

TIDSKRIFT FÖR POLITISK FILOSOFI  
NR 3 2009 | ÅRGÅNG 13

*Bokförlaget* THALES

*Magnus Frostenson*

### Inledning

FRÅGOR OM ANSVAR och etik i näringslivet har kommit att bli alltmer aktuella och brännande under senare år. Spaltkilometrar ägnas åt skandaler, bonusprogram, problematiska förhållanden hos underleverantörer, korruptionsaffärer och andra företeelser som förknippas med tvivelaktig etik i näringslivet. Debatten ryms ofta inom den vidare diskussionen om företagens sociala ansvar (eller *corporate social responsibility*, CSR). Typiskt för denna diskussion är att den drivs av ett antal starka aktörsgrupper som fungerar som normsändare. I Sverige har liksom utomlands aktörer som NGOs (*non-governmental organisations*), socialt ansvarsfulla investerare, konsulter, media och företagen själva spelat en viktig roll för utvecklingen av CSR (se till exempel Borglund m.fl. 2008; De Geer 2009; Windell 2009). Däremot har mer traditionella aktörer som stat, arbetsgivarorganisationer och fackföreningar varit relativt sena att agera och reagera (De Geer m.fl. 2010). CSR är ett begrepp som har vuxit fram i ett företrädesvis anglosaxiskt sammanhang (Melé 2008). Detta kan vara ett skäl till att föreställningen om det socialt ansvarsfulla företaget delvis kolliderar med en traditionell välfärdsuppfattning om företagets roll i samhället. Det har hävdats (De Geer m.fl. 2010) att den svenska välfärdsstatens traditionella aktörer – i ett slags ohelig allians – har varit skeptiska till företags roll som katalysatorer för socialt ansvar. I stället har dessa aktörer betonat företags traditionella roll som rationell producent av varor och tjänster samt arbetsgivarrollen. Frågor kring sociala förmåner har rymts inom socialpolitiken som har varit det offentliga domänen.

Trots detta vinner CSR terräng och har etablerats som ett begrepp också i den politiska diskussionen (Moon & Vogel 2007). Denna artikel kommer, efter att först ha diskuterat olika kännetecknen för den svenska diskussionen om CSR, att visa på tre idéer om företagens sociala ansvar som har kommit till uttryck genom åren.

De tre idéerna – en politisk, en missionerande och en samhällelig – står samtliga i motsatsförhållande till föreställningar om att staten inte ska befatta sig med frågor som berör etik inom näringslivet. Artikeln argumenterar inte för eller emot det ena eller det andra synsättet, utan tydliggör olika idéer om företagens sociala ansvar. Syftet är att identifiera olika normativa förhållningssätt som har präglat förhållandet mellan stat och näringsliv i ett svenskt sammanhang under de senaste åren. Detta är meningsfullt eftersom det fortfarande florerar vaga och grovt förenklade föreställningar om vad diskussionen om företagens sociala ansvar handlar om. Texten exemplifierar och tydliggör utgångspunkter i idéerna och ska inte ses som ett försök till omfattande historieskrivning.

Företagens sociala ansvar och det svenska sammanhanget CSR HAR UNDER de senaste åren kommit att bli ett tema på politisk nivå också i Sverige (De Geer m.fl. 2010; Windell m.fl. 2009). Ministrar på hög nivå talar om vikten av socialt ansvarstagande i näringslivet och skyldigheten att styra samhället i hållbar riktning. Detta visar också på att den skepsis mot idén om CSR som funnits hos traditionella aktörer som stat, arbetsgivarorganisationer och fackföreningar har börjat luckras upp och nyanseras. Den historiska tveksamheten mot CSR har haft flera orsaker. En är att CSR-begreppet har utmanat en traditionell syn på ansvarsfördelning i det svenska samhället (De Geer m.fl. 2010). I ett historiskt perspektiv har företagets traditionella »patriarkala» ansvarstagande (Magnusson 1986), till exempel i form av arbetarbostäder, sjukvård och organisering av arbetarnas sociala miljöer, utgjort ett hinder för utveckling mot en välfärdsstat (De Geer m.fl. 2010). Ett av den framväxande fackföreningsrörelsens centrala krav var att vederlag för utfört arbete skulle utbetalas i pengar snarare än genom omhändertagande tjänster (Magnusson 1986; De Geer 2009). Detta hade att göra med ett starkt motstånd mot det beroendeförhållande som arbetstagarna i och med detta hamnade i. Anställningsvillkor skulle förhandlas fram mellan arbetsmarknadens parter och socialpolitik skulle skötas av staten. Företagens roll i detta system var att

ikläda sig arbetsgivarrollen och att sörja för rationell och effektiv produktion (De Geer 1978; Johansson 1989). En central aspekt av denna tankefigur var att företag inte skulle ta någon form av socialt ansvar, vilket arbetsgivarrepresentanterna godtog fullt ut. Inte heller från arbetsgivarhåll fanns intresse av att ansvara för sådant som kräver resurser och flyttar fokus till angelägenheter som inte primärt är relaterade till företagande.

