

BACHELOROPPGAVE:

Lønnsomhetsberegning i rotasjonstrykkeri
– rammebetingelser og driftstid i Skandinavia

Profit calculation in rotation printing house
– frame requirements and runtime in Skandinavia

FORFATTER(E):

Silje Helene Hefre Haugland
Nina Olsen Husaas

Dato:

19. mai 2008

Sammendrag

<i>Tittel</i>	Lønnsomhetsberegning i rotasjonstrykkeri – rammebetingelser og driftstid i – Skandinavia
<i>Dato</i>	19.05.2008
<i>Forfattere</i>	Silje Helene Hefre Haugland og Nina Olsen Husaas
<i>Veileder</i>	Høgskolelærer Leif Egil Nordahl, Høgskolen i Gjøvik
<i>Oppdragsgiver</i> <i>Kontaktperson</i>	Norprint Rotasjon AS Rolv Johnsen
<i>Nøkkelord</i>	Lønnsomhet, tariff, lover og regler, Skandinavia
<i>Antall sider</i>	114 + 38
<i>Antall vedlegg</i>	7
<i>Tilgjengelighet</i>	Delvis åpen

Abstrakt

Oppdragsgivers ønske var å kartlegge muligheter, kostnader og konkurransesituasjon mot utlandet, og ulike retningslinjer rundt 3, 4 og femskiftsordning. I tillegg ønsket de å se på besparelser ved innkjøp av ny maskiner. Gruppen utvidet oppgaven med å undersøke norske rammebetingelser, lover og regler opp mot Sverige og Danmark. Dette ble gjennomført gjennom grundig research av Norprint, Color Print, og de lover og regler som finnes i Skandinavia. I tillegg til økonomiske beregninger basert på bedriftens tallmateriale. Gruppen skulle ikke utarbeide anbefalinger rundt resultatene, kun presentere hva de har kommet frem til i løpet av prosjektperioden. Gruppen ser i resultatene at konklusjonen i forhold til problemstillingen, vil si at det eksisterer forhold i Norge som hemmer konkurransesituasjonen mot utlandet, men at forholdene nå er bedret betraktelig etter at mulighet for femskiftsordning ble innført.

Summary

<i>Title</i>	Profit calculation in rotation printing house – frame requirements and runtime in Scandinavia
<i>Date</i>	19.05.2008
<i>Authors</i>	Silje Helene Hefre Haugland and Nina Olsen Husaas
<i>Supervisor</i>	University College teacher Leif Egil Nordahl, Gjøvik University College
<i>Employer</i> <i>Contact person</i>	Norprint Rotasjon AS Rolv Johnsen
<i>Key words</i>	Profit, frame requirements, Scandinavia, Norprint Rotasjon AS
<i>Pages</i>	114 + 38
<i>Attachments</i>	7
<i>Availability</i>	Partially open

Abstract

Our Employer wanted to make a survey about the possibilities, expenses and the competition they face, and the different guidelines around 3, 4 and 5 shift against the other Nordic countries in addition they wanted to see what the cost-savings would be if they bought new machinery. The group expanded the assignment to also include research around Norwegian framework conditions, the Norwegian law and collective agreement up against Sweden and Denmark. This was properly conducting through research of Norprint, Color print and the laws and rules they stand up against in Scandinavia. In addition to this we looked at the economic calculation based on the numeric material we got from Norprint. The group can see in the result that the frame work in Norway can have a restrictive effect on the production against other countries abroad. But the group can also see that the conditions are much better now that Norprint is allowed to work 5 shifts.

Forord

Denne rapporten er et endelig resultat av hovedprosjekt ved Høgskolen i Gjøvik. Dette er avsluttende prosjekt for linjen Mediemanagement og kullet som går ut vår 2008.

Oppdragsgiver ved dette prosjektet har vært Norprint Rotasjon AS med hovedkontor i Stavanger. Vår kontaktperson har vært Adm. direktør Rolv Johnsen, i tillegg har vi også hatt mye kontakt med vår ressursperson og økonomisjef ved Norprint, Paul Bjarte Løyning.

Gruppen ønsket å skrive en oppgave som oppdragsgiver kunne få nytte av samtidig som den var interessant for oss. Vi valgte en oppgave om lønnsomhet i samarbeid med oppdragsgiver, dette fordi det var av interesse for begge parter, og fordi det er et område som er lite utforsket ved Mediemanagements tidligere hovedprosjekter i tillegg til landet generelt. Oppgaven gikk ut på å kartlegge Norprint og konsernet, rammebetingelser i Skandinavia, og se på lønnsomhet i forhold til ulike skiftordninger og maskininvesteringer.

Gjennom prosjektperioden har gruppen hatt kontakt med ulike personer i bransjen, og har kun møtt positive og imøtekommende personer. Vi har fått gode tilbakemeldinger og det er meldt interesse fra både Sverige og Danmark om å få se det ferdige resultatet.

Vi ønsker å benytte anledningen i forordet til å uttrykke vår begeistring for den grafiske bransje. Vi har gjennom dette prosjektet lært enormt mye og fått innblikk i en meget økonomisk sterk bransje, i tillegg til at den er personlig og imøtekommende. Det er en spennende bransje i vekst som er interessert i utvikling og kommunikasjon, og ser mot fremtiden.

Vi vil også takke for muligheten til å være med på årsmøtet i NHO Grafisk Øst der vi fikk presentere vårt prosjekt, i tillegg til at vi fikk takke for stipend på vegne av hele avgangsklassen ved Mediemanagement '08.

Vi vil også gjerne benytte anledningen til å rette en spesiell takk til følgende personer som har vært meget viktige i vår prosess.

- Leif Egil Nordahl – støttespiller, veileder og ressursperson
- Ole Lund ved Høgskolen i Gjøvik
- Rolv Johnsen og Paul Bjarte Løyning ved Norprint Rotasjon
- Pål Lintho, Bjørn Moen og Hanne Hægh ved NHO Grafisk Øst
- Mats Jägbro ved Grafiska Fackförbundet Mediafacket
- Jan Bergman ved Grafiska Företagens Förbund
- Yvonne Terp ved Grafisk Arbejdsgiverforening
- Marit Gullien ved AGI

Gjøvik, 19. mai 2008.

Silje H. H. Haugland

Nina O. Husaas

Innhold

INNLEDNING	9
OPPBYGNING AV RAPPORTEN	9
OPPGAVEDEFINISJON	10
1 ORGANISERING.....	13
EIERFORHOLD	13
NORPRINTS ORGANISERING I FORHOLD TIL KONSERNET	15
NORPRINTS HISTORIE OG DAGENS SITUASJON	17
ORGANISASJONSKULTUR VED NORPRINT	20
NORPRINTS VISJONER OG MÅL.....	24
2 RAMMEBETINGELSER I GRAFISK BRANSJE.....	27
ARBEIDSORGANISASJONER	27
ARBEIDSRETT	31
SKIFTSORDNINGER.....	35
KRAV INNENFOR DEN GRAFISKE BRANSJEN	40
HMS-LOVGIVNINGEN	42
NORPRINT OG MILJØET	43
3 SKANDINAVIA.....	47
DANSK LOVGANG	47
ORGANISASJONER I DANMARK.....	49
DEN GRAFISKE OVERENSKOMSTEN	51
SVENSK LOVGANG	56
ORGANISASJONER I SVERIGE.....	57
KOLLEKTIVAVTALE	61
CIVILAVTALE.....	62
SAMMENLIGNING.....	66
SKIFTORDNINGENE I SKANDINAVIA	69
INTERNASJONALT	71
4 ØKONOMI.....	75
GENERELT OM ØKONOMI	75
LØNSKOSTNADER	77
BUDSJETT.....	80
5 KONKURRENTANALYSE OG MARKEDSFØRING.....	89
KONKURRENTENES OMSETNING	89
NORPRINTS KONKURRENTER I NORGE	90
MARKEDSFØRING	94
KONKLUSJON	103
EGENEVALUERING	105
LITTERATURLISTE.....	107
VEDLEGG	113

Tabell-/figuroversikt

Tabeller i rapporten

- Tabell 1.1 – Maskinpark
- Tabell 3.1 – Arbeidstid Danmark, slutter kl 24
- Tabell 3.2 – Arbeidstid Danmark, slutter kl 06
- Tabell 3.3 – Ansettelse over 18 år Danmark
- Tabell 3.4 – Ansettelse under 18 år Danmark
- Tabell 3.5 – Fordeler ved medlemskap og kollektivavtale
- Tabell 3.6 – Minimumslønn pr måned Sverige
- Tabell 3.7 – Helgefri tillegg Sverige
- Tabell 3.8 – Obtilllegg Sverige
- Tabell 3.9 – Sammenlikning av vesentlige opplysninger
- Tabell 3.10 – Lovverk og organisasjoner i Skandinavia
- Tabell 3.11 – Skiftordning
- Tabell 3.12 – Minstelønn og avgifter
- Tabell 3.13 – Gj.snittslønn/uke i Skandinavia
- Tabell 4.1 – Utnyttelse
- Tabell 4.2 – Tilleggsutregning
- Tabell 4.3 – Årlige lønsmessige kostnader
- Tabell 4.4 – Avdelingsbudsjett trykkavdelingen
- Tabell 4.5 – Kostnader ved investering

Figurer i rapporten

- Figur 1.1 – Organisasjonskart Color Print
- Figur 1.2 – Organisasjonskart Norprint
- Figur 1.3 – Kulturpyramide
- Figur 1.4 – Tidslinje
- Figur 2.1 – LO oversikt
- Figur 4.1 – Nøkkeltall
- Figur 5.1 – Omsetning

Innledning

OPPBYGNING AV RAPPORTEN

Denne rapporten er skrevet og bygget opp på en måte som er logisk i forhold til innholdet den skal presentere. Den er organisert i fem hovedkapitler med fire overskriftsnivåer. Kapittel 1 inneholder informasjon om Norprint og Color Print gruppen, i tillegg til en kort innføring i Norprints organisasjonskultur og historie og deres fremtidsutsikter. Dette gir bakgrunnsinformasjon om vår samarbeidsbedrift og gir et overblikk. I kapittel 2 går vi grundig inn på hva slags lover, regler og rammebetingelser som ligger til grunn for grafisk bransje i Norge i dag. Vi presenterer i tillegg organisasjoner knyttet til den grafiske bransjen. Deretter går vi spesielt inn på skiftordninger. Vi ser også på forhold rundt miljø ved Norprint. Deretter kommer kapittel 3 hvor vi tar for oss Skandinavia, derav dansk og svensk lovgang og organisasjoner, i tillegg går vi grundig inn og kartlegger aktuell tariffavtale for tilsvarende grafisk bransje. Vi presenterer også internasjonale forhold som er viktige å trekke frem. Kapittel 4 dreier seg om økonomi hvor vi presenterer generell informasjon om bedriftsøkonomi i tillegg til spesifikke tall og utregninger om lønnsomhet og andre nøkkeltall ved Norprint. I kapittel 5 presenterer vi en kort analyse av Norprints konkurrenter i tillegg til å informere om markedsføringsprinsipper og tiltak rundt bedriften. Dette er det avsluttende kapittel som runder av rapporten og vi ser litt på mulighetene for Norprint i fremtiden.

OPPGAVEDEFINISJON

Oppgaven er definert som en utredning rundt konkurransesituasjonen mot utlandet, dette sett i forhold til ulike muligheter og kostnader ved skiftordninger, i Skandinavia og ved Norprint. Oppgaven inneholder også orientering om lønnsomhet ved Norprint. Selve problemstillingen har vi formulert slik:

Hemmer driftstid i Norge konkurransesituasjonen i utlandet?

Problemområdet som står til grunn for oppgaven er at krav til skriftordninger er strengere i Norge enn i Sverige og Danmark. Det har resultert i at det ikke har vært adgang til å kjøre femskiftordning i Norge tidligere. En ny avtale er utarbeidet og dette er det nå mulighet for. Likevel er det ikke sikkert at dette fører til at konkurransesituasjonen blir utjevnet til det fulle, men dette har prøvd og undersøkt nærmere.

Omfanget i oppgaven går på å kartlegge rammebetingelser, lover og regler i Skandinavia, utredning rundt lønnsomhet ved skiftordninger i tillegg til innføring i Norprints og Color Print gruppens struktur og organisering. I tillegg har vi sett litt på markedsføring og konkurrenter.

Avgrensningen i oppgaven ligger i våre begrensninger som beskrevet i forprosjektet:

Prosjektgruppen skal under hovedprosjektet ikke komme med forslag til omorganisering av bedriften. Gruppen skal heller ikke presentere forslag til nye investeringer. Gruppen skal ikke fremme forslag til skiftordninger i bedriften. Gruppen skal ikke utarbeide forslag til kostnadsreduksjoner i bedriften.

Det er ikke så vidt prosjektgruppen bekjent utført liknende arbeider på dette emnet.

Vår målgruppe består av fagpersoner i grafisk bransje, og vi håper at vårt resultat er interessant kunnskap som kan bidra til å kjenne bransjen ytterligere, og gi informasjon som ellers ikke er samlet på denne måten.

Vi har valgt å jobbe med grundig selvstendig research i tillegg til samtaler med aktuelle personer i bransjen.

KAPITTEL 1

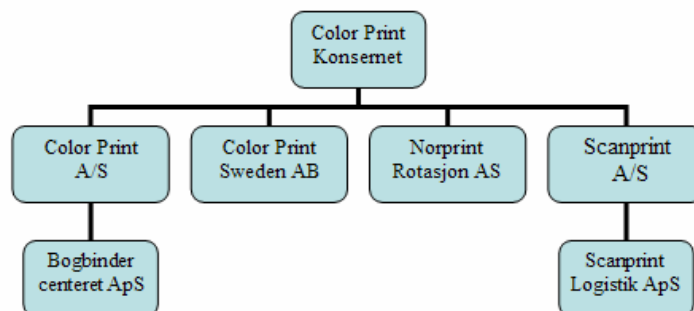


1 | Organisering

EIERFORHOLD

Den 1.8.2006 kjøpte Color Print alle aksjene i Norprint. Color Print konsernet er eiere av Norprint Rotasjon AS med en aksjemajoritet på 100 %. Dette førte til endring i organiseringen av bedriften, fordi ledelsen i Norprint fremover må rapportere til Color Print gruppen. De melder resultater til Color Print konsernet om fremtidige utsikter og oppnådde resultater. Norprint ble ved sammenslåingen en del av Nordens største rotasjonsenhet, noe som førte til større fleksibilitet. Oppkjøpet førte til at Norprint ble en del av en stor maskinpark og dermed har fått større kapasitet enn noen gang. Det eksisterer tett kommunikasjon og samarbeid mellom de tre rotasjonstrykkeriene i Color Print gruppen. Dette kommer til å økes ytterligere etter Norprint går over i en prosess med å bytte fra dagens kalkulasjon system Concord og over til Color Print gruppens fellessystem Navision. Dette fører igjen til full tilgang til alle data på tvers av bedriftene i Color Print gruppen. Bedriftene i Color Print konsernet er frittstående aksjeselskaper med ledelse og full organisasjon ved hver enkelt bedrift.

Fig 1.1: Oppbygning av Color Print gruppen.



Color Prints historie

Color Print AS ble stiftet i 1987 av Eigild B. Christensen. Color Print gruppen har i dag avdelinger i Danmark, Norge og Sverige. I Danmark ligger hovedavdelingen i Vadum med både salg og produksjon, og salgskontorer i København, Slagelse og Odense. I tillegg er arktrykkeriet Scanprint i Århus som også er en viktig del av konsernet. I Sverige er det både produksjon og salg i Borlänge, i tillegg til salgskontor i Göteborg, Stockholm og Helsingborg. I Norge er det både salg og produksjon hos Norprint i Stavanger.

Color Print benyttet seg tidlig av en offensiv og sterkt kundeorientert investeringsstrategi, som førte til at de på få år brakte bedriften frem til en ledende posisjon på trykksakmarkedet. I 1997 ble Color Print notert på Fondsbørsen, og ble ytterligere utrustet til å utbygge sin posisjon som Skandinavias ledende trykksakleverandør.

Color Print er en resurssterk virksomhet som bygger fremtidsutsikter på å investere i ny teknologi, mennesker og ideer. Deres mål er å skape kvalitet i alle bedriftens nivåer, og dermed imøtekomme behovet i markedet. Color Print er på bakgrunn av dette stadig i forandring og fornyelse. Color Print gruppen har i dag en omsetning på i overkant av en milliard kroner (Color Print 2001).

Color Print og miljøet

Allerede i 1987 tok Color Print hensyn til miljø og ressursforbruk i omgivelsene. Trykkeriet var da det første rotasjonstrykkeriet i Danmark som fikk miljøgodkjennelse fra de kommunale myndighetene og «Miljøstyrelsen». Siden da har det vært sterkt fokus på arbeidsmiljø, materialer og hensyn til omgivelsene.

Arbeidet følges opp av en miljøorientert innkjøpspolitikk. I produksjonen brukes kun miljøpapir, gjenbrukspapir eller totalt klorfritt papir – produsert av tremasse fra avfallstrær, uttynningstrær eller trær fra bæredyktig skogbruk.

Produksjonsanleggene i Danmark, Sverige og Norge er Svanemerket. Med denne miljøpolitikken ønsker Color Print å yte en aktiv innsats i dagens miljøpolitikk. I tillegg til dette er Color Print AS og Color Print Sweden AB også FSC sertifisert (Color Print 2006).

FSC står for Forest Stewardship Council og er en internasjonal nonprofit merkingsordning. FSC jobber for å skape felles globale prinsipper for bærekraftig skogdrift, og et system som garanterer bæredyktig produsert tre og papir til forbrukere over hele verden. I en FSC-skog er det ikke kappet ned mer trær enn at skogen kan reprodusere. Dette er en garanti for at dyr og planteliv er beskyttet, og at de som jobber i skogen er sikret mht utdanning, sikkerhetsutstyr og ordentlig lønn. Merket er også den eneste globale merkeordningen som har bred støtte fra grønne organisasjoner som WWF og Greenpeace (FSC 2008).

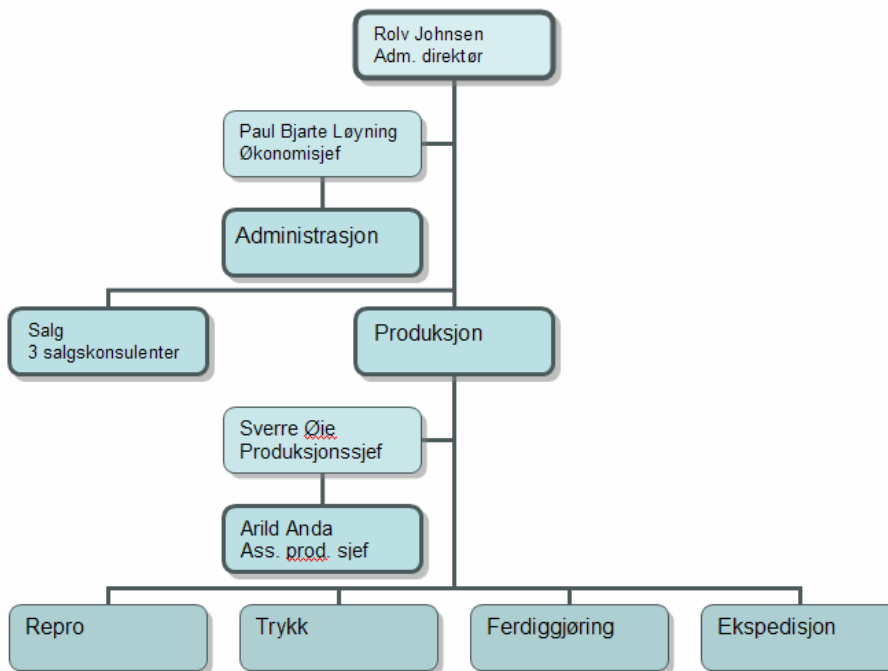
Utenom investeringer i maskiner, teknologi og miljøansvar, har investeringer i service overfor kunder og medarbeidere en høy prioritet i Color Print, som kommer til uttrykk gjennom luksuriøse hotellrom til gjester, i tillegg til fritidsfasiliteter og kunstnerisk utsmykkede lokaler (Color Print 2001).

NORPRINTS ORGANISERING I FORHOLD TIL KONSERNET

Norprint er bygget opp og jobber litt ulikt Color Print i Danmark og Sverige. Selgerne hos Norprint følger en ordre tett opp fra begynnelse til slutt, og er mer aktivt involvert i den daglige driften av Norprint enn de andre selgerne i Color Print gruppen.

I Danmark og Sverige følger selgerne en ordre til et visst punkt, hvor så en prosjektleder overtar og følger opp ordren videre. Norprint har selgere i bedriften, men har i tillegg selgere som sitter i Stavanger sentrum, og en i Danmark som kun selger mot Norge. Color Prints selgere er spredt over hele Danmark, og når det gjelder selgerne i Sverige selger de mest mot hovedkontoret i Vadum.

Fig 1.2: Organisasjonskart Norprint



Etter sammenslåingen kunne Norprint tilby konkurransedyktige priser på et stort spekter av trykksaker, fordi de disponerer en maskinpark som er større enn noen gang. Det er en unik sammensetning som gir utallige muligheter:

De disponerer åtte stk 16-siders rotasjon, en 24-siders, to 32-siders, en 48-siders, og en 80-siders. I tillegg disponerer Norprint et stort arktrykkeri som trykker både 4, 5 og 8 farger, med eller uten lakk (Norprint Rotasjon 2006).

Tab. 1.1: Maskinpark Color Print gruppen

Maskiner	16	24	32	48	80
Type	M600, Rotoman	Sunday 2000	Lithoman III	Lithoman IV	Man Roland
Antall	8	1	2	1	1
Antall farger	4+4, 5+4, 4+5, 5+5, 4+6, 6+4	4+4	4+4, 5+4, 4+5, 5+5, 4+6, 6+4	4+4	4+4
Papirformat max	630x970 mm	620x1450 mm	890x1260 mm	1240x1460 med mer	1240x2060 mm
Trykkformat max	614x960 mm	618x1437 mm	880x1254 mm	1230x1450 med mer	1230x2040 mm
Papirkvaliteter	39-170g/m ²	32-130g/m ²	39-115g/m ²	40-130 g/m ²	40-130 g/m ²
Opp til trykk/time	50.000	60.000	60.000	Opp til 40.000	Opp til 50.000

Color Print gruppen tilbyr mange spesialiteter innenfor rotasjonstrykk. Enten det gjelder produkter ferdig ut fra maskinen, eller innenfor ferdiggjøring. Maskinene varierer av merke, men er blant annet M600, Rotoman, Sunday 2000, Lithoman III, Lithoman IV og Man Roland. Alle maskinene har forskjellige spesifikasjoner mht farge, papirformat, trykkformat, papirkvalitet og hastighet (Color Print 2006).

