



**EKONOMI
HÖGSKOLAN**
Lunds universitet

Ekonomihögskolan vid
Lunds Universitet
Företagsekonomiska institutionen
Magisteruppsats FEK P01
VT 2009

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

*- en fallstudie av fem företags CSR- engagemang på den kinesiska
marknaden*



Författare

Elisabeth Heide
Sara Järdler
Julia Rosenberg

840927-7426
840401-3545
850530-0361

Handledare

Leif Edvinsson

Sammanfattning

Examensarbetets titel:	Corporate Social Responsibility - en fallstudie av fem företags CSR engagemang på den kinesiska marknaden
Seminariedatum:	5 juni 2009
Ämne/Kurs:	Magisteruppsats 15hp
Författare:	Elisabeth Heide, Sara Järdler, Julia Rosenberg
Handledare:	Leif Edvinsson
Nyckelord:	Corporate Social Responsibility, kinesiska marknaden, kinesisk kultur, intressenter.
Syfte:	Vi ämnar undersöka fem fallföretags CSR- engagemang på den kinesiska marknaden.
Metod:	Uppsatsen använder ett kvalitativt tillvägagångssätt, med multipla fallstudier med abduktiv ansats som utgångspunkt. Intervjuerna som genomförts har varit semistrukturerade.
Fallföretag:	BYD, Envac, Ericsson, H&M och Hop Lun
Teoretiska perspektiv:	Vår teoretiska grund bygger på Carrolls CSR-pyramid, intressenteorin, teori om kinesisk kultur och värderingar samt den senaste forskningen inom CSR-området på den kinesiska marknaden.
Empiri:	Empirin beskriver våra fallföretags CSR-strategier, hur CSR-engagemanget på den kinesiska marknaden ser ut idag, vilka intressenter som anses viktigast för våra fallföretag och vad de tror om CSR-utvecklingen på den kinesiska marknaden i framtiden.
Slutsatser:	CSR-utvecklingen i Kina är en tämligen nystartad process som kommer att bli en viktig del av den fortsatta utvecklingen av den kinesiska ekonomin. I dagsläget saknas dock den kritiska välfärdsnivå och viktiga intressentgrupper som är nödvändiga för ett blomstrande CSR-engagemang på den kinesiska marknaden.

Abstract

Title:	Corporate Social Responsibility – a case study of five companies' CSR engagement on the Chinese market
Seminar date:	June 5 th 2009
Course:	Master thesis in business administration, 15 University Credit Points (15ECTS), major: Strategic management
Authors:	Elisabeth Heide, Sara Järdler, Julia Rosenberg
Advisor:	Leif Edvinsson
Key words:	Corporate Social Responsibility, Chinese market, Chinese culture, Stakeholders
Purpose:	Our aim is to study five case companies present on the Chinese market and how they engage in CSR- related issues.
Methodology:	The thesis uses a qualitative methodology and applies case studies with an abductive approach. Our empirical study consists of interviews with a semi structured character.
Case companies:	BYD, Envac, Ericsson, H&M and Hop Lun
Theoretical perspectives:	Our theoretical framework consists of Carroll's CSR pyramid, stakeholder theory, theories on Chinese culture and the latest research on CSR in China.
Empirical foundation:	The empirical foundation describes the CSR strategies of our case companies, the current position of the CSR engagement on the Chinese market as well as the most important stakeholders and what the case companies believe that the future development of CSR will look like.
Conclusions:	The development of CSR in China is a relatively novel process which will be of great importance in the future development of the Chinese economy. The present welfare level is however still too low to allow a flourishing CSR engagement on the Chinese market and important stakeholder groups are still not recognizing the importance of CSR work.

Förord

Inledningsvis vill tacka Svenska Generalkonsulatet i Guangzhou som hjälpt oss att komma i kontakt med våra fallföretag. Tack vare deras breda kontaktnät fick vi möjligheten att träffa kunniga personer inom vårt forskningsområde i Kina. Vårt uppsatsarbete har varit en händelserik och lärorik process som möjliggjorts tack vare våra fallföretag. Vi vill därför rikta ett stort tack till BYD, Envac, Ericsson, H&M, Hop Lun och likaså Mannheimer Swartling och Institute of Contemporary Observation, som alla bemött oss otroligt väl och välvilligt delat med sig av sina kunskaper om Corporate Social Responsibility i Kina.

Avslutningsvis vill vi tacka vår handledare Leif Edvinsson som har tankelett oss under uppsatsens gång.

Vi hoppas att vår magisteruppsats kommer ge inspiration till vidare studier inom ämnet Corporate Social Responsibility i Kina!

Lund, juni 2009

Elisabeth Heide

Sara Järdler

Julia Rosenberg

Innehållsförteckning

Begrepp	8
1. Inledning	9
2. Bakgrund	11
2.1 Framväxten av Corporate Social Responsibility	11
2.1.1 <i>Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)</i>	13
2.1.2 <i>Global Compact</i>	13
2.2 Kina och CSR på den kinesiska marknaden idag	13
2.2.1 <i>Den ekonomiska utvecklingen</i>	13
2.2.2 <i>Rättsystemet</i>	14
2.2.3 <i>Levnadsförhållanden och arbetsrätt</i>	14
2.2.4 <i>Miljömedvetenhet</i>	15
3. Problematisering	16
3.1 Befintlig forskning	16
3.2 Problemdiskussion och problemformulering	17
3.3 Syfte	18
3.4 Avgränsningar	18
3.5 Uppsatsens disposition	18
4. Metodkapitel	21
4.1 Val av ansats	21
4.2 Datainsamling	22
4.2.1 <i>Primärdata</i>	22
4.2.2 <i>Sekundärdata</i>	23
4.3 Studiens kvalitet och överförbarhet	24
4.4 Multipel fallstudie	24
4.5 Urval	24
4.6 Presentation av CSR-specialister, fallföretag och dess intervjurespondenter	25
5. Corporate Social Responsibility	28
5.1 Val av teori	28
5.2 Begreppet CSR	28
5.3 Carrolls CSR-pyramid	30
5.4 Intressentteori	32

6. Det kinesiska samhället	34
6.1 Kultur och värderingar i det kinesiska samhället.....	34
6.2 CSR i Kina och de kinesiska företagens intressenter	37
7. Corporate Social Responsibility i Kina utifrån fem fallföretag	40
7.1 Fallföretagens CSR-strategier	40
7.1.1 Ericsson.....	40
7.1.2 Envac	41
7.1.3 H&M	42
7.1.4 BYD	43
7.1.5 Hop Lun.....	44
7.2 Kinas ekonomiska tillväxt och CSR på den kinesiska marknaden	44
7.3 Staten och konsumenternas roll för utvecklingen av CSR i Kina	46
7.3.1 Konsumenter.....	46
7.3.2 Staten	48
7.4 De kinesiska företagens roll för den framtida utvecklingen av CSR i Kina	49
7.5 De internationella företagens roll för CSR-utvecklingen på den kinesiska marknaden	52
7.6 Den framtida utvecklingen av CSR i Kina	53
7.6.1 De internationella företagens roll i den framtida utvecklingen av CSR i Kina.....	54
7.6.2 De kinesiska företagens roll	55
8. Analys	56
8.1 Kinesiska företags CSR-strategier och inflytandet från deras viktigaste intressenter	56
8.1.1 Etiskt ansvarstagande.....	58
8.1.2 Miljöansvar	59
8.1.3 Socialt ansvarstagande.....	60
8.2 CSR-utvecklingen på den kinesiska marknaden utifrån Carrolls CSR-pyramid.....	61
8.2.1 Ekonomiskt ansvar	61
8.2.2 Juridiskt ansvar.....	63
8.2.3 Etiskt ansvar	64
8.2.4 Filantropiskt ansvar.....	65
9. Resultatdiskussion	67
10. Källor	69
10.1 Litterära källor.....	69

10.2 Vetenskapliga artiklar.....	70
10.3 Elektroniska källor.....	73
11. Bilagor	75
11.1 Reseberättelse	75
11.2 Intervjuguide på engelska	78
11.3 Intervjuguide på svenska	79

Figurförteckning

Figur 1. Författarnas CSR-modell.....	30
Figur 2. Archie B. Carrolls CSR-pyramid	31
Figur 3. Författarnas intressentmodell	33

Begrepp

Code of Conduct – uppförandekod

Riktlinjer som ett företag ställer upp för hur det ska bedriva sin verksamhet, även kallad uppförandekod. Koden kan också implementeras hos företagets underleverantörer.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Benämning som innebär att företag på frivillig grund åtar sig ytterligare ansvar på ett etiskt, socialt och miljömässigt sätt utöver det lagen kräver.

Foreign Direct Investments (FDI)

Ett företag som gör en fysisk investering och etablering i ett annat land. Omfattar även de företag som ekonomiskt stödjer utländsk verksamhet men krävs då mer än en tio procent andel i verksamheten.

Icke-statlig organisation (NGO)

En laglig organisation som inte har några anknytningar till staten och verkar vanligen ideellt. Oftast startade av oberoende personer som inte har några kopplingar till statsmakten.

Sustainability – hållbar utveckling

Ett begrepp som ofta omnämns i samband med CSR. Benämning för att långsiktigt hushålla med mänskliga, ekonomiska och materiella resurser.

1. Inledning

Detta kapitel ämnar ge läsaren en introduktion till ämnet Corporate Social Responsibility för att därefter kunna skapa en förståelse för vikten av CSR på den kinesiska marknaden.

Eftersom vi lever i en värld där fler länder efterhand industrialiseras och levnadsstandarden ständigt ökar, har nya problem som arbetsförhållanden, miljöfrågor och företags sociala ansvar fått plats på den globala agendan. Redan under 30-talet initierades diskussionen kring socialt ansvar i Nordamerika och Europa och under senare år har den intensifierats och spridits till alla delar av världen som del av den intensiva debatten kring globalisering och utvecklingen av ett hållbart samhälle. (Carroll, 1991; Scheestack, 2005)

Corporate Social Responsibility, CSR, har blivit ett vedertaget begrepp som idag diskuteras flitigt bland såväl företagsledare och affärsmän som konsumenter och forskare och intresserar idag även många icke-statliga organisationer världen över. Utvecklingen av CSR sker i relationen mellan stat, näringsliv och det civila samhället och därför har det sociala ansvarstagandet blivit en viktig del av det moderna företags strategi. Idag förväntas företag ta ansvar såväl inom den egna organisationen som i det omgivande samhället. Utvecklingen har lett till att dagens företag bör identifiera och ta hänsyn till de många intressenter som påverkar dess fortsatta utveckling. (Zheng, 2007) Många multinationella företag pressas idag till att aktivt arbeta med Corporate Social Responsibility genom att bland annat ställa krav på sina globala leverantörskedjor. Detta har lett till att även utvecklingsekonomier såsom Kina tvingats uppmärksamma frågan. Kina är idag världens ledande produktionsland och har den globalt snabbast växande marknaden, vilket betyder att landet spelar en kritisk roll i den framtida utvecklingen av Corporate Social Responsibility. (www.unctad.org) Till följd av den alltmer globalt integrerade ekonomin har förståelsen och arbetet med CSR sakta tagit fart i Kina under det senaste decenniet, men utvecklingen går långsamt framåt och vi hör fortfarande rapporter om skrämmande arbetsförhållanden i kinesiska fabriker. Organisationen Fair Trade lade i mars fram en rapport som beskriver nyligen dokumenterade, förfärande förhållanden, i kinesiska fabriker som är underleverantörer till stora elektronikbolag. Artikeln berättar att kravet för att behålla sin anställning i fabriken är 80-180 timmar

övertid i månaden och skulle de av utmattning slumra till vid produktionsbandet delas det ut böter eller uppsägningar. Vid behov av toalettbesök under sitt arbetspass krävs tillstånd och ett särskilt kort från arbetsledningen, vilket ofta delas av 100 anställda.(DN.se 2009-03-09) För bara någon vecka sedan fick också Apple stark kritik för att de använt repressalier mot de fabriksarbetare som uttalat kritik mot förhållandena Apples fabriker och arbetsbostäder i Kina (IDG.se 2009-05-22).



Källa: VA.se, Veckans Affärer 2008-06-25

Källa: mobil.se 2008-09-24

Källa: aftonbladet.se 2009-05-13

För många kineser är Corporate Social Responsibility fortfarande ett främmande begrepp och varken konsumenter eller företag har ännu insett dess viktiga betydelse för den kinesiska ekonomins framtid. För Kinas del borde även miljöfrågan vara ett viktigt ämne att behandla då landet ökat sina utsläpp i osedvanligt snabb takt och passerar snart USA i mängden av koldioxidutsläpp. Flera kinesiska städer täcks av ett smoglock bestående av bilavgaser, svaveldioxid och koldioxid. Bara att andas luften i Peking under en hel dag sägs motsvara fördärvet av ett intag av två paket cigaretter. 300 000 kineser per år sägs dö i förtid med anledning av luftföroreningarna och på en tredjedel av Kinas yta faller emellanåt ett syraregn som svider då det träffar kroppen. Men politiker och affärsmän ser mellan fingrarna på grund av att den utvecklingen av den kinesiska ekonomin alltid sätts i första rummet. (DN.se 2007-01-15)



En vanlig förmiddag i Guangzhou när smogen ligger tät. Källa: Egen bild

2. Bakgrund

Vårt bakgrundskapitel ämnar ge läsaren en grundläggande förståelse för det ämne uppsatsen behandlar. Därmed ges läsaren först en beskrivning av Corporate Social Responsibility's framväxt och dess betydelse i dagens samhälle följt av en kort beskrivning av det kinesiska samhället idag.

2.1 Framväxten av Corporate Social Responsibility

Trots att Corporate Social Responsibility började diskuteras redan på 1930-talet i Nordamerika, var det först under 60-talet som utvecklingen tog fart på riktigt. CSR-frågan drevs under den här perioden framförallt till följd av diskussionen kring företagens ökade inflytande på samhället samt en ökad medvetenhet och organisering bland konsumenter. (Scheestack, 2005) Konsumentgrupperna blev, och är än idag, en viktig drivkraft för utvecklingen av Corporate Social Responsibility. I många utvecklingsekonomier sker idag en liknande trend där konsumenter i allt större utsträckning kräver företagens ansvarstagande. Internet och utvecklingen av ny teknologi har stärkt konsumentgruppernas möjlighet att påverka företagen och hålla dem ansvariga för sina handlingar. (Carroll, 1991)

Diskussionen kring CSR fortsatte att blomstra under 1970-talets miljödebatt samt 80- och 90-talens omfattande privatiseringar (Carroll, 1991). Globaliseringen kom dock att bli den viktigaste drivkraften för CSRs utveckling och dess ställning idag. Berlinmurens fall 1989 markerade globaliseringens moderna era och kom att symbolisera en allt mer integrerad och kapitalistisk världsekonomi. Ökad ekonomisk integration över nationella gränser, öppen tillgång till nya marknader, avregleringar och fritt flöde av kapital och teknologi resulterade i en expansion av den internationella handeln, utlandsinvesteringar och integration av finansiella marknader. Globaliseringen har medfört en växande global ekonomisk välfärd och större ekonomiska möjligheter för många utvecklingsländer. Som ett resultat har även frågor kring arbetsförhållanden, miljö och behovet av att minska fattigdom och arbeta för en hållbar utveckling, ökat såväl behovet som intresset för Corporate Social Responsibility. (Zheng, 2007)

En viktig del av utvecklingen av CSR idag, är den ökade förståelsen för dess positiva inverkan på företagets lönsamhet. Aktieägarintresse baseras idag i allt större utsträckning

på normer och värderingar, då företagens rykte får allt större betydelse på den växande globala marknaden. Att arbeta med Corporate Social Responsibility ligger därför i ledningens intresse för att maximera värdet gentemot sina aktieägare, vilket innebär att allt fler företagsledare inser de praktiska effekterna av CSR för sitt varumärke och rykte. Allt fler företag inser således att CSR kan bli en viktig konkurrensfördel gentemot andra aktörer på marknaden. (Scheestack, 2005)

De senaste 20 årens utveckling har även lett till att antalet icke-statliga organisationer, NGOs, ökat dramatiskt. Många av dessa organisationer har hjälpt till i arbetet med att hålla företag ansvariga för sina handlingar och driva frågan om socialt ansvar och miljöpåverkan. 2000-talets företagsmisslyckanden, skandaler och snedsteg har varit en ytterligare drivkraft för CSR-utvecklingen under senare år och lett till att investerare och andra intressenter ställt högre krav på transparens och ledningen i företagen. I många utvecklingsländer finns ett stort behov av CSR, då flertalet av dessa länder har stora problem med korruption och begränsad insyn i och tillit till företagets verksamhet. (Hulpke; Lau, 2008)

En rad internationella initiativ har tagits fram för att driva frågan framåt på en global nivå. Målsättningarna är att utbyta värdefull information genom att utgöra plattformar för företag verksamma internationellt. De ska även uppmuntra till dialoger mellan företag, nationer och organisationer i syfte att skapa nya partnerskap och allianser och därigenom främja ett djupare CSR-engagemang. Då begreppet CSR grundar sig på frivillighet är det svårt att ha ett begrepp som är tillämpligt på alla företag. Det krävs att företagen själva tolkar och identifierar begreppet CSR i syfte att möta sina intressenters specifika krav för att göra CSR affärsmässigt lönsamt för företagen. EU har sedan flera år tillbaka lyft fram CSR-frågor och arbetar mycket med att engagera specialister över hela Europa och skapa ett forum där denna nationsöverskridande fråga kan diskuteras. EU har bland annat skapat en definition av CSR som används av många företag och organisationer och presenteras senare i texten (e.europa.eu). Det finns även två initiativ som har tagit fram riktlinjer för CSR som är erkända av multinationella företag och flertalet stater. Dessa två initiativ utgör en grund för företagen när de utformar sin egen definition av CSR och vi har därför valt att i korthet beskriva dem nedan.

2.1.1 Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

OECD bildades 1961 som en internationell organisation med målsättning att sammanföra organisationens medlemmar och tillsammans arbeta för demokrati och en marknadsekonomi. OECD har skapat riktlinjer för multinationella företag kring ansvarfullt ansvarstagande, där exempelvis miljöfrågor och arbetsförhållande är två stora frågor. Idag håller organisationen även diskussioner med icke-medlemmar som exempelvis Kina. Kärnverksamheten utgörs av att stödja en hållbar ekonomisk tillväxt, att assistera andra länders ekonomiska utveckling och höja levnadsstandarden världen över. (www.oecd.org)

2.1.2 Global Compact

FN:s program Global Compact påbörjades år 2000. Det är världens största initiativ för företags medborgaransvar och global hållbarhet. De förespråkar och uppmuntrar företag att gemensamt sätta upp mål och riktlinjer för företag för att lägga grunden till en hållbar utveckling. Global Compact initiativet utgår från tio principer, vilka delas in i de fyra kategorierna mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, anti-korruption och miljömedvetenhet. (www.unglobalcompact.org)

2.2 Kina och CSR på den kinesiska marknaden idag

2.2.1 Den ekonomiska utvecklingen

Kinas snabba ekonomiska tillväxt och internationalisering inleddes när landet 1978 öppnades upp och kontakter med omvärlden blev tillåtna. Transnationella utbyten inleddes och genererade nya nätverk samtidigt som de statligt ägda företagen konkurrensutsattes. (Fang, 1999) Den stora marknadsomställningen i landet skapade möjligheter som i sin tur bidrog till stor ekonomisk tillväxt och politiska förändringar (Zweig, 2002). Sedan landet tillgängliggjorts har Kinas ekonomi årligen sett en konstant tillväxt med ca nio procent och en exportökning på 20 %. Trots att denna imponerande tillväxt har gjort Kina till en av världens största ekonomier har landet i många avseenden en lång väg kvar till att bli en fulländad världsekonomi. Det har skapats stora regionala skillnader i inkomst och levnadsstandard samtidigt som det uppkommit svårigheter vid implementeringen av nya nationella lagregleringar. (Fang, 1999)

Att etablera sig på den kinesiska marknaden är mycket eftertraktat bland utländska företag på grund av Kinas stora invånarantal, vilket skapar stor köpkraft. Sverige var ett av de länder som tidigt knöt kontakt med landet och utvecklingen av bilaterala relationer mellan Kina och Sverige är ett resultat av en lång historik med diplomatiska utbyten. Sverige var år 1950 det första västerländska landet att knyta diplomatiska relationer med Kina. Idag har förbindelserna ytterligare stärkts och utbyten sker inom flera områden, såsom kultur, teknik och handel. (www.regeringen.se) Under 2008 ökade Sveriges export till Kina med 17 procent och importen från Kina steg med tre procent. Totalt gick 2,2 % av Sveriges export till Kina under 2008 vilket tydligt visar att Kina är och kommer förbli en viktig handelspartner för Sverige (www.scb.se). Idag har ca 500 svenska företag etablerat sig på den kinesiska marknaden, exklusive Hong Kong. För svenska företag är den höga kvaliteten på arbetskraften i samband med de låga kostnaderna en viktig faktor vid valet att förlägga sin produktion i Kina. Under 2005-2006 skedde en nyetablering av ett svenskt företag var fjärde dag på den kinesiska marknaden. (Ljunggren, 2008)

2.2.2 Rättsystemet

Kina har ett ungt rättssystem med många svagheter. Det finns många luckor då implementeringen av lagarna inte alltid fungerar. Att flertalet av kineserna inte är utbildade, och att det finns ett stort antal analfabeter, leder till att invånarna inte omedelbart efterlever de nya lagarna då de trätt i kraft. (Fang, 1999) Men svagheter grundar sig även till viss del i rättsorganens brist på oberoende advokater och medier, som istället är censurerade av kontrollerande organ (Ljunggren, 2008).

