



**Hermods Gymnasium**  
TRADITION OCH INNOVATION

# **Telia Sverige & CSR**

En studie av hur Telia Sverige påverkas av sitt CSR-arbete

Författare: Megan Volo

Kurs: Gymnasiearbete & Ekonomi. Spec.

Lärare: Johan Arvidsson

Program: Ekonomiprogrammet

Datum: 17-05-2018

## **Abstract**

Corporate social responsibility has recently gained importance for companies. Telia Company has increased its work on CSR. The purpose of this study is to gain a better understanding of how CSR-related activities affect Telia Sweden from a sustainability perspective. The method in which this essay is based is a qualitative method where three people were interviewed. The question framing is how Telia Sweden is influenced by the work of CSR from an economic, environmental and social viewpoint. The result shows that Telia Sweden's work with CSR complies with the theories used in the paper. The conclusion is that the company has been positively influenced by CSR work based on the three perspectives, and the paper describes how CSR has benefited the company.

## **Sammanfattning**

Corporate Social Responsibility har fått ökad betydelse för företag. Telia Company har under senare år ökat sitt arbete med CSR. Syftet med denna uppsats är att få en ökad förståelse för hur CSR arbete påverkar Telia Sverige utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Metoden som denna uppsats utgår ifrån är en kvalitativ metod då tre personer intervjuades. Frågeställningarna är hur Telia Sverige påverkas av arbetet med CSR utifrån ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt perspektiv. Resultatet visar att Telia Sveriges arbete med CSR överensstämmer med de teorier som används i uppsatsen. Slutsatsen dras att företaget har påverkats positivt av CSR arbetet utifrån de tre perspektiven och uppsatsen redogör för på vilka sätt som CSR arbetet har gynnat företaget.

# Innehållsförteckning

1. Bakgrund	5
1.1. Inledning	5
1.2. Beskrivning av kunskapsområdet och tidigare forskning	6
1.2.1 CSR som begrepp	6
1.2.2 Tidigare undersökningar angående korrelationen mellan CSR och ökad lönsamhet	7
1.2.3 Intressenters påverkan på företag	7
1.2.4 Anseende och varumärke kopplat till CSR	8
1.2.5 CSR åtgärder som sparar resurser	8
1.2.6 CSR som en affärsstrategi	9
1.2.7 CSR i relation till företagskultur	9
1.2.8 Telia Companys historiska utveckling	10
1.2.9 Arbetet med CSR inom Telia Company	10
1.3. Teoretisk referensram	12
1.3.1 Hållbarhetsperspektivet	12
1.3.2 Tre grundläggande aspekter och principer	14
1.4. Källkritisk analys	14
1.5. Begreppsdefinition	16
1.5.1 CSR	17
1.5.2 Hållbarhet	17
1.5.3 Socialt ansvarstagande	17
1.6. Syfte och frågeställningar	17
1.6.1. Syfte	17
1.6.2. Frågeställningar	17
Metod	18
2.1. Val av metod	18
2.2 Val av undersökningsobjekt	19

2.3	Datainsamling	19
2.4	Genomförande av metod	20
2.5	Kritisk granskning av metod	21
3.	Resultat	23
3.1.	Hur påverkar Telia Sveriges arbete med CSR företaget ur ett ekonomiskt perspektiv?	23
3.2.	Hur påverkar Telia Sveriges arbete med CSR företaget ur ett miljömässigt perspektiv?	25
3.3.	Hur påverkar Telia Sveriges arbete med CSR företaget ur ett socialt perspektiv?	28
3.3.1.	Arbetsplatsen	28
3.3.2.	Samhället	31
4.	Analys av resultat	34
5.	Slutsatser	40
	Källförteckning	41
Bilaga 1	Intervjuer	43
Bilaga 2	Frågeformulär	43

# 1. Bakgrund

## 1.1. Inledning

Redan så tidigt som 1950 började det forskas kring CSR och vad det innebär (Grafström, Göthberg & Windell 2015). Europeiska Unionens kommission definierade uttrycket år 2002 som att "CSR är ett koncept där företag integrerar sociala och miljömässiga problem i deras affärsverksamhet och med sina intressenter på frivillig basis." (Europeiska Unionens [EU] kommission 2002).

Efter ett antal skandaler angående arbetsförhållanden i utvecklingsländer kritiserades multinationella västerländska bolag för sin bristande hantering av de mänskliga rättigheterna. Detta gjorde frågan om CSR relevant då antiglobaliseringsrörelsen växte på 1990-talet. Idag har CSR blivit mycket relevant efter att klimatförändringar har hamnat i fokus (Grafström, Göthberg & Windell 2015).

Intresset för att arbeta med CSR inom företag har vuxit i och med att kundens medvetenhet angående klimatförändring och kravet om jämlikhet har ökat. Det har visat sig att företag som tar dessa frågor på stort allvar genom arbete med CSR har blivit populära men också att företag som är uppriktiga angående dess handlingar även har blivit populära då det skapar tilltro hos kunden. Kunder lägger även större vikt vid försörjningskedjan av ett företag än tidigare. Socialt ansvarstagande har alltså utbredd sig på grund av företags reaktioner på pressande yttre faktorer men även inre faktorer inom företaget (Crowther & Aras 2008). Telia Sverige har sedan år 2016 inlett ett ökat arbete med CSR och introducerat ett antal olika CSR åtgärder för att uppnå de krav som ställs för att anses som ett hållbart företag (Telia Company 2016)

## 1.2. Beskrivning av kunskapsområdet och tidigare forskning

### 1.2.1. CSR som begrepp

CSR eller hållbart företagande har flera definitioner. Det kan definieras som relationen som ett företag eller verksamhet har till det lokala samhället i området där företaget är verksamt. Det kan även vara relationen mellan ett företag och dess intressenter (Crowther & Aras 2008). CSR och idén om att företag ska ha ett socialt ansvar utöver det ekonomiska ansvaret etablerades tidigt i USA och spreds sedan vidare till andra delar av världen. Redan så tidigt som 1950 och 1960-talen så började det forskas om företagens sociala ansvar. Forskare som Keith Davis, William Frederick och Theodore Levitt hade alla sin egen syn på företagets roll i samhället och publicerade olika artiklar inom ämnet (Grafström, Göthberg & Windell 2015).

Idag finns det mycket forskning om ämnet men också från många olika perspektiv, därför delas forskningen in i tre huvudämnen. Det första är socialt ansvar i relation till företagets ekonomiska ansvar och en del resultat från dessa studier visar på att det finns ett positivt samband mellan ett socialt ansvarstagande och företagets ekonomiska ansvarstagande. Det uppstår dock en del problem när man ska komma fram till ett sådant resultat eftersom att det är svårt att veta om det är att företagen påstår att socialt ansvar är viktigt eller om det är de faktiska aktiviteterna som företag gör för att ta ett socialt ansvar som påverkar lönsamheten (Grafström, Göthberg & Windell 2015).

Det andra är socialt ansvar i relation till managementfrågor och i dessa studier så undersöker man hur arbetet med CSR kan integreras i affärsverksamheter samt vilka implikationer det har på företagande utöver de ekonomiska. Andra studier inom denna kategori undersöker hur arbetet med CSR har integrerats och implementerats i olika typer av företag, branscher och länder. Resultaten av dessa studier visar att socialt ansvarstagande berör olika delar av verksamheten såsom rekryteringsprocesser och personalfrågor, produktions och leverantörs processer samt rapportering och uppföljning av socialt ansvar (Grafström, Göthberg & Windell 2015).