I en pressemelding 15. januar 2007 annonserte Color Print konsernet at de kjøpte Skandinavias største og første 72/80siders heatsetmaskin for å produsere DR, brosjyrer og øvrige reklametrykksaker. Trykkmaskinen er fra Man Roland og var i full produksjon høsten 2007 ved Vadum.

NORPRINTS HISTORIE OG DAGENS SITUASJON

Norprint Rotasjon AS ble etablert 30. september 1996 og produksjonen startet et halvt år senere 10. mars 1997. Men historien om Norprint startet i mars 1996 da en gruppe mennesker kom til å påpeke behovet for et rotasjonstrykkeri i Norge. Tidligere hadde det foregått stor import av rotasjonstrykksaker fra utlandet og nå hadde en liten gruppe mennesker i den grafiske bransjen sett en mulighet til og startet et eventyr å beholde trykkjobbene i Norge. Det var starten på en rekke møter og mye planlegging, men viljen var stor, og 30. september ble drømmen en realitet. 15. desember flyttet de inn i lokaler i Jåttåvågen. Et eventyr har det blitt, i 2005 hadde Norprint en omsetning på 200 millioner, de er en av Norges største på rotasjonstrykking. De har ca 63 ansatte og en mengde store og lojale kunder. Deres visjon er å være et av Skandinavias mest etterspurte og beste rotasjonstrykkerier. De ønsker at kundene skal få høy kvalitet på trykksakene, til riktig tid og til konkurranse dyktige priser.

Da Norprint startet produksjonen satte de i gang med en 16 siders KBA rotasjonspresse, men markedet var større en de hadde våget å håpe på og to år senere i 1999 måtte de investere i en ny 16 siders KBA rotasjonspresse med fem fargeverk, samt utvide sine lokaler. Det som har vært Norprints konkurransefortrinn er at de er bevisst på å konkurrere på pris, og dermed har de vunnet markedsandeler. Pris og kvalitet har vært viktige områder for Norprint, og i 1997-1998 vant Norprint de prestisjefulle «Under Lupen» prisene som blir tildelt på bakgrunn av kvalitet. I 1997 kapret de begge gullmedaljene i «Under Lupen» og i 1998 klarte de å få en tredje. Prisen blir delt ut som et bevis på førsteklasses håndverk, «Under Lupen» går spesielt på enkelte fagpersoners

ferdigheter innen repro og trykk, hvor kvalitet er ett nøkkelord. Men nå er det mange år siden denne prisen ble delt ut, blant annet fordi både repro og trykk ikke lenger kan regnes blant håndverksdisiplinene, og resultatet dermed ikke lenger er avhengig av den enkelte fagpersonens personlige ferdigheter.

I 2000 fikk Norprint stifteapparat til sin KBA1, dermed kunne de tilby sine kunder en raskere prosess hvor trykksakene ble ferdig stiftet, falset og renskåret i en in-line-produksjon. Et år senere i 2001 fikk Norprint miljømerket Svanen, og for å bli godkjent til det må man tilfredsstillende strenge krav til kjemikaliebruk og krav til miljøtilpasset papir. Norprint fokuserer også sterkt på helse og sikkerhet og at de ansatte skal ha en god helse, De oppdaterer til stadighet hjelpemidler som skal hjelpe til og forebygge slitasjer på armer, rygg og ben (Norprint 2008).

For at kundene skal bli fornøyde har Norprint fokusert på at de ansatte med jevne mellomrom skal oppdatere sin kunnskap og kompetanse innenfor sine fagområder. De er opptatt av å ta inn lærlinger slik at de kan sikre rekruttering av dyktige fagfolk, pr. 2006 har Norprint 23 lærlinger i sin stab. I mars 2002 kjøpte Norprint opp Litografen AS og overtok driften av de 1500 kvadratmeter store lokalene. Dermed hadde de tre 16 siders rotasjoner, tre samlestiftere og to CTP anlegg. Litografen var siden oppkjøpet i 2002 et heleid selskap av Norprint Rotasjon AS, og var en avdeling under Norprint som het Norprint Hillevåg. All administrasjon ble styrt fra Norprints hovedkontor i Jåttåvågen. Avdelingen Litografen er i dag avviklet den ble lukket første uken i 2008. De ansatte fra Litografen ble overført til hovedtrykkeriet i Jåttåvågen og i skrivende stund drives opplæring av de ansatte fra Litografen til å bemanne maskinene til Norprint. Avdelingen i Hillevåg ble lagt ned av flere grunner, trykkmaskinen var ustabil, ledelsen så klare problemer ved å ha avdelingen så langt borte fra hovedkontoret. I følge Rolv Johnsen hadde ikke overføringen av de ansatte vært mulig, hadde det ikke vært for femskiftsordningen, som starter ved Norprint 2. mars 2008. Administrerende direktør er tydelig fornøy med lovendringen som gir tilgang til en femskiftsordning.

«Vi produserte på treskift i Litografen, men regner med å ha samme omsetningen når vi går fra fire til femskift på de to andre maskinene. Der ser dere betydningen av å ha flere skift - vi produserer det samme på to maskiner som vi før gjorde på tre maskiner!» sier Rolv Johnsen.

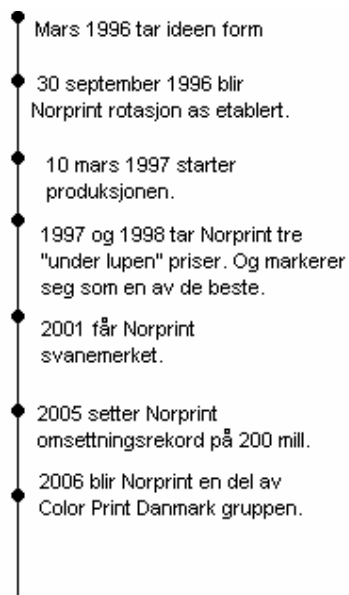
I 2003 fornyet Norprint repro/trykkplatekontrakten med Lito-Service som de første gang inngikk i 1999, som i den

forbindelse bestilte nytt CTP-anlegg og ny arbeidsflyt. Da 2004 kom ble det installert nytt GMI fargesystem som skulle sørge for at fargeføringen leses optisk kontinuerlig under hele trykkprosessen, noe som gjør at fargene blir identiske gjennom hele opplaget. I 2005 går det så det suser for Norprint rotasjon AS, de setter omsetningsrekord på hele 200 millioner kroner og skaffer seg 40 nye kunder. Den økte omsetningen betyr også økt volum, det gikk av 18 000 tonn papir og 320 tonn farge av 2005. Når ti år har gått har Norprint satt et fast spor i Norsk rotasjonstrykk historie. I 2006 ble de kjøpt opp av Color Print gruppen. Gruppen samarbeider om å tilby konkurransedyktige priser og de har en unik maskinpark. Norprint har i 2006 180 kunder og ønsker videre:

«Å befeste sin posisjon som et av Norges største og mest produktive rotasjonstrykkerier.» (Norprint 2006)

Norprint fortsetter å jobbe for å være blant de beste rotasjonstrykkeriene i Skandinavia, de har kommet langt på vei. I dag er de 65 ansatte og som medlem i Color Print gruppen er de med i Nordens største trykkerikonsern. Norprint gjør seg nå klar til å flytte til nyere og større lokaler på Forus i Stavanger. Lokalene vil bli overtatt 1. april og de regner med og ha flyttet inn i løpet av sommeren 2009. (NHO Grafisk 2007).

Fig 1.4: Norprint tidslinje



ORGANISASJONSKULTUR VED NORPRINT

Som ved alle bedrifter kan man trekke frem positive og negative sider ved organisasjonskultur. For Norprint er det overvekt av positive sider ved kulturen som gjør at den er velfungerende. Organisasjonskultur består av kulturinnhold og kulturuttrykk. Kulturinnhold er det nettverk av betydninger, meninger og modeller for handling som ligger i kulturen, og kan sies å befinne seg i medlemmenes hoder. Kulturuttrykkene er manifestasjoner av kulturinnholdet, og er dermed de handlinger, objekter og den praksis kulturen bruker for å bekrefte og uttrykke seg ovenfor medlemmene. Kulturinnholdet tolkes i praksis av kulturuttrykkene. Kulturinnholdets kjerneelementer består igjen av verdier, normer og grunnleggende antagelser. Kulturuttrykkene deles gjerne inn i fire kategorier – atferdsuttrykk, verbale uttrykk, materielle uttrykk og strukturelle uttrykk (Bang 1995, s. 46).

Organisasjonskultur i organisasjoner

Henning Bang definerer organisasjonskultur på følgende måte:

«Organisasjonskultur er de sett av felles delte normer, verdier og virkelighetsoppfatninger som utvikler seg i en organisasjon når medlemmene samhandler med hverandre og omgivelsene.» (Bang 1995, s. 23)

Videre definerer han kultur som et system av delte ideer, verdier, oppfatninger og betydninger. Han deler det så inn i to systemer, kultur som kognitive systemer (tankemessig) og kultur som observerbare objekter og hendelser i en gruppe, dens interaksjonsmønstre eller overførte adferdsmønstre.» (Bang 1995, s 23)

Fra vi blir født blir vi sosialisert dvs. medlem av en kultur. Vi kan skille mellom primær- og sekundær sosialisering. Den oppdragelsen som skjer fra barnsben av, kalles primærsosialisering og fører barna inn i bestemte samfunnsroller som selvstendige mennesker. Sekundærsosialisering er en prosess som skjer senere i livet og som fører samfunnsmedlemmene inn i bestemte roller de vil få i sekundærgrupper, for eksempel, i rollen som ingeniør, student, arbeider osv.

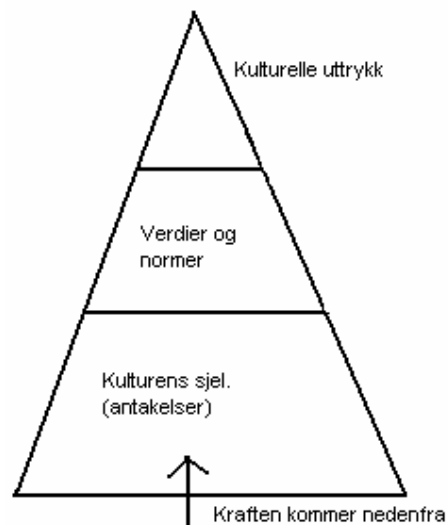
I boken Organisasjonskultur siterer han en bedriftsleder som sa: «Kultur er måten vi gjør tingene på her hos oss» (Deal & Kennedy 1982:4 ifølge Henning Bang 1995 s. 21).

Med det menes de skrevne og uskrevne lover og regler for hvordan vi kommuniserer, opptrer og behandler hverandre innenfor et fellesskap, for eksempel på jobben. Er det en organisasjon som oppmuntrer arbeidstakerne til å være kreative og tenke selv, eller ønsker de arbeidstakere som kun skal gjøre det de blir bedt om osv. Alle som har startet i ny jobb har vel følt behovet for å «sette på radaren» for raskest mulig kunne analysere hvilke regler/stil for opptreden og kommunikasjon som gjelder innefor denne bedriften. Det vi i realiteten da gjør er å kartlegge organisasjonskulturen, slik at vi blir i stand til å opptre innenfor de normer som forventes av oss i den bestemte organisasjonen.

Siden vi tilbringer nærmere halve livet vårt på jobben, er organisasjonskulturen en viktig faktor for trivsel. I en organisasjonskultur er det menneskene som står i sentrum, og sammen prøver vi å forklare/finne ut «felles meningsinnhold» om hvordan organisasjonens medlemmer jobber, tolker hendelser, adferd og objekter. Med andre ord at medlemmene i en organisasjon over tid og gjentatte samhandlinger, skaper seg en virkelighet og ett sett med normer og verdier som er spesifikke for akkurat den organisasjonen.» (Bang 1995 s. 28)

Organisasjoner består av individer med følelser, holdninger, ulike mål og med begrenset rasjonalitet. I en organisasjon kommer styrken nedenfra. Nederst er kulturens sjel: grunnleggende antagelser, i midten verdier og normer, og øverst kulturelle uttrykk.

Fig: 1.3: Kulturpyramiden



Vi kan starte nedenfra for det er her selve kulturen oppstår, i det ubevisste, det vi ikke ser. Det er innlærte ubeviste løsninger på en gruppes overlevelselsesproblemer. I midten har vi verdier og normer, det vil si troen på bestemte handlinger og oppfatninger. Verdier kan være lojalitet, ansvar, sikkerhet, kvalitet og mot for å nevne noen. I toppen av kultur pyramiden har vi kulturelle uttrykk, dette er den delen av pyramiden som vi ser og som kommer frem i form av vår adferd.

Kulturelle uttrykk deler vi gjerne inn i fire: Vi har adferdsuttrykk, som ses i lederstil, om man er på fornavn, fremmøte om man er presis, om det er en formell eller uformel tone. Verbale uttrykk ses ikke minst i språket, om de er formelle erklæringer, historie og lignende. Strukturerte uttrykk ses i sikkerhetssystemer, karrieresystemer, kvalitetssystemer og lignende. Til slutt har vi materielle uttrykk som er bygning og interiør, samt klær og lignende. (Bang 1995 s. 60-70)

Organisasjonskulturen bidrar til samhørighet, samspill og engasjement i organisasjonen. Mennesker som føler samhørighet og at de spiller en rolle har mer tilbøyelighet til å ville jobbe hardere og bedre for å sikre bedriften/organisasjonens fremtid. Om vi bruker ett håndballag som eksempel: En enkelt person kan ikke alene klare å vinne førstedivisjon, det må et lag i helhet til som samarbeider og som jobber mot ett felles mål, nemlig å vinne. Det er også viktig at hver enkelt føler at deres posisjon er viktig og spiller en viktig rolle. Bare ved hjelp av samarbeid mellom hver enkelt spiller samt keeper og lagleder kan laget vinne, og før de skal kunne ønske å samarbeide må de føle en tilhørighet til gruppen. Tilhørighet føler vi ved samme spillemønster, historie, kommunikasjon, regler og teknikk for å nevne noen. Samlet utgjør dette en form for organisasjonskultur. Et annet eksempel på kultur kan være en nordmann og en kineser, kulturene er helt forskjellige og de forstår ikke hverandre; språket, musikken, lover, regler, religion, relasjoner, tradisjoner – alt er ulikt.

Enhver organisasjon består av ulike kulturer, enten på det bevisste plan eller på det ubevisste. For at en organisasjon skal være samkjørte, må de ha bestemt seg for noen verdier og normer som er gjeldene for denne organisasjonen. For at de sammen skal kunne jobbe seg mot ett ønskelig mål, trenger organisasjonen en kultur. Kultur er ett viktig verktøy for å nå det ønskede målet. Det er viktig hvordan menneskene i organisasjonen har det, hvordan miljøet og samholdet er for at arbeiderne skal utvikle seg og arbeide best mulig og etter beste evne. Hvordan organisasjonen fungerer innenfra, hvordan den

styres, regler, normer og verdier er med på å legge grunnlaget for organisasjonens levetid og er derfor et viktig verktøy for å sikre organisasjonenes fremtid.

Kort om organisasjonskulturen hos Norprint

Ved en kort analyse av kulturen hos Norprint har en del uttrykk vært meget tydelige. Bedriftens ledelse utviser stor tillit til de ansatte og de ansatte har stor frihet i sin arbeidssituasjon med tanke på fleksibilitet og arbeidstid. De ansatte har mulighet til, via klubben, å bestemme selv når de ønsker å jobbe innenfor en tidsramme satt av ledelsen. Norprint er en bedrift med stor omsetning, men de bærer selv ikke preg av å være «store». Norprint uttrykker selvstendighet og selvtillit, men er samtidig meget jordnære. Det er en åpen tone i bedriften, og det er uproblematisk kommunikasjon på tvers av stillingshierarkiet. Norprint satser også på å ta inn lærlinger og er åpne og inkluderende i denne sammenheng. Ved å observere ledelsen kommer det tydelig frem at de ikke fører noen forfektete verdier, alle verdiene er levde verdier. Alle disse positive sidene bidrar til en organisasjonskultur som er i aller høyeste grad er funksjonell og sunn.

Likevel finnes det noen sider som det kan jobbes med, en kultur er aldri perfekt. Men disse punktene er kanskje de minst problematiske, da kulturinnholdet fungerer bra, er kulturuttrykkene lettere å endre på. Det vi har lagt merke til er strukturelle uttrykk som kan bedres. Stillingsbeskrivelser og ansvarsforhold litt uklare og ulogiske.

Likevel er bedriften velfungerende innad, og dette er småting som ikke påvirker den daglige driften i noen større grad. Ledelsen fører også en god lederstil og har en sunn innstilling ovenfor de ansatte.

NORPRINTS VISJONER OG MÅL

Norprint har siden starten hatt samme visjon:

«Vi skal levere til rett tid, til konkurransedyktige priser og best mulig kvalitet.» (Norprint 2002)

De har satt seg egne kvalitetsmål, målet er å levere alle trykksaker med en kvalitet som er optimal i forhold til det matriele de mottar. Norprint har også en egen kvalitetsvisjon:

«Vi skal levere mest kvalitet for pengene.» (Norprint 2008)

Det mener de at de har lykket med, selv om de ser at konkurransen er hard og at det er viktig å tenke nytt og ligge i forkant av sine konkurrenter. Deres visjon er da også:

«Vi skal være blant de beste og mest etterspurte rotasjonstrykkerier i Skandinavia.» (Norprint 2008)

Deres konkurrenter ligger ikke bare i Norge men også i Skandinavia og Europa. Norprint ser på sine kunder som en svært viktig brikke i at de har nådd så langt som de har, de har hatt mange lojale kunder som har vært med fra starten av. Det verdsetter de høyt og de ser på kundene som en svært viktig ressurs for å nå sine mål og visjoner også i fremtiden.

Fremtiden

I følge administrerende direktør i Norprint holder de i disse dager på med å legge planer for fremtiden. Spesielt gjelder dette hvilken maskinpark bedriften skal ha. Skal de fortsette med 16-siders rotasjoner eller skal de investere i større rotasjoner som 32-siders eller 48-siders. I skrivende stund er dette fortsatt under vurdering, men Norprint ser klare fordeler og ulemper uansett valg. De har også opp til vurdering om de skal investere i bokbinderkjede som kan limfrese. Men som Rolv Johnsen sier om fremtiden til Norprint:

«Utgangspunktet er at vi fremdeles skal være et av de ledende rotasjonstrykkerier i Skandinavia, med fokus på leveringsdyktighet, kvalitet, konkurransedyktighet og lønnsomhet»

KAPITTEL 2



2 | Rammebetingelser i grafisk bransje

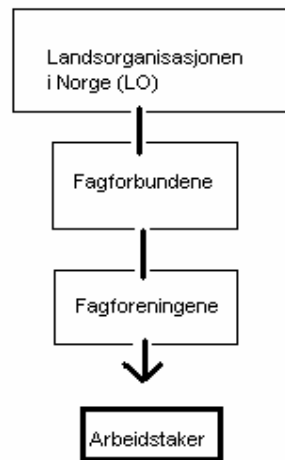
ARBEIDSORGANISASJONER

Mens LO jobber med å ta seg av arbeidstakerne sine rettigheter, jobber NHO for å ivareta arbeidsgivernes rettigheter. De er to største arbeidsorganisasjonene i Norge, når viktige beslutninger skal tas eller lønnsoppgjøret/tariffoppgjøret er i gang er det NHO og LO som jobber seg frem til en løsning på vegne av arbeiderne og arbeidsgiverne. Rettighetene i AML er også vanligvis forhandlet om av organisasjonene, og skrevet ned og undertegnet av begge parter. Nedenfor følger en liten oppsummering av de organisasjonene som Norprint må samarbeide med.

Landsorganisasjonen i Norge (LO)

LO står for Landsorganisasjonen i Norge, den er Norges største sammenslutning av lønnstakere og fagforbund. LO består av hele 22 fagforbund og 834 221 medlemmer. Deriblant Fellesforbundet som i samarbeid med NHO Grafisk fikk til ordningen om femskiftsarbeid. Som enkeltperson kan man ikke få medlemskap i LO, det fås kun ved å være medlem i en av de 22 fagforbundene som er medlem av LO. Fagforbundene omfatter mange ulike yrkesgrupper, det er fagforeninger på arbeidsplassene som er medlem i de ulike forbundene og ikke enkeltpersoner. Enkeltpersoner er medlem i bedriftens fagforeninger å medlem som gruppe i LO og Fagforbundene. LO er delt inn i to kartell: LO Stat og LO Kommune (Wikipedia 2008).

Fig 2.1 Oversikt over oppbygning



LO skal bistå arbeidstakere i ulike saker. De forhandler frem avtaler på vegne av arbeidstakere. Organiserte tillitsvalgte på arbeidsplassen fungerer som et talerør mellom arbeidsgiveren og de ansatte. De er behjelpelig med juridisk bistand dersom det skulle være nødvendig. De LO-organiserte har rett til å velge sin egen tillitsvalgt på arbeidsplassen, i Norge er fagbevegelsen demokratisk oppbygd, med frie valg på alle plan og i alle ledd.

LO jobber for at alle skal ha en jobb å gå til. Og verne om velferden, bedre lønn og arbeidsvilkår for de ansatte, likestilling i samfunnet, et humant og tolerant samfunn og god utdannelse for alle for å nevne noe av de viktigste punktene på handlingsprogrammet i 2008. (LO 2008).

Fellesforbundet

Fellesforbundet er en norsk fagforeningsorganisasjon bestående av Norsk Jern- og Metallarbeiderforbund, Norsk Bygningsindustriarbeiderforbund, Norsk Bekledningsarbeiderforbund, Norsk Papirindustriarbeiderforbund og Norsk Skog- og Landarbeiderforbund, Norsk Grafisk Forbund, Hotell- og Restaurantarbeiderforbundet (HREF). Fellesforbundet er en bred sammenslutning av ulike type bransjer innenfor verkstedindustrien, byggfag og byggeindustrien, treforedling, skog og landbruk, oppdrettsnæring, tekstil- og konfeksjonsbransjen, grafisk virksomhet og hotell- og restaurantbransjen (Wikipedia 2008).

Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO)

NHO er den største interesseorganisasjonen for bedrifter i Norge og innebefatter i hovedsak private næringsbedrifter. Det er ikke mulig å bli medlem for bedrifter som eies av staten eller kommunen med mindre de jobber under vanlige konkurransemessige vilkår. Som medlem må man betale en medlemskontingent, som varierer etter størrelsen på bedriften men utgjør ca 1,35 promille av bedriftens lønnsutbetalinger pr år. NHO jobber med å sette på dagsorden næringspolitiske saker som opptar medlemsbedriftene og gjennomfører tarifforhandlinger med arbeidstakerorganisasjonene på vegne av sine medlemsbedrifter. NHO har ca 18 500 medlemsbedrifter og består av 15 regionsforeninger som skal dekke alle landets fylker. NHO er delt inn i landsforeninger herunder finner man NHO Grafisk (Wikipedia 2008).

