

This is an electronic reprint of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

Hållbar utveckling och ekonomiskt värdeskapande: Syskonskap eller fiendskap?

Lindfelt, Lise-Lotte

Published: 01/01/2006

Document Version
Final published version

Document License
CC BY-NC-ND

[Link to publication](#)

Please cite the original version:

Lindfelt, L.-L. (2006). *Hållbar utveckling och ekonomiskt värdeskapande: Syskonskap eller fiendskap?* (Research Papers in Business Studies from Åbo Akademi University; No. 1).

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.


Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

RESEARCH PAPERS IN BUSINESS STUDIES
1

LISE-LOTTE LINDFELT

HÅLLBAR UTVECKLING OCH EKONOMISKT VÄRDESKAPANDE:
SYSKONSKAP ELLER FIENDSKAP?



ÅBO AKADEMI UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS
FEK.ABO.FI

Research Papers in Business Studies from Åbo Akademi University
ISSN: 1796-2730

Lindfelt, Lise-Lotte (2006): "Hållbar utveckling och ekonomiskt värdeskapande:
Syskonskap eller fiendskap?", Research Papers in Business Studies from Åbo Akademi University #1,
Åbo: Åbo Akademi. ISBN: 952-12-1674-3

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/>
or send a letter to
Creative Commons, 559 Nathan Abbott Way, Stanford, California 94305, USA.

Hållbar utveckling och ekonomiskt värdeskapande: Syskonskap eller Fiendskap?

Lise-Lotte Lindfelt

Abstract

Kvartalskapitalism, marknadskonkurrens och jakten på marknadsandelar företräder en del av det ekonomiska tänkandet som inte nödvändigtvis tar hållbar utveckling i beaktande. Snarare kan man ana en fiendskap mellan lägren. Hur skall man då förstå de som hävdar att hållbar utveckling gynnar ekonomiskt värdeskapande? Artikelns syfte är att utifrån litteraturen diskutera hållbar utveckling och ekonomiskt värdeskapande ur en företagsindustriell kontext. Detta görs genom en litteraturgenomgång, vilken innehåller akademiska ansatser från olika perspektiv. Den gemensamma nämnaren är litteratur i skärningspunkten mellan strategi, värdeskapande, hållbar utveckling, företagsetik, globala affärsnätverk samt skogsindustri. Genom att analysera olika vetenskapliga bidrag, påvisas hur skogindustrin mognar mot en hållbar utveckling, i vilken drivkrafterna utgörs bl.a. av starka institutionella krafter. Dessa institutionella aktörer ses som delar i industriella affärsnätverk, varför dess roll måste beaktas i ett ekonomiskt värdeskapande. På en global nivå blir företagsetiken och en hållbar utveckling aspekter som spelar en stor roll i ekonomiskt värdeskapande. Sålunda är artikelns största bidrag själva forskningsöversikten, vilken utmynnar i en efterlysning av mera forskning kring syskonskapet hållbar utveckling och ekonomiskt värdeskapande för att förstå industriella företag på den globala marknaden.

Centrala begrepp: strategi, industriella affärsnätverk, värdeskapande, globalisering, hållbar utveckling, företagsetik

Innehållsförteckning

1	<i>Introduktion</i>	3
1.1	Definitioner; strategi, nätverk, värdeskapande och globalisering	4
1.2	Definitioner: hållbar utveckling, CSR och företagsetik	5
2	<i>Skogsindustrins utveckling: Stora Ensos kontext</i>	6
2.1	En globalisering av skogspolitiken i Finland	7
2.2	Mot en hållbar utveckling	9
2.3	Stärkta roller bland icke-affärsmässiga aktörer	10
3	<i>Institutionella drivkrafter för hållbar utveckling</i>	11
3.1	En nationell och internationell politisk agenda	11
3.2	Europeiska Unionen och företagsetiska riktlinjer genom CSR	12
4	<i>Etiskt inbäddande i affärsnätverk</i>	13
4.1	Avsaknande av den etiska länken i nätverksteorin	13
4.2	Inbäddande som begrepp i senare INT-studier	15
4.3	Ett behov av nya perspektiv på inbäddande i affärsnätverk	16
5	<i>Globalisering och etik</i>	16
5.1	En global marknadsekonomi innebär svårigheter för en etisk utveckling	16
5.2	Den nuvarande företagsetiken är 90-talets frukt	18
6	<i>Strategiskt värdeskapande av humanistiska värden</i>	19
6.1	Företagsetik inom företagsekonomi	19
6.2	Bakom företaget står människorna som företagsetiska aktörer: humanistiska synsätt	21
6.3	Företagets ansvar som aktör	23
6.4	Förtroende och socialt kapital – exempel på andra mjuka värden	25
7	<i>Om global värdeskapande strategi</i>	26
7.1	Etik är en värdeskapande strategi för företag	26
7.2	Värdeskapande i skogsindustrin: en traditionell ansats	28
8	<i>Sammandrag</i>	29
	<i>Referenser</i>	31

1 INTRODUKTION

Hållbar utveckling är ett begrepp som många associerar direkt till miljöfrågor och utsläppskvoter. Den ekologiska aspekten av en hållbar utveckling har etablerat sej starkt hos gemene man. Men till begreppet hör även andra aspekter som är lika viktiga för att utvecklingen skall vara hållbar (t.ex. Juholin 2004). Den ekonomiska aspekten är t.ex. i företagsvärlden grundbulten för att ett företag skall hållas bärkraftigt. Likaså är människonära aspekter centrala, t.ex. frågan om löntagarnas arbetsomständigheter såsom lön, arbetstid och drägliga förhållanden. Även företagets ansvar i det omgivande samhället anses vara en central del i en hållbar utveckling.

Kvartalskapitalism, marknadskonkurrens och jakten på marknadsandelar företräder en del av det ekonomiska tänkandet som inte nödvändigtvis ser till en hållbar utveckling. Skall man då se hållbar utveckling som en politiskt korrekt utopi i det västerländska ekonomiska klimatet? Råder fiendskap mellan synen på en bärkraftig utveckling och en ekonomisk tillväxt? Eller kan man tänka sej att en hållbar utveckling och ett ekonomiskt värdeskapande har starka gemensamma band, är begreppen att betrakta som ett syskonskap? Artikelns syfte är att utifrån litteraturen diskutera hållbar utveckling och ekonomiskt värdeskapande i en företagsindustriell kontext. Som utgångspunkt tas världens äldsta företag, finsk-svenska Stora Enso (Normann 2001), vilket gör att skogsindustrin står i naturlig fokus. En stor del av litteraturen som diskuteras är också från Finland och Sverige. Teoretiskt kritiseras den industriella nätverksteorin för att den saknat studier som tar en hållbar utveckling på allvar. Artikeln för däremot fram exempel på ansatser till studier som ser syskonskapet mellan dessa begrepp och som framhåller en etiskt hållbar företagsstrategi. I en sådan sammanfaller åtminstone en ekonomisk, en samhällelig och en ekologisk bärkraftighet till en god företagsstrategi.

Genom att basera argumenten på akademisk och annan relevant samt aktuell litteratur vill jag med litteraturgenomgången visa på följande:

- ❖ En av de finländska viktigaste industriernas mognande mot en hållbar utveckling, där fokus utgörs av en central aktör, Stora Enso.
- ❖ Starka institutionella drivkrafter mot en hållbar utveckling, dessa institutioner är också centrala institutionella aktörer i industriella globala nätverk.

- ❖ Studier med nätverksansats (dvs. IMP-traditionen) som tar upp inbäddande saknar den etiska dimensionen, men däremot har många en stark koppling till global affärsverksamhet.
- ❖ Globaliseringen och företagsetiken relaterar nära – en relation som långt har negligerats i IMP-studier.
- ❖ Det finns många ansatser till (strategiskt) värdeskapande av mjuka, humanistiska värden – dessvärre saknas denna applikation långt i IMP-studier.
- ❖ Däremot har IMP-studier en väldigt stark anknytning till begreppet och konceptet ekonomiskt värdeskapande.

De centrala begreppen i studien är sålunda etik, strategi, värdeskapande och den företagsekonomiska kontexten. I denna skärningspunkt ligger också artikelns bidrag, vilket utgörs av en litteraturgenomgång. Denna bildar en konceptuell diskussion och en teoretisk kritik av förhållandet mellan hållbar utveckling och ekonomiskt värdeskapande, vilket förtydligas genom att teoretiskt ta avstamp i den industriella nätverksteorin.

1.1 Definitioner; strategi, nätverk, värdeskapande och globalisering

Strategi definieras som ett medvetet mönster av handlingar som påverkar hur företaget når sina mål i dess växelverkan med aktörer på olika nivåer i omgivningen (Lindfelt 2004: 13). I denna växelverkan ser jag företaget som **inbäddat** i ett nätverk av relationer, såväl affärsmässiga som andra typs relationer, t.ex. med politiska aktörer, media, folk, etc. (Hadjikhani 1996). Relationerna är inbördes länkade i en struktur som utgör företagets nätverk. För ett företag är det viktigt att sköta sina relationer så att det kan positionera sig fördelaktigt i sitt nätverk. Mattsson (2003) ser marknader som nätverk, vari marknaden är en multidimensionell dynamisk struktur för relationer och aktiviteter mellan aktörer, vilka kontrollerar olika resurser. I dessa relationer sker utbyte och man skapar därigenom värde. **Värdeskapandet** är en central process och drivkraft i affärsrelationerna. Värde på affärsmarknader är det monetära värdet som fås från ekonomiska, tekniska, servicemässiga och sociala fördelar, vilka en kund får i utbyte för det pris som den betalar för ett marknadserbjudande (Anderson & Narus 1999: 5). Värde skapas gemensamt i relationen mellan två eller flera aktörer (Ramírez 1999, Ulaga 2001, Walter, Ritter & Gemünden 2001). IMP-gruppen är en forskargemenskap som fokuserar på s.k. **industriella nätverk**, i vilka interaktionen mellan aktiviteter, resurser och aktörer bildar tre centrala delar (t.ex. Ford 1990, 1997). Ytterligare en viktig del av IMP-gruppens fokus

ligger på att undersöka positioneringskonceptet för att förstå strategiska handlingar hos företaget (Seyed-Mohamed & Bolte 1992, Möller & Wilson 1995, Håkansson & Snehota 1990). Mattsson (2003) ser att en marknad globaliseras när det sker ett tilltagande ömsesidigt beroende mellan aktiviteter och dess resultat på olika rumsligt spridda nationella marknader. Jain och Srinivasans (2004: 3) definierar **globalisering** som den process i vilken världsekonomin förändras från en uppsättning av flera nationella och regionala marknader till en gemensam marknad. En sådan global marknad öppnar för en förståelse av en hållbar utveckling och en gemensam etik i globala affärsnätverk. Som Heinonen, Pelkonen och Saastamoinen (2002: 1) framhåller:

To comprehend the importance of interconnectedness we must realise that the developing countries have a significant impact on the world's development, although it is not easy to perceive it if we define development solely in the concrete material, economic, social or even security terms. They change the world on also the level of culture and its ethics.

Det är på sätt och vis anmärkningsvärt att IMP-traditionen kommit så nära etik via sin nätverks- och marknadsförståelse i kombination med synen på globalisering. Trots detta, har IMP-traditionen inte på allvar försökt förstå hur växelverkan och inbäddandet oundvikligen får konsekvenser för etik och hållbar utveckling.