Det tredje är socialt ansvar i relation till marknadsföring och marknadskommunikation. Här undersöks hur ett företags sociala ansvar kan användas i varumärkesbyggande syfte och hur aktioner som konsument bojkotter bland annat kan påverka varumärken och ett företags anseende. Man undersöker även politisk konsumtion och uppkomsten av nya marknader och rörelser till följd av ökad medvetenhet kring företagens påverkan på omvärlden (Grafström, Göthberg & Windell 2015)

### 1.2.2. Tidigare undersökningar angående korrelationen mellan CSR och ökad lönsamhet

Vissa företag motiverar arbetet med CSR med att det ökar lönsamheten och att det gör företaget till en attraktiv arbetsgivare. I en global enkätundersökning som PriceWaterhouseCoopers gjorde år 2002 så visade det sig att 72% av verkställande direktörer i 33 olika länder ansåg att socialt ansvar är viktigt för lönsamheten. Företagsledare hävdade att CSR arbetet i första hand motiverades med att det var varumärkesstärkande och i andra hand att det gjorde företaget till en attraktiv arbetsplats. För börsnoterade företag så är det viktigt att genom arbete med CSR, visa aktieägarna att deras investeringar leder till ökad avkastning (Grafström, Göthberg & Windell 2015).

### 1.2.3. Intressenters påverkan på företag

Ett företags intressenter har en stor påverkan på företaget vare sig de är direkta eller indirekta intressenter. Exempel på indirekta intressenter är granskande intresseorganisationer vars huvudsyfte är att granska företags verksamhet i olika länder. Den information de samlar in sprids vidare till etiska investerare, konsulter och media. De intressenter som påverkar företag och vice versa är stater, intresseorganisationer, investerare, politiska organisationer, konsulter, kunder, anställda, branschorganisationer, leverantörer och media. Primära intressenter är kunder och anställda medan sekundära intressenter kan vara media, myndigheter och intresseorganisationer, de sekundära intressenterna påverkar inte företagets överlevnad på samma sätt som de primära. Intressenters kritik kan ha avgörande effekter för företag, numera är det viktigt för företag att agera proaktivt i sina relationer till intressenter angående socialt ansvar istället för att agera



reaktivt. De ska alltså arbeta frivilligt med socialt ansvar och inte bara till följd av kritik (Grafström, Göthberg & Windell 2015).

#### 1.2.4. Anseende och varumärke kopplat till CSR

I samspelet mellan företag och intressenter skapas och etableras normer som påverkar företag. Det är viktigt för företag att följa lagar men det är minst lika viktigt att följa normer inom företagande och som finns i samhället. Företag som följer normerna skapar legitimitet och ett gott anseende. Om ett företag inte anpassar sig efter normerna och de krav som konsumenterna ställer så tappar de sin legitimitet och sina kunder och kan inte längre verka till följd av det. Att arbeta med socialt ansvarstagande kan stärka ett företags anseende men om det visar sig att ett företag bara påstår att de gör det utan att faktiskt göra det blir konsekvenserna för företaget större. Det finns stora risker med att få offentlig kritik och därmed sämre anseende eftersom att företaget betraktas som en helhet av omgivningen och hör därför ihop med sitt varumärke. Hela företagets anseende påverkas negativt även om bara en liten del gör något fel. Om ett företag har byggt upp ett starkt anseende som ett ansvarstagande företag kan det dämpa effekterna av kritik men å andra sidan så kan det göra att företaget hålls till en högre standard vilket kan resultera i att kritiken slår ännu hårdare. Media har fått en betydande roll i kritiken eftersom att det ökade intresset för CSR har gjort att de granskar företag hårdare nuförtiden (Grafström, Göthberg & Windell 2015).

#### 1.2.5. CSR åtgärder som sparar resurser

Det finns många sätt som arbete med CSR kan leda till att företag sparar pengar och därmed ökar sin lönsamhet. Ett exempel på detta är att använda sig av livscykelanalys för att spara resurser. Genom att analysera en produkt och dess utvecklingsprocess steg för steg kan man få en uppfattning om vilken påverkan produkten har på miljön under sin livstid. Man kan då åtgärda eventuella problem för att effektivisera processer. Ett exempel på en resurs som kan effektiviseras är förbrukning av energi, genom effektivisering kan företaget spara pengar samtidigt som det skonar miljön. (Grankvist 2012).

### 1.2.6. CSR som en affärsstrategi

CSR handlar ofta mer om en affärsstrategi än om altruism för företagen då det kan leda till ökad lönsamhet. Företagsansvar har gått från att handla om att bemöta politiska och ideologiska krav till att bli mer integrerat i affärsmodeller. Det har publicerats en mängd olika vetenskapliga artiklar som försöker bevisa sambandet mellan socialt ansvarstagande och ekonomisk lönsamhet för företag. Detta skulle kunna leda till att legitimera ansvarstagandet som en naturlig del av företags verksamhet. Det saknas dock tydligt bevis för att det finns ett samband mellan ansvarstagande och ekonomisk prestation. Olika studier säger visar olika resultat och anledningen till att det är svårt komma fram till en tydlig slutsats är att mätningarna som utförs i studier ofta är svåra att genomföra och resultaten ofta kan tolkas på många olika sätt. Det är svårt att säkerställa att det är just det sociala ansvarstagandet som påverkar företagets lönsamhet i en positiv riktning och inte andra händelser och aktiviteter under samma tidsperiod. Ytterligare förklaringar till att resultaten skiljer sig är att forskare använder sig av olika definitioner av socialt ansvarstagande och ekonomiska resultat (Grafström, Göthberg & Windell 2015).

### 1.2.7. CSR i relation till företagskultur

En av de viktigaste komponenterna för att ett företag ska bli framgångsrikt och lyckas inom CSR arbetet är att ha en bra företagskultur. Om medarbetarna inte trivs på sin arbetsplats så påverkar det företaget negativt i längden. I 2007 års hållbarhetsredovisning redovisade TeliaSonera att 61 procent av deras anställda var engagerade och de strävade efter att minst 67 procent skulle känna sig engagerade. Samtidigt uppgav 70 procent att de upplevde att de hade möjlighet att påverka sina arbetsförhållanden i en omgivning som värdesätter kreativitet och egna initiativ (TeliaSonera 2007). Det är lönsamt för företag att de anställda ska må så bra som möjligt både på arbetsplatsen men även på fritiden eftersom att det minskar antalet sjukskrivningar. Genom att bara minska sjukskrivningarna med en procent så kan man spara miljoner i extra kostnader. Det kan även påverka resultaten positivt eftersom att fler anställda är produktiva. Att de anställda upplever att arbetsplatsen är jämställd och att de får hjälp att balansera familj och arbete kan

även vara avgörande för ett företag. Detta gör att medarbetarna känner sig trygga och att de trivs vilket gör företaget till en mer attraktiv arbetsplats. En annan viktig del av det sociala ansvaret internt är att det ska finnas mångfald inom företaget och i olika positioner. Genom att inte ta hänsyn till olika bakgrunder vid rekryteringsprocesser så går företaget miste om många kompetenta potentiella medarbetare och detta kan även leda till att man utesluter en stor och viktig del av företagets kundkrets. Genom att skapa en uppförandekod så kan man göra att företagets värderingar blir en del av arbetet genom att ge de anställda praktiska exempel över hur man bör agera på arbetsplatsen. Det är även viktigt att se till att uppförandekoden faktiskt fungerar genom att rapportera resultaten och kontrollera aspekter av företaget regelbundet. Rapporteringar är även viktigt för företagets anseende då transparens stärker företagets trovärdighet (Grankvist 2012).