NHO Grafisk

NHO Grafisk er bransje- og arbeidsgiverorganisasjonen for virksomheter innenfor den norske grafiske bransjen. NHO Grafisk jobber for å ivareta den grafiske bransjens utvikling og interesser. Deres verdier er å være en løsningsorientert støttespiller og engasjert medspiller. Og skaper et verdifullt nettverk for de mange grafiske medlemsbedriftene. I 2006 skiftet organisasjonen navn fra VISKOM til NHO Grafisk, 2006 var også deres 100 års jubileum.

Historie

Historien om NHO Grafisk går helt tilbake til 6. januar 1884 da foreningen Den norske Boktrykkerforening ble stiftet. Det var meningen at dette skulle være en landsomfattende forening men det var bare 17 bedrifter i Kristiania som var medlemmer. Foreningens formål var:

«At gjøre front mot arbeidernes oppmarsj og uberettigede krav, og at demme opp for den illojale konkurranse» (NHO Grafisk 2007)

Men det var først 22 år senere at foreningen ble landsomfattende. Det skjedde den 19. september 1906. Organisasjonen beholdt det opprinnelige navnet Den norske Boktrykkerforening. Den opprinnelige foreningen i Kristiania skiftet navn til Kristiania Boktrykkerforening. Denne foreningen har skiftet navn flere ganger etter dette; Grafiske bedrifters Osloforening, VISKOM Øst og nå sist NHO Grafisk Øst.

Rundt samme tidspunkt dannet det seg også andre foreninger, for grafisk bransje er mer en bare boktrykkere. 3. juni 1901 ble

Norske Litotrykkeriers Forening stiftet, 7. august 1907 ble Reproducørenes Landsforening stiftet og 29. oktober 1910 ble Norsk Bokbindermesters forbund stiftet. Den 24. februar 1976 slo de fire landsforeningene seg sammen til en bransjeforening og tok navnet Grafiske Bedrifiers Landsforening. (GBL) Foreningen var delt inn i fire seksjoner, som hver hadde sin formann. Men i februar 1983 ble seksjoninndelingen tatt bort og foreningen ble «samlet til en forening».

Det samme året ble også GBL en arbeidsgiverforening, de overtok arbeidsgiverfunksjonene fra den Grafiske Samarbeidsnemd. I 2000 skiftet de navn til Visuell Kommunikasjon Norge. Den grafisk bransje var ikke lenger hva den en gang var. Nå var det langt mer design, kreativitet, data, web løsninger. Ved å skifte navn til Visuell Kommunikasjon Norge håpet de og skaffe seg flere medlemmer fra reklamebransjene og de mer «visuelle» bransjene. Men tilbakemeldingene fra disse bransjene var ikke så gode som ønsket. I 2006 skiftet de navn tilbake til det grafiske, da til NHO Grafisk.

I dag

I dag har NHO grafisk ca 230 medlemsbedrifter alt fra små til store bedrifter og de står for ca 70 % av verdiskapningen i den grafiske bransje. Den største bedriften med flest ansatte er Lundeby og Bokbinder som har ca 140 ansatte, i gjennomsnitt har NHO Grafisk sine medlemmer 14 ansatte. De har 7 distriktsforeninger i henholdsvis Nord Norge, Trøndelag, Bergen, Kristiansand, Østfold og Oslo. Det blir holdt møter ca 2 til 3 ganger i året, som da ledes av et styre. Hovedstyret består av de syv distriktslederne i de forskjellige distriktsforeningene. NHO Grafisk er en paraplyorganisasjon under NHO og har jevnlig kontakt med NHO i de fleste saker, de må ha NHO med seg i viktige saker for å få gjennomslag, både når det gjelder politiske saker eller tariffoppgjør. Sånn situasjonen er nå holder de til i Oslo i samme område på Majorstuen men i ulike bygg, fra neste år er det meningen at de skal flytte inn i samme bygg (NHO Grafisk 2007).

ARBEIDSRETT

Loven om arbeidsvern og arbeidsmiljø skal beskytte alle arbeidstakere og arbeidsgivere mot å bli misbrukt eller havne i tvister og uenigheter.

Arbeidsmiljøloven (AML) og Tariffavtaler

I AML står det minimum av lover og regler som arbeidstakere og arbeidsgivere har å forholde seg til i Norge, det gjelder forhold som lønn, arbeidstid, ferie osv. Dette er stadfestede lover gitt av norsk domstol og skal under ingen omstendigheter brytes, det vil i så fall føre til lovbrudd og i verste fall fengselstraff. Loven tar for seg helse, miljø og sikkerhet (HMS), vold, trusler, trygt arbeidsmiljø og samarbeid. Den omhandler også ansettelse, permisjon, omsorg for barn, oppsigelse og andre ting som skal ivareta de ansatte. Men den ivaretar også arbeidsgiveren, gir den rammebetingelser og sørger for at arbeiderne holder sine plikter til arbeidsgiver.

Tariffavtalene er en utvidet versjon av AML, her ligger AML til grunn, i tillegg er det ytterligere beskrivelser av enigheter og goder som utgjør forskjellen. Dette er en skiftlig avtale om lønn og arbeidsbetingelser. Det er arbeidstakerorganisasjoner som inngår avtalen på vegne av de ansatte, og arbeidsgiverorganisasjoner som inngår den på vegne av arbeidsgivere. Avtalene er gyldige i en begrenset periode som inngår av avtalen og må forhandles om på nytt hvert år for å bedre betingelsene. Partene kan forhandle seg frem til hva de måtte ønske, men de må holde seg innenfor lovene å de satte minstekravene.

Tariffavtalen blir definert i følge AML § 1 (8)

«En avtale mellom fagforening og en arbeidsgiver eller arbeidsgiverforening om arbeids- og lønnsvilkår eller andre arbeidsforhold» (NHO 2006).

Hvert år går Fellesforbundet, fagforeninger, LO og NHO sammen i tariffmøter for å forhandle frem avtaler mellom arbeidsgiver og arbeidstaker. Disse lovene eksisterer for å skape trivsel og et godt arbeidsmiljø der alle parter føler seg hørt og ivaretatt. Tariffavtaler må være skrevet under på skriftlig for å kunne erklæres gyldige. I tillegg til AML og tariffavtalene finner du også lover som ferieloven, arbeidstvistloven og folketrygdloven. De temaene som blir tatt opp i arbeidsrett er:

Arbeidsavtalen

I tillegg til lovene som ivaretar alle kollektivt har vi lover som ivaretar hver enkelt arbeidstaker eller arbeidsgiver. Når en ny arbeidstaker blir ansatt utarbeides det en arbeidsavtale, her blir partene (arbeidsgiver og ansatt) enige om ulike forhold. Men avtalen må stå i forhold til tariffavtalen dersom de ansatte er organisert. Partene kan ikke komme frem til forhold som er «dårligere» en det AML krever, men kan komme frem til «bedre» løsninger enn beskrevet i AML. AML er et minimum av lover og regler som arbeidsgiver og arbeidstaker må forholde seg til. Det er regler for hvordan arbeidsavtalen skal inngås hva den skal inneholde og regler for opphøring av avtalen. Dersom det er uenigheter mellom arbeidsgiver og arbeidstaker går den personlige arbeidsavtalen foran tariffavtalen (Storeng, Beck og Due Lund 2004 s. 12-13).

Arbeidsmiljøet

Lov om arbeidsmiljø blir endret etter hvert som tidene forandrer seg, mens kravet i starten var «så godt som etter forholdene lar seg gjøre» har de blitt betydelig klarere i kravene. Det er to paragrafer som er spesielt sentrale bestemmelser, § 7 og § 12. AML § 7 inneholder kravene til et forsvarlig arbeidsmiljø, det står blant annet:

«Lovens krav til fullt forsvarlig arbeidsmiljø innebærer således at maskiner, arbeidsprosesser m.v. som ikke gir arbeidstakeren tilfredsstillende vern, vil bli stanset.»

Loven stiller klare krav på flere områder, men der loven ikke i seg selv gir konkrete regler er det arbeidstilsynet som fastsetter kravene, da gjennom forskrifter, veiledning eller konkrete pålegg. AML § 12 omfatter generelle bestemmelser rundt tilrettelegging for ansatte på arbeidsplassen, slik at de ansatte skal kunne være med og påvirke arbeidssituasjonen. Det er spesielt med tanke på egenutvikling, medvirkning i bestemmelser, jobbtrotasjon osv. Paragrafen omhandler også trakassering eller uønskede tilnærminger, denne paragrafen tar spesielt for seg menneskelige hensyn på arbeidsplassen. Arbeidsmiljøet omfatter og bedriftshelsetjenesten, verneombud, arbeidsgiversplikter samt registrering av skader og sykdom (Storeng, Beck og Due Lund 2004 s. 29-30).

Arbeidstid

AML inneholder klare retningslinjer om arbeidstid, men tariffavtalene inneholder og klare regler om dette, derfor er det viktig å se disse sammen. § 46 (1) definerer arbeidstiden som følgende:

«Arbeidstid er den tid arbeidstaker står til disposisjon for arbeidsgiver» (AML).

I AMLs arbeidstid inngår arbeidstidens lengde, rett til redusert arbeidstid, arbeidstidens plassering som nattarbeid, søndagsarbeid og overtid samt om deltidsansatte (Storeng, Beck og Due Lund 2004 s. 38).

Likebehandling i arbeidslivet

Det har kommet to «nye» kapittel i loven som omhandler forbud mot diskriminering i arbeidslivet og er blitt til for å fremme likebehandling i arbeidslivet. Sentralt står vedtekter om likebehandling, diskriminering, hvilke handlinger som er ulovlige, arbeidsgivers opplysningsplikt samt virkninger av forskjellsbehandling (Storeng, Beck og Due Lund 2004 s. 42).

Arbeidslønn

Arbeidslønnen skal være en godtgjørelse for det arbeidet den ansatte har lagt ned i bedriften. Herunder finner vi vedtekter som omhandler lønssystemer, lønnsutbetaling og trekk i lønn (Storeng, Beck og Due Lund 2004 s. 45).

Sykefravær/sykelønn/permisjon

Alle ansatte som har vært ansatt i 14 dager har krav på lønn under sykdom. Dersom den ansatte er syk over en lengre periode er det arbeidsgiver som skal betale sykelønn for de 16 første kalenderdagene, men da bare for de dagene de ansatte skulle ha arbeidet. Det holder med egenmelding de tre første kalenderdagene, etter det må den ansatte fremvise gyldig legeerklæring. Innunder vedtekter rundt sykdom/sykelønn og permisjon finner vi arbeidsgiverens lønnsplikter i arbeidsperioden, egenmelding, legeerklæring, sykepenger, fravær ved barn eller barnepassers sykdom, svangerskaps permisjon og fødselspermisjon samt andre former for permisjon (Storeng, Beck og Due Lund 2004 s. 49-51).

Ferie

Ferielovens formål er å ivareta de ansattes ferietid og feriepengene. En ansatt har rett på feriepengene uansett arbeid, omfang eller varighet. Reglene i ferieloven vil suppleres av reglene i tariffavtalene, her kommer dette med rett til en femte ferieuke inn som den ansatte har rett til i henhold til tariffavtalen. Ferieloven inneholder vedtekter om formål og virkeområde, kalenderår, rett til ferie, feriens plassering, skift og turnusarbeid, sykdom i ferien, omsorgsperm, presentsatser,

opptjening, utbetaling og brudd på lovens regler (Storeng, Beck og Due Lund 2004).

Rasjonalisering/opsigelse/avskjed

Dette omhandler oppsigelse og permittering i arbeidsforhold på på grunn av rasjonalisering eller andre grunner til oppsigelse.

Bedriftsansvaret

Arbeidsmiljøloven tar for seg det ansvaret som en arbeidsgiver/bedriften har overfor sine ansatte, den omhandler straffeansvar, forsvarlig arbeidsmiljø, erstatningsansvar og straff.

Lov om yrkesskadeforsikring

Arbeidsgiver har som plikt å tegne yrkesskadeforsikring på vegne av hver enkelt ansatt, den skal dekke yrkesskade og yrkessykdom. Arbeidsmiljøloven inneholder skadesituasjon, skadens art, arbeidsgiver/arbeidstaker og yrkesskadeforsikring.

Dersom arbeidsgiver og arbeidstaker kommer i konflikt om noe kan de se i Loven, Forskriftene, Tariffavtalen, den individuelle arbeidsavtalen, arbeidsreglement eller rettspraksis. Dersom svaret ikke er å finne i noen av verkene er det arbeidsgiver som har styringsrett, og rett til å bestemme. Dette med at arbeidsgiver har styringsrett er en grunnleggende prinsipp i arbeidslivet da det er arbeidsgiver som daglig styrer de nærmeste arbeidsbetingelsene, men styringsrett er ganske spesielt når det kommer til loven. Det er ingen andre lover der en av partene har styringsrett over den andre, det er for eksempel ikke slik i kjøpsloven at dersom svaret ikke finnes i noen verk er det en av partene som kan «bestemme» over den andre. Dermed er dette noe som kun kan ses i arbeidsretten. Arbeidsretten er en del av den generelle kontraktsrett, det vil si at alminnelige regler ved kontraktsinngåelse er gjeldende, det spesielle med arbeidsretten i forhold til annen kontraktinngåelse er at arbeidstvistloven gir fagforeninger og arbeidsgiver/arbeidsgiverforeninger mulighet til å inngå avtaler på vegne av sine medlemmer (Storeng, Beck og Due Lund 2004 s. 102-105).

Om man har skrevet under på tariffavtaler har man fordeler utover de goder som er stadfestet i lover. Alle har rett på sykelønn, alderspensjon, arbeidsledighetstrygd osv. som følge av de stadfestede lovene. Men tariffavtaler har gjerne flere goder utover dette, som avtalefestet pensjon, mulighet for tidlig pensjonering, sluttvederlag der man kan motta økonomisk tilskudd dersom man er over 50 år og ufrivillig mister arbeidet.

Andre goder kan gjelde ferie. Ferieloven gir alle arbeidstakere rett på en ferie på fire uker og en dag i løpet av et år. Men siden 2002 har ansatte med tariffavtaler hatt rett på fem ukers ferie hvert år, men i mediebransjen gir tariffavtalene i tillegg rett til ytterligere fridager, ut over de fem ferieukene. Ansatte som er over 60 år har også rett til en uke ekstra ferie, utover den lov-/tariffestede ferietiden. Også når det gjelder arbeidstimer har tariffavtalene fordeler, AML angir at en arbeidsuke skal være på 40 timer, i tariffen er imidlertid en arbeidsuke på 37,5 timer. Dette fikk LO gjennom i tariffoppgjøret i 1986. I noen tilfeller kan tariffavtaler for enkeltbransjer ha bedre bestemmelser på noen områder. (Frifagbevegelsen 2005)

SKIFTSORDNINGER

Når en bedrift skal etablere en skiftplan må den være lovlig og helsemessig god. Leder kan med sin styringsrett innføre kveldsskift, men ved natt og helg må det oppnås enighet med klubben. I denne sammenheng regulerer lover og avtaler lengde på skiftet og hvilepauser. Arbeidsmiljølovens kapittel 10 ligger i bunnen for dette.

NHO har publisert en utgivelse som presenterer lovgivningen, deres syn og eksempler på skift- og turnusarbeid.

Introduksjon til skiftarbeid i Norge ved NHO

Arbeidstiden for helkontinuerlig skiftarbeid er 33,5 timer per uke i bedrifter med tariffavtale. For at den enkelte ansatte skal ha rett til redusert arbeidstid med 33,5 timer per uke forutsettes det at vedkommende veksler mellom arbeid på dag, ettermiddag og natt. Arbeidstidsreduksjonen er grunnet ubekvem arbeidstid.

Skift benyttes i bedrifter og bransjer med jevnt bemanningsbehov på alle skift. Industrien velger ofte dette, fremfor turnus, som baserer seg på ulik bemanning til ulike tider av døgnet. Prosessindustrien er et eksempel på at det i produksjonen er et jevnt bemanningsbehov til alle døgnets tider. Skift benyttes særlig i industrien og privat sektor, og er begrunnet i forskjellige behov og reelle ulikheter.

I industribedrifter som driver produksjon syv dager i uken, døgnet rundt, jobber de ansatte helkontinuerlig skift, slik som hos Norprint. Alle i produksjonen er vanligvis omfattet av den samme arbeidstidsordningen. De jobber sammen i faste team og deler mellom seg alle skift, enten de faller på hverdag eller helg. Helkontinuerlige skiftarbeidere jobber normalt like mange skift på hhv. dag, ettermiddag og natt i løpet av ett år.

NHO fastslår at målet for all organisering av arbeid bør være kvalitet, kompetanse og effektiv ressursutnyttelse. De ansattes behov og ønsker må balanseres mot hensynet til kunder og virksomhetens behov. Ved utforming av skiftplaner bør det legges vekt på forskningsbasert kunnskap om helsemessige konsekvenser ved å skifte mellom dag, ettermiddag og natt (NHO 2007).

NHO har utarbeidet en veiledning som skal brukes ved utforming av skiftplaner. I korte trekk innebærer denne ulike retningslinjer.

- Skiftbytte bør finne sted 0700–1500–2300.
- Skiftplanen bør rotere med klokken (formiddag–ettermiddag–natt).
- Skiftplanen bør ikke ha flere enn tre nattskift etter hverandre.
- Det bør være minst 24 timers fri etter siste nattskift.
- Lengden på skiftet bør ikke overstige 8 timer.
- Sprangskift bør unngås.
- Regelmessige perioder med sammenhengende fri skal prioriteres fremfor oppsamling i lange friperioder (NHO 2007).

Lengder dag, kveld og natt

- Dagarbeid – 37,5 t + spisepause.
- Kveldsarbeid – 33,5 t + spisepause. Regnes som kveld når skiftet avsluttes etter kl 1800.
- Nattarbeid – 33,5 t inkl spisepause. Regnes som natt når skiftet begynner mellom 00 og 07.
- For hver uke det jobbes natt har den ansatte ½ dags fri.
- Helgearbeid – 33,5 t. Ved helg skal 1 time telle som 1,4 timer.

Teori og praksis når det gjelder skift kan nok fravike noe. I praksis vil nok klubben ha noe bedre betingelser mht skifttillegg. Kveldsskift er ikke mye forskjell fra tariffen. Helg skal være 50 % av lønn. Ved arbeidstid fra 15-23, får den ansatte ikke skifttillegg fra 15-16. ved arbeidstid fra 23-07 får ikke den ansatte skifttillegg mellom 23-00.

Lov og avtaleverkene er bygget opp på følgende måte

Arbeidsmiljøloven: Inneholder hoveddrammer. Men når det gjelder arbeidstid kan partene med noen få unntak inngå annen avtale enn det som står i loven. Dette går frem av kapittel 10 § 12-4.

Hovedavtalen

Inneholder ingen individuelle rettigheter. Den inneholder prinsipper og drøftelsesplikt. Inneholder mye informasjon om de tillitsvalgte rettigheter.

Grafisk avtale

Gjelder for 2 år av gangen, og satsene endres hvert år. Inneholder individuelle rettigheter. Gjeldende tariffavtale er i dag Overenskomst Trykkerier, repro/-statsbedrifter, og varer fra 2006-2008.

Særavtaler

Spesifikke avtaler som gjelder bedrift. Slike avtaler kan sies opp på en måneds varsel og sies å ikke være så trygge som lov, hovedavtalen og grafisk avtale. Særavtaler må ikke være i strid med overnevnte lov og avtaleverk, og må være til det bedre for de ansatte. De ansatte henter sine rettigheter i grafisk avtale og særavtaler. Et eksempel på en særavtale kan være at skifttillegget økes fra 24,5 kr til 25 kr.

Endring i skiftordningene

Kravene til skiftordninger er strengere i Norge enn det har vært i resten av Norden, det har tidligere ikke vært lov til å ha en femskiftsordning i Norge. Det har ført til at Norprint ikke har hatt så rask produksjonsgang som de andre trykkeriene i Norden og Color Print Danmark gruppen føler trusselen fra konkurrenter i Norden. Grafisk bransje har derfor arbeidet hardt for å få frem en lovendring i Norge som gir grafiske bedrifter tilgang til femskiftsordninger. Den 4. desember 2007 ble det inngått en historisk avtale mellom fellesforbundet og NHO Grafisk. Tariffavtalen åpner for å kjøre fast skift i helgene, noe det ikke var mulighet for tidligere. Dette bidrar til at Norprint får mer igjen for sitt driftsutstyr. I tillegg til å sikre arbeidsplasser og øke inntjening. Dette bidrar også til at Norprint kan satse på kortere leveringstid og kortreist produksjon, i tillegg til å utvide driftstiden og få like vilkår som utenlandske konkurrenter. Avtalen betyr ikke bare mye for Norprint men er historisk i

forhold til NHO Grafiske medlemsbedrifter, da særlig for store rotasjons og arktrykkerier i Norge.

Tidligere har Norprint kjørt fireskiftsordning, hvor kravene rundt dette er nedfelt i Overenskomst nr 56, mellom Næringslivets Hovedorganisasjon, Visuell Kommunikasjon Norge og de i Arbeidsgiverforeningen stående bedrifter i trykkerifaget, repro-/satsfaget på den ene siden og Landsorganisasjonen i Norge og Fellesforbundet på den annen side.

Til sammenlikning blir en femskiftordning totalt på 152 timer mens en fireskiftsordning er på 130 timer og en treskiftsordning er på 102 timer.

Som skiftarbeid regnes alt arbeid som påbegynnes før kl. 07.00 eller som avsluttes etter kl. 18.00.

I grafisk bransje er kampen om å holde timeprisen lav stadig gjeldende. En lav timepris kommer an på mange faktorer, den viktigste er driftstiden i en bedrift. Flere timers driftstid er lik lavere timepris. Norprint har i tiden siden 1996 gått gjennom både to, tre og fire skiftordninger. Forhandlinger rundt dette blir gjort med Fellesforbundet og NHO Grafisk. Enighet blir gjort rundt arbeidstid og blir tegnet ned i en tariffavtale. Norprint har i det lengste kjørt 4-skiftsordning. Dette innebærer mange timer, men ikke nok til å holde konkurranse med utlandet på lang sikt.