2.2.3 Lönadsförhållanden och arbetsrätt

Omvärlden ser en stor marknadspotential i Kina men parallellt med den ekonomiska framgången finns flera underliggande problem. Kinas inkomst per capita var år 2002 rankad i samma nivå som Syrien, Sri Lanka och Djibouti, länder man vanligtvis inte förknippar med begreppet världsekonomier. Kina har mötts av negativa biprodukter av den snabba ekonomiska tillväxten, så som ojämn utveckling i de olika provinserna inom landet och ett otillräckligt socialt skyddsnät. (Enright *et al*, 2005) Den stora befolkningen är till stor del ett hinder för moderniseringen av det kinesiska samhället och möjligheten

att höja levnadsstandarden i landet (Fang, 1999). En annan negativ biprodukt är problemen med affärsetiken som växte fram efter den ekonomiska reformen. Deng Xiaoping, som stod bakom reformen, framhöll att för att skapa ekonomisk utveckling skulle en del av befolkningen tillåtas bli rika före andra och han skapade då en acceptans för att bara fokusera på att tjäna pengar, oavsett hur det gick till. De som tilläts bli rika var då i första hand de inom Deng Xiaopings parti och myndigheter.

(www.epochtimes.se) De statligt ägda elementen har fortfarande kontroll över en övervägande del av marknaden, men andelen privata och utländska investeringar i Kina har ökat markant. Landet styrs idag av Kinas Kommunistparti (KKP) och demokrati är inte något befolkningen strävar efter i nuläget. De ekonomiska reformer som skett den senaste tiden har haft som syfte att modifiera enpartistaten, inte att avveckla den.

(Ljunggren, 2008)

Det råder i dagens läge stor diskrepans mellan Kinas mänskliga rättigheter och FN:s konventioner för mänskliga rättigheter. Flera multinationella företag har dock genom sina affärsrelationer med Kina i viss mån utövat påtryckningar för förbättrade arbetsvillkor. (Ljunggren, 2008) År 2008 trädde en ny arbetsrättslagstiftning i kraft vilken innebär att varje anställd inom en månad skall få ett skriftligt anställningskontrakt som garanterar dem 100 % utbetalning av lön och övertidsersättning. Underlåter företagen att följa denna reglering kan den anställda utan svårigheter stämma sin arbetsgivare och yrka på skadestånd. (www.china.org)

2.2.4 Miljömedvetenhet

I Kina har miljöfrågorna tidigare varit åsidosatta och miljöeffekterna har främst betraktats som en nödvändig biprodukt av den ekonomiska utvecklingen. Luftföroreningarna i städerna ligger på oerhört höga nivåer, många gånger över tillåten nivå i EU. Dock har en politisk miljödebatt satts igång de senaste åren och flera mål och nya lagar för minskad miljöpåverkan har tagits fram. (Ljunggren, 2008) År 2007 då Kinas första klimatprogram startades inrättades också ”National Climate Change, Energy Saving and Emissions Reduction Leading Group” som jobbar med klimatfrågor och regeringen har ett miljödepartement som bland annat bedriver ett samarbete med Sverige för att utbildas ibland annat den svenska miljölagstiftningen (www.itps.se).

3. Problematisering

Detta avsnitt utgår från den befintliga forskning som hittills genererats inom ämnesområdet Corporate Social Responsibility varpå uppsatsens problemformulering, syfte och avgränsningar beskrivs. Avsnittet diskuterar varför CSR utgör en betydelsefull aspekt på den kinesiska marknaden samt upprinnelsen till vår magisteruppsats.

3.1 Befintlig forskning

Med anledning av att etikfrågans stora inflytande på dagens företagsvärld har även omfattande forskning bedrivits inom CSR-området under de senaste åren. 2001 skrev Duane W, i International Journal of Organizational Analysis om den framtida utvecklingen av CSR. Publikationen tog upp frågeställningar som hur CSR:s framtida status kommer vara och hur begreppet utvecklats de senaste åren med Carrolls CSR-pyramid som ett teoretiskt ramverk.

Etang J L (1995) belyste problematiken med företagsledningars försök att utveckla CSR program. Analysen bestod i att identifiera de svårigheter som uppkommer då företagens prioriteringar och intressen kolliderar med en CSR-strategi. Forskningen tar särskilt upp problemen med utgångspunkt i engelska företag och även hur själva begreppet CSR tolkas. Barrett (2009) skriver från ett företagsperspektiv och beskriver och klargör de olika uppfattningarna om CSR och hur implementering av CSR förhoppningsvis inte leder till någon vinstmaximering. Författaren menar att sannolikheten för bättre socialt välmående och en hållbar utveckling inom ett företag kommer med en ledning av hög kvalitet och kontinuerlig uppföljning av företagets strategi.

Ytterligare forskning inom området CSR har publicerats av författarna Godfrey P C, Merrill C B och Hansen J M (2009). De diskuterar hur ett engagemang inom CSR är av ekonomiskt värde i form av en säkerhetsförmån. Förmånen kan vidare användas av företagen när de befinner sig i dåliga tider. Företagets intressenter kommer då, istället för att se de negativa aspekterna, se företagets goodwill som genererats av CSR-engagemanget. Författarna fann att CSR-engagemang riktade till sekundära intressenter

eller samhället i allmänhet ger denna typ säkerhetsförmån samtidigt som CSR-aktiviteter riktade till företagets handelspartners inte gör det. Arias och Patterson (2009) utreder hur CSR kan komma emellan aktieägares intressen och andra intressenter som kunder, anställda och kreditgivares mål. Deras studie hade för avsikt att visa på hur CSR kan ses som en distrahering och även implementeras på bekostnad av aktieägares utdelning. Artikeln ger läsaren en insikt i hur de olika krafterna kan spela ut varandras roller och vad företagen kan göra för att balansera och möta alla parter intressen.

Det finns omfattande forskning inom CSR som fokuserar på den kinesiska marknaden där flertalet fokuserar på frågor kring arbetsrätt och intressenters styrning av ett företag. Yu X (2008) utreder olika former av social påverkan som CSR kan ha. Författaren valde att använda Reebok som fallföretag, ett företag som länge profilerat sig som ledande inom mänskliga rättigheter för sina anställda. Yu X redogör för hur företagskultur och arbetsförhållanden bestäms av nationella och industriella faktorer med specialisering på den kinesiska marknaden. He M & Chen J (2008) gjorde en studie för att klargöra och identifiera hur kinesiska företag implementerar ett mer långtgående miljöansvar i relation till CSR. Artiklar av Zheng 2007, Donleavy *et al* 2007, och Hulpke; Lau 2008 tar upp aspekter som vikten av den kinesiska marknaden och hur kinesiska entreprenörer successivt engageras i CSR

Teoretikerna har visat ett stort intresse för ämnesområdet och alla belyser vikten av Corporate Social Responsibility i företagsvärlden. Då ämnet och marknaden ständigt utvecklas anser vi dock det intressant att undersöka hur företag jobbar praktiskt med CSR i Kina idag, vilket leder oss vidare till vår problemdiskussion och problemformulering.

3.2 Problemdiskussion och problemformulering

Ett kritiskt steg i ett företags CSR-engagemang kan menas vara en förståelse för den marknad man ämnar agera på. Kina är i internationell jämförelse en ung ekonomi och bär fortfarande vissa tydliga drag av en planekonomi, med statligt ägande i en stor del företag. Detta har medfört att utvecklingen av CSR ser annorlunda ut i jämförelse med andra internationella marknader. Utifrån denna observation, den bakgrund som tidigare beskrivits samt Kinas snabba ekonomiska utveckling anser vi att Kina utgör en intressant marknad att studera ytterligare. Genom media blir vi i Sverige ständigt upplysta om dåliga

arbetsförhållanden i kinesiska fabriker men vi informeras samtidigt om hur väl de svenska och internationella företagen kontrollerar sina leverantörer och sina fabrikers arbetsförhållanden. Det rapporteras också ofta om den stora miljöpåverkan Kina står för och hur den ekonomiska utvecklingen där ytterligare kommer bidra till den globala uppvärmningen. Det blir därför intressant att studera hur företagen själva uttrycker sitt engagemang inom dessa CSR-relaterade områden idag. Kina som land har, som tidigare berörts, förändrats mycket de senaste åren och då marknaden hela tiden utvecklas genom ny lagstiftning, ekonomisk utveckling och ytterligare internationalisering tycker vi oss se ett kontinuerligt behov av att studera CSR i Kina.

Ovanstående resonemang ligger till grund för formuleringen av vår frågeställning:
Hur ser våra fem fallföretags CSR-engagemang på den kinesiska marknaden ut idag och vilka intressenter driver utvecklingen?

3.3 Syfte

Vi ämnar undersöka fem fallföretags CSR-engagemang på den kinesiska marknaden.

3.4 Avgränsningar

På grund av bristande resurser har vi valt att avgränsa antalet fallföretag till tre svenska företag etablerade på den kinesiska marknaden samt två kinesiska företag. Gemensamt för företagen är att de har en utformad CSR-strategi och kontinuerligt arbetar med att följa upp sitt CSR-arbete. Våra tid- och resursbegränsningar har även gjort att vi fokuserat på företag i Guangdongprovinsen och Hong Kong i södra Kina. På grund av dessa avgränsningar är vi medvetna om att studien av våra fem fallföretag i södra Kina inte är representativt för hela landets CSR-engagemang.

3.5 Uppsatsens disposition

Nedan ämnar vi att beskriva studiens disposition för att ge en övergripande bild av vår uppsats.

Kapitel 1

För att ge en grundläggande bakgrund till vårt ämnesval har vi i det första kapitlet kort introducerat ämnesområdet för att ge läsaren en uppfattning om vad som framöver kommer att behandlas i uppsatsen

Kapitel 2

Bakgrundskapitlet belyser mer ingående ämnet CSR vilket knyts samman med ett avsnitt om den kinesiska marknaden. Detta för att fastställa upphovet till följande kapitel om problemformuleringen.

Kapitel 3

Detta avsnitt ämnar ge läsaren en inblick i hur förfarandet sett ut då vi formulerat vår specifika frågeställning. Därefter beskrivs syftet med vår uppsats och vilka avgränsningar vi valt att göra.

Kapitel 4

Metodvalen vi gjort är av största vikt för uppsatsens resultat. Därför har vi i detta kapitel redogjort för hur arbetsgången sett ut och motiverat varför metoderna är lämpliga för vår studie.

Kapitel 5

Vårt teoretiska ramverk inom Corporate Social Responsibility läggs fram i uppsatsens femte kapitel. Inledningsvis har vi diskuterat begreppet CSR och fört en diskussion kring dess betydelse och kapitlet avslutas med en presentation av Carrolls CSR-pyramid.

Kapitel 6

I detta kapitel försöker vi ge en bild av den kinesiska kulturens karaktäristika för att skapa en grundläggande förståelse för den kinesiska marknaden. Här presenteras även den senaste forskningen inom CSR i Kina.

Kapitel 7

Här presenteras vårt empiriska material som utgör en sammanställning av de data som samlats in genom våra intervjuer med fallföretagen och CSR-specialisterna.

Kapitel 8

För att kunna besvara på vår problemformulering kommer vi här koppla samman och analysera empirin i ljuset av den teori som redogjorts för under det teoretiska ramverket.

Kapitel 9

Avslutningsvis kommer vi reflektera kring vår analys i form av en slutsats och även ge förslag till vidare forskning.

Kapitel 10

I kapitel 10 har vi sammanställt en referenslista.

Kapitel 11

Bilagor så som reseberättelse och intervjuguide är placerade sist i uppsatsen.

4. Metodkapitel

Metodavsnittet ämnar ge en förståelse för de metoder som används i genomförandet av studien. Genom att förklara förfarandet vid insamlingen och bearbetningen av de data som använts ges läsaren en inblick i arbets sättet och vilka ansatser som ligger till grund för vår uppsats. Avslutningsvis introduceras fallföretagen och dess intervjurespondenter.

4.1 Val av ansats

Vårt syfte, att undersöka fem fallföretags CSR- engagemang på den kinesiska marknaden, har legat till grund för våra metodval. Det var naturligt att utgå från en kvalitativ forskningsmetod, då detta gav oss möjligheten att på djupet studera de organisationer vi valde ut som fallföretag (Patel; Davidson, 1991)

Vår studie präglas av ett tolkande perspektiv med utgångspunkt i att det inte finns en absolut sanning. Detta så kallade hermeneutiska perspektiv leder till subjektiva uppfattningar av den sociala miljön genom att vi ges möjlighet att tolka informationen som samlas in. Således har verklighetens unika och säregna drag undersökts baserat på våra erfarenheter och vi återger en nyanserad men detaljerad bild samtidigt som vi fångar verklighetens komplexa omgivning. (Bryman; Bell, 2004)

Våra motiv för valet av en kvalitativ forskningsmetod låg i den flexibilitet metoden ger, något som ej råder vid en kvantitativ forskningsmetod då denne ställer ett strukturerat arbetssätt i centrum. Vi har eftersträvat att återge en rik beskrivning av situationen och miljön kring studieobjekten med fokus på att förstå CSR-engagemanget på den kinesiska marknaden. En kvantitativ forskningsmetod hade, i motsats till syftet med denna uppsats, skapat en generaliserbar slutsats baserad på standardiserade intervjuer och statistiska undersökningar. Ytterligare motiv för vårt val av en kvalitativ forskningsmetod är att uppsatsen har haft för avsikt att ge en helhetsbild av de studerade förhållandena och vi har genom denna metod gjort det möjligt att tillgodogöra oss och använda den kunskap som tillkommit under forskningsprocessen. (Holme; Solvang, 1997) För att uppnå trovärdighet i våra tolkningar har stor vikt lagts vid en omfattande informationssamling. Vi var medvetna om att studiens metodval var både resurs- och tidskrävande vilket

gjorde att vi begränsade antalet studieobjekt och noggrant valde ut intervjuobjekt lämpliga för vår studie. (Bryman; Bell, 2004)

Då vi under den empiriska undersökningens gång ville vara mottagliga för ny värdefull information användes ett abduktivt angreppssätt. Metodansatsen är av högsta vikt då besluten som togs influerat utredningens riktning och slutligen även slutsatsernas karaktär. Den abduktiva metoden är ett angreppssätt som kombinerar både de induktiva och deduktiva tillvägagångssätten. Studien kunde med fördel genom den deduktiva metoden utgå från existerande teorier samtidigt som den skapade teorier utifrån empirin genom ett induktivt angreppssätt. Vi kunde således kombinera teoretiska resonemang med de empiriska data som samlats in. (Patel; Davidsson, 1991)

4.2 Datainsamling

Den kvalitativa informationen som samlats in har bestått av både primära och sekundära källor. Vår främsta information kom dock att bestå av primära källor, vilket är våra intervjuer med de valda intervjuobjekten. Att vid datainsamlingen kombinera de två olika källorna torde skapa en mer rättvisande bild och på ett trovärdigt sätt underbygga svaren på våra frågeställningar. (Jacobsen, 2002)

4.2.1 Primärdata

Intervjuer på plats i Kina var en viktig primärkälla för studien. Med den semi-strukturerade intervjun som bas i vår kvalitativa studie har vi på bästa sätt tagit möjligheten att få del av den kunskap som intervjurespondenten besitter, då denna intervjustruktur ger respondenten möjlighet att utforma mer utförliga och nyanserade svar. Frågorna vi ställde var av öppen karaktär och således blev intervjun mer flexibel och kunde föras mer som ett samtal. Då CSR är ett omfattande område att studera hjälpte en i förväg bestämd intervjuguide oss att fokusera på relevanta områden och ge en bra balans mellan flexibilitet och standardisering. (Patel; Davidsson, 1991) Eftersom vi före studiens början inte visste hur intervjuerna skulle komma att utvecklas eller om intervjurespondenterna satt inne med information som vi inte beaktat, anser vi att semistrukturerade intervjuer utgör en passande intervjumetod då studien är av en explorativ karaktär.

För att reducera risken för att våra subjektiva värderingar färgade intervjuerna i allt för stor utsträckning var samtliga författare närvarande vid intervjutillfällena. För att ändå inte förlora viktig information spelades intervjuerna in. Inspelningarna har gett oss möjligheten att återigen avlyssna respondenternas svar och även i efterhand tolka det som togs upp under intervjun. Inspelning av intervjuerna kan dock framkalla att intervjuobjektet kan känna sig obekvämt och därför inte lämnar ut lika mycket information som annars kunnat erhållas. För att skapa en bekväm situation för intervjuobjekten hölls intervjuerna på företagens egna kontor. Dock är vi medvetna om att en så kallad intervjuareffekt kan uppstå i en intervjusituation, där respondenten kan välja att utesluta sådan information som inte är fördelaktig för företaget (Patel; Davidsson 1991).

Då intervjuerna genomfördes i Kina var vi medvetna om att kommunikationssvårigheter kunde uppstå på grund av bristande engelskkunskaper hos de kinesiska intervjurespondenterna. Då sådana svårigheter uppstod fanns dock möjlighet att klargöra resonemangen på kinesiska, då en av författarna talar språket flytande. Vi anser dock att den problematik som kunde uppkomma övervägdes av de fördelar vi fick av att själva vara på plats på företagen och där genomföra intervjuerna. (Bryman; Bell, 2004)

Telefonintervjuer var för oss aldrig något attraktivt alternativ då vi ansåg oss förlora allt för mycket information genom att inte vara närvarande. Vi är dock medvetna om att den information intervjuobjekten har lämnat ut till viss del kan vara vinklad till fördel för företaget och utelämnat det som anses vara negativt. Vi har därför försökt inta en kritisk hållning då vi inom gruppen diskuterat den information intervjuerna resulterade i. (Jacobsen, 2002)

4.2.2 Sekundärdata

Vår sekundärdata har gjort att vi kunnat bredda och verifiera den information vi behövt för vår studie. Då denna form av information är redan existerande fakta som sammanställts av andra, är det viktigt att förstå i vilket syfte dessa uppgifter har tagits fram, för att kunna bedöma dess användbarhet för vår forskning. För att möjliggöra en kritisk hållning och skapa trovärdighet i vår studie ansåg vi att denna datainsamlingsmetod var ett nödvändigt komplement till vår primärdata. (Jacobsen, 2002)

4.3 Studiens kvalitet och överförbarhet

För att skapa en så trovärdig bild som möjligt bör en kritisk granskning av materialet göras. Då validitet och reliabilitet förutsätter en absolut bild av den sociala verkligheten valde vi istället att bedöma kvaliteten av vår studie genom kriterierna trovärdighet och äkthet. Kriterierna kan liknas med validitet och reliabilitet men är istället anpassade till kvalitativa studier som håller fast vid att det inte finns en absolut sanning och inte heller en beskrivning av verkligheten. Trovärdighet syftar till uppnådd kvalitet gentemot läsare och äkthet motsvarar kvalitet i förhållande till de personer som deltagit i studien.

