

Hållbar utveckling i teknikbranschen med socialt ansvar i fokus

ASTRID TABERMAN
och KRISTOFFER THELENIUS



**KTH Datavetenskap
och kommunikation**

Hållbar utveckling i teknikbranschen med socialt ansvar i fokus

ASTRID TABERMAN
och KRISTOFFER THELENIUS

DM229X, Examensarbete i medieteknik om 15 högskolepoäng
vid Programmet för medieteknik 300 högskolepoäng
Kungliga Tekniska Högskolan år 2012
Handledare på CSC var Daniel Pargman
Examinator var Alex Jonsson

URL: [www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2012/
taberman_astrid_OCH_thelenius_kristoffer_K12097.pdf](http://www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2012/taberman_astrid_OCH_thelenius_kristoffer_K12097.pdf)

Kungliga tekniska högskolan
Skolan för datavetenskap och kommunikation

KTH CSC
100 44 Stockholm

URL: www.kth.se/csc

Hållbar utveckling i teknikbranschen med socialt ansvar i fokus

Sammanfattning

Behovet av att kontrollera arbetsförhållandena på teknikfabriker har ökat i takt med att allt fler missförhållanden uppmärksammats i media. Detta har lett till att det även blivit relevant att utvärdera metoderna för dessa kontroller, hur de ser ut samt hur de går till.

I den här uppsatsen har vi undersökt hur svenska företag i teknikbranschen arbetar med dessa kontroller, samt hur de skulle kunna förbättra sitt arbete genom att ta till sig metoder som används i andra branscher.

Företagen som genomför kontrollerna arbetar mer eller mindre alla på samma sätt. Om detta ska betraktas som en fördel eller nackdel kan vara svårt att avgöra i dagsläget, men det finns brister i arbetet som skulle kunna lösas genom ekonomiska investeringar. Ett givet krav för att teknikbranschen ska kunna utveckla sitt CSR-arbete är att de stora aktörerna blir föregångare i området och sätter en standard som de andra företagen kan rätta sig efter.

Sustainable development in the technology industry with focus on social responsibility

Abstract

The need to evaluate the working standards of technology factories has become a growingly present matter as an increased amount of extreme cases have been published in media.

In this study we have researched how Swedish companies, in the technology industry, work with these kind of evaluations today and how they might be able to improve their work by getting inspiration from other industries.

The different companies that execute these controls are all more or less working in the same way. If this is to be considered as an advantage or disadvantage is hard to say, but there are performance gaps in the process that could be excluded by well directed investments.

An obvious requisition for the industry to improve in their CSR related work, is for the larger companies to be pioneers in the area and set a standard in the industry that other companies must comply to.

Förord

Vi vill passa på att tacka alla personer som hjälpt oss med all information och kritik till detta kandidatexamensarbete. Utan er hade vi aldrig kunnat genomföra vår studie. Tack till Lars Waller, Annika Overödder och Gabriella Blomgren på TCO Development för alla kontakter till företag samt feedback på problemformulering och förslag på avgränsningar. Tack till Kristina Areskog Bjurling, Researcher Swedwatch, för genomgående information och snabba svar på våra följdfrågor. Tack till Elisabeth Ekener Petersen, Researcher CESC KTH, för ovärderlig fakta som drivit arbetet framåt samt Malin Möller, Seniorkonsult GoodPoint, för en mycket givande intervju.

Andra personer som varit till stor hjälp är Nanna Engqvist, GoodPoint, och Henrik Åhman, CSC KTH.

Sist men inte minst vill vi tacka vår handledare Daniel Pargman, Universitetslektor på CSC KTH, för oräkneliga informationstips samt ovärderlig kritik under hela arbetets gång. Ett stort tack ges också till handledningsgruppen som följt med och stöttat oss under hela arbetets utveckling. Tack.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Syfte	1
1.3 Frågeställning	2
1.4 Avgränsningar	2
2. Bakgrund	4
2.1 Centrala begrepp	4
2.1.1 CSR	4
2.1.2 NGO	4
2.1.3 Branschföretag	4
2.1.4 Metoder	4
2.1.5 Riskanalys	4
2.2 ISO26000	4
2.3 Socialt ansvar och Social hållbarhet	6
2.4 Corporate Social Responsibility, CSR	6
2.5 NGO:er och konsultföretag som arbetar med CSR	7
2.5.1 Swedwatch - For Sustainable Change	7
2.5.2 Fairtrade Center - Mer rättvisa för pengarna	8
2.5.3 Goodpoint - Advisors for sustainable growth	8
2.6 Problembild	8
3. Teori	10
3.1 Empirisk studie	10
3.1.1 Intervjuer	10
3.2 Jämförelsestudie	10
3.2.1 Urval	11
3.2.2 Jämförelsestudie	11
4. Metoder	12
4.1 Intervjuer	12
4.1.1 Mailintervjuer	12
4.1.2 Mötesintervjuer	13
4.2 Litteratursökning	13
4.3 Reverse engineering	13
4.4 Jämförelsestudie	13
5. Resultat	15
5.1 NGO:ernas metoder	15
5.1.1 Research	15
5.1.2 Riskanalys	15
5.1.3 Fabriksbesök	15
5.1.4 Uppföljning	16
5.2 Konsultföretagens metoder	16
5.2.1 Research	17
5.2.2 Riskanalys	17
5.2.3 Fabriksbesök	17
5.2.4 Uppföljning	18
5.3 Branschföretagens metoder	18
5.3.1 Research	18
5.3.2 Riskanalys	19

5.3.3 Fabriksbesök	19
5.3.4 Uppföljning	19
5.4 Textilbranschens metoder	19
5.5 Jämförelsestudie	21
6. Analys	22
6.1 Metodernas likheter	22
6.2 Metodernas olikheter	23
6.3 Vad kan man lära av textilbranschen?	24
7. Diskussion	26
7.1 Anledning och syfte till revisioner	26
7.2 ISO26000	27
7.3 Uppföljning	28
7.4 Långsiktigt samarbete eller stora rubriker	29
7.5 Förslag till förbättringar för metoder i teknikbranschen	30
7.6 Brister i resultatet	31
8. Slutsats	32
8.1 Metoderna	32
8.2 Sammanfattning	33
8.3 Frågor till fortsatt arbete	33
9. Referenser	34
9.1 Böcker	34
9.2 Uppsatser och rapporter	34
9.3 Webb	34
10. Bilagor	37

1. Inledning

I det här stycket går vi igenom bakgrunden till arbetet, dess syfte samt vår frågeställning och de avgränsningar vi ansett vara nödvändiga.

1.1 Bakgrund

Det sociala ansvaret på teknikfabriker har blivit ett allt större samtalsämne. Allt fler företag har börjat bry sig om under vilka omständigheter deras produkter har tillverkats. Det skickas ut konsulter och det anställs företag för att kontrollera att de krav som satts upp av uppköparen faktiskt följs. Men vilka metoder används i dessa kontroller och hur kan man garantera att den information som insamlas faktiskt speglar verkligheten?

I det här arbetet kommer vi att granska de metoder som används vid dessa kontroller, utvärdera dem och även undersöka vilka möjligheter till förbättring det finns. Då "Socialt ansvar" kan tolkas på många olika sätt har vi i denna uppsats valt att följa ISO-standardens ISO26000's principer, en standard med riktlinjer för socialt ansvar, för att skapa tydlighet om vad just vi syftar på med socialt ansvar.

1.2 Syfte

Studien är i grunden tänkt att väcka större uppmärksamhet för socialt ansvar på teknikproduktionsfabriker. Att många fabriker tummar på det sociala ansvaret är ingen hemlighet och allt fler organisationer och företag i Sverige jobbar idag med att förbättra detta.

Västvärldens konsumtion har de senaste åren ökat lavinartat och allt fler byter ut sina teknikprodukter, inte för att produkten i sig slutat fungera utan för att kunna skaffa sig det allra senaste. Det finns dem som kämpar för miljön och vill bekämpa all den förorening dessa teknikprodukter för med sig, men något som hamnat i skymundan är just de människor som faktiskt tillverkar produkterna ute på fabrikerna.

Då väst kräver nyare produkter snabbare och priset är en av de största konkurrensfaktorerna har många fabriker valt att helt enkelt inte prioritera de människor som jobbar på golvet mitt i bland metalliskt damm och kemikalier.

Istället blir det upp till konsumenterna att välja en produkt som är tillverkad av människor som inte behövt sätta sin hälsa på spel för teknikens skull. Men hur kan man med säkerhet garantera för konsumenterna att en produkt kommer från en fabrik som sätter socialt ansvar i fokus?

Syftet för oss är att väcka uppmärksamhet kring det här problemet och förhoppningsvis kunna visa företag, som idag arbetar med kontroller av fabriker, hur deras arbete och metoder kan förbättras och utvecklas.

1.3 Frågeställning

Vilka metoder används idag för att kontrollera socialt ansvar på teknikproduktionsfabriker?

Från denna frågeställning uppkom även följande underfrågor:

- *Hur skiljer sig metoderna i teknikbranschen åt mellan olika aktörer?*
- *Vilka metoder används i andra branscher?*
- *Hur kan man förbättra de metoder som används idag?*
 - *Hur kan teknikbranschen lära av andra branschers arbete?*

1.4 Avgränsningar

Initialt inför den här studien tänkte vi enbart inrikta oss på produktionen av smartphones. Efter efterforskning och feedback från Gabriella Blomgren, Marknadschef på TCO Development, valde vi dock istället att göra vår avgränsning en aning vidare och undersöka ett sammanslag av alla medietekniska produkter, exempelvis laptops, smartphones och surfplattor, med anledning av att kunna generera mer information till studien.

Den här rapporten kommer alltså inriktas på medietekniska produkter och exklusivt på produktionsdelen i deras livscykel. Vi väljer att endast undersöka en del i cykeln för att smala av arbetet till en lämplig storlek för ett kandidatarbete.