#### 1.2.8. Telia Companys historiska utveckling

Telia Company grundades år 1853 och är en nordisk teleoperatör som delvist är ägd av den svenska och finska staten. Koncernen har sin huvudsakliga verksamhet i Norden och Baltikum men även andra länder som Spanien, Turkiet och Ryssland. Före den 12 april 2016 använde företaget namnet TeliaSonera Aktiebolag (Wikipedia, 2017). Idag är koncernen Europas femte största telekomoperatör (Telia Company, 2017 A) med en nettoomsättning på 8 4 178 MSEK, 21 030 anställda och 512 841 aktieägare (Telia Company 2016 s.5-6).

#### 1.2.9. Arbetet med CSR inom Telia Company

En viktig del av Telia Companys verksamhet är hållbarhetsarbetet. Företaget delar upp arbetet i två större kategorier: "All in"-strategin som är till för att skapa värde för företaget och konsumenterna genom olika program som företaget har för ansvarsfullt företagande där målet är att säkerställa en hållbar verksamhet och etiska affärsmetoder. Företaget strävar efter att skapa värde genom att jobba för att koppla upp det ouppkopplade, för ett hälsosamt och säkert samhälle, för att alla ska ha tillgång till utbildning och genom att skapa digital innovation och entreprenörskap. Värdeskapandet är en del av affärsstrategin där företaget vill möta sociala och miljömässiga utmaningar medan de skapar affärsnytta. De olika programmen för ansvarsfullt

företagande som Telia Company har är att jobba för anti-korruption, ansvarsfulla inköp, yttrandefrihet, skapa en bra arbetsmiljö, hälsa och säkerhet, för att kund integriteten ska ha hög standard, för att barn ska vara trygga på nätet och genom att ta miljöansvar. (Telia Company 2016)

Telia Company arbetar mot ISO 14001-certifiering på samtliga marknader och under 2016 har Telia Company Sverige åstadkommit en sådan certifiering. Hälften av den energi som företaget köper är förnyelsebar och detta ska leda till minskning av växthusgasutsläpp med ca 50 000 ton årligen. Företaget har även mål som de vill uppnå 2018 som 10 procent lägre energiförbrukning per abonnemang ekvivalent och 33 procent lägre CO<sub>2</sub>-utsläpp per abonnemang ekvivalent. (Telia company, 2017 B)

ISO 14001 är en internationellt accepterad standard som utgör grunden för fastställande av miljöledning. Det finns 55 olika krav som ska uppnås och målet är att företaget ständigt ska förbättras på miljöfronten. (Wikipedia, 2017) En sådan certifiering innebär enligt (Svensk Certifiering 2018) att företaget har utfört meriterande miljöarbete som även har dokumenterats och kommunicerats tydligt i ett miljöledningssystem.

Telia Company har även visat stöd till FN:s globala mål för hållbar utveckling genom att jobba mot anti-korruption, hälsa och välbefinnande för samhället, att alla ska ha tillgång till utbildning, bekämpa klimatförändringen genom att minska företagets miljöpåverkan och även genom att skapa en hållbar industri, innovationer och infrastruktur. Företaget har valt att följa en mängd olika internationella konventioner som FN:s mänskliga rättigheter, Internationella arbetsorganisationen ILO:s kärnkonventioner samt OECD:s riktlinjer för multinationella företag. Utöver detta så har de även undertecknat FN:s "Global Compact". (Telia Company 2016 s. 71-72).

Telia Company arbetar för att vissa standarder inom företaget ska uppnås. De har tydliga riktlinjer för vad som är viktigt inom företaget och har ett strategiskt mål att skapa "En

företagskultur kring arbetsmiljö, hälsa och säkerhet som stödjer Telia Company:s ambition att vara den bästa arbetsplatsen.”. Företaget strävar efter att alla lokala bolag ska införa ett OHSAS 18001-ledningssystem vilket innebär att företaget utgår från tydliga riktlinjer som ska förbättra arbetsmiljön. Under vintern 2016 så lanserade Telia Company i Sverige ett strategiskt initiativ “Well-being@Work” med mål att skapa engagemang och högre prestationer bland medarbetare samtidigt som arbetsmiljön förbättras. Detta ska i sin tur leda till lägre sjukskrivningar bland anställda. (Telia Company 2016)

Under 2016 så lanserade företaget en ny uppförandekod för att öka medvetenheten och engagemanget när det gäller etik och värderingar inom företaget och lanseringen kompletterades även med en obligatorisk utbildning angående den nya koden. (Telia Company 2017 C).

Enligt en hållbarhetsrapport från Telia Company i samarbete med Deloitte från 2016 har Informations- och kommunikationsteknik (ICT) förmågan att påverka ekonomier, samhällen och även individen. Innovationer inom teknik skapar möjligheter att förbättra produktiviteten, effektivisera processer, minska hindren för marknadsinträde och kan även bidra till ekonomisk tillväxt. ICT kan även stödja uppnåendet av FN:s hållbara utvecklingsmål som är avsedda att ta åtgärder med strävan efter att upphöra fattigdom, avskaffa hunger, uppnå jämställdhet, öka jämlik ekonomisk tillväxt, minska ojämlikhet och ta itu med klimatförändringarna, allt före 2030 eller tidigare (Telia Company & Deloitte 2016)

### 1.3. Teoretisk referensram

#### 1.3.1. Hållbarhetsperspektivet

Uppsatsen utgår från ett teoretiskt perspektiv om företagsansvar. Hållbarhet utgör kärnan av företagsansvar. Hållbarhetsperspektivet är en teori som utformades år 1987 av FN i Brundtlandrapporten då det definierades som “En utveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov.”. Hållbarhet anses vara ett synsätt som företag, organisationer och regioner väljer att handla utifrån. Synsättet är att

genom olika åtgärder, säkra ekologisk, social och ekonomisk hållbarhet för nu levande generationer och även för kommande generationer (Frankelius 2015 s. 353).

Ekologisk hållbarhet omfattar allt som rör miljön och naturen. Biologisk mångfald är även centralt. För att företag ska anses verka ekologisk hållbart så ska företaget arbeta med miljöfrågor samt redovisa arbetet utförligt i miljöredovisningar. Åtgärder som kan tas av ett företag för att anses som mer ekologisk hållbar kan vara att minska utsläpp genom att välja ett miljövänligare transportmedel. Det är även viktigt att företaget och dess anställda har kunskap om hur ekonomiska processer påverkar miljön och även att företaget beskyddar den biologiska mångfalden då det är avgörande för människan och även för att kunna bevara fungerande ekosystem (Frankelius 2015).

