kaffehuset-friele/hva-gjor-vi/>, hentet 20.03

<http://www.friele.no/samfunnsansvar/ansvarlig-handel/global-compact/>, hentet 13.05

<http://www.friele.no/om-kaffehuset-friele/var-historie/kaffe-blir-kultur/>, hentet 24.03

<http://www.global.no/bedrift/253225>, hentet 23.04

<http://fno.no/no/hoved/fakta/samfunnsansvar/kokebok-for-samfunnsansvar/kokebok-for-samfunnsansvar/hva-er-samfunnsansvar/>, hentet 25.03

<http://www.magma.no/aksjonaerer-og-interessenter-et-nytt-perspektiv-paa-styring-av-foretak>, hentet 05.04

<http://www.magma.no/omdoemmesikring>, hentet 15.03



<http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/stmeld/2008-2009/stmeld-nr-10-2008-2009-5.html?id=543018>, hentet 25.04

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/stmeld/2008-2009/stmeld-nr-10-2008-2009-1.html?id=542967>, hentet 25.04

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/stmeld/2008-2009/stmeld-nr-10-2008-2009-6.html?id=543024>, hentet 25.04

<http://nrk.no/okonomi/telenor-innrommer-mer-barnarbeid-1.6206752>, hentet 01.05

[http://www.mangfoldsportalen.no/Documents/Med\\_d%C3%B8ren\\_p%C3%A5\\_gl%C3%B8t-sluttrapport%5B1%5D.pdf](http://www.mangfoldsportalen.no/Documents/Med_d%C3%B8ren_p%C3%A5_gl%C3%B8t-sluttrapport%5B1%5D.pdf), hentet 25.04

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/stmeld/2008-2009/stmeld-nr-10-2008-2009-3.html?id=542989>, hentet 25.05

[http://www.etiskhandel.no/Om\\_IEH/index.html](http://www.etiskhandel.no/Om_IEH/index.html), hentet 10.03

[http://www.etiskhandel.no/Om\\_IEH/Hvorfor\\_etisk\\_handel\\_/index.html](http://www.etiskhandel.no/Om_IEH/Hvorfor_etisk_handel_/index.html), hentet 10.03

<http://www.etiskhandel.no/Artikler/6057.html>, hentet 10.03

<http://www.etiskhandel.no/Artikler/5859.html>, hentet 10.03

[http://www.etiskhandel.no/Ressurser\\_verkt\\_y/index.html](http://www.etiskhandel.no/Ressurser_verkt_y/index.html), hentet 11.03

<http://www.magma.no/iso-26000-som-et-virkemiddel-for-institusjonalisering-av-samfunnsansvar-csr>, hentet 20.05

<http://www.standard.no/no/Fagomrader/Miljo/ISO-26000---samfunnsansvar/Kort-om-ISO-26000/>, hentet 20.05

<http://www.etiskhandel.no/Artikler/5861.html>, hentet 12.03

<http://www.landsider.no/land/etiopia/fakta/okonomi/>, hentet 21.04

<http://www.friele.no/alt-om-kaffe/kaffeland/etiopia/>, hentet 21.04

<http://www.friele.no/samfunnsansvar/ansvarlig-handel/initiativ-for-etisk-handel/>, hentet 21.04

<http://www.dagbladet.no/magasinet/2002/11/30/354976.html>, hentet 22.05

<http://www.nidar.no/Sjokoladefabrikken/En-ny-sjokolade-blir-til>, hentet 15.03

<http://www.nidar.no/Sertifisert-kakao/Moet-tre-kakaoboender>, hentet 15.03

<http://www.aktuell.no/nyheter/article5165465.ece>, hentet 22.05

<http://www.nidar.no/Sertifisert-kakao>, hentet 23.05

## 8. VEDLEGG

### Vedlegg1: Kaffehuset Frieles etiske retningslinjer

Det er 12 emner i de etiske retningslinjene deres:

1. Slavearbeid: Det skal ikke forekomme tvungen eller ufrivillig arbeid, og arbeiderne skal ikke bli påtvinget å levere identitetspapirer til sin arbeidsgiver. De skal også få forlate når de vil etter rimelig varsel.
2. Fagorganisering: Arbeiderne skal ha rett til å slutte eller etablere fagforeninger etter eget valg, og å forhandle samlet uten diskriminering. Dersom det er en lov om organisasjonsfrihet skal arbeidsgiveren legges til rette utvikling av parallelle midler til uavhengig og fri organisering og forhandling.
3. Barnearbeid: Arbeid som er farlig for helse eller sikkerhet skal ikke utføres av barn under 18 år, inkludert nattearbeid. Barn under 15 år (14 eller 16 i noen land) skal ikke være engasjert i arbeid som går utover deres utdanning. Nyrekruttering av barnearbeidere i strid med ovennevnte konvensjoner er uakseptabelt og hvis det allerede eksisterer skal det arbeides med å rette opp situasjonen så raskt som mulig. Likevel skal barnas situasjon vurderes, slik at de kan tjene nok til levebrød samt tilegne seg en utdanning inntil de ikke lenger er av obligatorisk skolealder.
4. Diskriminering: Det skal ikke forekomme diskriminering på arbeidsplassen basert på etnisk bakgrunn, religion, alder, funksjonshemming, kjønn, sivilstand, seksuell legning, fagforeningsmedlemskap eller politisk tilhørighet. Det skal også etableres vern mot seksuelt påtrengende, truende, fornærmende eller utnyttende adferd og mot diskriminering eller oppsigelse på usaklig grunnlag, for eksempel ved ekteskap, graviditet eller HIV-status.
5. Ingen grov eller umenneskelig behandling: Fysisk straff eller mishandling, eller trussel om mishandling, seksuelle eller andre verbale overgrep skal være forbudt.
6. Trygge arbeidsforhold: Arbeidsmiljøet skal være trygt og hygienisk og det skal iverksettes tilstrekkelige tiltak for å forhindre ulykker og helseskader. Det skal jevnlig holdes dokumentert helse og sikkerhetsopplæring, og slik opplæring skal alltid gjentas for nye ansatte. Det skal være tilgang til rene toalettanlegg og rent drikkevann, og et rent sanitæranlegg for oppbevaring av mat hvis hensiktsmessig.