Vi har också valt att fokusera på svenska företag och organisationer som arbetar med CSR, så som Swedwatch och GoodPoint. Denna avgränsning har även den som syfte att spetsa inriktningen på arbetet, men är också till för att underlätta eventuell kommunikation mellan oss och företagen då detta arbete utförs i Stockholm, Sverige.

Den del av det sociala ansvaret vi valt att fokusera på är arbetslivsförhållandena, som beskrivs som en del av den vägledande standarden för socialt ansvar ISO26000 (se 2.2 nedan).

2. Bakgrund

Följande är det som ligger till grund för vårt arbete om socialt ansvar.

2.1 Centrala begrepp

Nedan följer de begrepp vi anser att läsaren bör med för att kunna

2.1.1 CSR

CSR står för Corporate Social Responsibility vilket behandlar företags sociala ansvarstagande. Något som allt fler företag i Sverige arbetar med.

2.1.2 NGO

NGO är en förkortning av Non-Governmental Organisation vilket är politiskt obundna organisationer. De NGO:er som vi kommer att nämna i detta arbetet är både politiskt och religiöst obundna organisationer som arbetar med CSR, socialt ansvar och även företagskopplade miljöfrågor. Vi kommer dock att fokusera på CSR- och socialt ansvarsdelen.

2.1.3 Branschföretag

Branschföretagen är företag tillhörande IT-branschen som utvecklar och producerar medietekniska produkter.

2.1.4 Metoder

Det som i frågeställningen benämns Metoder är de tillvägagångssätt som NGO:er, konsultföretag och branschföretag använder sig av för att kontrollera och undersöka de sociala förhållandena på arbetsplatser runt om i låglöneländer. Metoder kan även komma att benämnas revisioner i vårt arbete, vilket är branschens term för fabriks- och anläggningskontroller.

2.1.5 Riskanalys

Riskanalys är en del av det arbete som utförs innan man gör en revision på en fabrik eller anläggning. Man analyserar då vilka specifika riskfaktorer som arbetarna på den aktuella fabriken/anläggningen utsätts för. Detta i syfte att ringa in de områden där det är extra viktigt att kontrollera att samtliga säkerhetsföreskrifter hålls och att hälsoriskerna minimeras.

2.2 ISO26000

Följande information är baserad på vad som är publicerat på International organisation for standardizations hemsida.

ISO26000 är en standard för socialt ansvar inom alla delar av företags verksamhet. Dess syfte är att hjälpa organisationer att bidra till en hållbar utveckling genom att motivera dem att göra mer än att uppfylla de lagstadgade minimikraven. ISO26000 är också avsett att främja den allmänna förståelsen för socialt ansvar och vara som ett komplement till andra instrument och initiativ inom det området, utan att ersätta något av dem.

ISO26000 är inte en kravstandard, så man kan inte certifiera sig mot den. Det är en vägledande standard med rekommendationer, som består av sju grundprinciper och sju huvudämnen vilka företag fritt kan välja att rikta sig mot.

Grundprinciper:

- Ansvarsskyldighet
- Transperens
- Etiskt uppträdande
- Respekt för intressenterna
- Respekt för lagen
- Efterlevnad av internationella uppförandenormer
- Respekt för mänskliga rättigheter

Huvudämnen:

- Organisationsstyrning
- Mänskliga rättigheter
- Arbetsvillkor
- Miljön
- Ansvarsfulla affärsmetoder
- Konsumentfrågor
- Lokal samhällsutveckling

Standarden råder företag att först väga innebörden av socialt ansvar samt dess relation till hållbar utveckling och sedan granska principerna, som standarden beskriver för socialt ansvar.

Därefter bör företaget beakta två fundamentala tillämpningar av socialt ansvar innan de granskar de enskilda principerna i de beskrivna huvudämnen.

- Förstå sitt sociala ansvar inom det område som influeras av dess verksamhet.
- Identifiera och engagera sig gentemot sina andelsägare.

När företaget förstått innebörden av principerna och satt sig in i standardens huvudämnen, samt identifierat relevanta och betydande brister i det sociala ansvaret; då bör de sträva efter att implementera socialt ansvar i alla dess beslut och verksamheter genom att följa vägledningen som ISO26000 tillhandahåller.

2.3 Socialt ansvar och Social hållbarhet

Vi definerar och fokuserar, i den här uppsatsen, på socialt ansvar på företagsnivå, det som nedan förklaras mer utförligt under CSR-rubriken. Det sociala ansvaret är alltså det som läggs på företagen att, även utanför ekonomisk vinning, beakta hur sina anställda och närsamhället i övrigt påverkas av både företagets egna och dess samarbetspartners verksamhet.

Detta går ihop med uttrycket social hållbarhet, på engelska sustainable development, med att arbetet måste syfta till att både skapa en bra miljö idag och göra det möjligt att kontinuerligt kunna fortsätta med det arbetet på ett positivt sätt även i framtiden.

ISO26000 är, som beskrivet ovan, en vägledande standard med rekommendationer för företag hur de praktiskt och teoretiskt kan arbeta med socialt ansvar och över tid även hållbar utveckling.

De delar av denna ISO-standard som vi i detta arbete inriktat oss på är riktlinjerna för arbetsförhållandena för de som arbetar på företagen. Detta inkluderar både aspekter som arbetstider, arbetsmiljö och övrig social samhällspåverkan för arbetarna.

I dagsläget finns det dock inte några krav på företagen, utanför de generella lagstadgade, och inte heller rekommendationerna är något som hanteras gemensamt inom teknikbranschens företagsorganisation (Teknikföretagen, 2012).

2.4 Corporate Social Responsibility, CSR

CSR, på svenska företagens samhällsansvar, är idén att företag ska beakta hur deras verksamhet påverkar sin omgivning i ekonomiska, miljömässiga och samhällsociala perspektiv.

Det kan vara enkelt för företag att stirra sig blinda på egen ekonomisk vinning, men ur en human och människoprioriterad synvinkel är det svårt att argumentera emot att företag har

ansvar som sträcker sig längre än så. Förhållandena för de anställda och andra som påverkas av företagets verksamhet bör alltid tas i beaktning.

“För att uppnå trovärdighet krävs att organisationen tar ett helhetsansvar som samhällsaktör” (Malin Möller, Goodpoint). Det är dock först på senare tid som organisationsteoretiker har börjat spekulera i hur man kan arbeta med CSR i praktiken.

Bergström och Diedrich (2011) förespråkar att CSR bör hanteras som en ständig process och så lite som möjligt som momentana resultat. De ser företagens samhällsansvar som något som företagen bör arbeta med aktivt tillsammans med alla påverkade parter. Arbetet bör präglas av handlingar som uppfyller både företagets verksamhetskrav och de förväntningar om socialt ansvar som de anställda och andra påverkade har på företaget. Detta är med andra ord inget statiskt arbete utan något som måste anpassas kontinuerligt efter både företag och situation.

De sociala ansvaret ligger inte endast på företaget i fråga utan sträcker sig över alla dess partners och val av sådana, likväl som på externa aktörer som är del av dess verksamhet. Detta i kombination med tolkningsfrågor och översättningsproblem med CSR och dess svenska översättning “samhällsansvar” har lett till oklarheter om vilka delar som bör beaktas i socialt ansvar. Fokuset har hamnat på de sociala aspekterna, medan de ekonomiska och miljömässiga delarna har hamnat i skymundan. Man har därför valt att mer och mer i dessa sammanhang tala om hållbarhet, på engelska sustainability, och tydliggör mer i detta avseende att samtliga tre delar av det sociala ansvaret är vitala.

2.5 NGO:er och konsultföretag som arbetar med CSR

I Sverige finns det ett flertal företag och NGO:er som arbetar med stora företag för att förbättra deras arbete med det Sociala ansvaret. All information om företagen är hämtade från deras respektive hemsidor men också från mailkonversationer och intervjuer vi haft med anställda.

2.5.1 Swedwatch - For Sustainable Change

Swedwatch är en av Sveriges största NGO:er som arbetar med CSR. De jobbar aktivt med att undersöka missförhållanden i olika branscher både ur miljö, ekologiskt och socialt perspektiv. De jobbar primärt med fabriker/anläggningar/plantager i låglöneländer som har en stark koppling till svenska företag. Detta för att Swedwatch är en del av “watch”-organisationen som har rötter i fler länder än Sverige, exempelvis Tyskland. För att kunna publicera så entydiga rapporter som möjligt håller sig de olika “watch”-delarna sig primärt till sitt egna lands företag.

Dock händer det att fall från icke-svenska företag också godkänns beroende på fallets natur och koppling till Sverige.

2.5.2 Fairtrade Center - Mer rättvisa för pengarna

Fairtrade center är en ideell NGO vars arbete i första hand är att främja en mer rättvis handel. Med hjälp av lokala aktörer publicerar Fairtrade Center rapporter för att uppmärksamma problemområden i olika branscher. De arbetar, precis som Swedwatch, inte enbart med CSR-frågor utan även med miljö- och ekologifrågor. Fairtrade Center publicerar också mycket undervisningsmaterial till låg- och högstadieskolor samt till gymnasium. Detta för att underlätta spridningen och kunskapen om de problem som uppstår runt om i världens låglöneländer på grund av vår, och resten av västvärldens, konsumtion.

2.5.3 GoodPoint - Advisors for sustainable growth

GoodPoint är ett svenskt konsultföretag som arbetar mot både den privata och den offentliga sektorn. De arbetar inom sju olika områden varav Socialt ansvar är ett av dem. I första hand jobbar de med att utföra revisioner åt företag för att undersöka och/eller kontrollera det sociala ansvaret på fabriker/anläggningar varor beställs ifrån. GoodPoint jobbar också mycket med att hjälpa svenska företag att lägga grunden och målen för CSR-arbetet. Genom ett aktivt och kontinuerligt arbete vill de skapa ett så bra samarbete mellan företag och fabrik som möjligt för att båda parter ska kunna arbeta mot samma CSR-mål som satts upp dem emellan.