Ekonomisk hållbarhet kan definieras utifrån flera perspektiv. Ett perspektiv är att ekonomisk hållbarhet är “en ekonomisk utveckling som inte medför negativa konsekvenser för den ekologiska eller den sociala hållbarheten”. Tillväxt av det ekonomiska kapitalet får inte gå ut över minskningen av naturligt eller socialt kapital. Det är viktigt för företag att inse att alla faktorer som påverkar hållbarheten påverkar varandra. En bristande ekonomi kan leda till stora problem för miljön och även för den sociala välfärden (Frankelius 2015).

Social hållbarhet är en praxis som ska upprätthålla den sociala enigheten och gemenskapen i ett samhälle för att arbeta mot kollektiva mål. Detta ska ske på ett sätt så att individuella behov uppfylls såsom hälsa och välfärd, boende, utbildning och även kulturella uttryck (Frankelius 2015).

Kritik angående hållbarhet på det sätt som perspektivet etablerades i Brundtlandrapporten är att perspektivet inte omfattar vissa frågor som till exempel frågan om djuretik. När man talar om social hållbarhet så berörs endast människans sociala hållbarhet, inte djurens. Visserligen så har biologisk mångfald, som omnämns i perspektivet kring ekologisk hållbarhet, att göra med djur men den tar inte hänsyn till djurens välmående och välfärd (Frankelius 2015).

### 1.3.2. Tre grundläggande aspekter och principer

När man talar om CSR så talar man inte bara om en relation till de nuvarande medlemmarna i samhället som företaget påverkar utan ansvaret om hållbart handlande måste sträcka sig till kommande generationer och mot miljön för en hållbar framtid men ansvaret ska även vara att handla hållbart inom själva företaget. Ansvaret ska fokuseras mot att främja det lokala samhället men även omvärlden på en större skala (Crowther & Aras 2008).

CSR utgår från tre olika aspekter: sociala, miljömässiga och ekonomiska. Ett företag som arbetar med CSR måste ta hänsyn till att följande handlingar ska vara hållbara: utnyttjandet av naturresurser i samband med produktion, vad konkurrensen mellan företaget och samtliga företag på samma marknad har för konsekvenser, berikning av lokalsamhället genom att skapa möjligheter för arbete, påverkan på ekosystem och omgivning i samband med råmaterial utvinning eller lagring av avfallsprodukter, fördelning av vinst inom företaget och dess påverkan på välgång för individen och påverkan på klimatförändringar och utsläpp (Crowther & Aras 2008).

För att försäkras om att företaget utför CSR relaterade handlingar så är det viktigt att följa tre grundläggande principer: hållbarhet, ansvar och klarhet. Handlingar ska utvärderas utifrån dess påverkan på framtiden, företaget ska ta ansvar för dessa handlingar och därmed möjliga konsekvenser som handlingarna kan leda till, företagets handlingar och dess konsekvenser ska vara tydliga och klara samt att de ska vara åtkomliga genom rapportering där all relevant fakta inkluderas (Crowther & Aras 2008).

### 1.4. Källkritisk analys

I denna del kommer de mest väsentliga källorna som använts i avsnittet "Beskrivning av kunskapsområdet och tidigare forskning" att granskas utifrån fyra perspektiv: äkthet, närhet i tid, beroende och tendens.

Crowther, David & Aras, Güler (2008). *Corporate Social Responsibility*. Ventus Publishing ApS.

Boken "Corporate Social Responsibility" av David Crowther och Güler Aras har i denna undersökning använts för att kartlägga CSR som begrepp men även som teori. Källan är hämtad från Ventus Publishing vilket är ett digitalt bibliotek online och en ideell organisation. Denna källa valdes som en trovärdig källa eftersom att den är väldigt relevant till denna uppsats och för att få ökad förståelse för CSR som begrepp och teori. Boken handlar om CSR och beskrivs utifrån många olika aspekter, den utgavs i informerande syfte. Utifrån ett äkthets perspektiv kan boken anses som en trovärdig källa eftersom att den information som har använts från denna källa stämmer överens med information som andra källor uppger. Crowther och Aras använder sig flitigt av källreferenser i boken och hänvisar till sina källor tydligt. Detta gör att källan kan anses vara trovärdig utifrån ett äkthets perspektiv. Utifrån ett tidsperspektiv kan källan anses som både trovärdig och mindre trovärdig beroende på hur man argumenterar. Boken är utgiven år 2008 vilket sannolikt innebär att boken har tagit några år att skriva vilket betyder att informationen som finns i boken kan anses som omodern. Å andra sidan är den information som hämtats från boken för denna uppsats inte särskilt tidsbaserad utan informationen beskriver begreppet CSR. Ur ett beroende perspektiv kan källan anses som trovärdig. Författarna anger tydligt sina egna källor och de är även utbildade inom ämnet CSR vilket tillför en trovärdighet. Eftersom att författarna är utbildade inom CSR gör det att källan kan anses trovärdig utifrån ett tendens perspektiv då det är osannolikt att Crowther och Aras skulle ha en tendens att vilja vilseleda bokens läsare.

Grafström, Maria, Göthberg, Pauline & Windell, Karolina (2015). *CSR: företagsansvar i förändring*. 2. Stockholm: Liber.

Boken "CSR: företagsansvar i förändring" av Maria Grafström, Pauline Göthberg och Karolina Windell har i denna undersökning använts för att förklara begreppet CSR utifrån olika aspekter och för att hänvisa till tidigare forskning kring CSR. Källan är utgiven av Liber vilket är ett



förlag som är baserat i Stockholm. Denna källa valdes och anses som relevant då den redogör utförligt för CSR som begrepp utifrån många olika aspekter. Utifrån ett äkthets perspektiv kan boken anses som en trovärdig källa eftersom att den information som har använts stämmer överens med information från andra källor och eftersom att författarna av boken tydligt hänvisar till krediterade källor. Ur ett tidsperspektiv kan boken anses vara trovärdig eftersom att denna upplaga utgavs år 2015 vilket är mycket nära i tid vilket gör att informationen som använts från boken kan anses som relevant. Ur ett beroende perspektiv kan källan anses vara trovärdig eftersom att boken är baserad på källor som kan anses vara förstahandskällor och eftersom att författarna är väl utbildade inom ämnet. Detta gör källan trovärdig utifrån ett tendens perspektiv då det inte är sannolikt att författarna skulle tala osanning eller förvrida information.

Grankvist, Per (2012). *CSR i praktiken hur företag kan jobba med hållbarhet för att tjäna pengar*. 2. Stockholm: Liber.

Boken "CSR i praktiken hur företag kan jobba med hållbarhet för att tjäna pengar" av Per Grankvist har i denna undersökning använts för att ge exempel på CSR åtgärder som företag kan ta. Källan är utgiven av Liber vilket är ett förlag som är baserat i Stockholm. Denna källa valdes då den anses vara relevant för uppsatsen då syftet med undersökningen är att undersöka hur Telia Sverige påverkas av olika CSR åtgärder utifrån olika perspektiv. Det gör att de åtgärder som tas upp i boken blir relevanta som utgångspunkt. Utifrån ett äkthets perspektiv anses källan som trovärdig eftersom att de åtgärder som beskrivs i boken stämmer överens med information från andra källor och eftersom att de även stämmer överens med de åtgärder som Telia tar. Boken hänvisar till relevanta källor vilket tyder på äkthet men också på att boken är trovärdig utifrån ett beroende perspektiv. Ur ett tidsperspektiv kan källan anses som trovärdig då denna upplaga utgavs år 2012 vilket är relativt nära i tid, detta resulterar i att källan blir relevant. Utifrån ett tendens perspektiv kan källan anses som trovärdig då boken är baserad på studier av 500 företag vilket antyder att Grankvist är väl utbildad inom ämnet och att källan har en stadig grund.

