

Innehållsförteckning

| | |
|--|---|
| 1 Inledning | 3 |
| 1.1 Frågeställning..... | 3 |
| 2 Bakgrund..... | 3 |
| 2.1 Varför väljer svenska företag att etablera sig i Sydafrika?..... | 3 |
| 3 Resultat..... | 3 |
| 3.1 Vad gör företagen?..... | 3 |
| 3.2 Varför CSR? | 4 |
| 4 Slutsats | 5 |

Abstract

The investments and establishments of Swedish companies are constantly increasing in South Africa. The economy in the country is growing, simultaneously the society has to deal with many problems such as unemployment, criminality and that a large portion of the population is infected with HIV/Aids. The interest for Corporate Social Responsibility (CSR) has in the recent years increased. What do the Swedish companies in South Africa think about CSR? Do they think they have a responsibility for the local community where they work? Why do they have a responsibility? And what do they actually do? These are some of the questions we wanted to find the answers to in this study. We visited Swedish Match, ABB, SKF and Saab around Johannesburg and discussed these issues with them. Furthermore we met with African Institute of Corporate Citizenship (AICC), which is a South African NGO working with CSR related issues. The reasons for why the companies choose to come to South Africa are many. Among other things the market has a strong potential to grow bigger, the population is used to changes, it is the most developed country in Africa, the industries where Sweden is well renowned are also well developed in South Africa and the salaries are relatively low.

Projects that the companies are involved in are mostly HIV/Aids projects and various education programmes. Swedish Match differs somewhat from the others because of the progressive legislation against marketing of tobacco products in South Africa, which prevent them from promoting their name. Therefore the company focuses on social projects for their employees instead of projects in the local community. Swedish Match has for example its own clinic with a nurse working full time. All companies except Saab mention that they are involved in the HIV/Aids project called Swedish Work HIV/Aids Programme (SWHAP), which runs for three years and is financed by International Council of Swedish Industry (NIR), Sida, the Swedish union Metall and other Swedish companies. Both Swedish Match and ABB offer Adult Basic Education Training for their illiterate employees. Saab has externally education projects that aim to increase the education level in South Africa. Saab and ABB emphasize the importance to financially sponsor universities with a technical alignment, since South Africa is lacking people with technical skills. SKF also cooperates with schools and universities in order to make young blacks and children continue studying also on the higher levels, in a project called 'Investing for people'. None of the companies felt strongly about the idea of more legislation concerning CSR. The consequence would most likely be higher administration costs, motivation might go lost and not all companies have the same financial prerequisites to work with CSR.

One reason why companies work with CSR is that it means good PR for the company. But it is also an investment for the future. Therefore, ABB uses the locution Corporate Social Investment (CSI) instead of CSR. Good health care for the employees means less sick leaves and more training increases the productivity. In a longer run, projects for higher education and HIV/Aids are investments that assure the companies an employable labour force in the future. Additionally, by investing in the country the economy will grow and this is refunded to the companies when the purchasing power increases. There is a gap between the needs in the society and what the government manages to do. This gap needs to be filled by the companies. All the people we talked to agreed on this and for them CSR/CSI is a matter-of-course. Therefore, we consider their work to be sustainable, not only another marketing tool.

Corporate Social Bullshit. Rapport från studieresa till Sydafrika
Corporate Social Bullshit?

- eller en investering för framtiden?

1 Inledning

Den svenska närvaron i Sydafrika ökar. Idag har närmare 70 bolag etablerat sig i landet, med en koncentration kring Johannesburg. Det går relativt sett bra för Sydafrika, den ekonomiska tillväxten ökar och den svarta medelklassen blir snabbt större. Men Sydafrika brottas också med många problem, såsom hög arbetslöshet, en omfattande kriminalitet och en stor andel av befolkningen som insjuknar i HIV/Aids. Stat och Regering hanterar inte allt detta och en fråga som uppstår är om ett lands företag bör ta ett ansvar när regeringen fallerar.