En förklaring till att CSR trots denna historiska bakgrund har kunnat etableras som begrepp i det svenska sammanhanget är en fortgående försvagning av den svenska modellen. I globaliserings-tidevarv har detta inneburit en försvagning av traditionella aktörers bestämmande inflytande på ekonomin, vilket gör att större hänsyn måste tas till att problemlösning på samhälls nivå inte kan ske utan medverkan från aktörer i näringslivet (Windell 2006; Sahlin-Andersson 2006). Som antytts ovan har dock nya aktörer och normsändare etablerats och nya dialogarenor skapats. Detta har till stor del att göra med globaliseringen, som har skapat helt andra förutsättningar för traditionella modellers giltighet. Det har till exempel hävdats (De Geer 2009) att dagens diskussion om CSR aldrig hade kunnat komma till stånd utan förekomsten av globalt verksamma NGOs. Dessa har de senaste årtiondena blivit alltmer aktiva och har på ideologiska grunder bidragit till att uppmärksamma företagets verksamheter och den moraliska dimension som dessa innebär. Samtidigt har mediernas intresse för frågor om näringslivets ansvar ökat. Media fyller en legitimerande funktion, sätter agendan och skapar bilder (Strannegård & Pallas 2010). Ofta agerar media i symbios med NGOs (Borglund m.fl. 2008). Rapporter från NGOs, till exempel om missförhållanden bland svenska företags underleverantörer i utvecklingsländer, slås upp i media och blir till nyheter som företagen måste agera på. Samtidigt har framväxten av så kallade socialt ansvarsfulla investeringar haft betydelse och utgör nu en viktig faktor som påverkar företagets förmåga till kapitalanskaffning.

Den allt livligare diskussionen om CSR har föranlett en respons från traditionella aktörer. Den relativa acceptans av begreppet som

märkts under senare år har till stor del varit möjlig tack vare begreppets vaghet och flexibilitet. Detta har gjort det möjligt för traditionella aktörer att omtolka CSR så att begreppet passar in i de tankefigurer som välfärdsstatens aktörer fortfarande i hög utsträckning präglas av. Förutom flexibiliteten, som gör det möjligt att knyta CSR till frågor om mänskliga rättigheter, förhållanden hos underleverantörer, korruption och miljö snarare än arbetsgivarens ansvar mot arbetstagare på hemmaplan, har också framväxten av så kallad mjuk reglering varit viktig (Sahlin-Andersson 2006). Överstatliga initiativ som FN:s Global Compact, den pågående processen med en ISO-standard för socialt ansvarstagande (ISO 26000) och OECD:s riktlinjer för multinationella företags verksamheter i utvecklingsländer är exempel på sådan icke tvingande reglering som signalerar ett normtryck på företagen att anpassa sig efter vissa moraliska spelregler. Sådana initiativ är oftast inriktade mot frågeställningar som traditionella svenska aktörer förknippar med CSR. De fyra områden som Global Compacts principer täcker är de ovan nämnda – mänskliga rättigheter, arbetsförhållanden, miljö och korruption. Detta är områden som i allt väsentligt knyts till problematik i utvecklingsländer, vilket gör att den mjuka regleringen knappast hamnar i konflikt med föreställningen om socialpolitiken som det offentligas domäner. Dessutom kan den mjuka regleringen anses vara i linje med en svensk tradition av att institutionalisera moraliskt ansvarstagande (De Geer m.fl. 2010). Detta innebär att det finns övergripande principer eller regler tillgängliga som uttrycker vissa normföreställningar och som företagen har att rätta sig efter. Det är enligt detta synsätt inte primärt det enskilda företaget som skapar regleringen eller som fungerar som katalysator för det moraliska ansvarstagandet. Snarare erbjuds det en plats i ett redan organiserat och institutionaliserat normsammanhang.

Det tycks vara rimligt att anta att CSR-begreppets flexibilitet, framväxten av mjuk reglering och nya separata aktörsarenor där begreppet i stor utsträckning kan frodas har skapat en acceptans och möjlighet för traditionella aktörer att närma sig CSR-begreppet utan att rucka på centrala föreställningar om ansvarsfördelning

i den svenska välfärdskontexten. Detta gör dock att diskussionen kring CSR i Sverige förblir relativt annorlunda jämfört med motsvarande företagscentrerade diskussion exempelvis på EU-nivå (Frostenson & Borglund 2006). I det följande ska tre olika slags förståelse av socialt ansvar i näringslivet beskrivas med utgångspunkt i statens och politikens aktiviteter på området.

Den politiska idén

DEN POLITISKA IDÉNS fokus är på demokratiskt inflytande i företagen. Typiskt för idén är att den betonar statens funktion som korrektiv instans som motvikt till företagens samhälleliga makt och inflytande. Idén är inte på något sätt ny, utan kan snarare ses som typisk för ett historiskt och ideologiskt sammanhang där statens roll som reglerande instans är betydande (Jenkins 2005). Idén är politisk i så måtto att den har kommit till uttryck i en politisk kontext där staten traditionellt har haft maktmedel att genom reglering och lagstiftning påverka företagens agerande i riktning mot förverkligandet av vissa ideal. I någon mån återspeglas denna politiska idé i den moderna diskussionen om CSR. Garriga & Melé (2004) har betonat att ett modernt politiskt perspektiv på CSR lyfter fram företagets makt och skyldighet att ta ansvar i en samhällelig kontext, där de ingår som »medborgare» eller *corporate citizens* (Davis 1973). Detta perspektiv skiljer sig dock från ett äldre och i högre grad interventionistiskt synsätt som till exempel återfinns i en sociologisk arbetsvetenskaplig tradition (Dahlström 1977) och i 1970-talets statsvetenskapliga debatt om internationell makt och beroendeförhållanden mellan stater (Mörth 2006). Även om det finns olika aspekter av denna idé finns det vissa särdrag som tydligt skiljer den från de idéer som ofta kommer till uttryck i dagens diskussion om företagets sociala ansvar. Den historiska diskussionen uppmärksammade frågan om företagets politiska makt och hur man skulle kunna utkräva ansvar av icke demokratiskt valda aktörer (se till exempel Keohane & Nye 1970/71).