## 1.5. Begreppsdefinition

### 1.5.1. CSR

CSR är en förkortning av Corporate Social Responsibility. Uttrycket översatt betyder “företags sociala ansvar”. Det finns flera olika definitioner av begreppet och flera olika synsätt inom begreppet (Crowther & Güler 2008). År 1987 definierade FN begreppet som “En utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov”.

#### 1.5.2. Hållbarhet

Begreppet hållbarhet kommer att användas synonymt med begreppet CSR i denna uppsats.

#### 1.5.3. Socialt ansvarstagande

Begreppet kommer att användas synonymt med begreppet CSR i denna uppsats.

### 1.6. Syfte & frågeställningar

#### 1.6.1. Syfte

Syftet med denna uppsats är att få en ökad förståelse för hur CSR arbete påverkar Telia Sverige utifrån ett hållbarhetsperspektiv.

#### 1.6.2. Frågeställningar

1. Hur påverkar Telia Sveriges arbete med CSR företaget ur ett ekonomiskt perspektiv?
2. Hur påverkar Telia Sveriges arbete med CSR företaget ur ett miljömässigt perspektiv?
3. Hur påverkar Telia Sveriges arbete med CSR företaget ur ett socialt perspektiv?

## 2. Metod

### 2.1. Val av metod

Metoden som valdes för att genomföra denna undersökning samt att uppfylla syftet och svara på frågeställningarna var en kvalitativ metod då valet gjordes att göra djupintervjuer med syfte att förstå den som blir intervjuad och att förstå fenomenet genom att söka djupare och fylligare svar. Beslutet att göra semistrukturerade intervjuer där frågorna var förberedda gjordes i syftet att kunna styra intervjun men också att kunna ställa följdfrågor vid behov (Forsell 2012).

Anledningen till valet av kvalitativa intervjuer istället för strukturerade intervjuer på grund av att strukturerade intervjuer utgår från tydliga och strukturerade frågor som är mer avgränsade men frågeställningarna i denna undersökning är lite bredare och därför ansågs det att vara mer lämpligt att använda en kvalitativ intervjuform. Det var även viktigt fokusera och lägga vikt i den intervjuades synpunkter på hur Telia Sverige påverkas av arbetet med CSR och för att kunna göra det så passar en kvalitativ metod bättre. Det var viktigt kunna ställa frågor till den intervjuade som möjligtvis avvek från de formulerade frågeställningar för att kunna få en djupare förståelse för fenomenet. Valet av en kvalitativ intervjumetod gjordes även på grund av då att det var mer aktuellt för min undersökning att intervju färre personer men få mer utförliga svar än att intervju ett större antal och få mer översiktliga svar (Bryman 2007).

Anledningen till valet av att inte göra en helt ostrukturerad intervju utan istället göra en semistrukturerad intervju var på grund av att en helt ostrukturerad intervju ofta låter den intervjuade styra intervjun helt samt att denna metod ofta tenderar att likna ett vanligt samtal. Istället utgår denna undersökning från en semistrukturerad intervjuform då det då var möjligt att utgå från en intervjuguide med några tydliga ämnen som intervjun skulle handla om men det var även möjligt att ställa följdfrågor vid behov (Bryman 2007).

## 2.2. Val av undersökningsobjekt

Syftet med denna uppsats var att få en ökad förståelse för hur CSR arbete påverkar ett företag ur ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt perspektiv samt att utvärdera om det utvalda företaget ansvarstagande stämmer överens med hållbarhet som teori. Det var viktigt att välja ett företag med mycket inflytande på det svenska samhället och därmed ett företag med stor makt för att påverka samhället där ett arbete med CSR är väsentligt. Valet att undersöka Telia Sverige styrdes dels av deras position gentemot konkurrenterna på marknaden och vad det gäller hållbarhet, samt åtkomlighet. Det som även gjorde Telia till ett intressant undersökningsobjekt var företagets utveckling inom CSR arbete de senaste åren. I Sustainable Brand Index (2017) rankades Telia på plats 103 av 232 företag för sitt hållbarhetsarbete vilket var den högsta rankningen av alla telekombolag i Sverige. (Sustainable Brand Index 2017). Valet av telekombranschen gjordes eftersom att det ansågs att branschen har ett stort inflytande på dagens samhälle då samhället blir allt mer digitaliserat. Telia är Sveriges största telekombolag vilket styrde valet av företag då avsikten var att undersöka ett branschledande företag.

## 2.3. Datainsamling

Datainsamlingen gjordes genom att göra djupintervjuer både via telefon och personligen på Telia Sveriges huvudkontor i Solna. Tre intervjuer genomfördes med anställda på Telia som är ansvariga för olika områden. Valet av informanter skedde delvis utifrån tillgänglighet och delvis efter ett ändamålsenligt urval (Denscombe 2009). Informanterna har chefspositioner på Telia Sverige vilket gjorde dem till attraktiva intervjuobjekt då de är väl insatta i företagets aktiviteter och alla är även ansvariga för olika områden vilket möjliggör en viss nyansering som hade varit svårare att uppnå om alla informanter utgick från samma perspektiv.

Intervjuperson 1 arbetar som högt uppsatt chef på Telia Sverige och har arbetat på Telia i sammanlagt 4 år. I och med att Intervjuperson 1 är en högt uppsatt chef på företaget tillför hen ett relevant och intressant perspektiv till min undersökning. Intervjuperson 1 är insatt i Telias arbete med CSR på ett unikt sätt och kan bidra med ett betydelsefullt perspektiv för denna undersökning. Intervjuperson 1 arbetsområde kan kopplas till CSR på ett mycket intressant sätt.

Intervjun med Intervjuperson 1 ägde rum den 9 februari på Telias huvudkontor i Solna. Intervjun spelades in via röstmemo funktionen på Iphone med Intervjuperson 1 godkännande.

Intervjuperson 2 arbetar som högt uppsatt chef på Telia Sverige och har arbetat på Telia i nästan 3 år. Intervjuperson 2 ansvarar för ett område som kan kopplas till CSR väldigt väl vilket gör Intervjuperson 2 åsikter och perspektiv relevanta. I och med att Intervjuperson 2 är så insatt i Telias CSR arbete gör det att hens perspektiv blir väldigt värdefullt för denna undersökning. Intervjun med Intervjuperson 2 ägde rum den 19 februari via telefon och den spelades in via röstmemo funktionen på Iphone med Intervjuperson 2 godkännande.

Intervjuperson 3 arbetar som högt uppsatt chef på Telia Sverige och har arbetat på Telia i 13 år. Intervjuperson 3 ansvarar för ett område som ger denna person betydelsefulla synpunkter kopplat till CSR för denna undersökning. I och med att Intervjuperson 3 har arbetat så länge på Telia och eftersom att hen är insatt i företagets arbete med CSR utifrån ett relevant perspektiv gör det att hen tillför ett unikt perspektiv för denna undersökning. Intervjun med Intervjuperson 3 ägde rum den 27 februari på Telias huvudkontor i Solna, intervjun spelades in via röstmemo funktionen på Iphone med Intervjuperson 3 godkännande.