1.2 Definitioner: hållbar utveckling, CSR och företagsetik

En utveckling som tillgodoser de aktuella behoven utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov är enligt den s.k. Brundtland Rapporten (*Our Common Future* 1987) en **hållbar utveckling**. Med detta menar man tillväxt och förbättrade levnadsvillkor för alla såväl nu som i framtiden, samt ekonomiska framsteg och nytt välbefinnande på lång sikt. På senare tid har många företag antagit den så kallade Triple Bottom Line, vilken saknar översättning på svenska. Den syftar till tre resultatområden i företaget och lanserades av Elkington (1999). De tre områdena kategoriseras av tre slags ansvar: ekonomiskt ansvar, miljöansvar och samhällligt/socialt/etiskt ansvar. Som Kuisma (2003: 219) tillägger, hör hit också en kulturell hållbarhet som ett mål i uppfyllandet av dessa ansvarsområden (även Juholin 2004: 14). En hållbar utveckling kan också vara strategisk, vilket framkommer i definitionen av strategi som ges av en av de största hållbarhetsindexen för investerare, Dow Jones Sustainability Indexes, DJSI, (2003).

Corporate Sustainability is a business approach that creates long-term shareholder value by embracing opportunities and managing risks deriving from economic, environmental and social developments. (Dow Jones Sustainability Indexes 2003)

Bland företagen är **CSR (corporate social responsibility)** en populär term för att beskriva företagets sociala eller samhällliga ansvar (t.ex. Donner-Amnell 2003). I sin Grönbok *Främjande av en europeisk ram för företagens sociala ansvar* definierar Europeiska kommissionen CSR som ”ett begrepp som innebär att företagen på frivillig grund integrerar sociala och miljömässiga hänsyn i sin verksamhet och i sin samverkan med intressenterna” (2001: 6). En sådan definition uppmuntrar till en s.k. *stakeholder* ansats, eller intressentmodell. Enligt en bred definition är CSR relationen mellan det globala storföretaget, nationers regeringar och individuella medborgare (Crowther & Rayman-Bacchus 2004: 2-3). Denna definition CSR liknar till många delar synen på ett företags inbäddande enligt IMP-traditionen (ovan). I Finland är CSR

Artikeln använder genomgående företagsetik synonymt med ovanstående definition på CSR, vilket jag anser missvisande p.g.a. den *sociala* delen av termen. Till **företagsetik** inkluderar jag också andra begrepp som ofta sammanblandas eller synonymt används med företagsetik. Hit hör förutom CSR, i viss mån hållbar utveckling, företagets ansvar, företagets medborgarskap transparens, *Corporate Responsibility*, *Corporate Accountability*, *Sustainability* etc. Det viktiga är att företaget strävar mot något som man uppfattar som moraliskt gott – av någon orsak. Företagsetik definieras ofta från en moralfilosofisk utgångspunkt, dvs hur man *anser* att företaget moraliskt skall handla. Jag använder hellre definitionen av Gaumnitz och Lere (2002: 35) som menar företagsetik är den delen av etik som är applicerbar på företagsvärlden. Sålunda är det kontexten (företag) som är avgörande för att tala om företagsetik (också Brytting & Egels 2004:7, Pearson 1995). Slutligen, kan ett företag vara **etiskt hållbart**? Jo, jag anser att ett företag som genom valfrihet upprätthåller etiska normer som en del av verksamheten, antingen p.g.a. strategiska eller andra (t.ex. juridiska) motiv kan anses vara etiskt hållbara ur en instrumentell (inte moralfilosofisk) synvinkel.

2 SKOGSINDUSTRINS UTVECKLING: STORA ENSOS KONTEXT

Näsi, Ranta och Sajasalo (1998) har studerat den finländska skogsindustrins utveckling under åren 1985-1996. Studien begränsar sig till Finland som nationalstat, för vilken skogsindustri har – och har haft - en central roll. De skriver (1998: 1):

Skogsindustrin är i historisk granskning en mycket betydelsefull del av Finlands ekonomi och utgör en stor del av inkomstkällan från finsk export. Man kan knappast hitta någon annan stat som skulle vara lika beroende av skogsindustrin som vårt fosterland har varit.¹

Denna betydelse har under årens lopp format folkets värderingar och åsikter. Näsi m.fl. menar att det t.ex. är ett vedertaget värde i nästan alla folklager att trygga skogsindustrins utveckling och existens. Den tidsperiod som forskarna granskar karaktäriseras som en omtumlande 12-års period såväl inom finskt näringsliv som inom skogsindustrin. Strukturellt, t.ex. inom ägande, skedde långtgående förändringar relativt snabbt. För Stora Ensos del inkluderade förändringarna fusioner, försäljningar och uppköp med bolag som Metsä-Karelia, Tervakoski, Ahlström, Veitsiluoto, Schauman och Tampella (Näsi m.fl. 1998). Detta ledde så småningom till att Stora och Enso sammangick till det nya Stora Enso år 1998.

2.1 En globalisering av skogspolitiken i Finland

Lehtinen (2004) skriver i en artikel om globaliserade skogsföretag hur regionala och globala utvecklingsfenomen samfällt och i växelverkan leder till en allt mer komplicerad helhetsbild. Man kan jämföra hans tankar med idén om glocalisering² (t.ex. Kristensson Ugglå 2002, Svensson 2001, Pries 2005, Robertson 1995). Lehtinen ser att den finländska skogspolitiken tog ett stort steg mot internationalisering – och globalisering – på 1990-talet. Detta var en följd av 80-talets miljöpolitiska diskussioner, företagsköp, samt utlokaliseringar. Början av 90-talet såg kraftig betoning på utvecklingsarbete, export och kunnande i skogsbranschen. Lehtinen ser att Finland härifrån och framåt deltagit aktivt i globaliseringen. Han nämner fyra större utvecklingsprocesser som lett till en globalisering av skogspolitiken i Finland. Lehtinen (2004: 246) menar att dessa är:

- I. Globaliseringen av skogsföretagens ägande och verksamhet på flera olika nivåer
- II. Det gemensamma intresset samt samverkan för/mellan skogsfrågor och världsvida miljöproblem
- III. Betoning på lokala alternativ för skogens och träets användning i globaliseringskritiken

¹ På finska: ”Metsäteollisuus on näet historiallisesti tarkasteltuna ollut erittäin merkittävä Suomen talouden osa ja vientitulojen lähde Suomelle. Tuskin on löydettävissä toista valtiota, joka olisi yhtä riippuvainen metsäteollisuudesta kuin kotimaamme on ollut.”

² Glocaliseringen avser utvecklingen där såväl den lokala som den globala regionen poängteras, på bekostnad av den nationella.

IV. Upplevelseturismen, naturturismen och skogarnas immateriella värden som grund för accelererande branding av densamma

Flera studier indikerar att skogsindustrin i Finland tenderar att följa en s.k. ”stakeholder” approach (Rytteri 2002, 2004a, Donner-Amnell 2004, Vehkaperä 2003). Donner-Amnell använder t.o.m. termen ”den nordiska skogsindustriella modellen”. Även om Finland, Sverige och Norge skiljer sej åt i fråga om skogsektor och industri, hävdar han att likheterna och gemensamma karaktäristika ger orsak att tala om en nordisk skogsindustriell modell (2004a: 229). Denna baseras långt på intressentmodellen³, vilken han menar är det vanligaste sättet att förstå CSR på. Typiskt för de nordiska länderna med sina välfärdsmodeller är att samhället tar ett relativt stort ansvar och att fackföreningarna är ganska starka. I jämförelse mellan de tre länderna, är Finland det land som både traditionellt och än i dag är det som är mest beroende av sin skogsindustri (också Näsi m.fl. 1998). Donner-Amnell ser att åren 1980-1990 var det decennium när den nordiska skogssektorn blev internationell. Rytteri (2004a) håller med, och tillägger att en stor drivkraft i ansvarsfrågor var just denna utveckling. Vid tidpunkten upplevde miljöförespråkare och konsumentgrupperingar att skogsföretagen handlade oansvarigt. Som en direkt konsekvens, informerades grupperingarna skogsföretagens kunder om den oetiska verksamheten. Därför blev också mitten av 90-talet karaktäriserat av biodiveristets-strategier och annan verksamhet för en hållbar skogsindustri. Denna utveckling har ökat under de påföljande åren och Stora Enso, UPM och svenska SCA är numera bland de största skogsföretagen i världen, enligt Donner-Amnell (2004). Han vill inte kalla något av dessa globala, eftersom han hävdar att 70-80 % av dess omsättning är europeisk. Sålunda skulle det enda nordiska globala skogsföretaget vara Norske Skog. Han jämför nordiska företag med konkurrenter i Nordamerika och Asien och argumenterar att de nordiska företagen har internationaliserat mera både när gäller produktion och verksamhet. Donner-Amnell ger sparsamma empiriska data som stöder sin poäng, vilket är en svaghet i studien. Rytteri (2004a: 73) använder inte heller termen global, men gärna termen transnationellt storföretag (ylikansallisia suuryrityksiä). Sålunda intar Lehtinen (2004) ovan, Donner-Amnell (2004), och Rytteri (2004a) olika ståndpunkter till begreppet global i förhållande t.ex. till Stora Enso som företag.

³ Intressentmodellen tar i beaktande de aktörer som har ett intresse i företaget, eller som företaget har ett intresse i. Flertalet företagsetiska studier använder sej av intressentmodellen för att förstå ansvaret mellan företaget och dess omgivning (t.ex. Freeman 1984, 1994, 2000, Kujala 2001, Treviño & Nelson 1999, Näsi 1991, Laczniaik & Murphy 1993)

När man vill förstå vikten av etik i finländsk skogsindustri, är en antologi av central betydelse: *Metsät ja eettinen argumentaatio* (Erkkilä, Heinonen & Saastamoinen (red.) 2004). Boken behandlar etiska värden, värderingar och dess mening i filosofisk, politisk och ekonomisk diskussion i Finland. Författarna representerar skilda akademiska discipliner, med skog och etik som gemensam nämnare. Flera av studierna som nedan tas upp är publicerade i denna antologi.

2.2 Mot en hållbar utveckling

Saastamoinen (2004) gör en historisk tillbakablick kring begreppet hållbarhet. Han menar att tankar på hållbar utveckling i skogsindustri har förekommit i Europa sedan Medeltiden. Exempel påträffas i England, Frankrike och Tyskland. En systematisk utveckling av hållbar skogsindustri tog sin start i Tyskland i slutet av 1700-talet och i början av 1800-talet. Två olika förklaringar finns till detta – vilka motsäger varandra. Den första utgår från att Tyskland vid tidpunkten var ett stabilt samhälle som ville försäkra sej om tillgång till råmaterial. Politiskt ville man gynna en utveckling på lång sikt. Den andra förklaringen utgår däremot från att det var turbulens i samhället, som resultat av krig samt samhällliga och ekonomiska förändringar. Detta instabila tillstånd gav grunden till ett systematiskt förhållningssätt till hållbar utveckling. Samma förklaring används av forskare när man vill förstå den hållbara utvecklingen i USA, hävdar Saastamoinen. Den tog sin början senare än i Europa, först i slutet av 1800-talet, då som en motreaktion mot stora avverkningar och sågindustrins ”cut and go”-policy. Saastamoinen ser ändå en gemensam grund i båda förklaringarna: en brytningstid. Denna, på sätt och vis samfälliga förklaring, ger en tolkning till varför etik har blivit ett aktuellt diskussionsämne i företag och regioner där globaliseringen gjort störst inverkan. Ekonomisk och värde(rings)mässig instabilitet samt informationsteknologi och en allt snabbare takt har skapat turbulens i samhället. Detta medför att traditioner ersätts av en modern och postmodern existens för företag och samhälle. Saastamoinen hävdar att det är inte längre är självklart vilka värderingar som skall vara basen för beslut och mål, varpå etiska principer erövrar mark som rättesnöre i beslutsfattande och management av företag (även Lindfelt 2004). En snabb takt på beslutsfattande skapar fartblindhet, vilket också har konstaterats av andra forskare, t.ex. Gustafsson (1988) och Kristensson Uggla (2002). Den senare skriver att man samtidigt kan skönja en större massa tvärsäkra fundamentalister och konfysa cyniker – i samexistens.