De senaste åren har diskussionen kring Corporate Social Responsibility (CSR), dvs företagens ansvar för sociala problem, ökat. En internationell standard utarbetas och lagstiftning på området diskuteras. Frågan kan tyckas okontroversiell, men röster höjs som menar att företag enbart skall ägna sig åt att skapa (kortsiktig) vinst till aktieägarna och inte satsa pengar på sådant som omfattas av statens ansvar.

1.1 Frågeställning

Hur ställer sig svenska företag i Sydafrika till CSR? Anser de att de har ett ansvar för det lokalsamhälle de verkar i? Om så, varför anser de att de har ett sådant ansvar? Och vilket ansvar tar de?

Vi skickade ut en förfrågan om att diskutera våra frågor till Swedish Match South Africa (Swedish Match), ABB South Africa (Pty) Ltd (ABB), SKF South Africa (Pty) Ltd (SKF), Saab Avitronics (Saab), Sandvik och Ecoplug. Sandvik valde att inte svara medan Ecoplug inte önskade diskutera sitt eventuella ansvar med oss. Vi träffade de fyra förstnämnda företagen samt AICC (African Institute of Corporate Citizenship), en icke-statlig sydafrikansk organisation som arbetar med CSR.

2 Bakgrund

2.1 Varför väljer svenska företag att etablera sig i Sydafrika?

Enligt exportrådet i Sydafrika väljer svenska företag att etablera sig där på grund av flera anledningar. Sydafrika är en intressant marknad med en stark ekonomisk tillväxt (14 procent första kvartalet 2006 jämfört med tidigare fyra procent) och potential att växa ännu mer. Den växande svarta medelklassen blir också allt mer köpkraftig. Sydafrika är det mest utvecklade landet i Afrika och en viktig språngbräda till övriga Afrika. Dotterbolag som etablerar sig här har hela södra Afrika som sin potentiella marknad. En annan viktig faktor är att områden där Sverige har starka leverantörer, som till exempel sjukvård, energi, stål, IT och telekommunikation är områden och industrier som redan är väl utvecklade i Sydafrika. Flera av de företag vi talade med poängterade också att löneläget i Sydafrika ligger relativt sett lågt jämfört med svenska löner.

3 Resultat

3.1 Vad gör företagen?

Under våra intervjuer berättade representanter från bolagen om olika projekt de är involverade i. Nedan några exempel på vad de gör inom ramen för CSR. De viktigaste frågorna verkar vara HIV/Aids problematiken och den låga utbildningsnivån.

Corporate Social Bullshit. Rapport från studieresa till Sydafrika

Swedish Match

Swedish Match får inte, på grund av den hårda sydafrikanska lagstiftningen avseende tobaksprodukter, marknadsföra sig och de anser därmed att de inte kan delta i sociala projekt utanför sin egen verksamhet. Swedish Match fokuserar därför på sin egen personal. Företaget har en egen sjukvårdsklinik, med en heltidsanställd sjuksköterska, där de anställda erbjuds gratis primärvård, årlig hälsokontroll, kostrådgivning och vård vid arbetsskador. De driver också ett HIV/Aids program, för att öka medvetenheten om sjukdomen och för att folk i större utsträckning ska (våga) testa sig. Programmet som heter Swedish Work HIV/Aids Programme (SWHAP) är ett 3-årigt projekt som finansieras och drivs av Näringslivets Internationella Råd, SIDA, Metall och flera svenska företag i Sydafrika. Bolaget har bland annat använt sig av en teatergrupp som genom skådespel gestaltar vad som händer när man drabbas av HIV/Aids. Denna informationsmetod är mycket uppskattad och de planerar att fortsätta informera på detta sätt. En stor del av deras personal är analfabeter och bolaget erbjuder även grundläggande skriv- och läsutbildning på engelska. Undervisningen sker både under och efter arbetstid för att få motiverade studenter. Ett projekt som kanske snarare är ett marknadsföringsknep, men som också ger arbetstillfällen är att de delar ut gratis cyklar till arbetslösa, som de får använda för att åka ut i kåkstäderna och sälja Swedish Match produkter.