## 2.4. Genomförande av metod

Till att börja med bekantade jag mig med temat och området av undersökningen, alltså CSR som teori och strategi och om Telia som företag. För att förstå ämnet läste jag flera böcker om CSR och läste igenom Telias hållbarhetsredovisning från år 2016 utförligt. Jag läste även igenom den information om Telia som företag som finns tillgänglig på företagets hemsida. Därefter utformade jag en intervjuguide med tydliga teman och frågeställningar som utgick från syftet och frågeställningarna för denna undersökning. För att ta kontakt med informanterna använde jag mig av mail och frågade om de hade möjlighet att medverka i min undersökning. Innan intervjuerna skickade jag ut intervjuguiden till informanterna i god tid så att de hade möjlighet att förbereda sig. Frågeformuläret bestod av 23 frågor som utgick från företagets arbete med CSR ur ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt perspektiv. När intervjuerna genomfördes

använde jag mig av min intervjuguide och ställde frågor utifrån tre olika teman: ekonomiskt, miljömässigt och socialt. Intervjuerna utfördes på engelska för att underlätta för informanterna men även för mig själv för att undvika missförstånd då ingen av informanternas förstaspråk är svenska. Jag antecknade svaren under intervjun och spelade samtidigt in intervjun via min Iphone. Sedan skrev jag ned svaren på frågorna ordagrant utifrån inspelningen. Efter att jag hade nedtecknat svaren på engelska översatte jag dem till min bästa förmåga till svenska.

### 2.3. Kritisk granskning av metod

Det finns många fördelar med en kvalitativ metod men det finns även en del nackdelar. Kvantitativa forskare har kritiserat kvalitativa forskare för att kvalitativ forskning kan bli för subjektiv då forskaren har utrymme att bestämma själv vad som är relevant och inte utifrån egna uppfattningar om ämnet. Med djupgående personintervjuer som utförs på ett kvalitativt sätt så händer det även att intervjuande formar en relation till intervjupersonen som kan påverka slutsatserna forskaren drar. Kritiken riktad mot kvalitativ forskning utgår även ifrån att det är svårare att replikera en kvalitativ undersökning då den är så ostrukturerad jämfört med en kvantitativ undersökning. Det anses även vara svårare att generalisera en kvalitativ undersökning då endast ett få antal individer jämfört med en kvalitativ undersökning undersöks. Det är därför svårt att applicera resultaten på andra situationer (Bryman 2007).

De intervjufrågor som jag har utgått ifrån i mina intervjuer har varit indelade i tre kategorier: ekonomiska, miljömässiga och sociala. De frågor som har ställts i intervjuerna kan anses som personliga eftersom att de utgår ifrån intervjusubjektets perspektiv och upplevelser. Detta kan betraktas som negativt då undersökningen handlar om hur Telia påverkas av CSR arbetet som företag. Å andra sidan kan detta uppfattas som något positivt eftersom att CSR ska främja både individen och samhället och genom att ställa personliga frågor, möjliggör det mer nyanserade och utförliga svar utifrån individens perspektiv.

Frågorna som ställs är både specifika då de tar upp särskilda åtgärder som företaget har tagit men de är även generella då de reder ut hur företaget har påverkats överlag utifrån de olika

aspekterna. Fördelen med att ställa både specifika och generella frågor är att de leder till att undersökningen blir mångsidig och helhetsbilden blir tydligare. Jag anser att frågorna som ställs uppnår en viss validitet då jag ställer många frågor utifrån många perspektiv vilket gör att det blir lättare att få fram en helhetsbild vilket i sin tur gör det lättare att uppnå mitt syfte med undersökningen. Faktumet att jag ställer många frågor skulle kunna anses som något negativt utifrån ett validitets perspektiv då det kan bli lätt att intervjun leder bort från huvudfrågeställningarna och istället riktar in sig på meningslösa detaljer. Jag anser dock att detta inte är fallet vad det gäller denna undersökning. Jag anser att frågeställningarna jag har ställt har lett till ett tydligt resultat som lätt kan kopplas med den teoretiska definitionen av hållbarhet och CSR. Eftersom att jag ställer många frågor utifrån många perspektiv, varav många av frågorna är väldigt specifika gör det att undersökningen får en viss reliabilitet. Jag anser att det är lättare att vara noggrann om man utgår ifrån många intervjufrågor för att nå ett helhetsperspektiv.

De intervjupersoner som har deltagit i denna undersökning är högt uppsatta chefer på Telia Company. Två av dem har jobbat på Telia under 5 år och en har jobbat på Telia i över 10 år. Intervjuperson 3 som har jobbat på Telia i över 10 år har en viss trovärdighet på grund av detta eftersom att personen är väl insatt i företaget och det kan även anses att intervjupersonen har mer erfarenheter inom företaget än de andra två intervjupersonerna. Faktumet att alla tre intervjupersoner är högt uppsatta chefer på Telia ger dem en viss tendens att vilja skildra företaget på ett sätt som gynnar Telia eftersom att de är ansvariga för företagets framgång på ett sätt som anställda på en lägre nivå möjligen inte är då de har mindre ansvar. Å andra sidan ger det faktum att de har högt uppsatta positioner, en viss trovärdighet då de har ett högre ansvar för företaget vilket därmed ger dem ett bättre helhetsperspektiv än vad en anställd med lägre position skulle ha.

### 3. Resultat

I denna del av arbetet skall jag presentera det resultat jag har kommit fram till utifrån de semistrukturerade djupintervjuer jag har genomfört. Resultatet skall även besvara de frågeställningar som arbetet grundar sig i.

#### 3.1. Hur påverkar Telia Sveriges arbete med CSR företaget ur ett ekonomiskt perspektiv?

Intervjuperson 1 menar att på grund av koncernens arbete i länder som Uzbekistan, har Telia Sverige påverkats negativt ekonomiskt till följd av böter som koncernen har tvingats betala. Dessa böter har påverkat Telia och alla dess företag inom olika regioner negativt, inklusive Telia Sverige. "Vi arbetade inom östeuropa i Uzbekistan tidigare och vi har behövt betala dyra böter på grund av bristande beteende, i vårt fall har det påverkat vårt företag väldigt negativt." Intervjuperson 1 anser å andra sidan också att arbetet med CSR kan komma att påverka företaget positivt i framtiden. Som exempel på hur företaget kommer påverkas positivt ur en ekonomisk synvinkel hävdar Intervjuperson 1 att genom att arbeta med CSR, kommer företaget att attrahera rätt medarbetare i framtiden eftersom att unga idag gärna vill arbeta på en arbetsplats som är ansvarsfull. Intervjuperson 1 påstår däremot att konsumenter inte kommer att påverkas betydligt av arbetet med CSR ur en ekonomisk synvinkel, hen menar att konsumenter inte väljer ett mobilabonnemang utifrån om företaget tar socialt ansvar men de kan dock välja att bojkotta vissa produkter om företaget har stora problem som är relaterade till CSR.