(Bryman; Bell, 2004)

För att uppnå kvalitet i studien och möjliggöra att vårt resultat kan vara användbart har intervjurespondenterna getts möjlighet att slutligen godkänna de stycken där vi återgett eller refererat till deras uttalanden. Resultatet blir då att en mer rättvis bild av de åsikter och uppfattningar som uppkommit under processens gång återges. (Bryman; Bell, 2004) Kritik kan riktas mot studien då den analyserar data och formar en slutsats som är baserad på en studie av endast fem fallföretag. Men vi ämnar inte skapa en generaliserbar bild för företag på den kinesiska marknaden då vi vet att vårt urval inte kan representera samtliga företag på den kinesiska marknaden. (Jacobsen, 2002)

4.4 Multipel fallstudie

Då vi analyserat fem företags CSR-engagemang i Kina har vi använt oss av en multipel fallstudie med en kvalitativ forskningsansats. Genomförandet av en fallstudie gav oss möjlighet att skapa en detaljerad bild av fallföretagen genom att gå in på djupet och kartlägga de särskiljande dragen i företagens CSR-satsningar. Företagen hjälpte oss att skapa en viss bredd i studien utan att bli för situationsspecifik. (Kundahl; Skärvad, 1999)

4.5 Urval

För att skapa oss en grundläggande förståelse för CSR-engagemanget i Kina sökte vi i första skedet kontakt med kunniga inom området och vi erbjöds möjligheten att träffa Thomas Lagerqvist och Kaiming Liu, som båda är väl insatta i företags arbete med CSR i Kina. För att sedan ytterligare underbygga vår empiri baserad på intervjuerna med Lagerqvist och Liu har vi intervjuat såväl svenska som kinesiska företag verksamma på den kinesiska marknaden. Vi har avgränsat vår undersökning till de svenska företagen

Ericsson, H&M och Envac och de kinesiska företagen, Hop Lun och BYD. De valdes ut genom att de uppgav att de arbetar aktivt med CSR och är engagerade inom ämnet. För att komma i kontakt med samtliga företag har vi haft möjlighet att använda oss av kontakter vid Svenska Generalkonsulatet i Guangzhou. Genom att utnyttja denna kontakt har vi kunnat nå nyckelpersoner på de valda fallföretagen som vi anser besitta den kunskap och erfarenhet som är nödvändig för att bidra med viktig information till vår studie av CSR på den kinesiska marknaden. (Jacobsen, 2002) Det kan dock diskuteras huruvida fem fallföretag utgör ett representativt urval för hela den kinesiska marknaden. Då Kina är ett såväl geografiskt som demografiskt stort land är det med våra begränsade resurser en omöjlighet att träffa ett större antal företag etablerade i olika delar av landet och vår studie begränsas därför till fem fallföretag i södra Kina. Vi har dock valt att använda oss av två mycket engagerade personer inom CSR-området i Kina för att försöka skapa en vidare förståelse för ämnet i stort.

4.6 Presentation av CSR-specialister, fallföretag och dess intervjurespondenter

Thomas Lagerqvist, Mannheimer Swartling

Thomas arbetar som senior konsult på Mannheimer Swartling i Hong Kong. Han har de senaste 20 åren arbetat med den kinesiska marknaden och har stor erfarenhet kring kinafrågor och svenska företags affärsrelationer i Kina. Han har länge studerat CSR på den kinesiska marknaden och även hållit föreläsningar inom ämnet på olika kinesiska universitet. Thomas är även ordförande vid Svenska Handelskammaren i Hong Kong och styrelseledamot i Sweden China Trade Council.

Kaiming Liu, ICO

Kaiming är verkställande direktör på Institute of Contemporary Observation (ICO) med huvudkontor i Shenzhen. ICO är en i Kina erkänd icke statlig organisation som arbetar med att förbättra förhållandena för migrantarbetare i Kina. De studerar arbets- och levnadsförhållanden i Kina och Kaiming Liu har varit initiativtagaren till de första fackföreningarna i landet, vilka har haft stor framgång, trots stort motstånd från Kinesiska kommunistpartiets fackliga gren. ICO arbetar för att förbättra allvarliga samhällsproblem och försöker lyfta fram CSR i kinesiska företag.

Sean Gowran, Ericsson

Ericsson grundades 1876 i Stockholm och har idag över 78,000 anställda. Det är ett börsnoterat telekommunikationsföretag med stor verksamhet i Kina, både försäljningsmässigt och produktionsmässigt. Ericsson har varit verksamt i Kina sedan slutet på 1800-talet och har en lång historia i Kina. Företaget har varit etablerat i Kina en lång tid innan landet öppnades upp för omvärlden och Guang Dongprovinsen är en av deras största marknader i världen. Sean Gowran är vice VD för Ericsson i södra Kina och har lång erfarenhet i företaget, då han har jobbat för Ericsson i 22 år i flera länder, så som USA, Mexico, Sverige och Taiwan.

George Liu, Envac

Det svenska företaget Envac arbetar med att utveckla och sälja automatiserade avfallsinsamlingssystem som placeras under markytan. Företaget ingår i Stena-sfären och har 35 kontor i 16 länder med ca 600 anställda. George Liu är divisionschef för Envac i Guangzhou.

Tobias Fischer, H&M

H&M har gjort sig kända som ett företag som arbetar mycket med CSR. Deras inköp från Kina står för en tredjedel av deras totala inköp och gör H&M till ett givet fallföretag för vår uppsats syfte. H&M har länge bedrivit tillverkning i Kina och Tobias Fischer är auditor och regional samordnare för kontroll av H&Ms uppförandekod i Kina.

Rainbow Zhang och Dilipraj Keesari, BYD

BYD är ett börsnoterat kinesiskt företag som startades i Shenzhen 1995. Det är idag världens näst största producent av laddningsbara batterier med 130,000 anställda. År 2008 lanserade BYD även den första laddningsbara hybridbilen och har som mål att bli världens största bilmärke år 2025. Rainbow Zhang är anställd på BYD som verkställande direktör i företagets Corporate CSR Committe och jobbar kontinuerligt med att följa upp och utveckla företagets arbete med CSR. Dilipraj Keesari har arbetat två år på BYD och är avdelningschef i samma kommitté.

Forrest Pang, Hop Lun

Hop Lun agerar inom mode- och underklädesbranschen och har över 15,000 anställda världen över. Företaget har sitt huvudkontor i Hong Kong men produktionen och

tillverkningen sker i egna fabriker i Kina och Bangladesh. Forrest Pang är ansvarig för CSR i Hop Luns fem fabriker varav tre är belägna i Kina och två i Bangladesh och han har därmed full insyn i Hop Luns arbete med CSR.

5. Corporate Social Responsibility

Nedan presenteras det teoretiska ramverket som utgjort grunden för undersökningen. Inledningsvis ger den teoretiska argumentationen motiven till de valda CSR-teorierna. Därefter presenteras teorin och beskrivande modeller.

5.1 Val av teori

Inledningsvis har vi valt att utifrån ett flertal teoretiker diskutera definitionen av begreppet CSR och dess implikationer och därtill valt att presentera den definition vi har valt att utgå från i studien. Vi anser att det är av stor vikt att läsaren skapar sig en förståelse för begreppet för att till fullo förstå den fortsatta textens innebörd. För att ytterligare konkretisera vad som kan innefattas inom Corporate Social Responsibility har författarna skapat en CSR-modell som ämnar kartlägga den breda ämne CSR utgör. Modell är endast en enkel överblick för att underlätta läsarens förståelse för den fortsatta studien. Vi är dock medvetna om att vi som svenskar och del av ett västerländskt samhälle präglas av en viss förförståelse kring CSR och dess innebörd. Då begreppet CSR primärt växt fram i väst är det naturligtvis även ett resultat av de normer och värderingar som råder här.

Efter diskussionen kring begreppet CSR, presenteras Carrolls CSR-pyramid som utgör en viktig teori kring de olika nivåerna av CSR och vilka olika typer av övergripande ansvar som ingår i det sociala ansvarstagandet. Därefter behandlas även intressentteorin, då den är nära kopplad till CSR- området och vår fortsatta studie.

5.2 Begreppet CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) har blivit ett alltmer vedertaget begrepp inom såväl affärsvärlden som politiken och akademien under senare år. Vad begreppet egentligen omfattar finns det dock inget entydigt svar om och kan därför användas för att beskriva allt ifrån globala frågor som mänskliga rättigheter till lokalt miljöansvar. En viktig anledning till att CSR är svårdefinierbart är det faktum att det inte är lagligt reglerat utan endast konkretiserat i en rad riktlinjer öppna för tolkning (Löhman; Steinholtz,

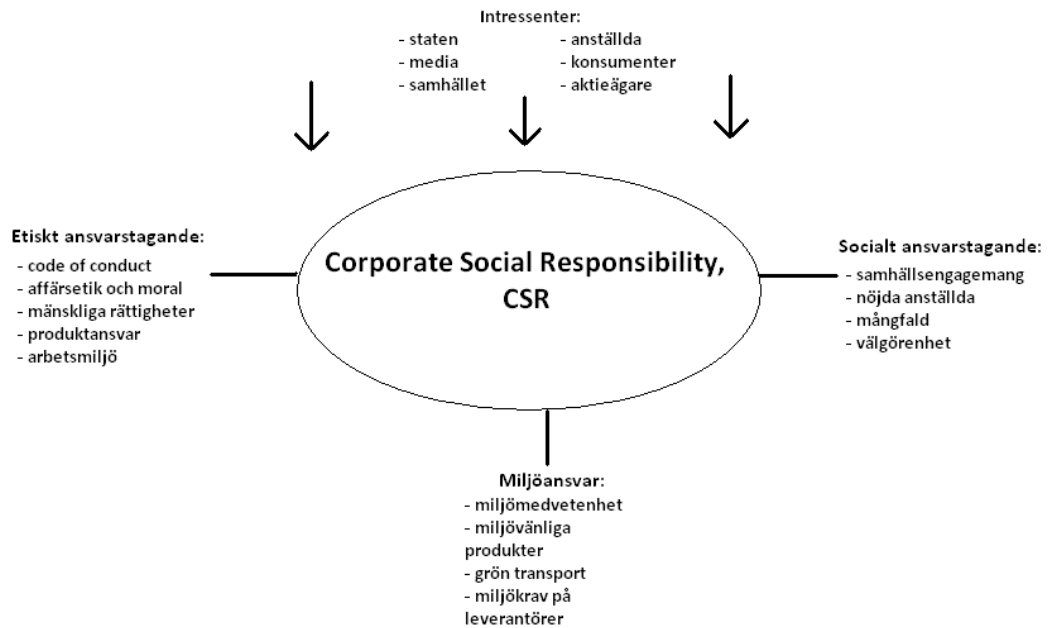
2003) . De tidigare nämnda initiativen för globalt CSR- arbete, OECD och Global Compact utgår inte från en definition av begreppet utan utgår istället från riktlinjer och principer. EU har däremot skapat en definition av Corporate Social Responsibility som ofta använd som riktlinje och lyder:

“Ett koncept som innebär att företaget på frivillig grund integrerar social och miljömässig hänsyn i sin verksamhet och i sin relation till intressenterna – utöver vad lagen kräver”

(EU Commission Green Paper 2001: “Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility”).

Kritiker hävdar dock att de befintliga definitionerna är alltför breda för att möjliggöra tydliga direktiv för organisationers CSR-arbete (Van Marrewijk, 2003). Istället bör varje enskilt företag definiera sitt ansvar i relation till sina intressenter och sin omvärld (Löhman; Steinholtz, 2003). Det kan därmed menas på att den exakta definitionen har mindre betydelse, då fokus istället bör ligga på begreppets föränderlighet till följd av skiftande samhällsproblem (Hill *et. al*, 2003).

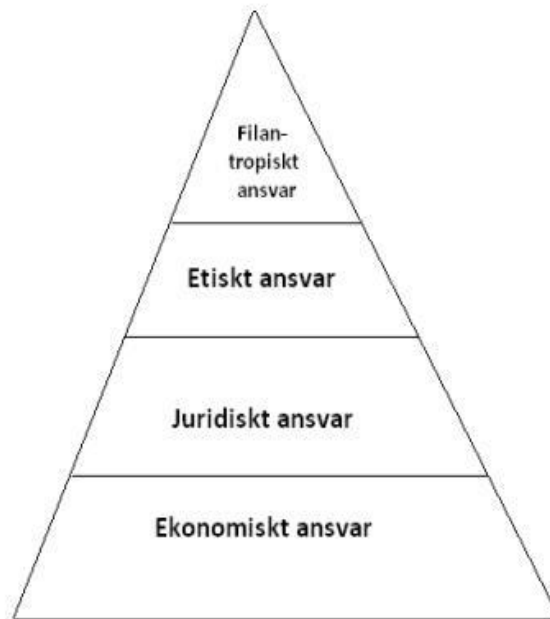
Ett annat viktigt problem är att begreppet i sig inte speglar det breda spektra som CSR innebär och att översättningar till andra språk ofta blir problematiska. Språkbarriärer har därför lett till en ännu mer komplicerad definitionsfråga samt en otydlighet kring begreppets betydelse vilket också lett till förvirring kring dess användningsområde (Van Marrewijk, 2003). I Sverige har begreppet exempelvis direktöversatts till *”företags sociala ansvar”* vilket Löhman och Steinholtz (2003) menar är ett alldeles för begränsat begrepp att använda. För att klargöra CSR-områdets omfattning har vi därför skapat en enkel modell baserad på tillgänglig litteratur på CSR-området för att skapa en överblick över vad som kan tas in i begreppet Corporate Social Responsibility.



Figur 1. Författarnas modell för att beskriva begreppet CSR

5.3 Carrolls CSR-pyramid

Ett flertal teoretiker har introducerat modeller som ämnar beskriva olika nivåer av ansvarstagande företag har att ta hänsyn till i sitt CSR-arbete. En av de mest använda är Archie B. Carroll (1991) *"Pyramid of Corporate Social Responsibility"* som menar att socialt ansvarstagande kan delas upp i de fyra nivåerna *ekonomiskt, juridiskt, etiskt* och *filantropiskt* ansvar. Resonemanget illustreras genom att använda en pyramid som visar på den hierarkiska relationen mellan ansvarsnivåerna. Det ekonomiska ansvaret utgör grunden för pyramiden som angränsar till det juridiska. Därpå följer det etiska ansvaret och överst kommer det filantropiska som därmed anses vara den högsta nivån av ansvarstagande. Carroll menar vidare att samtliga nivåer har sin grund i rådande lagar, normer och värderingar i samhället och att företag därför måste anpassa sitt CSR-arbete till de skyldigheter som samhället uppskattar för att accepteras. Ett så kallat *socialt kontrakt* upprättas mellan företag och samhälle, vilket legitimerar företagets CSR-arbete. (Carroll, 1991)



Figur 2. Författarnas modell av Archie B. Carrolls CSR-pyramid

5.3.1 Ekonomiskt ansvar

Med ekonomiskt ansvar menar Carroll att företagens främsta uppgift är att vara lönsamma och producera efterfrågade varor och tjänster till ett rimligt pris. Företagen bär ett samhälleligt ansvar genom att minimera kostnader och tillverka efterfrågade produkter för att kunna bedriva en lönsam verksamhet. (Carroll, 1991)

5.3.2 Juridiskt ansvar

Det juridiska ansvaret innebär det ansvar företag har att följa de lagar och regelverk som samhället skapat. Det ekonomiska ansvaret ska bedrivas inom ramen för såväl de nationella som internationella lagar och regler som finns. Tillsammans med det ekonomiska ansvaret utgör det juridiska den grundläggande skyldighet företag har gentemot samhället. (Carroll, 1991)

5.3.3 Etiskt ansvar

Det etiska ansvarstagandet grundar sig däremot inte i juridiskt reglerade åtagandet, utan grundas i de oskrivna regler i de normer och värderingar samhället som företag förväntas följa trots att de inte är tvingande. En viktig del av det etiska ansvaret är att undvika att företagets intressenter såsom kunder, anställda och aktieägare påverkas negativt. Den etiska aspekten av affärsvärlden har på grund av dess normativa karaktär omdebatterats flitigt, vilket exempelvis kan illustreras med den rådande diskussionen kring företagsledningars bonussystem och pensionsavtal. (SvD, 8 april 2009) Idag finns det höga sociala förväntningar på företagsledningar och påtryckningarna tvingar företag att agera på högre ansvarsnivåer än att enbart de ekonomiska och juridiska (Carroll, 1991).

5.3.4 Filantropiskt ansvar

Med filantropiskt ansvar menar Carroll (1991) det ansvar som alltid ligger utanför det lagstadgade, tvingande eller förväntade ansvaret och är därmed företagets fria vilja att engagera sig i sociala aktiviteter. Det filantropiska ansvaret kan därmed beskrivas som det frivilliga ansvar företag tar för att vara goda samhällsmedborgare, exempelvis välgörenhet, snarare än att följa etiska normer.

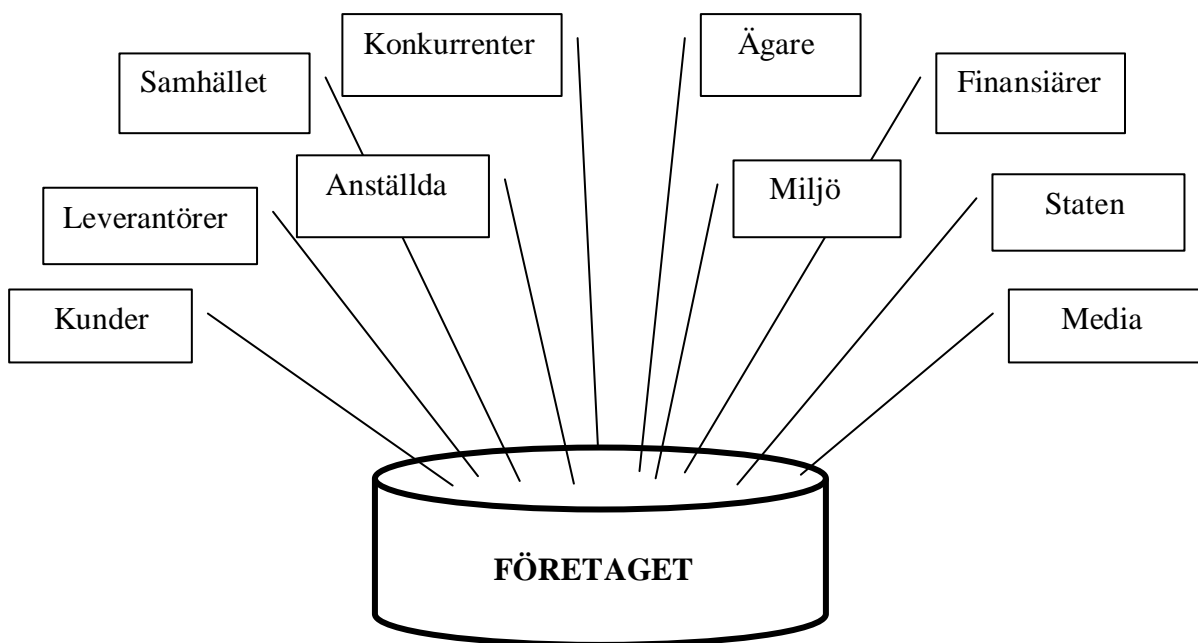
5.4 Intressentteori

I samband med CSR blir det också viktigt att diskutera företagets intressenter och dess påverkan, då de är beroende av varandra. Till intressenter räknas de aktörer som har möjlighet att påverka ett företags beslut eller som blir påverkade av ett företags resultat. Dessa är enligt Löhman och Steinholtz kunder, underleverantörer, samhället, anställda, konkurrenter, ägare och miljö (Löhman; Steinholtz, 2003). E Freeman, som är upphovsman till en annan intressentmodell, har identifierat interna intressenter som kunder, leverantörer, samhället, anställda och finansärer, och externa intressenter som regeringar, icke-statliga organisationer, miljöförespråkare, kritiker, media och andra. (Freeman, 1984) Författarna He M och Chen J uttrycker i artikeln, ”*Sustainable development and corporate environmental responsibility*”, att staten och samhället kommer utgöra en viktig del i de kinesiska företagens utveckling mot en marknad öppen för CSR. Det finns enligt dem en skillnad mellan kinesiska företag och multinationella företag vad gäller vilka av företagets intressenter som utför de viktigaste påtryckningarna för CSR-engagemangets

utveckling i företaget. De har identifierat staten, aktieägare, samhället och media som de viktigaste intressenterna för kinesiska företag. (He; Chen, 2008)

Alla intressenter har olika stort inflytande och olika mycket värde för företaget. Ju viktigare intressenten är för företaget ju mer makt får den. Det är följaktligen inte upp till företaget själva att bestämma hur mycket inflytande en intressent ska ha i företaget. (Löhman; Steinholtz, 2003) Intressenternas inflytande grundar sig i att de har förväntningar på företaget, att de sätter normer för företaget och att de utvärderar hur företaget lyckas med att leva upp till deras förväntningar. (Branco; Rodrigues, 2007)

Modellen nedan är skapad av författarna själva för att täcka in alla de intressenter som nämnts i kapitlet.



