

Redaktionelt forord

Temaet i dette nummer af *Økonomi & Politik* er virksomhedernes sociale ansvar, som er et ofte anvendt begreb i den offentlige debat. Temanummeret er redigeret sammen med *Niels Højensgaard*, som er vicedirektør i The Copenhagen Centre on Corporate Social Responsibility.

Steen Thomsen analyserer i den første artikel begrebet »virksomhedernes sociale ansvar« fra en økonomisk-teoretisk synsvinkel. Han når i den forbindelse frem til, at den traditionelle stakeholder-model faktisk kan indfange det, som ellers traditionelt findes under virksomhedernes sociale ansvar. Det indebærer bl.a., at der skal udvikles nye stakeholder-konstellationer gennem åbenhed og tilregnelighed og ved at værne om omdømmet i medierne.

I den anden artikel analyserer *Thomas Bredgaard* virksomhedernes sociale ansvar som en størrelse, der ligger mellem offentlig politik og virksomhedspolitik, dvs., hvordan man kan etablere en forbindelse mellem socialpolitiske programmer og virksomhedernes interesser. Han konkluderer bl.a., at det er

yderst vanskeligt at give begrebet »virksomhedernes sociale ansvar« indhold, hvis deltagelsen heri er baseret på frivillighed.

Line Groes analyserer i den tredje artikel Milton Friedmans meget berømte artikel om virksomhedernes sociale ansvar, som stadig ofte er referencepunktet for diskussioner om emnet. Hun viser, at Friedman er langt mere nuanceret, end modstanderne har villet gøre ham til. Han er således ikke nogen forsvarer af den rene stakeholderposition, som titlen på artiklen ellers antyder.

Den fjerde artikel er en dansk oversættelse af *Milton Friedmans* berømte artikel, som er analyseret ovenfor. Artiklen er stadig noget af det mest veloplagte, der er skrevet om emnet.

Endelig runder *Jacob Dahl Rendtorff* af med en artikel om værdibaseret ledelse og socialt ansvar. Han analyserer heri den historiske og teoretiske udvikling af og baggrund for emnet.

Peter Nedergaard
Redaktør