I ett svenskt sammanhang blev föreställningarna om företagsdemokrati och inflytande över ledningen av företagen en central fråga

i sextio- och sjuttioalens alltmer radikaliserade klimat. Framför allt manifesterades detta i en facklig och politisk kamp om bestämmanderätten över arbetet, vilket drevs till sin spets i striden om löntagarfonderna under sjuttio- och det tidiga åttiotalet (Johansson 2009). Fram till och med sjuttioalet var det arbetsplatsen och frågor om arbetsvillkor och arbetarskydd som var centrala i diskussionen om företagets ansvar (Morsing m.fl. 2007). Det sammanhang som dessa frågor diskuterades i var nationellt och primärt industriellt. Detta skedde, kan man hävda, mot bakgrund av en ideologisk fond där klassperspektiv och föreställningar om företagsdemokrati och inflytande utgjorde en normativ utgångspunkt. Frågan handlade delvis om industriella relationer. Detta kunde innefatta relationen mellan företagsledning och fackföreningar, relationen mellan över- och underordnade och individens självförverkligande i arbetet. Centrala värden i diskussionen kunde vara effektivitet, arbetstillfredsställelse och demokrati på arbetsplatsen (Dahlström 1977). I denna sociologiska diskussion var arbetstagarna föremålet för företagets ansvarstagande. En skärningspunkt gick mellan synen på arbetsgivarens ansvar för att öka arbetstillfredsställelsen hos medarbetarna – en syn som går igen i den moderna CSR-diskussionen – och makten över arbets- och produktionsförhållandena (jfr Dahlström 1977). Demokrati på arbetsplatsen kunde förstås som deltagande i beslut och konsultationer eller som arbetarnas kontroll, självstyrning och bemäktigande av produktionen. Även om fackföreningsrörelsen med LO i spetsen hade mycket långtgående ambitioner kom den lagstiftning som följde under sjuttioalet att gå på den förra linjen, men var, trots att den inte utmanade ägandet och arbetsgivarens yttersta rätt att leda och fördela arbetet, i allt väsentligt ett brott mot den maktbalans och förhandlingsmodell som hade varit vägledande i arbetslivet under flera decennier (Nycander 2002; Johansson 2009). Den riktning som 1971 års LO-kongress angav innebar långtgående ambitioner att delta i beslut rörande företagsledning och produktionsorganisation. Självbestämmande, delaktighet, stimulans och andra faktorer ansågs också öka arbetstillfredsställelsen för den enskilde. I detta ideologiskt

präglade normsammanhang fanns grunden till den arbetsrättsliga lagstiftning som trädde i kraft i mitten av sjuttioalet. Den fackliga och politiska strävan som möjliggjorde denna fördes dock i allt väsentligt i ett antagonistiskt förhållande till näringslivet snarare än med utgångspunkt i företagens vilja att ta socialt ansvar. Den autonomi som förutsätts i senare tiders diskussioner om CSR hade över huvud taget ingen motsvarighet (jfr Moon & Vogel 2007, s. 306: »By definition, CSR presumes an autonomous corporation, free to exercise discretion in how it deploys its resources»). Den centrala frågan var makten över och fördelningen av företagens resurser (Nycander 2002).

Den diskussion om företagsdemokrati, arbetstillfredsställelse, inflytande och makt som fördes på sextio- och sjuttioalet och som fackföreningsrörelsen gick i bräschen för var i stort sett begränsad till ett nationellt sammanhang (Morsing m.fl. 2007). Industriella frågor stod på dagordningen och dikotomin arbetsgivare och arbetstagare var cementerad. Miljöfrågor var inte en fråga för arbetsmarknadens parter. Internationella frågor diskuterades inte i det arbetssociologiska sammanhanget. I olika sammanhang fanns nationella strävanden som ledde till direkt reglering av företagens aktiviteter genom statens försorg under andra hälften av sextioalet och åtminstone första hälften av sjuttioalet. I det svenska fallet tog sig detta uttryck i ovan nämnda arbetsrättsliga lagstiftning och i arbetsmiljölågstiftning, medan man i USA fick lagar inom konsument- och miljöskyddsområdet (Jenkins 2005). En motsvarighet till den politiska idén fanns dock på ett övernationellt plan. Bland annat uppmärksammades transnationella företags direktinvesteringar i utvecklingsländer. Frågor om makt och beroendeförhållanden ingick i diskussionen. Svårigheter fanns dock i att reglera internationella företagsverksamheter på nationell nivå i de utvecklade länderna, vilket gjorde att frågor kring bindande uppförandekoder och andra instrument diskuterades på övernationell nivå i organ som FN och Internationella Handelskammaren. Den mjuka reglering som har följt sedan andra hälften av sjuttioalet är delvis ett uttryck för att tvingande reglering inte visade sig vara en framkomlig väg (Jenkins

2005; Sahlin-Andersson 2006). Dagens mjuka reglering har snarare kännetecknats av andra mekanismer än i sextio- och sjuttioalets diskussioner om företag och ansvar. Från och med åttiotalet ägde en omvärdering rum i fråga om statlig och överstatlig interventionism i näringslivet (Sahlin-Andersson 2006). Inte minst berodde detta på liberaliseringen av kapitalmarknaderna och andra faktorer som globaliserade ekonomin från åttiotalet och framåt (Jenkins 2005). Även om den politiska idén – och därmed frågor om makt, beroende och inflytande – har haft betydelse i senare tidens utveckling av mjuk reglering, så utvecklas och kanaliseras regelverken i mindre grad genom statlig och överstatlig interventionism. Internationella organisationer har fortsatt att ha en central roll i skapandet av frivilliga regelverk. FN:s Global Compact och OECD:s riktlinjer för företagande i utvecklingsländer är typiska exempel på detta. Men vidare deltagandeprocesser, där inte minst företagen själva och exempelvis frivilligorganisationer i civilsamhället representeras (Bendell & Bendell 2007), har fått ökad betydelse.

Den missionerande idén

DEN MISSIONERANDE IDÉN är ett mynt med två sidor. Dels handlar den om statens vilja att direkt påverka normbildningen och verksamheten i näringslivet, dels om att bidra till en normbildning globalt genom att näringslivet agerar utifrån vissa normer i sin verksamhet i fjärran länder. I det senare fallet fyller näringslivet en instrumentell funktion, som ett slags bärare av normer som tar sig uttryck i den konkreta verksamheten på ett internationellt plan. Idén är missionerande i den meningen att den bygger på en föreställning om en normerande svensk värdegrund som är värd att bejaka och sprida i de – ofta internationella – sammanhang där svenska företag är aktiva.