Figur 3. Författarnas intressentmodell

6. Det kinesiska samhället

I det följande teorikapitlet introduceras läsaren till det kinesiska samhället och dess säregna kulturella drag. Vi ämnar sedermera skapa en grundläggande förståelse för den marknad vi sedan kommer applicera CSR-teorierna på och presentera den befintliga teori som finns vad gäller CSR på den kinesiska marknaden.

6.1 Kultur och värderingar i det kinesiska samhället

Kärnan i ett lands kultur är värderingar, vilka i sin tur kan beskrivas som tendenser i hur människor i den specifika kulturen föredrar att agera och se andra agera (Hofstede, 2007). Adler, författaren av ”*International Dimensions of Organizational Culture*” uttrycker det som;

“People’s behaviour is defined by their culture”

(Adler N. J (1991), *International Dimensions of Organizational Behaviour*, 2nd edition, sid 17)

Hofstede har i sin artikel om “*Asian management in the 21st century*” beskrivit kultur som;

“the collective programming of the mind which distinguishes the members of one group or category of people from another”

(Hofstede G, *Asian Management in the 21st century*, Asia Pacific Journal of Management, Volym: 24 Nummer: 4 Sida: 413, 2007)

Kina är världens äldsta civilisation och har en kultur som bygger mer på relationer än den västerländska, så även när det gäller att göra affärer (Fang, 2000). Geert Hofstede gjorde 2002 en undersökning av vilka mål som var de viktigaste respektive vilka som var de minst viktiga för framgångsrika företagsledare i ett antal olika länder. I denna undersökning finns ”staying within the law” listat som ett av de minst viktiga målen för kinesiska ledare, men samtidigt finns ”respecting ethical norms” och ”responsibility towards the society” rankat som allra viktigast. Detta utslag kan troligtvis förklaras med att Kina är ett kollektivistiskt land, vilket innebär att man redan från födseln är starkt

integrerad i en grupp som beskyddar individen och där lojaliteten hos de andra i gruppen inte ifrågasätts. (Hofstede, 2007)

Hofstede (2007) klassificerar Kina enligt sina kulturella dimensioner som ett kollektivistiskt land med stor maktdistans, osäkerhetsundvikande och ett långsiktigt tidsperspektiv. Vad gäller den femte dimensionen vilken pekar på om landet har en feminin eller maskulin kultur, så skiljer sig inte Kina från övriga världen, utan står lika mycket på båda sidor. En maskulin kultur har fokus på framgång och det är männen som styr på arbetsmarknaden och i hemmet medan den feminina är väldigt jämlik. Att Kina har en kollektivistisk kultur, till viss del beroende av den kommunistiska historien, innebär att de har stark grupptillhörighet och lojalitet och familj är viktiga element. Att det finns en stor maktdistans i det kinesiska samhället tyder på att ojämlikhet i makt och välfärd är accepterat, så är även politisk polarisering. Att kulturen är osäkerhetsundvikande betyder att befolkningen förlitar sig på auktoriteter, de vill ha skrivna regler och ett väl utvecklat rättssystem. (Hofstede, 1999) Långtidstänkandets ekonomiska innebörd är fokus på sparsamhet och företags överlevnad (Hofstede 2007).

Den kinesiska kulturen har influerats mycket av buddismen och de två filosofiska läroarna taoism och konfucianism. Utöver det, har också en längre tids kommunistiskt styre kommit att påverka värderingarna hos den kinesiska befolkningen. I denna uppsats diskuteras dock bara konfucianismen, då de andra influenserna inte bidrog till förståelsen av vårt resultat.

6.1.1 Konfucianismen

Konfucianismen är en filosofisk lära som bygger på moralisk etik, vikten av en god relation människor emellan, respekt för ålder och hierarki, familjereaktioner och osäkerhetsundvikande. (Fang, 2000) Konfucianismen svarar för samhällsordningen, etikett och ritualer i Kina (Cooper, 1997). Läran bygger på idén om de fem banden som är olika typer av relationer som är av vikt för ett väl fungerande samhälle. Detta är relationen mellan furste och undersåte, man och hustru, föräldrar och barn, äldre bror och yngre bror, äldre vän och yngre vän. Denna fokus på relationer leder till att kineser alltid gör affärer personligen och inte som ett företag. (Fang, 2000) Konfucianismen leder också till att kineserna sätter stort fokus på affärspartners rykte, ärlighet, trovärdighet

och dennes personlighet i övrigt. Men även att de håller vad de lovat och inte bryter affärskontrakt. (Fang, 1999)

Konfucianismen har tidigare under 60- och 70-talet ansetts vara ett hinder för moderniseringen av Kina och men den har nyligen åter ökat i popularitet. Den har dock förändrats med tiden och vissa idéer anses inte längre relevanta, så som att mannen skulle vara överordnad kvinnan. En anledning till att konfucianismen kommit tillbaka i popularitet kan vara att den kinesiska ekonomin haft en så stark tillväxt att kineserna nu kan känna sig mer stolta över sitt land och sin kultur, men det kan också bero på att den ekonomiska tillväxten har gjort den kinesiska befolkningen mer självisk och mer ignorant mot den traditionella moralen och därmed ett nytt behov av konfucianism har skapats. Regeringen använder sig av konfucianismens moraliska regler till att skapa en större ordning i samhället och skapa en större legitimitet kring sina lagar och regler. (Fan, 2007) En av grundpelarna i konfucianismen är att det inte går att eliminera alla problem med lagar utan att det endast kan göras genom en god moralisk hållning hos befolkningen (Fang, 1999). Detta har skapat problem med att på ett effektivt sätt implementera lagregleringar i Kina. Detta beror till viss del på att den konfucianismiska läran som länge och starkt genomsyrat Kinas kultur. Fortfarande lever den kinesiska kulturen kvar i befolkningen och i samhället och det är något som tar lång tid att förändra. Det skapar därmed en diskrepans mellan lokala seder och implementering av nyare nationella lagar. Den auktoritära ledningen som upplevts i Kina och folkets förlitan på det sociala nätverket har gjort att den ekonomiska tillväxten blivit prioriterad framför individuellt välmående. Ledningen har lagt ner mycket arbete på att försöka skapa en allomfattande moral bland befolkningen och på så sätt öka standarden för samhället och kollektivet i det stora hela. (Peerenboom, 2007)

6.1.2 *Guanxi*

Guanxi är ett kinesiskt begrepp som används för att beskriva relationer mellan människor och deras nätverk av familj och vänner. Relationer är en grundpelare i konfucianismen och Guanxi är ett begrepp som ytterligare förstärker dess relevans i samhället. Goda relationer är den enskilt största faktorn för framgång i dagens Kina. (Chai *et al*, 2007) Guanxi leder till ett effektivt utbyte av tjänster, men det kan också leda till nepotism och

gynna få på bekostnad av många. Ömsesidig artighet är mycket viktigt, vilket leder till att företags goodwill får stor uppmärksamhet. (Donleavy *et al*, 2008)

6.1.3 Utvecklingen av de kulturella värderingarna

Kulturella värderingar har dock fått mindre värde med tiden i Kina beskriver Alas i sin artikel, ”*Institutional Impact on Work-related Values in Chinese Organizations*”. Äldre kineser som varit med under förändringen från planekonomi till marknadsekonomi har mer tydliga värderingar än de yngre som bara erfarit en öppen ekonomi med utländska investeringar. De födda efter 1970 tycker att det är viktigare med demokratiskt ledarskap, yttrandefrihet, goda relationer mellan de hierarkiska nivåerna och bra gruppdynamik än de som är födda tidigare än 1970. I arbetslivet vill de yngre ha en bättre kommunikation och vill veta mer om det företag de jobbar för och dess aktuella kondition. (Alas *et al*, 2008)

6.2 CSR i Kina och de kinesiska företagens intressenter

Zhihai Zheng, vice ordförande och generalsekreterare för China Society of WTO studies, skriver i sin artikel ”*Sincerity, Trustworthiness, Law-abidance and Corporate Social Responsibility*” att CSR är en viktig trend i den ekonomiska globaliseringen. Han menar vidare att utvecklingen av Corporate Social Responsibility är viktigt för såväl Kina som andra utvecklingsländer, då en korrekt implementering av CSR hjälper till att minska handelshinder och underlätta för såväl multinationella företag i Kina som för kinesiska företags internationalisering. Ett aktivt CSR-engagemang på den kinesiska marknaden kan även komma att utgöra en katalysator för ytterligare ekonomiska och samhällliga förbättringar i Kina. Den kinesiska staten har som yttersta mål att skapa ett harmoniskt samhälle med stabilitet, ekonomiskt välstånd och sammanhållning och som ett led i denna utveckling kommer affärsverksamheten på den kinesiska marknaden spela en stor roll genom att företagen inkorporerar Corporate Social Responsibility i sin strategi. Företagen hjälper då till med utvecklingen av den kinesiska marknaden samtidigt som de kan tillgodogöra sig konkurrensfördelar och förbättra relationen mellan företaget, dess kunder och konsumenterna. Då de kinesiska företagen börjar arbeta med CSR kommer det i det långa loppet bidra till en minskad klyfta mellan låg- och höginkomsttagare. Denna kommer att minska i takt med att den ekonomiska tillväxten i landet ökar. Denna utveckling bör genereras genom ett ökat kunskapsutbyte mellan de kinesiska företagen och de västerländska företagen. (Zheng, 2007)

Frost skriver i sin artikel ”*Going Out*” att sedan många multinationella företag har flyttat stora delar av sin verksamhet till utvecklingsländer har dessa företagens intressenter börjat uppmärksamma arbetsförhållanden och arbetsrättslagstiftningen i länderna och har hittills varit en av de stora drivkrafterna bakom de förändringar som hittills skett. Eftersom många företag flyttat till Kina har de kinesiska företagen därigenom haft krav på sig av sina handelspartners att börja arbeta med CSR. He och Chen, som tidigare nämnts, menar att kinesiska företag anser att de viktigaste intressenterna för företaget är staten, aktieägare, samhället och media, medan multinationella företag anser att deras viktigaste intressenter utgörs av staten, aktieägare, anställda och konsumenter. Även Zheng (2007) menar på att staten och samhället är viktiga intressenter i CSR-utvecklingen, då Kina under de senaste åren har fått ett tjugotal nya lagregleringar, som pressar företag verksamma i Kina till att ta sitt sociala ansvar, i form av hårdare arbetsrättslag, nya miljölagar samt ny lagstiftning kring fackföreningar och skydd av kvinnors rättigheter.

Hulpke och Lau skriver i sin artikel ”*Business Ethics in China*” att det idag finns en vedertagen uppfattning om att Kina har stora problem med sin affärsetik. Författarna resonerar kring varför situationen ser ut som den gör och menar på att en förklaring kan vara att det finns element i den kinesiska kulturen som tillåter att man tjänar pengar, oavsett *hur* det går till, som tenderar att uppmuntra till oetiska affärsbeslut. Den andra förklaringen består i Kinas snabba ekonomiska utveckling och att problemen uppstått till följd av en omfattande övergångsperiod. Oklara spelregler på den snabbföränderliga marknaden och en alltmer omfattande välfärd har skapat incitament till att hitta genvägar till välstånd. Hulpke och Lau menar därför att viktiga förbättringar av det etiska klimatet i landet kommer behövas göras och menar att ett effektivt sätt är att få företagen att jobba med Human Resource Management (HRM). Genom att jobba med HRM kommer en ökad förståelse för arbetsrättslagstiftningen att växa fram. Vissa kinesiska företag har redan, genom att arbeta med HRM i sin leverantörskedja, kunnat förbättra det etiska klimatet inom företaget och sedermera hjälpt till att påverka Kinas etiska klimat i sin helhet. Det finns ett flertal sätt att använda sig av HRM i ett företag. Många gånger kan man se att det finns ett övergripande arbete med de anställda, med planering, information och utbildning. Hulpke och Lau påpekar också att för att HRM ska få någon riktig genomslagskraft krävs stor kunskap om den kinesiska kulturen, lagstiftningen och

marknadsförhållandena. He och Chen framhåller dock att trots viljan hos kinesiska företag att arbeta med CSR möter de dock vissa svårigheter då de saknar tillräckliga ekonomiska resurser, utbildade anställda och kunniga inom CSR för att kunna genomgå en sådan strategisk förändring. Företagen är också fortfarande pressade till att först och främst generera vinster och överleva på marknaden.

7. Corporate Social Responsibility i Kina utifrån fem fallföretag

I följande kapitel presenteras det empiriska material som anskaffats genom intervjuer. Materialet har sammanställts till löpande texter för att underlätta läsarens överblick och förståelse för materialet.

Inledningsvis presenteras varje fallföretags CSR-strategier för att ge en inblick i hur de arbetar med CSR, sedan presenteras viktiga intressenters inflytande på strategierna och sist presenteras intervjurespondenternas tankar om framtiden.

7.1 Fallföretagens CSR-strategier

7.1.1 Ericsson

Ericsson är världsledande leverantör inom telekommunikation och har en väl utvecklad CSR-strategi. Ericssons CSR-arbete utgår ifrån en "Code of Conduct", en "Code of Business Ethics" och en "Environmental Policy". Deras "Code of Conduct" innehåller bland annat deras plan för att utrota korruption. Alla Ericssons anställda och deras leverantörer måste skriva under detta dokument. Deras "Code of Business Ethics" syftar till att reducera energiåtgången genom olika åtgärder som exempelvis pappersåtervinning. Utöver detta är deras "Environmental Policy" en ytterligare plan för hur de ska minska företagets påverkan på miljön. Inom denna policy har de ett projekt kallat "Project Green" vilket innebär att energiåtgången ska mätas varje år och målet är en årlig minskning i den dagliga verksamheten på fem procent av den normala elektricitets-, vatten- och papperskonsumtionen. För att nå detta mål försöker de exempelvis minska på flygresor. Ett annat mål inom deras miljöpolicy är att förbättra telekommunikationsmöjligheterna för både företag och privatpersoner för att på det viset minska behovet av transporter.

Sean Gowran, vice VD för Ericsson i södra Kina, poängterar att Ericsson endast arbetar med CSR som samtidigt ger värde för aktieägare och beskriver ett av företagets CSR-program som syftar till att gynna fiskare i Indien genom att tillhandahålla dem mobiltelefoner som ger dem möjlighet att få information om bra fiskevatten eller vilka fiskar som har bäst marknadspris medan de är ute på havet. Genom att de indiska

fiskarna då ges möjlighet till större fångster och större inkomster kommer de nå en högre levnadsstandard följaktligen konsumera mer, vilket i slutändan gynnar Ericsson och dess aktieägare.

Alla Ericssons kinesiska kunder är stora företag, ägda av staten, som därför jobbar med CSR så som staten kräver. Det betyder att dessa företag måste ha kontroll på sina leverantörer och att det arbete Ericsson gör inom CSR därmed värdesätts.

Ericsson deltar även i välgörenhets aktiviteter. Vid en omfattande snöstorm i Kina i februari 2008, vilken var en mycket svår katastrof och en tragedi för hela Kina, jobbade Ericsson hårt för att kunna skänka så mycket pengar som möjligt. De skänkte nästan en miljon RMB, varav hälften var skänkt från anställda och hälften var från företaget. Även företagets årliga middag avblästes och ytterligare 40 000 RMB kunde skänkas.

Efter Jordbävningkatastrofen i Sichuanprovinsen den 12 maj 2008 som förolyckade 80 000-100 000 personer och förstörde infrastruktur och kommunikationsmöjligheter i stor omfattning skänkte Ericsson och deras anställda pengar till de drabbade områdena. De var också på plats för att bygga upp telekommunikationer så fort de kunde, då de var medvetna om det faktum att många som ligger begravda i rasmassor bär sin mobiltelefon, men kan omöjligt ringa ifrån den så länge nätet ligger nere. Att välgörenhet uppskattas av kineserna beror enligt Sean Gowran mycket på deras kollektivistiska inställning, vilken också visar sig i att de är vana vid och förväntar sig att bli omhändertagna av stat och arbetsgivare. För Ericsson, liksom för många andra företag, betyder detta att företaget sparar en del av de anställdas lön i fonder och de anställda får ta del av denna intjänade lön först vid punkter i livet då de behöver det, så som vid ett husköp.

7.1.2 Envac

Envac arbetar med ett sophämtningssystem under jord som bygger på en vaccum-teknologi. Det är utvecklat i Norden och är till för att frigöra plats i samhället. Deras kärnvärderingar är realitet, rationalitet och hållbarhet där hållbarhet betyder både att de ska sträva efter en hållbar miljö, social hållbarhet och att ha en positiv ekonomisk utveckling.

Envac har en ”Code of Conduct” som utvecklats i Sverige och gäller för hela företaget. De har ingen speciell definition av CSR, men konceptet ska enligt George Liu,

divisionschef för Envac i Guangzhou, innehålla miljö-, sociala- och etiska aspekter. Envac har enligt Liu inget specifikt CSR arbete, men försöker bedriva det dagliga arbetet enligt alla etiska normer, såsom att försöka minska miljöpåverkan från kontoret genom att släcka lampor och göra dubbelsidiga utskrifter. Dock finns det utöver detta inget uttalat miljöengagemang. George Liu menar att deras affärsidé främjar miljön och därför krävs inget ytterligare miljöengagemang. Företaget försöker följa upp arbetet och granska arbetsförhållandena i deras fabriker, men de anser det svårt att få fram information. Det förekommer att Envac skänker pengar till välgörande ändamål, så som vid jordbävningkatastrofen, men det är inget som är vanligt.

7.1.3 H&M

H&M har arbetat med en ”Code of Conduct” i tio år. CSR arbetet bygger på denna uppförandekod som i sin tur är baserad på lokal lagstiftning och EU-direktiv. Då lokala regler och lagar skiljer sig åt beroende på vilket land man arbetar i medför detta vissa skillnader mellan länder. Dock har H&M även en global CSR-strategi som ser likadan ut i Sverige som i Kina. Tobias Fischer, regional ”Code of Conduct” koordinator i södra Kina, Kambodja, Indonesien, Vietnam och Syd Korea, poängterar att H&M fokuserar på att ta hänsyn till *hur* de tjänar sina pengar, för att sedan bestämma sig för vad de ska göra med sina pengar. H&M arbetar hårt med att få deras leverantörer att förstå vikten av att deras ”Code of Conduct” efterlevs. Förutom att fokusera på frågor som rör villkoren hos H&M:s leverantörer och anställda, ställer de även hårda miljökrav på fabrikerna för att bland annat få en renare produktion och minskad vatten- och energiförbrukning samt kemikalieanvändning. Deras mål och förhoppning är att leverantörerna själva på sikt kommer börja ta ansvar för sin produktion och till slut producera egna CSR rapporter. Tobias Fischer menar att H&M inte vill agera polis och ständigt övervaka sina leverantörer men under 2008 gjordes över 900 audits i Kina i syfte undersöka huruvida deras ”Code of Conduct” följs ute i fabrikerna

Tobias Fischer menar att det gäller att hitta vägar för att fabriker och leverantörer ska förbättra lönsamhet och produktivitet, vilket i slutändan gynnar både H&M och deras leverantörer. Han framhåller att om fabrikerna kan få en förståelse för värdet i HR-arbete kommer de kunna skapa en mer lojal och motiverad arbetsgrupp. H&M:s

förhoppning är att det i framtiden inte ska behöva finnas CSR- ansvariga utan att det ska vara en naturlig del i arbetet för alla företag.