2.6 Problembild

Problembilden i det sociala ansvaret idag, när det gäller tillverkningen av tekniska produkter, är den att det är svårt för företag att kontrollera att deras krav kontinuerligt upprätthålls i fabrikerna. Stundtals påverkar även kulturella och samhällsliga faktorer synen på socialt ansvar på specifika platser, vilket gör att arbetet med en gemensam standard försvåras ytterligare (Ferus-Comelo & Pöyhönen, 2011).

En annan problemfaktor är att företag i första hand prioriterar ekonomisk vinning. Finns det då alltid folk som behöver jobb på fabrikerna, så går det alltid att byta ut arbetare som inte är nöjda (Hebblethwaite & Ethirajan, 2011)

I led med detta är det ett problem, på vissa fabriker, att det inte är någon som klagat trots att arbetsvillkoren är förkastliga. Företagsledningen vill hålla produktionen så kostnadseffektiv och konstant som möjligt och arbetarna har rest från fattiga förhållanden till fabrikerna för att jobba och tjäna pengar till sina familjer.

Då fabrikerna har ett konstant flöde av arbetskraft och arbetarna inte har råd att vara kräsna med arbetstider eller arbetsförhållanden, finns det ingen som helst problemdialog över situationen. Det stora behovet från arbetarna att tjäna pengar gör att de arbetar för långa pass i för många sammanhängande dagar och stundtals med material som är direkt skadliga. Vilket leder till att de bryter ihop både fysiskt och psykiskt med det enda organisationsmässiga resultatet att företaget ersätter dem med nya arbetare.

3. Teori

I följande stycke beskrivs de teorier som ligger till grund för vårt arbetes metoder.

3.1 Empirisk studie

Vårt arbete är till stor del grundat på en empirisk studie som vi genomförde under vårterminen 2012. Denna studie genomförde vi med hjälp av intervjuer som är ett mycket lämpligt tillvägagångssätt när man arbetar med empiri. Målet med att genomföra intervjuer i en empirisk studie är att kunna besvara sin frågeställning. Det gäller alltså att innan intervjuerna påbörjas ha en tydlig frågeställning samt veta vad det är för information som bör samlas in för att kunna besvara denna. (Rienecker & Stray Jörgensen, 2009)

3.1.1 Intervjuer

Innan man väljer att utföra intervjuer i en empirisk studie gäller det att vara väl förberedd. Detta kan man göra genom att läsa frågeguider och om intervjumetodik. Men viktigast av allt är att ha en tydlig frågeställning innan man utför sina intervjuer. Att även vara väl påläst om företaget/organisationen gör att man lättare kan styra intervjun åt önskat håll.

Genom att göra tydliga rubriker, sortera dessa efter prioritet och sedan skriva frågor under varje rubrik gör att man är väl förberedd och kan med stor sannolikhet få de svar man söker (Tyllered's frågeguide, Bilaga 3).

Standardiserade frågor, vilket innebär att ställa exakt samma frågor i exakt samma följd till alla intervjuobjekt, är en metod som anses vara lämplig i laboratoriemiljöer där fokus ligger på kvantitativ data (Trost, 2011).

Genom att istället använda sig av låggradig standardisering kan man skapa stora variationsmöjligheter under intervjun. Intervjuobjektet får på så sätt tala fritt och svaret på en fråga leder vidare in på nästa. Att låta intervjun formas till mer av ett samtal är en metod som lämpar sig bra för insamling av kvalitativ data. Det är dock viktigt att även vid dessa intervjuer vara väl förberedd och påläst på intervjufrågorna för att inte missa någon vital information (Trost, 2001).

3.2 Jämförelsestudie

För att kunna besvara följdfrågorna till vår frågeställning behövdes insamlad data sammanställas och sedan jämföras mellan de olika organisationerna och företagen, som vi valt att titta närmare på.

3.2.1 Urval

Målet var ett få en rättvis blandning mellan NGO:er, konsultföretag, branschföretag samt företag inom andra branscher, för att få så bred bild som möjligt av hur deras arbete liknar och skiljer sig åt.

Vi valde att undersöka följande:

- Två NGO:er
- Två konsultföretag
- Ett branschföretag samt branschorganisationen
- Två företag inom andra branscher

3.2.2 Jämförelsestudie

Efter att ha undersökt de tillgängliga källorna i urvalet, så kan man få fram likheter och skillnader källorna emellan genom att göra en jämförelsestudie.

Man kollar då på likheter och skillnader i arbetssätt och, för att underlätta senare analys, även på eventuella anledningar som skulle kunna vara upphov till dessa skillnader.

4. Metoder

För att hitta och jämföra de olika metoder som används av NGO:er, konsultföretag och branschföretag för att kontrollera upprätthållandet av socialt ansvar har vi utgått från ett antal stora aktörers publika material, rapporter samt intervjuer med anställda och andra insatta personer.

4.1 Intervjuer

I första hand har vi använt oss av intervjuer för att samla in kvalitativ data till vårt arbete. Då arbetet baserar sig på en empirisk studie ansåg vi att intervjuer var ett bra alternativ för att få in underlag för undersökningen.

De intervjuer vi genomfört i det här arbetet har varit både personliga möten men också mailintervjuer. De personer vi valt att intervjua är människor med stor förståelse för ämnet och som aktivt visat ett intresse för vårt arbete vid första kontakten. Vi har kommit i kontakt med dessa till stor del med hjälp av personliga kontakter, tips från handledare och lärare på KTH samt av intervjuobjekten själva.

Innan intervjuerna utfördes förberedde vi frågorna, ordnade dem från viktigast till minst viktig samt läste på ordentligt om företaget/organisationen vi skulle till. För att kunna vara så väl förberedda som möjligt och säkerställa att vi fick de svaren vi sökte.

De intervjuer vi fick möjlighet att utföra var:

- En mailintervju med en NGO, Kristina Areskog Bjurling Swedwatch
- En intervju med ett konsultföretag, Malin Möller GoodPoint
- En branschföretags-intervju, Elisabeth Ekener Petersen på CESC, KTH.
- En mailintervju med företag inom annan bransch, Nanna Enqvist före detta anställd på H&M
- En kort mailintervju med Branschorganisationen Teknikföretagen

4.1.1 Mailintervjuer

Anledningen till att vi varit tvungna att använda oss av mailintervjuer är att några av de personerna vi gärna ville komma i kontakt med inte hade möjlighet att möta oss personligen. Vid mailintervjuerna har vi varit väldigt tydliga med att förklara vad arbetet går ut på samt med att förklara frågorna genomgående så att inga missförstånd skulle uppstå. Mailintervjuerna har i alla fall blivit fler än ett email då det uppstått följdfrågor. Eftersom all information vi fick var nedskriven, i emailen, kunde vi sedan efter att vi avslutat mailintervjun mycket enkelt sammanställa den information vi fått.

4.1.2 Mötesintervjuer

I arbetet har vi även haft möjlighet att få träffa och intervjuar anställda på ett företag som nämns ovan, GoodPoint, och även med Elisabeth Ekener Peterson som länge arbetat med CSR och hållbar utveckling. Inför dessa intervjuer arbetade vi fram ett antal frågor som vi kände var relevanta att ställa till det aktuella intervjuobjektet. Intervjumallarna finns bifogade i arbetet som bilagor. I dem kan man se hur frågorna kunde variera beroende på intervjuobjekt. Vi förde båda anteckningar under intervjuerna för att få med så mycket som möjligt av det som sades. Efteråt satte vi oss tillsammans och sammanfattade den informationen vi fått och sållade bort det som vi ansåg var redundant.

4.2 Litteratursökning

Vår litteratur fick vi främst från de olika NGO:ernas rapporter, där deras arbetsprocess beskrivs, samt metoddokument. Vi använde oss även av Google Scholar, vår handledare samt intervjuobjekten för att hitta relevant information om området.

4.3 Reverse engineering

Då vi hade svårigheter att få tag på någon att intervjuar från Fairtrade Center insåg vi att det blev nödvändigt att hitta ett alternativt sätt att få fram den önskade informationen. Genom att läsa Fairtrade Centers publika rapporter, som finns publicerade på deras hemsida, kunde vi få en förståelse för hur de arbetar. Med hjälp av detta kunde vi sedan få en bredare bild av hur svenska NGO:ers metoder ser ut.

4.4 Jämförelsestudie

Efter att ha samlat in all data vi behövde för att kunna genomföra en jämförelsestudie satte vi oss ner och spalltade upp de olika sätten NGO:er, konsultföretag, branschföretag och företag i andra branscher arbetar på. Utifrån detta kunde vi sedan tydligt se vad som skiljde deras metoder åt men också på vilka sätt det liknade varandra. Resultatet från detta är det som blev grunden till arbetets analys.

Anledningen att vi valde textilbranschen som bransch att jämföra med är just för att det har publicerats, och publiceras fortfarande många artiklar om omständigheterna på deras fabriker. Så utifrån antagandet att dessa företag bör arbeta aktivt med CSR-frågor eftersom att det

publiceras så mycket om dem, valde vi att titta närmare på dem. Vi hade även turen att genom Malin Möller på GoodPoint, få kontakt med Nanna Engqvist som jobbat för det stora, svenska textilföretaget H&M och är mycket insatt i textilbranschens CSR-arbete.

5. Resultat

Här presenteras resultatet av våra intervjuer, litteraturstudier samt jämförelsestudier.

5.1 NGO:ernas metoder

Nedstående text är baserad på Swedwatch metodhandbok, mail-intervju med Kristina Areskog Bjurling researcher på Swedwatch samt Fairtrade Centers publika rapporter samt intervju med Elisabeth Ekener Pertersen, CESC KTH.

