

Multinationella företag som demokratifrämjare

– illustrerat av H&M:s CSR-arbete i Bangladesh

Abstract

The main argument of the thesis is that multinational companies (MNCs) can promote democracy through corporate social responsibility (CSR). MNCs hold some prerequisites giving them the means to create positive changes. But they lack one important prerequisite: knowledge about local conditions. Therefore the best CSR result is reached through partnerships with local NGOs.

H&M's CSR-work in Bangladesh, including a partnership with the Bangladeshi women's rights organisation Karmojibi Nari, serves as an illustrating case. It is argued that the CSR-work promotes democracy through strengthening the civil society, through indirectly implementing national laws concerning labour legislation and human rights and through raising awareness about rights and legislation among the workers.

The CSR process changes the terms for both NGOs and MNCs. NGOs get access to the factory, which makes a partnership with the MNC attractive. The possibility to reach more people strengthens NGOs, but a political uniformity could be an undesired result. The CSR behaviour of the MNC can be understood through the logic of path dependency, which not always corresponds to a strictly economic logic. The Bangladeshi dependence on the textile industry limits the range of possible actions for the MNC.

Keywords: Corporate Social Responsibility, NGO, democracy, MNC

Innehållsförteckning

1	Inledning	2
1.1	Metod	4
1.2	Centrala begrepp	5
1.2.1	Corporate Social Responsibility	5
1.2.2	NGO	5
1.2.3	Förutsättningar	6
1.2.4	Demokrati	6
1.3	Disposition	7
2	Uppsatsens forskningskontext	8
2.1	Global Governance	8
2.2	Forskning om Corporate Social Responsibility	8
3	Förutsättningar	10
3.1	Aktörsspecifika resurser	10
3.1.1	Kunskap	10
3.1.2	Ekonomi	10
3.1.3	Tillträde till arenan	11
3.1.4	Legitimitet	11
3.1.5	Auktoritet	12
3.2	Normativ kontext	13
4	H&M och Corporate Social Responsibility	14
4.1	Bangladesh	15
4.2	H&M i Bangladesh	16
4.2.1	Implementering	16
4.2.2	Partnerskap	18
4.2.3	MFA Forum – H&M blickar framåt	20
5	Effekterna av CSR	23
5.1	NGO	23
5.2	Företagande i förändring	24
5.3	Demokrati och mänskliga rättigheter	25
5.4	Slutord	27
6	Referenser	29

1 Inledning

Den ekonomiska globaliseringen, säger vissa, undergräver demokratin genom att icke-demokratiskt tillsatta aktörer, som multinationella företag (MNC:s), har fått mer makt. Må så vara fallet, men i den här uppsatsen tänker jag argumentera för att just dessa icke-demokratiskt tillsatta aktörer även kan verka som spridare av demokratiska värden och mänskliga rättigheter. Jag menar att det globala samhället genom de multinationella företagen har fått nya spelare, som kan lära ut demokratis innehåll, om än utan demokratiskt mandat. I uppsatsen hävdar jag alltså att ökad företagarmakt inte bara är ett hot mot demokratin, utan att företagarmakten också kan främja demokratin.

Men är det inte så att multinationella företag tvärtom kränker de mänskliga rättigheterna och utnyttjar de ekonomiskt och socialt sämre förhållandena som finns i många produktionsländer? Det är i många fall sant och det var framför allt sant för 10-20 år sedan. Både fall av barnarbete och andra brott mot de mänskliga rättigheterna har förekommit och förekommer, vilket har väckt en stark opinion. Det är främst företag inom den bojkottkänsliga textilindustrin som har kritiserats. Genom mediebevakning och konsumentpåtryckningar har dock en förändring i företagandet tvingats fram, nämligen den att många företag de senaste 5-10 åren har börjat diskutera socialt ansvarstagande och etiska riktlinjer. Allmänhetens allt starkare medvetenheten om produktionsvillkor i utvecklingsländer har alltså lett till att många företag tvingats inse att socialt ansvarstagande idag ingår i ett framgångsrikt företagande.

FN har med nätverket "the Global Compact"¹ fångat upp dessa tankar och bidragit med en viktig och inflytelserik formulering av dem. Med nätverket befrämjar FN det som kallas CSR – Corporate Social Responsibility. De multinationella företagen måste idag alla ta ställning till CSR och de uppförandekoder som har utarbetats för produktion i utvecklingsländer. I uppsatsen är min tes att *CSR kan främja demokrati och demokratiseringsprocesser*. Det innebär inte att CSR alltid har denna positiva effekt. Självfallet beror resultatet på hur och i vilken utsträckning företaget gestaltar sitt CSR-arbete. Vissa företag arbetar mer seriöst med CSR än andra.

Ämnet för denna uppsats är alltså företagens goda möjligheter att genom CSR främja demokrati i länder där t ex respekten för mänskliga rättigheter inte är självklar. Det innebär *inte* att jag argumenterar för att alla multinationella företag har en demokratifrämjande CSR-verksamhet eller att det i alla avseenden är av godo att privata och vinstdrivna aktörer har dessa möjligheter. Jag tror inte heller att företag i sitt arbete med CSR utgår från altruistiska motiv, utan företagen har i

¹ Se www.unglobalcompact.com

grunden även i CSR-arbetet en ekonomisk drivkraft. Centralt i uppsatsen är dock inte att ge en förklaring till varför företag har uppförandekoder, utan det viktiga är vad som kan bli gjort, eller vad som blir gjort. Min utgångspunkt är inte, låt oss säga ideologisk, utan snarare pragmatisk. Som världen ser ut idag finns det multinationella företag. Dessa har resurser och makt att kränka mänskliga rättigheter, men likväl samma möjligheter att istället förbättra för människor och verka normspridande. Det innebär inte att det nödvändigtvis är en ideal lösning i den bästa av världar, men det är så situationen ser ut.

Syftet med uppsatsen är att argumentera för CSR:s potential som en positiv drivkraft i demokratiseringsprocesser. Utgångspunkt är därmed frågan *hur kan CSR främja demokrati och demokratisering?* Frågan är avsiktligt formulerad utan att företagen nämns som aktör. Jag menar nämligen att det krävs ytterligare en aktör vid sidan av företaget för att CSR-implementeringen ska falla ut som mest gynnsamt. Min argumentation utgår från att företags arbete med CSR stärks av samarbete med andra parter och närmare bestämt med lokala NGO:s. Jag menar att MNC:s och NGO:s har kompletterande resurser som gör att förutsättningarna är goda för att CSR ska kunna påverka demokratin positivt. Anledningen till att CSR kan vara ett effektivt verktyg är alltså att aktörerna i fråga besitter vissa resurser i en viss kontext. Detta diskuteras i kapitel 3 under rubriken *förutsättningar*.

För att underbygga min tes att CSR kan främja demokrati och demokratisering samt för att kunna besvara min fråga har jag i uppsatsen ett empiriskt fall. Mitt fall, som behandlas i kapitel 4, är H&M och jag fokuserar på samarbetet med kvinnorrättsorganisationen Karmojibi Nari (KN) i Bangladesh. H&M lämpar sig väldigt bra som fall av flera skäl. De medverkar i det svenska regeringsinitiativet *Globalt Ansvar*² och deras arbete med CSR är enligt oberoende källor idag seriöst och ambitiöst³. Nyligen gjorde t ex organisationen Fair Trade en undersökning som visade att H&M var det enda av 10 stora svenska textilföretag som verkligen kontrollerade att alla leverantörer efterföljer uppförandekoderna (Fair Trade Center, 2006). Under 2006 har H&M tilldelats Svenska Dagbladets och Banco Fonders pris "Årets förbättrare" för att de har "förbättrat sitt samhällsansvar allra tydligast" (SvD 2006-06-08). H&M är dessutom ett stort och framgångsrikt företag, vilket torde innebära att de kan verka normbildande för andra företag. Karmojibi Nari, som registrerades som en NGO 1991, är en ideell organisation med fokus på kvinnans utsatta position i det bangladeshiska samhället. Därmed tycker jag att det är ett bra exempel på en lokal NGO. Med fallet H&M och KN belyses i kapitel 4 hur CSR-arbete kan utformas och vilken betydelse det har.

Den process som CSR innebär påverkar inte bara demokratin och demokratisering, utan även de inblandade aktörerna. I uppsatsen ställer jag mig därför även frågan: *Hur påverkas MNC:s och NGO:s av CSR-arbetet?*

² Se <http://www.sweden.gov.se/sb/d/2657>

³ H&M kritiserades däremot kraftigt när SVT i en dokumentär i december 1997 avslöjade att det förekom barnarbete hos vissa av H&M:s leverantörer. En massmedial debatt följde. Se t ex Aftonbladet 1997-12-29 och 1998-01-15, Göteborgsposten 1997-12-30 och 1997-12-31 eller Svenska Dagbladet 1997-12-31.

CSR kan främja demokrati och demokratisering, menar jag. Andra kanske snarare hävdar att ett positivt perspektiv på MNC:s och CSR är naivt. Jag vill poängtera att jag vet H&M inte kan ses som en representant för företag i allmänhet, utan att det enbart är ett exempel på ett på många sätt föredömligt arbete med CSR. Uppsatsen ger inte en bild av hur företagande generellt ser ut idag, utan den tittar på hur ett CSR-arbete *kan* se ut och vad ett sådant arbete för med sig. Företags kränkningar av mänskliga rättigheter är väl dokumenterade, både av media såväl som i akademiska sammanhang, men företags positiva bidrag har i jämförelse knappt uppmärksammats. Därför bidrar också min uppsats med något nytt.

1.1 Metod

Mitt fall H&M och Karmojibi Nari (KN) används i uppsatsen för att underbygga och illustrera hur CSR kan främja demokrati. En vanlig kritik mot fallstudien är att man utifrån den inte kan dra generaliserande slutsatser (se t ex Lundquist 1993: 105). I min studie är det viktigt att komma ihåg att jag genom mitt fall H&M inte vill säga något allmänt om hur företag beter sig, utan hur de *kan* bete sig. Forskningsområdet är relativt nytt och jag betraktar uppsatsen som ett inlägg i den vetenskapliga diskussionen.

Vilket material är det som ligger till grund för min diskussion om H&M:s och KN:s arbete? Främst är det H&M:s egna utsagor: deras hemsida och deras CSR-rapport. Det skriftliga materialet gav mig inte all den information som jag sökte och därför har jag också gjort en intervju med representanter från H&M:s CSR-avdelning i Stockholm. Maritha Lorentzon är global koordinatör med Bangladesh i sitt ansvarsområde och Deeba C Remheden är anställd på CSR-avdelningen och har tidigare jobbat för H&M i Bangladesh. Information om KN kommer från organisationens hemsida, men då den var otillräcklig har jag även via e-mail ställt frågor som besvarades av Rokeya Rafique, anställd styrelseledamot i KN.