7.1.4 BYD

BYD är en av världens största batteritillverkare, men producerar även bilar och dator- och mobildelar. De startade 1995 med 20 anställda, men de har nu 130 000 anställda och är världsledande inom energiteknologi. 2008 släpptes deras energisnåla bil med delad bensin- och elektronisk motor. Det är den första kinesisktillverkade ”miljöbilen” och den har sett en bra försäljning, dock nästan uteslutande till statliga kunder, men det finns stora förväntningar på de framtida försäljningssiffrorna. Deras ”Vision & Policy” är deras topp-dokument som styr CSR-arbetet. Detta dokument ses över och revideras eventuellt varje år. BYD har även en ”Code of Conduct” innehållande områdena ”Labour”, ”Health and Safety”, ”Environment”, ”Management System” och ”Business Ethics”. BYD har en väl utvecklad CSR-strategi, men det är enligt dem inte nog med en strategi, de har också en mycket engagerad CSR kommitté, vilken sträcker sig över alla nivåer. Rainbow Zhang, director för corporate CSR committee på BYD menar att detta inte är vanligt i kinesiska företag och att deras stora engagemang ger dem god renommé och leder till förbättrad försäljning. Hennes uppfattning är dock att de flesta stora företag i Kina har någon CSR-strategi, vilket hon inte tror är fallet i många av de små företagen. Men alla BYD:s leverantörer måste skriva under deras ”Code of Conduct” och måste följa alla regler för att få vara deras leverantör. För att BYD sedan ytterligare ska kunna visa att deras krav är seriöst menade har de sammanställt dokument så som ”Keydrivers” och ”CSR-SWOT”. Deras Keydrivers är i tre delar; kundtryck, varumärkeskännedom samt direkta och indirekta fördelar, vilka är att de anställda mår bra av att företaget jobbar med hälsa och säkerhet, att ett miljötank också leder till kostnadsbesparingar och att det skapar en ökad kundlojalitet vilket gör det till en av deras största konkurrensfördelar. BYD har i sin SWOT bland annat identifierat styrkor som att hela företaget har en förståelse för vad begreppet CSR innebär och att företagsledningen är mycket engagerad i frågan. Svagheter de identifierat är att BYD växer fort, har många utspridda fabriker och ett mycket stort antal anställda vilket gör att det tar tid att implementera nya arbetssätt i organisationen och att det är svårt att finna kompetenta människor inom CSR i Kina.

Välgörenhet ingår också i CSR-strategin och stora summor skänktes efter jordbävingskatastrofen i Sichuan. Men BYD ger också ekonomiskt stöd till bland annat

lokala utbildningsinstitutioner och SARS bekämpningen. För de anställda inom företaget erbjuder BYD ett fördelaktigt boende på företags område, plats för deras barn på BYD:s erkända skola och tillgång till sport och rekreationsfaciliteter.

7.1.5 Hop Lun

Hop Lun är en klädestillverkare med fabriker i Kina och Bangladesh. Företaget startades 1992 i Kina och det har nu 16 000 anställda i världen. Hop Lun har nyligen sammanställt ett dokument över företags CSR-strategi av anledningen att ett internationellt företag efterfrågade informationen. Forrest Pang, CSR-ansvarig för Hop Luns fabriker, tror inte att Hop Lun hade jobbat med CSR om de inte haft några internationella kunder. Men han tror samtidigt att faktumet att Hop Luns grundare är svensk leder till en betydande skillnad i företags sätt att se på CSR-arbete. Det har i och med detta länge funnits en medvetenhet i företaget om exempelvis miljöpåverkan. Vad gäller miljöansvar i Hop Lun i dagens läge så jobbar de med att minska utsläppen från industrin, vilket enligt Pang är ett krav från staten. Återvinning, som exempelvis att samla in sina lysrör för hantering, är en del av den dagliga rutinen och de har en klädeslinje med organiskt material. Annars ser inte Forrest Pang miljöfrågan som något viktigt för företag att fokusera på i dagens Kina, då större delen av konsumenterna ännu inte uppskattar det. Han tror dock att kommande generation kommer vara mer medvetna om miljöpåverkan och till följd därav efterfråga miljövänliga produkter. Forrest Pang berättar sedan att även Hop Lun skänkte pengar till välgörenhet vid jordbävningkatastrofen i Sichuan 2008.

Alla Hop Luns leverantörer skriver under deras ”Code of Conduct” och att de verkligen följer vad dess innebörd blir kontrollerat varje år. Dock gäller detta bara de stora leverantörerna. Enligt Pang skulle det bli för mycket att kolla alla deras femtio leverantörer.

7.2 Kinas ekonomiska tillväxt och CSR på den kinesiska marknaden

Kina har en mycket kort modern ekonomisk historia som tog fart först efter den ekonomiska reformen 1978, i kontrast till Sveriges som sträcker sig över 100 år tillbaka i tiden, berättar Thomas Lagerqvist, senior konsult på Mannheimer Swartling. Den kinesiska ekonomin har utvecklats otroligt mycket under kort tid och gör det fortfarande.

Därför har landet enligt Lagerqvist ett fortsatt tydligt fokus på ekonomisk tillväxt och utrymme har ännu inte lämnats åt att låta CSR mogna i den kinesiska ekonomin. Kaiming Liu, executive director för ICO, påpekar dock att om utvecklingen fortsätter i samma takt som under de senaste tio åren, kommer CSR bli en viktig fråga i Kina under de kommande tio åren. Thomas Lagerqvist menar att Corporate Social Responsibility är del av den större frågan kring "sustainability" eller strävan efter ett hållbart samhälle. Han menar att CSR är en viktig del av den hållbara utvecklingen, särskilt för ett land som Kina med en explosionsartad ekonomisk tillväxt. Lagerqvist menar att CSR-utvecklingen har sin början i etiska ifrågasättanden som vidare utvecklats till att omfatta ett antal mycket viktiga ämnen som kan delas in i tre huvudsakliga områden; ekonomiska, humana och miljörelaterade frågor. Då företag ifrågasätter arbetet inom dessa områden hos sina leverantörer blir CSR nära sammankopplat med supply management frågor och leverantörskedjan blir grunden för CSR-arbetet. Sean Gowran, på Ericsson, poängterar att CSR-arbete tar sin grund i företagens existens. För 30 år sedan var allt statligt ägt i Kina och det fanns inga privata företag, vilket gjorde CSR till ett i princip omöjligt begrepp. Nu finns det ett oändligt många företag, men majoriteten av de kinesiska företagen är ganska unga och har fortfarande fokus på företagets överlevnad. Den högsta prioriteten ligger därför på hur företaget ska tjäna pengar i nuläget och det kommande året. Han menar att företag som exempelvis Ericsson som har funnits en mycket längre tid kan ha en planeringshorisont på 20 år. De är så stora och väletablerade att de inte behöver oro sig i samma utsträckning för det korta perspektivet. Men precis som för många kinesiska företag idag, var deras fokus under de första åren att hålla företaget kvar på marknaden. Men då fokus fortfarande ligger på kortsiktiga vinster och ekonomisk tillväxt i Kina finns det inte plats för CSR-engagemang i de kinesiska företagens strategier, berättar Lagerqvist.

Kaiming Liu berättar att CSR ännu inte heller efterfrågas av de kinesiska konsumenterna. Idag är det, enligt honom, huvudsakligen den kinesiska medelklassen som är medveten om betydelsen av ett CSR-engagemang. Denna medelklass utvecklas mycket långsamt i Kina och de flesta tillhör fortfarande den kinesiska arbetarklassen, vilket betyder att befolkningen i stort är fattig. Då ett land ligger på en låg inkomstnivå efterfrågar alltid konsumenter ett lågt pris och kvalitet i första hand. Först när kunderna nått en högre välfärdsnivå är de beredda att betala för CSR. Thomas Lagerqvist är av samma uppfattning och berättar om att i Kina är pris fortfarande den främsta

konkurrensfördelen, men den utveckling som tagit plats på utländska marknader sakta kommer etableras även här i framtiden. Han fortsätter dock med att berätta att det finns kulturella aspekter som kommer att försvåra arbetet med att göra CSR till en naturlig del i kinesiska företags strategier. Den snabba ekonomiska tillväxten har skapat en ny kultur i Kina där pengar är allt. Thomas Lagerqvist menar att stor del av den kinesiska befolkningen lever efter mottot ”*to get rich is glorious*”. Denna uppfattning leder till att många kineser gärna vill arbeta övertid som långt överstiger den lagligt reglerade arbetstiden. Men det finns också de som önskar arbeta så mycket som möjligt för att de behöver skicka pengar till släkt och familj för att hjälpa dem med sin ekonomi eller de som genom att tillhöra den äldre generationen av Kinas befolkning är vana vid att jobba dagar, nätter och helger för utvecklingen av landet. Både Sean Gowran och Forrest Pang, på Hop Lun, menar att detta skapar problem för företagen då de ska implementera regleringar i arbetsrätten. Men Forrest Pang ser samtidigt en förändring komma och förklarar att den kinesiska kulturen håller på att förändras och redan har förändrats en hel del. Den kollektivistiska inställningen som länge genomsyrat det kinesiska samhället minskar och familjen är inte lika prioriterad längre. Den yngre generationen bryr sig inte lika mycket om de traditionella värderingarna. Forrest Pang är av uppfattningen att kommunismen förstörde mycket av religionen och nu börjar etik och moral försvinna ifrån samhället. Han menar att Kina tar samma steg som västvärlden redan har gjort. Yngre människor i Kina vill inte jobba så mycket men vill däremot ha mycket pengar och gärna spendera dem fort. Kina är dock fortfarande en kollektivistisk kultur som är mycket inriktad på ekonomisk tillväxt i det egna landet. Då den ekonomiska utvecklingen är högsta prioritet i hela det kinesiska samhället, kommer det enligt Rainbow Zhang på BYD ta tid innan det blir accepterat att företag lägger pengar på annat utanför den direkta tillverkningskostnaden.

7.3 Staten och konsumenternas roll för utvecklingen av CSR i Kina

7.3.1 Konsumenter

I västvärlden tog utvecklingen av Corporate Social Responsibility fart när inflytelserika kundgrupper började ställa krav på företagens verksamhet. I Kina ser situationen annorlunda ut då landet har en relativt liten hemmamarknad vilket inte ger konsumenterna en särskilt stark förhandlingsstyrka, menar Kaiming Liu. Han menar att vissa kundgrupper initierat en diskussion kring CSR, men att de fortfarande inte har

tillräcklig kraft för att ha någon större påverkan på företagen. Rainbow Zhang håller med och menar på att det ännu inte finns någon påtryckning från de kinesiska konsumenterna på företagen att arbeta med Corporate Social Responsibility. Hon tror inte att konsumenterna i Kina exempelvis skulle betala extra för en miljövänlig bil, men att de däremot skulle uppskatta de kostnadsfördelar en bil som drog mindre bensin skulle innebära. Kineserna har ännu inte råd med Corporate Social Responsibility, det blir dock successivt allt viktigare även här men än så länge begränsas efterfrågan till största del till det mer välbärgade skiktet av kundbasen, säger Thomas Lagerqvist.

Kaiming Liu bygger vidare på resonemanget och menar att utvecklingen av CSR saktats ner på grund av att den medvetna kinesiska medelklassen växer mycket långsamt. Kina har en växande befolkning, men fortfarande lite pengar, berättar han. Sean Gowran menar att den kinesiska konsumenten framförallt bryr sig om pris och märke på de produkter de köper idag, det är helt enkelt en fråga om vad de har råd med. Kunderna är inte villiga att betala mer för en produkt från ett företag med en bra CSR-profil och är därför ännu inte intresserade av företagets arbete med CSR. Kanske ser det annorlunda ut om några år, säger han. Kaiming Liu menar dock att denna utveckling inte skiljer sig från den som tagit plats i andra moderna länder, till en början efterfrågas alltid kvalitet och pris i första rummet. Först när kunderna har fått mer pengar är de beredda att betala för CSR. Med Kinas snabba ekonomiska utveckling kommer Corporate Social Responsibility att bli en viktig fråga i Kina under de kommande tio åren, tror Liu. Tobias Fischer menar dock att en viktig aspekt som kan skilja utvecklingen av CSR från den i väst, är den nya teknologin och dess underlättande av kommunikation. Exempelvis har bloggandet fått ett betydande inflytande bland unga kineser och den nya bloggsfären är en viktig kommunikationskanal som kan komma att skapa nya möjligheter för utvecklingen av CSR i Kina. Redan idag finns det tecken på en mer medveten kundkrets i Kina, ett exempel är konceptet ”green” som vuxit sig starkt i landet under de senaste åren, berättar Sean Gowran. Det är oerhört inne med allt som är ”green” men om kineserna förstår hela bakgrunden är enligt honom osäkert.

Det finns dock en viktig aspekt av företagets ansvarstagande som är extremt viktig för de kinesiska konsumenterna, menar Gowran. Kineserna ser välgörenhet och att ge bort pengar till behövande som en viktig gest för företagen gentemot det omgivande samhället. Många kineser förstår nog CSR-konceptet, tror Liu, men företagen väljer att

satsa på att ge pengar till välgörenhet för att det uppskattas av kunderna. Många kinesiska företag donerade pengar till exempelvis jordbävningkatastrofen i Sichuanprovinsen förra året. Casinona i Macau ansågs inte vara tillräckligt generösa med sin donation vilket gett dem ”badwill” och märkbart minskade inkomster sedan dess, berättar Sean Gowran. Han menar dock att donationer endast är uppskattade så länge de riktas mot Kina och det kinesiska samhället. Liknande insatser för globalt arbete uppskattas inte alls på samma sätt. Den kinesiska befolkningen har ingen global uppfattning eller involvering i internationellt arbete, vilket kan bli ett problem för den framtida utvecklingen av CSR i Kina, menar Gowran.

7.3.2 Staten

Thomas Lagerqvist menar att CSR i Kina än så länge handlar om hur regeringen försöker allokera visst ansvar från staten till de privata företagen, snarare än att se frågan som ett led i arbetet mot en mer hållbar utveckling. Före år 2004 såg den kinesiska regeringen till och med CSR som ett hot mot den kinesiska ekonomins tillväxt, berättar Kaiming Liu. Därefter lyftes frågan fram i Kina, bland annat till följd av ett bilateralt avtal med den svenska staten. Den kinesiska regeringen fick en tilltagande förståelse för CSR och vilken betydande vikt som bör läggas vid denna verksamhet och Kaiming menar att en viktig faktor bakom denna utveckling var västvärldens krav på en mer CSR-inriktad verksamhet i Kina. Han tror dock att staten fortfarande sätter ekonomisk tillväxt i första rummet och att CSR-frågorna därför fortfarande förblir åsidosatta. Staten har bara varit engagerad i frågan under ett fåtal år och har därför mycket arbete framför sig med CSR- utvecklingen i Kina, menar Rainbow Zhang. Dock berättar George Liu att staten arbetar allt mer med miljöfrågor och att Envacs hittills största miljövänliga sophanteringssystem har börjat byggas i ett område i staden Guangzhou med statens hjälp. Sean Gowran berättar att staten arbetar med att försöka minska energikonsumtionen och uppmuntrar företag att dra ner på användandet av luftkonditionering och uppvärmning. Han menar att detta arbete till stor del startats upp på grund av den snabba ekonomiska utvecklingen leder till att energikonsumtionen ständigt ökar. Staten har även börjat fokusera mer på mänskliga rättigheter och aktivt arbetat med att förbättra arbetslagstiftningen i landet. I maj 2008 trädde en ny arbetslag i kraft, vilken har förbättrat fabriksarbetarnas situation avsevärt, berättar Kaiming Liu. Det är positivt att staten arbetar för att stärka arbetarnas rättigheter och att den har gett arbetarna själva en större insikt i sina rättigheter men samtidigt sina

skyldigheter, menar Tobias Fischer. Den största skillnaden med den nya lagen är att alla anställda måste ha ett anställningskontrakt. Alla löneutbetalningar och övertidsersättningar måste betalas ut i tid och efterlevs inte kraven kan den anställde idag stämma sin arbetsgivare, ofta med positiv utgång, säger Forrest Pang. Kaiming Liu berättar att när lagen trädde i kraft för ett år sedan ökade antalet anmälningar med 300 %, vilket visar på att arbetarna har fått något att sätta emot sina arbetsgivare. Han menar dock att ett problem med den nya arbetslagstiftningen är att många företag har pausat dess implementering på grund av recession och dåliga tider. Tobias Fischer tror att det inte är helt självklart hur staten ska gå tillväga för att göra lagens direktiv till verklighet och att dagens lågkonjunktur kan till viss del bromsa implementeringen när full sysselsättning kommer vara Kinas primära fokus. Thomas Lagerqvist menar att ett annat problem för den nya arbetslagen är att det blev dyrare för vissa företag att producera sina varor i Kina och att företagen var tvungna att flytta sin produktion. Detta fick regeringen att tillfälligt vänta med implementeringen i den mest fabriksstäta provinsen Guangdong i södra Kina. Han menar att det är ett tydligt exempel på hur den ekonomiska tillväxten alltid kommer före CSR-relaterade frågor i landet idag.

7.4 De kinesiska företagens roll för den framtida utvecklingen av CSR i

Kina

Det sedan länge finns en rådande uppfattning om att en vinstgivande organisation inte är förenlig med samhällsnytta, förklarar Thomas Lagerqvist. Men de företag som inte omfamnar och implementerar CSR i sina organisationer kommer att få det svårt medan de som gör det kommer att vara de som överlever. I en alltmer integrerad värld där globaliseringen för alltid satt starka spår i ekonomin, lever inga nationer längre isolerade. Alla har stor påverkan på varandra, fortsätter han, och det är därför viktigt att ha ett globalt perspektiv även på den nationella hemmamarknaden. Att arbeta med CSR-frågor borde därför vara i allas intresse; såväl nationer, som företag och privatpersoner.

Trots att CSR idag diskuteras flitigt i Kina, menar Kaiming Liu, att det fortfarande är mest prat. Han är av uppfattningen att CSR existerar i tal och på papper, men att det i praktiken inte händer särskilt mycket i Kina än. Liu Kaiming menar att implementeringen av CSR inte har kommit igång i Kina. De CSR-projekt Liu Kaiming har startat med ICO omfattar än så länge endast västerländska företag på den kinesiska marknaden. De kinesiska företagen och kunderna är fortfarande endast inriktade på pris och kvalitet,

enligt honom. Sean Gowran håller med och framhåller att prisfokus gör att företagen måste pressa ner sina kostnader, vilket leder till att de försöker hitta genvägar till att spara, exempelvis genom en mindre strikt arbetsrätt. Han tror dock att de förstår innebörden av lagstiftningen, men att de inte inser vikten av att följa den och ser istället möjligheten att spara pengar till företaget.

CSR har stort inflytande på märkesbyggande så när det är svårt att endast konkurrera genom pris kan andra saker, som innebörden av CSR, bli viktigare i Kina, berättar Gowran. Kaiming Liu tror inte att kineserna förstår att CSR är en del av ett relationsbyggande med konsumenter och kunder samtidigt som det främjar ett hållbart samhälle, utan att de ser det mer som kortsiktiga kostnader än långsiktiga investeringar. Kineserna ser det snarare som att CSR är att ge bort pengar istället för ett sätt att långsiktigt tjäna pengar, säger Kaiming Liu. Rainbow Zhang är av samma uppfattning och berättar att den kinesiska kulturen egentligen gör att människor i allmänhet har ett långsiktigt perspektiv, men vad gäller CSR är kinesernas perspektiv mycket kortsiktigt. Fokus ligger på kortsiktiga vinster i företaget och de har svårt att se de långsiktiga vinsterna och därför har kinesiska företag ingen långsiktig strategi. Rainbow Zhang framhåller att företagen i Kina måste börja med att följa de nationella lagarna och när de gör det så har de skapat 80 % av det som CSR innebär. När företaget kan efterleva de nationella lagarna kan de börja fundera på CSR-engagemang, det som ligger utöver lagstiftningen. Hon berättar sedan att många kinesiska företag ser CSR som endast välgörenhet. Något som även bekräftas av Tobias Fischer med tillägget att många kineser förväntar sig att företag ska delta i välgörenhet. Tobias är snarare av den uppfattning att välgörenhet är en form av filantropi som faller utanför CSR begreppet, men han menar även att det visar på hur olika länder kan ha annorlunda uppfattningar om vad begreppet CSR omfattar.