7. Tilfredsstillende lønn: Lønn og andre goder som blir betalt for en standard arbeidsuke skal møte nasjonale rettslige standarder/industriens standard. Lønnen skal alltid være nok til å dekke grunnleggende behov. Alle arbeidstakerne skal ha kontrakter der lønnen framkommer *før* de går inn i sysselsetting. Det tillates ikke fratrekk i lønn som straff eller disiplin.
8. Arbeidstider: Arbeidstiden skal stå i samsvar med nasjonale lover og ikke overstige 48 timer i uken. Det skal være minst én fridag per uke og det er maks lov å arbeide mer enn 12 timer overtid per uke (med overtidstillegg i tråd med gjeldende lovgivning).
9. Ansettelses: Det skal stå i kontrakten til arbeiderne på et språk de forstår, hvor mye og hvilken periode de er ansatt. Det er ikke tillatt å bruke korttidsengasjementer (som innleid arbeidskraft og dagsarbeidere), underleverandører eller andre arbeidsrelasjoner.
10. Hensyn til små befolkningsgrupper: Produksjon og utvinning av råvarer skal ikke bidra til ødeleggelse av ressursene og inntekten til marginaliserte befolkningsgrupper, eksempel ved å beslaglegge store landarealer eller andre naturressurser disse bestandene er avhengige av.
11. Miljøhensyn: Det skal tas hensyn til miljøet gjennom hele produksjons- og distribusjonsskjeden, fra produksjon av råmaterialet til utsalg. Lokale, regionale og globale miljøaspekter skal vurderes. Nasjonal og internasjonal miljølovgivning og regelverk skal respekteres, og skadelige kjemikalier skal forvaltes med forsiktighet.
12. Ledelsesordninger: Leverandørene skal ta positive tiltak for å gjennomføre kravene i denne standarden, innarbeide den i hele virksomheten og gjøre den til en integrert del av sin totale filosofi. Leverandøren skal tildele ansvaret for alle saker vedrørende dette regelverket til en leder innenfor organisasjonen, og lederen har et ansvar om å informere alle ansatte om de etiske retningslinjene.

Kilde: [http://www.friele.no/sitefiles/1/dokumenter/codeofconduct\(1\).pdf](http://www.friele.no/sitefiles/1/dokumenter/codeofconduct(1).pdf)

## **Vedlegg 2: Nidars etiske retningslinjer**

Nidars retningslinjer er ikke ramset opp slik som Friele sine, og meste parten av det som står om retningslinjene går på interne faktorer, og eksterne faktorer som forbrukere. Likevel hadde de to avsnitt som handler om leverandører og samfunnet som jeg har sett på i tillegg til det som står om deres arbeid i IEH rapportene deres.

### **Leverandører**

Nidar gjennomfører kvalitetsrevisjoner av alle nye råvare- og emballasjeleverandører. Vi har også rutiner for oppfølging av leverandørenes arbeid med matvaresikkerhet og hygiene og hvordan de håndterer sitt sosiale ansvar og HMS-temaer. Nidar er medlem av Initiativ for Etisk Handel.

Kakaoen som Nidar bruker kommer fra Vest-Afrika – et av verdens fattigste områder. Nidar bidrar til å fjerne barnearbeid innenfor kakaodyrkingen og å bedre kakaobøndernes generelle levekår, gjennom vårt medlemskap i World Cocoa Foundation. Blant annet gir vi økonomisk støtte til et skoleprosjekt.

### **Samfunnet**

Vi gir viktige bidrag til vårt nærområde og til det norske samfunnet gjennom de skattene og avgiftene vi betaler og de arbeidsplassene vi skaper. Til sammen skaper Nidar mer enn 2000 arbeidsplasser i Norge fordelt på egen bedrift, leverandører, landbruket og offentlig forvaltning. Vi er også opptatt av miljøspørsmål selv om det i liten grad er forurensningsspørsmål knyttet til vår virksomhet. Vi arbeider systematisk med forbedringstiltak når det gjelder bruk av energi og vann og å redusere avfall. Vi er også bevisste på hvordan den emballasjen vi bruker påvirker miljøet.

Nidar støtter humanitære prosjekter som har en tilknytning til vår virksomhet. Dette dreier seg særlig om støtte til World Cocoa Foundations utviklingsarbeid i kakaosektoren i Vest-Afrika.

Kilde: <http://www.nidar.no/Om-Nidar/Samfunnsansvar/Retningslinjer>