Källkritik är viktig i allt akademiskt arbete. Hur ska jag förhålla mig till att H&M själva ger den mesta informationen om CSR-arbetet? Vill inte de utmåla sig i förskönande ordalag? I den grad jag via KN, Rena Kläders⁴ gedigna granskning från 2006 (Wingborg, 2006) och den redan refererade undersökningen av Fair Trade (Fair Trade Center, 2006) har kunnat kontrollera uppgifterna stämmer företagets egen information⁵. Jag kan dock inte med säkerhet veta att all information är korrekt eller att de inte har utelämnat viktiga fakta, men jag har

⁴ ”Rena Kläder är ett nätverk av organisationer, ingen organisation i sig själv. Clean Clothes Campaign är ett internationellt nätverk av solidaritets-, kvinno-, ungdoms-, och fackliga organisationer. [...] Rena Kläders syfte och mål är att förbättra villkoren för de människor som syr våra kläder och skor.” <http://www.renklader.org/?articleId=139> 2006-11-07

⁵ Rena Kläder hade inom vissa områden däremot önskat längre gående ambitioner och riktar kritik mot företaget. Det gäller t ex H&M:s accepterande av de statliga minimilönerna, som ligger mycket lågt.

utgått från att mitt material överensstämmer med verkligheten. Det verkar helt enkelt inte troligt att företaget ljugar om små detaljer, när jag från flera håll har fått bekräftat att de av H&M återgivna stora och viktiga dragen i CSR-arbetet faktiskt stämmer överens med verkligheten. Sådana lögnar hade ju snarast skadat företaget, än varit till deras fördel.

1.2 Centrala begrepp

Uppsatsen har vissa centrala begrepp. Nedan tydliggör jag vad *Corporate Social Responsibility* innebär, vilken typ av organisation jag syftar på när jag skriver *NGO* och vilken innebörd jag lägger i *förutsättningar* och *demokrati*.

1.2.1 Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility (CSR) - företags sociala ansvar – är bland annat, eller kanske framför allt, formulerat i FN-initiativet The Global Compact, vilket har funnits sedan år 2000. ”The compact’s ambition is to globalize the practices of corporate responsibility in order to achieve a new ‘social contract’ that would stipulate the terms under which the right to maximize profits could be exercised” (Thérien och Pouliot 2006: 62). Syftet är alltså att på frivillig väg skapa nya ramar för företagens verksamhet. Hur företagen ska agera på ett socialt ansvarstagande sätt slår the Global Compact fast med 10 principer. De behandlar mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och anti-korruption och vilar bland annat på deklARATIONEN om mänskliga rättigheter och International Labour Organization’s (ILO:s) konventioner om arbetsrätt (The Global Compact 2006).

1.2.2 NGO

En NGO (Non-Governmental Organisation) karaktäriseras bland annat av att den är icke-vinstdriven och har ett politiskt syfte, men inte är ett politiskt parti. En NGO kan vara av mycket olika karaktär: de kan vara stora, internationella och arbeta mycket professionellt såsom exempelvis Amnesty International eller små lokala, med små resurser och drivna av eldsjälur. När jag i uppsatsen skriver NGO menar jag den lilla med lokal förankring, såsom KN i Bangladesh.

Begreppet NGO är omdebatterat. Ibland kan det tyckas vara för brett, då det rymmer organisationer av så olika karaktär, och ibland för smalt då det utesluter andra civila aktörer, som t ex företag. De finns de som menar att begreppet är normativt laddat, exempelvis kopplar Mary Kaldor ihop det med nyliberalism (Kaldor 2003: 20). För mig faller sig begreppet naturligt att använda då KN själv betecknar sig som en NGO.

1.2.3 Förutsättningar

En första fråga är vad förutsättningar egentligen betyder. Bonniers svenska ordbok förklarar begreppet bland annat med ”given omständighet” och ”villkor” (Malmström et al 1994: 179). Goda förutsättningar, vilket med andra ord är gynnsamma omständigheter eller villkor, underlättar för en aktör då denne vill skapa förändring och ökar sannolikheten att det man förutsatt sig att göra lyckosamt kan genomföras. Därmed är goda förutsättningar i viss mån förbundet med makt. Utan att gå in på en djupare diskussion om vad maktbegreppet innebär, utgår jag från att förmågan att kunna genomföra det man önskar är ett uttryck för makt.

De beståndsdelar som skapar förutsättningarna kan delas upp i två kategorier. Den ena är de resurser aktören besitter. I kapitel 3 diskuteras resurserna kunskap, pengar, tillträde till viktiga arenor för politisk aktivitet, legitimitet och auktoritet. Den andra delen som konstituerar förutsättningarna är kontexten, eller omständigheterna. Tid och plats är avgörande för aktörens förmåga att använda sina resurser. En egenskap som i en kontext är en resurs, behöver inte med automatik ha samma värde som resurs i en annan kontext. Exempelvis företagets CSR-kunskap, som är tillräcklig i den västliga kontexten, är otillräcklig i produktionsländerna, vilket företagen har fått lära sig. Kontexten kan förutom att påverka de aktörspecifika egenskapernas värde även i sig själv vara gynnsam för CSR-arbete. Om de normer som aktören förespråkar redan har visst fäste i samhället, skapar det t ex gynnsammare villkor för CSR-arbetet, vilket jag kommer att diskutera i kapitel 3.

Förutsättningar skapas sålunda av summan av olika resurser i kombination med kontexten i vilken resurserna ska användas. Resurserna, i de fall de är lämpade för den aktuella kontexten, ger aktörerna makt att skapa önskade förändringar. En viktig förutsättning för gediget CSR-arbete tar jag inte upp till diskussion, även om den är central för att något ska bli gjort. Det är företagens motivation. Resurserna eller egenskaperna som MNC:s och NGO:s förfogar över kan utnyttjas om motivationen finns, men är i sig inte demokratifrämjande.

1.2.4 Demokrati

Demokrati är ett annat begrepp med central position i uppsatsen. Jag påstår att företag och NGO:s tillsammans kan verka för en starkare demokrati, för demokratiska värden, ja för demokratisering. Men få begrepp är så breda som just demokrati. Så vad menar jag? Istället för att binda mig vid *en* förståelse av demokrati och leta efter vissa kriterier i materialet gör jag tvärtom. Jag tittar på empirin och plockar ur den fram de demokratiska aspekterna. Statsvetaren John Dryzek argumenterar för att ”definitioner [av demokratin] låser forskarens sätt att uppfatta verkligheten” (Hydén 1998: 12). Jag vill ha en öppen inställning till demokratibegreppet.

1.3 Disposition

Uppsatsen är disponerad som följer: I kapitel 2 presenterar jag uppsatsens teoretiska grund - Global Governance – och forskningen om Corporate Social Responsibility. Därefter diskuteras i kapitel 3 företags och NGO:s förutsättningar att verka för mänskliga rättigheter och demokrati. Vilka resurser har aktörerna? Kapitel 4 fokuserar på mitt fall H&M och KN. Slutligen diskuteras CSR:s effekter i kapitel 5. Vad händer med företagandet och med NGO:s verksamhet? På vilket sätt främjas demokrati av CSR?

2 Uppsatsens forskningskontext

Företagens CSR-verksamhet ska inte betraktas som en isolerad företeelse. En utgångspunkt i uppsatsen är att den tvärtom är en del av ett större mönster. Jag vill därmed placera uppsatsen i teoribildningen som kallas Global Governance, vilken presenteras nedan. Därtill presenteras litteraturen kring civila aktörer, multinationella företag och företagens sociala (o)ansvarstagande.

2.1 Global Governance

Global Governance (GG) förhåller sig till de olika politiska processer och tillstånd som är resultat av eller ett svar på globaliseringen. Under 90-talet kom begreppet att börja användas och idag finns det mycket litteratur inom området (se t ex Ba & Hoffmann 2005, Hewson & Sinclair 1999, Rosenau & Czempiel 1992, Rosenau 1998, Keohane & Nye Jr 2000). Skillnaden mellan "governance" och "government" ligger, enligt Rosenau i att det förstnämnde vid sidan av formella strukturer även utmärks genom informella regelsystem på olika nivåer (Rosenau 2005: 144). GG innebär sålunda både informell och formell politisk aktivitet med många olika aktörer.

Inom GG-litteraturen brukar de politiska aktörerna delas in i tre kategorier: traditionella politiska aktörer (regeringar, men också t ex mellanstatliga organisationer), civila samhället (med NGO:s) och företag (se t ex Ottaway 2001, Youngs 2004, O'Brien 2005). I fokus för den här uppsatsen står två av dessa aktörer, nämligen MNC:s och NGO:s. Företags arbete för mänskliga rättigheter och samarbeten med NGO:s kan ses som ett uttryck för governance med aktörer som inte representerar den traditionella politiska sfären. Staten har fått sällskap av andra aktörer, som, vare sig vi finner det önskvärt eller ej, tar allt större plats på den globala politiska scenen. Jag har valt att fokusera på hur dessa aktörer kan fungera som positiva krafter i samhällsutvecklingen.

2.2 Forskning om Corporate Social Responsibility

Forskningen kring MNC:s och CSR, om man bortser från den stora företagsekonomiska litteraturen, fokuserar till stor del på normativa och teoretiska frågor. CSR närmas ur ett demokratiteoretiskt perspektiv med begrepp som ansvarutkrävande, medborgarskap och offentligt-privat i centrum (t ex Benner et al 2004, Held 2001, Bexell 2005, Brysk 2005, Newell 2002). Några diskuterar

CSR som princip, vilket innebär en diskussion om var ansvaret egentligen ligger – hos företag eller hos stater? Henderson (2002) har ett ekonomiskt perspektiv och menar att företag ska vara just traditionella företag med enbart ekonomiskt ansvar, medan Muchlinski (2001) snarare lägger fokus på staternas huvudansvar. Min fokus ligger istället på hur det fungerar när företag faktiskt anammar CSR, vilket ger min ingångsvinkel en empirisk karaktär.

Empirisk forskning om företag och mänskliga rättigheter fokuserar ofta på missförhållanden (se tex Newell 2002, Bexell 2005: 35, Muchlinski 2001: 31, Fabig & Boele 1999: 61-62). MNC:s och NGO:s arbete för mänskliga rättigheter diskuteras sällan jämförande, även om undantag finns (t ex Youngs 2004), utan företag och NGO:s behandlas i övervägande del för sig eller utifrån olika infallsvinklar, som hur NGO:s som ”goda” aktörer kämpar mot MNC:s som ”onda” aktörer (se Brysk 2005: 10-11 för exempel). Företagens CSR-verksamhet synas även av människorättsorganisationer, vilket bland annat resulterar i olika sorters texter och rapporter (t ex Bjurling 2001 (Swedwatch) eller Fagerfjäll et al 2001 (Amnesty International)).