Enligt Thomas Lagerqvist hamnar många företag i fällan där de arbetar med vad han kallar ”dillusional CSR-work”. Han menar att CSR i allra högsta grad är en strategisk fråga som bör vara del av ett företags affärsmodell för att implementeras effektivt i organisationen och att CSR är meningslöst om man inte vet hur eller varför man arbetar med det, bidrar det inte till den sociala välfärden är det bara slöseri med pengar, menar han. Effektivt CSR-arbete är resultatet av en balans mellan ökat samhällsvärde utan att

förlika företagens vinster, fortsätter Lagerqvist. Det är här företagen hittar sin strategiska ”sweet spot”.

Sean Gowran menar dock att kinesiska företag jobbar med CSR för samhället i stort och för sin egen verksamhets vinning. Men han menar att de måste vara mer proaktiva i sin utveckling av CSR. Kanske finns den en tendens till att bara kopiera koncept från framgångsrika företag i samma bransch. Rainbow Zhang berättar att för BYD började deras CSR-engagemang då de började samarbeta med Motorola och Nokia år 2002, men det förstärktes ordentligt år 2007 då de hade de sett en stadig ekonomisk utveckling i mer än tio år och de kunde planera för fortsatt utveckling. De hade även vuxit sig så stora att de hade börjat få ögonen på sig från stat och konsumenter och när BYD även släppte en bil under sitt eget märke och började de började förstå meningen med CSR för att bygga en bra relation mellan sitt märke och konsumenterna. Tobias Fischer menar att stora företag granskas mer noggrant vad gäller deras arbete med CSR, vilket övriga intervjurespondenter alla håller med om.

Rainbow berättar att i Kina har de flesta stora företag CSR-arbete, men inte så många av de mindre. BYD bedriver utbildning av vissa små företag då de har ett stort behov av att utbildas. Alla företag vi intervjuat har utvecklat en ”Code of Conduct” som deras leverantörer måste skriva under och för att få vara deras leverantör måste de följa alla dessa regler. Enligt Rainbow Zhang är de flesta av de mindre företagen villiga att göra förändringar för att uppfylla kraven som BYD ställer, men att BYD måste utöva press på företagen för att kraven ska efterlevas. De utför kontinuerliga kontroller av både leverantörer och underleverantörer. Tobias Fischer berättar sedan att det inte längre är endast de större företagen som aktivt arbetar med CSR-relaterade frågor, utan att även mindre företag idag arbetar med ökad transparens och produktion av diverse rapporter. Han menar att det finns kinesiska företag som har förstått värdet av en CSR-profil, men att det är långt ifrån alla som har denna insikt. När BYD startade sitt CSR-arbete och försökte pressa sina leverantörer att följa deras ”Code of Conduct” hade de vissa svårigheter att få dem att förstå att de menade allvar. Leverantörerna tyckte att det ”bara var ett papper”. Det krävdes att BYD utvecklade en omfattande strategi innehållande dokument som ”keydrivers” för CSR och SWOT analys inom CSR för att visa leverantörerna hur seriösa de verkligen var.

7.5 De internationella företagens roll för CSR-utvecklingen på den kinesiska marknaden

Kaiming Liu menar, tillsammans med alla övriga intervjurespondenter, att internationella företag bär ett stort ansvar när de lägger sin produktion i Kina. Liu framhåller dock att de svenska företagens primära fokus bör ligga på arbetsförhållanden och den nya arbetslagen som kom 2008. Han menar att företagen måste börja med att följa lagen och sedan sätta press på sina underleverantörer att göra detsamma. Kaiming Liu är av uppfattningen att företagen måste investera mer pengar och tid i kontroller samt uppföljningsarbete om situationen på den kinesiska marknaden ska förändras. Han menar att arbetarna i fabrikerna måste få bättre villkor och en skälig lön, annars kommer utvecklingen aldrig bli bättre. Tobias Fischer menar att det gäller att hitta vägar för att fabriker och underleverantörer ska förbättra både lönsamhet och produktivitet. Det är en viktig del i CSR-arbetet som kommer förbättra situationen både för leverantörerna och för det inköpande företaget. Han menar att de stora företagen måste ge leverantörerna en förståelse för HR-arbete och lära dem vikten av ta hand om sina arbetare för att skapa en mer lojal och motiverad arbetsgrupp.

Kaiming Liu menar att miljöfrågan bör behandlas först efter att arbetsförhållandena förbättrats. För honom ligger mycket hopp hos västerländska företag som kan ställa krav på att de regler som finns följs. Det finns många nya teknologier att använda för att spara energi och det finns redan ett stort regelverk som behandlar miljö, men många av dessa följs dock inte i nuläget. Internationella företag, såväl små som stora, som lägger stora order har, enligt Kaiming Liu, makten att påverka sina leverantörer och därför är det viktigt att dessa företag tar det ansvaret och sätter press på underleverantörerna. Men även företag med mindre order bör föra en nära dialog med leverantörerna och göra inspektioner hos dessa. Utländska företag lägger i nuläget mycket pengar på att kontrollera sina leverantörer, fortsätter han, men det är dock ofta problematiskt för dem att veta hur de ska agera när fel hittas.

Forrest Pang på Hop Lun har nyligen sammanställt ett dokument över företagets CSR-profil, vilket han bara har visat en gång tidigare då vi får studera det. Han berättar att det var ett internationellt företag som efterfrågade information om företagets CSR-profil, vilket han inte tror att en kinesisk inköpare skulle efterfråga. Han fortsätter med att berätta att det är möjligt att Hop Lun inte alls skulle jobba med CSR om de inte hade

haft sina internationella kunder utan bara levererat till kinesiska företag. Just detta faktum är vad Thomas Lagerqvist syftar på när han säger att detta innebär ett ökat ansvar för utländska företag att arbeta med CSR för att frågan ska tvingas ner till leverantörer och för att frågan slutligen ska genomsyra den kinesiska ekonomin och alla dess aktörer.

7.6 Den framtida utvecklingen av CSR i Kina

Samtliga företag vi har träffat har en positiv framtidssyn när det gäller CSR-utvecklingen i Kina, men de är även överrens om att det är svårt att avgöra hur lång tid det kommer att ta innan resultaten blir påtagliga och i vilken riktning utvecklingen kommer att gå.

Kaiming Liu menar att staten fortfarande är en mycket viktig del av det kinesiska samhället och att de flesta kineser fortfarande arbetar för statligt ägda företag, vilket innebär att kinesiska företag inte utarbetar egna CSR-strategier utan är beroende av de riktlinjer staten sätter upp. Staten är i högsta grad involverad i utvecklingen, menar Sean Gowran. Den kinesiska staten har satt igång ett arbete med mer fokus på CSR-utvecklingen i landet och inspireras av andra länders regeringar och universitet för att skapa egna utvecklingsprogram. Rainbow Zhang menar dock att spridningen av ”best practice” mellan företag, leverantörer och kunder kommer vara det mest effektiva sättet att sprida och implementera CSR i Kina. Framförallt är det de stora företagen som kommer hjälpa till att driva de mindre framåt i CSR-utvecklingen. Enligt Forrest Pang kan denna trend skönjas redan idag, då de flesta stora företag arbetar med CSR medan de mindre inte gör det.

Forrest Pang tror fortsättningsvis att en annan viktig drivkraft kommer att vara den ökade kinesiska välfärden. När lönerna och levnadsstandarden successivt kommer att tillta, kommer detta att leda till större fokus på frågor som miljö och arbetsförhållanden. Den nya generationen är mer medveten om CSR relaterade frågor och med dem kommer utvecklingen att drivas framåt, menar han. Kaiming Liu tror att den yngre generationen kommer att skapa ett större CSR-engagemang under de kommande fem åren. I dagsläget är dock såväl den kinesiska befolkningen som den kinesiska staten mycket kortsiktigt fokuserade, allt handlar om att tjäna pengar. Därför har idag många kinesiska företag en mycket kort tidshorisont och gör inget utrymme för långsiktig planering. Han tror dock att det kommer att bli mer fokus på långsiktighet efter hand och vågar redan nu säga att det kommer att ske en markant utveckling inom den närmsta framtiden. En viktig barriär är dock det faktum att klyftan mellan rika och fattiga kineser blir allt större och att de

flesta statliga investeringar görs i städerna, vilket knappast underlättat för fabriksarbetarna att klättra på den sociala stegen. Många faktorer, bland annat snabbt stigande bostadspriser, har bidragit till att den kinesiska medelklassen växer mycket långsamt. Kaiming menar därför att CSR-frågan blir en viktig drivkraft för att skapa en mer jämn inkomstfördelning i landet och skapa ett mer hållbart samhälle.

7.6.1 De internationella företagens roll i den framtida utvecklingen av CSR i Kina

Corporate Social Responsibility är en fråga som inte utvecklats inom Kina, utan växt fram till följd av påtryckningar utifrån. Thomas Lagerqvist menar att detta faktum är en viktig aspekt att ta hänsyn till även i den fortsatta utvecklingen av CSR då den inte kommer att drivas framåt utan yttre påverkan. Kaiming Liu menar att globaliseringen därför är den främsta drivkraften för CSR-utvecklingen i Kina. De tre senaste decennierna har betytt mycket för Kinas ekonomiska utveckling och det fortsatta utbytet med omvärlden kommer driva CSR-frågan framåt här. Även Lagerqvist lägger stor vikt vid utländska investerares roll i den fortsatta utvecklingen av CSR på den kinesiska marknaden och de höga krav som ställs på dessa företag. Internationella aktörer måste arbeta med att implementera CSR även på hemmaplan, menar han. Om vi ska vara med och driva CSR framåt i Kina, måste våra företag även bedriva ett effektivt CSR-arbete på sin hemmamarknad för att kunna föregå med gott exempel och visa på hur CSR är relaterat till hållbar utveckling och långsiktiga investeringar. De utländska företag som etablerat sig i Kina under de senaste decennierna och bearbetat dess möjligheter har naturligtvis haft stor inverkan på den kinesiska ekonomin och har haft stora påtryckningar utifrån att arbeta inom vissa ramar. Detta har i sin tur påverkat hela dess leverantörskedja och underleverantörer till exempelvis H&M och IKEA arbetar därför efter strikta krav till följd av dessa företags tydliga CSR-profilering. De stora företagen bör därför även i framtiden fortsätta att använda sin storlek för att sätta press på sina leverantörer, medan mindre företag som inte besitter samma förhandlingsstyrka bör vara lika aktiva genom nätverks- och relationsbyggande, menar Lagerqvist. När de kinesiska företagen börjar tänka mer globalt kommer de att se en internationell konkurrensfördel i att arbeta med CSR-relaterade frågor.

Foreign direct investment och pressen på underleverantörerna kommer absolut öka de kinesiska företagens incitament att arbeta med CSR, fortsätter Sean Gowran. Han menar

dock att detta inte är de enda drivande faktorerna i den framtida CSR-utvecklingen. Många underleverantörer finner sätt att komma runt de höga krav som ställs av de utländska företagen och därför är även en tydlig lagstiftning en viktig drivkraft för att kunna utveckla CSR i Kina, menar Gowran.

7.6.2 De kinesiska företagens roll

Kaiming Liu påpekar att globaliseringens påverkan på CSR-utvecklingen i Kina inte bara leder till att utländska företag etableras i Kina, utan även till kinesiska företags internationalisering. Thomas Lagerqvist berättar att idag överstiger till och med de kinesiska utlandsinvesteringarna utländska investeringar i Kina. Denna integration kommer att leda till att den kinesiska marknaden snabbt kommer påverkas av de krav som ställs på företagen på den internationella marknaden. De kinesiska företagen som agerar utanför Kinas gränser kommer därför snabbt lära sig och anpassa sig till de länder där de gör sina investeringar, menar han. Rainbow Zhang håller med om att även internationaliseringen av kinesiska företag kommer att ha en stor inverkan på den framtida utvecklingen, men tror fortfarande att västvärldens import och de krav företagen ställer kommer ha det största inflytandet. Hon menar även att om CSR-frågan ska bli verklighet i Kina är det inte tillräckligt med en CSR-fokuserad strategi, företagen behöver en arbetsgrupp som aktivt arbetar med frågorna och ser till att implementeringen sker. Thomas Lagerqvist påpekar även att det till en början kommer att vara nödvändigt att fokusera på de finansiella fördelarna som kan genereras genom ett aktivt CSR-arbete för att lansera konceptet i Kina och få företagen att arbeta med CSR. I framtiden när utvecklingen väl tagit plats på den kinesiska marknaden, kommer CSR-ansvariga anställda inte längre behöva finnas, säger Tobias Fischer. Det ska vara en naturlig del för företagen att arbeta med. De anställda kommer att ta mer ansvar för sina rättigheter och underleverantörerna kommer att bli mer självständiga och ta eget ansvar för CSR-arbetet. Men det är på lång sikt, än är det en lång väg att gå.

8. Analys

I avsnittet analyseras studiens empiriska data utifrån det teoretiska ramverket. Inledningsvis behandlas företagens strategier utifrån de tre delar av CSR vi identifierat i vår begrepps-modell och de mönster vi kan utläsa efter en jämförelse av dessa presenteras. Avslutningsvis analyserar vi de kinesiska marknadsförhållandenas påverkan på CSR utifrån de olika ansvarsnivåerna i Carrolls CSR-pyramid.

8.1 Kinesiska företags CSR-strategier och inflytandet från deras viktigaste intressenter

Som författarna He M och Chen J beskrev i artikeln, ”*Sustainable development and corporate environmental responsibility*” är staten, aktieägare, samhället och media de viktigaste intressenterna för ett kinesiskt företag, medan multinationella företag anser att deras viktigaste intressenter utgörs av staten, aktieägare, anställda och konsumenter. Denna forskning anser vi oss fått bekräftad under våra intervjuer genom att staten framhävt som en mycket viktig initiativtagare till CSR-engagemang i företagen då de bland annat satt upp tydliga miljökrav. Vi har även sett att företag ägnar sig mycket åt välgörenhet, vilket bör grunda sig i krav från samhället och media samt att anställda och konsumenterna inte verkar ha något nämnvärt inflytande över de kinesiska företagens verksamhet. Även Hofstede har varit av samma uppfattning då han i artikeln ”*Asian Management in the 21st Century*” listat ”respecting ethical norms” och ”responsibility towards the society” som de viktigaste målen för kinesiska ledare. Detta, tillsammans med likheter och olikheter i företagens CSR-engagemang, kommer ytterligare beskrivas genom en indelning av företagens CSR-strategier i de tre beståndsdelarna av CSR vi tidigare beskrivit. Detta med utgångspunkt i matrismodellen presenterad nedan.

	Etiskt ansvarstagande	Miljöansvar	Socialt ansvarstagande	De viktigaste intressenterna
ERICSSON	<p>Har en Code of Conduct för hela företaget</p> <p>Har en Code of Business Ethics</p>	<p>Har en Environmental Policy</p> <p>Arbetar med "Project Green" som går ut på att spara in på vatten och el i det dagliga arbetet</p>	<p>De har ett CSR program för olika samhällsåtaganden</p> <p>De har skänkt stora summor pengar till välgörenhet</p> <p>De sparar pengar i husfonder till deras anställda</p>	<p>Att Ericsson är ett svenskt företag spelar betydande roll för storleken av CSR-engagemanget</p> <p>Även staten och utländska investeringar nämns som viktiga intressenter</p>
ENVAC	<p>Har en Code of Conduct utvecklad i Sverige</p> <p>Utför kontroller hos leverantörer, men menar att det är svårt att få fullständig information</p>	<p>Jobbar med att minska miljöpåverkan från kontoret</p> <p>Deras affärsidé främjar miljön, men de har inga ytterligare miljöengagemang</p>	<p>Välgörenhetsaktiviteter förekommer, dock ej vanligt</p>	<p>Envac uttalade sig inte i frågan kring sina viktigaste intressenter.</p>
H&M	<p>Har en Code of Conduct baserad på lokal lagstiftning och EU-direktiv</p> <p>Utför kontinuerliga kontroller av leverantörer</p>	<p>Har en uttalad miljöpolicy</p> <p>Ställer höga miljökrav på sina leverantörer för att få en renare produktion och minskad vatten- och energiförbrukning samt kemikalieanvändning</p>	<p>H&M skänker pengar till välgörenhet men vill se att det bidrar till att skapa ett hållbart samhälle för att betrakta det som CSR</p>	<p>Som ett stort aktiebolag har de ögonen på sig från såväl aktieägare som samhället i övrigt. Dock utövar kinesiska kunder inget tryck för CSR-engagemang</p>
BYD	<p>Har en Code of Conduct där en del är Business Ethics</p> <p>Har ett Vision & Policy document som styr CSR-verksamheten</p>	<p>Har utvecklat en Environmental Policy som är en del av deras Code of Conduct</p> <p>Har en miljövänlig produkt, den första miljövänliga kinesisktillverkade bilen</p>	<p>De har donerat stora summor pengar tillvälgörenhet</p> <p>De ger ekonomiskt stöd till lokal utbildning</p> <p>För att skapa nöjda medarbetare erbjuder de ett fördelaktigt boende och skola till deras barn</p>	<p>Utländska intressenter och staten är de som sätter den främsta pressen vad gäller CSR</p>
HOP LUN	<p>Har en Code of Conduct</p> <p>Utför kontroller av sina största leverantörer årligen</p>	<p>Jobbar med minskad miljöpåverkan från sin industri pga. av statlig press</p> <p>Har ett klädmärke med organiskt material</p> <p>De anser inte miljö viktigt i nuläget, men väntar ett större krav från kommande generation</p>	<p>Skänkte pengar till välgörenhet vid Sichuan katastrofen</p>	<p>Förståelsen för CSR har funnits i företaget sedan uppstarten vilket beror på att Hop Lun har en svensk grundare</p> <p>Internationella företags tryck var dock anledningen till att Hop Lun sedan utarbetade en CSR strategi</p>

8.1.1 Etiskt ansvarstagande

Samtliga företag vi har intervjuat har arbetat utefter en "Code of Conduct", vilken de krävt att leverantörerna skrivit på för att få arbeta tillsammans med dem. Samtliga har också uttryckt vissa svårigheter med att få sina leverantörer att följa den. BYD och H&M bedriver ett mycket engagerat samarbete med sina leverantörer för att utbilda dem och få dem att förstå vikten av att följa reglerna, så att de slutligen ska kunna lita på att leverantörerna tar eget ansvar för att utveckla CSR-rapporter. Envac och Hop Lun däremot, som i sammanhanget är mindre företag, visar snarare på en viss ignorans mot kontroller av deras "Code of Conduct's" efterlevnad. Envac menar att det är svårt att få information och insyn medan Hop Lun berättar att de endast kontrollerar de största leverantörernas fabriker, av den anledningen att det är för omfattande att kontrollera alla femtio leverantörer. Hos flera av fallföretagen verkar innebörden av att ha och implementera en "Code of Conduct" inte helt uppenbar. En av intervjurespondenterna var helt ovetande om innehållet i företagets "Code of Conduct", vilket gör att vi tror att det finns en press på företagen från viktiga intressenter att utforma en "Code of Conduct" men att det sedan inte finns någon uppföljning på hur den efterlevs. Här har svenska och internationella företag med produktion i Kina ett stort ansvar. Liksom Kaiming Liu berättade bör de utländska företagens primära fokus ligga på arbetsförhållanden och att implementera den nya arbetslagen som kom 2008. Kaiming Liu betonade att företagen måste börja med att själv följa den kinesiska lagen och sedan sätta press på sina underleverantörer att göra detsamma. Våra intervjurespondenter från fallföretagen har dock alla menat på att processen med att förbättra arbetsförhållanden har börjat. De menar då, liksom Frost beskriver i sin artikel "*Going Out*", att sedan många multinationella företag har flyttat stora delar av sin verksamhet till utvecklingsländer har dessa företagens intressenter fått upp ögonen för frågan och de har varit en av de stora drivkrafterna bakom de förändringar som skett hittills. Men även staten har nu börjat ta sitt ansvar och stiftat en ny lag som ger anställda mer inflytande över sin situation. Att det funnits ett behov för denna lagstiftning tycker vi bekräftas av den 300 % -tiga ökningen av anmälningar mot sina arbetsgivare som skett sedan lagen trädde i kraft. Men när vi sedan blev upplysta om att staten pausat implementeringen i Guangdong provinsen på grund av rädslan att fabriksverksamheten ska bli dyrare och det då finns en risk att företagen flyttar verksamheten till andra länder förstår vi att statens initiativ inte är det som kommer föregå utvecklingen av CSR. Det stora ansvaret vilar istället

huvudsakligen på internationella företag med verksamhet i Kina. Statens fokus på ekonomisk utveckling sträcker sig mycket längre än deras vilja att lämna plats åt mänskliga rättigheter. I Kina finns en djupt rotad acceptans för att ignorera det negativa med att tjäna pengar genom oetiska tillvägagångssätt. Även om vissa företag visar en vilja att arbeta med CSR, är de precis som Hulpke och Lau beskriver hårt pressade att först och främst generera ekonomisk vinst, vilket gör det svårt att satsa på CSR-arbete. Men det finns också ett hinder för företag i en satsning på exempelvis mänskliga rättigheter med grund i individerna själva. Både Ericsson och Hop Lun har stött på motvilliga anställda då arbetstiden begränsades till den lagligt reglerade maxgränsen, vilket tyder på att många anställda ännu inte har råd att beakta sina arbetsrättsliga rättigheter. Tobias Fischer beskriver en väg ut ifrån detta som att de internationella företagen måste hjälpa sina fabriker och leverantörer att förbättra lönsamhet och produktivitet för att i slutändan gynna både dem själva och deras leverantörer. För att göra dessa förändringar krävs en förståelse för värdet av HR- arbete och dess bidragande effekt till mer motiverade och engagerade anställda. Vår uppfattning är att HR-arbete är något främmande för kinesiska företag, något som de inte ser något ekonomiskt värde i. Detta kommer ytterligare diskuteras under rubriken socialt ansvarstagande.