Rytteri (2004a) deltar även han i en historisk rekonstruktion av hållbar skogsindustri. Han menar att de tidigaste tecknen på en nationell hållbar skogsindustri dateras till 1800-talet. Forststyrelsen (Metsähallitus) grundades 1859, med huvuduppgift att främja en hållbar skogsindustri och värna om att skogen inte försvinner. Finländsk lag från år 1886 innehåller för första gången klara referenser till hållbar skogsindustri. Saastamoinen (2004) hävdar att detta är mest retorik och så förblev i långa tider – vilket man ännu kan se i många andra länder. Åtminstone hade man år 1999 i Finland tagit ekologisk hållbar utveckling på allvar. Finland erövrade då en andra plats i Världsnaturfondens (WWF) jämförelse av hållbart förhållningssätt till nationens skogsbestånd. Detta betyder ändå inte automatiskt att Finland har varit ett idealt land i dessa frågor. Starka miljökritiker har tagit plats under de senaste 35 åren, skriver Saastamoinen och identifierar flera vågor i denna kritik. Först kom ett ekologiskt perspektiv – att inte avverka mera än tillväxten kunde ge. Medlet av 1990-talet förde med sej en tredelad hållbarhet i skogsindustriella frågor. På ministernivå utvecklades kriterier och indikatorer på ekonomisk, ekologisk och samhällelig hållbarhet. Dessa kan ses som en direkt utveckling av Rio-konferensen⁴ och den påföljande Helsingfors-konferensen⁵ året efter (också Rannikko 2004). År 2002 antog Metsähoitajaliitto⁶ etiska principer, vilka kan ses som ett gott exempel på en professionell etik inom skogsindustrin (Saastamoinen 2004).

2.3 Stärkta roller bland icke-affärsmässiga aktörer

På kommande är också en doktorsavhandling om finländsk skogspolitik och värderingar i den politiska beslutsprocessen (Rantala 2004). En central roll i finländsk skogspolitik har traditionellt spelats av organisationer företrädde av industrin eller markägarna. Först på senare tid har också andra intressegrupperingar och NGOs (non-governmental organization), speciellt miljögrupperingar, tagit del av den politiska dragkampen. Rantala bedömer i sin forskning att dessa rörelser har erövrat stora områden i finländsk skogspolitik, men hävdar att det är svårt att nå en gemensam ståndpunkt när man diskuterar värdegrunderna i denna skogspolitik. Rannikko (2004) ger Rantala flankstöd med tillägget att också de internationella rörelsernas roll har stärkts utöver de finländska miljö- och folkrörelsernas tilltagande roll. En stor förändring skedde under 1990-talet i Finland, då också både nationella och internationella konsumentrörelser via

⁴ Här menas FN:s konferens i Rio de Janeiro 3-14 juni 1992, i vilken antogs "Rio Declaration on Environment and Development".

⁵ Här menas "Second Ministerial Conference on the Protection of Forests in Europe" 16-17 juni 1993, Helsingfors

⁶ Svensk översättning saknas, på engelska används The Society of Finnish Professional Foresters.

marknadskrafter kommit till tals, vilket också konstaterades ovan av Donner-Amnell (2004) och Saastamoinen (2004). Rannikko ger i det här sammanhanget ett intressant bidrag i och med sin fokus på företagens ansvar. Han gör en skillnad mellan ”politics” och ”policy” med syftet att visa att det nya millenniet fört med sej mål och metoder som på en nationell och internationell policynivå gett institutioner och organisationer egna strävanden. Som många andra forskare sluter han sej till att 1900-talet mest präglades av det ekologiska ansvarstagandet, medan de senaste åren sett en utveckling mot socialt hållbar utveckling. Bland de finländska skogsföretagen kan noteras att UPM-Kymmene gav ut sin första årsrapport om företagets ansvar år 2002. Forststyrelsen (Metsähallitus) utgav 2003 sin första rapport om socialt ansvar. Likaså gav den europeiska sammanslutningen *Confederation of European Paper Industries* samma år ut sin första rapport om hållbar utveckling. Det är tydligt att en ny tradition har slagit rot under millenniets första år, konstaterar Rannikko (2004).

Oksanen (2004) argumenterar för att skogsindustrins etiska hållning måste vara att stimulera till diskussion. Samtidigt ser han etiska konflikter som delar av en relation. I en sådan kontext kan man urskilja två typs relationer. Å ena sidan kan man säga att en konflikt kan ha sin upprinnelse från åsiktsolikheter. T.ex. kan man tycka olika i frågor om vem som har rätt att åtnjuta naturrikedomar (t.ex. skog) och vem som har rätt till vinst från naturresurserna. Å andra sidan kan konflikter komma direkt från en förståelse av huruvida det är människan eller naturen som skall åtnjuta naturens frukter. Oksanen problematiserar vidare att miljökonflikter kan vara av båda typerna.

Så långt kan konstateras att Stora Enso som företag är verksamt i en kontext vilken utgörs långt av skogsindustrins aktörer. Översikten visar hur skogsindustrin både globaliserats och utvecklats mot en mera etiskt medveten industri, speciellt under de senaste decennierna. Denna utveckling är också direkt relaterad till initiativ tagna av större institutioner, vilket ses i följande sektion.

3 INSTITUTIONELLA DRIVKRAFTER FÖR HÅLLBAR UTVECKLING

3.1 *En nationell och internationell politisk agenda*

Institutionella initiativ, i anslutning till en politisk agenda, driver frågan om hållbar utveckling, företagsetik och CSR framåt. FNs toppmöte år 2000 antog en deklaration för fred, säkerhet och utveckling, vilken alla medlemsländer skrev under, så också Finland. Deklarationen innehåller det internationella samfundets gemensamma mål på såväl

nationell, regional samt internationell nivå. (Koski 2003) Såsom President Halonen påpekar, är deklARATIONEN inte juridiskt bindande, men nog politiskt och moraliskt förpliktigande: ”Det är viktigt att vi av hela vårt hjärta vill förbinda oss till det gemensamma goda och göra vad som är rätt. Då lyckas vi också förhoppningsvis bygga en juridiskt bindande global förvaltning”⁷ (Halonen 2003: 14-15). Presidenten nämner på toppmötet i detta tal att deklARATIONEN bygger på en gemensam värdegrund; på frihet, jämlikhet, solidaritet, tolerans, respekt för naturen och ett gemensamt ansvar. Sålunda kan man etiskt sett förstå att Halonen först och främst ser ett globalt regelverk som eftersträvansvärt och sedan att hon också tror på en global etik.

3.2 Europeiska Unionen och företagsetiska riktlinjer genom CSR

Också EU har tagit några viktiga initiativ för en hållbar utveckling. Dessa initiativ gäller alla medlemmar, så också Finland. Man kan säga att den första debatten gällande företagets etik, EU använder officiellt termen CSR, tog plats år 1995. Jacques Delors och en grupp av företag inom EU antog då ett manifest med titeln *Manifesto of Enterprises against social exclusion*. Detta ledde till grundandet av ett europeiskt nätverk för företag, det s.k. *European Business Network*, som förespråkade en dialog mellan företag för att utveckla konkreta handlingssätt kring CSR. Vid EU:s toppmöte i Lissabon år 2000 spelade CSR en klar roll i toppen av den politiska agendan. För första gången slog sej de europeiska statsöverhuvudena ihop för att vädja till företagen och uppmana dem att ta ansvar för att nå det nya strategiska målet inom EU, dvs. att bli en av de främsta marknadsdrivna ekonomierna i världen år 2010. Året efter publicerade Europeiska kommissionen en s.k. Grönbok⁸ med rubriken *Främjande av en europeisk ram för företagets sociala ansvar*. Denna innehåller ett stort spektrum ämnen, men uppmanar i stort företag att anamma den s.k. Triple Bottom Line-ansatsen. Dokumentet innehåller en intern del, som fokuserar kring konkreta CSR-frågor i relation till anställda och en extern del som fokuserar på olika externa intressenter.

Ytterligare ett år efter detta, år 2002, publicerade Europeiska kommissionen en ny strategi för att uppmuntra till företagets bidragande roll i hållbar utveckling. Samtidigt bildades ett forum för utbyte av erfarenheter, idéer, metoder och olika företagsetiska principer, det s.k. *European Multi-Stakeholder Forum*. Detta kom ut med sin slutrapport den

⁷ Originaltext: On tärkeää, että me kokosydämeistämme haluamme sitoutua tähän yhteiseen hyvään ja tehdä se, mikä on oikein. Silloin toivottavasti me ajan myötä kykenemme rakentamaan myös juridisesti sitovan globaalinn hallinnon.

⁸ Grönbok (eng. *Green paper*) är ett dokument med olika förslag, vilket ofta utgör basen för beslut.

29.6.2004 (*European Multistakeholder Forum...* 2004). Man kan säga att kommissionens strategi verkar för

- I. att göra CSR mera attraktivt för företag,
- II. att uppmuntra till extern utvärdering av företagens aktiviteter med syfte att göra CSR mera tillitsfullt,
- III. att tillhandahålla ett forum där man kan diskutera CSR, och
- IV. att säkerställa att EU är ett område som är CSR-vänligt för företagen.

År 2003 uppmanar EU sina medlemsländer att uppmuntra CSR på en statlig nivå samt upprätthålla dialogen mellan samhället och företagen. Kommissionen skall också ge ut riktlinjer för självreglering av miljöaspekter, vilket riktas till distributörer och producenter, detta baseras på ISO 14 021:1999 (*CSR – Corporate Social Responsibility...* 2003 : 15-16, Simons 2004). Europeiska Unionen har också gett ut en omfattande översikt över olika instrument för CSR. Denna dokumentation bär titeln *Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility* (2003) och går inte närmare in på här.

Ovan visas hur starka institutionella drivkrafter på internationell nivå jobbar för en hållbar utveckling. Dessa institutioner, t.ex. EU och FN, liksom nationers överhuvuden som president Halonen i Finland, utgör också centrala institutionella aktörer i industriella globala nätverk. Därför är dess roll relevant i studien av nutida globala affärsnätverk, t.ex. i en studie av Stora Enso.

4 ETISKT INBÄDDANDE I AFFÄRSNÄTVERK

4.1 Avsaknande av den etiska länken i nätverksteorin

Studier med nätverksansats, jag syftar främst på IMP-traditionen, tar upp inbäddande, men saknar den etiska dimensionen. Däremot anknyter nätverksstudierna starkt till en global affärsverksamhet, vilken vi sett ovan direkt relaterar till tanken med hållbar utveckling och därmed en etisk affärsverksamhet. Man kan hävda att det ovan nämnda perspektivet är mera politiskt och nätverksansatsen mera strategisk, med ett företagsperspektiv. I det har jag inget att invända utan håller med. En sådan insikt förhindrar ändå inte att etik kan utgöra en strategi för företagen att strategiskt legitimera sej i den politiska kontexten – eftersom företagsnätverken trots allt är politiskt inbäddade.