Litteraturen om civila aktörers arbete för mänskliga rättigheter fokuserar främst på hur olika människorättsorganisationer försöker påverka stater. I jämförelse forskas det lite kring hur andra icke-statliga aktörer påverkar mänskliga rättigheter på ett positivt eller negativt sätt. (Bexell 2005: 30) MNC:s samarbete med lokala NGO:s är ett område som det är mycket svårt att hitta forskning om. Ett undantag är en artikel av Peter Newell, vilken han inleder med att fastställa att det saknas litteratur om förhållandet mellan företag, som arbetar med CSR-principer, och lokala samhällen (Newell 2005: 541). I Magdalena Bexells avhandling om företags sociala ansvar innehåller forskningsöversikten inte någon hänvisning till litteratur om samarbeten, men mycket riktigt till forskning om konflikter (Bexell 2005: 32-36). Det är ett talande exempel på hur den empiriska forskningen kring multinationella företag och socialt ansvarstagande ser ut.

3 Förutsättningar

I inledningen påstod jag att MNC:s och NGO:s har kompletterande resurser som i en viss kontext gör att CSR kan verka som ett effektivt verktyg i demokratiseringsprocesser. Här tänker jag diskutera resurserna och den normativa kontext som skapar de goda förutsättningarna.

3.1 Aktörsspecifika resurser

De aktörsspecifika resurserna som diskuteras är kunskap, ekonomi, tillträde till arenan, legitimitet och auktoritet.

3.1.1 Kunskap

Forskning visar att internationella NGO:s är mer framgångsrika i sina kampanjer om de samarbetar med lokala NGO:s med god kännedom om samhället mot vilket kampanjen riktar sig (Newell 2005: 556). Likväl är det så, menar jag, att multinationella företag är mer framgångsrika i sitt CSR-arbete om de kan samarbeta med lokala NGO:s. Implementeringar av CSR och dess uppförandekoder genomförs lättare och bättre om lokala NGO:s får bidra med kompletterande social och kulturell kunskap. Denna kunskap kommer till exempel till nytta i utformning av information och i kommunikation med olika parter. MNC:s saknar i detta hänseende en resurs, som däremot NGO:s har.

Samarbetet med en lokal organisation fungerar också som en slags garant att den utomstående aktören verkligen gör rätt. ”The active participation of voices from the South in a campaign helps ensure that the campaign’s content and its message are more broadly compatible with Southern interests and sensibilities [...]” (Price 2003: 595). I företags samarbeten med NGO:s bekräftar NGO:n delaktighet att förändringarna som sker verkligen ligger i målgruppens intresse.

NGO:s har en resurs, nämligen en viss kunskap, som MNC:s saknar i arbetet med CSR. God kunskap om lokala förhållanden är en förutsättning för lyckat CSR-arbete. Där kan NGO:s komplettera de multinationella företagen.

3.1.2 Ekonomi

Ekonomiskt skiljer sig företags och NGO:s verksamheter radikalt åt. Multinationella företag är ekonomiska enheter, vars syfte är att generera vinst. De

gör förtjänst och arbetet med CSR finansieras givetvis med dessa pengar. MNC:s är ekonomiskt obundna. En förutsättning för att NGO:s ska kunna verka är att de får finansiellt stöd, vilket kan vara i form av medlemsavgifter, privata donationer eller genom att de har finansiärer, som t ex stater eller mellanstatliga organisationer. I samarbetet mellan MNC:s och NGO:s står alltså de förstnämnda för kostnaderna. I ekonomiskt avseende är det företaget som har resurser, vilka skapar goda förutsättningar för CSR-arbetet.

3.1.3 Tillträde till arenan

Många multinationella företag, som H&M, har leverantörer i utvecklingsländer. Produktionsmiljöerna kännetecknas, med Mia Horn af Rantziens ord, av ett "legalt vakuum" och finns i länder "där den lokala regeringen saknar viljan eller kapaciteten att säkerställa efterlevnaden av grundläggande internationella och nationella regelverk avseende bl a mänskliga rättigheter, korruption, grundläggande mänskliga rättigheter i arbetslivet och miljöhänsyn" (Horn af Rantzien 2003: 1) I dessa miljöer implementeras CSR. Företagets position är unik genom att de via fabriken når många människor och kan påverka deras vardag. Företaget har tillgång till den viktiga arena som fabriken är. Där kan man nå många människor samtidigt, kontinuerligt och har möjlighet att schemalägga information om exempelvis arbetsrätt. Tillträdet till denna arena är en viktig resurs, som NGO:s saknar.

3.1.4 Legitimitet

Max Weber menar att det är tron på legitimiteten som konstituerar den. Enligt Weber är en maktrelation legitim om de inblandade parterna, såväl den svagare som den starkare, betraktar den som det (Beetham 1991: 6). Ett annat synsätt är att legitimitet stammar från rationellt försvarbara principer. Kan maktutövandet rättfärdigas med dessa principer är det att betrakta som legitimt (Ibid 1991: 5).

Anses företagens CSR-verksamhet vara legitim av de direkt berörda, det vill säga arbetarna och ledningen vid fabrikena, underlättas arbetet. CSR-arbetet finner då lättare gensvar. Likaså är det viktigt i relationen värdland – MNC att företagens agerande tillskrivs legitimitet. Ses CSR-arbetet som legitimt kan man tänka sig att det möts med större respekt och förståelse.

CSR-arbetet är legitimt genom att det utgår från internationella konventioner, vilka även återspeglas i nationella lagar. Uppförandekoderna överensstämmer till stor del med nationell lag och implementeringen av koderna innebär därmed implementering av nationell lag. Dessa lagar är i sin tur legitimt stiftade genom en demokratiskt vald församling. CSR-arbetets innebörd eller innehåll kan därmed ses som legitimt av berörda aktörer på olika nivåer. Möts företaget i sitt CSR-arbete av ifrågasättande kan man hänvisa till den nationella lagen och de internationella konventionerna, vilket är rationell motivering till att arbetet är och ska betraktas som legitimt.

Som aktörer har MNC:s svårare att vinna denna legitimitet. Varför ska de betraktas som legitima politiska aktörer? Strikt betraktad ska politiska aktörer för att ses som legitima ha en förankring i demokratin. Det har inte företag. Lokala NGO:s tillskrivs däremot tack vare sin gräsrotskaraktär och ideella natur ofta legitimitet i sitt politiska handlande utifrån den demokratiska principen om representativitet. En kvinnorrättsorganisation som KN sägs representera de arbetande kvinnorna. Vinner de i detta hänseende trovärdighet har de också vunnit viss legitimitet (Price 2003: 590). Företag kan i sitt CSR-arbete knappast vinna den typen av legitimitet. Legitimitet är dock inte "all-or-nothing", som Beetham formulerar det (1991: 20), utan snarare handlar det om mer eller mindre legitimitet. Det praktiska CSR-arbetet får genom samarbete med en NGO ett stänk av legitimitet, vilket kan underlätta implementering genom bättre kontakt både med och förståelse hos de anställda och myndigheter. I detta avseende är NGO:n en resurs för företaget.

CSR-arbetet kan ses som legitimt utifrån att dess grund vilar på internationella konventioner och nationell lag, men också eftersom en NGO kan betraktas som en legitim politisk aktör. Legitimiteten grundas såväl på principer, till exempel principen om representativitet, som på uppfattningen om legitimitet, till exempel måste representativiteten uppfattas som trovärdig. CSR-arbetet har i sig viss legitimitet, men den höjs ytterligare genom samarbetet med en NGO, vilket förbättrar förutsättningarna för framgångsrik implementering.

3.1.5 Auktoritet

Begreppet auktoritet förklaras av ordboken med "förmåga att inge respekt", "makt" eller "person med erkänd skicklighet inom området" (Malmström et al 1994: 40). Politisk auktoritet kan definieras som att ha makt att "maintain public order and secure the obedience of most people by issuing commands backed by sanctions" (Christiano 2004).

Företag har auktoritet i sitt CSR-arbete. För det multinationella företaget är det den ekonomiska framgången som ger dem auktoritet. Det är tveksamt om man ifrågasätter kunnandet hos ett företag som t ex H&M, eftersom deras framgång vittnar om kompetens. En tanke är att företag, som just företag, antagligen ses som bärare av objektiv kunskap om t ex produktion och produktionsförhållanden i större utsträckning än NGO:s. Det skänker företagen auktoritet även som aktörer för arbetsrättsliga förhållanden. Företagen har även auktoritet genom sitt ekonomiska övertag. En leverantör som inte följer CSR-programmet får i längden inte fortsatt förtroende och blir utan nya beställningar. Företagets auktoritet vilar därmed i viss grad på dess tillgång till ekonomiska sanktioner.

Företagets auktoritet kompletteras med auktoriteten NGO:n har genom sin expertroll och sitt moraliska övertag. Auktoriteten stammar alltså från insikten att NGO:n inte bara är "(objectively) right in the sense of providing accurate information but also morally right in the purposes for which such knowledge is harnessed" (Price 2003: 589). En NGO:s goda syfte och arbete för att uppnå det syftet ifrågasätts inte i lika hög utsträckning som ett företags.

De stora multinationella företagen har auktoritet som aktörer utifrån sin ekonomiska framgång och sin tillgång till ekonomiska sanktioner. Genom samarbete med NGO:s förlänas dock CSR-arbetet även auktoritet genom organisationens kunskap och den moraliska dimension som tillförs.

3.2 Normativ kontext

Huruvida en aktör lyckas med sina avsikter är inte bara avhängigt av de egna resurserna, utan även beroende av kontexten, det vill säga det sammanhang i vilket aktören agerar.