Saab

Saab arbetar mycket med utbildningsprojekt för att försöka förbättra landets utbildningsnivå. De har t.ex. ett "education program" bland fattiga gatubarn och sponsrar svarta och fattigas utbildningar. Eftersom det tekniska kunnandet är dåligt i Sydafrika bistår Saab med viss teknisk utrustning till skolor i Kapstaden och sponsrar särskilt universitet med teknisk inriktning. Till de anställda erbjuder Saab universitetsstöd: Företaget betalar i vissa fall en students utbildning, cirka 40 000-50 000 Rand för en utbildning på fyra år. Då förbinder sig mottagaren samtidigt att arbeta fyra år på Saab. Om han inte blir godkänd på utbildningen eller om han inte arbetar tiden ut måste han betala utbildningens kostnad, annars inte. De anställda erbjuds också företagshälsövård. Saab stödjer även projekt som arbetar med HIV/Aids och cancerdrabbade.

ABB

ABB erbjuder utbildning både internt och externt vilket ska leda till ökad sysselsättning i Sydafrika. Internt har de "Adult Basic Education Training", där de anställda som är analfabeter får lära sig att läsa och skriva. För att öka det tekniska kunnandet i landet och göra utbildningarna mer arbetsmarknadsanpassade bidrar ABB både med ekonomisk finansiering och med rådgivning för att utveckla högskolorna i Sydafrika. Även ABB är med i HIV/Aids projektet SWHAP. Ett av de första projekten ABB började med, som inte bara är ett socialt projekt utan tillhör deras arbetsuppgifter, var att elektrificera hushållen i kåkstäderna. I dagsläget har 75 procent av hushållen elektricitet. ABB installerar inte bara utan visar också hur det ska användas och fungerar. Installationen av elektricitet bidrar till att få igång näringsverksamheten och utvecklingen i landet. Bolaget går in kraftigt i enstaka projekt. Exempel på sådana projekt är hjälp till handikappade och barn som förlorat sina föräldrar i Aids.

SKF

SKF driver en rad olika sociala projekt, både internt för de anställda och externt i lokalsamhället. Projekten avser främst utbildning och HIV/Aids, SKF deltar bland annat i SWHAP. Företaget skickar lovande personer, inte bara anställda, utomlands för att ge dem utbildning och erfarenhet. Alla anställda får även fem dagars betald vidareutbildning varje år. I ett projekt som kallas "Investing for People" samarbetar företaget med skolor och universitet för att få svarta barn och unga att vilja studera vidare. Ett annat projekt driver SKF tillsammans med kyrkan för att hjälpa föräldralösa barn; så kallade SKF houses. Förutom att ge ekonomiskt stöd uppmuntrar bolaget de anställda att delta som volontärer.

3.2 Varför CSR?

Vad är det som får företag att satsa pengar och andra resurser på sociala projekt för de anställda och för andra människor i lokalsamhället? Varför väljer företag att lägga resurser och tid på ett aktivt CSR-arbete i en utsträckning de inte måste? Företagen gav en entydig bild om behovet av att ta ett socialt ansvar i länder som Sydafrika och berättade varför de väljer att ta detta ansvar. Ansvaret omfattar inte bistånd, vilket de endast ansåg bidra till passivitet och i värsta fall korruption.

Dels är de bundna av de svenska moderbolagens etiska riktlinjer, miljöpolicy och uppförande koder. Dels kräver moderbolagen att de även följer ILO-konventionerna och de sydafrikanska