Termen "embeddedness" vilket jag översatt med inbäddande, uppkommer redan år 1944 i *The Great Transformation* av Polanyi. Begreppet fick inte desto mera uppmärksamhet förrän Granovetter (1985, 1992) återinförde konceptet och applicerade det på en nätverkskontext (Ramírez-Pasillas 2004). Embeddedness är ett begrepp som används frekvent i studier gjorda av den s.k. IMP-gruppen (t.ex. Törnroos 1997, Monge & Fulk 1999, Gulati, Nohria & Zaheer 2000, Hadjikhani 1996, Forsgren & Johanson 1992, Håkansson & Johanson 1997/1992, Hertz & Mattsson 2001). Forskarnas syn på konceptet diskuteras i mera detalj i bl.a. i Lindfelt (2004) samt i Lindfelt och Törnroos (2006). Utöver den diskussionen, vill jag även nämna följande studier om konceptet. I boken *Managing Business Relationships* skriver Ford, Gadde, Håkansson och Snehota (2003: 159): "Embeddedness refers to the many connections between a single technological development and the surrounding network. It determines the economic consequences of any technological investment by a company." Citatet visar hur stort teknologiskt imperativ man finner i många av IMP-gruppens studier. Samma bok lyfter upp fyra större implikationer från konceptet embeddedness (s. 160-161):

- I. Företagsledare måste få kunskap som går utöver teknologin i sej själv.
- II. Ett företag har aldrig full kontroll över sin teknologi eller i vilken riktning teknologin utvecklas.
- III. Hela nätverket påverkas i interaktion av ett enskilt företags användande av teknologi.
- IV. Enskild teknologi blir av värde endast i kombination av andra företag och individer.

På grund av dessa implikationer, uppstår behov av relationer, hävdar Ford m.fl. Detta eftersom företag får kunskap genom relationer och relationer är ett sätt att visa engagemang och förpliktelser på – och få det samma tillbaka. Dessutom är relationer dynamiska och kan vara av nytta när man förvaltar förändringar i nätverk. Endast genom relationer kan olika slags teknologier samverka för att nå de krav som ställs på företag. Denna översikt av Ford m.fl. över begreppet embeddedness visar på teknologins starka roll i den traditionella IMP-skolan. Samtidigt visar den också implicit på behovet av studier kring etikens betydelse i affärsnätverk och konceptet ethical embeddedness, etiskt inbäddande.

4.2 Inbäddande som begrepp i senare INT-studier

Inbäddande i nätverk har studerats i flertalet studier. Här vill jag nämna bl.a. Mainelas (2002) doktorsavhandling. Hon forskar kring organisationen av internationella s.k. joint ventures över tiden. Empiriskt koncentrerar hon sig på en nordisk-polsk fallstudie. Hon ser att inbäddandet förändras över tiden och i denna förändring studerar hon beteendet i nätverket. Sålunda vill hon öka förståelsen för dynamiken och handlingen i en nätverkskontext. Mainelas studie inkluderar inbäddande av olika slag; politiskt, marknads- och samhällsligt/socialt inbäddande. Hon ser också icke-affärsmässiga aktörer som delar av ett inbäddat affärsnätverk (i motsats till t.ex. Forsgren & Johanson 1992, Håkansson & Johanson 1988, Snehota 1993). Dessutom tillägger hon att inbäddande kan vara i olika former, såväl strukturellt som relationellt, en uppdelning som tidigare föreslagits av Andersson (2001). Mainela (2002) ger en elegant och genomgående beskrivning av olika nätverksansatser, men ger speciellt utrymme till IMP-traditionen i sin avhandling. Hon ser två grundläggande antaganden i IMP-ansatsen (s. 37-39). Det första är att det mellan enheter i organisationsmönster finns relationer som är ordnade enligt strukturer av interaktion och ömsesidigt beroende. Relationen är byggd runt själva växelverkan. Det andra grundläggande antagandet är att varje affärsrelation är inbäddad i ett nätverk av relationer med distributörer, underleverantörer, regeringar och andra parter. Detta betyder att den vidare förståelsen av ekonomisk organisation, dvs av aktörer i nätverket, påverkar alla dyadiska växelverknings mellan två aktörer. Mainela argumenterar sålunda i sin avhandling att socialt inbäddande alltid bildar underlag för ett affärsmässigt inbäddande, eftersom det är just individer som inleder all affärsmässig verksamhet (s. 141). Detta är en viktig ståndpunkt, vilken också understöds av Törnroos (1997).

Ramírez-Pasillas studerar inbäddande som ett koncept i sin licentiatavhandling *Embedded Regional Networking* (2004). Hon identifierar olika typer av inbäddande och använder följande begrepp: temporalt, rumsligt, socialt och marknadsinbäddande. Det skall nämnas att hon förbiser det teknologiska inbäddandet. Inte heller nämner hon ett etiskt inbäddande. I studien granskar hon tre skilda regioner, vilka alla bär karaktäristika från de olika typer av inbäddande som hon identifierat. Hon menar att affärsnätverken planerar, väljer och koordinerar sin verksamhet genom att kombinera olika aspekter av inbäddandet. Dessa aspekter får till stånd att aktörerna i nätverket kontinuerligt måste förändra sina nätverksaktiviteter (s. 82). Ramírez-Pasillas använder en definition av Granovetter som grund, varpå hon ser embeddedness som en ekonomisk handling vilken påverkas av en aktörs sociala relationer och av strukturen på hela nätverkets relationer.

Detta frambringar normativa, symboliska och kulturella strukturer som möjliggör för aktörerna att engagera sej i samarbete (s. 3). Hon fokuserar på socioekonomiska aktiviteter i regionala nätverk. Också icke-affärsmässiga aktörer är delar av nätverket. Ramírez-Pasillas arbete är ett bra exempel på en s.k. global studie som ser vikten av regionen i globaliseringens tidevarv.

4.3 Ett behov av nya perspektiv på inbäddande i affärsnätverk

Embeddedness har också studerats ur ett organisationskulturellt perspektiv av Noorderhaven, Koen och Beugelsdijk (2002). I sin diskussionsartikel identifierar författarna tio dimensioner av organisationskultur, vilken de finner via en omfattande litteraturgenomgång. Dessa dimensioner har gemensamt att de alla högst troligt påverkar nätverkets inbäddande. I sin studie vidrör forskarna nära denna artikels tematik, eftersom kultur och etik hör så gott som ihop. Författarna konkluderar sitt diskussionsinlägg med att konstatera följande: "We see a strong need for empirical research on the link between organizational culture and network embeddedness" (2002: 36). Noorderhavens m.fl. uppmaning till vidare forskning av den kulturella och etiska dimensionen i nätverkens inbäddande kan stå som en tydlig markör för frånvaron av etiska studier i en nätverkskontext.

Därmed argumenterar jag att IMP-traditionen nog studerar inbäddande ur flera synvinklar utöver den traditionellt starka teknologiska fokuseringen. Vi ser ovan exempel på socialt och politiskt inbäddande, liksom temporalt och rumsligt. Även inbäddandet i marknaden är studerat. Däremot saknas i stor utsträckning en etisk dimension på inbäddandet i nätverksstudierna. Denna tematik blir oundviklig i IMP-traditionen, i och med dess betoning på industriella affärsnätverk vilka ofta är globala. Nedan visas den staka kopplingen mellan globalisering och etik

5 GLOBALISERING OCH ETIK

5.1 En global marknadsekonomi innebär svårigheter för en etisk utveckling

Heinonen (2004) tar ett globalt teologiskt perspektiv på etik. Han diskuterar de tio år som förflutit sedan deklarationen för en global etik i Chicago⁹. NGOs, dvs icke-statliga intressegrupper, har spelat en framträdande roll genom sin argumentering för att

⁹ Här menas "The Declaration of a Global Ethic", antagen på Parliament of the World's Religions i Chicago 4 september 1993.

globaliseringen behöver en global etik. Etiska spelregler behövs, för att den ekonomiska konkurrensen genom globaliseringen inte ska öka ojämlikheten och motsättningarna i världen. Ytterligare behövs etik så att politik inte används i syfte att öka företagens vinster, skriver Heinonen. Liknande argument har också förts fram av Kopperi (1999). Hon argumenterar att global business behöver global etik och global politik om businessen skall vara till förmån för intressenter och samhället på det stora hela. Heinonen (2004) ser Hans Küng som en av de allra främsta förespråkarna för en global etik. Hans verk *Projekt Weltethos* har översatt till sexton språk på bara tio år och har varit central för utvecklingen mot en global etik. Den engelska versionen fick namnet *Global responsibility: in search of a new world ethic* (Küng 1991). Fem av Küngs viktigaste idéer är enligt Heinonen (2004) följande:

- I. Ett gemensamt liv på jorden är inte möjligt utan en global etik.
- II. Det finns ingen global fred utan fred mellan religionerna.
- III. Det finns ingen fred mellan religionerna utan en religiös dialog.
- IV. Det finns ingen dialog utan grundforskning kring religion och kultur.
- V. Det finns ingen global etik utan utbyte av kunskap och mellan troende och icke-troende.

Heinonen argumenterar för att varefter åren går, råder allt större samförstånd bland experter att marknadsekonomin inte leder till en rättvis utveckling. Det som experterna däremot inte enas kring är hur en sådan rättvis utveckling kunde ske. Diskussionen kring en global etik är först och främst att engagera till och stimulera fram frågan kring ett gemensamt etiskt ansvar på en global nivå. Heinonen ser att två olika distinktioner kommer ut av detta. För det första, är processen sådan att det inte är möjligt att veta vart den leder. För det andra, handlar processen om att identifiera gemensamma moraliska normer som genom mänsklighetens historia har utvecklats till en nödvändighet för människans framtida överlevnad. Ett exempel på en sådan norm är respekten för livet.

Rayman-Bacchus (2004) ser med en historisk tillbakablick över två sekel. Han konkluderar att företagens inflytande och dess relation med staten har utvecklats. Från att ha varit ett statligt medel för politik och ekonomi, har företaget blivit en självständig institutionell makt som självt skapar samhälllig, ekonomisk och teknologisk förändring och därmed utgör en rival för många nationer vid millennieskiftet. En del av dessa förändringar har varit globala och har fyllt det tomrum som skapades när socialismen

föll. Samtidigt har sociala värderingar fått nya riktningar och man ser på nytt sätt på t.ex. jobb, fritid och ekologiska skador. Rayman-Bacchus argumenterar för att en ny form av kapitalism är i antågande, vilken medför nya sociala organisationer. I denna utveckling hävdar han, kommer företag att ha en allt större roll som finansörer och organisatörer också för samhälllig service. Han skriver (2004: 38):

The social organisation of developed democratic economies, such as the UK and other European states and the USA, is in crisis. Trust in, and the legitimacy of the corporation, a key element of this social organisation, is in question.

En stor del av den nutida debatten kring företagsetik kan förstås som en debatt mellan två positioner. Den ena står för en större frihet för företagen och stöder modellen om den fria marknaden. Den andra positionen står för ett större samhällligt inflytande och statlig kontroll av företagets agerande (Crowther & Rayman-Bacchus 2004: 13). Sålunda blir den moralfilosofiska diskussionen kring företagsetik lätt också en politisk diskussion. Detta ses bl.a. i litteraturen kring sociala kontraktsteorin, vilken jag inte går in på desto mera här.