Påverkan på normbildningen i näringslivet finns både inom statens direkta påverkanssfär, till exempel inom de statligt ägda bolagen, och indirekt genom initiativ som syftar till att främja god normbildning i svenska företag som är verksamma utomlands. Den direkta påverkan kan formuleras i ägardirektiv till statligt ägda fö-

retag. Vattenfall förutsätts sedan några år tillbaka att »inom ramen för kravet på affärsmässighet vara det ledande företaget för omställningen till en ekologiskt och ekonomiskt uthållig svensk energiförsörjning», där det även förs en diskussion om att utvidga denna fördömlighet till europeisk energiförsörjning (E24 2009). Detta är en omdiskuterad utvidgning av ett affärsdrivande bolags ändamål som görs mot bakgrund av politiska och ideologiska överväganden. Ett annat exempel på viljan till normpåverkan är direktivet om obligatorisk hållbarhetsredovisning för statligt ägda företag från och med 2008 (Näringsdepartementet 2007). Sedan tidigare finns tanken på aktiv normpåverkan i näringslivet i de placeringskriterier som AP-fonderna har haft sedan 2001, där hänsynstagande till etiska och miljömässiga faktorer har ingått (SOU 2008). En aktuell diskussion är också hur aktiva ägare AP-fonderna ska vara. Frågan gäller bland annat om fonderna av etiska skäl ska rösta emot bonusprogram för företagsledning i de bolag där man äger aktier. Bland tidigare initiativ från regeringshåll märks inrättandet av Förtroendekommisionen och, sedermera inom ramen för denna, Kodgruppen, på vars förslag det som än idag gäller som svensk kod för bolagsstyrning etablerades (Windell m.fl. 2009). Direkt normativ påverkan från det offentliga är naturligtvis inte begränsad till näringslivet. På kommunal nivå finns ett aktuellt exempel i diskussionen om Stockholms stads kulturförvaltnings riktlinjer för kultur- och invandrarföreningar, som handlar om att en värdegrundsprövning ska göras innan kommunalt stöd betalas ut. Tanken är att föreningarna för att få bidrag måste leva upp till godkända värderingar gällande integration, demokrati, mänskliga rättigheter och jämställdhet (SvD 2009a).

Till skillnad från den direkta påverkan – ett slags tvångsmission givet ett befintligt ägarinflytande eller annan makt att påverka aktörer i näringslivet, till exempel genom upphandlingsvillkor – kommer den missionerande idén framför allt till uttryck i ett internationaliserat sammanhang där svenska företag verkar utomlands eller där svenska staten tar initiativ för utbildning eller utveckling och där en starkt normativ komponent finns med i bilden. Under det

senaste decenniet har några initiativ tagits av svenska politiker där den missionerande idén kommer till uttryck. Det kan noteras att de svenska initiativen har haft andra bevekelsegrunder än i exempelvis Storbritannien, Danmark och Australien. Medan CSR hamnade på agendan i dessa länder åtminstone från det tidiga nittioalet och framåt, bland annat till följd av en medvetenhet om näringslivets betydelse för bekämpandet av arbetslöshet och bristande social sammanhållning (Frostenson & Borglund 2006; Moon & Vogel 2007), kom den svenska regeringens första uttryckliga initiativ att tas mot bakgrund av globaliseringsdiskussionen och händelserna, till exempel Göteborgskravallerna, som inträffade i samband med Sveriges dåvarande ordförandeskap i EU 2001. 2002 sjösatte den dåvarande socialdemokratiska regeringen Globalt Ansvar. 18 företag kom under årens lopp att ansluta sig till detta initiativ. Ännu 2009 finns Globalt Ansvar kvar men rekryteringen av medlemmar har upphört. Företag uppmanas i stället att ansluta sig direkt till FN:s Global Compact. I ljuset av globaliseringsdebatten fanns det från den dåvarande regeringens sida ett behov av att lyfta fram globaliseringens och frihandelns fördelar och möjligheter (Frostenson & Borglund 2006; De Geer m.fl. 2010). Globalt Ansvar skulle bli en möjlighet för svenska företag att visa beredvillighet att ta ansvar på ett globalt plan parallellt med ett engagemang för frihandel och globalisering. Målen var att bidra till förverkligandet av mänskliga rättigheter och hållbar utveckling, stärka svenska företags konkurrenskraft och att öka kunskapen om multilaterala regelverk (Globalt Ansvar 2009).

Globalt Ansvar skulle underlätta för företag att nå vad man från initiativets sida menade var »högre nivåer» av CSR, nämligen ett aktörskap för global problemlösning och, om än på något »lägre nivå», för utveckling och fattigdomsbekämpning i de fall där stater inte klarar av att lösa problemen (Horn af Rantzien 2003; jfr Sahlin-Andersson 2006). Ett nyckelord i det partnerskap som initiativet utgjorde var frivillighet. Företagen skulle frivilligt engagera sig inom ramen för Globalt Ansvar för att nå de högt uppsatta målen. Globalt Ansvar skulle fungera som en mötesplats för dialog, erfa-

renhetsutbyte och experimentverkstad för hur man bäst operationaliserar CSR i det dagliga arbetet. Samtidigt fanns övertygelsen att svenska företag drivs av – eller åtminstone skulle kunna stå för – djupt rotade värderingar i det svenska samhället (Horn af Rantzien 2003). Detta innebar att de principer som initiativet hänvisade till – framför allt FN:s Global Compact och OECD:s riktlinjer för verksamhet i utvecklingsländer – redan var etablerade i svenska företags medvetande och affärsstrategier. Detta möjliggjorde också ett svenskt »ambassadörskap», vilket var ett tema i ett öppet brev från ministrarna Lindh, Karlsson och Pagrotsky i samband med att Globalt Ansvar instiftades 2002 (Lindh m.fl. 2002). Där uppmanades svenska företag att bli ambassadörer för mänskliga rättigheter, anständiga ekonomiska och sociala villkor och en god miljö (De Geer m.fl. 2010; Windell m.fl. 2009).