Forskning visar att sannolikheten för NGO:s att nå framgång är betydligt större om normerna, vilka man önskar förmedla, i viss mån redan har slagit rot i området. ”Where foreign assistance is employed to promote norms that are universally embraced, it is highly likely to lead to a successful NGO movement. In contrast, when foreign assistance pursues norms that are specific to other societal contexts, it will fail to develop a NGO movement, regardless of the amount of funding foreign donors devote” (McIntosh Sundstrom 2005, abstract). De normer som brukar betraktas som universella är de som förmedlar liberala värden. Det innebär att NGO:s i allt större utsträckning väljer att fokusera på dessa, då det är troligt att man då har större lycka i sina strävanden (Keck och Sikkink 1998: 204-205, Youngs 2004: 189). Implementering av CSR fokuserar på bland annat mänskliga rättigheter, vilka just uttrycker den typ av värden som brukar anses vara universella⁶. Med stöd i forskning som visar att NGO:s som förespråkar denna typ av normer är framgångsrika i sina kampanjer, kan man dra slutsatsen att CSR-implementeringen har goda förutsättningar att få genomslag. Ett tecken på att normerna som genomsyrar CSR i viss mån finns i det bangladeshiska medvetandet är att lagarna som uttrycker dem redan finns. Däremot betyder brotten mot lagarna, eller nonchalansen gentemot dem, att normerna inte finns i var mans medvetande. Hade så varit fallet hade inte heller företagen behövt arbeta med CSR.

Företagens CSR-arbete gynnas av att de normer som förmedlas i viss mån redan har slagit rot i samhället, genom den nationella lagstiftningen och genom att de kan sorteras in under så universella normer.

⁶ Det är omdiskuterat om de mänskliga rättigheterna verkligen uttrycker universella värden, men i den dominerande diskursen utgår man från det.

4 H&M och Corporate Social Responsibility

H&M:s CSR-arbete utgår från företagets uppförandekod, Code of Conduct. Denna kod antogs 1997. Uppförandekoden omfattar totalt åtta avsnitt: lagliga krav, barnarbete, säkerhet, arbetarnas rättigheter, arbetsmiljö i fabrikena, bostadsförhållanden, miljö och inspektioner och efterlevnad. Riktlinjerna bygger bland annat på FN:s barnkonvention och ILO:s konventioner om arbetsvillkor och rättigheter i arbetslivet. H&M äger inte själva de fabriker där produktionen sker, utan har cirka 700 olika leverantörer i främst Asien och Europa. Sedan 1998 har det genomförts ungefär 900 fabriksinspektioner. (H&M 1: 32-33)

Ingen fabrik kontrakteras av H&M förrän den har blivit godkänd av CSR-avdelningen. H&M har för kontroll av nya fabriker, samt kontroll av att uppförandekoderna efterföljs, ett 40-tal heltidsanställda auditörer. Revisioner görs av fabrikena, vilka leder till ett omdöme. Det finns fem grader på betygsskalan: *permanently rejected*, *rejected*, *temporary*, *insufficient* och *satisfactory*. För att en fabrik ska få producera för H&M krävs minst betyget *temporary*, vilket innebär t ex uppfylla krav på minimilöner och grundläggande säkerhet. Därefter formuleras en handlingsplan där den nya leverantören anger när och hur de ska nå de högre betygen. Den ”correctionplan” som utarbetas är en överenskommelse mellan leverantören och H&M. Uppföljningar görs för att kontrollera att bristerna verkligen åtgärdas. Leverantörernas undertecknande av planen innebär inte att de uppfyller alla krav, utan att de har uppnått en viss nivå samt att de förbinder sig att sträva mot full uppfyllelse. (H&M 2: 28; Lorentzon 2006-10-03)

Från och med 2005 har H&M använt sig av något som kallas Full Audit Programme (FAP) för att kontrollera sina fabriker. I en audit ingår kontroll av dokument, en granskning av fabriken, intervju med ledningen men också intervjuer med de anställda. Maritha Lorentzen påpekar ”att det är väldigt viktigt med de här fyra bitarna, så det är inte så att vi sätter oss ner och pratar med management i tre dagar och ställer frågor till dem, utan i princip säger vi att management inte ska vara med när vi gör en audit”. Tvärtom är H&M mycket noga med att arbetarna ska känna förtroende och våga prata. De får t ex ett visitkort med kontaktuppgifter om något skulle inträffa efter intervjun, eller om de har ytterligare att berätta. (Lorentzon 2006-10-03)

4.1 Bangladesh

H&M:s CSR-arbete utformas och påverkas av den kontext det sker i. För att kunna förstå vad CSR innebär för bangladeshierna och vilka förutsättningar H&M har, ger jag nedan en presentation av Bangladesh. I Bangladesh bor mer än 15 gånger Sveriges befolkning på en tredjedel av Sveriges yta. Fattigdomen är utbredd. Cirka 35 % av befolkningen måste överleva på under 1 dollar om dagen (Utrikesdepartementet 2004). Endast var femte invånare har tillgång till el i hemmet. Hälften av befolkningen är analfabeter, men andelen är ännu högre bland kvinnor och landsbygdsbefolkning. Av dem kan bara var tredje läsa och skriva. Kvinnan har generellt sett en mycket utsatt ställning.

Politiskt är Bangladesh en parlamentarisk demokrati sedan 1991, men som demokrati har det stora brister. Landet är till exempel mycket korrupt. Bangladesh låg mellan 2000 och 2005 på topp på Transparency Internationals⁷ lista på världens mest korrumpade länder. Respekten för de mänskliga rättigheterna är bristande. Utrikesdepartementet sammanfattar i en rapport läget som följande: ”Känslan av otrygghet är utbredd och det finns en svag tilltro till myndigheternas förmåga att upprätthålla lag och ordning. I flera fall har enskilda individers möjligheter att skydda sig mot kränkningar och godtycke visat sig vara små. Den starkes rätt står ofta över principen om likhet inför lagen” (Utrikesdepartementet 2004).

Den ekonomiska tillväxten har varit stark sedan 1990-talet. Trots det är beroendet av bistånd stort. Korruptionen utgör dock ett problem för biståndsprojekten. Laglöshet och brist på säkerhet var två skäl till att Världsbanken 2005 beslöt sig för att dra in utlovat bistånd.

Textil- och konfektionsproduktionen är Bangladeshs viktigaste industri. Industrin, som växte fram på 80-talet, står för tre fjärdedelar av landets exportintäkter. Landet drar inom textilindustrin fördel av sin främsta konkurrensfördel: billig arbetskraft. Cirka 90 % av de två miljoner som arbetar inom textilindustrin är kvinnor. Idag är 4000 fabriker registrerade som exportföretag, med en så kallad exportlicens. H&M:s Maritha Lorentzon menar att fabrikena uppvisar en mycket stor skillnad i standard. Det finns fabriker som både arbetsmiljömässigt som teknologiskt är mycket progressiva och det finns fabriker med en skrämmande låg standard. Enligt utrikespolitiska institutet är arbetsförhållandena ”usla och lönerna bland de lägsta i världen”. Tidigare var barnarbete vanligt, men efter krafttag på 90-talet har det nästan upphört. MFA – multifiberavtalet – som gav Bangladesh tull- och kvotfri tillgång till de europeiska och amerikanska marknaderna avskaffades vid nyåret 2005. Man befarade att

⁷ Transparency International är en ”internationell, ideell enskild organisation med syfte att motverka korruption. [...] TI har en budget på ca 5 miljoner euro per år och stöds finansiellt av regeringar, stiftelser och näringsliv” (http://www.transparency-se.org/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=26).

Bangladesh inte skulle klara konkurrensen från Kina, men tillväxten har fortsatt. (Källa till 4.1 är Utrikespolitiska institutet 2006, om inget annat har angetts.)

4.2 H&M i Bangladesh

Av H&M:s leverantörer har cirka två tredjedelar produktion i Asien. Kina står för hälften av produktionen och är det viktigaste produktionslandet, men därefter kommer Bangladesh. (Wingborg 2006: 9) Företagets leverantörer sysselsätter omkring 150 000 textilarbetare. H&M har haft produktion i Bangladesh sedan 1982. Företaget har sedan 1986 ett produktionskontor i Bangladeshs huvudstad Dhaka. Där finns bland annat ett CSR-team med åtta auditörer, en projektkoordinator och en CSR-ansvarig. Dessutom har de en regional koordinator som sitter i New Delhi och ansvarar för Bangladesh, Pakistan, Indien och Sri Lanka. (Lorentzon 2006-10-03)

Jag kommer nedan att diskutera H&M:s CSR-arbete i Bangladesh, men jag kommer inte ge en heltäckande bild, utan fokuserar på kärnan, nämligen implementeringen av uppförandekoderna, samarbetet med NGO:s och därtill deltagandet i MFA Forum. Det finns andra engagemang som jag inte diskuterar. Ett exempel är den sömnadsutbildning för ungdomar som H&M driver sedan 1999 (H&M 3). Syftet med uppsatsen är inte att ge en fullgod bild av verksamheten, utan att illustrera min tes om företagets CSR-verksamhet och vad den leder till. Därmed behöver jag inte heller diskutera alla de bitar som tillsammans utgör H&M:s CSR-arbete.

4.2.1 Implementering

Kärnan i H&M:s CSR-arbete är implementeringen av uppförandekoderna och kontrollen av genomförandet av de förbättringar som leverantören har förbundit sig att göra. Ofta överensstämmer uppförandekoder med nationell lagstiftning och därmed fokuserar CSR-arbetet på att de nationella lagarna i produktionslandet ska följas (se H&M 5: § 1). H&M:s CSR-arbete har sålunda egentligen inget kontroversiellt budskap, utan ”det är ILO, det är FN, det är universella mänskliga rättigheter” (Remheden 2006-10-03). Det är med andra ord normer som man lätt får stöd för, vilket i enlighet med vad jag skrev tidigare i uppsatsen, gör att det är lättare att genomdriva förändringar. I stort sett välkomnas CSR-arbetet. Men det finns enskilda individer som ifrågasätter arbetet och menar att man överdriver och skapar problem som inte finns (Remheden 2006-10-03).

När H&M 1998 började med sin CSR-verksamhet i Bangladesh lades fokus i stor utsträckning på den fysiska arbetsmiljön, till exempel gällande brandsäkerhet. Maritha Lorentzon menar att de i början glömde att fråga sig vad arbetarna egentligen var intresserade av. ”De skiter väl i om det finns toalettpapper, de använder det inte i alla fall” (Lorentzon 2006-10-03). Arbetsmiljön måste fortfarande uppfylla kraven, men idag står de arbetsrättsliga frågorna i förgrunden.

H&M:s uppförandekoder sträcker sig inom det arbetsrättsliga området inte längre än den nationella lagstiftningen gällande t ex minimilön, kvinnors rätt att ta ut mammaledighet och övertidskompensation. Arbetsrättsliga brister och brott mot de mänskliga rättigheterna hos leverantörerna beror alltså inte på bristande lagstiftning, utan på bristande efterlevnad av lagen och bristande kontroll av lagbrott. Myndighetsutövandet och byråkratin lämnar med andra ord mycket att önska. H&M:s arbete med uppförandekoder innebär därmed bland annat implementering av nationella lagar och kontroll av efterlevnaden av dessa. Det multinationella företaget får genom implementeringen och kontrollen en funktion som hör den politiska sfären till, snarare än den företagsekonomiska. Företaget utför en roll egentligen tillhörande myndigheter och byråkratin.