Intervjuperson 2 förklarar att det är svårt att mäta de ekonomiska effekterna av arbetet med CSR men att det finns stora risker om ett företag inte agerar ansvarsfullt. Telia som koncern har erfarenhet av de negativa effekterna av att inte agera ansvarsfullt med de östeuropeiska marknaderna där koncernen var tvungen att böta nära en miljard dollar som följd av det. Telia arbetar mycket med kundintegritet vilket är kopplat till CSR. Lagstiftningen är så hård angående kundintegritet att om företaget skulle visa på bristande beteende i relation till det kan det leda till



höga böter, påpekar Intervjuperson 2. Ur ett miljöperspektiv betonar Intervjuperson 2 att man å andra sidan kan spara mycket pengar om företaget arbetar mer effektivt.

Intervjuperson 3 anser att arbetet med CSR kan påverka Telia Sverige, till en början kan arbetet leda till ökade kostnader men i längden kommer det att gynna företaget. Det är en investering.

Angående vare sig företags anseende har påverkats negativt eller positivt som resultat av arbetet med CSR förklarar Intervjuperson 1 att företags anseende tidigare har påverkats negativt till följd av koncernens tidigare missöden i östeuropa men att anseendet har påverkats positivt av det ökade arbetet med CSR de senaste åren. Vidare påpekar Intervjuperson 1 att den Svenska Kyrkan har valt att investera i bolaget igen efter att ha hållit sig borta ett tag, detta ses som ett gott tecken.

Intervjuperson 2 menar, på samma sätt som Intervjuperson 1, att företags anseende har påverkats positivt av arbetet med CSR och att den Svenska Kyrkans investering är bevis på detta.

Intervjuperson 3 menar att företags anseende har förbättrats som följd av arbetet med CSR, specifikt efter ökad transparens och efter åtagandet till FN:s globala mål.

Angående om företags varumärke har stärkts till följd av arbetet med CSR lyfter Intervjuperson 1 fram att företaget nyligen lanserade en reklamkampanj som var CSR relaterad. Kampanjen "Hata Hat" var enligt Intervjuperson 1 en av de största kampanjerna Telia Sverige har genomfört och hon menar att varumärket har stärkts som resultat av arbetet med CSR och till följd av kampanjen.

Intervjuperson 2 menar att företags varumärke har stärkts till viss del men eftersom att de inte har använt CSR argument i varumärkes kommunikationen hittills, bortsett från "Hata Hat" kampanjen, har arbetet med CSR inte påverkat varumärket så mycket.

Intervjuperson 3 påstår att eftersom att Telia Sverige har ökat transparensen har det förmedlat ett positivt budskap till marknaden om att företaget tar åtgärder till att förbättras på CSR fronten vilket har lett till ett stärkt varumärke.

Som svar till frågan om hen ser en korrelation mellan arbetet med CSR och ökad lönsamhet för företaget menar Intervjuperson 1 att det är svårt att mäta en eventuell korrelation men att det säkert finns ett samband.

Intervjuperson 2 hävdar att det finns en tydlig korrelation mellan arbetet med CSR och ökad lönsamhet men att det är svårt att sätta ett nummer på hur stor lönsamhet det har lett till. "Det finns ökande bevis för att konsumenterna tar hänsyn till dessa frågor när de gör sina produktval och det finns en stark indikation från investerare att de tar hänsyn till detta."

Eftersom att företagets arbete med CSR och transparens påverkar marknaden och även Telias aktier ser Intervjuperson 3 en korrelation mellan arbetet med CSR och lönsamhet.

Konsumenterna påverkas även av starka budskap, som till exempel med företagets "Hata Hat" kampanj, menar Intervjuperson 3.

### 3.2. Hur påverkar Telia Sveriges arbete med CSR företaget ur ett miljömässigt perspektiv?

År 2016 certifierades Telia Sverige med en ISO 14001 certifiering vilket innebär att 55 olika krav ska uppfyllas av företaget för att bättra miljön.

Intervjuperson 1 påpekar att hen inte har någon vidare koll på just den certifieringen och hur den har påverkat företaget men hen tror däremot att företagets teknologi förbättrar miljön eftersom att den möjliggör att man kan arbeta på distans och ha videokonferenser etc vilket skär ned på transportrelaterade utsläpp. Intervjuperson 1 menar att detta påverkar företaget positivt.

Intervjuperson 2 anser att företaget har påverkats positivt av certifieringen då målet är att vara ett ansvarsfullt företag miljömässigt men också eftersom att kraven som certifieringen ställer handlar mycket om att handla effektivt vilket i Telias fall handlar om energiförbrukning. Hen förklarar att eftersom att energi är väldigt dyrt och ju mindre energi företaget använder ju mer pengar sparar företaget. Det blir både en effektiv energiförbrukning men det blir även kostnadseffektivt samtidigt som företaget skär ned på CO2 produktionen.

Eftersom att certifieringen ställer krav på Telia Sverige gör det att företaget ständigt måste förbättras och utvecklas på miljöfronten, därför påverkar certifieringen företaget positivt menar Intervjuperson 3.

Telia har som mål att minska sina utsläpp av växthusgaser med 50 000 ton årligen och att uppnå 10% lägre energiförbrukning och 33% lägre koldioxidutsläpp per abonnemang ekvivalent, Intervjuperson 2 hävdar att dessa mål är rimliga mål för företaget och att hen kan stödja sin åsikt med fakta. "Vi kom precis ut med ny forskning som visar att även om trafiken i nätverket ökar, använder vi inte mer energi för att tillhandahålla den anslutningen."

Intervjuperson 3 anser att målen är rimliga för företaget men att de är utmanande vilket hen ser som något bra eftersom att det driver företaget att nå målen. För att nå målen arbetar företaget med att förbättra sin teknik för att främja miljön, bara använda grön energi och att uppmana sina anställda till att välja miljövänliga transportmedel som kollektivtrafik och cykel istället för bilar, påpekar Intervjuperson 3.

Angående vare sig företaget påverkas positivt eller negativt av företagets miljömål och åtaganden samt certifiering anser Intervjuperson 1 att företaget har påverkats positivt av detta eftersom att när Telia tar ansvar och visar framfötterna påverkar det företaget som helhet och det blir en del av företagskulturen.

Intervjuperson 2 påstår att företaget påverkas positivt av företagets miljömål och åtaganden samt certifiering genom kostnadsbesparingar och genom bättre hantering av dessa frågor i allmänhet.

Intervjuperson 3 tror att så länge ett företag är transparent gentemot omvärlden och arbetar med miljöfrågor så stärker det företagets goodwill och att det attraherar unga, kunniga medarbetare. Därför tror Intervjuperson 3 att Telias miljömål och åtaganden samt certifiering påverkar företaget positivt.

Intervjuperson 1 lyfter fram att eftersom att det miljörelaterade CSR arbetet som företaget utför har blivit en del av företagets "DNA" har det gjort att en del saker har förändrats på kontoret. Anställda på Telia i Sverige använder inte så mycket papper utan allt är digitaliserat och det finns inte specifika kontor för varje anställd på huvudkontoret i Solna, Stockholm utan man sätter sig där det finns plats. Intervjuperson 1 anser att detta främjar miljön mycket.

Intervjuperson 2 instämmer med det Intervjuperson 1 berättar om förändringar på kontoret och tillägger att avsaknaden av ett personligt kontorsutrymme på huvudkontoret i Solna gör att företaget sparar utrymme, värme, luftkonditionering och kylning samt belysning etc.

Intervjuperson 3 redogör för hur miljöfrågor hanteras på kontoret. "Lägre energianvändning på våra datorer hjälper, det finns också uppmuntrande citat i varje trappuppgång för att motivera de anställda att ta trappan istället för att ta hissen för att minska energianvändningen."