5.2 Den nuvarande företagsetiken är 90-talets frukt

Crowther och Rayman-Bacchus (2004: 1) ser att åtskillnaden mellan risker och belöningar för företagen skedde under den epok som följde på den industriella revolutionen. Sålunda är frågeställningar kring företagets etik är ingen ny företeelse. Ändå finns många forskare samt praktiker som vittnar om att företagsetiken tog fart i mitten av 1990-talet. Saastamoinen (2004) och Rannikko (2004) anser att Rio-konferensen, Chicago-deklarationen om global etik samt ministertoppmötet i Helsingfors, alla i början av 1990-talet, naturligt ledde skogsbolagen till en tredelad uppfattning om företagets ansvar. Wallerstein, igen, ser en klar brytningspunkt i decennieskiftet mellan 80- och 90-tal som förkroppsligas i Berlinmurens fall, den östeuropeiska kommunismens slut samt Gulfkrigets slagfält i Mellanöstern (Kristensson Ugglå 2002: 182). Enligt Wallerstein är det en ny epok som gjort entré, en epok i vilken kanske företagsetiken fått en god grogrund (jfr också Normann 2001).

Juholin (2004) drar upp en handfull utvecklingslinjer som drivit frågan om företagets ansvar närmare både företagen och de vanliga människorna. Dessa är alla tydliga tecken på den nya epoken, vilken är i globaliseringens tidevarv. Utvecklingslinjernas konsekvens är alltså att de för etiska frågor allt närmare företagen och samhällsmedborgarna. Följande strömningar poängterar på så sätt företagsetiken.

- I. Globaliseringen utvidgar företagets verksamhet till olika omgivningar och kulturer.
- II. Informationsteknologins utbredning och informationsekonomins födelse, vilka också är en förutsättning för globaliseringen.
- III. Företagen samarbetar över nationsgränserna.
- IV. Maktens koncentreras till allt färre storföretag.
- V. Internationella s.k. ”watchdogs” (väktare) vakar över denna tilltagande makt som företagen tillskansar sej.

Ovan nämnda studier visar hur nära globaliseringen och företagsetiken relaterar. Etiska frågor accentueras och frambringas på ett nytt sätt p.g.a. globaliseringen.

Globaliseringsprocessen kan inte undvika etiska dilemman och lösningar. Även om globaliseringen är en aspekt som tas i stort beaktande i nätverksstudier, har dess relation till etiska frågor långt negligerats i IMP-studier.

6 STRATEGISKT VÄRDESKAPANDE AV HUMANISTISKA VÄRDEN

Följande sektion visar på ett urval studier som förhåller sej till etiska problemställningar på olika sätt. Sålunda argumenteras att det finns många ansatser till (strategiskt) värdeskapande av mjuka, humanistiska värden. Översikten ska ses som en exemplifiering av hur man kan förstå och studera etik som strategi eller värdeskapande i studier av företag på den globala marknaden eller i nätverksperspektiv.

6.1 Företagsetik inom företagsekonomin

Om forskning kring företagsetik kan konstateras att etik traditionellt inte rönt stort intresse inom företagsekonomi. Etiska konsumenter har uppmärksammats, främst inom marknadsföringen. Inom organisationslära har man inte i någon större utsträckning uppmärksammat företagets hantering av etiska frågeställningar, hävdar Nylén för nästan tio år sedan (1996: 7). Brytting och Egels samlade verk *Svensk Företagsetisk Forskning 1995-2001* (2004), visar att företagsetiken på allvar började väcka intresse i svenska forskarkretsar i mitten av 90-talet. Karaktäriserande för den svenska företagsetiska forskningen, enligt dem, är det utilitaristiska perspektivet. Detta kan man för övrigt också notera i finländsk motsvarande forskning. Det utilitaristiska perspektiv knyter nära an till vilken nytta företaget har av etiska principer/initiativ/koder etc. Studier visar också att ett sådant perspektiv är viktigt för samhällsmedborgaren. T.ex. Förebildsföretaget

Konsument-studierna av Daniel Steinholtz, ger prov på att människor upplever bojkott av företag och andra aktiva konsumentval som viktigare än riksdagsval och EU-val, om man vill påverka samhällets utveckling (Brytting & Egels 2004: 59). Andra studier som anknyter till PR-värdet och sålunda knyter ihop etik och marknadsföring är bl.a. följande.

År 1996 doktorerade Ulrika Nylén med sin *Gott och ont inom affärlivet – Utveckling av ett etiskt perspektiv på företags relationer mellan aktörer*. Hon använder sej av ett intressentperspektiv och undersöker hur aktörer i affärlivet använder sej av principer och mål för att lösa etiska problem. Principerna används, menar hon, när det förutsätts en personlig hantering av intressentrelationer. Mål, däremot, används som riktlinjer när professionaliseringen är större och ekonomisk nytta mer central. Med en ökad personlig kontakt mellan aktörer uppstår mera självpåtagande av plikter, vilket Nylén uppfattar som en förutsättning för en moraliskt god interaktion. Ökad professionalisering, däremot, gynnar mera egennytta på bekostnad av självpåtagna plikter. Nylén undersöker i sin avhandling företagsledares attityder hos två fallföretag. En av hennes centrala bidrag är s.k. etiska kontrakt, vilket hon menar grundar sej på principer om rätt och fel i hur aktörer uttrycker det sätt som de relaterar till varandra. Etiska kontrakt beskriver hon som två motverkande krafter; strävan i egenintresse samt forandet av självpåtagna förpliktelser (1996: 338). En intressant av vinkling av sociala kontrakt är också Kloppenborg Madsens (1999) studie om legitimering hos företag. Han utgår från att dagens storföretag ser legitimering av sin existens och verksamhet som en central strategisk utmaning. Genom filosofiska resonemang och med tyngdpunkt på miljöfrågor kommer han fram till att gränsen mellan politik och ekonomi är suddig när det gäller legitimering, ansvar och sociala kontrakt mellan företag och samhälle. Det finns också en hel del andra närbesläktade studier om sociala kontrakt samt forskning om kontraktsteori, vilken ligger nära klassisk politisk teori. De skall inte desto mera behandlas här, utan för en närmare genomgång läses med fördel den goda översikten av Crowther och Rayman-Bacchus (2004).

Farhang (1999) använder, liksom Nylén (1996), ett intressentperspektiv i sin avhandling. Speciellt spännande är studien p.g.a. dess industriella marknadsföringsperspektiv. Han undersöker hur multinationella företag reagerar på etiska värderingar i ursprungsländer. Studien bygger på 200 telefonintervjuer kring bl.a. IKEAs och H & Ms etiska agerande. Resultaten ger vid handen att de svenska respondenterna anser att svenska företag bör följa svenska etiska värderingar vid sin verksamhet utomlands. Respondenterna förväntade sej också att företagen etablerade och följde upp sina etiska koder bättre. Så

många som 91 % av respondenterna visste också att både IKEA och H & M använt sej av leverantörer som nyttjade barnarbete. Farhang anser att de etiska kraven på företagen håller på att höjas.

Om etiska krav i företag råder alternativa syner, vilket ses t.ex. i följande studier om värderingar och moral i en företagsekonomisk kontext. Peter Norbergs studerar i sin doktorsavhandling (2001) hur mentaliteten i nätverket Stockholms finansmarknad påverkar moralen hos individerna. Han kommer fram till att det råder en elitmentalitet på finansmarknaden, vilket gör att en del moraliska värderingar inte får så hög prioritet. Medan han inte ger etiken desto större tyngd, ger Brytting (1997) den en större roll. Han har undersökt hur vanligt det är att svenska företag använder olika slags uppförandekoder, etiska kommittéer, etikansvarig och etisk träning. Hans approach är alltså vidare än endast etiska koder, trots att man kan anta att en etisk kod förutsätter både etikansvarig, etisk träning och eventuellt en etisk kommitté. Han finner att 46 % av företagen i Sverige är aktiva i att utveckla moraliska strukturer i företaget.

Juholin (2004), som tar ett finländskt perspektiv, ger en god översikt över företagsetikens historia. Bl.a. nämner hon 1949 som det år då iden om företagets ansvar första gången nådde ut på den offentliga agendan, då med uttrycket *sustainability*. I övrigt skall inte en desto större historisk tillbakablick göras här, utan Juholins verk läses med fördel direkt, se också Lindfelt (2004: 21-25), där f.ö. en litteraturgenomgång av nyare finländsk litteratur också inkluderas.

6.2 Bakom företaget står människorna som företagsetiska aktörer: humanistiska synsätt

Som återspeglas i den här översikten, är en stor del av litteraturen publicerad under de senaste åren. Likaså är flertalet forskare ense om att det råder ett större intresse för företagsetik nu än tidigare. Detta förklaras på olika sätt, t.ex. genom globaliseringens relation till etik (ovan). Kristensson Ugglå (2002) skriver att man kunde se det nyvaknande intresset för företagsetik som ett av flera tecken på en tilltagande andlighet i det västerländska samhället. Han argumenterar övertygande om religionens återkomst, och med det ett ökande intresse också för det onda och goda spirituella i vår värld. Han menar att religionens återkomst bryter en moderniseringsutveckling som drivits av rationaliserings- och sekulariseringsprocesser. Människan söker sej nygamla vägar bort från det rent vetenskapliga stadiet. Kanhända talar Kristensson Ugglå om större drag i vårt samhälle som inte ännu syns alltför tydligt i den industriella, konkurrenskraftiga och

effektiviserade företagsvärlden. Snarare än att se etiska principer som ett uttryck för en metafysisk längtan, verkar de snarare vara anammade för att instrumentellt sett skapa en god image och en hållbar (ekonomisk) utveckling på längre sikt. Med vetenskapens framfart är kunskapen om miljöhot allvar, likaså kunskap om brott mot mänskliga rättigheter och utbrändhetens negativa påverkan på arbetstagare. Kristensson Ugglar menar också att för att det alls skall vara befogat att tala om företagens sociala ansvar, dess miljöansvar och ekonomiska ansvar måste man kunna se bakom företagsidentiteten till människorna - dessa centrala byggklossar i ett företag. Endast människan kan skapa demokrati, rättvisa, företagskonkurrens och ansvar för handlingar. Denna syn på företagande reflekterar en humanism. Karaktäriserande för en sådan humanism som har rötterna i renässansen är, enligt Kristensson Ugglar (s. 101), att människan då står som utgångspunkten för demokrati, mänskliga rättigheter, moralfilosofi, vetenskaplig rationalitet, företag, marknadsekonomi o.s.v. Alltså aspekter som upplevs som viktiga i dagens värld. Studier som relaterar till ett humanistiskt synsätt tar ofta fasta på tematan som välgörenhet, identitet, ansvarsfrågan eller närliggande ämnen. Några exempel på dessa ges nedan.

I USA fungerar företagets välgörenhet dels som marknadskommunikation, hävdar Juholin (2004: 18). Även om välgörenhet borde göras av ett gott hjärta, utan förväntan om att få något tillbaka, ligger förfarandet nära sponsoring som marknadsföringsstrategi. Juholin diskuterar, på basen av Michael Porters och Mark Kramers bidrag, hur man i USA debatterar välgörenheten som en del av konkurrensfördelarna. Man ser t.o.m. att välgörenhet motverkar korrupktion genom att förbättra folkets skolbildning och levnadsnivå, förutom att välgörenhet också påverkar företagets image. Man kan säga att företagen lider av en slags förtroendekris. Enligt Eurobarometern, som undersökt 16 000 européers uppfattningar, är det endast 25 % som litar på storföretagen. Detta kan jämföras med en studie i USA som visar att 20 % av amerikanerna litar på företagsledare. (Juholin 2004)

När gäller identitetsskapandet kan man exempelvis fråga sej ”Vad är Stora Enso?” Är det summan av människorna som jobbar inom koncernen? Är det huvudkontorets byggnad? Är det hemsidan på webben? Frågan om ett företags identitet är inte längre lika självklar som tidigare. Kristensson Ugglar hävdar att den medialisering som vi ser av verkligheten lett till ”en markant förskjutning från fysisk verklighet till elektronisk cyberverklighet, från byggnader till nätverk” (2002: 265). Därför är kanske arkitekturen eller placeringen på huvudbyggnaden inte längre på samma sätt en spegling av företagets identitet, utan

snarare är webbsidan ett starkt identitetsskapande forum. Även Trollestad (2000) studerar identitetsfrågor och diskuterar i sin bok huruvida det är moraliskt rätt att företag försöker påverka de anställdas värderingar så att de överensstämmer med företagets värdegrund. Denna intressanta infallsvinkel leder till att Trollestad kommer fram till att det är moraliskt önskvärt för ett företag att ha en gemensam värdegrund, men att denna inte får bortse från de anställdas autonomi och integritet. Kring samma tematik diskuterar Brytting och Trollestad (2000), i en artikel där de studerar svenska företagsledares uppfattningar om hur och varför gemensamma värderingar skapas.