I følge Rolv Johnsen har NHO Grafisk i mange år hatt som et krav i lønnsforhandlingene med Norsk Grafisk Forbund at også Norge skal kunne produsere på femskift, slik de har gjort i en årrekke i utlandet. Men i mange år har de altså ikke fått gjennomslag for dette, til tross for mye arbeid og en rekke uformelle samtaler. Når det gjelder Norprint tok de opp dette med sin egen klubb da det ble klart at de skulle flytte inn i nytt bygg og gjøre nye investeringer. Både Norprints moderselskap Color Print i Danmark og Color Print i Sverige har over lengre tid produsert på fem skift. For at Norprint skulle få gjøre mange nye kostbare investeringer har det derfor vært et krav fra eierne Color Print at Norprint må kunne produsere på fem skift for å forsvare investeringen. I den forbindelse ble dette et mer aktuelt tema for Norprint. De tok problemet sitt videre opp med NHO Grafisk og sammen med de andre store trykkeriene frontet de dette for forbundet. Norprints klubb tok opp temaet med den lokale fagforeningen og forbundet. Etter mye kontakt frem og tilbake mellom NHO Grafisk og forbundet ble det enighet om å ha et møte mellom de 10 største trykkeriene. Møte ble avholdt i november hvor de kom til enighet om også prinsipielt i Norge å

innføre en femskiftsordning. Det ble avholdt et møte med 5 utvalgte personer fra hver av partene.

Tariffavtalen ble altså inngått etter lange forhandlinger, i form av møter og til slutt et seminar hvor det ble satt fokus på betydningen av muligheter rundt femskiftsordning, og konsekvenser dersom dette ikke ble innført i Norge. Seminaret bidro til enighet og en stor seier for grafisk bransje. Dette gir Norprint og andre bedrifter som er medlem av NHO Grafisk lov til å ha utvidet adgang til søndag og helligdagsarbeid med innstillingsrett i henhold til AML § 10-12(4). Som det går frem av avtalen er den kommet i stand for å ta opp konkurransen med utlandet å sørge for at mest mulig grafiske jobber forblir i Norge.

«Formålet med disposisjonsavtalen er å gjøre de grafiske bedrifter bedre rustet til å arbeide for å beholde grafiske arbeidsoppdrag i Norge, samt og gjøre seg konkurransedyktig på eksportmarkedet.» (Utvidet adgang til søndag og helligdagsarbeid etter avtale med fagforening med innstillingsrett – AML § 10 – 12 [4])

Denne avtalen er foreløpig skrevet under på frem til 2010 men gir videre tilgang til et nytt år av gangen. Det må også sies at i henhold til avtalen blir det satt ned et arbeidstidutvalg bestående av to representanter fra hver av partene som skal følge med på utviklingen, arbeidsforholdene å behovene i forhold til denne avtalen.

Tariffavtalen forutsetter lokal enighet, og klubben hos Norprint må være enig i å iverksette helgeskift. Størrelsen på skifttillegget må også diskuteres lokalt. Det skal være minst 50 % av husets grunnlønn for fagarbeiderne. Tillegget er da forskjellig fra bedrift til bedrift, på lik linje med nattskifttillegget. Avtalen trer i kraft 1. februar 2008, og vil bli tatt inn i de grafiske overenskomstene ved tariffrevisjonen våren 2008.

Fordeler og ulemper

NHO Grafisk har i 8-10 år jobbet med å få mulighet til å jobbe helg i grafisk bransje. I mange yrker er dette uproblematisk. I følge kapittel 10, § 12 i AML trengs det avtale med klubben for å få til dette.

I utlandet er det tilgang til å jobbe helg, dette fører til lengre driftstid og en annen timepris. Uten en slik avtale ville industri med dyre maskiner, særlig da rotasjonstrykkerier, på sikt ikke

overleve i Norge. Dette var en nødvendighet for bransjen å få endret på.

En ulempe med dette er likevel at en helgeavtale er en svært dyr avtale for bedriftene. Ingen annen industri har så kort arbeidsuke, og helt opp til 80-85 kr i skifttillegg. På landsbasis er det ingen som har så høye satser og kortere arbeidsuke. Dette kommer av et sterkt styrkeforhold mellom bedriftene og de ansatte.

KRAV INNENFOR DEN GRAFISKE BRANSJEN

Når man skal drive virksomhet innen grafisk bransje er det svært mange krav man må ta hensyn til å følge. Det ligger fastsatte krav og regler på alle plan. De viktigste kravene i bransjen ligger innenfor arbeidsmiljø, brann- og eksplosjonsvern, el-sikkerhet, forurensning og industrivern. Dette er altså krav som er meget viktige for at grafisk bransje skal drives på en forsvarlig måte, og som kan få store konsekvenser dersom de ikke følges. Andre krav som også er svært viktige å nevne er ansettelse, oppsigelse, konkurs, permittering, midlertidig arbeid og innleie, arbeidstid og ferie, utenlandske arbeidstakere, verneombud og krav til arbeidslokaler.

Viktige krav, bransjespesifikke

Krav til arbeidsmiljø

- Organisering av arbeidet, herunder bedriftshelsetjeneste, tilrettelegging av arbeidet ved redusert arbeidsevne og sykdom og oppfølgingsplan for arbeidstaker ved sykefravær.
- Arbeidsutstyr, herunder nødstop – arbeidsutstyr og maskiner, opplæring i bruk av arbeidsutstyr og særlig farlig arbeidsutstyr.
- Kjemikalier, herunder stoffkartotek for helsefarlige stoffer, fare for arbeidstakere knyttet til kjemikalier, måling av forurensning i arbeidsatmosfæren, helseskadelige kjemikalier – vern av arbeidstaker, merking av farlige kjemikalier, opplæring i arbeid med kjemikalier, nødhjelpsutstyr på arbeidsplassen, HMS-datablad for farlige kjemikalier og personlig verneutstyr for arbeidstakere.
- Inneklima og luftkvalitet, herunder allmennventilasjon, prosessavsug ved bruk av kjemikalier og drift og vedlikehold av ventilasjonsanlegg.

- Tungt og ensformig arbeid – uheldige arbeidsstillinger, herunder tiltak mot tungt og ensformig arbeid, informasjon og opplæring om tungt og ensformig arbeid, hjelpemidler for arbeidstakere og arbeidstakers medvirkning.
- Arbeidslokaler, herunder atkomst og lasteramper, garderobes og vaskerom og arbeidslokaler.
- Støy, herunder støy i arbeidsmiljøet, hørselsvern og hørselskontroll.

Krav til brann og eksplosjonsvern

- Brannfarlig eller trykksatt stoff, aktsomhetsplikt og risikoanalyse, i tillegg til tillatelse til oppbevaring av brannfarlig vare.
- Brannvern, herunder den enkeltes plikt, brannvern for eier av bygning eller område og brannvern for virksomheten.
- I tillegg kommer krav til transport av farlig gods.

Krav til elektrisk utstyr

- Bruk av elektrisk utstyr, tilkobling og plassering og elektrisk utstyr i eksplosjonsfarlige atmosfærer.

Krav til forurensning

- Avfall, herunder håndtering av næringsavfall og farlig avfall.
- Helse- og miljøfare – kjemikalier og produkter, herunder begrensninger, aktsomhetsplikt og substitusjonsplikt.
- Utslipp, herunder plikt til å unngå forurensning, tillatelse til forurensning, påslipp av avløpsvann til offentlig avløpsnett, bruk av organiske løsemidler og utslipp av flyktige organiske forbindelser, fotokjemikalieholdig avløpsvann og varsling ved akutt forurensning.

Krav til industrivern

- Virksomheter med 40 sysselsatte eller flere i denne bransjen, skal etablere en beredskap for å beskytte seg selv mot personskader, brann, forurensning, andre ulykker samt kriminelle anslag, herunder risikovurdering, beredskap, beredskapsklasser og organisering (Statens Forurensningstilsyn 2006).

Andre krav, ikke bransjespesifikke

Krav i henhold til ansatte

- Ansettelser, standard utformet arbeidsavtale, oppsigelser (usaklig oppsigelse), lønnsgarantiordning ved konkurs og permittering.

- Midlertidig arbeid og innleie av arbeidskraft.
- Likebehandling ved utenlandske arbeidstakere.

Krav ved arbeidstid og ferie, angitt ved Arbeidsmiljøloven

- Arbeidstid, overtid, pauser, nattarbeid, ferie, feriepenger (Arbeidstilsynet 2006).
- Ved krav i henhold til ansatte og arbeidstid og ferie, behandles dette i en tariffavtale, hvor punktene i avtalen ikke skal være dårligere enn i arbeidsmiljøloven.

HMS-LOVGIVNINGEN

Det finnes mange forskjellige lover og regler som angir at produkter skal tilfredsstillende ulike sikkerhets- og kvalitetsbetingelser. I tillegg settes det krav til lokaler, verneinnretninger og tilrettelegging av arbeidet for å sikre ytre miljø og trygghet for de ansatte. Disse krav angis ved en samlebetegnelse: Helse, Miljø og Sikkerhet, forkortet HMS.

HMS forskriften angir at den som er ansvarlig for virksomheten plikter å sørge for systematisk oppfølging av HMS. Dette skal gjøres i samarbeid med arbeidstakerne og deres representanter, og rutine rundt arbeidet skal dokumenteres skriftlig.

HMS-systemet skal sikre at problemer oppdages og håndteres i tide, internkontroll defineres derfor som kvalitetssikring. Arbeidet legges opp forskjellig i bedrifter avhengig av om de er små og lite risikoutsatt, eller om det er mange ansatte og stor risiko for HMS-problemer. (Altinn 2007)

Internkontroll

Alle virksomheter skal ha et internkontrollsystem for å sikre at de følger HMS-lovgivningen. Kravene om internkontroll etter HMS-lovgivningen finnes i internkontrollforskriften.

HMS-arbeid/internkontroll skal fremme forbedringsarbeid innen:

- Arbeidsmiljø og sikkerhet
- Forebygging av helseskade eller miljøforstyrrelser fra produkter eller forbrukertjenester
- Vern mot forurensning
- Forsvarlig behandling av avfall

Virksomheten plikter til å kjenne til kravene som gjelder for virksomheten, og å ha mål for HMS-arbeidet. Virksomheten skal kartlegge farer og problemer, hvor detaljert avhenger av art, størrelse og risikoforhold. Virksomheten skal lage en plan med

tiltak for å redusere risikoen for uakseptable farer og problemer. Virksomheten skal ha rutiner for å avdekke, rette opp og forebygge overtredelser av krav i HMS-lovgivningen. Virksomheten skal sørge for at arbeidstakerne har kunnskaper og ferdigheter som setter dem i stand til å utføre arbeidsoppgavene sine, slik at alle relevante HMS-krav overholdes. Virksomheten skal arbeide systematisk med å sikre at internkontrollen fungerer som forutsatt.

Selve gjennomføringen av tiltakene er den viktigste delen av helse-, miljø og sikkerhetsarbeidet. Deler av virksomhetens HMS-arbeid skal være dokumentert skriftlig. Det skal gå klart fram av dokumentasjonen når og hvordan ulike forhold kartlegges og kontrolleres, og hvordan virksomheten forebygger, avdekker og retter opp feil. Det skal også være tydelig hvem som har ansvaret for alle ledd i sikringsarbeidet (Statens Forurensningstilsyn 2007).

NORPRINT OG MILJØET

Hos Norprint er noe av det viktigste som står i sentrum miljøbevissthet. I 2001 ble Norprint godkjent miljøbedrift og fikk lisens på Svanemerket, det offisielle nordiske miljømerket. Dette omfatter strenge begrensninger for kjemikaliebruk og krav til miljøtilpasset papir.

Om Svanemerket

I 1989 innførte Nordisk Ministerråd en felles offisiell miljømerking. Nordisk Miljømerkings mål er å redusere den totale miljøbelastningen, og Svanen kontrollerer at produkter og tjenester oppfyller spesifikke miljøkrav. Dette skjer blant annet gjennom tester fra uavhengige laboratorier og gjennom kontrollbesøk (Stiftelsen Miljømerking 2007).

For trykk stiller Svanemerket krav til

- Produksjon av papir (bærekraftig skogbruk, returpapir, utslipp mm)
- Kjemikaliebruk
- Utslipp fra trykkeri
- Sortering og håndtering av avfall

Kostnadene

Avgiftsgrunnlaget er innkjøp/forbruk av trykkpapir i tonn. Årsavgiften er 12 kr per tonn innkjøpt/forbrukt papir eller 8 kr per tonn dersom papiret er Svanemerket (lisensiert) opp til 2000

tonn. For papir utover 2 000 tonn betales 4 kr per tonn innkjøpt/forbrukt trykkipapir.

Minimumsavgiften per trykkeri: 12 000 kr per år.

Maksimumsavgiften per trykkeri: 240 000 kr per år.

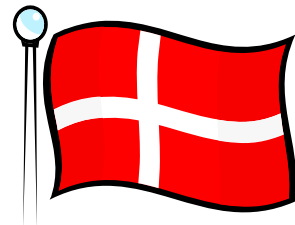
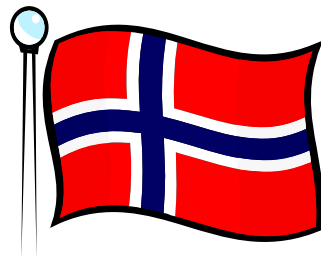
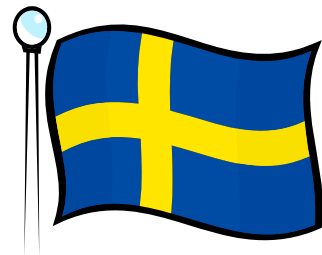
Søknadsavgift

Søknadsavgiften for Svanen er 16.000 kroner (pluss mva, dette er et engangsbeløp som skal dekke kostnadene forbundet med å gjennomgå søknaden og dokumentasjonen, samt kontrollbesøk). Søknadsavgift ved fornyelse av lisens er 8000 kroner (pluss mva).

Lisenstiden

Miljømerkelsen er gyldig så lenge kriteriene er oppfylt og så lenge kriteriene er gyldige. Kriteriene kan forlenges eller justeres (Stiftelsen Miljømerking 2007).

KAPITTEL 3



3 | Skandinavia

DANSK LOVGANG

Danmark og Norge har mange fellestrekk når det gjelder arbeidslover. I Danmark finner vi lovene som innbefatter sikkerhet og helse på arbeidsplassen gjennom lovbestemmelser i «arbejds miljøloven». Reglene om arbeidsmiljø i Danmark er etablert gjennom et tett samarbeid med arbeidslivet noe som har vært tradisjon over lengre tid.

Danmarks arbeidslover er bygget opp likt det vi har i Norge. Øverst finner vi myndighetene og lovverket. Deres arbeidsmiljølov er ikke så detaljert og streng som i Norge men også her ligger den til grunn for forhandlinger om tariffavtaler.

Den danske «arbejds miljølov» inneholder regler om sikkerhet og helse, men ikke om arbeidsrettslige bestemmelser. Arbeidslivets parter har tatt initiativ til å inngå avtaler rundt helse og sikkerhet, men her er det lovregler som dominerer.

Regelverket om arbeidsmiljø og sikkerhet forvaltes av «Arbejdstilsynet», som er den statlige, landsdekkende myndighet i Danmark. «Arbejdstilsynet» følger med på at reglene i arbeidsmiljøloven overholdes. Som i Norge skjer overholdelsen med veiledning, påbud og bøter, og i tilfelle av skjerpede omstendigheter, fengsel. Beskæftigelsesministeren er øverste myndighet vedrørende arbeidsmiljøspørsmål i Danmark.

Arbejdstilsynet samarbeider med en rekke organisasjoner om å utføre den danske «arbejds miljølov» Disse organisasjonene kan ikke sies å være offentlig forvaltning, men består av «branchesikkerhetsrådene» og «bedriftssundhedstjenesten».

«Branchesikkerhetsrådene» har representanter både fra arbeidsgiver og arbeidstakersiden som skal veilede om hva som er god arbeidsmiljøskikk i bransjen.

«Bedriftssundhetstjenesten» skal fungere som en serviceenhet. Den skal gi konkret rådgivning samt inngå i et konstruktivt samarbeide med virksomheter om håndtering av ulike arbeidsmiljøproblemer. I Danmark er det ikke normalt at bedriftshelsetjenesten bare er tilknyttet den enkelte bedriften.

Det står i loven at på bedriftsnivå skal det i bedrifter med mer enn fem ansatte velges en «sikkerhetsrepresentant» for hver avdeling. I bedrifter hvor det er mer enn 20 ansatte skal det velges ut et «sikkerhetsudvalg» som er sammensatt av ulike representanter for både bedriftene og de ansatte. Utvalgets arbeidsoppgaver vil være å planlegge, lede, gi råd, orientere, samt og føre kontroll med sikkerhet og helsearbeid innenfor bedriftene.

Når Danmark ble medlem av EU inngikk de en traktat som skulle ivareta arbeidsmiljøet innenfor EU landene. I traktaten heter det seg: Fellesskapet og medlemslandene har som mål å fremme bedre leve- og arbeidsvilkår. De skal til enhver tid prøve å heve nivået og beskytte arbeidstakernes sikkerhet og sunnhet. Traktaten inneholder et minimum av lover arbeidslivet har å forholde seg til, den henvender seg først og fremst til arbeidsgiverne. Det står i forskriftene at det ikke er noe i veien for at arbeidsvilkårene og miljø kan heve seg på et langt høyere nivå en det minimum som står i loven (Regjeringen.no 2008).

I den danske arbeidsmiljøloven finner vi i § 1 kapittel 1 formål og område om loven:

«Ved loven tilstrebes til å skape et sikkert og sunt arbeidsmiljø, der det til enhver tid er i overensstemmelse med den tekniske og sosiale utvikling i samfunnet, samt grunnlag for, at virksomhetene selv kan løse sikkerhets- og sundhetsspørsmål med veiledning fra arbeidsmarkedets organisasjoner og veiledning og kontroll fra Arbejdstilsynet.»

ORGANISASJONER I DANMARK

Danmarks arbeidsorganisasjoner er bygget opp svært likt det vi har i Norge. Øverst i hierarkiet finner vi de danske myndighetene og arbeidsmiljøloven. Danmark har som oss en landsorganisasjon (LO, Danmark) herunder finner vi de danske grafiske organisasjonene Fagligt Fælles Forbund (3F) og HK Privat (tilsvarende f. eks Fellesforbundet i Norge) som forhandler om tariffoppgjør og betingelser på vegne av de grafiske arbeiderne i Danmark. På arbeidsgiversiden har vi i Danmark hovedorganisasjonen Grafisk Arbejdsgiverforening (GA) (tilsvarende NHO i Norge) og Danske Mediers Arbejdsgiverforening (DMA), (tilsvarende NHO Grafisk i Norge).

Lo, Danmark

LO Danmark er en hovedorganisasjon på lik linje med LO Norge. I LO Danmark er det sytten fagforbund. Herunder Fagligt Fælles forbund og HK Danmark/Privat som er underorganisasjoner spesielt rettet mot den danske grafiske bransje. På arbeidsgiver siden er Grafisk arbejdsgiverforening(GA) som kan tilsvare NHO Grafisk i Norge. Den Danske LO har til sammen ca 1,3 millioner medlemmer fordelt inn i seks ulike fagområder/karteller: CO industri, Bygge-Anlægs- og Trækartellet, Grafisk Industri- & Medie Kartell, Handelskartellet i Danmark, Statsansattes Kartell og Det kommunale Kartell.

Landsorganisasjonen i Danmark jobber for at de ansatte skal bli hørt og at deres rettigheter ikke skal bli tilsidesatt. De jobber hele tiden med og forhandler frem tariffavtaler og rammebetingelser med arbeidsgiverorganisasjonen GA på vegne av arbeiderne. De deltar også i trepartsforhandlinger om lovgivning på arbeidsmarkedet og gir høringsvar til lovgivning på hele velferdsområdet. Deres visjon og mål er å skape et felleskap for alle lønnstakere i Danmark hvor de kan samles og utveksle erfaringer og jobbe sammen om bedre arbeidsbetingelser for de ansatte. Den Danske Landsorganisasjonen ser det som spesielt viktig å legge et grunnlag basert på solidaritet, felleskap og demokrati. Fagbevegelsens hovedoppgave og fokusområde er å sikre at hver enkelt lønnstaker føler trygghet og at deres rettigheter ikke blir glemt, de ønsker også at de ansatte skal få utfolde seg og utvikle seg i jobben. De vil jobbe for at lønnstakerne skal ha et godt arbeidsmiljø, føle frihet, trivsel og ansvar (Wikipedia 2008).

Grafisk arbeidsgiverforening (GA)

Grafisk Arbejdsgiverforening er en organisasjon for danske grafiske bedrifter innenfor trykk og elektronisk kommunikasjon. GA jobber med å tilby sine medlemmer juridisk bistand, rådgivning, rabatt ordninger, inkassotjeneste, bransjeforhold og kurstilbud. GA blir Danmarks svar på Norske NHO, de skal som bransjeorganisasjon holde seg orientert om utvikling innenfor markedet, lovgivning, teknologi og andre områder som er viktig i den grafiske bransje (GA 2008).

Fagligt Fælles Forbund (3F)

3F er Danmarks største fagforbund med rundt 363 000 medlemmer. 3F blev dannet ved en fusjon mellom KAD (Kvindeligt Arbejderforbund i Danmark) og SID (Specialarbejderforbundet i Danmark) i januar 2005. 1. juli 2006 ble også Restaurations Branchens Forbund (RBF) endel av forbundet. Medlemmene er organisert i seks hovedområder: Industri, Transport, Det Offentlige Byggebranchen, Det Grønne Område, Privat Service og Hotel & Restauration. 3F hjelper arbeiderne dersom arbeidsgiveren ikke følger de lover og regler som gjelder i arbeidsmarkedet, de gir bistand i konfliktsituasjoner og dagpenger dersom du ikke har noen jobb. De tilbyr også kurs, rabatter og forsikringer til sine medlemmer. (3F.dk 2006)

Danske Mediers Arbejdsgiverforening (DMA)

DMA Består av en rekke danske dagblader og øvrige mediers arbeidsforening. DMA er medievirksomhetenes arbeidsforening som er en under/bransjespesifikk organisasjon i Dansk arbejdsgiverforening, på lik linje som NHO Grafisk er en under/bransjespesifikk organisasjon i NHO. DMAs medlemskrets består av nesten alle de danske dagbladene og en rekke andre medie, trykkeri og distribusjonsselskaper. DDF- Danske Dagblades Forening er de danske dagbladenes bransjeorganisasjon og har alle dagbladene i Danmark som sine medlemmer. DDF og DMA har hver sine styreer men et felles mål og jobber mye sammen, har felles nettsider og har kontor i samme bygning. Både DDF og DMA gir dessuten sine medlemmer råd i juridiske spørsmål og arrangerer en rekke interne konferanser for bransjen. (Pressenshus.dk 2008)

HK Danmark/HK Privat

HK/Privat er en faglig sektor i HK/Danmark. Sektoren har cirka 157.000 medlemmer og er den største sektor i HK/Danmark. (HKprivat.dk 2007)

DEN GRAFISKE OVERENSKOMSTEN

Den danske arbeidsmiljøloven innebefatter ikke så mange punkter som den norske, mange av de «grunnleggende» reglene finner vi ikke i den danske arbeidsmiljøloven, slik som arbeidstid, ferie, sykkelønn, ansettelse og oppsigelse. De finnes kun i den danske overensstemmelsen. For som Norge så har Danmark en overenskomst, fremkommet gjennom lengre forhandlinger mellom arbeidsgiverorganisasjoner og arbeiderorganisasjoner. Videre har de ulike fagbransjene sine egne overenskomster. Den grafiske overenskomst er kommet til gjennom et samarbeid mellom den Grafiske Arbejdsgiverforening (GA), Danske Mediers Arbejdsgiverforening (DMA), HK/Privat og Fagligt Fælles Forbund 3F/ Industri (Emballasje). Nå sist inngått 1. mars 2007 og skal da være gjeldende frem til 28. februar 2010. Denne avtalen tilsvarer den norske overenskomsten for trykkerier, repro/satsbedrifter som vi har i Norge.

