

Caux Round Table Principles for Business (Swedish Translation)

CAUX ROUND TABLE *PRINCIPER FÖR AFFÄRER*

Caux Round Table (CRT) är en grupp internationella företagsledare från Europa, Japan och USA, som träffades första gången 1986 i Caux, Schweiz, för att diskutera affärsetik. Där fanns bland andra Frederik Philips, f d VD Philips Electronics, Ryuzaburo Kaku, VD Canon, Japan Alfredo Ambrosetti, VD Ambrosetti Group, Italien, och Neville Cooper, f d vVD ITT. 1992 tyckte medlemmarna att det var dags att sätta sin dialog på pränt i form av riktlinjer för företag. 1994 utarbetade de världens första uttåtalsprinciper för företag av företagsledare från Europa, Japan och USA, "Principles of Business". Med dessa principer vill CRT påbörja en process som identifierar transkulturella värderingar som kan delas av företaget i alla länder. Sedan är det upp till företagen att i detalj anpassa dem till just deras land och bransch. Principerna har översatts till sju språk och presenterats över hela världen. Med tillstånd av amerikanska tidskriften Business Ethics publicerar Etik & Affärer här för första gången en svensk version av principerna.

Principer för Affärer

Dessa principer baserar sig på två grundläggande etiska ideal: kyosei och mänsklig värdighet.

Det japanska begreppet "kyosei" innefattar att leva och arbeta tillsammans för det gemensamma bästa - och därigenom göra det möjligt för samarbete och ömsesidigt välstånd, att samexistera i hälsosam och ärlig konkurrens. "Mänsklig värdighet" syftar på varje människas unika värde, vilket ska respekteras i alla led och inte bara ses som ett redskap för att fullfölja andras syften, inte ens om det är vad en majoritet önskar.

De Allmänna Principerna i sektion 2 försöker klargöra värderingarna i begreppen "kyosei" och "mänsklig värdighet", medan de specifika Sakägarpinciperna i sektion 3 handlar om den praktiska tillämpningen av dessa värderingar.

SEKTION 1. INLEDNING

I takt med att rörligheten av arbetstagare, kapital, produkter och teknologi ökar, blir företagandet alltmer globalt i sina transaktioner och effekter.

Lagar och marknadskrafter är nödvändiga men otillräckliga som riktlinjer för affärer. Ansvar för policier och agerande är grundläggande för företagen, liksom respekten för sakägarnas värdighet och intressen.

Delade värderingar, inklusive en förpliktelse att dela på välståndet, är lika viktigt för ett globalt samhälle som för mindre samhällen

Av dessa skäl, och därför att affärsverksamhet kan utgöra ett kraftfullt verktyg för positiv samhällsförändring, erbjuder vi följande principer som en grund för dialog och handling för föregångare som söker ta ett fullt ansvar för sina affärer. Genom detta bekräftar vi nödvändigheten av moraliska värderingar i företagens beslutsprocesser. Utan dem är stabila affärsrelationer och ett hållbart globalt samhälle omöjliga att uppnå.

SEKTION 2. ALLMÄNNA PRINCIPER

PRINCIP 1.

Ansvar för affärsverksamhet: från aktieägare till sakägare

Ett företags värde för samhället ligger i det välbefinnande och den sysselsättning som företaget skapar och de marknadsvärdiga produkter och tjänster som det förser konsumenter med till ett rimligt pris i förhållande till kvalitet. För att skapa ett sådant samhällsvärde måste företaget upprätthålla sin egen ekonomiska hälsa och vitalitet, men enbart överlevnad är inte ett tillräckligt mål.

Företag spelar en betydelsefull roll i att förbättra livet för sina kunder, anställda och aktieägare genom att dela det välbefinnande som företagen har skapat med dem. Leverantörer och konkurrenter bör förvänta sig att företagen uppfyller sina åtaganden i en anda av ärlighet och rättvisa. Som ansvarsfull medborgare av lokala, nationella, regionala och globala samhällen i vilka de bedriver verksamhet, deltar företagen i formandet av framtiden för dessa samhällen.