6.3 Företagets ansvar som aktör

När gäller studier kring ansvarets betydelse i företagsetiska studier, kan följande nämnas. Takala (2000) har utvecklat en kategorisering av tre olika s.k. företagsideologier. Ideologierna har haft stor genomslagskraft i finländsk forskning och har använts bland annat av Vehkaperä (2003), Rytteri (2004a) och Donner-Amnell (2004). Dessa ideologier baserar sej på hur stort ansvar företaget i fråga anser sej ha. Han benämner ideologierna med de finska begreppen *omistajalähtöiseksi* (ägarfokuserade), *sidosryhmälähtöiseksi* (intressentfokuserade) och *laajan vastuun ideologiaksi* (fokuserade på ett bredare ansvar). En fjärde har senare utvecklats av Rytteri (2004b); *ohjelmallisen omistajalähtöisyyden* (programfokuserat ägarfokus) Dessa kan liknas vid de tre teorier som utvecklats i Lindfelt (2004). Se tabell 3. En väsentlig skillnad är dock att Takala utgår från ansvarsfrågan, medan Lindfelt utgår från företaget. Rannikko (2004) tolkar Takalas företagsideologier så att de finländska skogsindustriella företagen närmast rör sej inom kategorin intressentfokus. Samma slutsats drar också Rytteri (2002, 2004b) i sin studie av Stora Enso (jfr. också Vehkaperä 2003). Rytteri gör upp en historisk utveckling där han placerar in olika företagsideologier som rått inom Enso Gutzeit, vilket år 1998 blev Stora Enso. Fram till tiden för första världskriget rådde ägarfokuserad ideologi. Efter detta kom en 60-80 år lång tid av programfokuserat ägande fram till det nya millenniet. Efter år 2000 anser Rytteri att Stora Enso präglats av en ideologi med intressentfokus. Lindfelt (2004) ser i sin studie närmast att företagen finns inom den teoretiska ramen för företagens integritet, vilket sammanfaller med Rannikko (2004) och Rytteri (2002, 2004b). Rannikko förutspår att skogsindustrin i allt större utsträckning rör sej mot en fokus på bredare ansvar. Orsakerna bakom företagets ansvarstagande och -kännande blir inom det nya millenniet allt mera ett resultat av att försöka säkra marknaderna. Detta är en skillnad från mitten av 1900-talet, där de främsta orsakerna för ansvarstagande kom från behov av att få kompetent personal och från att kringskära makten från

fackförbunden (Rytteris 2004b). En sammanställning av Takalas (2000), Rytteris (2002, 2004b) och Lindfelts (2004) bidrag visualiseras i tabell 3.

Lindfelts (2004) tre teorier om företagsetik	Takalas (2000) tre företagsideologier, med tillägg av Rytteris (2004b) fjärde ideologi
Moralisk enhet: företagen bör följa samma moral som individerna i ett samhälle	Fokus på bredare ansvar: företagen måste ta i beaktande den omgivningens värderingar och dess tillstånd även om det betyder förluster på kort sikt.
Amoralitet: företagen är inte moraliska subjekt, utan ”the business of business is business”	Ägarfokus: företaget är ansvarigt endast i den mån att det bör följa existerande lagar
Företagets integritet: ett företag kan vara etiskt inom vissa ramar, som bestäms av de ekonomiska realiteterna	Intressentfokus: företaget har annat ansvar än vinstmaximering och bör meddela omgivningen om sitt ansvar och svara för följderna av sitt agerande.
-	Programfokuserat Ägarfokus: företaget strävar inte efter att ta i beaktande allmänna moralförståelser, men uppfyller i sin verksamhet sådana etiska mål som ägarna satt upp.

Tabell 1: Företaget som etisk aktör på fyra olika nivåer.

Vehkaperä frågar i sin licentiatavhandling (2003) om vem som ses som ansvarstagare när företagen vill öka sin vinstandel. Genom att granska 36 tidningsartiklar om företagsetik och CSR från 1990-talet, utvecklar hon en matris som kategoriserar typen av diskurs i artiklarna. Matrisens fyra fält gör det möjligt att särskilja olika sätt att tala om företagsetik och CSR. De fyra respektive tyngdpunkterna ligger i antingen hela samhällets fördel, alla intressentgruppers fördel, ägarens intressen/fördel eller företagets fördel. Den vanligaste diskursen är den som lyfter fram alla intressentgruppers fördelar, genom ett brett ansvarstagande hos företagen. Denna diskurs innehåller också ett tydligt drag av teleologisk konsekvensetik, eftersom företaget anses ta ett brett etiskt ansvarstagande endast om det medför ekonomisk vinning och nytta för alla intressentgrupper. Här ligger en stark betoning på den s.k. *stakeholder* modellen, dvs. intressentmodellen. I jämförelse med Donner-Amnells studie (2004) som antar en nordisk synvinkel, är Vehkaperäs mera

fokuserad på Finland som enhet. Vehkaperä finner, liksom flertalet andra forskare (se Lindfelt 2004), att begreppsapparaten kring företagsetiska frågor inte ännu stabiliserats. Näringslivet försöker påverka företagsetikens utveckling och begreppsapparat så att den medför största möjliga fördel och minsta nackdel för näringslivet. Sålunda menar hon att det förs en kamp om begreppen.

Om ansvarsfrågan kan man också, som Koskinen (1999: 7) fråga sej: ”Världens tre mest lönsamma branscher är porr, vapen och droger. Varför vill de flesta företagare ändå inte inrikta sina liv och sin verksamhet på att förtjäna stora och snabba pengar inom just dessa så lukrativa områden?” Han fortsätter med att konstatera att ägande betyder makt och makt medför alltid ansvar. Ansvarsteorier igen bygger på etiska överväganden. Dessa får man stöd av i etiska teorier och modeller. Rent konkret betyder detta i ett kontextuellt perspektiv att i företagen får de anställdas stöd i sin makt- och ansvarsutövning genom olika etiska principer/modeller som företaget antagit. Därigenom kommer vi tillbaka till kopplingen mellan etik, strategi, värdeskapande och den företagsekonomiska kontexten.

6.4 Förtroende och socialt kapital – exempel på andra mjuka värden

Det finns studier som kommer väldigt nära, angränsar till, och också delvis hör till tematiken om företagsetik, utan att termerna CSR, etik, hållbarhet eller variationer på dessa centralt används. Hit hör, förutom studier om identitet och ansvar, som nämnts, också tematiken kring förtroende och socialt kapital i en företagskontext. Seppolas doktorsavhandling (2004) fokuserar på socialt kapital just i internationella affärsnätverk, varför den är intressant i den här kontexten. Seppola argumenterar nämligen för att förtroende och engagemang är av stor betydelse för nätverket eftersom det styr affärsstrukturen (s. 11). Socialt kapital har omfattande studerats under senare år, men denna tematik skall inte desto mera gås in på här.

Liksom socialt kapital, är förtroende ett fenomen som har blivit undersökt i olika discipliner. Gustafsson (1996) relaterar förtroende med ett annat koncept: generositet, vilket han ser som en del av förtroende. Generositet, menar han, betyder att man ger till var och en dess del och man kräver inte mer än sin del. Generositet ser Gustafsson som en motsats till girighet. Detta är intressant, eftersom etik ofta blir till ett problem i en situation där det inte finns något som tillräcklighet; inte tillräckligt med timmar/anställd (kan leda till för låg lön), inte tillräckligt med råmaterial (kan leda till exploatering), inte tillräckligt med produkter för betalt pris (kan leda till korruption) – och karaktäristiskt

nog – inte tillräckligt med vinst. Detta sista exempel är kanske grunden för den största etiska risken hos företag. Girighet är det som sker när man inte är nöjd med sin del. Såsom Mahatma Gandhi sagt, så har vi tillräckligt för allas behov, men inte för allas girighet (Heinonen, Pelkonen & Saastamoinen 2002). Gustafsson argumenterar:

Generosity turns economic man on his head. Rather than only doing that which is profitable, it means avoiding only that which is costly. More concretely: if one does not lose unreasonably much by, for example, helping someone, there really is no reason not to help, even though there might be nothing to gain. (Gustafsson 1996:5)

Sålunda menar Gustafsson att förtroende och generositet är absoluta, på så sätt att antingen existerar de eller så existerar de inte. Förtroende varierar mellan länder och regioner, eftersom det är beroende av kultur. Likadant är det med socialt kapital, enligt Gustafsson (s. 12, se också Seppola 2004). Han konkluderar med att notera att förtroende är ett centralt fenomen i handel, ekonomi och i social samvaro – även om det ibland ignoreras av ekonomer. Jag hävdar att det i mångt och mycket är likadant med etik. Det finns och styr affärlivet – ett faktum som står antingen det ignoreras eller inte. Förtroende är en del av etiken – och vice versa. Detta gör att också konceptet girighet är nära relaterat till etik. Man kan t.o.m. fråga sej om girighet är den enda och största orsaken till omoral i företagsverksamhet.

När etiska frågor som förtroende, socialt kapital, identitet, välgörenhet osv används i företaget av instrumentella orsaker – man tror att det indirekt är värdefullt på lång sikt – kan också dessa mjuka värden bli till en värdeskapande strategi. Såsom framkommer ovan finns det många ansatser till studier av etik i en företagskontext. Dessvärre är dessa inte företrädna i större utsträckning i IMP-traditionen. Nedan visas därtill några studier kring (strategiskt) värdeskapande. Dessa anknyter på olika sätt till artikelns problemområde, dvs skärningspunkten mellan etik, strategi och värdeskapande i en företagsekonomisk kontext.

7 OM GLOBAL VÄRDESKAPANDE STRATEGI

7.1 Etik är en värdeskapande strategi för företag

Företagsetiken är en ny företeelse i strategisk betydelse. En undersökning på Irland år 2002 visade att företagsledarna var tveksamma till företagsetikens positiva betydelse för företagets framgång. Däremot visar flera studier under 2000-talet (diskuterade av Juholin 2004) att en klar majoritet av företagsledarna uppfattar det som kritiskt att företaget har ett gott anseende och förtroende i sitt nätverk. Ju större företag, desto viktigare är

anseendet. World Economic Forum (WEF) publicerade år 2004 en undersökning som tyder på att just samma år kan vara en vändpunkt för företagens position som samhällsmedborgare med etiskt ansvar. Detta baseras på hur investerare ser på företag med etisk profil. Juholin resonerar att allt flera indicier tyder på att företagets ansvar fått ett allt större intresse på finansmarknaden. Etik är en värdeskapande strategi (se t.ex. Lindfelt 2004). Det syns också i att konsumenterna har förväntningar på företagen. Det finska Image Match publicerade år 2004 en studie som visar att 81 % av finländarna upplever att företagen borde vara mera ansvarstagande (Juholin 2004: 75).