Avtalen er delt inn i 13 avsnitt som omhandler ulike viktige punkter.

Avsnitt 1

Det første avsnittet omhandler regler for valg av tillitsrepresentanter i bedriften. Hva dens tillitsvalgte arbeidsoppgaver går ut på samt at denne personen skal være en talsperson for de andre ansatte. Avsnittet omfatter også hvordan dette med stedsfortreder skal håndteres, samt hvordan en oppsigelse av den tillitsvalgte skal foregå.

Avsnitt 2

Avsnitt to omhandler arbeidstid, dette er et stort avsnitt med mange viktige regler og er spesielt relevant i forhold til vår oppgave. Hovedkontoret til Color Print konsernet ligger i Danmark og derfor er de danske lovene spesielt interessante i forhold til lengre arbeidstid og dermed større fortjeneste til grafiske bedrifter i Danmark. De danske overenskomstene er noe mildere når det gjelder arbeidstid. De er ikke så strenge som de er i Norge, spesielt gjelder det helgearbeid. Den normale ukentlige arbeidstiden er på 37 timer, den daglige arbeidstid skal foregå mellom klokken 0600 og 1800. Arbeidstiden skal

fordeles på ukens fem dager, men for medlemmer av DMA (Danske Mediers Arbejdsgiverforening) kan den ukentlige arbeidstiden fordeles på 6 av ukens dager. Ingen arbeidsdag kan vare over ni timer, men arbeidstiden kan etter lokal enighet fordeles på henholdsvis fire eller seks dager, således antall timer ikke overstiger henholdsvis 9 timer. Hvordan arbeidstiden legges opp avtales gjennom forhandlinger mellom partene på de ulike arbeidsplassene.

Når det gjelder kvelds- og nattarbeid er en arbeidsuke på 37 timer hvorav den ansatte da opptjener 3 timer fri pr de 37 t som det arbeider. Dette kan arbeideren ta ut som forlenget ferie i det kommende ferieåret, eller den ansatte kan velge å jobbe 34 timer i uken. Som kveldsarbeid regnes alt arbeid som ligger i tidsrommet mellom klokken 1800 til 2400. Som nattarbeide regnes alt arbeid som forekommer mellom klokken 2400 til 0600.

Når det gjelder betaling skal det i tillegg til den normale lønnen betales pr dag eller uke som følgene i henhold til den grafiske overenskomsten (oppgitt i danske kroner, hentet fra den grafiske overenskomsten 2007-2010 og satt i tabell):

Når arbeidstiden slutter senest kl. 24.00, betales det:

Tab 3.1

År	Pr. time	Pr. dag ved 5-dages uke	Pr. dag ved 6-dages uke	Pr. uke
1.mars.2007	17,50 kr	129,50 kr.	107,92 kr	647,50 kr.
1.mars.2008	18,80 kr.	139,12 kr	115,93 kr	695,60 kr
1.mars.2009	20,10 kr	148,74 kr.	123,95 kr.	743,70 kr.

Når arbeidstiden slutter senest kl. 06.00, betales det:

Tab 3.2

År	Pr. time	Pr. dag ved 5-dages uke	Pr. dag ved 6-dages uke	Pr. uke
1.mars.2007	23,40 kr	173,16 kr	144,30 kr	865,80 kr
1.mars.2008	25,30 kr	187,22 kr	156,02 kr.	936,10 kr
1.mars.2009	27,20 kr.	201,28 kr.	167,73 kr.	1 006,40 kr

Overnevnte timesatser anvendes ved beregning av overtidsbetaling. Det er også mulig og inngå lokale avtaler om variert ukentlig arbeidstid, men da innenfor rammene på 37

timer respektive 34 timer og de må på ingen måte overstige 45 timer. Avtalen skal inngås for 12 mnd av gangen.

Når det gjelder helge-/weekendarbeid kan bedriftene etter lokal enighet etablere avtaler om helgearbeid men da innenfor følgende regler (fritt oversatt fra dansk til norsk fra den danske tariffen):

- Arbeidstiden må være avtalt og tilrettelagt på forhånd og inngått i en lokal avtale.
- Medarbeidere som er ansatt til weekendarbeide kan kun unntaksvis arbeide på ukens fem første dager, og da kun etter godkjennelse i organisasjonene.
- De weekendansatte kan ikke samtidig ha annet arbeide.
- Den enkelte bedrift kan dersom de er veldig behov for det ta den weekendansatte inn i normalt skiftarbeid dersom det er behov for det pga arbeidsmangel, ordremangel, kapasitetsproblemer og lignende.
- Om en weekendarbeider skulle ønske å heller jobbe «normalt» skift skal virksomheten så langt det er mulig prøve å etterkomme dette ønske.
- Det arbeides normalt i to skift på inntil 24 timer på lørdag og søndag. Begynnelse og sluttidspunkt avtales lokalt i bedriften.
- For weekendarbeidere ytes det normal lønn, samt et lite tillegg.
- Er det dager det er arbeidsfri skal den ansatte få utbetalt et beløp tilsvarende den enkeltes gjennomsnitt fortjeneste for det antall timer det skulle ha vært arbeidet.
- ATP bidrag beregnes med fullt bidrag.
- Sykelønn betales etter gjeldende regler, slik at 24 timers prestert weekendarbeidet tilsvarer en full normal arbeidsuke.
- Ferie og feriegodtgjørelse ytes i henhold til ferieloven, herunder overenskomstens bestemmelser.

Som det kommer frem her er det i Danmark egne arbeidere som kun arbeider i helgene, og for de timene de jobber som ikke kan oversige 24 timer, får de betalt like mye som de som arbeider en uke da henholdsvis 37 timer. Men de kan kun arbeide i helgene og har da kun fri i ukedagene. Dette er en vesentlig forskjell fra oss, vi fordeler arbeidet for de ansatte som jobber skift utover hele uken, inkludert helgen.

Den Grafiske overenskomsten § 9 omfatter søndag og helligdagsarbeid. Her kommer det frem at det skal betales 100 % tillegg når dette skjer utover den ansattes ordinære arbeidstid.

Avsnitt 3

Avsnitt tre omhandler ansettelse og oppsigelse. I avsnittet gjøres det kjent at det er ulik oppsigelsestid etter ansiennitet og for arbeidsgiver og arbeidstaker. Eks: for en som har vært ansatt i 4 uker er det kun en ukes oppsigelsestid, dette er felles for både arbeidsgiver og arbeidstaker. For en som har vært ansatt i mer en 25 år er det 18 ukers oppsigelse for arbeidstaker og for arbeidsgiver 4 uker. Arbeidstiden skal opphøre en fredag. Avsnittet sier også at en ansatt skal ha et ansettelsesbevis jf loven. Dette beviset skal inneholde minimum av vesentlige vilkår og opplysninger, slik det fremgår av loven.

Avsnitt 4

Avsnitt fire omhandler fravær. Det tar for seg barns sykdom og sier at når en medarbeider har opparbeidet seg 9 måneders ansiennitet, skal den ansatte få fri når det er nødvendig pga. barns sykdom. Men gis kun til en av foreldrene, og da bare ved 1 sykedag. Det ytes betaling som ved egen sykdom, men det må da dokumenteres. De lovpålagte fridagene: julaften, nyttårsaften og grunnlovsdagen.

Avsnitt 5

Avsnitt fem omhandler sykelønn. Dagpengeloven er for øvrig gjeldende. Sykelønn betales som følge av tapt inntekt pga sykdom, fødsel og skader. Sykelønnens størrelse utgjør gjennomsnittlønnen. Dette avsnittet tar for seg opphør av sykelønn som skjer etter at det er blitt utbetalt sykelønn i 52 uker. For å ha rett til mer sykelønn må den ansatte jobbe sammenhengene i minst 13 uker før ny sykelønn utbetales. Avsnittet sier også noe om dokumentasjon ved sykdom og sykemelding, arbeidsulykke og ulykker generelt med mer.

Avsnitt 6

Avsnitt seks omhandler ferie. Her står det at den danske ferieloven sine vilkår er generelt gjeldende. Den danske ferieloven ble vedtatt i 1938 men har blitt vesentlig fornyet i senere tid, i 2000 og 2003.

Ferielovens viktigste prinsipper er:

- Rett til 5 ukers betalt ferie i året.
- Rett til at ferie opptjenes på bakgrunn av ansettelse i et kalenderår, og ferien holdes i et ferieår fra neste følgende mai til april etterfulgt av en utbetalingsperiode, som løper til følgende september.
- Ferieplikt, ferien skal holdes for å få utbetalt feriepenger.
- Feriepenger skal være tilstede når ferien holdes.

Avsnitt 7

Avsnitt syv omhandler lønn og lønnsforhold. Minstelønn er oppgitt i § 46, minstelønnen for ufaglærte og faglærte er: (oppgitt i danske kr)

Tab 3.3

Ansatte over 18 år	Ukelønn	Timelønn
1 mars 2007	3 631, 55 kr	98,15 kr
1 mars 2008	3 724, 05 kr	100,65 kr
1 mars 2009	3 816, 55 kr	103,15 kr

Tab 3.4

Ansatte under 18 år	Ukelønn	Timelønn
1 mars 2007	2 090,50 kr	56,50 kr
1 mars 2008	2 144,15 kr	57,95 kr
1 mars 2009	2 197, 80 kr	59,40 kr

Lønnen avtales mellom den enkelte arbeider og arbeidsgiveren. Det er en forutsetning at bedriften yter tillegg dersom den ansattes kvalifikasjoner taler for det. Lønnen utbetales hver 2 uke med mindre annet er avtalt.

Avsnitt 8

Avsnitt åtte omhandler elever, utdanning, arbeidsforhold, ferie og lignende.

Avsnitt 9

Avsnitt ni omhandler etterutdanning og spesielle forhold rundt dette.

Avsnitt 10

Avsnitt ti omhandler meglingsregler og voldgift og spesielle forhold rundt dette.

Avsnitt 11

Avsnitt elleve omhandler pensjon.

Avsnitt 12

Avsnitt tolv omhandler LO/DA opplysning og utdanningsfond og spesielle forhold rundt dette.

Avsnitt 13

Avsnitt tretten omhandler overenskomstenes varighet.

SVENSK LOVGANG

Oppbygningen rundt lovverk og avtaler i Sverige er ikke ulik oppbygningen vi har i Norge. Det er dog en del ulike forutsetninger som ligger til grunn ettersom Sverige er medlem i EU.

Arbetsmiljölagen

I bunnen ligger Arbetsmiljölagen(AML) likesom vi i Norge har Arbeidsmiljøloven. I den svenske Arbetsmiljölagen finnes regler om plikter for arbeidsgivere og andre med ansvar om å forebygge dårlig helse og ulykker i arbeidslivet. Arbeidsmiljøet omfatter alle faktorer og forhold i arbeidslivet, herunder tekniske, fysiske, arbeidsorganisasjoniske, sosiale, samt arbeidets innhold. Arbetsmiljöverket gir ut forskrifter som tar opp plikter og krav i arbeidslivet ytterligere på detaljnivå. I Norge er det fastsatt to forskrifter som presiserer arbeidsmiljølovens virkeområde. Arbetsmiljölagen ble sist endret 1. juli 2005, og i Norge ble loven sist endret 23. februar 2007 (Arbetsmiljöverket 2008).

Arbetsstidslagen

I tillegg til dette har Sverige også en lov som heter Arbeidsstidslagen(ATL), som har regler om hvor mye man kan jobbe per døgn, per uke og per år. Loven tar opp beredskap og hvilke pauser man har rett til og hvilke regler som gjelder for nattehvil. Den tar også opp særskilte regler for arbeidstakere under 18 år. Loven kan likevel oppheves helt eller delvis av en kollektivavtale, dette reguleres av lovens § 3. Loven bygger delvis på obligatoriske regler i EU. Et EU-direktiv tillater at partene enes om kollektivavtale som omhandler arbeidstiden, men som inneholder minimumsregler om ukehvil, døgnhvile og sammenlagt ukearbeidstid. I Sverige finnes det dog ikke noe tilsvarende til ferieloven i Norge som Arbeidstilsynet fører tilsyn med (Arbetsmiljöverket 2008).

Arbetsmiljöverket

Lovene blir regulert og ført under tilsyn av Arbetsmiljöverket (AV), som i Norge tilsvarende Arbeidstilsynet. Arbetsmiljöverket ble opprettet i 2001 da Yrkesinspektionen og Arbetarskyddstyrelsen gikk sammen og ble en myndighet. De har under regjeringen oppdrag med å se til at arbeidsmiljø- og arbeidstidslagsstiftinger følges. Arbetsmiljöverkets mål er å minske risikoen for helse og ulykker i arbeidslivet, og å forbedre arbeidsmiljøet fra et helseperspektiv, det vil si når det gjelder

både fysisk, psykisk, sosialt og arbeidsorganisatorisk synspunkt. Deres arbeidsmiljøinspektører kontrollerer at loven og forskriftene følges når de inspiserer en arbeidsplass. Arbetsmiljöverket har også ansvar for å utarbeide statistikk om arbeidsmiljø og arbeidsskader i Sverige. I EU finnes det et direktiv som sier at en arbeidstaker som vanligvis arbeider i et annet land, men under en begrenset tid jobber i Sverige (utplassert arbeidskraft), har samme arbeids- og ansettelsesvilkår som Sveriges egne arbeidstakere. Arbetsmiljöverket er i denne forbindelse «kontaktkontor» som skal gi informasjon om hvilke arbeids- og ansettelsesvilkår som gjelder ved utplassering i Sverige (Arbetsmiljöverket 2008).

ORGANISASJONER I SVERIGE

I likhet med Norge har Sverige LO, Landsorganisasjonen i Sverige. Svenske LO er et samarbeid mellom 15 svenske fagforbund. De jobber sammen for et bedre arbeidsliv, og de forhandler med arbeidsgivere om lønn, arbeidsmiljø og arbeidstid (LO 2008).

LO ble opprettet for over 100 år siden, som en landsomfattende samling av flere fagforeninger, og er en demokratisk organisasjon. Ledelsen og styret er valgt av medlemmene for å lede LO. Kongressen er LOs høyeste besluttende organ, og de beslutninger som blir foretatt styrer hva LO skal arbeide med. De samordner kollektivavtaler, pensjoner, forsikringer og internasjonal virksomhet (LO 2007).

LO Sveriges mål er følgende:

- Arbeid for alle, en rettighet og ett ansvar
LO kjemper for at alle skal ha en jobb å gå til. Et steg på veien mot dette er å minske arbeidsløsheten ned til 4 %. Spesielt viktig er det at mennesker som ikke har vært på arbeidsmarkedet får jobb, for eksempel innvandrere.
- Økt og rettferdig lønn
Lønn er ikke alltid rettferdig og på likt nivå. For eksempel tjener fortsatt menn mer enn kvinner. LO samordner forbundenes kamp for rettferdig lønn. Målet er å minske forskjellene, motvirke diskriminering og arbeide for at alle medlemmer skal ha reelle lønnsøkninger, det vil si at de ikke spises opp av inflasjon. I denne forbindelse er det også viktig at flere arbeidsplasser tegner kollektivavtaler.
- Lik og jevn fordeling
Mange ganger skjer fordelingen av ressursene i samfunnet veldig ujevnt. For eksempel har lønnsforskjellene i Sverige økt kraftig de siste årene. LO jobber for at lønnsforskjellene

og lønnsøkningene må stemme overens med menneskenes oppfatning av hva som er rettferdig.

- Generell og solidarisk velferd
Den generelle velferden bør styrkes for å kunne gi alle mennesker rett til like oppvekstvilkår og mer ressurser bør tilføres. For eksempel vil LO gjøre skolen bedre og arbeider for at erstatningen skal være høy ved arbeidsløshet eller sykdom.
- Godt og utviklet arbeid
Arbeidsplassene skal være ordentlige og gi den enkelte tilfredsstillende. Mye må gjøres for å minske sykemeldingene. Rehabilitering bør bli bedre og forebyggende arbeid må styrkes.

LO i Sverige har i underkant av 2 millioner medlemmer, og de fleste som arbeider er også medlem av et fagforbund.

Grafiska Fackförbundet – Mediafacket(GF)

Dette forbundet er en av medlemsorganisasjonene i svenske LO. Der skal man være medlem dersom man jobber innen annonsebyråer, bokbinderier, forlag, kuvert- og posefabrikker, luksuspapirfabrikker, papp- og papiremballasjefabrikker, prepressforetag, redaksjoner, screenforetag, tapetfabrikker og trykkerier. Deres visjon er at ved å arbeide samstemt blir vi sterkere, og kan sammen forbedre og utvikle medlemmenes rettigheter på arbeidsplassene(GF 2008). Dette kan sammenliknes med Fellesforbundet i Norge (tidligere Norsk Grafisk Forbund), på arbeidstakersiden.

GF ble opprettet i 1973 da bokbindere, litografer og typografer slo sammen sine forbund. På mange av arbeidsplassene har det blitt et bedre arbeidsmiljø og et mer utviklet arbeidsliv. Tunge og ensformige momenter har forsvunnet, og bruken av kjemikalier har minsket siden den gang forbundet ble opprettet. GF har ca 20 000 yrkesaktive medlemmer som jobber på trykkerier og bokbinderier. En tredjedel av medlemsmassen er kvinner (GF 2008).

GFs organisering og oppbygning er lik mange av forbundene i Norge. På arbeidsplassene er det personalklubber som forhandler og skaper den direkte kontakten med arbeidsgiverne. Klubbstyret velges av medlemmene på arbeidsplassen, og ved mindre bedrifter kan det finnes kontaktombud. Som medlem tilhører man også en avdeling, her skjer det meste av forbundets arbeid, som f. eks arbeidsplassbesøk, forhandlinger, medlemsbeskyttelse, faglige studier og medlemsmøter. Ved forbudskansellet finnes eksperter på saksområdene og kyndige

folk som forhandler og representerer medlemmene. Her er det forbundledelsen som i enighet med det kongressen har bestemt, ser til å iverksette og forbrede de spørsmål som forbundsstyret beslutter. Alle medlemmer kan komme med forslag og ideer til kongressen, selv eller sammen med andre. Den består av 125 ombud som velges via avdelingene. Forbundsstyret består av 13 ledermøter, og er høyeste besluttede organ mellom kongressene. Det ledes av to ordførere som også er heltidsansatte av forbundet. Blant yrkesaktive medlemmene velger kongressen representanter til avtalsråd – ett for tidningsavtalet og ett for civil- og forpackningsvatalen. I avtalsrådet behandles tidligere avtaler og legge strategier innenfor kommende avtaleforhandlinger. De samler også inn forslag fra avdelingene om forandringer i kollektivavtalen. Det er avtalerådene som forbereder avtaleforhandlingene og foreslår til forbundsstyret prioriterte spørsmål og avventninger som skal behandles i kommende riksforhandlinger (GF 2008).

Foreningen Svenskt Näringsliv

På arbeidsgiversiden i Sverige er Foreningen Svenskt Näringsliv(SN), som sammenliknes med Næringslivets Hovedorganisasjon(NHO) i Norge.

Svenskt Näringsliv er hele næringslivets organisasjon i Sverige. Deres langsiktige mål er at Sverige skal få en lederposisjon i den internasjonale velstandligaen. SN representerer omlag 54000 små, mellomstore og store bedrifter. Bedriftene er organisert i omlag 50 bransje- og arbeidsgiverforbund, og disse forbundene utgjør foreningen Svensk Näringslivs medlemmer med totalt 1,5 millioner ansatte.

Virksomheten driver med verdiskapning og kunnskapsutvikling, utarbeider nye ideer og konkrete forslag for å skape et bedre miljø for bedriftene. Et bedre arbeidsmiljø fører i følge SN til flere bedrifter, og flere bedrifter fører til flere jobber (Svensk Näringsliv 2008).

Svenskt Näringsliv ble opprettet i 2001, etter oppfordringer fra EU om å danne en organisasjon som representerte hele næringslivet i Sverige, som en motorganisasjon til svenske LO. Svenska Arbetsgivareforeningen og Industriförbundet med røtter helt tilbake i 1902, ble de slått sammen til denne nye organisasjonen etter diskusjon rundt temaet i år 2000. Slike forhandlinger ble utprøvd først på 1970-tallet og mislyktes, og ble tatt opp igjen på 1990-tallet men mislyktes da også. Men etter oppfordringer fra EU ble det enighet rundt dette og Svenskt Näringsliv gikk en ny tid i møte (Jilmstad, Lars 2008).

Foreningens høyst besluttende organ er den årlige stämman, hvor ca 350 ombud utstedt fra de ulike medlemmene deltar, og hver medlemsorganisasjon for høyst delta med 10 ombud. Størrelsen på styret kan variere, men er per i dag 79 personer. Hvorav 48 er av ordinære ledermøter, og samtlige er utpekt av de respektive medlemmene. Maks 12 ordinære styrelederemøter utnevnes av stämman, og styrets ordfører utnevnes også av stämman. Representasjon i styret og deltakelse på stämman bygger naturlig nok på størrelsen på sammenlagt avgift som medlemsforetaket betaler til SN. Foreningen er en ideell og medlemsstyrt organisasjon, og de arbeider på oppdrag for medlemmene, og styret bestemmer fokusområder i virksomheten (Falk, Chatarina 2007).

Grafiska Företagens Förbund

Likesom NHO Grafisk er medlem av NHO, så er også Grafiska Företagens Förbund(GFF) medlem av Svenskt Näringsliv i Sverige.