Corporate Social Bullshit. Rapport från studieresa till Sydafrika arbetsrättslagarna. Men framför allt väljer ledningen för företagen att ta ett socialt ansvar för att de verkligen vill och för att en bra CSR-policy ger företaget goodwill och bra PR. Företagen anser att de har mycket att vinna på ett bra CSR-arbete. Genom att engagera sig i sina anställda och satsa pengar på interna projekt som ger de anställda utbildning, bra arbetsmiljö och goda arbetsförhållanden, får man färre sjukskrivningar och anställda som trivs, vilket höjer produktiviteten och därmed företagets vinst. När det gäller externa projekt handlar det mer om arbete på lång sikt. Genom att satsa pengar på utbildning för barn och unga i lokalsamhället eller genom att ge teknisk utrustning till skolor och universitet höjs utbildningsnivån i landet och företaget kan på sikt få den arbetskraft de är i behov av. Av samma orsak väljer många företag att engagera sig i projekt för att minska spridningen av HIV/Aids. Om de inte arbetar med Aids-sjuka så kommer deras anställda och framtida potentiell arbetskraft och köpkraft att dö och försöker de inte stävja kriminaliteten kommer det att bli svårare att locka investeringar till landet etcetera.

Ett genomgående svar är att det gäller för företagen att ge något tillbaka till det samhälle där de är verksamma och att "redress the imbalance of the past". Eller som Per Wanland på ABB uttrycker det – "CSR handlar om företagets ansvar att fylla gapet mellan det behov som finns att täcka i samhället och vad staten förmår att göra." Någon måste alltså ta ett ansvar, och om både företagen och staten gör det så kommer utveckling att främjas och Sydafrika kommer att lyftas ur sin fattigdom snabbare än om bara en part dvs. staten tar ansvaret. ABB ansåg vidare att: "Om alla bolag bistod med ett par projekt skulle det bli en generell höjning i landet". Eller som Florence på Saab sa: "It is our responsibility and duty to help developing the community in South Africa. We cannot afford not to attend".

4 Slutsats

Företagen vi talade med anser alltså att det är självklart att de har ett ansvar, inte bara för sina anställda utan även gentemot det övriga sydafrikanska samhället. Självklart kan vi inte säga om företagen verkligen känner ett ansvar eller om de endast önskar uppfattas som ansvarstagande men vår uppfattning är att deras arbete verkar genuint. De är intresserade av det samhälle de lever i, inte bara av att företaget skall maximera sin kortsiktiga vinst. Och bakom tomma ord som "it is the right thing to do" (ABB, SKF) visar sig ett omfattande engagemang och genomarbetade program. Men visst är det också bra marknadsföring.

Lagstiftningen i Sydafrika är progressiv, vilket innebär att CSR också blir en naturlig del av företagets policy. Flertalet av företagen är dock negativa till att lagstifta mer på området eftersom det enligt till exempel Saab kan leda till att glädjen i engagemanget hämmas och det kan skapa problem med bland annat korruption om företagen måste välja. Nu kan de välja sina egna projekt och engagera sig i det som företaget tycker är viktigt. Byråkratin skulle öka och därmed blir även administrationskostnaderna högre. En inte helt oviktig faktor i sammanhanget är också att bolag ser olika ut och har därmed olika förutsättningar för att engagera sig i CSR.

Nackdelar som vi har diskuterat är ifall företag får för stor makt och det i sin tur kan leda till att landets styre blir (än mer) passivt, vilket också kan öka risken för exempelvis korruption. Företagen ansåg dock att det är en fördel för företagen om staten fungerar bra, då det går snabbare att mötas i det ovan nämnda gap som finns i Sydafrika. Ett större ansvar från båda sidor leder till snabbare tillväxt för både företag och stat.

Ju mer vi såg av vad de svenska företagen gjorde för sina anställda och lokalsamhället desto mer övertygade blev vi om att CSR är ett bra sätt att utveckla ett land på när regering och stat inte hanterat alla problem. Sydafrika är ett stort land med en komplex historia och många fattiga och vi tror att företagen behövs för att skynda på utvecklingen i Sydafrika mot det något bättre. Vi vet ju alla till exempel hur regeringen hanterat HIV/Aids-frågan och det är en av de frågor som företagen satsar allra mest på. Behoven finns.

ABB använder sig inte av termen CSR utan CSI, dvs Corporate Social Investment. De talar om investering istället för ansvar för att de anser att om man tar ett socialt ansvar är det en investering också för företagets framtid.

Vi håller med.