5.1.1 Research

Genomgående för de svenska NGO:er vi tittat närmare på är att stor vikt läggs på förarbetet, alltså researchen, innan dess att en kontroll även kallad revision utförs på en fabrik/anläggning/plantage. För NGO:erna är det viktigt att ha en klar problembild innan själva arbetet sätter igång. Problembilden bygger man upp med hjälp av en förstudie, vilken varierar i utformning beroende på land, samhällsbild, kulturella olikheter och andra aspekter som gör att man behöver anpassa arbetet. Under förstudien kan man exempelvis kontakta lokala konsulter som har större insikt och förståelse för problemet och låta dessa intervjua berörda organisationer, lokalbefolkning samt anställda på fabriken eller anläggningen. Ett annat sätt att bygga upp en problembild är genom att läsa rapporter publicerade av andra företag och organisationer för att få en uppfattning om vad som redan undersökts och vad som bör läggas mest tyngd på. Efter att tillräckligt mycket underlag samlats in utvärderar man om en revision behövs genomföras. Denna bedömning görs av den person som fått huvudansvaret för researchen.

5.1.2 Riskanalys

En riskanalys, eller omvärldsanalys genomförs alltid innan ett projekt påbörjas. Detta genomförs extra noggrant i teknkbranschen där det finns många underleverantörer. En annan del som man tittar på i just teknikbranschen är outsourcing samt om arbetskraften är inhyrd. Genom att genomföra en grundlig omvärldsanalys kan NGO:erna vara förberedda och införstådda i de risker som finns i den branschen man valt att revidera.

5.1.3 Fabriksbesök

NGO:erna arbetar på två olika sätt när det kommer till fabriksbesök, föranmälda besök och oanmälda besök. Gemensamt för båda besökssätten är att där alltid finns en lokal samarbetspartner eller guide för att tolka samt reda ut lokala regler och lagar som revisorerna själva inte är helt införstådda i. NGO:erna väljer själva vem som tas med till revisionen, detta för att undvika eventuella intressekonflikter som skulle kunna uppstå om fabriken själv utser guide. Anledningen att man genomför både anmälda och oanmälda besök är för att många fabriker och anläggningar ser till att städa upp och snygga till ute på arbetsgolvet om ett besök ska ske

samma dag. Dem kan då aktivt också se till att de personer, som inte undanhåller några brister, inte är närvarande just den dagen. Detta medför att personerna som kommer för att kontrollera mer eller mindre blir förda bakom ljuset och får se en helt annan bild än den verklighet som de anställda egentligen lever i.

Dock är att utföra oanmälda revisioner egentligen inte så oanmält som namnet föreslår. Om en NGO skulle komma helt oanmält och knacka på fabriksens port skulle dem inte bli insläppta över huvudtaget. Därför måste alla fabriks- och anläggningsbesök på ett eller annat sätt bokas in eller anmälas. Skillnaden är dock att man inte behöver specificera exakt vilken dag och tid man tänker komma. Detta ger revisorerna chansen att få se en mer rättvis bild av arbetsförhållandena på fabriken. Oanmälda besök är ett sätt att upptäcka och avslöja de omständigheterna som råder på anläggningarna. Vilket senare också kan leda till att rapporter som publiceras får stor publicitet av media. Detta leder i sin tur till att fabriken, anläggningen eller företaget som handlar av fabriken i fråga verkligen måste ta till drastiska åtgärder för att återvinna sitt förtroende.

Under fabriksbesöken ser man även till att intervjua de anställda och helst också fabriksledningen om det är möjligt. Detta för att kunna få en bred bild av problemet samt större förståelse för hur organisationen fungerar i helhet.

5.1.4 Uppföljning

Efter att revisions-rapporten publicerats lämnar ofta NGO:erna fallet och går vidare till nästa projekt. Det som rapporten fokuserar på är att ge konstruktiv kritik som syftar till en förbättring på anläggningen/fabriken. De ser till att upplysa problemet samt föreslå förbättringsmetoder men låter sedan företagen som handlar med fabriken eller anläggningen att själva göra upp en plan för åtgärder.

Om en genomgående uppföljning görs är det på samma grunder som när den första revisionen genomfördes. Tydliga uppgifter om att inga åtgärder genomförts sedan senaste besöket är ett måste för att NGO:erna ska göra en uppföljning.

5.2 Konsultföretagens metoder

Följande text är baserad på en intervju med Malin Möller, Seniorkonsult på konsultföretaget GoodPoint. Se bilaga 2 för intervjufrågor från intervjun med Malin Möller.

5.2.1 Research

Till skillnad från NGO:er så är det branschföretagen som kontaktar konsultföretagen för att få hjälp med sitt CSR-arbete. Researchen går då ut på att utvärdera företagets nuvarande arbete med det sociala ansvaret för att sedan kunna föreslå en lämplig åtgärdsplan. I förstahand kollar de på organisationen i Sverige för att kunna åtgärda de fel som görs här innan man fortsätter och kollar på företagets underleverantörer och fabriker i andra länder.

Eftersom att man får uppdraget direkt av företaget behövs det inte i konsultföretagens fall läggas lika stor tid på research, som exempelvis görs i NGO:ers arbete. Detta eftersom att företaget redan har sett ett behov av att en revision bör genomföras. Det gör att konsultföretaget kan lägga mer tid på att förbereda företagets uppförandekod för CSR, som är grunden för vad man ska titta extra noga på under revisionen. Detta arbete grundar sig mycket på rekommendationerna från ISO26000 standarden.

En checklista utformas, denna innehåller delar som miljö, arbetstid, mänskliga rättigheter, lokala lagstiftningar och säkerhetsinformation. Ett problem som konsultföretagen ofta stöter på är att kundens uppförandekod är alldeles för övergripande vilket kan resultera i svårigheter med att sätta ihop en relevant och passande checklista för revisionen.

5.2.2 Riskanalys

En annan del som har stor inverkan på checklistans innehåll är just riskanalysen. Eftersom att olika branscher har olika risker måste man göra en genomgående analys av den bransch som ska kontrolleras. Riskanalyser för CSR-kontroller baseras av många konsultföretag på FN's konvention om mänskliga rättigheter, men det finns även de som använder sig av ISO 26000 standarden som grund till sin riskanalys och revision.

5.2.3 Fabriksbesök

Innan konsultföretagen åker ut på fabriksbesök skickar de ut den checklistan man förberett så att fabriksledningen har chans att titta närmare på de olika delarna som kommer att granskas under besöket.

Konsultföretagens kunder efterfrågar ofta revisorerna för att kontrollera hur fabriken/anläggningen sköter de punkterna för socialt ansvar man ställt krav på. Företagen gör inte detta för att ge fabriken/anläggningen negativ publicitet utan för att främja samarbetet sinsemellan. Genom att ha en öppen dialog med fabriksledningen om de punkter på checklistan man vill förbättra kan man tillsammans arbeta mot att ge de anställda en bättre arbetsplats.

Till besöken tar konsultföretagen med sig en lokal revisor som är införstådd med de lokala lagar och sociala regler, men som också talar det lokala språket. Ofta, beroende på vilken slags fabrik/anläggning man besöker, tas det också med toxikologer vars arbete är att ta prover och undersöka de material och eventuella kemikalier som används.

Besöket börjas med ett uppstartsmöte då man, utifrån checklisten, ännu en gång går igenom vad som ska kontrolleras under revisionen. Detta för att alla parter, framför allt fabriksledningen, ska vara införstådda i vad kontrollens syfte och mål är. Under mötet gör revisorn också klart vilka dokument man kommer vilja titta närmare på samt begär att dessa tas fram för granskning.

Även konsultföretag genomför intervjuer under sina besök. Vilka intervjuobjekten blir väljer revisorn själv, så att fabriksledningen inte har möjlighet att styra resultatet av intervjuerna.

Eftersom att konsultföretagen eftersträvar att främja ett långvarigt och välmående förhållande mellan sina kunder och deras fabriker görs inga oanmälda fabriksbesök utan enbart föranmälda.

5.2.4 Uppföljning

Uppföljning utförs enbart då kunden efterfrågar det. Konsultföretagen har själva ingen direkt koppling till den fabrik eller anläggning de reviderat och det finns därför inte heller någon vinning för dem att på eget initiativ utföra uppföljningar.

5.3 Branschföretagens metoder

Följande text är baserad på intervjuer med Elisabeth Ekener Petersen, researcher på CESC - Center of Sustainable Communications på KTH samt med Malin Möller, Seniorkonsult på GoodPoint.

5.3.1 Research

Branschföretag, som själva arbetar med revisioner, ser ofta till att ha lokal förankring för att underlätta research-arbetet. Fördelen med att använda sig av en lokal revisor är att denna talar samma språk som fabriksledningen, vilket underlättar kommunikationen. De har även bättre koll på lokala lagar och sociala regler.

Syftet med att arbeta på det här sättet är att de ska generera mer korrekta rapporter och information från fabriksledningen. Informationen går sedan till företaget, i det här fallet i Sverige,

där den utvärderas. Efter det så beslutas det om en revision bör genomföras eller ej. Revisionen utförs oftast även den av lokala revisorer.

Branschföretagens arbete baseras på EU konventionen om mänskliga rättigheter, samt konventionen om arbetsvillkor. Dock dyker ISO26000 standarden upp allt oftare som grund till CSR-arbetet.

5.3.2 Riskanalys

Riskanalysen för branschföretagen delas upp i två delar eftersom att de material som används i själva produkten väljs av företag, medan de material och eventuella kemikalier som används under tillverkningen bestäms av fabriksledningen.

I företagens egna riskanalyser tittar man ofta på förhållandet mellan säkra material och kostnaden för dessa. Ofta tvingas företag att välja material med högre riskfaktor för att deras produkt ska kunna hålla ett konkurrensmässigt pris på marknaden.

5.3.3 Fabriksbesök

Trots strävan efter ett bra samarbete mellan företag och fabrik så utför även branschföretagen både anmälda och oanmälda besök på sina fabriker.

Beroende på hur pass viktig kunden är hos fabriken, alltså hur står del av produktionen som just det aktuella företag står för, så kan mängden genomgående information man får under fabriksbesöken variera. Detta beror mest på att man som stort företag kan ställa krav på att få se rapporter, material- och kemikalielistor samt arbetstider medan mindre företag kan ha svårare att få fram sådan information. Detta på grund av att fabriken inte skulle påverkas på samma sätt om ett mindre företag skulle flytta sin produktion och därför blir det en skillnad i maktfaktor mellan olika företag.