GFF tilbyr på lik linje med NHO Grafisk et omfattende tilbud av forskjellige tjenester. De gir råd, løser tvister, forhandler og inngår avtaler, og informerer om nye lover, regler og andre viktige bransjefakta.

Høyeste besluttende organ er förbundsmötet som holdes en gang i året, og alle medlemmene inviteres til dette møtet. Förbundsmötet utnevner forbundets styre, som består av ordfører, og to viseordførere, samt 10–20 ledermøter. Styret utnevner värställande direktör, som svarer for forbundets løpende virksomhet. Styret har møter fire ganger i året (Ahlgren, Britt 2007).

GFF sine oppgaver er i all hovedsak å markedsføre og posisjonere den grafiske bransjen, produkter og samfunnsnytte. I arbeidet inngår å stryke det trykte mediets posisjon, men også å utvikle forandringen som bransjen gjennomgår i dagens digitale samfunn. I denne forbindelse har GFF en rekke funksjoner som innebærer blant annet:

- Arbeidsgiverspørsmål, som er en kjernefunksjon. Dette innebærer å forhandle kollektivavtale, tilby medlemsservice i arbeidsgiverspørsmål og støtte medlemsforetaket i rollen som en god arbeidsgiver.
- Kompetanseutvikling er et annet hovedområde for GFF. Forbundet deltar på ulike plan i rekruttering og profilering for

bransjen, og ser på dette arbeidet som en ytterst viktig del for en suksessfull og fremgangsrik bransje.

- Medlemsforetakenes utvikling bidrar GFF til ved å gjennomføre produktutviklende prosjekter og opprettholde internasjonalt samarbeid med akademiske miljøer i forskningssituasjoner. Arbeidet med miljøvennlig og ressurseffektiv produksjon er viktig.
- Ivareta bransjens felles interesser mot leverandører, myndigheter, organisasjoner og andre samarbeidsorganer. I næringspolitiske saker bistår Svenskt Näringsliv som samarbeidspartner (Wikström, Maria 2008).

KOLLEKTIVAVTALE

Det faglige løftet formaliseres i en såkalt kollektivavtale. Omtales også som «det skrivna löftet». Nåværende avtale har navnet «Avtal 2007». Dette er en skriftlig undertegnet avtale mellom fagforening og arbeidsgiver eller arbeidsgiverorganisasjon om hvilke ansettelsesvilkår som skal gjelde på arbeidsplassen. Dette gjelder blant annet lønn, erstatninger, arbeidstider, ledighet, feriepenger og andre ting som partene enes om. Det er de respektive LO-forbundene som forhandler frem og tegner kollektivavtale med arbeidsgiverne (LO 2007).

Kollektivavtalen er overenskomsten om fred på arbeidsmarkedet, et kompromiss mellom uforenelige interesser, mellom selgere og kjøpere av arbeid, og mellom arbeid og kapital. Avtalen avgjør i praksis hvem som bestemmer på arbeidsplassen, finnes det ingen avtale, bestemmer arbeidsgiveren. LO har utarbeidet 9 beskrivende punkter om hva kollektivavtalen er og betyr for de ansatte i en bedrift (Göransson, Holmgren 2006).

- Avtalen er solidaritet, ingen behøver å forhandle alene. Arbeidsgiveren kan ikke stille den ene opp mot den andre.
- Avtalen gir rettferdighet, og gir de ansatte deres rettmessige lønn.
- Avtalen gir likhet, og beskytter mot diskriminering.
- Avtalen gir trygghet, gir mer penger ved sykdom, dødsfall og arbeidsulykker, og gir høyere pensjon.
- Avtalen gir ro og orden, i forhandlingene har partene bråket ferdig en gang for alle.
- Avtalen gir lokal makt, og overfører makt fra riksavtalen til lokal faglig organisasjon på arbeidsplassen.

- Avtalen støtter seriøse arbeidsgivere, og gir stabile og like konkurranseforhold. Ingen arbeidsgiver kan komme unna med dårlig lønn og dårligere vilkår.
- Avtalen gir fred, arbeidsgiver og arbeidstaker kan arbeide uten konflikter under avtaleperioden.
- Avtalen gir befrielse fra utpressing, der arbeidsgiver truer, og stiller jobb opp mot lønn og vilkår.

Avtalen er juridisk bindende for alle medlemmene i de respektive organisasjonene, og er dermed løsningen på et kollektivt problem hvor det er mange mot mange (LO 2007).

Tab 3.5: Fordeler ved medlemskap og kollektivavtale

<p>Medlem uten kollektivavtale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forhandlingsstøtte • Rettshjelp • Forbundets forsikringer 	<p>Medlem med kollektivavtale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kan selv heve avtalen • Lønnsbeskyttelse • Lønnsøkning • Forhandlingsstøtte • Medbestemmelse • Tolkningsforetreder • Rettshjelp • Kollektive forsikringer • Forbundets forsikringer
<p>Ikke medlem, ikke kollektivavtale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Den uorganiserte med en arbeidsgiver som ikke har tegnet kollektivavtale står naken. 	<p>Ikke medlem, med kollektivavtale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kollektivavtalte forsikringer gjelder. • Forbundet kan heve avtalen.

CIVILAVTALE

Civilavtalen i Sverige kan sammenliknes med overenskomsten mellom Fellesforbundet og NHO Grafisk i Norge. I Sverige står Grafiska Företragens Förbund på arbeidsgiversiden og Grafiska Fackförbundet på arbeidstakersiden. Den 31.05.07 ble det etablert enighet om en overenskomst mellom disse partene som reviderer Civilavtalen. Punktene som er forhandlet blir nedtegnet og deretter tilføyd i en gjeldende Civilavtale, for perioden 1.6.07–31.5.10. Den gjeldende avtalen er relativt likt satt opp som avtalen i Norge.

Den er satt opp i avsnitt som deler opp avtalen i ulike paragrafer. Avtalen går fra § 1 til § 22.

§1 omhandler i sin enkelthet avtalens omfang, hvem avtalen gjelder for og omfatter. I dette tilfellet bedrifter som er tilsluttet til GFF og har virksomhet innenfor grafisk industri eller en likestilt virksomhet. Avtalen gjelder alle arbeidsoppgaver som i sin natur ikke er omhandlet av andre avtaler.

§2 omhandler ansettelser i bedriftene. Avsnittene i paragrafen behandler ulike former for ansettelse, deriblant ansettelse inntil videre, tidsbegrenset ansettelse, vikariater, prøvetid, ansettelse utover avtalt tid og lærlinger.

§3 omhandler «ordningsregler», og innebærer at arbeidsgiver og de ansatte skal samarbeide for å skape et godt arbeidsmiljø. I tillegg skal det medvirkes til god orden på arbeidsplassen og at helserisikoer skal forebygges. Ellers behandles generelle krav på arbeidsplassen.

§4 omhandler ordinær arbeidstid.

Den ordinære arbeidstiden per helgefri uke er i gjennomsnitt for kalenderåret:

- Dagsarbeid: 40 timer
- To skiftsarbeid: 38 timer
- Intermittent treskiftsarbeid: 38 timer
- Kontinuerlig treskiftsarbeid: 36 timer

Ved disse bestemmelsene er det tre anmerkninger som gjelder at lokal overenskomst kan avvikes.

Tidspunkt for arbeid angis i lokal overensstemmelse. For bedrifter uten lokal avtale gjelder følgende tidsrom:

- Dagsarbeid: Mandag–fredag kl 07–17 med 8 timer pr dag.
- Toskiftsarbeid: Mandag–fredag kl 06–24 med 7 timer og 36 minutter pr dag.

Ved innføring av treskiftsarbeid forutsetter lokal overenskomst.

Hvile

Hver arbeidstaker skal ha minst 11 timer sammenhengende døgnhvile under hver 24-timers periode. Lokale overenskomster kan avvike § 14 i Arbetstidslagen om 36 timers ukehvile.

§ 5 omhandler overtid.

Overtidsarbeid defineres som arbeid utover den ordinære arbeidstiden per døgn. Dersom overtid blir nødvendig skal

arbeidsgiver etterstreve og melde fra dagen før overtidsarbeidet skal gjennomføres.

Overtid kan tas ut med høyst 48 timer under fire uker, eller 50 timer under en måned, dog høyst 200 timer under et kalenderår (alminnelig overtid). Ekstra overtid utover dette avtales etter lokal overenskomst, slik overtid kan tas ut med høyst 50 timer pr kalenderår.

§6 omhandler øvrige bestemmelser om arbeidstid. Herunder kommer regler om «förskjuten» arbeidstid, deltidsarbeid, innarbeidelse og beregning av arbeidstid. Tiden regnes i tiendels timer, og påbegynt tiendel regnes som en hel.

§7 omhandler lønn. Lønnen skal veies med hensyn til ansvar og vanskelighetsgrad i arbeidet. Lønnen bør øke med stigende ansvar, vanskelighetsgrad og egnethet. Individet skal også vurderes ut fra erfaring og kyndighet. Standard lønnsform er månedslønn, og kan komplimenteres med premie, bonus eller liknende.

Tab 3.6: Minimumslønner per måned

	2007	2008	2009
Fra 18 års alder	14 000	14 500	15 000
Fra 22 års alder	15 900	16 400	16 900
Over 22 år, minst 2 års bransjeerfaring	16 500	17 200	17 700

§8 omhandler tillegg for ubekvem arbeidstid.

For arbeid under angitt arbeidstid utgis følgende «ob-tillegg» pr time:

Tab 3.7: For helgefri under perioden mandag kl 00–fredag kl 07

	2007	2008	2009
Kl 06–07	47,60	49,00	50,30
Kl 18–23	47,60	49,00	50,30
Kl 23–06	75,60	77,80	79,90

Tab 3.8: Arbeid under fre kl 17–søn kl 24 betales følgende Ob-tillegg pr t

	2007	2008	2009
Fredag kl 17–23	74,80	76,90	79,00
Fredag kl 23–lør 06	100,60	103,50	106,30
Lørdag kl 06–17	47,60	49,00	50,30
Lørdag kl 17–23	74,80	76,90	79,00
Lørdag kl 23–søn 06	100,60	103,50	106,30
Søndag kl 06–17	47,60	49,00	50,30
Søndag kl 17–23	74,80	76,90	79,00
Søndag kl 23–24	75,60	77,80	79,90

§ 9 omhandler overtidserstatning med videre. Under dette kommer blant annet overtidstillegg.

For overtidsarbeid betales ordinær tid eller akkordlønn og, ved skiftarbeid, tillegg for ubekvem arbeidstid. Utover dette utgår overtidstillegg beregnet på ordinær timelønn.

Under de to første timene i den måneden disse faller under tre timer etter den ordinære arbeidstidens slutt utgjør overtidstillegget 50 %, og for all annen overtid 100 %.

§ 10 omhandler tillegg for forflyttet arbeidstid. For slik tid betales under høyst tre arbeidsdager/skift, et tillegg på 40 kr pr time for den arbeidstid som faller utenom den arbeidstid som var gjeldende for medarbeideren. §11 omhandler mertid ved deltidsansettelse. For arbeid utover den for deltidsansattes gjeldende ordinære daglige lengde(mertid) – uten å måtte motsvare heltidsarbeide overskrides – betales et tillegg på 25 % av timelønnen.

§ 12 omhandler omplasseringstillegg, så vidt ingen lokal avtale finnes, utgis omplasseringstillegg i følge tariffen. Dette innebærer ansatte som har vært ansatt i mer enn ett år i den bedriften de omplasseres fra.

§ 13 omhandler erstatning ved tjenestereiser. Tjenestereiser defineres om en reise som skjer på arbeidsgiverens regning for arbeid på annen art enn den ordinære arbeidsplassen. Regler for erstatning av kostnader og reisetid er også definert. §14 omhandler sykkelønn, og rett til sykkelønn, sykemeldelse, forsikring og leger, sykkelønnens størrelse, beregning av sykkelønn, utbetaling av sykkelønn mv.

§ 15 omhandler foreldrelønn og angir betingelser for utbetaling av foreldrelønn.

§ 16 omhandler ferie. Ferien skal legges slik at den ansatte får en sammenhengende friperiode på minst fire uker. Arbeidsgiver plikter til å åpne for forhandlinger om ferien. Ansatte skal etter underrettelse anmelde om ønsket uttak av det totale antall feriedager under aktuelt ferieår. Perioden kan legges under tiden 15. mai – 15. september, men skal i normalt fall legges i perioden 1. juni – 31. august. Ferien kan deles opp etter særskilt eller kollektiv enighet. Ferielønnen utgjøres av den, på ferietiden beløpte aktuelle månedslønn jevne ferietillegg for hver betalte feriedag med 0,8 % av den ansattes ved ferietilfellets aktuelle månedslønn. Med fast månedslønn menes fast kontant

månedslønn og evt. faste lønnstillegg per måned. Ved summen av bevegelig lønn som utbetales under inntjeningsåret utgjør ferielønn 12,8 %. Med bevegelig lønn menes det lønnselement som går ved siden av månedslønn, for eksempel premie, overtidserstatning, Ob-tillegg osv. For hver uttatt ubetalt feriedag gjøres avdrag fra den ansattes aktuelle månedslønn med 4,6 % av månedslønnen.

§ 17 omhandler permisjon. Med permisjon menes kort opphold med lønn under høyst en dag. Ved nær begravelse kan permisjonen også omfatte nødvendige (høyst to) reisedager. Permisjon bevilges til eget bryllup, egen 50-års dag, førstegangsbesøk hos lege eller tannlege ved akutt sykdom, fravær under del av arbeidsdag som følge av arbeidsskade, nær families dødsfall, nær families begravelse, plutselig alvorlig sykdom hos hjemmeboende i nær familie. Som nær familie regnes ektefelle, samboer, barn, barnebarn, søsken, foreldre, svigerforeldre, samt mor og farforeldre. Varsel om permisjon skal gis i så god tid som mulig.

§ 18 omhandler oppsigelse. For både arbeidsgiver og arbeidstaker gjelder minste oppsigelsestid på en måned. For ansettelses gjort under avtale før og etter 1. januar 2007 gjelder andre vilkår for varsel om oppsigelse. Ved skriftlig lokal overenskomst kan bestemmelsene avvikes. §19 omhandler arbeidets «ledning», og arbeidsgiveren skal rette seg etter lov og avtalens bestemmelser. § 20 omhandler samarbeidsavtaler, øvrige avtaler og overenskomster, § 21 omhandler forhandlingsordning og § 22 omhandler gyldighetstid og oppsigelse.

SAMMENLIGNING

Tariffavtalene varierer mye mer enn hva lovverket gjør i forhold til hverandre. Dette kommer særlig frem i forhold til hva som beskrives i arbeidstid og ordninger rundt skift. Ulike avgifter som arbeidsgiver må betale er forskjellig, arbeidsgiveravgift per definisjon er meget ulikt. Dette kommer an på hva hvert land legger i avgiften. Det kommer frem i løpet av vår research at det foreligger mindre ferie og mer arbeidstid i Sverige enn i de andre landene. De har også svært lav minstelønn. Men det betyr ikke at de har dårligere forhold, hva som står skrevet og hva som skjer i praksis kan variere mye fra land til land.

Tabell 3.9 Sammenlikning av vesentlige opplysninger			
	Norge	Sverige	Danmark
Lønnsforhold regnet til NKR			
Minstelønn pr time (tariff)	131,55	80,58	108,55
Arbeidsgiveravgift	14,1 %	30 %	0
Pensjons prosent	2 %	3,5 %	7,4 %
Øvre pensjonsalder	67	65	67
Ferieuker	5	4	5
Feriepenger	12 %	0,8 % av t/mnd	12,50 %
Arbeidstid tariff			
Dag	0600-1800	0700-1700	0700-1800
Kveld	1800-2400	0600-2400(2 skift)	1800-2400
Natt	2400-0600	Lokal avtale(3 skift)	2400-0700
Helg	Lør e.1200 - søn. 2200	Lokal avtale(3 skift)	Egne arbeidere
Timer			
Dag	37	40	37,5
Kveld	34/37 m 3t ferie	38(2 skift)	33,5
Natt	33,5	36(3 skift)	34 el 37 med 3t spart
Sykelønnsperiode	16 dager	14 dager, 80 % lønn	14 dager, full lønn
Arbeidsgiver e. Perioden	0	15 % av sykelønn	0
Betaler etter perioden		Försäkringskassan	Kommunen
Fødselspermisjon	42 uker	7 uker f, 7 uker e.	4 uker f, 14 uker e.
Prøvetid ved ansettelse	6 måneder	6 måneder	-
Oppsigelse under prøvetid	2 uker gjensidig	2 uker gjensidig	Få timer
Oppsigelsesfrist arbeidsgiver			
Ansettelse opp til 5 år	1 måned	3 måneder	7 uker
Ansettelse opp til 10	2 måneder	5 måneder	12 uker
Ansettelse over 10 år	3 måneder	6 måneder	16 uker
Oppsigelsesfrist arbeidstaker			
Ansettelse opp til 5 år	3 måneder	3 måneder	4 uker
Ansettelse opp til 10	3 måneder	3 måneder	4 uker
Ansettelse over 10 år	3 måneder	3 måneder	4 uker

Lovverk i Norden

Norge, Sverige og Danmark har tilnærmet like lover som er bakgrunn for utforming av tariffavtalene. Både arbeidsmiljølovene og arbeidstilsyn eksisterer i de tre landene. Likeså eksisterer det både arbeidstaker og arbeidsgiver organisasjoner på lik linje med Norge. Ulikheter innenfor lovene og organisasjonene eksisterer naturligvis, men utgangspunktet er mye likt.

Tabell 3.10 Lovverk og organisasjoner i Skandinavia			
	Norge	Sverige	Danmark
Rammeverk	Arbeidsmiljøloven	Arbetsmiljöloven	Arbejds miljølov
Tilsyn	Arbeidstilsynet	Arbetsmiljöverket	Arbejdstilsynet
Arbeidstaker	LO Norge	LO Sverige	LO Danmark
	Fellesforbundet	Grafiska Fackförbundet	Fagligt Fælles Forbund 3F
			HK Danmark/HK Privat
Arbeidsgiver	NHO	Svänskt Näringsliv	Grafisk Arbejdsgiverforening
	NHO Grafisk	Grafiska Företagens Förbund	Danske Mediers Arbejdsgiverforening

SKIFTORDNINGENE I SKANDINAVIA

Tab 3.11 Skiftordning

	Norge	Danmark	Sverige
Kveld	33,5 t + spisepause. Regnes som kveld når skiftet avsluttes etter kl 1800.	Når det gjelder kvelds og natt arbeid er en arbeidsuke på 37 timer hvorav den enkelte arbeider da opptjener 3 timer. Som kan tas ut som forlenget ferie i det kommende ferieåret, eller man kan jobbe 34 timer i uken. Som kveldsarbeid regnes alt arbeid som ligger i tidsrommet mellom klokken 1800 til 2400	Ved kveldsarbeid innføres det 2 skiftordning, og eneste krav i tariffen er at dette arbeidet skal legges i tidsrammen man-fre, 7 timer og 36 min hver dag, og innenfor kl 06–24.
Natt	33,5 t inkl spisepause. Regnes som natt når skiftet begynner mellom 00 og 07. For hver uke det jobbes natt har den ansatte ½ dags fri.	Som nattarbeide regnes alt arbeid som forekommer mellom klokken 2400 til 0600.	Ved nattarbeid innføres det treskiftsordning, intermittert eller kontinuerlig. Dette forutsetter lokal overenskomst. Varselstiden for dette er to uker.
Helg	33,5 t. Ved helg skal 1 time telle som 1,4 timer.	Danmark egne arbeidere som kun arbeider i helgene, og timene kan ikke oversige 24 timer, får betalt like mye som om de arbeider en uke da henholdsvis 37 timer. Men de kan kun arbeide i helgene og har da kun fri i ukedagene.	Ved helgearbeid innføres det treskiftsordning og dette forutsetter lokal overenskomst. Varselstiden for dette er to uker. Dersom 3 skiftordningen er midlertidig gjelder seks uker.

Tab 3.12 Minstelønn og avgifter			
	Norge	Danmark	Sverige
Antall dager i året	365	365	365
Antall ferie dager	26	25	20
Antall helg dager 52* 2	104	104	104
Sum arbeidsdager	235	236	241
Antall arb. Timer	1 763	1 746	1 808
Lønn	231 851	190 103	145 653
Feriepenger	27 822 12 %	22 812 12,5 %	22 563 13,4 %
Sum/m feriepenger	259 673	212 915	168 216
OTP	5 193 2 %	15 756 7,4 %	5 888 3,5 %
Sum m/ferie og otp	264 867	228 671	174 103
Arb.giver avgift	37 346 14,1 %	-	52 231 30 %
Totalt	302 213	228 671	226 334

Som det kommer frem av tabellen, har vi de høyeste minstelønnsatsene i Norge. Sverige har de laveste minstelønnsatsene, de har nesten hundre tusen mindre enn vi har i Norge. Danmark har også relativt lave minstelønnsatser, bare noen tusen mer enn Sverige. Feriepengegrunnlaget er ikke så veldig ulikt i de skandinaviske landene, men Danmark har en langt høyere OTP ordning enn resten av Skandinavia. Den største forskjellen ligger imidlertid i arbeidsgiveravgiften, Danmark har ingen arbeidsgiver avgifter mens Sverige har en arbeidsgiveravgift på hele 30 %.

Tab 3.13 Gjennomsnittslønn i Skandinavia pr uke*								
Norge		Danmark		Sverige				
kr	6 607	Stor-Oslo-området	kr	6 293	København område	kr	5 430	Største distrikt
kr	6 055	Stavanger	kr	5 662	Fyns område	kr	5 611	Hele Sverige
kr	5 875	Bergen	kr	6 703	Vejle område			
kr	5 657	Trondheim						

* Ikke omregnet til NKR.

INTERNASJONALT

Organisasjoner

Det finnes flere internasjonale arbeidstakerorganisasjoner som Nordisk Faglig Sammenslutning (NFS) Europeiske Faglig Sammenslutning (EFS) og Frie faglige internasjonale (FFI). Men ILO Europa er kanskje mest sentralt de har hovedkontor i Brussel, ILO Europa er med på å påvirke lovgivningsprosessen i EU. De deltar i forhandlingene i verdenshandelsorganisasjonen WTO, som fastsetter rammene for samhandel mellom land, og representerer lønnsuttakerne i FN-organet ILO, den internasjonale arbeiderorganisasjonen.