Ett annat exempel på missionerande aktivitet är Svenska institutets managementprogram, som inrättades 2007 på uppdrag av Utrikesdepartementet. Målet är att bygga ett »varaktigt, aktivt nätverk med framtida ledare på exekutiv nivå som tillsammans kan stärka relationer och affärssamarbeten mellan de deltagande länderna» (Svenska institutet 2009a). En tanke med initiativet är att det ska främja »nytänkande och ledarskap på människans och miljöns villkor» som man uttrycker det (Svenska institutet 2009a). Ledarskapsutbildningen riktar sig till yngre ledare i företrädesvis Östeuropa, Kina och Indien. Ett budskap till dessa är att framgångsrikt företagande skapas genom CSR. I programmet ingår problemlösning, företagsbesök och möten med framstående namn inom näringsliv, kulturvärld och politik. I Svenska institutets uppdrag ligger att stärka demokratiska värderingar och främja utveckling (Svenska institutet 2009b). Detta innebär att man förväntas agera kommunikativt och utåtriktat. I förhållande till näringslivet är hållbarhet ett av Svenska institutets fokusområden. Hållbarhet är ett begrepp som innefattar miljö och hållbar utveckling samt socialt ansvarsfullt företagande och handel (Svenska institutet 2009b).

En gemensam nämnare för Globalt Ansvar och Svenska institutet är att de formellt organiseras under Utrikesdepartementet. Or-

ganiseringen antyder en syn på företagens sociala ansvarstagande som någonting som främst har att göra med gränsöverskridande dilemman. Som Horn af Rantzien (den före detta högsta ansvariga för Globalt Ansvar) skriver (2003), så handlar ansvarstagande i stor utsträckning om att leva upp till internationella riktlinjer och principer, särskilt FN:s Global Compact och OECD:s riktlinjer, eftersom detta i förlängningen leder till ett ansvarsfullt agerande från företagets sida. Dessa övernationella ramverk rymmer nämligen grundläggande värderingar som kännetecknar den svenska samhällliga kontexten. Detta sammanhang anses stå sig starkt i ett internationellt sammanhang. Utökad internationell handel och utbyte anses leda till positiv påverkan. När handelsminister Ewa Björling ser svenska företags expansion i Kina enbart som en fördel så motiverar hon detta med att »ju fler företag vi har där som goda förebilder desto mer kommer också kineserna att lära sig att respektera mänskliga rättigheter» (SvD 2009b). Näringslivet är med andra ord instrument för normativ påverkan. Detta kan komma till uttryck på olika sätt. I denna tankefigur ingår föreställningen om de svenska företagens föredömlighet. Att normpåverkan kan gå i motsatt riktning är inte en fråga som aktualiseras. Till exempel förs diskussionen om eventuella kinesiska övertaganden av svensk bilindustri främst i termer av risk för förlorade arbetstillfällen. Kinesisk normpåverkan på svenska företag tycks man knappast reflektera över.

Den samhällliga idén

DEN SAMHÄLLELIGA IDÉN om företagens sociala ansvarstagande handlar i första hand om den svenska välfärdskontext som är socialt fördelaktig för företag att vara en del av och att bidra till. Snarare än att utgå från företagen som katalysatorer för ansvar är föremålet för diskussionen hela den miljö som företagen verkar i, en miljö som i mycket väsentligt skapas av politiska beslut. Miljön är socialt konkurrenskraftig och stödjande. Det är sammanhanget som betonas. Ett socialt sammanhållet och välfungerande samhälle anses vara attraktivt för företagen. Till skillnad från den politiska

idén handlar denna idé inte om inflytande över företagen och deras maktposition i förhållande till ett demokratiskt ideal. Den är heller inte – till skillnad från den missionerande idén – primärt fokuserad på gränsöverskridande dilemman.

Typiskt för den samhälleliga idén är föreställningen om politikens stödande samhälleliga funktion. När Solna stad i november 2009 organiserar en konferens på temat hur man kan arbeta tillsammans med företag för att utveckla CSR-arbetet är staden medaktör (Solna stad 2009). Tillväxt och utveckling ska gå hand i hand med hänsyn till att man tar ett socialt ansvar i närsamhället. Solna ska bli en föregångskommun. Man samverkar och skapar tillsammans en miljö som främjar företagande. Samtidigt bidrar företagen till att samhälleliga problem, till exempel integrationspolitiska, får en lösning, bland annat genom att skapa arbetstillfällen. Detta handlar om miljöer där ansvarsfullt företagande kopplas till en helhet där offentliga ambitioner för att lösa samhälleliga problem diskuteras i samma andetag och företag får spela en aktörsroll i en vidare samhällelig problem- och möjlighetskontext. Begrepp som CSR-kluster börjar dyka upp i diskussionen. I vissa fall handlar det också om samverkan för att stärka kommunens eller stadens varumärke. *City branding* är numera en etablerad företeelse som också kan ha en social dimension. Den lokala miljön profileras som socialt konkurrenskraftig.