Även andra aktörer, som NGO:s, är måna om att mänskliga rättigheter beaktas och arbetsrätten respekteras. Men de har inte de nödvändiga resurserna för att kunna utföra implementering och kontroll. Det multinationella företaget har däremot en unik position genom att vara uppdragsgivare åt leverantören. Genom sin ekonomiska makt – leverantören är beroende av beställningar – kan företaget ställa krav. Det multinationella företaget har genom sin tillgång till ekonomiska sanktioner auktoritet. Då leverantörens anställda tillverkar produkter åt det multinationella företaget är arenan – fabriken – naturligt öppen. Tillgång till arenan och auktoritet är två för implementeringen av arbetsrätt nödvändiga resurser, vilka MNC:s har tillgång till, men NGO:s saknar.

Det finns inom forskningen om byråkrati de som menar att istället för att betrakta byråkratin som ett ”neutralt instrument i politikernas händer” så är ”den offentliga byråkratin ofta både en viktig politisk arena och en mäktig politisk aktör” (Premfors et al 2003: 40). Den bangladeshiska byråkratin utmärks av korruption. För de inhemska företagen innebär det att en del av budgeten går till mutor. Man måste betala ”för att få loss varorna från hamnen, få loss rätt dokument för att kunna importera tygerna, betala för att de ska komma på en lastbil, betala för att de ska komma – ja, allt” (Lorentzon 2006-10-03). Byråkraterna i Bangladesh är så att säga upptagna med fel uppgifter. Kanske är den offentliga byråkratin ett instrument i politikernas händer, men den är ingalunda i demokratins tjänst.

Det är där företagen, här exemplifierat med H&M, kommer in och utför den uppgift som egentligen ligger på myndigheternas bord. Därmed är det privata aktörer som agerar som uttolkare av rätten. Företaget tar alltså byråkratens plats och implementeringen färgas därav. Av det följer dels att respekt för lagarna skapas och dels att det är aktörer utan demokratisk legitimitet som står för implementeringen, vilket kan ses som problematiskt. Ur demokratiskt hänseende är det av godo att lagar följs och mänskliga rättigheter tas i beaktande. Effekten av att Bangladeshs byråkrati inte fungerar tillfredsställande är att de multinationella företagen blir politiska aktörer med inflytande. Myndigheterna lämnar politiska tomrum, vilka genom CSR tas i anspråk av multinationella företag.

Den kanske viktigaste delen av CSR-arbetet är alltså implementeringen av de arbetsrättsliga aspekterna av uppförandekoderna, vilket i praktiken innebär att företagen implementerar nationell lag. Det är inget kontroversiellt budskap, utan CSR utgår från delvis redan etablerade *normer*, sålunda skapar *kontexten* goda

förutsättningar för genomförandet. Genom resurserna *auktoritet* och *tillgång till arenan* har det multinationella företaget goda förutsättningar att skapa förändring på arbetsplatserna.

4.2.2 Partnerskap

För att effektivt kunna utföra implementeringen av uppförandekoderna tar företaget hjälp av NGO:s. Samarbete mellan olika aktörer, t ex mellan företag och NGO:s, kallas i litteraturen ofta för partnerskap. Det står för ett institutionaliserat eller formaliserat samarbete. Begreppet är omdiskuterat. Vissa menar att det positivt klingande ordet partnerskap döljer den maktasymmetri som kan finnas mellan aktörerna (se t ex Newell 2002: 95). Marina Ottaway föredrar begreppet global korporatism, vilket kan tyckas ha en mer politisk klang än det affärspräglade partnerskap. Jag använder dock partnerskap, då det är det begrepp som aktörerna själva använder.

Det partnerskap som står i centrum i denna studie är det mellan H&M och kvinnorrättsorganisationen Karmojibi Nari (KN), som betyder "arbetande kvinna". KN registrerades som en NGO 1991 och har sedan dess lett av Shirin Akter. Rokeya Rafique, anställd styrelseledamot, svarade via e-mail på mina frågor. Rafique presenterar organisationen som en "Right Based Organization, working on workers' rights, especially on the women workers' rights where gender and trade is a crosscutting issue" (Rafique 2006-11-16). Det är en icke-vinstdriven organisation som arbetar på regional, nationell och internationell nivå. De syftar till att informera kvinnor om deras rättigheter i arbetslivet, men också till att "take measure for proper implementation of labour laws of the country and ILO conventions" (Karmojibi Nari 2005). Under rubriken "global partnership" på hemsidan står H&M med.

KN:s verksamhet syftar således bland annat till att implementera landets arbetsrättsliga lagar. I implementeringen av uppförandekoderna och den nationella arbetsrätten har KN och H&M en gemensam strävan, vilket är en god förutsättning för ett samarbete. Främsta motivet till KN:s intresse av ett partnerskap var möjligheten att få en "open access to the workers at their working area" (Rafique 2006-11-16). Förutsättningen för att tillträdet till arenan ska ses som attraktivt är att NGO:n, här KN, ser CSR-arbetet som legitimt. Utan denna legitimitet, som härrör ur ett samförstånd om de normer som förmedlas genom CSR, är det tveksamt om ett partnerskap hade inletts. Legitimitet är därför en viktig resurs för H&M.

Rafique diskuterar samarbetet som ett "win-win-game" och menar att H&M genom KN:s arbete vill få "better and undistrupted productivity" (Rafique 2006-11-16). Motiviet för H&M att arbeta med KN är "att de har en kompetens och kunskap på den lokala nivån som vi behöver för att kunna göra vårt arbete" (Lorentzon 2006-10-03). Men det är inte bara kunskap om lokala förhållanden, utan också organisationens erfarenhet, som kommer väl till pass. Effektivitet uppnås genom att vända sig till en frivilligorganisation som redan har gedigen erfarenhet av det man kallar "workers' training". Företaget och NGO:n

kompletterar alltså varandras resurser och därför tjänar båda två på ett samarbete. Intressant att notera är att KN använder ett betydligt mer ekonomiskt språk när de anger H&M:s motiv till samarbete, än H&M själva gör. KN menar att implementeringen av uppförandekoderna inte bara har ett politiskt värde, utan också att det är produktivitetshöjande och alltså har ett direkt ekonomiskt värde.

H&M söker KN:s specialkompetens, eftersom den fyller en viktig funktion för att H&M ska lyckas med sitt CSR-arbete. Det betyder dock inte att ett samarbete med en NGO är helt problemfritt. Deeba C Remheden menar att det ibland uppstår en arbetskulturrök. ”Det är lite mer informellt och lite hipp som happ i en frivilligorganisation och i ett företag är det mer strukturerat och organiserat” (Remheden 2006-10-03). Dessutom är frivilligorganisationerna ofta underbemannade. Under 2005 var målet att direkt nå ut till 400 arbetare och indirekt till ytterligare 2000. På grund av personalbrist hos KN kunde inte målet uppnås, utan man nådde ut till 238 arbetare direkt och 1360 indirekt (H&M 2: 39). H&M betonar att problemet är bristen på utbildad personal, och inte en för snäv budget (Remheden 2006-10-03). H&M har de ekonomiska resurser som krävs.

Vilka är partnerskapets nackdelar för KN? H&M tror inte att ett partnerskap innebär någon konflikt för en NGO av KN:s karaktär. Rafique svarar kort att ”there is no disadvantage in this partnership” (Rafique 2006-11-16). Den positiva bilden bekräftas även av att NGO:s aktivt söker sig till företag för att få samarbeta med dem på konsultbasis (Remheden 2006-10-03). Om det finns problem är det inget KN vill diskutera öppet.

Både H&M och KN anser således att partnerskap är fördelaktigt. Men hur ser det konkreta samarbetet ut? Ingrid Schullström, CSR-ansvarig på H&M, ger i Rena Kläders rapport en kortfattad beskrivning av arbetet: ”KN utbildar arbetare och chefer hos H&M:s leverantörer om arbetares rättigheter med betoning på ett kvinnorrättsperspektiv. Utbildningsmaterial i form av videofilmer och broschyrer har tagits fram och en teaterföreställning ingår även i utbildningen för att nå ut till arbetare som inte kan läsa eller skriva” (Winborg 2006: 42). Arbetarna får alltså undervisning i lagstiftningen. Som ett led i implementeringen av lagen vill man skapa en förståelse för den hos arbetarna. De ska medvetandegöras om sina rättigheter. Ett exempel är mammaledighet. Enligt en undersökning som H&M har låtit göra utnyttjar inte ens hälften av kvinnorna sin lagstadgade rätt till mammaledighet, helt enkelt för att de saknar kunskap om den och för att fabriksledningen har underlåtit att gå ut med information (H&M 1: 33). Bland annat den kunskapen försöker H&M och KN förmedla genom en teaterföreställning och därefter uppföljande undervisning. Teatern är utformad som blandning mellan information och underhållning och är ett exempel på hur kunskapsförmedlingen målgruppsanpassas. Teater är mycket vanligt förekommande i Bangladesh, bland annat på grund av analfabetismens utbredning, och den är ett vanligt medium för att förmedla kunskap. (Lorentzon 2006-10-03) Genom teater och undervisning medvetandegörs arbetarna, vilket kan ses som en slags folkbildning; en förmedling av de rättigheter som medborgaren har i samhället.

Antalet NGO:s i Bangladesh är stort. Där finns över 20 000 registrerade organisationer (Appin 2006). Remheden menar att antalet NGO:s står i proportion

till den stora mängd bistånd som landet får. Hon understryker också att det ”är mycket business” i Bangladeshs NGO-värld och att den inte är ”såär jätteidealistisk”. Men även det motsatta framhävs: många bangladeshiska NGO:s är ganska politiserade (Remheden 2006-10-03). När H&M väljer samarbetspartners tittar de just på den politiska profilen. Remheden betonar svårigheter med att samarbeta med organisationer med politiska profiler som kan verka polariserande eller som är kontroversiella. I praktiken innebär det att vissa NGO:s, eller vissa värden, slår igenom lättare än andra. Men som Remheden betonar ”tullar [NGO:s] på politiseringen när de övergår till att jobba på konsultbasis. Plötsligt är det så att ’vi gör det ni vill’” (Remheden 2006-10-03). Ett partnerskap med ett företag är så mycket värt för en NGO att de är villiga att kompromissa med sin politiska profil. För KN har samarbetet enligt Rafique inte inneburit en sådan kompromiss. Hon menar att ”it is no compromise with political commitment” (Rafique 2006-11-16). KN:s politiska profil matchade redan initialt väl med CSR-arbetet.

