



Virksomhedens sociale ansvar.

Af
STEEN HILDEBRANDT
Professor ved
Handelshøjskolen i Århus

Ledelse handler om at skabe resultater. Sådan siger vi ofte, og det er en opfattelse, der findes i megen ledelseslitteratur, og selvfølgelig også i megen ledelsespraksis: At ledelse handler om at skabe så store resultater som muligt. Det bliver, når det er værst, til, at målet helliger midlet. Det er en meget farlig tænkning, for den fører med sig, at etik og moral bliver trukket ud af ledelse, og det er da også, hvad vi mange steder oplever. Men selvfølgelig har ledere et socialt og et moralsk ansvar. En virksomhed har, lige så vel som enhver af os har det, et ansvar over for andre, over for naturen, og over for fremtidige generationer.

I de klassiske optimeringsmodeller, i den klassiske driftsøkonomiske tænkning, er der ingen social ansvarlighed. I det klassiske økonomiske regnskab er der ingen omkostningsopgørelser vedrørende nedslidningen af medarbejderne eller nedslidningen af naturen og miljøet. Det er derfor den klassiske virksomhedsejer og –leder uvedkommende, hvad der sker med mennesker og natur, når produktionsapparatet kører og dækningsbidragene tikker ind på kontoen. Det er noget, som det øvrige fællesskab, dvs. stat, region og kommune, må tage sig af, hvis det har råd og lyst til det. Det er sådan, vi har valgt at indrette os i mange lande, og verden ser ud derefter. Danmark er ikke værst. Tvært imod, så praktiseres der meget socialt og miljømæssigt ansvar i danske virksomheder.

Vi kan vælge at indrette os anderledes. Men det kan være vanskeligt for én virksomhed eller for ét samfund at indrette sig markant anderledes end de andre, når verden er så åben og udvekslingen

mellem virksomheder og lande er så stor, som den er. Konkurrencen påfører os en tendens til at være ens på en række områder, der er vigtige for konkurrencen mellem lande og virksomheder, jfr. den aktuelle in- og outsourcingdiskussion.

Men man skal ikke tage fejl. Når man læser i en nylig udkommet bog om social ansvarlighed i danske virksomheder, så bliver man mindet om, at der er et meget varieret billede og en meget forskellig praksis. Men der er en praksis, og der er holdninger til og politikker vedrørende social ansvarlighed i masser af danske virksomheder. Bogen hedder: Social ansvarlighed - med undertitlen: Fra idealisme til forretningsprincip. Den er redigeret af Helene Tølbøll Djursø og Peter Neergaard.

Der er en 14 sider lang litteraturliste vedrørende social ansvarlighed i bogen, hvoraf langt den overvejende del er ikke-dansk. Denne bog må være den mest omfattende og mest ajourførte danske fremstilling om emnet. Bogen er opdelt i to hovedafsnit. Første hovedafsnit handler om social ansvarlighed i teorien, og her kommer en række forskellige forfattere meget langt omkring – også ud i hjørnerne af, hvad dette emne handler om. Blandt de behandlede emner: En introduktion til virksomhedens sociale ansvar (CSR), det sociale ansvar og det rummelige arbejdsmarked, social ansvarlighed i danske virksomheder, social ansvarlighed i et partnerskabsperspektiv, samfundsansvar i praksis, danske CSR traditioner i lyset af angelsaksiske og kontinentale CSR traditioner, risikostyring gennem retlige standarder i CSR værktøjer social ansvarlig og økonomiske resultater, social ansvarlighed i leverandørkæden, CSR rapportering. En virkelig omfattende og interessant dækning og behandling af emnet. Det stritter i mange forskellige retninger, hvad der til dels er et resultat af, at de to redaktører har valgt at lade et antal eksperter tage sig af hver sin del af det store emne.

Andet hovedafsnit er en gennemgang af social ansvarlighed, således som den praktiseres i og vurderes af en række danske virksomheder og ledere. Disse afsnit er alle skrevet af og interviews gennemført af Helene Tølbøll Djursø. Og vi møder følgende virksomheder: Novozymes, SAS Institute, Novo Nordisk, ATP, Det nationale netværk af virksomhedsledere, Den sociale ankestyrelse, og desuden møder vi LO-formand Hans Jensen og Beskæftigelsesminister Claus Hjort Frederiksen. Det er meget interessante cases, der oprulles i disse hver især omfattende interviews og beskrivelser.

Bogen er på næsten 400 sider. Meget omfattende, meget bred og samtidig overskuelig og veldisponeret. Det er prisværdigt, at der netop nu udkommer en sådan bog på dansk. Bogen indskrives i en fin dansk tradition for at være med, når det drejer sig om nye former for organisering og ledelse. Vi vil i de kommende år både ud fra forretningsovervejelser og forretningsprincipper og ud fra idealistiske overvejelser opleve en udvidet debat om og en anden håndtering af spørgsmålet vedrørende social ansvarlighed, og det vil gå hånd i hånd med drøftelser af regnskaber, ledelse og ændrede organiseringsprincipper i danske virksomheder.

Helele Tølbøll Djursø og Peter Neergaard (red.): Social ansvarlighed. Fra idealisme til forretningsprincip. Academica. 354 sider. ISBN8776752151.

Bøger til anmeldelse sendes til Steen Hildebrandt.
Handelshøjskolen i Århus. Haslegårdsvej 10.
8210 Århus V.