Exempel på detta finns på nationell nivå. Myndigheten för utländska investeringar i Sverige, till vardags Invest in Sweden Agency (ISA), arrangerade 2005 en konferens där dåvarande näringsministern Thomas Östros hävdade att trots att omställningskostnaderna som följer av handels- och investeringsliberaliseringar sannolikt är små i förhållande till de vinster som görs, finns det behov av en politik för omställningsprocessen. »I korthet behöver vi både mycket välfärd och mycket marknad. Jämlikhet, rättvisa och välfärd är konkurrensfördelar i den globaliserade ekonomin», hävdade ministern (ISA 2005). Det handlar här om ett svenskt konkurrenskraftigt sammanhang, som präglas av social medvetenhet och vissa värderingar som gör det attraktivt. ISA – som är en myndighet som precis

som ovan nämnda Globalt Ansvar och Svenska institutet sorteras in under Utrikesdepartementet – har i andra sammanhang lyft fram ett antal faktorer som gör Sverige konkurrenskraftigt. I en rapport om utländska företags syn på Sverige (ISA 2009) skriver man att Sverige drar fördel av en välutbildad och välfungerande arbetskraft, ett bra samarbetsklimat mellan företagsledning och fackföreningar och en modern infrastruktur. En kulturell aspekt framhålls också. Svenska arbetsplatser präglas av en pragmatisk problemlösningskultur, slår man fast. I uppdraget ingår att aktivt medverka till att utländska företag investerar i Sverige samt att höja kompetensen om direktinvesteringar i Sverige. I Utrikesdepartementets regleringsbrev för ISA för 2008 (se UD 2007) anges att myndigheten ska ägna sig åt investeringsfrämjande verksamhet, men också – till skillnad från tidigare år – att man i denna verksamhet ska framhålla den svenska jämställdhetspolitiken vid presentationer för investerare och andra aktörer.

Aspekter av den missionerande idén förutsätts alltså i statliga aktörers verksamheter gentemot utländska företag. Det man vill framhålla kan däremot förstås kontextuellt. Sverige är ett investeringsland som präglas av en jämställdhetskultur och -politik. Den samhälleliga idén står alltså inte i motsättning till den missionerande idén om ansvarstagande i näringslivet, utan kan sägas komplettera denna idé. I högsta grad är den samhälleliga idén förenlig med ett traditionellt sätt att se på företagets roll i samhället. Även om det är företagets styrelser och operativa ledning som förväntas implementera CSR i organisationerna är grundtanken inte att företagen ska stå för det sociala ansvaret i en djupare bemärkelse. De ska verka i och bidra till den ansvarsfulla miljö som skapar rambetingelserna för ett stabilt och hållbart företagande. Men detta betyder inte att politikerna ska avhända sig kontrollen över socialpolitiken eller de grundläggande spelreglerna för marknaden i en nationell kontext.

Ett uttryck för den samhälleliga idén är också företeelsen sociala företag (i den mån de drivs eller initieras med hjälp av stöd från det offentliga). Sociala företag är inte vinstdrivande utan har ofta som mål att hjälpa och integrera människor som av olika anledningar

står långt ifrån den ordinarie arbetsmarknaden, ofta på grund av fysiska, psykiska eller sociala funktionshinder. Tanken är att de för- enar individens behov av arbete med entreprenörskapets fördelar och samhällets behov av tjänster. Organisatoriskt strävar man efter att vara fristående från den offentliga sektorn, men i praktiken finns ofta en delaktighet eller stöd från offentliga aktörer. Ett exempel är dåvarande Nuteks (Sveriges nationella myndighet för frågor som rör näringslivets utveckling, numera Tillväxtverket) engagemang i ett projekt finansierat av Europeiska Socialfonden med syfte att förbättra förutsättningarna för socialt företagande (se bland annat Nutek 2007). Ett annat exempel är Samordningsförbundets i Uppsala län satsning på att skapa ett antal sociala företag i länet (Samordningsförbundet 2009). Till skillnad från traditionellt socialt stöd till enskilda individer är fokus för dessa insatser ett inlemmande i ett näringslivssammanhang som i sig ryms inom en vidare socialpolitiskt bestämd och motiverad ram.

#### Analys

DE TRE IDÉER som beskrivs ovan uppvisar drag som tydligt skiljer dem åt. Ett gemensamt drag är dock att samtliga uppstår i ett svenskt välfärdssammanhang och torgförs av politiska aktörer. En förklaring till detta är att de inte utmanar en i och för sig mångbottnad men ändå vedertagen förståelse av politikens framträdande roll i samhället. Denna förståelse utgår från att socialt ansvar är en i första hand politisk fråga i den mån staten och politiker har en reell påverkansmöjlighet, vilket dock knappast är fallet i ett starkt internationaliserat sammanhang. Den svenska modellens tillbakagång och globaliseringens förändringar har i mångt och mycket begränsat traditionella aktörers räckvidd, inte bara politikernas utan också arbetsgivar- och arbetstagarorganisationernas. De idéer som här beskrivs som missionerande och samhällseliga kan ses som den moderna politikens svar på dessa förändringar och utmaningar.

Sextio- och sjuttio-talens föreställningar om företagsdemokrati är sedan länge passé, åtminstone i den bemärkelsen att de inte kommer till uttryck i den moderna diskussionen om företagets sociala

ansvar. Historien har visat att den syn på företagsdemokrati som var förhärskande i delar av fackföreningsrörelsen och den politiska vänstern hade sina förutsättningar i ett trögrörigt nationellt och produktionsinriktat industrisamhälle, där dikotomin arbetsgivare och arbetstagare var central och begrepp som internationalisering och entreprenörskap antingen inte existerade eller betraktades som randfenomen. Makten över produktionen och ledningen av företag var det övergripande målet för fackföreningsrörelsen och den politiska vänstern, mot bakgrund av ideologiskt laddade tolkningar av begrepp som jämlikhet, rättvisa och välfärd. I ett starkt förändrat samhälle finns inte längre förutsättningarna för ett sådant förhållningssätt gentemot företag. Kapitalet är lättörligt, ekonomin mer tjänste- och upplevelseinriktad, kommunikationerna förbättrade, teknologin mer utvecklad och den globala dimensionen har blivit viktigare än den nationella för de storföretag som maktanspråken framför allt riktade sig emot. Statens roll som reglerare och möjligheterna att påverka företag genom nationell lagstiftning har också minskat i ett globalt perspektiv (Jenkins 2005). Diskussionen om företagets makt och ansvar har därför kommit att förskjutas och andra idéer gör sig gällande.