H&M har med KN ett partnerskap som båda är nöjda med. KN:s uppfattning att CSR-arbetet är *legitimt* är viktigt för samarbetet. Genom de kompletterande resurserna - H&M:s *tillgång till fabrik och arbetare* samt *ekonomiska resurser* och KN:s *kunskap* – vinner båda på samarbetet. Utan KN hade H&M:s implementering av uppförandekoderna försvårats.

4.2.3 MFA Forum – H&M blickar framåt

När H&M började anlita leverantörer i Bangladesh 1982 såg förhållandena radikalt annorlunda ut mot idag. Textilindustrin var då mycket liten och H&M var ett av de första utländska företagen. Produktionen skedde småskaligt och ibland tillverkades varorna i hemmen (H&M 4). Enligt Maritha Lorentzon fick företaget mycket kritik för sin satsning i Bangladesh, men nu är förhållandet det omvända: H&M kan idag inte lämna Bangladesh utan att utsättas för hård kritik. Bangladesh är inte ett idealt produktionsland för H&M. Landet har låg produktivitet, varor fastnar i tullen och byråkratin är ineffektiv och dåligt fungerande (Lorentzon 2006-10-03). H&M skulle produktionsmässigt vinna ekonomiskt på att flytta från Bangladesh till Kina. Men det gör man inte, och kan inte göra, eftersom man då skulle få utstå för mycket kritik. Kritiken, exempelvis offentliggjord genom media, skulle kunna leda till minskad försäljning. Strategin att inte flytta kan dock inte enbart förklaras med ekonomiska argument, för kanske skulle den ekonomiska förlusten i det initiala skedet kunna täckas av vinsten från den effektivare produktionen i Kina. Utan jag menar att förklaringen även inbegriper självbild och företagskultur. Genom ett aktivt CSR-arbete har företaget skapat en image och självbild som de måste leva upp till. De har en politisk profil, skulle jag vilja påstå, med en CSR-avdelning med genuint intresserad personal och en hel verksamhet kring CSR, som skulle mista sin trovärdighet om man lämnade Bangladesh. Inom statsvetenskapen används begreppet spårberoende, vilket innebär att när ”certain choices are made, they constrain future possibilities and determine the range of options available to

policy-makers, in terms of both policy substance and political process” (Jönsson et al 2000: 129). H&M måste fortsätta det spår de har påbörjat, annars blir kostnaderna såväl de ekonomiska som politiska för höga. ”Vi anser att vi måste ta konsekvensen, vi har varit här sedan -82 och vi kan inte bara sticka och ha all vår produktion i Kina. Det går inte, men däremot måste Bangladesh som land, leverantörer och regering ta sitt ansvar och det börjar bli bråttom” (Lorentzon 2006-10-03). När H&M genom en flytt inte kan ändra situationen, får de försöka med andra metoder. Ett försök att förbättra omständigheterna är att medverka i olika nätverk.

Ett sådant nätverk är MFA Forum. MFA (Multi Fibre Agreement) upphörde att gälla 2005 och därmed utsattes Bangladesh för mycket större konkurrens än tidigare (se kapitel 4.1). För att möta denna konkurrens har samarbetet i MFA Forum inletts. Forumet presenterar sig själva som följer på hemsidan: ”The MFA Forum is an open network of over 70 participants representing brands and retailers, trade unions, NGOs and mulit-lateral institutions [...] The aim of the MFA Forum is to promote social responsibility and competitivness in national garment industries that are vulnerable in the new post-MFA trading environment” (MFA Forum 2006). Därmed är det såväl ett socialt som ekonomiskt projekt, i vilket representanter från regering, NGO:s, MNC:s och fackföreningar finns representerade. Gemensamt ska de verka för en hållbar bangladeshisk framtid, vilket de enligt hemsidan bäst gör genom tillvaratagandet av de olika parternas kompetens. I samarbetet har de olika uppgifter. De stora textilföretagen har lovat att koordinera sina uppförandekoder och också sina revisioner. Regeringen ”har pratat korrupktion, har pratat utbildning t ex, folk måste få börja lära sig att läsa och skriva, man måste ha en textilutbildning i landet” (Lorentzon 2006-10-03). Korrupktionen i Bangladesh har allvarliga konsekvenser. De multinationella företagen accepterar inte korrupktion i sina egna affärskontakter, men är väl medvetna om t ex mutornas betydelse i produktionskedjan. I MFA Forum försöker de påverka regeringen till att ta dessa problem på större allvar. NGO:s ska som sin uppgift i MFA Forum kartlägga vartenda biståndsprojekt som pågår i Bangladesh, för att se om en samordning är möjlig, t ex genom en gemensam satsning på utbildning och produktivitetshöjande projekt (Lorentzon 2006-10-03). MFA Forum är ett exempel på politiskt arbete, där samhällsaktörer av olika karaktär samverkar för att förbättra ekonomiska och sociala villkor. H&M blir i detta en politisk aktör, med ett starkt intresse av att villkoren förbättras i Bangladesh, så att produktiviteten höjs och därmed affärerna förbättras. Spårberoende gör att företaget inte kan byta produktionsland, vilket medför delaktighet av ekonomiska skäl i det politiska projekt som MFA Forum är. CSR, som ju står för företags sociala ansvar, har alltså tämligen långtgående implikationer. Ansvaret gör att man inte bara kan överge Bangladesh. Men hur långt sträcker det sig? Lorentzon jämför med när man slutar arbeta med en leverantör. Då läggs ett utfasningsprogram in, som innebär att leverantören vet hur lång tid den har på sig att hitta en ny kund. Ordalagen är ganska svävande i denna del av intervjun, men kontentan är att H&M inte kan stanna kvar utan förändring i Bangladesh. Men i så fall lämnas landet på ett ansvarstagande sätt:

med förvarning, gärna med att först ha hjälpt till att få dit ersättningsindustri och inte utan att först ha försökt förbättra landet. (Lorentzon 2006-10-03)

H&M är i Bangladesh inte den fria aktör som marknadslogiken gör gällande, utan de har genom CSR börjat gå en väg som de inte kan avvika från utan att höga kostnader, såväl ekonomiska som politiska, uppstår. Mekanismen spårberoende gör att H&M liksom andra aktörer som regering och NGO:s har ett intresse av att Bangladesh får en socialt och ekonomiskt gynnsam utveckling. Därmed blir företaget naturligt en aktör av många i det politiska projekt som MFA Forum innebär.

5 Effekterna av CSR

I den delen av uppsatsen som heter "förutsättningar" diskuterar jag hur kontext och resurser – hos företag, men också hos NGO:s – gör att de effektivt kan verka för efterföljandet av mänskliga rättigheter och demokrati. Genom CSR-arbete, här exemplifierat med H&M i Bangladesh, utnyttjas dessa förutsättningar. Företagets uppförandekoder ska efterföljas och i praktiken innebär det att företaget implementerar nationella lagar. För att kunna göra detta behöver företaget den lokala organisationens kunskap, här kvinnorrättsorganisationen KN:s kunskap, och ett samarbete inleds. Men CSR innebär inte bara att uppförandekoder ska efterföljas, utan även att företagets förhållningssätt till samhället förändras. Företaget har inte bara blivit medvetet om sitt ansvar gentemot sina anställda, utan också om sin roll i det samhälle där de verkar. Detta har jag exemplifierat med H&M:s engagemang i MFA Forum.

Här tänker jag diskutera uppsatsens centrala frågor. Den främsta är *hur CSR kan främja demokrati och demokratisering*. Eftersom det är tydligt att CSR-arbetet sätter avtryck på flera olika sätt, följer *hur MNC:s och NGO:s påverkas av CSR-arbetet*. CSR är ett redskap i den globala styrning som diskuteras inom teoribildningen Global Governance. GG utgår från att det finns tre viktiga globala aktörer: staten, marknaden och det civila samhället. Jag tror att utvecklingen inte bara för med sig att dessa tre agerar på samma politiska arena, fast som tre separata aktörer med olika motiv och strategier, utan också att aktörerna kommer att förändras. Ett exempel är att NGO:s får drag från företag och ett annat att företag får drag från politiska aktörer. Aktörerna utför inte bara handlingar som traditionellt hör andra sfärer till, utan de förändras också i funktion. Därmed påstår jag dock inte att de kommer att upphöra att vara tre olika aktörer med olika intressen och strategier, utan jag menar att det i vissa aspekter sker ett närmande.

Diskussionen delas upp i tre delar, med start hos de icke-statliga organisationerna, därefter MNC:s och slutligen fokuserar jag på demokratifrågan.

5.1 NGO

I Bangladesh har det vuxit fram en NGO-kultur där organisationerna erbjuder företagen en slags konsultverksamhet. Precis som på andra marknader, styrs även den ideella sektorn i viss mån av utbud och efterfrågan. NGO:s erbjuder de tjänster som företagen efterfrågar. Samarbeten har blivit institutionaliserade och diskuteras som partnerskap. Hur kan vi förstå den förändring som sker inom NGO-världen? Det finns röster som är odelat positiva till denna sorts partnerskap och de som ställer sig mer tveksamma.

Som jag diskuterar under förutsättningar kompletterar NGO:s och företag varandra. De som förordar partnerskap framhäver just att samarbetet ger NGO:s nya kanaler att göra sina röster hörda. De kan utnyttja företagets resurser samtidigt som NGO:ns egna resurs – nämligen kunskap – kommer till sin rätt. I vår globaliserade värld kan partnerskap rentav vara framtidens melodi: "If executed appropriately, partnerships can be the wave of the future in global governance" (Benner & Witte 2004: 9).

Samtidigt har inte alla NGO:s samma möjligheter att inleda ett partnerskap. Organisationen måste ses som en tillförlitlig kunskapsbärare och de normer de företrädare skall helst överensstämna med CSR. Annars måste NGO:n anpassa sig. Ökat inflytande implicerar alltså också anpassning till regler och normer. Förvisso ökas mångfalden av aktörer i globala samarbeten eller organisationer, men som skeptikern Marina Ottaway påpekar, är relationerna mellan aktörerna långt ifrån jämlika. Ottaway menar istället att det är i informella nätverk som NGO:s bäst kommer till sin rätt. "As lobbies, they have been able to play to their strength - their flexibility and their capacity to include all sorts of groups, big and small, well established or just being formed, from the North and the South" (Ottaway 2001: 17). Det är tydligt att de politiska förutsättningarna för NGO:s förändras som en följd av att de, eller vissa av dem, kan vara delaktiga i formella samarbeten.