5.3.4 Uppföljning

Utifrån vår insamlade data kan vi inte se att branschföretagen arbetar med uppföljning av sina revisioner.

5.4 Textilbranschens metoder

Följande text baseras på mail-intervju med Nanna Engqvist, Seniorkonsult på GoodPoint som länge arbetat på H&M med just CSR-frågor, rapporter från H&M och Lindex samt en artikel från SvD.

Sedan textilbranschen, i början på 2000-talet, fick stor negativ publicitet för det upptäckta barnarbetet; så har de stora svenska textilföretagen jobbat hårt för med att förbättra det sociala ansvaret ute på fabrikerna. Textilföretagens arbete med socialt ansvar och social hållbarhet grundar sig i FN's konvention om mänskliga rättigheter.

Företaget H&M är en av de största aktörerna i branschen och har nu börjat leva upp till det ansvar de har för sina anställda. Exempelvis driver H&M stora internationella kampanjer för att påverka andra multinationella textilföretag att sluta använda vissa skadliga metoder. En vanlig metod vid jeansstillverkning, Sand blasting, har H&M arbetat för förbjuda helt i textilbranschen då den orsakar arbetarna svåra lungsjukdomar (Hebblethwaite & Ethirajan, 2011).

Sådana internationella kampanjer, samt kontinuerlig uppföljning av att nya regler följs är möjligt för H&M genomföra då de, liksom många andra stora textilföretag i Sverige, startat upp lokala organisationer. Vilka kontinuerligt kan utföra revisioner och ha en öppen konversation med fabrikerna om vilka problem som måste åtgärdas.

Annat arbete som att ständigt utvärdera de kemikalier och metoder som används kan då lätt göras på plats och man fortsätter ständigt att leta efter problem att åtgärda. Detta för att kunna ge de anställda en så säker arbetsplats som möjligt. Man arbetar tillsammans med fabrikerna för att få ett långvarigt och stabilt samarbete där alla inblandade är på samma sida och strävar mot samma CSR-mål.

Man försöker även gottgöra för allt det negativa man orsakat genom att erbjuda sina anställda möjlighet till utbildning samt att starta upp skolor och hem för barn som bor i området.

Textilbranschen arbetar aktivt med att förbättra sina revisioner, minska mutor och olaglig arbetskraft samt att skapa en så bra arbetsmiljö som möjligt, men inte bara för sina egna anställda utan för textilarbetare på andra företags fabriker också. Detta genom att hjälpa de anställda på fabrikerna att förhandla och ställa krav på lön, arbetstimmar samt arbetsmiljö, oavsett vilket företags fabrik de jobbar på (Bränström, 2011).

5.5 Jämförelsestudie

Utifrån den information vi fått in om NGO:er, konsultföretag, branschföretag och andra branscher kunde vi sedan sätta ihop en jämförelsetabell där man enkelt kan se skillnader och likheter i ovanstående arbeten.

	NGO	Konsultföretag	Branschföretag	Textilföretag (men lokal organisation)
Syfte	Uppmärksamma problem.	Främja CSR-arbetet mellan sin kund (företaget) och dess leverantör (fabriken)	Kontrollera omständigheterna på fabrikerna för att kunna visa upp sitt CSR-arbete.	Att tillsammans med sina fabriker sträva efter hållbar utveckling och sunda arbetsförhållanden.
Research och förarbete	Gör research om den aktuella fabriken/anläggningen med hjälp av lokala organisationer. Mycket tid läggs ned på detta.	Utformar en tydlig checklista utifrån kundens uppförandekod. Checklistan skickas sedan till fabriken som ska besökas, i god tid innan revisionen.	Är själva en del av processen och är därför ofta införstådda i vilka eventuella problem som finns eller kan uppstå på fabrikerna.	Många textilföretag har upprättat lokala organisationer som kontinuerligt samlar in information om missförhållanden i fabrikerna.
Riskanalys	En omvärldsanalys genomförs alltid för att få så stor förståelse som möjligt för den branschen som ska revideras. Man kollar även på underleverantörer, outsourcing samt inhyrd arbetskraft.	Undersöka vilka material och kemikalier som används. Tar kontakt med toxikologer för att avgöra dess risker.	Kan lätt ta reda på vilka material och kemikalier som används i själva produkten. Måste undersöka mer genomgående för att ta reda på vad som används i fabriken arbetsmetoder.	Kan enkelt kolla upp risker med de material och kemikalier som används på fabrikerna då den lokala organisationen är en del av företaget.
Fabriksbesök	Görs både anmälda och så kallade oanmälda besök. Stort fokus på att intervjua anställda.	Enbart anmälda besök, för att främja samarbetet mellan kund och fabrik.	Gör både anmälda och så kallade oanmälda besök.	Arbetar kontinuerligt med att besöka fabrikerna.
Uppföljning	Görs om det finns tydligt underlag att det behövs.	Görs på kundens begäran.	Uppföljningar genomförs mycket sällan.	Allt arbete mot fabrikerna följs upp kontinuerligt.

6. Analys

Här kommer vi analysera de resultat som presenterats ovan.

6.1 Metodernas likheter

En av de stora likheterna vi sett är att alla ovanstående, på ett eller annat sätt, grundar sina arbetsvärderingar på vägledande ISO26000 standarden. Detta antagligen för att det är en tydlig standard som gör målet med CSR-arbetet tydligt. Dock, som vi poängterat, kan man aldrig säga att man helt är klar med CSR-arbetet. Det är ett evigt arbete för att förbättra arbetsförhållandena ute på anläggningar och fabriker, men också på arbetsplatser här i Sverige.

En aspekt som dyker som likhet mellan NGO:er och konsultföretag är den riskanalys, som genomförs i research-delen av arbetet. Detta beror med stor sannolikhet på att de som utomstående aktörer inte har samma direkta information om den anläggning/fabrik som ska revideras. Det är också högst troligt att det faktum att NGO:er precis som konsultföretag arbetar med och mot varierande branscher, vilket gör det svårare att på förhand veta exakt vilka risker som finns inom specifika branscher.

Det kan dock ses som en fördel att utföra en ny riskanalys inför varje revision, då man kan få en större och mer uppdaterad inblick i problemen som finns inom branschen. Mycket kan förändras på ett halvår och om man då lutar sig på gamla riskanalyser finns en stor risk att man missar något som är av stor vikt.

Ännu en likhet är att alla ovanstående har ett bristande uppföljningsarbete. Detta i sin tur leder till att de åtgärdsförslag som föreslagits utifrån revisionsrapporten blir irrelevanta. Om ingen uppföljning görs är det omöjligt att veta om arbetsförhållandena på fabriken faktiskt blivit bättre. Genom att ta efter metoder från andra branscher, exempelvis de som används av företagen i textilbranschen, skulle även teknikbranschen kunna utmärka sig med sitt arbete för att förbättra arbetsförhållandena för sina arbetare.

Den sista tydliga likheten i NGO:ernas, konsultföretagens och branschföretagens arbete är hur själva fabriksbesöket går till, oavsett om det är ett anmält eller oanmält besök. Det är det arbetet som sker när revisorerna väl är innanför fabriksportarna som till stor del är likadan för alla ovanstående.

Anledningen till att arbetet är så pass likt är ganska enkel, det finns inte något speciellt sätt att samla in fakta på när man väl är i fabriken. Det gäller att dokumentera, intervjua och ta prover

på så mycket som möjligt för att få en stor mängd information att analysera. Mängden information är direkt kopplad till analysens kvalitet. Eventuellt skulle det kunna vara lättare för stora teknikföretag att få tillgång till mer genomgående information än NGO:er och konsultföretag, just för den makten dem besitter över fabriken. Dock om branschföretaget inte har majoritet över produktionen så kan även dem ha svårt att få tag på alla önskvärda dokument.

Det alla ovanstående lägger stor tid på är intervjuer med arbetare och fabriksledning. Stora delar av slurrapporterna baseras på dessa intervjuer och det är mycket tack vare dem som revisorerna kan skapa sig en bild av hur arbetsförhållandet i fabriken ser ut.

6.2 Metodernas olikheter

Den största olikheten, aktörerna emellan, är vilka syften de har till sina revisioner. Anledningen till att branschföretagen väljer att kontrollera omständigheterna på fabriker/anläggningarna skulle man kunna säga är i ett egocentriskt syfte. Det görs för företagets eget bästa och det finns inte något krav på att rapporterna ska publiceras för allmänheten. Detta betyder att om arbetsförhållandena är dåliga, så kan företaget själva styra om det är någon mer än deras egna CSR-avdelningen som kommer veta om det. Om rapporterna däremot visar på många positiva aspekter på fabriken kan man använda detta för att skapa positiv publicitet för företaget och på så sätt vinna förtroende hos sina kunder.

NGO:ernas syfte med revisioner blir något annorlunda eftersom att de själva inte löper någon risk för att påverkas negativt, oavsett om rapporten skapar positiv eller negativ publicitet. De strävar efter att uppmärksamma de brister som finns samt att ge företagen förslag på förbättringsmöjligheter. Det kan låta nobelt men NGO:ernas arbete strävar helt enkelt efter att förbättra omständigheterna för de utsatta.

Konsultföretagens syfte är samma som sin kunds syfte, vilket påminner något om Branschföretagen. Det som står i fokus är ett kontinuerligt samarbete mellan företag och fabrik genom att främja ett gemensamt CSR-arbete, som formats utifrån företagets egna uppförandekod. Deras arbete handlar inte enbart om att kontrollera de fabriker/anläggningar som används utan även om hur det specifika företagets interna CSR-arbete i Sverige ser ut och kan utvecklas.

Anmälda och oanmälda besök är ytterligare en skillnad. Tanken med de oanmälda besöken är att fabriksledningen inte ska ha tid att förbättra arbetsförhållandena tills dess att revisorerna väl är i fabriken. Helt oanmälda besök är det inte möjligt att genomföra. Fabrikerna kan helt enkelt vägra att släppa in revisorerna om ingen som helst förvarning givits. Därför måste även de oanmälda besöken i förväg anmälas. Dock behöver man inte lika precist ange när själva besöket ska äga rum, vilket är fallet med anmälda besök. Det faktum att oanmälda besök ändå är anmälda gör det svårt att säga om någon av besökstyperna ger en mer korrekt bild av verkligheten.