Insikten om denna utveckling har skapat ett mer eller mindre medvetet behov av att omformulera förståelsen av kraven på ansvar i näringslivet. Detta görs mot en bakgrund där klass- eller demokratibegreppen inte nödvändigtvis är utgångspunkterna för analysen (även om demokrati och inflytande fortfarande spelar en viss roll), utan snarare identitetsfrågor, som kan handla om kön eller etnisk härkomst (jfr Morsing m. fl. 2007), i det lokala sammanhanget och makt- och rättighetsfrågor i det globala. Något förenklat utkrävs idag ansvar av företagen, snarare än att ansvar tas genom politiskt inflytande i företagen. Företagen får enligt de missionerande och samhällseliga idéerna sitta i orubbat bo. De erkänns som autonoma i den meningen att det inte är fråga om att politiken ska bemäktiga sig makten i företagen (jfr Moon & Vogel 2007). Trots detta är de senare idéerna fullt förenliga med välfärdsstatens syn på företagandets roll i samhället. Den samhällseliga idén handlar om en miljö

som underlättar för företagen att ta ansvar, medan den missione-  
rande idén exporterar välfärdsstatens värderingar till domäner som  
den endast i mycket begränsad utsträckning har makt att påverka.  
Företagen blir enligt den senare idén medel för förverkligandet av  
värderingar. Synen på företagen är därmed instrumentell.

Analysen ovan ger skäl att förtydliga vilken idé som egentligen  
åsyftas när man diskuterar företagets sociala ansvar. Svepande for-  
muleringar om att »CSR-debatten» är företagsfientlig och lägger  
kollektiv skuld på näringslivet (jfr Svenskt Näringsliv 2004/2006)  
är inte trovärdiga om de inte klargör vilken eller vilka idéer som ta-  
let om företagets sociala ansvar utgår från. Artikelns synliggjort  
tre föreställningar som förekommer i den politiska diskussionen.  
Detta innebär dock inte att den vida CSR-diskussionen är begrän-  
sad till just dessa tre, utan de är uttryck för en svensk politisk förstå-  
else av vad företagets sociala ansvar bör innebära. I ett europeiskt  
sammanhang, till exempel inom det EU-kommissionen närstående  
företagsnätverket CSR Europe, dominerar vad som har kallats den  
företagscentrerade synen på CSR (Frostenson & Borglund 2006;  
De Geer 2009; De Geer m.fl. 2010), en idé som framför allt hand-  
lar om att socialt ansvarstagande är en god ledningsfilosofi efter-  
som det i förlängningen ökar företagets legitimitet, anseende och  
vinster. Denna diskussion utgår från föreställningen om företagen  
som noder eller katalysatorer för socialt ansvar i ett sammanhang av  
intressenter men utan egentlig kontextualisering av den socialpoli-  
tiska dimensionen i ett välfärdssammanhang (Frostenson & Borg-  
lund 2006). En sådan föreställning har fortfarande svårt att finna  
fotfäste i ett av en traditionell modell präglad svenskt sammanhang,  
möjligen med undantag för vissa svenska företag och konsulter som  
helhjärtat har tagit den till sig på den kommersialiserade expert-  
marknad som utvecklats på området (Windell 2009).

→

*Magnus Frostenson är ekon.dr och forskare vid Företagsekonomiska institu-  
tionen, Uppsala universitet.*

## Referenser

- BENDELL, JEM & BENDELL, MARK (2007), »Facing Corporate Power», i: Steve May, George Cheney & Juliet Roper (red.), *The Debate Over Corporate Social Responsibility*, Oxford: Oxford University Press, s. 59-73.
- BORGLUND, TOMMY, DE GEER, HANS & HALLVARSSON, MATS (2008), *Värdeskapande CSR: Hur företag tar socialt ansvar*, Stockholm: Norstedts.
- DAHLSTRÖM, EDMUND (1977), »Efficiency, Satisfaction and Democracy in Work: Conceptions of Industrial Relations in Post-War Sweden», *Acta Sociologica* 20: 1, s. 25-53.
- DAVIS, KEITH (1973), »The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibilities», *Academy of Management Journal* 16, s. 312-322.
- DE GEER, HANS (1978), *Rationaliseringsrörelsen i Sverige*, Stockholm: SNS Förlag.
- DE GEER, HANS (2009), »Den svenska historien, modellen och förståelsen för CSR», i: *125 år med Corporate Social Responsibility*, Stockholm: Centrum för Näringslivshistoria, s. 103-143.
- DE GEER, HANS, BORGLUND, TOMMY & FROSTENSON, MAGNUS (2010), »Reconciling CSR with the Role of the Corporation in Welfare States: The Problematic Swedish Example», *Journal of Business Ethics* (kommande).
- E24 (2009), »Sarp kritik mot regeringen», Jan Almgren, 2009-11-13.
- FROSTENSON, MAGNUS & BORGLUND, TOMMY (2006), »Företagens sociala ansvar och den svenska modellen», Stockholm: Svenska institutet för europapolitiska studier (Sieps), Rapport 2006:9.
- GARRIGA, ELISABET & MELÉ, DOMÈNEC (2004), »Corporate Social Responsibility. Mapping the Territory», *Journal of Business Ethics* 53, s. 51-71.
- Globalt Ansvar (2009), »Om Globalt Ansvar», <http://www.regeringen.se/sb/d/2657/a/14557>.
- HORN AF RANTZIEN, MIA (2003), »Företagens sociala ansvar – den internationella utvecklingen i ett svenskt perspektiv», i: Åke Magnusson (red.), *Det globala ansvaret – sjutton röster om internationellt företagande och etik*, Stockholm: Ekerlids Förlag, s. 25-42.
- Invest in Sweden Agency (ISA) (2005), »Europa har problem», 2005-09-19, [http://www.mynewsdesk.com/se/pressroom/invest\\_in\\_sweden\\_agency/pressrelease/view/88589](http://www.mynewsdesk.com/se/pressroom/invest_in_sweden_agency/pressrelease/view/88589).
- Invest in Sweden Agency (ISA) (2009), »På andra sidan krisen: De utländska företagens syn på Sverige», Stockholm: ISA.
- JENKINS, RHYS (2005), »Globalization, Corporate Social Responsibility and Poverty», *International Affairs* 81: 3, s. 525-540.
- JOHANSSON, ANDERS L. (1989), *Tillväxt och samarbete – en studie av den svenska modellens uppkomst*, Stockholm: Tidens Förlag.
- JOHANSSON, ANDERS L. (2009), »Svensk modell i ny tid», i: *125 år med Corporate Social Responsibility*, Stockholm: Centrum för Näringslivshistoria, s. 51-71.
- KEOHANE, ROBERT O. & NYE, JOSEPH (red.) (1970/71), *Transnational Relations and World Politics*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- LINDH, ANNA., KARLSSON, JAN O. & PAGROTSKY, LEIF (2002), »Globalt Ansvar: Öppet brev till svenskt näringsliv», Stockholm: Utrikesdepartementet.
- MAGNUSSON, LARS (1986), »Patriarkalism och social kontroll», Rapport 33, Stockholm: Arkiv för studier i arbetarrörelsens historia.
- MELÉ DOMÈNEC (2008), »Business Ethics: Europe Versus America», *Issues in Business Ethics (Leadership and Business Ethics)* 25, s. 13-27.