En invändning är att det bara är vissa typer av NGO:s och vissa typer av röster som hörs. Det argumenteras för att många röster kommer att förbli tysta (Se t ex Reinicke 1999: 50). Det blir in facto de multinationella företagen som har makten att utse vilka NGO:s som får ingå i samarbeten och därmed vilka NGO:s som får tillgång till nya arenor för reellt utövande av inflytande i samhället. Faran med partnerskap är att NGO-världen likformas, att NGO:s kompromissar bort viktiga delar i sin politiska identitet för att just få tillgång till denna arena. I det stora kan alltså CSR innebära att NGO:s förändras i sin karaktär, vilket inte gynnar den mångfald som är ett demokratiskt signum. Men samtidigt innebär partnerskap en möjlighet till större inflytande för NGO:s. Lokala NGO:s utan stora ekonomiska resurser ges genom CSR en möjlighet att förbättra livsvillkoren för människor. Det må förändra villkoren för NGO:s, ge en snedvridning som framhäver NGO:s med viss politisk inriktning, men samtidigt gör det NGO:s till viktiga spelare på den politiska arenan.

5.2 Företagande i förändring

Inom teoribildningen internationell politisk ekonomi utgår man från att gränsen mellan den politiska och den ekonomiska sfären håller på att suddas ut som en följd av globaliseringen. Man kan se de två sfärerna som två cirklar som alltmer överlappar varandra. Rikard Bengtsson menar att politik och ekonomi "påverkar och sätter gränser för varandra" (2006: 278), vilket är en mycket försiktigare utsaga än den av Susan Strange, som menar att "the political and economic domains cannot be conceptually separated" (Strange 2000: 82). Är H&M i sitt

CSR-arbete en ekonomisk eller en politisk aktör? Avgörande för om en handling är politisk eller ekonomisk kan tänka sig vara resultatet, eller själva handlingen i sig, men man kan också utgå från handlingslogiken i sin klassificering.

Bengtsson menar att de politiska respektive ekonomiska aktörerna agerar utifrån separata logiker. ”Inte minst i demokratiska politiska system är det uppenbart att det politiska beslutsfattandets logik – exempelvis när det gäller tempo, hänsyn och ansvarsutkrävande – skiljer sig markant från den ekonomiska logiken” (Bengtsson 2006: 278). Ekonomisk logik är lika med ekonomisk rationalitet, vilket leder till att ”ekonomiska aktörer [kan] fatta snabba beslut utan hänsyn till den allmänna opinionen eller konstitutionella krav på förankring och kontroll” (Jönsson et al 2001: 16).

Men kanske är det för enkelt att prata om två separata logiker. H&M, eller andra företag vilka arbetar seriöst med CSR, kan inte fatta snabba beslut utan att ta hänsyn till opinionen. I tidigare kapitel argumenterade jag för att H&M:s agerande i Bangladesh, t ex engagemanget i MFA Forum, kan förstås utifrån spårberoende. Även om det inte är säkert att H&M:s fortsatta produktion i Bangladesh kan försvaras ekonomiskt, har H&M:s tidigare CSR-arbete fört med sig att de inte kan lämna landet genom ett ”snabbt beslut”, utan företagets uppbyggda CSR-trovärdighet och även självbild, hävdar jag, gör att de inleder ett samarbete för att förbättra produktionsvillkoren i Bangladesh. H&M har ”byggt in sig” i sitt CSR-arbete och spelreglerna för företagandet har förändrats. En politisk dimension har tillkommit, vilket gör att det inte enbart är den ekonomiska logiken som styr. Det som kallas den ”råa kapitalismen” är lång borta. CSR gör sålunda att företaget både utifrån själva handlandet, men också utifrån logiken, inte längre är en renodlad ekonomisk aktör.

CSR begränsar företagets handlingsutrymme, inte bara genom att företagen måste ta hänsyn till produktionsvillkoren, utan även genom rollen som viktig social agent i samhället där de verkar. I den vetenskapliga såväl som offentliga debatten framhävs ofta staternas minskade makt och beroende av de mäktiga multinationella företagen (se t ex Bengtsson et al 2001: 110). I fallet Bangladesh är det verkligen sant. Det skulle innebära en katastrof om textilindustrin lämnade landet. Något som inte lika ofta uppmärksammas är hur statens beroende av företagen resulterar i minskad makt även för företagen. Hade Bangladesh inte varit beroende av textilindustrin hade H&M kunnat lämna landet för att finna leverantörer i mer produktiva länder, utan att för den skull bryta mot CSR och pådra sig kritik från media och konsumenter. Relationen stat – MNC är sålunda inte, menar jag, fullt så okomplicerad som den ofta framställs. Bangladeshs beroende tillsammans med spårberoendet som CSR-arbetet skapar gör att företagets handlingsutrymme blir kraftigt beskört.

5.3 Demokrati och mänskliga rättigheter

Det finns inga större studier som undersöker CSR:s faktiska effekt i de länder i vilka CSR-arbete pågår, utan enbart fallstudier och en liten mängd utvärderingar

(Blowfield 2005: 519). Hur samhället påverkas i stort eller i långa loppet kan man alltså enbart spekulera om. Jag menar dock att CSR på många sätt direkt bidrar till ett stärkande av demokratin.

Demokratin kan betraktas som *process*, vilket innebär att det är *hur* samhället fungerar som är demokratiskt. Genom CSR torde respekten för och kännedomen om demokratin som process öka. Grundläggande i en demokrati är att folket går till val, de folkvalda stiftar lagar och därefter implementeras dessa lagar. I ett land som Bangladesh fungerar uppenbarligen inte hela processen. De lagar som arbetarna inte känner till eftersom de inte efterföljs eller diskuteras, existerar inte heller i realiteten utan bara som paragrafer. Som sådana har de knappast något värde för gemene man och skapar inte respekt eller tillit till den demokratiska processen. Det multinationella företaget står genom CSR för implementeringen av nationella lagar. Genom företagets arbete informeras arbetarna om vilka lagar som finns och att dessa bör följas. Visar fabriksledningen respekt för lagarna och blir arbetarna informerade om sina rättigheter, synliggörs en positiv aspekt av demokratin, nämligen att de folkvalda kan stifta lagar som gör det bättre för människor. När lagarna implementeras genom CSR är det förvisso problematiskt att det sker genom en icke-demokratiskt vald aktör, men det kan stärka tilliten till demokratin, eftersom det synliggör resultat av politiskt arbete.

Kunskap om de arbetsrättsliga lagarna skapar dessutom en medvetenhet hos den enskilde arbetaren. Den information som förmedlas via H&M:s CSR-arbete ger arbetarna en bra kunskapsbas gällande sina rättigheter. För att en demokrati ska fungera är det viktigt med folkbildning. Rättigheter på arbetsplatsen ger ytterligare en förståelse av begreppet demokrati. Den viktigaste grunden i demokratin är att den utgår från folket och därför är det också för demokratin funktion av yttersta vikt att detta folk har en viss kännedom om den (se exempelvis Scholte 2002: 293).

Korruption hör inte hemma i en demokrati. H&M accepterar inte korruption och leverantörerna måste i sin kontakt med företaget agera på ett korrekt sätt. Därmed bryts den kultur av korruption som annars dominerar i affärssektorn. Möjligheten finns också att anammandet av en icke-korrupt företagskultur kan sprida sig i affärsleden. Exempelvis John Ruggie argumenterar för att "good practices" kan föras vidare till andra aktörer (2004: 516). I MFA-Forum ska de olika aktörerna bidra på olika sätt till att förbättra produktiviteten i Bangladesh. I det samarbetet sätter t ex företag och NGO:s press på regeringen att åtgärda korruptionsproblemet. Både underifrån – på plats i fabriken – och ovanifrån – genom att påverka politiker – innebär CSR och företagets arbete att korruption kritiserar och andra normer introduceras.

Demokratin behöver inte bara betraktas som process, utan kan också diskuteras utifrån de *värden* som man menar ska genomsyra den. Då står demokratin *substans* i centrum. Uppförandekoderna vilar på internationella konventioner om mänskliga rättigheter och arbetsrätt. Det finns en internationell överenskommelse om att de rättigheter och de regler som uttrycks är av den arten att de bör gälla i demokratier världen över. De utgör en grund i det demokratiska samhället. Därmed menar jag att implementeringen av CSR är en implementering av demokratiska värden och alltså en demokratisk vinst.

Genom CSR har NGO:s fått nya arbetsuppgifter och möjligheter att föra ut sina budskap. Det stärker organisationerna och därmed också det civila samhället. Enligt många forskare (se t ex Putnam 1993) är ett starkt civilt samhälle en viktig förutsättning för demokratin och en drivande faktor i demokratiseringsprocesser. Det civila samhällets bidrag till demokratin kan sammanfattas med att det har en medlande funktion mellan stat och medborgare, att det mobiliserar och förmedlar medborgarnas intressen, stimulerar medborgarnas politiska aktivitet och inpräglar demokratiska värden (Booth & Richard 1998: 780). Genom CSR-arbetet skapas större kontaktytor mellan NGO:s och medborgare, vilket innebär större möjlighet till dialog mellan NGO och medborgare. Det torde stärka de ovan nämnda bidragen till demokratin.

Partnerskap med företag stärker alltså det civila samhället och därmed även demokratin. Men, som jag skrev under kapitel 5:1, alla NGO:s kan inte delta, vilket innebär att det enbart är vissa medborgares intressen som mobiliseras och förmedlas. Vad har det för konsekvenser för demokratin?

In more political terms, the Compact highlights the difficulties of making global governance democratic. Although the Compact does give more voice to nonstate actors on the international stage, clearly the language of “partnership”, “networking” and “policy dialogue” cannot by itself erase the inequalities that cause some groups to be “in” while others are left “out”. (Thérien & Pouliot 2006: 70)

Krav på representativitet uppfylls inte till önskvärd grad, men även om inte representativiteten är fullständig, bidrar de NGO:s som deltar i partnerskap till att representativiteten blir bättre. De andra bidragen till demokratin, som stimulerande av politisk aktivitet och inpräglade av demokratiska värden, förblir goda bidrag även om fältet av NGO:s tenderar att vara politiskt ensidigt.

5.4 Slutord

Vilka långtgående effekter CSR har, är det än så länge svårt att uttala sig om. Det är ett ganska ungt och outforskat område. Därför vore det önskvärt med både kvantitativ och kvalitativ empirisk forskning kring exempelvis implementeringen av uppförandekodernas påverkan på arbetarnas faktiska demokratiuppfattning, kring CSR-arbetets påverkan på NGO-sektorn eller på de multinationella företagens funktion.

Men redan nu är det tydligt, menar jag, att de multinationella företagens CSR-arbete kan vara demokratifrämjande. Det finns problematiska aspekter av CSR-arbetet, men den positiva utveckling som multinationella företag kan bidra med väger, enligt mig, tyngre.