Fördelen med oanmälda besök är att revisorerna får en möjlighet att kontrollera hur en verklighetstrogen arbetsdag ser ut. Fabriksledningen får svårare att styra vilka arbetare som ska vara på plats just den dagen revisorerna anländer. Arbetare som ledningen kanske helst inte hade velat skulle få en chans att prata med revisorerna kan annars vid anmälda besök få ledigt eller bli förflyttade till avdelningar där revisorerna inte får komma in.

Fördelen att arbeta med anmälda besök är att skapa en relation till fabriken och på så sätt tillsammans arbeta mot bättre arbetsförhållanden. Därför arbetar konsultföretagen endast med föranmälda besök för att inte skada förhållandet mellan sin kund och fabriken. Många NGO:er och branschföretag arbetar också främst med anmälda besök, dock händer det att oanmälda besök efterfrågas. Det kan anses vara lite motsägelsefullt av branschföretagen som även de strävar efter ett långvarigt och bra samarbete med sina fabriker och anläggningar. Detta samarbete kan även stå i vägen för den verkliga informationen. Fabriksledningen vill visa branschföretaget sitt arbete med CSR-målen och ofta förekommer det då att dokument förfalskas (Malin Möller, GoodPoint) för att visa en förbättrad och mer polerad version av arbetet. Genom att då utföra oanmälda besök kan branschföretagen få tag på de verkliga dokumenten och på så sätt med säkerhet veta hur fabriken ligger till i jämförelse med de uppsatta målen.

6.3 Vad kan man lära av textilbranschen?

Vad textilbranschen gör bra är för det första är att de ständigt utvecklar sina metoder för att få fram det bästa möjliga sättet att arbeta, där stor vikt läggs på företagets sociala ansvar. Det vill säga att de kontinuerligt undersöker och utvärderar de arbetsmetoder och material/kemikalier som används under produktionen av produkterna. På så vis går det snabbare att upptäcka saker som innebär problem eller fara för både själva produktionen och för arbetarna. Därigenom blir det också lättare att lokalisera vart ändringar bör göras.

Man är även väldigt öppen utåt med att visa på vart det finns brister i sitt arbete och budskapet till omvärlden blir: "vi vet att vi har en brist här nu, men vi jobbar för att förbättra det".

Stundtals har man även i detta skede gjort kampanjer för att belysa de brister som finns och måste förändras i metoder och material både i sin egen produktion och i andras.

Flera stora svenska företag inom textilbranschen, som exempelvis Lindex, publicerar även offentligt sina rapporter på sina hemsidor för att man som utomstående ska kunna bli mer insatt i hur företagen arbetar. Detta minskar gapet mellan konsumenter, arbetare och själva företaget, vilket skapar en känsla av ärlighet och öppenhet.

En annan åtgärd som företag i textilbranschen gör för att underlätta CSR-arbetet är att de upprättar lokala organisationer, för att kontinuerligt kunna hantera det sociala ansvaret på plats. Detta underlättar arbetet med revisioner och uppföljning då den lokala organisationen, på ett enkelt sätt, har tillgång och insikt i hur arbetet på fabriken fortlöper över tid. Fabriksbesök görs kontinuerligt och man jobbar ständigt tillsammans för att förbättra och nå sina gemensamma CSR-mål.

Man jobbar även företagsöverskridande i sitt CSR-arbete i det avseendet att man hjälper arbetare inom branschen, oavsett företagstillhörighet, med att förhandla och ställa krav på lön, arbetstimmar samt arbetsmiljö. Detta resulterar i mer gynnsamma arbetsförhållanden i hela textilbranschen.

Ytterligare en sak som företag i textilbranschen gör bra är att de hjälper lokalbefolkningen som bor i närheten av fabrikena. Detta gör de genom att inrätta skolor och se till att barnen i närområdet har möjlighet att utbilda sig. På vissa av sina fabriker har svenska textilföretag även startat upp utbildningsprogram för sina anställda vilket ger dem en möjlighet att få bättre jobb och på så sätt skapa sig en säkrare framtid. Sådana här och liknande samhällstjänster gör att områdena runt fabrikena kan frodas och skapa mer kompetent arbetskraft. Vilket i sin tur leder till att företaget är placerat på en bättre position och står i god dager i samhället tack vare sin medvetenhet om sitt sociala ansvar.

7. Diskussion

Här diskuteras de resultat och den analys som presenterats tidigare i uppsatsen.

7.1 Anledning och syfte till revisioner

Vad som har visat sig under vår studie är att NGO:er, branschföretag och konsultföretag alla liknar varandra i sin arbetsstruktur kring kontrollerandet av socialt ansvar.

De har till ytan olika anledningar till sina revisioner, men strävar i slutändan mot någon form av liknande mål. Frågan är då om motiven i verkligheten är olika? De arbetar alla för en bättre värld och har inte konkurrenter utan branschkollegor, men i en ekonomiskt styrd värld är det kanske i slutändan ändå en eventuell finansiär som styr. Uppdrag för någon betyder mindre jobb för någon annan och om så inte är fallet vad är det då, i bristen på konkurrens, som motiverar dagens aktörer att nicha sig inom sitt område och utveckla och förbättra sina metoder?

Är det gemensamma målet med en generell bättre arbetsmiljö verkligen en tillräckligt reell anledning för organisationerna att endast fortsätta och upprätthålla sitt tidigare arbete? Om så inte är fallet vad är det då som hindrar dem från att sammarbeta och, genom att inspireras av varandras arbete, optimera det så att de når det resultat som de alla önskar?

Grundtanken är att NGO:er bara utför revisioner på fabriker där det finns ett tydligt problem, medan konsultföretag utför dem där de får uppdrag att göra så. Vad man däremot bör ta i beaktning är att NGO:er får hänvisningar på vart det finns behov av deras arbete och att konsultföretagen inte fyller något syfte i fabriker om det inte uttryckligen finns ett problem där. Därför skulle man, lite hårddraget, kunna likställa deras anledningar till att vara på fabriker.

Det som skiljer dem åt är istället i de stadier som kommer före och efter revisionerna. Att bygga ett fall och rättfärdiga sina revisioner, kontra att bygga upp en checklista av saker som bör åtgärdas enligt en gemensamt framarbetad uppförandekod när fabriken mer eller mindre redan står redo med all information till förfogande.

Det är två ingångsvinklar som kan göra att det skiljer de olika åt i avseendet att de kan hitta olika brister och åtgärdsområden. Vad missar man när man i teorin har allt material tillgängligt och vad kan man hitta när ens lokala syfte står eller faller i direkt relation till förarbetets resultat?

Konsultföretagen är självklart inte helt ouppmärksamma på att saker kan försöka döljas för dem och ju mer aktiva de varit i en region desto mer erfarenhet har de självfallet om vilka problem som tenderar att uppkomma just där. Lokala tolkar och kompletterande revisorer gör också att studierna blir gediget gjorda och det är inte det som vi ifrågasätter. Det är istället möjligheten att man trots allt blir hemmablind när man inte har samma press på sig som en utomstående organisation rimligtvis har.

NGO:er har bara valet att göra sina förundersökningar från grunden utan intryck från insidan och kan kanske, på grund av detta, hitta brister som annars hade förbisetts. Brister som vid förändring i värsta fall kan tvinga en hel bransch att omstrukturera, kan tänkvärt bli översedda på grund av förändringens eventuella omfattning.

Vad som å andra sidan kan ses som en fördel med att redan ha en anledning till revisionen är att man kan fokusera sitt arbete på att hitta problem istället för att hitta anledningar. Med det menar vi att konsultföretag till exempel kan lägga all sin tid på att hitta och undersöka problemen som finns, medan NGO:er först måste lägga sin tid på att hitta dem. Om de båda i slutändan hittar samma problem, så är chansen större att ett konsultföretag har gjort det snabbare och förmodligen också hunnit komma närmare en tänkbar lösning.

7.2 ISO26000

Samtliga av de tillfrågade organisationerna inkluderar, i någon grad, ISO26000 som en del i sitt CSR-arbete. Det är, som tidigare nämnt, en vägledande standard som genomgående verkar ligga som grund till de värderingar som formger arbetet mot det sociala ansvaret i svenska företag.

Det stora frågetecknet för oss har varit om det hade blivit en positiv förändring om den istället för en vägledning hade varit en kravstandard. Det vill säga att det blir en certifiering som man kan få genom att uppnå de ställda CSR-kraven.

Om de större aktörerna inom CSR-arbete redan har den som grund och företag strävar efter att uppnå de mål som nämns i dess grundprinciper, skulle då inte en kravmärkning och certifiering ytterligare konkretisera företagets arbete och mål?

Så länge man inte kommer bort från att det är arbetet fram till målen som är det man ska fokusera på, så ser vi bara fördelar med att ha en gemensam kravstandard. Arbetet mot CSR-

målen är det viktiga för företagen och det bör poängteras att man aldrig är helt klar när det gäller arbete med sitt sociala ansvar.

Att certifiera sig mot ISO26000 som en kravstandard skulle vara att certifiera sitt arbete, inte som en färdig produkt utan som ett delresultat, med en given riktning på fortsatt arbete och med konkreta åtgärder för att uppnå sina mål.

7.3 Uppföljning

Den förvånansvärda upptäckten i vårt arbete var det faktum att varken NGO:er, konsultföretag eller branschföretag arbetar med uppföljning av sina revisioner.

Detta innebär att när en kontroll av en fabrik eller anläggning genomförts publiceras en rapport om hur arbetsförhållandena ser ut och sedan överlämnas problemet, ofta med förslag till förbättringsåtgärder, till företaget som handlar med fabriken eller anläggningen. Huruvida några förändringar sker eller inte lämnas okontrollerat. Detta indikerar att resultatet av revisionerna är irrelevant och en önskan om förändring blir oklar. Detta ter sig konstigt vid arbete som ska leda till en hållbar utveckling.