- MOON, JEREMY & VOGEL, DAVID (2007), »Corporate Social Responsibility, Government, and Civil Society», i: Andrew Crane, Abigail McWilliams, Dirk Matten, Jeremy Moon, & Donald S. Siegel (red.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford: Oxford University Press, s. 303–323.
- MORSING, METTE, MIDTTUN, ATLE & PALMÅS, KARL (2007), »Corporate Social Responsibility in Scandinavia. A Turn Toward the Business Case?», i: Steve May, George Cheney & Juliet Roper (red.), *The Debate Over Corporate Social Responsibility*, Oxford: Oxford University Press, s. 87–104.
- MÖRTH, ULRIKA (2006), »Partnerskap och demokrati – en fråga om effektivitet eller deliberation», i: Ulrika Mörtth & Kerstin Sahlin-Andersson (red.), *Privatoffentliga Partnerskap: Styrning utan hierarkier och tvång?*, Stockholm: SNS Förlag, s. 38–56.
- Nutek (2007), »Sociala företag i Sverige 2007», Rapport, Stockholm.
- NYCANDER, SVANTE (2002), *Makten över arbetsmarknaden. Ett perspektiv på Sveriges 1900-tal*, Stockholm: SNS Förlag.
- Näringsdepartementet (2007), »Riktlinjer för extern rapportering för företag med statligt ägande», N7042, Stockholm.
- SAHLIN-ANDERSSON, KERSTIN (2006), »Corporate Social Responsibility: A Trend and a Movement, but of What and for What?», *Corporate Governance* 6: 5, s. 595–608.
- Samordningsförbundet i Uppsala län (2009), »Miljoner till nya sociala företag», pressmeddelande, 2009-06-11.
- Solna stad (2009), »Riktlinjer för extern rapportering för företag med statligt ägande», [http://www.solna.se/PageFiles/15710/CSR\\_som\\_tillv%C3%A4xtfaktor\\_18%20november.pdf](http://www.solna.se/PageFiles/15710/CSR_som_tillv%C3%A4xtfaktor_18%20november.pdf).
- SOU (2008), »Etiken, miljön och pensionerna», Statens Offentliga Utredningar, SOU 2008:107, Stockholm.
- STRANNEGÅRD, LARS & PALLAS, JOSEF (red.) (2010), *Företag och medier*, Malmö: Liber.
- SvD (2009a), »Föreningsbidrag granskas hårdare. Kulturförvaltningen ber Sida och Amnesty syna bidragstagares värdegrund», Johan Hellekant, 2009-11-25.
- SvD (2009b), »Ministern vill göra affärer med Afrika», Carolina Neurath, 2009-10-12.
- Svenska institutet (2009a), »Svenska institutets Managementprogram», <http://www.svenskainstitutet.se/Svenska/Innehall/Stipendier-och-utbyte/Ledarskapsprogram/Managementprogram/>.
- Svenska institutet (2009b), »Internationellt utvecklingsamarbete inom kultur och samhälle», <http://www.svenskainstitutet.se/Svenska/Innehall/Stipendier-och-utbyte/Expert--och-kulturutbyte/>.
- Svenskt Näringsliv (2004/2006), »Företagens roll i samhället – Frågor och svar om företagets roll i samhället», Rapport, reviderad version, Stockholm.
- Utrikesdepartementet (2007), »Regleringsbrev för budgetåret 2008 avseende Myndigheten för utländska investeringar i Sverige (ISA)», Regeringsbeslut, 2007-12-19.
- WINDELL, KAROLINA (2006), *Corporate Social Responsibility under Construction: Ideas, Translations, and Institutional Change*, Doktorsavhandling, Företagsekonomiska institutionen, Uppsala universitet.
- WINDELL, KAROLINA (2009), »Socialt ansvar på dagordningen», i: *125 år med Corporate Social Responsibility*, Stockholm: Centrum för Näringslivshistoria, s. 23–48.
- WINDELL, KAROLINA, GRAFSTRÖM, MARIA & GÖTHBERG, PAULINE (2009), »Sweden», i: Samuel O. Idowu & Walter Leal Filho (red.) *Global Practices of Corporate Social Responsibility*, Berlin, Heidelberg: Springer, s. 103–123.