Den internasjonale arbeidsgiverorganisasjonen ILO er et byrå innenfor de forente nasjoner som har som oppgave å ta seg av arbeidssaker internasjonalt. Deres hovedkontor finnes i Genève i Sveits og ble grunnlagt i 1919 gjennom Versailles traktaten. Frem til slutten av andre verdenskrig var de en del av Folkeforbundet. I dag arbeider de etter Philadelphia-erklæringen som ble vedtatt i 1944. Organisasjonen vant i 1969 Nobels fredspris. ILO er opptatt av like muligheter for kvinner og menn, at de ansatte skal ha rettferdige og riktige arbeidsvilkår, sikkerhet på arbeidsplassen, frihet, sosial sikkerhet og produktivitet. De hjelper til i dialoger med jobbrelaterte problemer. ILO promoterer sosiale rettigheter, internasjonale menneskerettigheter og arbeidsrettigheter, organisasjonen fortsetter med å jobbe for arbeidsfred og like rettigheter i verden på tvers av landegrensene. I dag jobber de for like økonomiske rettigheter og arbeidsmiljø. (Regjeringen.no 2008)

Den internasjonale arbeidsrett

Norge har godtatt og er folkerettslig bundet av et betydelig antall konvensjoner internasjonalt på det arbeidsrettslike område. De ligger til grunn for de lover vi har på området i dag, da disse konvensjonene legger en føring for de reglene Norge har innen arbeidstid, ikke-diskriminering, stillingsvern, medvirkning, bedriftshelsetjenesten, samt kollektive og individuelle rettigheter og forhold som helse, miljø og sikkerhet på arbeidsplassen.

Konvensjonene Norge har godkjent og er folkerettslig bundet av:

- EØS-avtalen
- FNs konvensjon om økonomiske, sosiale og kulturelle rettigheter.
- FNs konvensjon om sivile og politiske rettigheter.
- Den Europeiske menneskerettskonvensjonen.
- Den europeiske sosialpakten.
- Samt konvensjoner fra Den Internasjonale arbeidsorganisasjonen ILO

I tillegg får menneskerettighetene betydelig større betydning for arbeidslivet og utviklingen av regelverket. Dette er retten til arbeid, organisasjonsfrihet, retten til kollektive forhandlinger og retten til ikke å bli diskriminert. Konvensjonene er mange og oppfølgende direktiver er enda flere. Det er derfor vanskelig å få fullstendig oversikt over de internasjonale reglene og praksisen vi i Norge skal forholde oss til.

ILO jobber spesielt for å motvirke diskriminering og fremme likebehandling. Dette er også nedfelt i en rekke av de internasjonale konvensjonene Norge har akseptert.

«Med diskriminering menes i forhold til alle konvensjoner forskjellsbehandling som mangler saklig og objektiv grunn.»
(Regjeringen.no 2008)

Reglene innebærer at staten har en plikt til å ivareta og fremme retten til ikke å bli diskriminert. De forplikter seg til å fremme likebehandling, forpliktelsen skal fremmes gjennom lovgivning eller andre tiltak. Diskrimineringsgrunner er først å fremst, kjønn, etnisitet, rase, minoritetsbakgrunn, språk samt politisk, religiøs og annen overbevisning som er regulert av konvensjonene. Men det finnes flere konvensjoner som ikke diskriminering på bakgrunn av eiendom, fødsel, sosial opprinnelse og status. (Regjeringen.no 2008)

KAPITTEL 4

Offentliggjøres ikke på grunn av bedriftsinterne hensyn.



KAPITTEL 5



5 | Konkurrentanalyse og markedsføring

KONKURRENTENES OMSETNING

1. Hjemmet Mortensen Trykkeri (ca 339 millioner kroner)
2. Aller trykkeriet (ca 332 millioner kroner)
3. Norprint (ca 200 millioner Kroner)
4. Aktietrykkeriet (ca 160 millioner kroner)
5. Naper (ca 85 millioner kroner)
6. Ålgård (ca 80 millioner kroner)

Fig 5.1

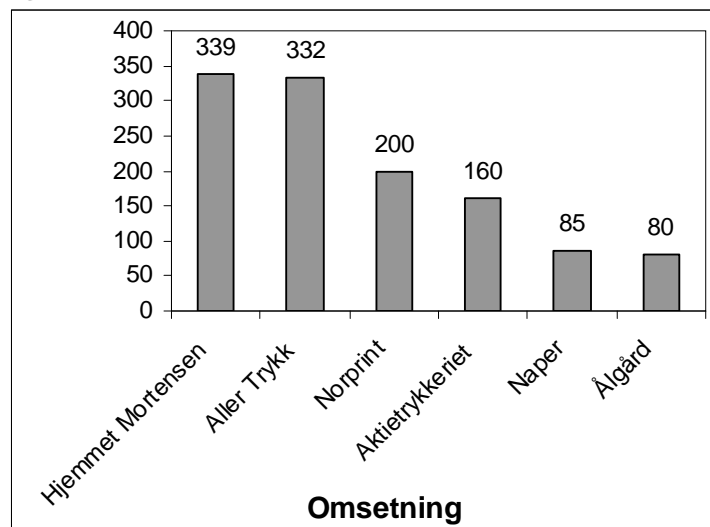
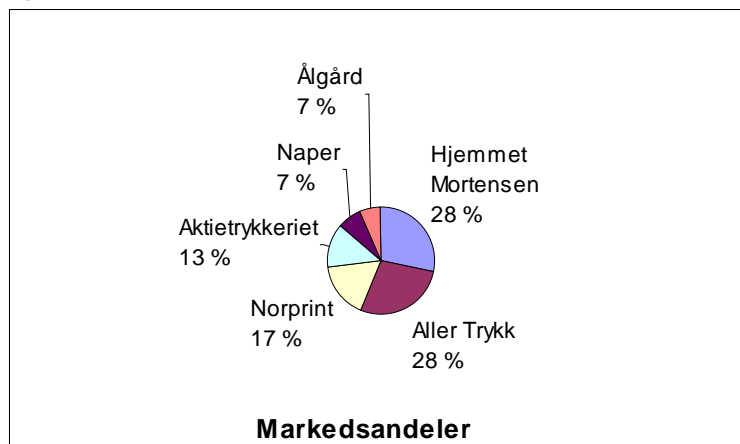


Fig 5.2



NORPRINTS KONKURRENTER I NORGE

Hjemmet Mortensen Trykkeri AS:

Hjemmet Mortensen Trykkeri AS er landets største rotasjonstrykkeri med en omsetning på ca 339 millioner kroner. Trykkeriet hører inn under Hjemmet Mortensen gruppen som er Norges største utgiver av ukeblader og magasiner. Selskapet har en omsetning på ca 1,7 milliarder i året. På deres nettsider kan man lese at annet hvert blad som blir solgt i Norge er publisert av Hjemmet Mortensen. Hjemmet Mortensen er igjen eid av Orkla og Egmont. Forlagshusene Ernst G. Mortensens AS og AS Hjemmet slo i 1992 sammen sine utgiver- og trykkerivirksomheter. Etter fusjonen ble det dannet et eget selskap - Hjemmet Mortensen Trykkeri AS.

Hjemmet Mortensens trykkeri satser på å drive en fremtidsrettet produksjon, de disponerer produksjonsutstyr med avansert teknologi, deriblant to trykkpresser fra Heidelberg, to CTP-anlegg fra Creo og et rotativt ferdiggjøringsanlegg fra Ferag. Begge trykkpressene produserer 32 sider, og har to falseutganger. Fra en av pressene kan de levere ferdig stiftede og trimmede produkter i bunt eller løst på pall. Hjemmet Mortensens Trykkeri er i besettelse av et av Europas mest avanserte ferdiggjøringsanlegg, det er basert på opprulling for automatisert produksjon. Anlegget kan produsere inntil 40 000 eksemplarer per time. Disse maskinene er teknologisk avanserte og de satser på at trykkeriet skal være helt på topp også sammenlignet med internasjonale trykkerier. Som et ledd i den fremtidsrettede produksjonen jobber de tett med internasjonale

organisasjoner som CIP4 og Ghent PDF working group. Det jobbes da med å standardisere og forenkle arbeidsflyten i grafisk produksjon. Trykkeriet er også ISO 9001 sertifisert fra 1996 og satser på miljø.

Det er kanskje ikke noen overraskelse at Hjemmet Mortensen Trykkeriet har spesialisert seg på blad og reklameproduksjon med tanke på at de hører inn under Hjemmet Mortensen gruppen. Deres visjon er å kontinuerlig jobbe med effektivisering, kvalitetssikring, metode og organisasjonsutvikling. Målsetningen er å levere produkter med avtalt kvalitet, i riktig mengde og til avtalt tid.

Hjemmet Mortensen Trykkeriet er landets største rotasjonstrykkeri og det bringer med seg mange konkurransefordeler. De er en del av Hjemmet Mortensen gruppen og har fordeler som at bladene i gruppen blir trykket hos dem.

Aktietrykkeriet AS:

Aktietrykkeriet som ligger i Fet kommune ble grunnlagt i 1884 av arbeiderbevegelsen, de hevder at de var blant de første til å utvikle og ta i bruk nytt utstyr, både når det gjelder rotasjon og arkmaskiner. Aktietrykkeriet er et rotasjonstrykkeri som betjener markedet med fargetrykk i store opplag. De vektlegger spesielt kvalitet, punktlighet og konkurransedyktige priser.

Aktietrykkeriet ser på kundene som en viktig ressurs og de vil strekke seg langt for å imøtekomme kundenes ønsker, de jobber hele tiden med å være oppdatert når det kommer til kompetanse og spesialisering i de ulike avdelingene. De jobber kontinuerlig med forbedringer når det gjelder fargestyring og kvalitetssikring. De ansatte i Aktietrykkeriet er organiserte og medlemmer av LO, og i 1998 kunne bedriftsklubben feire 100 års jubileum. Bedriften satser på å være på topp både sosialt og faglig.

Aktietrykkeriet har etablert flere egne løsninger for en integrert arbeidsflyt for sine kunder. De har etablert kundeportaler med bildebank og filoverføring som effektiviserer korrektur og tilbakemeldinger. Noe som igjen betyr enklere kommunikasjon og en større forutsigbarhet i produksjonen av kundenes trykksaker. Jobbene blir utført av medarbeidere som har spesialisert seg på ulike felt og dermed har ansvar for sine fagfelt, dette for å garantere resultater av høy kvalitet.

I september 2002 tok bedriften i bruk stokastisk raster som det første rotasjonstrykkeriet i Norge. Dette har for bedriften ført til

en betydelig kvalitetsheving på produktene de produserer. Storkastisk raster har fordeler som bedre bildegjengivelse, ingen objektbetinget moaré, jevnere kvalitet og bedre kvalitet på «dårligere» papir. Trykkavdelingen består av to heatset rotasjoner, en KBA-214 1995 modell og en Lihoman IV 1999 modell. På Lithoman pressa kan de trykke opp til 56 sider.

Naper

Naper Informasjonsindustri AS er et rotasjonstrykkeri i Kragerø. De er et mindre trykkeri enn Norprint, og har en heatset rotation maskin, Compacta S-80. De har muligheter for å stifte og lime, og de kjører også innlineproduksjon. De reklamerer med produkter med høy kvalitet og nøysom kontroll. (Naper 2007)

Deres verdier i bedriften er kapasitet, kvalitet og kunnskap. Naper ønsker å fremstå som et innovativt rotasjonstrykkeri for kundene. De hevder de kan tilby sine kunder en rekke unike produkter i dagens marked. Dette gjør de ved å ta i bruk fremtidsrettet teknologi, og Naper er i dag et frittstående norsk eid rotasjonstrykkeri.

I 1933 ble Naper Boktrykkeri etablert av Ragnar Naper, og i 1983 startet hans yngste sønn Hans Ragnar Naper det nåværende rotasjonstrykkeriet Naper Informasjonsindustri AS. I årsskiftet 2006/2007 flyttet Naper hele sin produksjon til nytt trykkeri med ny rotasjonspresse i Kragerø Næringspark (Naper 2007).

Naper satser på effektivitet og tverrfagligkompetanse, de tilbyr et bredt spekter av tjenester og produkter. De tilbyr sine kunder veiledning og hjelp fra ide til ferdig produkt. Kundene trenger ikke å forholde seg til flere enn en leverandør av grafiske løsninger. De har en egen avdeling som tar seg av grafisk utforming, dette gjelder både web og trykt materiell. De er tilgjengelige 24 timer i døgnet via nettet. Derfra blir produktet sendt videre til trykk avdelingen for trykking.

Aller Trykk AS

Aller Trykk AS er et moderne rotasjonstrykkeri for ukeblader, tidsskrifter magasiner og kataloger. Et allsidig trykkeri som er heleid av Norsk Aller AS.

Visjonen deres er å være «et grafisk kraftsenter med kunden i fokus». Dette forplikter trykkeriet i forhold til alle leveranser. Aller Trykk ønsker at kundene skal oppleve at de er leveringssikre, at de leverer produkter med jevn og god kvalitet og at de er fleksible og miljøvennlige. De er medlem av Skytta

Industriforening, og er miljøsertifisert ved Svanemerket. Aller Trykk har fokus på kvalitetssikring og vil med dette at kunden skal være tilfreds med opplevelsen av trykkeriet som leverandør, og sier på hjemmesiden at deres prosjektledere tar ansvar for ditt produkt fra oppstart til levering. Aller Trykks største kunder er Se og Hør Forlaget AS og Allers Familie-journal. Ved siden av ukeblader og magasiner er næringslivskunder den viktigste kundegruppen. Den type produkter utgjør 25-20% av produksjonen (Allergruppen 2008).

Aller Trykk er et rotasjonstrykkeri på linje med Norprint, og har to heatset rotation Lithoman maskiner, henholdsvis III fra 2005 og IV fra 1999. Det er muligheter for å både stifte og lime, og de kan kjøre sideantall fra 12-48. Aller Trykk kan motta 100 % digitalt materiell i PDF, men de behandler også åpne dokumenter fra Quark Express og Indesign (Aller Trykk 2008).

Deres største konkurransefortrinn er at Aller Trykk er større i markedet i Norge, og har flere norske kjente magasiner. De kjører blant annet Se og Hør, Allers, Henne, KK, Autofil, Topp, Båtmagasinet, Pc World osv. (Aller Trykk 2008).

De er knyttet til Allergruppen som satser virkelig stort på internettsider for de ulike magasinene de har i gruppen. Disse er båtmagasinet.no, cosmopolitan.no, digi.no, dinside.no, dingz.no, femina.no, finnenvenn.no, golferen.no, henne.no, itavisen.no, jeger.no, kk.no, moox.no, na24.no, seher.no og topp.no (Allergruppen 2008). Det er helt klart et fortrinn for Aller Trykk å bli assosiert med Aller Gruppen, og i denne sammenhengen er nok ikke Norprint og Color Print så store i Norge. Men Color Print er den største gruppen i Norden, og Norprint har fordeler av å kunne kjøre oppdrag for mange flere kunder, og kan sende ordre til andre trykkerier dersom det er fullt hos Norprint.

Aller Trykk har en omsetning på om lag 332 millioner kroner, og for sammenlikning med Norprint hadde de i 2006 200 millioner kroner. Dette gir et økonomisk bilde av hvor stor konkurrent Aller Trykk er for Norprint.

Ålgård Offset AS

Ålgård Offset AS ble etablert i 1980. De er i følge hjemmesiden Norges mest fleksible rotasjonstrykkeri med en 8 sider og en 16 sider rotasjonspresse. Begge rotasjonene har inline ferdiggjøring med bl.a. perforering, liming, prefolder, og planoutlegger på begge maskinene. Ålgård Offset as har i dag 38 ansatte og omsetter for ca. 90 mill og har en solid økonomi og

likviditet. Trykkeriet eies av daglig leder Tom B. Norland.
(Ålgård Offset 2007)

Arbeidsflyten er levert av Luthgruppen/Heidelberg med halvautomatisk CTP (Computer to plate). De bruker HP plotter til korrektur i farger og Epson 9600 plotter til prøvetrykk. Canon digitalmaskin til prøvetrykk/korrektur og enkle trykksaker (brevark, visittkort i små opplag – eks 100 stk.). De har mulighet for digital korrektur over internett.

I trykkavdelingen har de en Komori System 38 16 sider rotasjon med innline lim og stift. De benytter også muligheten til å legge ut plano, dvs. bruke rotasjonen som en ark maskin. Helautomatisk fargestyling sikrer stabilt trykk/fargeføring gjennom hele opplaget. De har og en Komori System 20 8 sider smalbanerotasjon, med plano utlegger og innline lim. De er spesielt konkurransedyktig på 4s A4 bilag helt opp til 200 gr. ferdig falset og maskinskåret rett ut med griper.

I ferdiggjøringen har de to stk. samlestiftere. En med 8 stasjoner + omslagspålegger og Palamides buntsystem og en med 4 stasjoner + omslagspålegger. I tillegg er det en skjæremaskin og fire falsemaskiner, alle med Palamides bunte- og pakkesystem (Ålgård Offset 2007).

MARKEDSFØRING

Hva er markedsføring?

Markedsføring er ikke å skape et behov, men å finne frem til behov som allerede er tilstede og vekke dette behovet til liv. Det dreier seg om å kommunisere med markedets behov og forstå kundene for så å kunne tilby kundene de tjenester og produkter som dekker deres behov og ønsker. Markedsføring er mye mer en kun salgstiltak, salg og reklame er bare en liten brøkdel av markedsførers oppgave, størstedelen av markedsføring er andre markedsføringsoppgaver. Markedsføringsarbeid innebærer aktiviteter som kartlegging av behov, produktutvikling, profilering, prissetting og distribusjon for å nevne noe av det mest sentrale.

Markedsføring definert:

«Markedsføring er en sosial prosess hvor individer og grupper anskaffer seg det de behøver og ønsker gjennom å

lage, tilby og fritt bytte varer og tjenester av verdi med hverandre» (Kotler 2006 s. 10).

Markedsføringsmiksen er det utvalget av markedsføringsverktøy som en benytter. Sentralt i markedsføringsmiksen finner vi de kjente fire p'ene i markedsføring. (Kotler 2006 s. 17)

- Produkt
- Pris
- Plass
- Påvirkning

Å drive integrert markedskommunikasjon:

Kommunikasjonsmiksen/markedskommunikasjon er en blanding av:

- Reklame
En hver betalt form for upersonlig presentasjon og fremming av ideer, varer og tjenester fra navngitt sponsor.
- Salgsfremmende tiltak
Tidsbegrensede, ansporende midler med det mål og fremme kjøp eller salg av varer eller tjenester.
- PR
Ulike aktiviteter som er utformet for å promotere eller beskytte en bedrifts profil eller enkeltprodukter.
- Personlig salg
Samhandling med en eller flere personer ansikt til ansikt.
- Direkte og indirekte markedsføring:
Bruk av post, telefon, faks, mail og lignende for å kommunisere direkte.

Hvis budskapet ikke når frem til mottakere kan det skyldes tre faktorer:

- Selektiv oppmerksomhet
Vi bombarderes med rundt 1600 kommersielle budskap om dagen, og legger merke til 80 av disse. Derfor skrives det viktigste med store bokstaver slik at det skal legges merke til.
- Selektiv forvrengninger
Mottaker tolker budskapet etter deres behov, og kan dermed forvreng budskapet. Resultatet blir at kunden legger ting i budskapet som ikke eksisterer og overser det som er. Derfor er det viktig at de som skriver reklamen gjør det enkelt.

- **Selektiv hukommelse**
Mottakeren vil bare lagre en brøkdel av budskapet i hukommelsen, det avhenger også av om mottakeren stiller seg positiv eller negativt til reklamen (Kotler 2006 s. 498 og 499).

Å utvikle en effektiv kommunikasjon:

Denne prosessen består av åtte trinn:

Trinn 1: Å identifisere målgruppen.

Vi må bestemme oss for en målgruppe, det kan være, nye kunder, eksisterende kunder, grupper og lignende. Man kan benytte seg av imageanalyse, hvilke kunder tiltrekker seg produktets/bedriftens image og hvor positive er de til produktet/bedriften osv.

Trinn 2: Å definere kommunikasjonsmålene.

Markedsføreren kan søke å overføre kunnskap, påvirke holdninger og få forbruker til å handle. Det er imidlertid ulike modeller for forbrukerens respons.

Trinn 3: Å formulere budskapet.

Når kommunikator har definert målgruppens respons, vil neste oppgave være å utvikle et effektivt budskap. Når avsender skal bestemme budskapets innhold leter man etter en appell, et tema, en idé eller det unike salgstilbudet. Her under har vi tre ulike appeller:

- Rasjonelle som engasjerer, man hevder at produktet har visse fordeler.
- Emosjonelle som søker etter negativ eller positive følelser som motiverer til kjøp.
- Moralske som sier noe om hva som er rett og galt, de brukes gjerne når man vil at noen skal støtte en god sak.

Budskapets effekt avhenger også av hvordan det er strukturert, så vel som innholdet, det må ha en velegnet form. Tekst, bilde og farge i overskriften er viktig for at det skal bli lagt merke til. I tillegg er budskapets kilde viktig, det er viktig at kilden er troverdig.

Trinn 4: Å velge kommunikasjonskanaler.

Avsender må velge effektive kommunikasjonskanaler til og fremme budskapet. Kommunikasjonskanaler kan være personlige eller upersonlige. Personlige kanaler inneholder to eller flere personer som kommuniserer direkte med hverandre. Her kan bedriften benytte visse triks som, munn til munn

metoden der folk snakker varmt om produktet, sende inn innflytelsesrike personer til og snakke varmt om varen og lignende. Upersonlige kanaler omfatter media, miljø og arrangementer. De fleste upersonlige budskap formidles via betalte medier. Media er trykte medier, miljø er det rundt varen som forsterker kjøpe- og brukelysten og arrangementer ert det som holdes for å kommunisere spesielle budskap til målgrupper.

Trinn 5: Å lage et samlet budsjett for markedskommunikasjon.

Ulike måter å fastsette markedskommunikasjons budsjetter:

- Vi har råd til metoden.
- Prosent av salget metoden.
- Konkurransetilpasset budsjettering.
- Forutsetter sine budsjetter ut fra markedsandel.
- Mål- middel metoden.
- Setter opp budsjett etter som hvilke mål de har med markedskommunikasjonen.

Trinn 6: Å velge blant ulike media/velge kommunikasjonsmiksen.

Markedsføringsverktøyene:

- Reklame
- Salgsfremmende tiltak
- PR
- Personlig salg
- Direkte markedsføring

Faktorer som spiller inn her er:

- Type produktmarked
- Hvor klar er kundene
- Produktets livssyklus

Trinn 7: Måle kommunikasjons effekt.