När gäller strategi, värdeskapande och etik för globala företag kan följande studie nämnas, även om den inte fokuserar på industriella företag. Handels- och industriministeriet har studerat hur små och medelstora företag (SME, small and medium-sized enterprises) i Finland har gjort CSR till en tillgång och fördel. Studien konkluderar följande:

In the networking economy many SMEs operate as sub-contractors to a larger company or as part of a larger procurement chain. In the future, large companies will demand more accurate information on how products and services have been produced. Financiers, too, may want to receive more ample information on the functioning of the objects financed. Responsible business activity and communicating the results of work promote the competitiveness of Finnish SMEs. A well managed business that looks after its short- and long-term operating conditions gets more of "its money's worth", i.e. it operates more efficiently, produces more, creates more durable client contacts and keeps abreast of the development of society" (Taipainen & Toivio 2004: 68).

Med andra ord, uppmuntrar studien till CSR, eftersom det är en god strategi för effektivitet, värdeskapande och goda affärsrelationer. Därutöver hålls företaget i bräsch av marknadens utveckling, hävdar studien. Dessa resultat korrelerar väl med studien gjord av Lindfelt (2004), där kontexten inte utgjordes av globala SME utan av industriella globala företag. Det bör noteras att Handels- och industriministeriets studie också medger att det är svårt för de små och medelstora företagen att identifiera vilka affärsfunktioner som inkluderas i en ansvarsfull verksamhet. Samtidigt verkar också förtjänsterna av en företagsetisk verksamhet distant för största delen av företagen. Detta till trots, visar studien att de finländska företagen i hög grad införlivat tanken på CSR i den grundläggande synen på företagande. I jämförelse till liknande studier som gjorts i andra delar av Europa, är skillnaden häri märkbar. En av studiens centrala bidrag är uppmuntrandet till att göra ansvarsfullt företagande mera välkänt bland SME i Finland, i syfte att få finländska företag att höja sin profil och konkurrenskraft. Detta kan endast göras i en nätverksstruktur, i samarbete mellan olika aktörer; företag, den allmänna

sektorn och andra organisationer. Studien konkluderar: "The all-pervading principle is the competitiveness of enterprises in relation to sustainable development" (Taipalinen & Toivio 2004: 68).

7.2 Värdeskapande i skogsindustrin: en traditionell ansats

Slutligen vill jag visa på en studie om värdeskapande i skogsindustrin – utan etisk koppling. Siitonen (2003) har studerat globaliserings- och regionaliseringsstrategier och hur dessa har haft inflytande på massa och pappersindustrin under åren 1990-1998. Hennes doktorsavhandling hävdar att drivkrafter för globalisering är perifera lokaliseringar/placeringar, företags alltför små storlek och hemmamarknadens öppenhet – alla dessa fungerar som s.k. push faktorer. Å andra sidan finns också s.k. pull faktorer: uppköpare blir allt mer globala vilket gör att det finns ett kontinuerligt behov av global service från pappers- och massaproducenterna, attraktiva nya marknader, goda tillväxtförväntningar och god konkurrenskraft. Hon finner i studien att ett företags prestation positivt korrelerar med globaliseringens framsteg (s. 5). Siitonen hävdar att nordiska företag – som Stora Enso – har spelat en ledande roll i hela industrins globalisering. Genom att referera till Scott (1998), diskuterar Siitonen värdeskapande i industrisektorn och kommer fram till följande:

...there can be no doubt that nowadays the principal goal of management is the enhancement of shareholder value. The firms that are not clear on this tend to be those that are in deep trouble. The only question remaining is whether the firm is doing the right things to maximize its return to shareholders by focusing on those activities which really drive value creation. (Siitonen 2003:120)

Sålunda har Siitonen en syn på värdeskapande som inte är öppen för etik som en värdeskapande strategi, inte heller noterar hon etikens strategiska roll i skapandet av image-värde, i hållbar utveckling av företaget eller för företagsetik som värdeskapare i sej. Därför är också hennes konklusion att vinnarna i globaliseringsprocessen är de företag som har en kostnadseffektiv "asset base", t.ex. företag som kontinuerligt ökar produktionsenheternas ekonomiska storlek – och företagets ekonomiska storlek (s. 242). Hon ser att kundbasen blir mera och mera global och efterfrågan likaså. Här kan noteras att hon förstår efterfrågan, globalisering och värde på ett sätt som genomgående är i hårda termer – och därmed kan man säga att hon förbiser t.ex. sådana situationer som hände Stora Enso i fallet med centraleuropeiska kunder på 90-talet. Som framkommer i t.ex. Lindfelt (2004), ställde dessa kunder stora krav på etiskt hållbara lösningar, vilket på allvar satte igång den företagsetiska utvecklingen inom industrin – samma industri som

hon undersöker. Därmed kan hävdas att hon förbiser att också de mjuka värdena blir hårda i en affärsrelation. Trots allt avslutar hon sin avhandling med att kort komma in på tematiken om ansvar. Hon skriver (s. 246):

Finally, when it comes to managing a company within the globalizing or global group, the management should *acknowledge the “collective responsibility”* of the industry by efficiently managing investments and capacity during downturns in the cycle. To do this, the management must be able to think in a long-term perspective, not just focusing on short-term profits.

Siitonens arbete är ett gott exempel på en finländsk doktorsavhandling, vilken karaktäriseras av en grundlig forskningsprocess, vilken baseras på såväl teoretisk som empirisk data – men vilken saknar en öppenhet för mjuka värderingar. Finland är långt ett teknokratiskt land, även om det finns förändringar inom synhåll hos forskare och affärsmän. Detta har påvisats i resultaten av ovan nämnda studier. En process är på gång, mjuka värderingar kommer in bl.a. genom det stora banbrytande arbete som görs i företagsetiska frågor i pappersindustrin (t.ex. hos UPM, Stora Enso). Ännu syns denna process inte tydligt i forskningsrapporter och avhandlingar.

8 SAMMANDRAG

Syftet med artikeln har varit att utifrån litteraturen diskutera hållbar utveckling och ekonomiskt värdeskapande i en företagsindustriell kontext. Genom att utgå från ett industriellt företag, Stora Enso har skogsindustrin stått i naturlig fokus, vilket också medfört en tyngdpunkt på finländsk-svensk forskning. En stor del av litteraturen som diskuteras utgår också från den industriella nätverksteorin. Denna kritiserar för att den saknar studier som tar en hållbar utveckling på allvar. Sålunda har artikeln fört fram olika exemplifieringar på studier som tagit fasta på syskonskapet mellan en hållbar utveckling och ett ekonomiskt värdeskapande i en global kontext. Litteraturgenomgången visar hur skogsindustrin i Finland varit och är en stor del av landets ekonomi. Därtill framkommer att maktfrågor innebär ansvarsfrågor och en efterfrågan på etiska handlingar hos företagen. Samtidigt har företagen själva börjat uppleva att etik kan vara en värdeskapande strategi. Kring denna knutpunkt har inte mycket forskning gjorts. Däremot verkar många praktiker på fältet vara införstådda i agendan, vilket syns t.ex. Kuismas uttalande nedan.

Företag har i dagens värld en avgörande betydelse såväl i nationalekonomin som i den globala ekonomins utveckling och därigenom på den individuella medborgarens liv. Därför skulle det

kännas naturligt att företagen förväntades vara starkt med alltid då man söker lösningar på den hållbara utvecklingens problem.¹⁰ Kuisma (2003:216)

I forskning kan man se att bitar läggs i ett pussel, från olika perspektiv och med olika tematik, vilka angränsar till andras forskningsresultat. I denna artikel har angränsande pusselbitar utgjorts av skogsindustrin, värdeskapande, globalisering, företagsetik, marknadsföring och nätverk (IMP-traditionen). Samfällt har litteratur från dessa områden lett till en teoretisk pusselbit, denna artikel, vilken främst visar på behovet av vidare empirisk forskning kring tematiken. Affärsnätverken är alltmer globaliserade. Globaliseringen lyfter fram etiska frågor kring en hållbar utveckling. Dessa kan skapa värde för företaget. Men många teoretiska plattformar, såsom t.ex. nätverkstraditionen, har inte studerat etiska frågor och hållbar utveckling. Däremot har nätverkstraditionen fokuserat på globalisering och värdeskapande ur andra perspektiv. Översikten efterlyser således mera forskning kring syskonskapet hållbar utveckling och ekonomiskt värdeskapande för att förstå företagen i en global verklighet, t.ex. inom skogsindustrin. En fiendskap mellan dessa två tjänar inte nödvändigtvis någon i slutändan. Denna tes är att se som själva budskapet i denna artikel.

¹⁰ Yrityksillä on nykymaailmassa ratkaiseva vaikutus niin kansantalouksien kuin globaalin talouden kehitykseen ja sen myötä yksittäisten kansalaisten elämään. Siksi tuntuisi luonnolliselta, että yritysten edellytettäisiin olevan vahvasti mukana aina, kun etsitään ratkaisuja kestäväen kehityksen ongelmin

REFERENSER

- Andersson U (2001). *Network embeddedness and transfer of information in MNCs – The dual role of the subsidiary*. Occasional Papers. Uppsala: Uppsala Universitet.
- Brytting T (1997). Moral Support Structures in Private Industry – The Swedish Case. *Journal of Business Ethics*, 16(7), 663-697.
- Brytting T & N Egels (2004). *Svensk Företagsetisk Forskning 1995-2001*. BAS: Göteborg.
- Brytting T & Trollestad C (2000). Managerial Thinking on Value-Based Management. *International Journal of Value-Based Management*, 13(1), 55-77.
- Crowther D & L Rayman-Bacchus (red.) (2004). *Perspectives of Corporate Social Responsibility*. Aldershot: Ashgate.
- CSR – *Corporate Social Responsibility and the role of the legal profession. A guide for European Lawyers advising on corporate social responsibility issues*. September 2003. Bryssel: Council of the Bars and Law Societies of the European Union.
- Donner-Amnell J (2004). Vastuullisuus kansainvälistyvän metsäteollisuuden haasteena. I: A Lehtinen & P Rannikko (red.) *Leipäpuusta arvopaperia. Vastuun ja oikeudenmukaisuuden haasteet metsäpolitiikassa*, 223-244. Tavastehus: Metsälehti.
- Erkkilä A, R E Heinonen & O Saastamoinen (red.) (2004). *Metsät ja eettinen argumentaatio*. Silva Carelia Series, 42, Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Farhang M (1999). *Multinational Companies' Ethical Behavior and Stakeholder's Response – The Case of Swedish MNCs, Child Labor and Swedish Consumers*. Diss. Luleå: Högskolan i Luleå.
- Ford D, L-E Gadde, H Håkansson & I Snehota (2003). *Managing Business Relationships*. 2a uppl. Chichester: Wiley.
- Forsgren M & J Johanson (1992). Managing Internationalization in Business Networks. I: Forsgren M & J Johanson (red.) *Managing Networks in International Business*, 1-18. Philadelphia: Gordon and Breach.
- Främjande av en europeisk ram för företagens sociala ansvar* (2001). Grönbok 8.7.2001. KOM (2001) 366 slutlig. Bryssel: Europeiska Gemenskapens Kommission.
- Freeman R E (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Freeman R E (1994). The politics of stakeholder theory: some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409-421.