PRINCIP 2.

De ekonomiska och sociala effekterna av affärsverksamhet: med sikte på förändringar, rättvisa och ett globalt samhälle

Företag som etablerar sig i andra länder för att utveckla, producera eller sälja produkter bör också bidra till sociala framsteg för dessa länder genom skapa arbetstillfällen för landets invånare och öka deras köpkraft. Företag bör också bidra till utbildning, välfärd, mänskliga rättigheter och en vitalisering av landet.

Företag bör bidra till ekonomisk och social utveckling inte bara i de länder där de verkar utan också i det globala samhället som helhet, genom ett effektivt och återhållsamt användande av resurser samt fri och ärlig konkurrens, och med betoning på förbättringar i teknologi, produktionsmetoder, marknadsföring och kommunikation.

PRINCIP 3.

Uppförande i affärer: från laglydighet till en anda av tillit

Trots den berättigade existensen av företagshemligheter, bör företagen erkänna att ärlighet, uppriktighet, tydlighet och pålitlighet badrar inte bara till deras egen trovärdighet och stabilitet, utan också till smidiga och effektiva affärstansaktioner,

speciellt på den internationell nivå.

PRINCIP 4.

Respekt för regler

För att undvika friktioner och för att främja en friare handel med jämlika konkurrensvillkor, rättvis och skälig behandlig av alla inblandade, bör företagen respektera internationella och nationella regler. Dessutom bör de erkänna att en del handlingar kan, trots att de är lagliga, ändå få olyckliga konsekvenser.

PRINCIP 5.

Stöd för multilateral handel

Företagen bör stödja GATT:s och World Trade Organizations multilaterala handelssystem, samt liknande internationella överenskommelser. De bör samarbeta för att dels främja en progressiv och rationell liberalisering av handel, och dels släppa efter på sådana nationella åtgärder som orimligt hindrar global handel, utan att brista i respekt för nationella politiska målsättningar.

PRINCIP 6.

Respekt för miljön

Företagen bör skydda och, om möjligt, förbättra miljön. De bör främja en hållbar utveckling och förhindra slöseri med naturresurser.

PRINCIP 7.

Undvikande av olaglig verksamhet

Företagen bör inte delta i eller tillåta mutor, penningtvätt eller andra korrupta handlingar. I stället bör de söka samarbete med andra för att eliminera sådana företeelser. De bör inte handla med vapen eller andra produkter som används för terroristverksamhet, droghandel eller annan organiserad kriminalitet.

SEKTION 3. SAKÄGARPRINCIPER

Kunder

Vi tror på att behandla alla kunder med värdighet, oavsett om de köper våra produkter och tjänster direkt från oss eller införskaffar dem på annat sätt från marknaden. Vi har därför ett ansvar att:

- förse våra kunder med produkter och tjänster av högsta kvalitet i överensstämmelse med deras önskemål;
- behandla våra kunder rättvist i alla aspekter av våra affärstransaktioner, inklusive en hög servicenivå och kompensation för deras klagomål;

- göra allt för att våra produkter och tjänster ska bibehålla eller förbättra våra kunders hälsa och säkerhet, likväl som kvaliteten på deras miljö;
- visa respekt för mänsklig vardighet i våra produkter, marknadsföring och reklam; samt
- visa respekt för våra kunders kulturella integritet.