Utan uppföljning kommer teknikbranschen aldrig kunna få ett stabilt och kontinuerligt CSR-arbete. Uppföljningar måste börja genomföras för att ens ha den minsta chans att kunna utvärdera de metoder som man använder sig av idag. Kanske är den rapport man fått presenterad för sig en vanställning av verkligheten och kanske är inte förhållandena på fabriken lika undermåliga som de framställs? Detta kan resultera i att massa tid och pengar läggs på att lösa helt fel problem. Alternativt så behövs det läggas ännu mer resurser på att verkligen åtgärda de problem som upptäckts. Oavsett så behöver företagen utföra uppföljningar för att med säkerhet kunna utforma rätt åtgärdsplan.

För att uppnå en högre standard på sitt CSR-arbete, som exempelvis textilbranchens, krävs det att det kontinuerligt uppföljningsarbete. Textilbranchens lokala organisationer ger dem en tydlig insikt i fabrikernas arbete och även möjligheten att kontinuerligt följa upp de senaste CSR-målen som satts upp.

7.4 Långsiktigt samarbete eller stora rubriker

Eftersom att NGO:er, konsultföretag och branschföretag alla har olika syften med sina revisioner skiljer sig även de respektive slutrapporterna åt. För NGO:er är målet ofta att skapa rubriker och uppmärksamhet för de upptäckta missförhållandena medan konsultföretagen och branschföretagen kan välja att hålla sina rapporter interna och aldrig låta allmänheten få läsa dem.

Fördelen med att skapa stor publicitet kring den aktuella fabriken, eller företaget, är att allmänheten blir uppmärksam på vilka missförhållanden som råder och kan då sätta press på företaget att snabbt ta och åtgärda problemet. Företag vill ha ett förtroende hos sina konsumenter och stora skandalrubriker kan enkelt förstöra det förtroendet. Tack vare trycket från allmänheten kan företag börja arbeta mer aggressivt med de existerande problemen för att så snabbt som möjligt kunna vinna tillbaks konsumenternas förtroende.

“All publicitet är bra publicitet” brukar det heta, men när det kommer till publicitet om bristande socialt ansvar kan det orsaka företagen stora skador och många förlorade kunder.

Så för företagens del är NGO:ernas sätt att öppet publicera revisionsrapporterna inte i alla fall det bästa, men om man tittar på vad som är mest effektivt för att få en snabb förändring så kan det vara metoden att föredra.

Konsultföretagen och branschföretagen i sin tur arbetar ofta mot ett långvarigt samarbete mellan fabriken och företaget. Att öppet publicera de rapporter som skulle kunna skada företagets förtroende är alltså inte det minsta önskvärt. De rapporter som skrivs hålls, vad vi förstått, till stor del internt för att ha ett underlag till det fortsatta CSR-arbetet. Att inte öppet publicera revisionsrapporterna kan uppfattas av konsumenterna som en brist i det avseendet att det skapar ett informationsgap mellan dem och företaget. Att inte publicera sina rapporter öppet blir indirekt en indikation på att företaget har något att dölja. Samtidigt kan det stärka banden mellan företaget och fabriken att inte publicera rapporter som pekar på olika missförhållanden. Genom att istället hålla dokumenten interna så kan båda parter tillsammans utvärdera problemet och gemensamt komma fram till långvariga och hållbara lösningar.

Det går självklart att se tydliga fördelar med att lösa eventuella missförhållanden på fabriker och anläggningar så snabbt som möjligt. Dock får man ha i åtanke att lösningarna ska leda till en hållbar utveckling. Att snabbt komma med en lösning till ett problem utan att först förstå anledningen till att problemet uppkommer tenderar att ge kortsiktiga lösningar och risken för nya problem kvarstår.

Ett bra exempel på när den negativa publiciteten faktiskt genererade något positivt är just i textilbranschen. I början av 2000-talet fick dem mycket negativ publicitet kring arbetsförhållandena på sina fabriker (Malin Möller, GoodPoint). Denna uppståndelse ledde till att de stora svenska textilföretagen blev tvungna att snabbt genomföra stora förändringar i sina verksamheter. Dessa förändringar har lett till att dagens svenska textilbransch använder sig av ett väl genomarbetat arbetssätt och satsar fortfarande stora pengar på att förbättra arbetsförhållandena för sina anställda.

Ett exempel när negativ publicitet inte lett till långsiktig lösning är när teknikföretaget Apple i början av 2010 fick stor uppmärksamhet för sin underleverantörsfabrik Foxconn i Shenzhen, Kina (Zhang, 2012) (Blagdon, 2012). Även i det här fallet ledde uppståndelsen i media till att fabriken tvingades ta till en snabb lösning. Dock nöjde sig fabriken med sin kortsiktiga lösning och orsaken till problemet kvarstår utan att arbetsförhållandena för fabriksarbetarna förbättrats.

Vad är då bäst för de påverkade? Att företagen visar på sina brister och får hantera medias uppståndelse eller att de bygger upp en fasad för att undanhålla sina problem för omvärlden? Eller är det kanske så att ingen av dem är bättre än den andra och den rådande kombinationen av de båda metoderna är den som branschen behöver?

7.5 Förslag till förbättringar för metoder i teknikbranschen

Det första och kanske mest självklara förslaget till förbättring är just det att mer tid och pengar bör läggas på uppföljningsarbete. Kontinuerlig uppföljning kan ge möjlighet för fabriksledningarna att förbättra sig upprepade gånger för att ta sig till en nivå högre än de från början satta målen. Arbetet kommer då också leda till en större förståelse för problemen på fabriken och den förståelsen kommer leda till mer genomtänkta lösningar, som i sin tur kommer att ge företagets verksamhet en mer hållbar utveckling.

För att underlätta uppföljningen bör lokala revisionsavdelningar upprättas. På så sätt kan revisorerna arbeta nära fabriksledningarna och upprätta ett stabilt förhållande med fabriksledningarna. Om båda parter har förståelse för, samt respekterar varandra kommer det bli lättare att sätta upp och arbeta emot gemensamma CSR-mål. Tack vare att revisorerna aldrig lämnar orten blir fabriksledningarna tvungna att upprätthålla de standarder som utvecklats tillsammans. Revisorerna kommer ha möjlighet att kontinuerligt kontrollera att fabriken inte faller tillbaka i gamla vanor så att de nya, mer gynnsamma, arbetsförhållandena blir långlivade.

Självklart skulle det krävas att stora resurser satsades på att upprätta lokala revisionsavdelningar. Därför bör de stora teknikföretagen vara dem som tar första steget och sätter en norm i branschen. De har kapitalet och där med möjligheten att göra en förändring, som kan resultera i en stor skillnad för fabriksarbetare runt om i världen.

Dock finns det en risk för att det skulle kunna leda till stor förvirring kring det sociala ansvaret om alla företag upprättade egna interna revisionsavdelningar. Genom att förändra ISO26000 till en kravstandard skulle man kunna förhindra detta. Företagen skulle då kunna certifiera alla sina fabriker och på så sätt med större säkerhet försäkra sig om att deras arbete likväl som deras underleverantörers lever upp till satta CSR-standarder.

7.6 Brister i resultatet

Vi är väl medvetna om att det presenterade resultatet innehåller brister, då vi saknar information från vissa källor och en del av våra branschdelar är underrepresenterade i resultatet. Detta kan innebära att vi presenterar en begränsad bild av verkligheten och vi kan inte garantera att våra resultat speglar hur alla sveriges NGO:er, konsultföretag och branschföretag arbetar med CSR. Vad som dock motiverar våra argument och slutsatser är att våra intervjuobjekt har stor insikt i hur CSR-arbetet i samtliga delar av branschen ser ut. Elisabeth Ekener Petersen var dessutom delaktig i det arbete som resulterade i ISO26000 standarden, vilken vi tidigt upptäckte låg som grund för många företags CSR-arbete. Elisabets delaktighet i detta arbete blev en kvalitetssäkring för oss i det att hennes övergripande kunskaper om branschen var tillförlitliga. Även den information vi fick ifrån intervjun med Malin Möller gav resultat kopplade till båda konsultföretag och branschföretagen. Detta för att GoodPoint förutom sin övriga verksamhet också arbetar med att utbilda företag i CSR-frågor. På så sätt får de även en tydlig inblick i hur branschföretagens CSR-arbete fungerar.

8. Slutsats

I det här stycket besvarar vi och återknyter till vår problemformulering och dess underfrågor.

Vilka metoder används idag för att kontrollera socialt ansvar på teknikproduktionsfabriker?

Hur skiljer sig metoderna i teknikbranschen åt mellan olika aktörer?

Vilka metoder används i andra branscher?

Hur kan man förbättra de metoder som används idag?

Hur kan teknikbranschen lära av andra branschers arbete?

8.1 Metoderna

Slutsatsen är att revisionerna/metoderna är väldigt lika för alla företag och organisationer inom teknikbranschen. Det som mest skiljer dem åt är riskanalysen samt huruvida man genomför anmälda eller oanmälda fabriksbesök. Det är svårt att avgöra vad som är för- och nackdelar med aktörernas respektive metoder just för att de inte skiljer sig speciellt mycket åt. Den enda slutsatsen om metoderna som vi kan dra, som stämmer in på samtliga aktörer, är att det utförs för lite uppföljningsarbete av revisionerna.

Det finns utrymme att förbättra dagens metoder. Det som hindrar aktörerna från att utveckla sitt arbetssätt är att de har invanda arbetsmönster, samt till viss mån att det finns en ovilja att dela med sig av sina metoder. Resultatet av detta blir att de, genom att inte arbeta gemensamt, missar fördelar som ett samarbete hade gett och ställer sig indirekt i vägen för sin egen och branschens utvecklingen. Detta trots att de alla anser att de är branschkollegor och inte konkurrenter. Dock är det oklart varför teknikbranschen inte tidigare börjat titta på andra branschers CSR-arbete och anpassat det till sin bransch.