Däremot får man inte övertolka företagens möjligheter. Företag kan bidra, men man kan självfallet inte enbart förlita sig på dem. Som Michael Blowfield uttrycker det, ”even when CSR makes a positive contribution to development goals, there will still be gaps that need to be tackled by government and civil

society” (Blowfield 2005: 523). Företag kan och ska inte ta över alla de uppgifter de politiskt tillsatta och det civila samhället har. Men de har onekligen möjligheter att förbättra människors livsvillkor och att slå ett slag för demokrati och mänskliga rättigheter, och de möjligheterna bör de använda sig av.

6 Referenser

- APPIN (2006). The Asia Pacific Philanthropy Information Network
<http://www.asianphilanthropy.org/countries/bangladesh/size.html> 2007-01-06
- Ba, Alice D, och Hoffmann, Matthew J (2005): "Introduction: coherence and contestation" i: Ba, Alice D, och Hoffmann, Matthew J (red) (2005): *Contending Perspectives on Global Governance. Coherence, contestation and world order*. London: Routledge.
- Beetham, David (1991): *The Legitimation of Power*. London: Macmillan.
- Bengtsson, Rikard; Ericson, Magnus; Hall, Martin; Kronsell, Annica (2001): *Perspektiv på världspolitik*. Lund: Studentlitteratur.
- Bengtsson, Rikard (2006): "Internationell politisk ekonomi" i: Gustavsson, Jakob; Tallberg, Jonas (red) (2006): *Internationella relationer*. Lund: Studentlitteratur.
- Benner, Thorsten, Reinicke, Wolfgang H. & Witte, Jan Martin (2004): "Multisectoral Networks in Global Governance: Towards a Pluralistic System of Accountability", *Government and Opposition*, vol 39, nr 2, s. 191-210.
- Bexell, Magdalena (2005): *Exploring Responsibility. Public and Private in Human Rights Protection*. Lund: Department of Political Science, Lund University.
- Bjurling, Kristina (2001): *Globala företag – globalt ansvar: en studie om Volvo och Ericsson. En rapport från Diakonia*. Stockholm: Forum Syd.
- Blowfield, Michael (2005): "Corporate Social Responsibility: reinventing the meaning of development?" i: *International Affairs*. Vol 81, nr 3, maj 2005, s. 515-524.
- Booth, John A & Richard, Patricia Bayer (1998): "Civil Society, Political Capital, and Democratization in Central America" i: *The Journal of Politics*. Vol 60, nr 3, augusti 1998, s. 780-800.
- Brysk, Alison (2005): *Human Rights and Private Wrongs. Constructing Global Civil Society*. New York: Routledge
- Christiano, Tom (2004): "Authority" i: *Stanford Encyclopedia of Philosophy*.
<http://plato.stanford.edu/entries/authority/#1> 2007-01-07
- Fabig, Heike & Boele, Richard (1999): "The Changing Nature of NGO Activity in a Globalising World. Pushing the Corporate Responsibility Agenda" i: *IDS Bulletin*. Vol 30, nr 3, s. 58-67.
- Fagerfjäll, Ronald; Frankental, Peter; House Francies (2001): *Mänskliga rättigheter – företagens ansvar?* Stockholm: SNS Förlag.

- Fair Trade Center (2006-08-16): "Pressmeddelande: Stora skillnader mellan modejättarnas etikarbete".
<http://www.fairtradecenter.se/index.php/ftc/content/view/full/756> 2007-01-07
- The Global Compact (2006): The Ten Principles.
<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html>
 2007-01-08
- Held, David (2001): *Globalization, Corporate Practice and Cosmopolitan Social Standards*. London: Centre for the Study of Global Governance. Paper presented at the conference, *Globalisering och Sozialstandards*, 30/31 March 2001
<http://www.lse.ac.uk/Depts/global/Publications/PublicationsProfHeld/GlobalizationCorporatePractice.pdf> 2007-01-08
- Henderson, David (2002): *Missriktad välvilja*. Stockholm: Timbro
- Hewson, Martin, Sinclair, Timothy J (red) (1999): *Approaches to global governance theory*. Albany, NY : State University of New York Press.
- H&M 1: Årsredovisning 2005. <http://www.hm.com/se/> 2007-01-08
- H&M 2: Corporate Social Responsibility Report 2005. <http://www.hm.com/se/>
 2007-01-08
- H&M 3: Vårt ansvar. Om H&M och socialt ansvar.
http://www.hm.com/filearea/corporate/fileobjects/pdf/common/COMMON_RESPONSIBILITY_BROCHURE_CSR_SWEDISH_PDF_1150721732801.pdf
 2007-01-08
- H&M 4: Arbetsförhållanden i leverantörskedjan: H&M:s långsiktiga arbete för förbättrade villkor i Bangladesh. <http://www.hm.com/se>. 2006-10-26
- H&M 5: Social uppförandekod
http://www.hm.com/filearea/corporate/fileobjects/pdf/common/COMMON_CODEOFCONDUCT_SWEDISH_PDF_1124202374647_1150270229189.pdf
 2007-01-08
- Hydén, Göran (1998): "Demokratisering i tredje världen – en översikt" i: Hydén, Göran (red) (1998): *Demokratisering i tredje världen*. Lund: Studentlitteratur
- Horn af Rantzien, Mia (2003): "Företagens sociala ansvar – den internationella utvecklingen i ett svenskt perspektiv".
<http://www.ima.kth.se/utb/3c1333/pdf/SocialtAnsvar.pdf> 2007-01-06
- Jönsson, Christer; Jerneck, Magnus; Stenelo, Lars-Göran (2001): "Globalisering: en inledning" i: Jönsson, Christer; Jerneck, Magnus; Stenelo, Lars-Göran (red.) (2001): *Politik i globaliseringens tid*. Lund: Studentlitteratur.
- Jönsson, Christer; Tägil, Sven; Törnqvist, Gunnar (2000): *Organizing European Space*. London: Sage Publications.
- Kaldor, Mary (2003): *Det globala civilsamhället*. Göteborg: Daidalos.
- Karmojibi Nari (2005): <http://www.karmojibinari.org/> 2006-11-01

- Keck, Margaret E & Sikkink, Kathryn (1998): *Activists Beyond Borders. Advocacy Networks in International Politics*. Ithaca and London: Cornell University Press
- Keohane, Robert O & Nye Jr, Joseph S.(2000): "Governance in a globalizing world" I: Keohane, Robert O (2002): *Power and Governance in a Partially Globalized World*. London and New York: Routledge.
- Lorentzon, Maritha (2006-10-03), H&M:s CSR-avdelning i Stockholm, intervju på plats
- Lundquist, Lennart (1993): *Det vetenskapliga studiet av politik*. Lund: Studentlitteratur.
- Malmström, Györki & Sjögren (1994): *Bonniers svenska ordbok*. Stockholm: Bonnier.
- McIntosh Sundstrom, Lisa (2005): "Foreign Assistance, International Norms, and NGO Development: Lessons from the Russian Campaign" I: *International Organization*. Vol 59 nr 2 2005.
- MFA Forum. <http://www.mfa-forum.net> 2006-10-31
- Muchlinski, Peter T (2003): "Human rights, social responsibility and the regulation of international business: The development of international standards by intergovernmental organisations". I: *Non-State Actors and International Law*. Vol 3 s.123-152
- Newell, Peter (2002): "From responsibility to citizenship. Corporate accountability for development" i: *IDS Bulletin*. Vol 33 Nr 2 2002.
- O'Brien, Robert (2005): "Global civil society and global governance" i: Ba, Alice D, och Hoffmann, Matthew J (eds) (2005): *Contending Perspectives on Global Governance. Coherence, contestation and world order*. London: Routledge.
- Ottaway, Marina (2001): "Corporatism Goes Global: International Organizations, Nongovernmental Organization Networks, and Transnational Business", *Global Governance*, Juni 1, 2001
- Premfors, Rune; Ehn, Peter; Haldén, Eva; Sundström, Göran (2003): *Demokrati och byråkrati*. Lund: Studentlitteratur.
- Price, Richard (2003): "Transnational Civil Society and Advocacy in World Politics" I: *World Politics* 55 (4) s. 597-607
- Putnam, Robert D. (1993): *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Rafique, Rokeya (2006-11-16), anställd ledamot i Karmojibi Nari (KN), e-mail
- Remheden, Deeba C (2006-10-03), H&M:s CSR-avdelning i Stockholm, intervju på plats
- Rosenau, James N & Czempiel, Ernst-Otto (1992): *Governance without government: order and change in world politics*. Cambridge: Cambridge Univ. Press
- Rosenau, James N. (1998): "Governance and Democracy in a Globalizing World" i: Archibugi, Daniele; Held, David & Köhler, Martin (1998): *Re-imagining*

- Political Community. Studies in Cosmopolitan Democracy.* Oxford: Polity Press
- Ruggie, John G. (2004): "Reconstituting the Global Public Domain – Issues, Actors, and Practices" *European Journal of International Relations* vol 10:4 2004, s. 499-531
- Scholte, Jan Aart (2002): "Civil Society and Democracy in Global Governance" i: *Global Governance* vol 8 nr 3, s. 281-304
- Strange, Susan (2000): "World Order, Non-State Actors, and the Global Casino: The Retreat of the State?" i: Stubbs, Richard; Underhill, RD Geoffrey (ed), 2000. *Political Economy and the Changing Global Order.* 2nd edition. Oxford: Oxford University Press.
- Svenska Dagbladet* (2006-06-08): "H&M vann SvD-pris. Varifrån kom initiativet till H&M:s samhällsengagemang?"
- Thérien, Jean-Philippe & Pouliot, Vincent (2006): "The Global Compact: Shifting the Politics of International Development" i: *Global Governance* 12 (2006), s. 55-75
- Utrikesdepartementet (2004): *Mänskliga rättigheter i Bangladesh 2004.*
http://www.manskligarattigheter.gov.se/dynamaster/file_archive/050120/86df-d0d2016c20066609f47406937f17/bangladeshm_04r.pdf. 2007-01-04
- Utrikespolitiska Institutet: *Landguiden – länder i fickformat: Bangladesh.*
<http://www.landguiden.se> 2006-10-26
- Wingborg, Mats (2006): *Rapport 1. Hennes & Mauritz – Infrastruktur för granskning och förbättring av arbetsvillkoren i leverantörsfabrikerna.* Rena kläder. <http://www.renaker.org/dokument/pdf/Rapport%201%20HM.pdf> 2007-01-07
- Youngs, Richard (2004): *International democracy and the West: the roles of governments, civil society, and multinational business.* Oxford: Oxford University Press, 2004