Anställda

Vi tror på varje anställds värdighet och på att värna de anställdas intressen. Vi har därför ett ansvar att:

- erbjuda arbeten och löner som förbättrar de anställdas levnadsförhållanden;
- erbjuda arbetsvillkor som respekterar varje anställds hälsa och värdighet;
- vara ärlig i kommunikationen med anställda och öppet dela information, förutom då lagen eller konkurrenssituationen hindrar detta;
- lyssna på och, i de fall det är möjligt, genomföra förändringar enligt anställdas förslag, idéer och klagomål;
- gå in i förhandlingar med en positiv inställning när konflikt uppstår;
- undvika diskriminering och garantera jämlik behandling och möjligheter för alla anställda oavsett kön, ålder, ras eller religion;
- anställa fler handikappade för arbetsuppgifter där deras kunnsighet tas till vara;
- skydda anställda från undvikbara skador och sjukdomar på arbetsplatsen;
- uppmuntra och stötta anställda i att vidareutveckla relevant kunskap och kompetens; samt
- vara uppmärksam på allvarliga arbetslöshetsproblem som ofta associeras med företagsbeslut, och att samarbeta med regeringar och fackföreningar, eller andra sammanslutningar av anställda, för att göra något åt dessa problem.

Ägare/Investerare

Vi tror på att förvalta det förtroende som våra investerare ger oss. Vi har därför ett ansvar att:

- tillämpa professionellt och noggrant ledarskap för att säkra en rättmätig och konkurrenskraftig avkastning på våra ägares investeringar;

- förmedla relevant information till ägare/investerare, förutom då lagen eller konkurrenssituationen hindrar detta;
- förvalta, skydda och öka ägarnas/investerarnas tillgångar; samt
- ta hänsyn till ägarnas/investerarnas önskemål, förslag, klagomål och formella beslut.

Leverantörer

Vår relation till leverantörer och underleverantörer måste baseras på en ömsesidig respekt. Vi har därför ett ansvar att:

- tillämpa ärlighet och uppriktighet i allt vårt agerande, inklusive prissättning, licensiering och säljrättigheter;
- säkerställa att vår affärsverksamhet är fri från tvång och onödiga rättsliga processer;
- främja långsiktigt stabila leverantörsrelationer, vilket ökar produkternas värde och kvalitet samt företagets trovärdighet;
- dela information med leverantörerna och involvera dem i vår planeringsprocess;
- betala leverantörerna i tid och i enlighet med överenskomna handelsvillkor; samt
- söka, uppmuntra och föredra leverantörer och underleverantörer som visar sina anställda respekt för mänsklig värdighet.

Konkurrenter

Vi tror att ärlig ekonomisk konkurrens är en grundläggande nödvändighet för att öka nationers välbefinnande och, i förlängningen, möjligheten att uppnå en rättvis distribution av varor och tjänster. Vi har därför ett ansvar att:

- gynna öppna marknader för handel och investeringar;
- inspirera konkurrenter att ta ett socialt och ekologiskt ansvar i sin verksamhet och att själva inspireras av dem som redan tar ett sådant ansvar;
- avhålla oss från att delta i tvivelaktiga betalningar eller tjänster för att erhålla konkurrensfördelar;
- visa respekt för faktiska och intellektuella upphovsrättigheter; samt

- vägra skaffa affärsinformation genom oärliga och oetiska metoder, såsom industrispionage.

Samhälle

Vi tror att vi som globala företagsmedborgare har något att bidra med till det arbete för mänskliga rättigheter och samhällsförändring som pågår i de samhällen vi verkar i. Vi har därför ett ansvar i dessa samhällen att:

- visa respekt för mänskliga rättigheter och demokratiska institutioner, och att stötta dem när så är praktiskt möjligt;
- erkänna regeringars författningsenliga samhällsförpliktelser och att stödja målsättningar som kan gynna mänsklig utveckling genom harmoniska relationer mellan företag och andra delar av samhället;
- samarbeta med de samhällskrafter som försöker förbättra människors hälsa, utbildning, säkerhet på arbetsplatser och ekonomisk välfärd;
- gynna och stimulera en uthållig utveckling och inta en ledande roll i att bevara och förbättra miljön samt bevara jordens resurser;
- stödja krafter för fred, säkerhet, mångfald och social integrering;
- respektera lokala kulturers integritet; samt
- vara en god företagsmedborgare genom donationer till välgörande ändamål, bidrag till utbildning och kultur, samt uppmuntran till anställda att engagera sig i samhällsfrågor.