8.1.2 Miljöansvar

Enligt våra intervjurespondenter finns det ett stort regelverk i Kina som behandlar miljö, vilket däremot inte följs i någon större utsträckning i nuläget. Våra fallföretag jobbar dock alla med att minska energiåtgången, efter ett direktiv från staten. Detta tror vi antingen grundar sig i att staten är en stor kund för företaget eller i att de till viss del är statligt ägda. Vissa av företagen har emellertid en utarbetad miljöpolicy och ägnar sig åt miljöengagemang som sträcker sig synnerligen längre än att minska energiåtgången från verksamheten. Men samtidigt uttrycker de flesta företagen att miljöfrågan inte är särskilt viktig i dagens samhälle. George Liu på Envac uttrycker exempelvis att deras produkt främjar miljön så de behöver inte ytterligare jobba med miljöengagemang och vid våra frågor angående avfallshantering och liknande visar han sig helt ovetande. Att miljöfrågan inte är viktig grundar sig i att de kinesiska konsumenterna inte ställer några miljökrav. Detta blev för oss helt obestridligt genom uttalanden från flera av intervjurespondenterna. Exempelvis berättade Rainbow Zhang att deras miljövänligare bil ännu bara sålts till statliga kunder. Detta på grund av att konsumenterna inte ser

någon fördel med denna sortens bil, och om de skulle göra det så är det bara av anledningen att den drar mindre bensin och därmed kostar mindre i drift, inte på grund av en minskad påverkan på miljön. Det går dock att urskönja en trend mot ett större intresse för konceptet ”Green” i den yngre generationen. Allt som är ”Green” är väldigt trendigt i Kina nu, men om det finns någon innebörd i detta är inte utan tvivel. Kanske kommer ett konsumenttryck växa sig starkare med kommande generation och skapa ett ytterligare tryck än det som staten utövar.

Även när det gäller miljöfrågor har de internationella företagen ett stort inflytande på de kinesiska företagen. Både Ericsson och Hop Lun, som har svenska grundare, har uttryckligen förklarat hur viktigt det varit för dem med det svenska ägandet i grunden för att förstå betydelsen av en miljövänlig verksamhet. I Kina finns ännu inget globalt tänkande berättade Sean Gowran och därför är det svårt för kineserna att inse vikten av att vårda miljön. De internationella och svenska företagen har därför en stor uppgift för att utöva påtryckningar för miljövänlig verksamhet på den kinesiska marknaden.

8.1.3 Socialt ansvarstagande

Alla de fem företagen vi har intervjuat har berättat att de deltar med stora summor pengar till välgörande ändamål. Vi har förstått att välgörenhet är mycket viktigt i Kina, vilket också bekräftas av Thomas Lagerqvist och Kaiming Liu. De kinesiska konsumenterna kräver att företag ger pengar till behövande och de bojkottar gärna företag som enligt dem inte ger tillräckligt stora summor. En anledning till att välgörenhet är så viktigt i Kina bör vara att kineserna, som Hofstedes kulturella dimensioner påvisar, har en kollektivistisk grundinställning. För företagen på den kinesiska marknaden bör engagemanget ha grund i att samhället och media ses som mycket viktiga intressenter och att ”respecting ethical norms” och ”responsibility towards the society” är företagsledarens yttersta mål. Rainbow Zhang och Tobias Fischer förklarade att många kinesiska företag betraktar CSR som endast välgörenhet. Dock är bara välgörenhet en uppskattad gest så länge den riktar sig mot det kinesiska samhället. Kinesernas kollektivistiska tänkande verkar inte sträcka sig utanför Kinas gränser. De har enligt Sean Gowran inte någon global uppfattning eller involvering i internationellt samarbete.

Det sociala ansvarstagandet inkluderar utöver välgörenhet även ”nöjda anställda”. Detta är dock något som inte alls diskuterats i någon stor omfattning under intervjuerna. Vår uppfattning är att det är ovanligt med kinesiska företag som jobbar med HR och som erbjuder sina anställda något utöver det vanliga, vilket vi tycker framträder i BYD:s något skrytsamma ordalag då de talar om det boende och den skola som de mot viss ersättning erbjuder sina fabriksanställda. Att de även har faciliteter som endast är till för de anställdas välmående är något de är mycket stolta över. Ytterligare socialt ansvar vi har fått vetskap om är BYD:s utbildningssponsring, deras engagemang i SARS bekämpningen och Ericssons program för indiska fiskare.

8.2 CSR-utvecklingen på den kinesiska marknaden utifrån Carrolls CSR-pyramid

För att skapa en vidare förståelse för de olika nivåerna av CSR-engagemang på den kinesiska marknaden, har vi även valt att analysera vårt material utifrån Carrolls CSR-pyramid. I det följande avsnittet lämnar vi därför den företagsspecifika informationen och ämnar snarare fokusera på ansvarsnivåerna för företagens CSR-engagemang på den kinesiska marknaden.

8.2.1 Ekonomiskt ansvar

Carrolls teori utgår från det grundläggande ansvar företag har gentemot det omgivande samhället, nämligen att de förväntas bedriva en lönsam verksamhet. Till följd av företagets ekonomiska ansvarstagande sysselsätts samhällets medborgare och företaget förväntas producera efterfrågade varor och tjänster till ett rimligt pris. Då Kina är en mycket ung ekonomi ligger mycket fokus fortfarande vid denna ekonomiska aspekt, då många kinesiska företag primärt fokuserar på att hålla verksamheten flytande och skapa kortsiktig lönsamhet. Till följd av en ovanligt snabb ekonomisk utveckling har såväl det kinesiska näringslivet som den kinesiska staten satt den ekonomiska utvecklingen i första rummet och därmed till viss del negligerat det sociala ansvarstagandet. Dock menar Thomas Lagerqvist att en sådan utveckling knappast är förvånande, då Kina har undergått samma ekonomiska utveckling under 30 år som tagit andra länder över 100 år att genomgå. Han menar även att CSR-utvecklingen går framåt, dock mycket långsamt. Kanske är det så att Kina måste nå en viss välfärdsnivå innan andra aspekter såsom miljö

och arbetsrätt kan få större utrymme på den offentliga agendan. I dagsläget är den kinesiska marknaden mycket prisfokuserad och Forrest Pang menade att när allt fler kineser får det bättre kommer kvalitet utgöra nästa stora konkurrensmedel. Först därefter kommer det bli möjligt att använda sig av CSR som konkurrensfördel på den kinesiska marknaden. Det kan därför menas att de kinesiska företagens arbete idag kan vara del av det ekonomiska ansvar Carroll beskriver och därmed ligga till grund för en framtida CSR-utveckling.

Det finns dock viktiga sociala problem som uppkommit i landet på grund av dess oinskränkta fokus på ekonomisk tillväxt. Ett tydligt exempel är de stora regionala skillnader i inkomst som uppkommit mellan stad och landsbygd, ett problem som försvårats på grund av Kinas stora befolkning och geografiska yta. Städerna växer allt snabbare och allt fler urbana kineser får bättre levnadsförhållanden, samtidigt som landsbygdsbefolkningen inte får ta del av den ekonomiska tillväxtens fördelar. De tydliga regionala skillnaderna har även lett till att den kinesiska medelklassen växer betydligt långsammare än i många andra utvecklingsländer och att den inhemska köpkraften på den kinesiska marknaden är förhållandevis låg. Zheng menar att kinesiska företag måste börja ta CSR-arbetet på allvar och att det först då kommer möjliggöra en reduktion av den inkomstklyfta som blivit så tydlig under senare år. Han menar att CSR-arbetet inte kan vänta, utan måste bli en naturlig del av den ekonomiska tillväxten. Vi menar fortsättningsvis att fokus på en hållbar utveckling är en mycket viktig aspekt i den kinesiska ekonomins tillväxt, då de sociala problemen som uppkommit till följd kommer att förvärras om de negligeras och därmed utgöra kritiska hinder för den framtida kinesiska ekonomins utveckling.

He och Chen belyser dock ett viktigt hinder för de kinesiska företagens CSR-arbete, nämligen avsaknaden av resurser. Som tidigare diskuterats, är många kinesiska företag framförallt fokuserade på överlevnad och avsätter därför inte pengar till CSR. För att aktivt kunna implementera CSR i ett företag krävs resurser i form av utbildning och kunnskap inom CSR-området, en resurs som få kinesiska företag besitter idag. Som framkommit under flera av våra intervjuer menar företagen att de kinesiska kunderna inte är beredda att betala extra för CSR och att kostnaden därmed hamnar hos företagen. Vi menar vidare att ett viktigt hinder för utvecklingen är uppfattningen om att CSR är en kortsiktig kostnad snarare än en långsiktig investering. Många kinesiska företag ser CSR-

arbete endast som något resurskrävande, men inte hur det strategiskt skulle kunna nyttjas. En viktig aspekt att belysa är därmed avsaknaden av förståelse för hur CSR kan bidra till konkurrenskraftigheten hos ett företag och hur dessa resurser istället bör ses som en investering i en viktig konkurrensfördel snarare än en onödig kostnad.

8.2.2 Juridiskt ansvar

Den andra nivån av Corporate Social Responsibility menar Carroll är det juridiska ansvaret, det vill säga det ansvar företagen har att följa såväl nationella som internationella regler och lagar. Detta kan tyckas vara en självklar aspekt och enligt EU:s direktiv är det juridiska ansvaret inte ens en del av CSR. Enligt denna definition är CSR vad företagen gör utöver vad lagen kräver. När det gäller Kina menar vi dock att den juridiska ansvarsnivån är en mycket viktig del, då landet till skillnad från många europeiska länder har omfattande problem med såväl rättsystem som korruption. Staten förlitar sig gärna på den kinesiska moralen med grund i guanxi och konfucianism istället för att lägga ner arbete på implementering av lagar och att få samhället att strikt underkasta sig dessa. Att rättssystemet inte fungerar bekräftas då ”staying within the law” listas som ett av de minst viktiga målen för kinesiska ledare idag, i Hofstedes tidigare nämnda undersökning. En förutsättning för att kunna agera utöver vad lagen kräver är ett fungerande rättsystem och att företagen till största del följer de lagar och regler som finns. Vi diskuterade detta med Rainbow Zhang på BYD och hon menade att kinesiska företag måste börja med att följa den nationella lagstiftningen och om de gjorde det skulle de redan då ha skapat 80 % av vad CSR innebär. I Kina finns det nämligen redan ett omfattande regelverk kring exempelvis miljö- och arbetsrätt, problemet är dock att de sällan efterföljs. Vi har diskuterat problematiken med implementeringen av den nya arbetslagstiftningen med samtliga intervjupersoner och alla är eniga om att lagen varit till stor hjälp för arbetarnas rättigheter. Dock medger även samtliga att implementeringen inte fungerat optimalt och att såväl stat som företag ofta ser genom fingrarna om den ekonomiska tillväxten hotas. Efter våra observationer på plats i Kina menar vi därför att det juridiska ansvaret är en nyckelaspekt för att föra CSR-utvecklingen framåt i landet, då det sociala ansvarstagandet är en omöjlighet utan den juridiska grundläggande nivån. Vi förstår dock att ett svagt rättssystem, korruption, icke oberoende media och advokater inte är något som förändras över en natt utan kommer att ta lång tid att bygga upp. Denna aspekt är även en viktig skillnad mot CSR-utvecklingen i Sverige som sedan länge

haft ett stabilt rättssystem och vi håller därför med Tomas Lagerqvist om att det är problematiskt att jämföra utvecklingen i Sverige i Kina, då premisserna är mycket olika.

8.2.3 Etiskt ansvar

Den näst högsta nivån och i vår mening den mest intressanta aspekten av CSR är det etiska ansvarstagandet. Anledningen är att den etiska aspekten sträcker sig bortom de ekonomiska och juridiska grundförutsättningarna och istället behandlar en högre ansvarsnivå där förväntningarna på företaget tar sin grund i de oskrivna regler, normer och värderingar som finns i det omgivande samhället. Därmed kan det etiska ansvarstagandet se mycket olika ut beroende på i vilket samhälle och i vilken kultur företagen agerar och är således särskilt intressant för vår studie på den kinesiska marknaden.

Carroll menar att det etiska ansvaret till stor del går ut på att undvika att företagets intressenter påverkas negativt. Då vår studie till stor del kommit att handla om intressenters påverkan och vilka intressenter som visat sig vara viktigast i Kina, menar vi att det etiska ansvaret är av stor vikt att belysa i vår analys. Löhman och Steinholtz menar att varje enskilt företag bör definiera sitt CSR-arbete i relation till sina intressenter och sin omvärld, vilket betyder att de viktigaste intressenterna styr CSR-utvecklingen. Som tidigare diskuterats kan vi verifiera He och Chens observation kring skillnader i kinesiska företags intressenter och de internationella företagens, då dessa överensstämmer med våra iakttagelser. I Kina är staten, aktieägare, samhället och media viktiga intressenter medan anställda och konsumenter tar en mindre betydande roll. Till följd av tidigare resonemang kring den ekonomiska utvecklingen i Kina är denna fördelning knappast förvånande. Den inhemska marknaden har ännu en förhållandevis låg köpkraft på grund av en låg inkomstnivå och konsumenternas förhandlingsstyrka är därför svag. De anställda har länge stått utan någon omfattande arbetsrättslagstiftning och har därför inte heller haft något större inflytande på företagets verksamhet och sina egna rättigheter. Staten och media är dock mycket viktiga intressenter i Kina, vilket är föga förvånande då staten sedan länge hållit det kinesiska samhället i ett järngrepp och media fortfarande till stor del är statligt övervakad. Dessutom är de allra flesta företagen i Kina idag fortfarande statligt ägda, vilket naturligtvis gör staten till den viktigaste intressenten. Vi menar därför att så länge anställda och konsumenter inte är del av de viktigaste

intressentgrupperna för de kinesiska företagen så kommer inte CSR-utvecklingen att se ut som den gjort internationellt. De kinesiska normerna och värderingarna skiljer sig dessutom väsentligt från de västerländska och idag handlar det enligt både Tomas Lagerqvist och Kaiming Liu i främsta rummet om att tjäna så mycket pengar som möjligt, oavsett hur det går till. Dessa värderingar grundar sig i det koncept Deng Xiaoping lanserade med den ekonomiska reformen och det är denna problematik Hulpke och Lau syftar till när de diskuterar förfallet av den kinesiska affärsetiken och menar att delar av den moderna kinesiska kulturen tenderar att uppmuntra till oetiska affärsbeslut. Vi menar därför att när den kinesiska befolkningen får en allt högre levnadsstandard och därmed en starkare köpkraft samtidigt som de anställda får en bättre förhandlingsstyrka till följd av arbetslagstiftning och fackföreningarnas påverkan kommer dessa grupper, liksom för multinationella företag, bli två av de viktigaste intressenterna även för kinesiska företag. Därmed kommer även CSR-utvecklingen att se annorlunda ut och skifta fokus.

8.2.4 Filantropiskt ansvar

Trots att den filantropiska delen av Carrolls pyramid är tydligt frikopplad från den etiska, menar vi att de i vår studie av Kina snarare är nära interagerade. Som diskuterats ovan, är media och staten två av de absolut viktigaste intressenterna för CSR-arbete i Kina och därför ser arbetet annorlunda ut här än i väst. Samtliga av de företag vi träffat i Kina, såväl svenska som kinesiska, donerar pengar till välgörenhet vilket enligt Carrolls teori är filantropisk verksamhet. Till skillnad från i västvärlden är detta dock något som förväntas av det kinesiska samhället. Detta visar på två saker, dels på medias inflytande på det kinesiska samhället men också på att det finns helt andra förväntningar i Kina än i exempelvis Sverige. Då CSR-arbetet ska utgå från det samhälle man verkar i, kanske den filantropiska aspekten är en viktig del av CSR på den kinesiska marknaden men inte i Europa. Detta till följd av de stora samhällsskillnader och viktiga skillnader i kultur och historia som ofta gör sig påmind i utbytet med Kina. Vi menar dock inte att detta gör de ekonomiska, juridiska och etiska aspekterna på något sätt mindre viktiga, utan snarare visa på hur CSR-arbetet kan se olika ut i olika länder. Tobias Fischer på H&M menade under vårt möte med honom att filantropi inte var en del av CSR, men vi tror att den filantropiska biten tillsammans med de andra delarna visst kan utgöra ett effektivt CSR-engagemang på den kinesiska marknaden. Diskussionen kring donationer belyser en viktig aspekt, nämligen de viktiga skillnader som finns mellan väst och Kina och hur CSR

med största sannolikhet aldrig kommer att se sig exakt som i västvärlden på den kinesiska marknaden. Samtliga intervjurespondenter höll med om att CSR tids nog kommer att utvecklas i Kina och även vi är hoppfulla inför framtiden. Dock menar vi, liksom Löhman och Steinholtz, att CSR måste utvecklas i relation till det omgivande samhället och dess intressenter vilket betyder att de kinesiska värderingarna och normerna kommer att stor påverkan på CSR-utvecklingen här och antagligen leda till att arbetet ser annorlunda ut än i exempelvis Sverige för att vara effektivt.

Utifrån de fyra ansvarsnivåerna kan vi konkludera att de grundläggande ekonomiska och juridiska nivåerna ännu kräver mycket arbete på den kinesiska marknaden. Så länge företagen har en kort tidshorisont med ett primärt fokus på den ekonomiska tillväxten samt avsaknaden av ett fungerande rättssystem, kommer CSR-utvecklingens högre etiska nivå inte få mycket utrymme. En annan viktig aspekt att behandla i diskussionen kring ansvarsnivåer är intressenternas påverkan. Så länge konsumenter och anställda inte har tillräcklig kraft att påverka, finns inga tydliga incitament till att arbeta med etiska frågor. Däremot arbetar de kinesiska företagen mycket med traditionellt filantropisk verksamhet i form av välgörenhet, då samhället kräver det.

9. Resultatdiskussion

Avslutningsvis kommer vi reflektera kring vår analys och lyfta fram vad våra intervjuer gett för indikationer vad gäller CSR engagemanget på den kinesiska marknaden. Därefter ger vi förslag till vidare forskning.