- Freeman, R E. (2000). A Stakeholder approach of the Modern Corporation. I: J W
Dienhart *Business, Institutions, and Ethics*. New York, Oxford: Oxford University.
Även 1998 i TL Beauchamp & N Bowie *Ethical Theory and Business*.
- Gaumnitz B R & Lere J C (2002). Contents of Codes of Ethics of Professional Business
Organizations in the United States. *Journal of Business Ethics*, 35(1), 35-49.
- Granovetter M (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of
Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Granovetter M (1992). Problems of explanation in economic sociology. I: N Nohria & R
Eccles (red), *Networks and Organizations: Structure, Form and Action*, 25-56. Boston,
MA: Harvard Business School.
- Gulati R, N Nohria & A Zaheer (2000). Strategic Networks. *Strategic Management Journal*,
21(3), 203-215.
- Gustafsson C (1988). *Om företag, moral och handling*. Lund: Studentlitteratur.
- Gustafsson C (1990). *New Values, Morality and Strategic Ethics*. Memo-Stencil 148.
Företagsekonomiska institutionen. Åbo: Åbo Akademi.
- Gustafsson M (1996) *The Power of Trust*. Memo-Stencil 185. Företagsekonomiska
institutionen. Åbo: Åbo Akademi.
- Hadjikhani A (1996). *International Business and Political Crisis. Swedish MNCs in a Turbulent
Market*. Diss. Acta Universitatis Upsaliensis, 40. Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Halonen T (2003). Sitoutuminen vuosituhatjulistuksen arvoihin ja tavoitteisiin. I: *Me
olemme päättäneet. Vuosituhattulistuksen rauhan ja kehityksen tavoitteet*, 14-16.
Helsingfors: Suomen YK-Liitto.
- Heinonen R E (2004). Kymmenen vuotta Chicagon globaalien etiikan julistuksesta. I:
Erkkilä A, Heinonen R E & Saastamoinen O (red.) *Metsät ja eettinen argumentaatio*,
31-58. Silva Carelia Series, 42. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Heinonen R E, P Pelkonen & O Saastamoinen (2002). Need for a global forest ethics
network. Konferenssappari. *Proceedings: World Summit on Sustainable Development
(WSSD), Panel for Global Forest Ethics*, 29.8.2002. Johannesburg.
- Hertz S & L-G Mattsson (2001). Current internationalization of firms and markets as
reconfiguration in densely connected networks. *Proceedings of the 17th IMP-conference
in Oslo, Norway*, 9-11.9.2001.

- Håkansson H & J Johanson (1997/1992). A Model of Industrial Networks. I: Ford D (red.) *Understanding Business Markets*, 129-135. London: Dryden Press. Även 1992 i *Industrial Networks: A New View of Reality*, 28-34. London: Routledge.
- Juholin E (2004). *Cosmopolis. Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen*. Keuruu: Otava.
- Kloppenborg Madsen E (1999). *Legitimacy and the notion of social contracts for business*. Working Paper 99-6. Århus: Aarhus School of Business.
- Kopperi M (1999). Business Ethics in a Global Economy. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 4(1).
- Koski S (red.) (2003). *Me olemme päättäneet. Vuositubajulistuksen rauhan ja kehityksen tavoitteet*. Helsingfors: Suomen YK-Liitto.
- Koskinen L (1999). *Etik, ekonomi och företagens själ. Kan hög moral och god ekonomi förenas?* Stockholm: Prisma.
- Kristensson Ugglå, B (2002). *Slaget om verkligheten: filosofi, omvärldsanalys, tolkning*. Eslöv: Symposion.
- Kuisma J (2003). Vastuulliset yritykset työelämän oikeuksien kehittäjinä. I: *Me olemme päättäneet. Vuositubajulistuksen rauhan ja kehityksen tavoitteet*. 215-236. Helsingfors: Suomen YK-Liitto.
- Kujala J (2001). *Liiketoiminnan moraalialta etsimässä. Suomalaisten teollisuusjohtajien sidosryhmänäkemykset ja moraalinen päätöksenteko*. Diss. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Küng H (1991). *Global responsibility: in search of a new world ethic*. Övers. J Bowden. London: SCM.
- Lehtinen A (2004). Vastuu- ja oikeudenmukaisuuskysymykset globalisoituvassa metsäyhteistyössä. I: A Lehtinen & P Rannikko (red.) *Leipäpuusta arvopaperia. Vastuun ja oikeudenmukaisuuden haasteet metsäpolitiikassa*, 245-270. Tavastehus: Metsälehti.
- Lindfelt L-L & J-Å Törnroos J-Å (2006). Ethics and Value Creation in Business Research – comparing two approaches. *European Journal of Marketing*, 40(3 / 4).
- Lindfelt L-L (2004). *Ethics as Strategy in Industrial Firms? A study on the Stora Enso business network*. Licentiatavhandling. Åbo: Åbo Akademi.

- Mainela T (2002). *Networks and Social Relationships in Organizing International Joint Ventures. Analysis of the Network Dynamics of a Nordic-Polish Joint Venture*. Diss. Acta Wasaensia, 103. Vasa: Universitas Wasaensis.
- Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility* (2003). Luxemburg: Europeisk Kommissionen, Employment & Social Affairs.
- Monge P & J Fulk (1999). Communication Technology for Global Network Organizations. I: G DeSanctis & J Fulk (red.) *Shaping Organization Form. Communication, Connection, and Community*, 71-100. Thousand Oaks: Sage.
- Möller K & Wilson D T (1995). Business Relationships – an Interaction Perspective. I: Möller K & Wilson D (red.) *Business Marketing: An Interaction and Network Perspective*. Boston: Kluwer.
- Noorderhaven N G, C I Koen & S Beugelsdijk S (2002). *Organizational culture and network embeddedness*. Discussion Paper 2002-91, Dept of Organization and Strategy. Tilburg University.
- Norberg P (2001) *Finansmarknadens amoralitet och det kalvinska kyrkorummet – en studie i ekonomisk mentalitet och etik*. Diss. Stockholm: Handelshögskolan i Stockholm.
- Normann R (2001). *När kartan förändrar affärslandskapet*. Malmö: Liber Ekonomi.
- Nylén U (1996). *Gott och ont inom affärslivet – Utveckling av ett etiskt perspektiv på företags relationer mellan aktörer*. Diss. Umeå: Umeå Universitet.
- Näsi J (1991). Strategic Thinking as Doctrine. Developments of Focus Areas and New Insights. I: Näsi J (red.) *Arenas of Strategic Thinking*, 26-66. Tammerfors: Foundation for Economic Education/Liikesivistysrahasto.
- Näsi J, Ranta P & Sajasalo P (1998). *Metsäteollisuuden megamuutos. Pelinäkökulmainen analyysi suomalaisen metsäteollisuuden kehkeytymisprosesseista vuosina 1985-1996*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Oksanen M (2004). Etiikka ympäristökonflikteissa. I: Erkkilä A, R E Heinonen & O Saastamoinen (red.) *Metsät ja eettinen argumentaatio*, 75-83. Silva Carelia Series, 42. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Our Common Future* (1987). World Commission on Environment and Development. Oxford: Oxford U.P.
- Pearson G (1995). *Integrity in Organizations. An Alternative Business Ethic*. London: McGraw-Hill.

- Pries L (2005). Configurations of geographic and societal spaces: a sociological proposal between 'methodological nationalism' and the spaces of flows. *Global Networks*, 5(2), 167-191.
- Ramírez-Pasillas M (2004). *Embedded Regional Networking*. Licentiatavhandling. Växjö: Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship.
- Rannikko P (2004). Laaja metsäpolitiikka ja yhteiskunnallinen vastuu. I: Erkkilä A, R E Heinonen & O Saastamoinen (red.) *Metsät ja eettinen argumentaatio*, 95-102. Silva Carelia Series, 42. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Rantala T (2004). Suomen metsäpolitiikan ja politiikkaprosessin arvot. I: A Erkkilä, R E Heinonen & O Saastamoinen (red.) *Metsät ja eettinen argumentaatio*, 89-94. Silva Carelia Series, 42. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Rayman-Bacchus L (2004). Assessing Trust in, and Legitimacy of, the Corporate. I: D Crowther & L Rayman-Bacchus (red.) *Perspectives of Corporate Social Responsibility*, 21-41. Aldershot: Ashgate.
- Robertson R (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity, I: M. Featherstone, S. Lash & R. Robertson (Red.) *Global Modernities*, 25-44. London: Sage.
- Rytteri T (2002). *Metsäteollisuusyrityksen luonto. Tutkimus Enso-Gutzeitin ympäristö ja yhteiskuntavastuun muotoutumisesta*. Diss. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Rytteri T (2004a). Metsäsektorin eturyhmät ja yhteiskunnallinen oikeudenmukaisuus. I: A Lehtinen & P Rannikko (red.) *Leipäpuusta arvopaperia. Vastuun ja oikeudenmukaisuuden haasteet metsäpolitiikassa*, 45-75. Tavastehus: Metsälehti.
- Rytteri T (2004b). Metsäyhtiön yhteiskunnallinen vastuu. I: A Lehtinen & P Rannikko (red.) *Leipäpuusta arvopaperia. Vastuun ja oikeudenmukaisuuden haasteet metsäpolitiikassa*, 199-222. Tavastehus: Metsälehti.
- Saastamoinen O (2004). Kestävyys metsätalouden eettisenä perustana: Kehitystä ja keskustelua. I: A Erkkilä, R E Heinonen & O Saastamoinen (red.) *Metsät ja eettinen argumentaatio*, 13-30. Silva Carelia Series, 42. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Scott M (1998). *Value Drivers: The Manager's Framework for Identifying the Drivers of Corporate Value Creation*. Chichester: Wiley.
- Seppola R (2004). *Social Capital in International Business Networks. Confirming a unique type of governance structure*. Diss. Helsingfors: Helsingin Kauppakorkeakoulu.

- Siitonen S (2003). *Impact of Globalisation and Regionalisation Strategies on the Performance of the World's Pulp and Paper Companies*. Diss. Helsingfors: Helsingin Kauppakorkeakoulu.
- Simons O (2004). *CSR an EU priority in the Romanian reality*. Key note speech, UNDP Round Table on Corporate Social Responsibility, 9.6.2004, Bucharest.
- Snehota I (1993). Market as network and the nature of the market process. I: S T Cavusgil & D Sharma (red.) *Advances in International Marketing: Industrial Networks*, 5. Greenwich Connecticut: JAI.
- Svensson G (2001). "Glocalization" of business activities: a "glocal strategy" approach. *Management Decision*, 39(1), 6-19.
- Taipalinen J & T Toivio (2004). *Vastuullinen yritystoiminta pk-yritysten voimavarana*. KTM Julkaisuja 16/2004. Handels och Industriministeriet. Helsingfors: Edita.
- Takala T (2000) Yrityksen yhteiskunnallinen vastuun ideologiat v. 2000 – suomalainen yritys globalisoituvassa maailmassa. *The Finnish Journal of Business Economics*, 49(4), 589-601.
- Trollestad C (2000). *Etik och Organisationskulturer – Att skapa en gemensam värdegrund*. Stockholm: Svenska Förlaget.
- Törnroos J-Å (1997). Networks, NetWorks, NETWorks, NETWORKS. I: F Mazet, R Salle R & J-P Valla (red) *13th IMP Conference Competitive Papers: Interaction, Relationships and Networks in Business Markets*, 615-631. 4-6.9.1997, Lyon.
- Vehkaperä M (2003). *Yrityksen yhteiskuntavastuu – vastuuta voittojen vuoksi?* Licentiatavhandling. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/>
or send a letter to
Creative Commons, 559 Nathan Abbott Way, Stanford, California 94305, USA.