Textilbranschens arbete liknar det i teknikbranschen till stor del. Dock har de nått längre framför allt i avseende på uppföljningsarbete.

En stor del av detta går att applicera i teknikbranschens CSR-arbete. Det som krävs är att stora aktörer tar första steget och vågar satsa kapital på utvecklingen av sina arbetares arbetsförhållanden och välmående.

8.2 Sammanfattning

Det är ännu en lång väg kvar tills dess att teknikbranschen kan ha ett lika genomarbetet CSR-arbete som textilbranschen. Det man dock kan hoppas på är att teknikjättarna tar ett första steg och visar vägen för sina stora konkurrenter och för de mindre företagen. De stora företagen har makten att förändra, det sker ständigt nya förändringar i textilbranschen på de stora tillverkarnas initiativ, det är dags för teknikbranschen att också axla sitt ansvar.

8.3 Frågor till fortsatt arbete

Något som dykt upp flertalet gånger under arbetets gång är att det finns en stor osäkerhet i den insamlade informationen från fabriker och anläggningar. Det är vanligt att revisorerna blir mutade för att publicera snällare rapporter. Detta är ett stort problem och är något som bör undersökas utförligare.

Till hur stor del förekommer det mutor? Hur kan man på bästa sätt undvika detta?

Ett annat problem som presenterat sig är om de förbättringsförslag vi kommit fram till verkligen skulle vara anpassningsbara till teknikbranschen i praktiken. Det är tydligt att det fungerar bra i textilbranschen, men det finns säkert många faktorer som vi inte tagit i beräkning som skulle kunna stå i vägen för att applicera våra förslag.

Vad hindrar teknikbranschen från att förändra och revolutionera sina revisionsmetoder? Vilka yttre faktorer påverkar arbetet förutom de företag och organisationer som genomför revisionerna?

9. Referenser

Nedanstående referenser är det vi baserat vårt arbete på.

9.1 Böcker

Reinecker L. & Stray P., 2009. *Att skriva en bra uppsats*, andra upplagan

Trost J., 2011. *Kvalitativa intervjuer*, andra upplagan

9.2 Uppsatser och rapporter

Bergström O. & Diedrich A., 2011. *Exercising Social Responsibility in Downsizing: Enrolling and Mobilizing Actors at a Swedish High-Tech Company*. [online] Tillgänglig från: <<http://oss.sagepub.com/content/32/7/897.short>> [Hämtat 27 mars 2012]

Swedwatch, 2011. *Metodhandbok*.

9.3 Webb

Blagdon J., 2012. *Foxconn suicide threat resolved, 45 workers resign*. [online] Tillgänglig från: <<http://www.theverge.com/2012/1/12/2701990/foxconn-150-suicide-threat>> [Hämtad 5 maj 2012]

Bränström S., 2011. *Klädd för ansvar*. [online] Tillgänglig från: <http://www.svd.se/naringsliv/kladd-for-ansvar_6022177.svd> [Hämtat 2 maj 2012]

Chan Sze Wan D. & Pöyhönen P., 2011. *Game console and music player production in China - A follow-up report on four suppliers*. [online] Tillgänglig från: <<http://fairtradecenter.se/sites/default/files/update%20game%20consoles.pdf>> [Hämtat 12 april 2012]

Ethirajan A. & Hebblethwaite C., 2011. *Sandblasted denim, should we give up distressed jeans?* [online] Tillgänglig från: <<http://www.bbc.co.uk/news/magazine-15017790>> [Hämtat 23 april 2012]

Feru-Comelo A. & Pöyhönen P., 2011. *Phone Equality - Labour standards of mobile phone manufacturers in India*. [online] Tillgänglig från:

<http://fairtradecenter.se/sites/default/files/Phone_Equality_MakeITFair_Corrected.pdf>

[Hämtat 12 april 2012]

Frandsen D. M., Rasmussen J. & Swart M. U., 2011. *What a Waste - how your computer causes health problems in Ghana*. [online] Tillgänglig från:

<<http://makeitfair.org/the-facts/reports/what-a-waste> > [Hämtat 12 april 2012]

H&M. *Bangladesh Developing Plan*. [online] Tillgänglig från: <<http://about.hm.com/content/hm/AboutSection/en/About/Sustainability/Reporting-and-Resources/Case-Studies/bangladeshplan.html>> [Hämtad 28 april 2012]

H&M. *Joint ban on sandblasting*. [online] Tillgänglig från:

<<http://about.hm.com/content/hm/AboutSection/en/About/Sustainability/Reporting-and-Resources/Case-Studies/Sand-Blasting.html>> [Hämtad 28 april 2012]

H&M. *For all children*. [online] Tillgänglig från:

<<http://about.hm.com/content/hm/AboutSection/en/About/Sustainability/Commitments/Communities/Community-Projects/All-for-Children.html>> [Hämtad 28 april 2012]

ISO

http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=42546

[Hämtad 10 april 2012]

Kakuli A. & Schipper I., 2011. *Out of focus - Labour rights in Vietnam's digital camera factories*. [online] Tillgänglig från:

<<http://fairtradecenter.se/sites/default/files/out-of-focus.pdf>> [Hämtat 12 april 2012]

Lindex. *Begränsningar av kemikalier*. [online] Tillgänglig från:

<<http://www.lindex.com/csr/sv/produktsaekerhet/kemikalier/>> [Hämtad 28 april 2012]

Lindex. *Leverantörssamverkan för bättre villkor*. [online] Tillgänglig från:

<<http://www.lindex.com/csr/sv/socialt-ansvar/leverantoerer/>> [Hämtad 28 april 2012]

Lindex. *Resultat - Uppförandekoden 2011*. [online] Tillgänglig från:

<<http://www.lindex.com/csr/sv/socialt-ansvar/leverantoerer/resultat-uppfoerandekoden-2011/>>

[Hämtad 28 april 2012]

Lindex. *Utmaningar med uppförandekoden - Risker och åtgärder*. [online] Tillgänglig från:

<<http://www.lindex.com/csr/sv/socialt-ansvar/leverantoerer/utmaningar-med-uppfoerandekoden/>

> [Hämtad 28 april 2012]

Zhang L., 2012. *China's Foxconn workers: from suicide threats to a trade union?*. [online]

Tillgänglig från:

<<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/jan/16/foxconn-suicide-china-society>>

[Hämtad 5 maj 2012]

10. Bilagor

Bilaga 1 - Intervjufrågor ställda till Elisabeth Ekener Petersen, Researcher på CESC, KTH

Intervju 16/3-2012

Med Elisabeth Ekener Petersen som jobbar som researcher på CESC - Center of Sustainable Communication, Kungliga Tekniska Högskolan.

Fråga 1

Vilket metoder/kontroller vet du om som svenska företag kan använda sig av?

Fråga 2

Vilka företag vet du om som sysslar med detta, finns det något som är bättre än dem andra, och varför är det bättre?

Fråga 3

Vilken av de metoder som används idag anser du vara mest "säker"?

Fråga 4

Vad finns det för hot mot att dessa metoder inte genomförs eller blir "positivt påverkade"?

Fråga 5

Under vilken del av en teknikprodukts livscykel utförs flest kontroller / läggs det mest energi på att kontrollera att normerna för socialt ansvar upprätthålls?

Fråga 6

Är ISO26000 en relevant riktlinje för att undersöka kontroller på, då det inte är en kravstandard?

Bilaga 2 - Intervjufrågor till Malin Möller, Seniorkonsult på GoodPoint.

Intervju 11/4-2012

Med Malin Möller som jobbar som Seniorkonsult på konsultföretaget GoodPoint.

Fråga 1

Hur ser GoodPoints arbete ut?

Fråga 2

Hur går GoodPoints fabriksbesök till?

Fråga 3

Har GoodPoint några samarbetspartners?

Fråga 4

Vilka är GoodPoints konkurrenter?

Fråga 5

Hur skulle du beskriva branschföretagens CSR-arbeten?

Fråga 6

Vilka är GoodPoints kunder?

Bilaga 3 - Tylleredes frågeguide

Frågor till Klimataktion

Frågorna är viktade (på nivå ett, två eller tre) utifrån hur viktigt det är att jag får svar på dem. Ordningen på de olika områdena motsvarar hur viktiga dessa är. Möjliga följdfrågor finns under huvudfrågan, markerade med indrag.

- Personuppgifter (namn, ålder mm om ej anonym)
- Får jag spela in intervjun?
- Vill du vara anonym?
- Kort beskrivning: jag gör det här för att jag vill undersöka hur nya sociala rörelser använder sociala medier. Det är alltså TS och sociala medier jag är intresserad av, inte din inställning/användning som privatperson.

Allmänt sociala medier och internet:

- (1)Vilka sociala medier använder Klimataktion?
- (1)Till vad använder ni (de olika soc medier som nämns i frågan innan)?
- (2)Nämn de största fördelarna ni ser med att använda sociala medier.
- (1)Vilka nackdelar ser/upplever ni med att använda sociala medier? (hur använder ni INTE vissa sociala medier. Mål - verktyg)
- (1)Hur viktigt tror du att internet är för er utbredning och medlemsvärvning? Varför?
- (2)Har ni fattat medvetna beslut kring soc medier eller "bara blev det så"?

Framtiden:

- (1)Finns det några sociala medier som ni inte använder idag som du tror att ni skulle ha nytta av? Vilka?
- På vilket sätt skulle de kunna användas? Dvs finns det saker ni skulle vilja göra som inte är möjliga med de verktyg ni använder nu?
- (2)Varför använder ni inte dessa då?
- (1)Hur tror du att ert använda av sociala medier kommer att se ut de närmsta 2-3 åren? Förändring?

Kommunikation:

- (1)Vilka andra kanaler (post, reklam, mail, affischer, möten mm) använder ni för att sprida information och ert budskap?
- (3)Vilken är er huvudsakliga kommunikationskanal?
- (2)Finns det någon skillnad mellan hur ni kommunicerar med folk inom rörelsen resp. med folk utanför den? Vilken? Varför?