9.1 Slutsatser

Kina står idag under en snabb utveckling där såväl den kinesiska ekonomin som det kinesiska samhället genomgått revolutionerande förändringar. Landet räknas idag till en av världens största ekonomier men är fortfarande en utvecklingsekonomi som på många sätt ligger långt efter de moderniserade länderna i väst. En av dessa aspekter är utvecklingen av Corporate Social Responsibility som ännu inte fått utrymme att införlivas på den kinesiska marknaden. Vår analys av fallföretagen indikerar på att Kina måste nå en högre välfärdsnivå innan arbetet med CSR kan ta fart på allvar. Idag är pris, och i viss mån kvalitet, de främsta konkurrensmedlen på den kinesiska marknaden och CSR-aspekter efterfrågas ännu inte av konsumenter. Vi menar dock att fokus på en hållbar utveckling, där CSR är en viktig aspekt, är en kritisk insikt för Kinas framtida ekonomiska utveckling. De kinesiska företagen måste inse det konkurrenskraftiga värdet med att arbeta med CSR och förstå att det handlar om en långsiktig investering snarare än en kortsiktig kostnad. Trots att intervjuerna visar på en allt större vilja för CSR-arbete i företagen finns det dock vissa hinder då många kinesiska företag verkar sakna kritiska resurser i form av den utbildning och kunskap som krävs för ett aktivt arbete med Corporate Social Responsibility.

Vi kan utifrån våra fallföretag se tecken på att intressenterna är den främsta drivkraften bakom CSR utvecklingen och att det fortsatta framåtskridandet därför är mycket beroende av dessa. I dagsläget är staten, aktieägare, samhället och media de viktigaste intressenterna, men vi förmodar att staten inte kommer vara den främsta drivkraften bakom utvecklingen i Kina. Visserligen har staten tagit en rad initiativ, men dess implementering kontrolleras sällan tillräckligt och huruvida engagemanget är genuint eller inte, är osäkert. Vi har sett indikationer på att de utländska företagen kommer att driva CSR framåt i Kina och att påtryckningar utifrån kommer att ge landet den initiala

drivkraften framåt som behövs för att utvecklingen av CSR på den kinesiska marknaden ska ta fart på riktigt. Utifrån de fyra ansvarsnivåerna av CSR, har vi funnit att företagen antyder att Kina fortfarande har en lång väg att gå när det gäller den ekonomiska och juridiska aspekten och att välfungerande företag och rättsystem är en grundläggande förutsättning för den fortsatta utvecklingen av Corporate Social Responsibility i Kina. Aspekterna är nära kopplade till samhällsutvecklingen i stort och vi tror att när välfärden blir alltmer utbredd och lagar och regler efterföljs i allt större utsträckning, kommer konsumenter och anställda utgöra två av de viktigaste intressentgrupperna även i Kina. Därmed kommer fokus att skifta från de grundläggande nivåerna mot de etiska aspekterna av företagets sociala ansvar, där exempelvis miljöfrågan och arbetsmiljö är viktiga problem. Av skäl som diskuterats genom hela uppsatsen finns det viktiga aspekter som gör att CSR-utvecklingen ser mycket annorlunda ut i Kina jämfört med i väst, där en av de främsta anledningarna är att Corporate Social Responsibility tagit fart på grund av påtryckningar utifrån och att värderingar i det kinesiska samhället ser annorlunda ut jämfört med i väst. Hur ett land definierar CSR harmoniserar med deras värderingar och bara för att Kina når en högre välfärdsnivå är det inte säkert att CSR utvecklas till samma innebörd som i väst. En fråga som återstår är om en högre välfärdsnivå och en utveckling av CSR i Kina kommer eliminera de affärsetiska problemen som nu präglar samhället. Vi menar dock att när intressegrupperna skiftar och Kina når de grundläggande aspekter som krävs för att CSR ska få utrymme att växa sig starkt, kommer CSR-frågorna att bli en naturlig del av en fortsatt spännande utveckling!

9.2 Förslag till vidare forskning

I vår mening är utvecklingen av Corporate Social Responsibility i Kina ett högaktuellt ämne som kommer vara av stor vikt att följa även i framtiden. Vi har med stort intresse konstaterat att utvecklingen av CSR på den kinesiska marknaden mycket nyligen börjat få fäste och kommer därför med spänning följa den fortsatta utvecklingen. Som förslag till vidare forskning skulle vi rekommendera att titta närmare på konsumenternas roll i den kinesiska företagsvärlden och vilken förhandlingsstyrka de verkligen besitter när det kommer till CSR-frågor. Vi tycker även att det skulle vara intressant att se närmare på de kontroller och rapporter företagen gör av sina fabriker samt hur dessa praktiskt utvärderas och hur företagen agerar vid otillfredsställande resultat. Därtill tycker vi naturligtvis att det vore intressant att se hur våra slutsatser skulle stå sig om tio år och om de resultat vi kommit fram till i vår studie fortfarande skulle vara gångbara om några år.

10. Källor

10.1 Litterära källor

Adler N. J (1991), *International Dimensions of Organizational Behaviour*. 2nd edition. Boston, PWS-KENT Publishing Company

Bryman A; Bell E (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Malmö, Liber Ekonomi

Chai M; Chai W (2007) *China A to Z-Everything You Need to know to Understand Chinese Customs and Culture*, Penguin group, New York, USA

Cooper J (1997) *Taoismen – en introduction*, Falun, Wahlström och Widstrand

Enright M J; Scott, E E; Chang, K (2005), *The Greater Pearl River Delta and the Rise of China*, Singapore, John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd.

Fang T (1999), *Chinese business negotiating style*, USA, SAGE Publications Ltd

Freeman E (1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman

Holme J; Solvang B (1997), *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*, Lund, Studentlitteratur

Jacobsen D (2002), *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Lund, Studentlitteratur

Kohn L (2001) *Daoism and Chinese culture*, USA, Three Pines Press

Kundahl U; Skärvad P-H (1999), *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*, Lund, Studentlitteratur

Ljunggren B (2008), *Kina – vår tids drama*, Stockholm, Hjalmarsson och Högberg Bokförlag

Löhman O; Steinholtz D. (2003), *Det ansvarsfulla företaget – Corporate Social Responsibility i praktiken*, Stockholm, Ekerlids Förlag.

Merriam S (1988), *Fallstudien som forskningsmetod*, Lund, Studentlitteratur

Patel R; Davidson B (1991), *Forskning metodikens grunder – Att planera, genomföra och rapportera undersökning*, Lund, Studentlitteratur

Peerenboom R (2007) *China modernizes, threat to the west or model for the rest?* New York, Oxford University Press Inc

Scheestack J F. (2005), *Corporate Social Responsibility In a Changing Corporate World*”, The Hague, Kluwer Law International.

Zweig D (2002), *Internationalizing China – domestic interests and global linkages*, New York, Cornell University Press.

10.2 Vetenskapliga artiklar

Ahlstrom J; Egels-Zandén N, *The processes of defining corporate responsibility: a study of Swedish garment retailers' responsibility*, Business strategy and the environment Volym: 17 Nummer: 4 Sida: 230-244, 2008

Alas R; Wei S, *Institutional Impact on Work-related Values in Chinese Organizations*, Journal of Business Ethics, Springer, 2007

Arias J C; Patterson K, *Relationships between Corporate Social Responsibilities Promotion and Corporate Performance in Multinational Corporatio.*, Business Intelligence Journal Volym: 2 Nummer: 1 Sida: 93-112, 2009

Apéria T; Brønn P S; Schultz M, *A Reputation Analysis of the Most Visible Companies in the Scandinavian Countries*, Corporate Reputation Review Volym: 7 Nummer: 3 Sida: 218-230, 2004

Barrett J D, *Corporate Social Responsibility and Quality Management Revisited*, The Journal for Quality and Participation Volym: 31 Nummer: 4 Sida: 24-30, 2009

Branco M C; Rodrigues L L, *Positioning Stakeholder Theory within the Debate on Corporate Social Responsibility*, Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies, Volym 12, Nummer 1, 2007

Carroll A. B, *The pyramide of Corporate Social Responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders*, Business Horizons, Volym 34, Nummer 4, s. 39-49, 1991

Donleavy G D; Lam Kit-Chun J; Ho S M, *Does East Meet West in Business Ethics: An Introduction to the Special Issue*, Journal of Business Ethics Volym: 79 Nummer: 1-2 Sida: 1-8, 2008

Fan M, *Confucius Making a Comeback In Money-driven Modern China*, Washington Post, 2007-07-24, 2007

Fang T, *Culture as a Driving Force for Interfirm Adaptation: A Chinese case*, Industrial Marketing Management, Volym: 30 Sida: 51-63, 2000

Frost S; Ho M, *“Going Out”: The Growth of Chinese Foreign Direct Investment in Southeast Asia and Its Implications for Corporate Social Responsibility*, Corporate Social Responsibility Environmental Management, Volym:12 Sida: 157-167, 2005

Godfrey P C.; Merrill C B.; Hansen J M, *The relationship between corporate social responsibility and shareholder value: an empirical test of the risk management hypothesis*, Strategic management journal Volym: 30 Nummer: 4 Sida: 425-445, 2009

- He M.; Chen J, *Sustainable development and corporate environmental responsibility: A comparative study of Chinese and multinational corporations*, 2008 3rd IEEE Conference on Industrial Electronics and Applications Sida: 1674-1679, 2008
- Hill R. P; Stephens D; Smith I, *Corporate Social Responsibility: An examination of individual Firm Behaviour*, Blackwell Publishing, 108:3, Sida: 339-364, 2003
- Hofstede G, *Asian Management in the 21st century*, Asia Pacific Journal of Management, Springer Science Business Media, Volym: 24 Nummer: 4 Sida: 411-420, 2007
- Hulpke J; Lau C, *Business Ethics in China: A Human Resource Management Issue? The Chinese Economy* Volym: 41 Nummer: 3 Sida: 58, 2008
- L Etang J, *Ethical corporate social responsibility: A framework for managers*, Journal of Business Ethics Volym: 14 Nummer: 2 Sida: 125-133, 1995.
- Townsley N C; Stohl C, *Contracting corporate social responsibility*, Management Communication Quarterly : McQ Volym: 16 Nummer: 4 Sida: 599-605, 2003
- Van Marrewijk M, *Concepts of CSR and Corporate Sustainability: Between agency and communion*, Journal of Business Ethics Volym: 44: Sida: 95-105, 2003
- Windsor D, *The future of corporate social responsibility*, International Journal of Organizational Analysis Volym: 9 Nummer: 3 Sida: 225-256, 2001
- Yu X, *Impacts of Corporate Code of Conduct on Labor Standards: A Case Study of Reebok's Athletic Footwear Supplier Factory in China*, Journal of Business Ethics Volym: 81 Nummer: 3 Sida: 513-529, 2008
- Zheng Z, *Special Article - Sincerity, Trustworthiness, Law-abidance and Corporate Social Responsibility (CSR)*, International Management Review Volym: 3 Nummer: 1 Sida: 82-88,159-162,178, 2007

10.3 Elektroniska källor

Epoch Times

<http://www.epochtimes.se/articles/2007/03/01/11529.html>

(2007-03-01)

Europakommissionen

<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=en> (2009-05-30)

Exportrådet

<http://www.swedishtrade.se/sv/vara-kontor/asien/kina/Om-Kina/Kanton-Guangzhou-och-Guangdongprovinsen---ekonomi/>

(2009-05-11)

IDG, International Data Group AB

<http://macworld.idg.se/2.1038/1.231304/fabriksarbetare-i-protest-mot-apple>

(2009-05-22)

ITPS, Institutet för tillväxt politiska studier

http://www.itps.se/Archive/Documents/Swedish/Publikationer/Rapporter/PM-serien/2008/PM%202008_012%20w.pdf (2008-12)

Kina, officiell hemsida

http://www.china.org.cn/government/news/2008-09/19/content_16503113.htm

(2009-05-11)

Organisation for Economic Co-operation and Development

http://www.oecd.org/pages/0,3417,en_36734052_36734103_1_1_1_1_1,00.html

(2009-04-10)

Regeringen

<http://www.regeringen.se/sb/d/11410/a/119498>

(2009-04-10)

Statistiska Centralbyrån

www.scb.se: Utrikeshandel, export och import av varor. Januari-december 2008, i löpande priser. (2009-04-28)

UN Global Compact

<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html> (2009-04-10)

United Nations Conference on Trade and Development

http://www.unctad.org/sections/dite_dir/docs/wir08_fs_cn_en.pdf (2009-05-02)

11. Bilagor

11.1 Reseberättelse

Under tre intensiva veckor i april/maj 2009 hade vi möjligheten att åka runt i södra Kina och träffa företag är etablerade på den kinesiska marknaden. En av oss befann sig redan i Guangzhou på grund av en praktik hos Svenska Generalkonsulatet och resterande gruppmedlemmar lämnade Lund för Kina. Att aklimatisera sig till Kina är inget man gör över en natt så det faktum att vi redan dagen efter ankomsten hade vår första intervju med företaget Envac visade att vi hade mycket framför oss de tre kommande veckorna. Guangzhou är en stad med 12 miljoner invånare och är även den största kinesiska staden i södra Kina och Guangdongprovinsens huvudstad. Envacs kontor ligger i Tianhe distriktet i Guangzhou. Tianhe är ett relativt nytt område i Guangzhou där många banker och företag har kontor i de nybyggda skysraporna. Efter vårt möte den 23e april med George Liu på Envac, fick vi möjligheten att använda Svenska Generalkonsulatets konferenslokal för att diskutera och sammanfatta det som tidigare sagts under intervjun. Vi kände oss hoppfulla för våra kommande intervjuer då vi insett hur intressant det var att diskutera CSR med någon som praktiskt jobbar med frågan på den kinesiska marknaden.

Redan dagen efter vår första intervju åkte vi tidigt till Hong Kong, en resa på ca två timmar, för att träffa Thomas Lagerqvist på Mannheimer Swartlings kontor på Hong Kong Island. Vi blev bjudna på lunch samtidigt som de höll en presentation för oss om CSR varefter vi fick ställa våra frågor. Thomas hade även bjudit in sina medarbetare på kontoret och vi hade under eftermiddagen en mycket givande diskussion och fick svar på flertalet av våra funderingar. Över helgen hade vi tid att stanna i Hong Kong för att se staden och samtidigt reflektera över våra två första intervjuer. Vi uppmärksammade även hur stora skillnaderna var då vi korsade gränsen mellan Kina och Hong Kong. Vi diskuterade hur skillnaderna kommit att bli så stora och hur detta till viss del även skulle kunna kopplas till CSR utvecklingen.

Den 27e april åkte vi till Ericssons huvudkontor i södra Kina, i Guangzhou, för att träffa Sean Gowran. Väl där fick vi en kort introduktion av Ericssons arbete med CSR i Kina och därefter satt vi under två timmar och diskuterade CSR engagemanget i Kina.

Två dagar senare var det dags att träffa Hop Lun och Kaiming Liu på ICO. Hop Luns huvudkontor ligger i Dongguan, en stad som ligger drygt en timme från Guangzhou. Dongguan är södra Kinas produktionscentrum varpå staden är fylld av fabriker och smogen gör sig närvarande. Hop Lun skickade en bil till stationen för att hämta oss och vi träffade Forrest Pang för en intervju. Därefter begav vi oss direkt till Shenzhen, staden som gränsar till Hong Kong, för att träffa Kaiming Liu. Kaiming var en väldigt intressant man som hade mycket kunskap om CSR och dess utveckling i Kina. Hans bakgrund tillhör ovanligheterna då han sade upp sin statliga anställning för att starta den icke-statliga organisationen ICO.

Den 5 maj åkte vi till Shenzhen för att träffa BYD. Huvudkontoret låg ca en timmes bilfärd utanför själva centrum och var oerhört stort. Det var ett helt område för 40 000 anställda med personalbostäder, en skola, kontorslokaler och fabriker för produktion. Vi fick en tur genom BYDs utställningslokaler och en introduktion av deras CSR engagemang och avslutningsvis hade vi möjligheten att ställa våra frågor. Dagen efter mötet med BYD åkte vi återigen till Hong Kong för att träffa Tobias Fischer på H&Ms kontor i Kowloon. Med vår sista intervju avslutat åkte vi tillbaka till Guangzhou för att sammanställa vårt material och det var även dags för att göra ett utkast av vår empiri och till slut förbereda för hemfärden till Sverige.

Hela vår resa har varit otroligt givande och vi inser hur mycket vi lärt oss och vilka erfarenheter våra företagsbesök fört med sig. Det är inte alla förunnat att få möjligheten att träffa företagsledningarna på multinationella företag och sitta ner och faktiskt diskutera hur marknaden ser ut ur ett CSR perspektiv. Vi har även fått ovärderliga kunskaper om Kina som land, deras kultur och hur man bedriver affärsverksamhet där. Att det är viktigt med relationsbyggande och respekt i Kina betvivlar vi inte efter det fantastiska bemötande vi fått av de kinesiska företagsledningarna. Vi har ett flertal gånger fått höra från intervjurespondenterna att vårt projekt är mycket intressant och behandlar ett ämne som är viktigt att belysa. Trots vårt tidvis oändliga resande städer emellan och byråkratin vi mött flertalet gånger vid gränsen mellan Hong Kong och Kina så är vi helt övertygade om att Kina kommer fortsätta att spela en stor roll internationellt i dessa finansiellt tyngda tider.

Det har varit en stor kontrast att resa till Kina och träffa alla våra intervjurespondenter till vårt dagliga studentliv i Lund, men det har varit en fantastisk erfarenhet och gjort oss än mer motiverade att snart ge oss ut i arbetslivet!

Vilka lärdomar kan vi ta med oss från vår resa, vad är CSR för oss? Vi tror att en viktig lärdom har varit hur vår förförståelse för begreppet ändrats under resans gång. Då vi har lärt oss allt mer om såväl Corporate Social Responsibility som Kina, har vi blivit mer medvetna om hur kulturer och dess värderingar påverkar affärslandskapet och därmed vad som läggs i begreppet CSR. Därmed har vi förstått att utvecklingen av CSR i Kina med all säkerhet kommer se mycket annorlunda ut än i väst. Med Kinas tilltagande ekonomiska makt kan vi inte vara helt främmande inför att landet kommer få en allt starkare position i världsekonomin i framtiden och vi hoppas att CSR då kommer att ha vuxit sig starkare och utgöra en naturlig del av den ekonomiska utvecklingen.

11.2 Intervjuguide på engelska

- What is your definition of Corporate Social Responsibility (CSR)?
- How do you work with CSR on the Chinese market?
- Which aspects of CSR do you find the most important?
 - Ethical aspects
 - Environmental aspects
 - Social aspects
- What do you include in the different aspects and why are those aspects your primary focus?
- Have you developed a specific CSR-profile for the Chinese market?
 - If so, in what way does it differ from other markets?
 - Are there norms and values in the Chinese society that is affecting the way your work with CSR?
- Which stakeholders are the most influential when developing a CSR-profile for the Chinese market?
 - Does your company have any pressure from Chinese consumers to develop the CSR-profile?
- Have you found any difficulties when implementing your CSR-strategy on the Chinese market?
- Which stakeholders will be the primary drivers of CSR in China in the future?

11.3 Intervjuguide på svenska

- Vad är er definition av Corporate Social Responsibility (CSR)?
- Hur arbetar ni med CSR på den kinesiska marknaden
- Vilka aspekter av CSR anser ni vara de viktigaste?
 - Etisk aspekt
 - Miljö aspekt
 - Social aspekt
- Vad inkluderar du i varje aspekt och varför är just den aspekten er fokus?
- Har ni utvecklat en specifik CSR-profil just för den kinesiska marknaden?
 - Om ja, på vilket sätt skiljer den sig från andra marknader?
 - Påverkar de kinesiska normer och värderingar ert arbete med CSR på denna marknad?
- Vilka intressenter anser ni ha det största inflytandet på ert företag när ni utformar en CSR-profil på den kinesiska marknaden?
 - Upplever ni att ert företag har krav på att utveckla en CSR-profil från kinesiska kunder?
- Har ni upplevt några svårigheter när CSR-strategin implementeras på den kinesiska marknaden?
- Vilka intressenter tror ni kommer ha en nyckelroll i den framtida utvecklingen av CSR i Kina?