Trinn 8: Å styre den integrerte markedskommunikasjonsprosessen.
(Kotler 2006 s 500-515)

Hva kan Norprint gjøre for å øke salget:

For at eksisterende kunder skal få lyst til å handle mer er det viktig at Norprint klarer å holde og ta godt vare på sine kunder. Det vil koste bedriften mye mer å skaffe seg nye kunder enn å prøve å tilfredsstille de dem allerede har. Riktignok er det viktig og skaffe nye kunder også, men det er også svært viktig at man ikke glemmer sine eksisterende og gamle kunder. Vi bør derfor starte med å finne antall trofaste kunder, dette kan vi finne ved å

måle antall kunder som kommer tilbake. Deretter må vi finne ut hvorfor noen kunder forlater Norprint dersom dette er tilfelle, er det deres service, prisnivået, kvaliteten eller har ikke Norprint de rette trykksakene å tilby?

For å få et tydeligere bilde av hvor viktig det er å holde på kundene bør vi regne ut hvor mye vi taper på å miste en kunde og hvor mye det vil koste å stoppe dette tapet. Viktigst av alt er at vi lytter mer til kundene, de er tross alt vår beste kilde, for at vi skal kunne forbedre Norprint. Dette kan vi gjøre ved å se alvorlig på eventuelle klager. Klager bør bli raskt behandlet og det skal være lett for kunden å få klagd. På denne måten kan Norprint få nye ideer til hva som kan gjøres bedre samtidig som kunden føler seg mer tilfredstilt fordi vi tar deres klage alvorlig. Fornøyde kunder er gjerne gode kunder. Blir våre kunder fornøyde med Norprints trykksaker og deres service vil de og så få lyst til å kjøpe mer, gi Norprint god omtale og holde seg til Norprint over lengre tid selv om det eksiterer og kommer nye konkurrenter.

Siden Norprint sitt marked ikke er alt for stort, sett utfra at de ikke selger til enkeltpersoner men til større kundegrupper med behov for høye opplag på trykksaker bør vi bruke tid og penger på å ta godt vare på våre største kunder. Dette gjøres ved at våre selgere tar kontakt med de aktuelle kundene for å informere om nye produkter og en oppfølging av de eksisterende.

For å få våre kunder til å kjøpe mer vil vi anbefale å gi rabatter ved høye opplag og dersom de er faste kunder. Det er ikke slik at alle våre kunder er lønnsomme, men det betyr ikke at det kun er våre største kunder som gir Norprint høy lønnsomhet. De største kundene forventer ofte store rabatter og høy service. Mens de minst lønnsomme kundene gjerne betaler full pris og venter lite service, men til gjengjeld handler de i små partier og blir derfor mindre lønnsomme. Vi bør derfor satse på mellommarkedet, der kundene betaler nær full pris og får god service. Det er viktig at vi finner ut hvem som er våre mellomstore kunder og hvilke kunder som er ulønnsomme. Først bør vi prøve å få disse ulønnsomme kundene til å bli mer lønnsomme ved å prøve å få disse til å kjøpe flere trykksaker.

Salgsfremmende tiltak (SP):

«Der reklame gir grunn til handel, vil salgsfremmende tiltak gi stimulans til å handle.» (Kotler 2007 s 512)

Rundt valg av målgruppe finnes det mange tilnæringsmetoder fra bedrift til bedrift. Hvor stort fokus det er på

markedsføringsarbeidet avgjør for stort fokus målgruppene får og hvor tydelig de er definert.

For å kartlegge et marked bør man benytte seg av segmentering, valg av målgrupper og posisjonering.

Markedssegmentering innebærer å splitte markedet opp i delmarkeder som hver for seg har visse fellestrekk (homogenitet). Fordelen med markedssegmentering er at man kan utforme produkter med henblikk på et gitt segment, og konsentrere markedsføringen om dette segmentet. Dermed oppnår bedriften en bedre vare for kunden.

Et problem knyttet til segmentering er imidlertid at det kan være kostbart å innhente nødvendig informasjon for å segmentere. Informasjonsinnhenting må vurderes nøye ut fra nytteverdien den har for bedriften.

For å få til en ordentlig segmentering bør noen forutsetninger være oppfylt.

- Segmentet må kunne identifiseres
- Det må være mulig å måle størrelsen i form av f.eks. antall personer, økonomisk evne, geografisk beliggenhet osv.
- Segmentet må være stort nok
- Det må eksistere behov i segmentet som ikke er tilstrekkelig dekket av andre bedrifter, og at man dermed kan tjene penger.
- Segmentet må passe til bedriften
- Størrelsen og antallet segmenter må passe med bedriftens ressurser. Det er bedre å håndtere få kunder ordentlig, enn flere kunder dårlig – iallfall på lang sikt.

Å beskrive målgrupper kalles for stereotypisering.

Valg av målgrupper bør basere seg på analyser av bedriftens konkurransemessige fordeler, samt lønnsomhetspotensiale for det gitte segment. Strategiene man kan velge mellom er:

- Udifferensiert markedsføring
Bedriften henvender seg til hele markedet, uten å ta hensyn til de ulike definerte segmenter. Dette forutsetter et marked med høy grad av likhet i kundebehov.
- Differensiert markedsføring
Bedriften velger ut flere eller alle segmentene, og satser på disse mer eller mindre samtidig. Man utvikler både produkter og markedskommunikasjon spesielt for hvert segment.

- **Konsentrert markedsføring**
Bedriften undersøker hvilke segmenter som er mest attraktive og velger ut ett eller et fåtall segmenter som spesialbearbeides. Skal produkt og kommunikasjon utformes i et spesielt segment må produktet posisjoneres i samme segment. Ved å lykkes her vil posisjonen i markedet styrkes.

Etter at bedriften har bestemt hvilke segmenter som skal behandles, må det bestemmes hvordan bedriften kan skaffe seg best mulig posisjon i markedet. Å posisjonere produkter vil si å forklare hva produktet gjør og hvem det er beregnet på.

Å posisjonere handler om å fremheve de fordeler produktene har i forhold til konkurrerende produkter. Dette kan gjøres ved å fremheve spesielle egenskaper å sammenlikne seg med/distansere seg fra konkurrentene. Profilerings defineres gjerne som det inntrykk bedriften ønsker at kunden skal ha av et produkt i forhold til konkurrentenes. Profilerings handler derfor om å sende et sett av signaler til markedet om hva man ønsker å være og hvem man ønsker å selge til. For å forstå sammenhengen mellom profil, image og posisjonering kan man bruke denne huskeregelen:

Man bruker sin profil til å bygge et image som gir bedriften en posisjon.
(Semundseth 2005, s. 44–48)e

Målgruppearbeid ved Norprint

Primært søker Norprint mot det norske markedet og kommuniserer kvalitet ut til kunden, kombinert med pålitelighet, hurtig og lett distribusjon. Ved å segmentere kundegruppene med større opplag er primærmålgruppen til Norprint reklamebyråer, medieselskaper og større trykksak kjøpere, som bokklubber, møbelforretninger osv. I tillegg kommer forlag som utgir magasiner, de utgjør også en stor kundegruppe. Dette er segmenter med svært like kundebehov og gjør markedsføringsarbeidet forholdsvis oversiktlig å håndtere. Sekundærmålgruppen til Norprint defineres som offentlige institusjoner, små bedrifter og reklamebyråer.

Gjennom arbeidet med segmenteringen tok Norprint i bruk databaser for reklamebyråer, matvare-, rørleggerer, malings-, møbelkjeder osv. De sende ut adressert reklame til de aktuelle kundegruppene og fulgte dem senere opp på telefon.

I dag har Norprint bygget opp en egen database på kunder og potensielle kunder, og de er stadig på jakt etter nye. Gir de et

tilbud til kunder, følges det alltid opp pr. telefon, og de forsøker også å besøke nye og gamle kunder regelmessig for å holde kundekontakten og forholdet ved like.

Salgsavdelingen hos Norprint består av 3 selgere og adm.dir. Avdelingen er delt opp i distrikter, men i Osloområdet, som er deres største marked, er selgerne gjerne flere som samarbeider. Salgsavdelingen har et salgsmøte en gang i måneden, hvor de ser på potensielle nye kunder og vurderer markedet.

I de 11 årene som Norprint har drevet, har de hatt flere utsendelser av reklame og av og til reklameartikler. I tillegg har de ca. hvert 3. år en sammenkomst med sine beste og mest trofaste kunder. De har også nye kunder på trykkstart på den første jobben som trykkes, dersom det lar seg gjøre.

Konklusjon

Bachelor oppgaven redegjør for de rammebetingelsene, lover og regler som er i grafisk bransje i Skandinavia. Det er foretatt beregninger rundt lønnsomheten ved de ulike skiftordningene. I tillegg til en kort innføring i bedriftene Norprint rotasjon AS og Color Print AS sin organisasjons struktur og markedsføring, samt gjøre rede for Norprints konkurrenter. Arbeidet har fungert utmerket og progresjonen har vært som forventet. Oppdragsgiver er en travel produksjonsbedrift som ligger i Stavanger. Det har vært utrolig motiverende og spennende å få jobbe med en så ressurssterk bedrift som Norprint rotasjon AS. Vi har lært utrolig mye nytting og interessant som vi ser på som en god erfaring og som vi uten tvil vil ta med oss videre ut i arbeidslivet.

Det er strengere rammebetingelser i Norge enn i Sverige og Danmark. Men ulikehetene er ikke så store som det vi antok da vi startet. De største ulikehetene ligger i minstelønnsatsene og arbeidsgiveravgifter til staten. Videre har de norske arbeiderne en del fordeler knyttet til sykdom/ fødsel og permisjon. Dette koster norske bedrifter mer enn de andre nordiske bedriftene. Vi har ikke har gjort noen direkte beregninger på dette.

Norge har helt klart høyere lønn og sosiale kostnader enn de andre nordiske landene Videre ser vi at en femskiftordning er økonomisk lønnsom da de fordeler faste kostnader på flere timer. Beregninger viser at ved treskiftordningen går Norprint rotasjon med underskudd.

Vi ser også helt klart at dersom Norprint klarer å øke salget vil dette forsvare nye investeringer. Vi vil i denne forbindelse vil vi påpeke at vi ikke har fortatt vurdering av markedet.

Egenevaluering

Silje

Jeg har vært prosjektleder på bacheloroppgaven, det har vært veldig spennende og utfordrende. Mine oppgaver har i hovedsak bestått av å ha det overordnede ansvaret, og være en kontaktperson mellom gruppen og oppdragsgiver. Vi har bare vært to på gruppen så det har ikke vært behov for noen gjennomførende lederstil, vi har heller jobbet som en gruppe og tatt beslutninger i felleskap. Vi har ikke hatt noen konflikter eller uenigheter i gruppen men jobber svært god sammen, levert det vi skal til avtalt tid og fordelt oppgavene bra mellom oss. Personlig har jeg lært svært mye i denne prosjektprosessen, som jeg ser på som en viktig erfaring og ta med seg ut i arbeidslivet. Ikke minst har jeg vokst mye på dette med å ta kontakt og ringe rundt med ulike personer under prosjektet, før synes jeg dette var litt skremmende nå går det kjempe lett. Jeg lært svært mye om rammebetingelser i Norden, lønnsomhetsberegninger og om den grafiske bransje generelt. Jeg er svært fornøyd med oppgaven vår og gleder meg til å overrekke den til oppdragsgiver, jeg håper at de kan få bruk for den i sine videre vurderinger.

Nina

Våren 2008 har jeg vært prosjektsekretær i hovedprosjekt ved Mediemanagement. Gruppen har bestått av Silje Haugland og meg selv. Sekretæransvaret gikk ut på å holde styr på alle dokumenter, sørge for riktig og tilstrekkelig lagring, i tillegg til å opprette webside. Mine ansvar var også å føre loggbok, skrive møtereferater og statusrapporter. Dette har gått veldig bra og jeg har hele tiden hatt oppgavene under kontroll og har samarbeidet godt med Silje. Under hele prosjektperioden har vi jobbet godt og effektivt, og har underveis hatt meget få konflikter. Vi har hatt stor interesse for arbeidet vårt, dette har gjort gjennomføringen morsom. Jeg har fått innsikt i en meget spennende og utfordrende bransje som har mye og by på, og som stiller seg åpen og imøtekommende til vårt arbeid. Jeg har også vært i kontakt med bransjen i Sverige, inntrykket mitt derfra er det samme. Jeg gleder meg til å ta fatt på en jobb innen grafisk bransje med stor entusiasme og innitiativ.

Litteraturliste

Angitt alfabetisk etter Harvard-metoden.

Ahlgren, Britt (2007). *Organisation och styrelse*. [Online] URL: <http://www.grafiska.se/Templates/Article0.aspx?PageID=6251779e-a98c-4b7f-8b89-e90f02f3da9c> (10.03.08)

Allergruppen (2008). *Aller Trykk AS* [online] URL: http://www.allergruppen.no/Allergruppen/Selskapene/Aller_Trykk_AS/ (28.02.08)

Allergruppen (2008). *Våre merkevarer*. [online] URL: http://www.allergruppen.no/Allergruppen/Vare_merkevarer/ (28.02.08)

Aller Trykk (2008). *Produksjon*. [online] URL: <http://www.allertrykk.no/produksjon2.htm> (28.02.08)

Aller Trykk (2008). *Produkter*. [online] URL: <http://www.allertrykk.no/produkter.htm> (28.02.08)

Altinn (2007). *Hva er systematisk HMS-arbeid (internkontroll)?* [Online] URL: <https://www.altinn.no/no/hjelp-til-regelverk/drive-bedrift/dokumentasjonsplikter/hms/internkontroll/> (17.02.08)

Arbeidstilsynet (2006). *Arbeidsmiljø – grafisk produksjon – andre krav*. [Online] URL: http://www.regelhjelp.no/templates/Kravliste____4630.aspx?andrekraft=1&BransjeNavn=4556 (12.02.08)

Arbetsmiljøverket (2008). *Arbetsstidslagen*. [online] URL: <http://www.av.se/lagochratt/atl/> (08.03.08)

Arbetsmiljøverket (2008). *Arbetsmiljölagen*. [online] URL: <http://www.av.se/lagochratt/aml/> (08.03.08)

Arbetsmiljøverket (2008). *Om oss*. [online] URL: <http://www.av.se/omoss/> (08.03.08)

Arbeidsrett (2008) *Den internasjonale arbeidsrett.* [online] URL: http://www.arbeidsrett.no/om_arbeidsrett_no/innhold (31.03.08)

Bang, Henning (1995) *Organisasjonskultur.* (3 utg.) TANO as.

Boye, Knut (1999) *Kostnads- og innektsanalyse.* (7. utg) Oslo: Tano Aschehoug.

Color Print (2001) *Fremtiden tilhører dem der tror på den.* Danmark.

Color Print (2006) *Med viljen til forskel.* Danmark.

DA Forlag. *Lovkommentarer/AML* (2008) [online] URL: <http://netjura.da.dk/sw7755.asp>. Danmark. (10.03.08)

DA Forlag. *Lovkommentarer/Ferie* (2008) [online] URL: <http://netjura.da.dk/sw19818.asp?usepf=true> (31.03.08)

Danske Dagblades Forbundet (2008) *Hvem er DDF og DMA.* [Online] URL: <http://www.danskedagblade.dk/dCMS/application.do?command=getDocument&documentId=18D4B352B35A5FD8C12570D50051FC6B> (27.03.2008.)

Fagligt Fælles Forbund (2008) *Fakta om 3F.* [Online] URL: <http://forsiden.3f.dk/apps/pbcs.dll/artikkel?Avis=SD&Dato=20060411&Kategori=OM3F&Lopenr=60411027&Ref=AR&profile=2190> (27.03.2008.)

Falk, Chatarina (2007). *Styrelse och ledning.* [Online] URL: http://www.svensktnaringsliv.se/om_oss/article9759.ece (10.03.08)

Fellesforbundet, NHO Grafisk. *Utvidet adgang til søndag og helligdagsarbeid etter avtale med fagforening med innstillingsrett – AML § 10 – 12 (4).* Oslo.

FriFagbevegelsen (2005) *Tariffestede fordeler.* [online] URL: (http://www.frifagbevegelse.no/verkt_ykassa/veier_videre/articel1406818.ece)

FSC (2008). *Hva er FSC.* [online] URL: <http://www.fsc.dk/index.php?id=81&PHPSESSID=5033b6a0a2f09fb22ce66c966ac20031> (21.02.08)

Grafiska Fackförbundet – Mediafacket (2008). *Medlemsbild*.
[online] URL:
<http://www.gf.se/HOME/gf2/home.nsf/unidView/E25900E0A62701A1C125701C002EEE01> (08.03.08)

Grafiska Fackförbundet – Mediafacket (2008). *Organisation*.
[online] URL:
<http://www.gf.se/HOME/gf2/home.nsf/unidView/43743AD5B8E9A0DCC12570050041C651> (08.03.03)

Grafiska Fackförbundet – Mediafacket (2008). *Vår visjon*.
[Online] URL:
<http://www.gf.se/HOME/gf2/home.nsf/unidView/A765EC8C34AC53F3C1256FFE0046C401> (08.03.08)

Grafisk Arbejdsgiverforening (2008) *GA Fakta*. [online] URL:
<http://www.ga.dk/> (27.03.2008.)

Göransson, Ingemar og Anna Holmgren (2006). *Kollektivavtalet – det skrivna löftet*. Sandviken: LO-distribusjon.

Hoff, Kjell Gunnar (2005) *Bedriftens økonomi*. 6. utg. Oslo: Universitetsforlaget.

HK Privat (2008) *Om HK Privat*. [Online] URL:
<http://www.hkprivat.dk/sw48029.asp> (27.03.2008.)

HK Danmark (2008) [online] URL: <http://www.hk.dk/www> (27.03.2008.)

Hjemmet Mortensen (2008) *Forsiden*. [Online] URL:
<http://www.hm-media.no/eway/> (28.02.08)

Hjemmet Mortensen Trykkeri as (2008) *Velkommen*. [Online] URL: <http://www.hm-trykk.no/> (28.02.08)

Internasjonale arbeidsorganisasjonen (2008) *About the ILO*.
[Online] URL: http://www.ilo.org/global/About_the_ILO/lang-en/index.htm (31.03.2008)

Jilmstad, Lars (2008) *Så föddes Svenskt Näringsliv*. [Online] URL: http://www.svensktnaringsliv.se/om_oss/article9758.ece (10.03.08)

Jippol.dk (2007) *DMA – HK Grafisk 2007-2010* [online] URL:
<http://www.jppol.dk/ledigestillinger/Aftaler/DMA-HK%20Grafisk%202007-2010.pdf> Danmark. (10.03.08)

LO Sverige (2008) *En presentation av LO*. [online] URL:
<http://www.lo.se/home/lo/home.nsf/unidView/702BAB10A35C5A22C1256E3C004FED03> (08.03.08)

LO Sverige (2007) *Kollektivavtal*. [online] URL:
<http://www.lo.se/home/lo/home.nsf/unidView/75DE0E9FBE4C99EEC1257282003D0B0F> (11.03.08)

LO Sverige (2007) *Kort om LO*. [Online] URL:
<http://www.lo.se/home/lo/home.nsf/unidView/D7C1C105931B2A83C1256E510048E873> (08.03.08)

LO Sverige (2007) *Våra mål*. [online] URL:
<http://www.lo.se/home/lo/home.nsf/unidView/74EC4D7CA4FF3C75C1256E4D002E4D45> (08.03.08)

Naper AS (2007) *Om oss*. [online] URL:
<http://www.naper.no/2007/> (31.03.08)

NHO (2006) *Arbeidsrett*. Oslo.

NHO (2007) *Skift og Turnus*. Oslo.

NHO Grafisk (2007) *Dette er NHO Grafisk*. [Online] URL:
<http://www.nhografisk.no/DetteerNHOGrafisk/> (11.02.08)

Norprint rotasjon (2002) *Fra jåttåvågen til Sidney og New York*. Stavanger.

Norprint rotasjon (2006) *Norprint rotasjon 1996-2006*. Stavanger.

Norprint rotasjon as (2008) *Om oss*. [Online] URL:
<http://www.norprint.no/newsread/news.asp?n=5109&wce=dokument> (19.02.08)

Norsk regjering (2008) *Særlig om dansk og svensk rett*. [online]URL:
<http://www.regjeringen.no/nb/dep/krd/dok/NOUer/1999/NOU-1999-34/8/2/9.html?id=356625> Norge. (10.03.08)

Norske regjering (2008) *Internasjonale forpliktelser*. [Online] URL:
<http://www.regjeringen.no/nb/dep/fad/dok/NOUer/2003/NOU-2003-2/9.html?id=118288> (15.04.08)

Semundseth, Rune (1997) *Hjelper i markedsføring*. 3. utg. Oslo: Gyldendal Forlag AS

Statens forurensningstilsyn (2006). *Grafisk produksjon*. [online]
URL:

http://www.regelhjelp.no/Templates/Bransje___4556.aspx?BransjeNavn=4556 (12.02.08)

Stiftelsen Miljømerking (2007). *Miljømerking – hva koster det?*

[Online] URL: <http://www.ecolabel.no/cgi-bin/svanen/imaker?id=145&visdybde=2&aktiv=145> (18.02.08)

Stiftelsen Miljømerking (2007). *Miljømerking – om Svanen*.

[Online] URL: <http://www.ecolabel.no/cgi-bin/svanen/imaker?id=113&visdybde=2&aktiv=113> (18.02.08)

Storeng, Beck og Due Lund (2004) *Arbeidsrett*. Oslo: Cappelen akademiske forlag as.

Svenskt Näringsliv (2008) *Om Svenskt Näringsliv*. [Online]

URL: http://www.svensktnaringsliv.se/om_oss/ (10.03.08)

Wikipedia (2008) *Fellesforbundet*. [online] URL:

<http://no.wikipedia.org/wiki/Fellesforbundet> (14.02.08)

Wikipedia (2008) *LO*. [Online] URL:

<http://no.wikipedia.org/wiki/LO>
(14.02.08)

Wikipedia (2008) *NHO*. [Online] URL:

<http://no.wikipedia.org/wiki/NHO> (14.02.08)

Wikipedia (2007) *Tariffavtale*. [online] URL:

<http://no.wikipedia.org/wiki/Tariffavtale> (14.02.08)

Wikipedia (2008) *Landsorganisasjonen i Danmark*. [online]

URL:
http://no.wikipedia.org/wiki/Landsorganisationen_i_Danmark
(27.03.2008.)

Wikipedia (2008) *Den Internasjonale arbeidsorganisasjonen*.

[online] URL:
http://no.wikipedia.org/wiki/Den_internasjonale_arbeidsorganisasjonen
(31.03.08)

Ålgård Offset (2008) *Om oss*. [online] URL: <http://www.algard-offset.no/index.html> (02.04.08)

Ålgård Offset (2008) *Produksjon*. [online] URL:

<http://www.algard-offset.no/produksjon.htm> (02.04.08)