Intervjuperson 1 förklarar vilka åtgärder hen och hennes kollegor har behövt ta på huvudkontoret i Solna för att förbättra miljön.

"Sedan vi flyttade till detta huvudkontor har ingen ett tilldelat skrivbord eller kontor vilket drar ner mycket på elanvändningen. Vi arbetar även bara på våra bärbara datorer. I cafeterian har vi en återvinningscentral och vi källsorterar mycket. Vi tillåter även alla

våra anställda att arbeta på valfri plats och på distans den mesta del av tiden för att minska på transporten.”.

Intervjuperson 2 instämmer med Intervjuperson 1 svar angående åtgärder som anställda på Telia har behövt ta för att skona miljön.

Intervjuperson 3 förklarar att han och hans kollegor försöker vara så effektiva som möjligt och att följa företagets riktlinjer så gott de kan för att kunna uppnå miljömålen.

### 3.3. Hur påverkar Telia Sveriges arbete med CSR företaget ur ett socialt perspektiv?

#### 3.3.1. Arbetsplatsen

Telia Sverige har infört ett OHSAS 18001 ledningssystem som ska ge tydliga riktlinjer för en förbättrad arbetsmiljö, Intervjuperson 1 påpekar att hen inte har så bra koll på vad det ledningssystemet är eller vad det innebär men hen anser att arbetsmiljön har förbättrats på senare tid, som exempel på hur den har förbättrats anger Intervjuperson 1 att Telia har en enkät som skickas ut till anställda flera gånger om året som kallas “Purple Voice”. Enkäten mäter interna tillfredsställelse nivåer, engagemang och vare sig de anställda uppfattar företagets strategi på rätt sätt etc. Målet med enkäten är att öka engagemang vilket har ökat de senaste åren, hävdar Intervjuperson 1.

Intervjuperson 2 förklarar hur hen upplever att ledningssystemet har påverkat företaget.

“Jag tycker att arbetsmiljön är ganska bra redan och att i synnerhet i Sverige är lagarna så pass omfattande redan så, även om du inte har ett förvaltningssystem på plats, förväntas du följa de regler som skyddar anställda och det gör att du ha en bra arbetsmiljö som utgångspunkt. Genom att införa ett förvaltningssystem, överträffar vi det som förväntas av oss som företag och vi kan då försöka vara den bästa arbetsplatsen vilket är väldigt viktig när det är hög konkurrens för talang inom vår industri. Vi behöver attrahera

personer med relevant kompetens uppsättning och nu ställer anställda höga krav på företag.”

Intervjuperson 3 upplever att arbetsmiljön har förbättrats dramatiskt sedan ledningssystemet trädde i kraft eftersom att tydliga riktlinjer gör att anställda enkelt kan hitta information om vad de ska göra om de känner sig osäkra. Telia har även startat olika program där man kan få stöd om man har drog eller alkoholproblem såväl som att företaget erbjuder andra hälsofördelar som rabatter på gym och stora cykelgarage vilket gör det lättare för anställda att kunna ta cykeln till jobbet. Intervjuperson 3 beskriver även interna program som “TIF” vilket är ett sportprogram där Telia anordnar olika sportrelaterade aktiviteter och även tävlingar där anställda kan registrera sig för att vara med. Dessa är endast några få exempel på vad Telia har tagit för åtgärder för att bättra arbetsmiljön menar Intervjuperson 3.

Under vintern 2016 så lanserade Telia Sverige ett strategiskt initiativ ”Well-Being@Work” för att skapa engagemang, högre prestationer och för att förbättra arbetsmiljön så att antalet sjukskrivningar sänks, Intervjuperson 1 betonar att hen personligen inte har tagit del av aktiviteter som har erbjudits i samband med detta initiativ men hen upplever att det har varit bra för verksamheten. Det är viktigt att att företaget tar hand om sina anställda eftersom att företaget har över 6000 anställda i Sverige, menar Intervjuperson 1.

Intervjuperson 2 klargör att det finns ett antal olika aktiviteter som har erbjudits och utförts i samband med initiativet men den viktigaste, menar Intervjuperson 1, är en utbildning som har utförts med alla chefer. Utbildningen gör att lagandan hos företaget stärks då cheferna uppmuntrar de anställda men det leder också till att cheferna uppmanar de anställda att känna till sina rättigheter på arbetsplatsen. Detta har påverkat företaget väldigt positivt anser Intervjuperson 2.

Förutom de aktiviteter som redan nämnts i den föregående frågan förklarar Intervjuperson 3 att Telia även erbjuder rådgivning som en del av “Well-Being@Work”.

Under 2016 lanserades den nya uppförandekoden för Telia och den kompletterades med en obligatorisk utbildning angående den nya koden, Intervjuperson 1 uttrycker att det är viktigt att lära sig genom att göra saker och att det därför är bra att visa de anställda vad som är acceptabelt beteende på jobbet och inte. Det är viktigt att ledningen även tar lika stort ansvar som anställda med lägre positioner vilket Telia även prioriterar. Intervjuperson 1 anser därför att den nya uppförandekoden har förbättrat arbetsmiljön.

Intervjuperson 2 förklarar hur den nya uppförandekoden och utbildningen har påverkat företaget.

“Vi gör en undersökning där vi frågar folk om de har förstått träningen och om den har haft en påverkan och så vidare och resultaten från det visar att det har blivit en förbättring av både förståelse för vad som förväntas av oss och vad det innebär att arbeta på ett ansvarsfullt sätt, men det har också inflytande på hur människor agerar, det får oss att ifrågasätta vissa beslut och det blir mer sannolikt att vi kontrollerar om något är okej än tidigare eftersom vi nu vet att det finns vissa gråa områden.”

Intervjuperson 3 anser att den nya uppförandekoden har påverkat företaget mycket positivt och att den har gjort stor skillnad.

Intervjuperson 1 framhåller att att Telias försök till att förbättra arbetsmiljön har funkat bra och att det har påverkat företaget positivt. Hen menar att en bra arbetsmiljö leder till goda resultat. Telia har även lanserat ett “employee branding” initiativ för att bättra arbetsmiljön och företagskulturen eftersom att Telias interna varumärke bör återspegla det externa varumärket menar Intervjuperson 1

Intervjuperson 2 uppger att insatserna för att förbättra arbetsmiljön på Telia har funkat och att det har påverkat företaget positivt. Hen förklarar att det är viktigt att försöka gynna de anställdas välbefinnande men också att se till att de anställda är fullt informerade om de möjligheter de har så att de kan dra nytta av dem.

Intervjuperson 3 upplever att stämningen har höjts på kontoret och att folk är gladare som resultat av Telias försök till att förbättra arbetsmiljön. Man blir aldrig pressad till att jobba övertid på Telia utan det är något som inte uppmuntras, påpekar Intervjuperson 3.

### 3.3.2. Samhället

Telia har valt att följa och binda sig till FN:s globala mål för hållbar utveckling, angående detta anser Intervjuperson 1 att företaget har lagt ner mycket tid och fokus på att följa målen och att även vara ett gott exempel för branschen. Företagets VD, Johan Dennelind har talat om ärendet på GSMA, telekom industrins största mässa. Intervjuperson 1 uppger att detta är något som företaget mäter och pratar mycket om både internt och externt och att det har påverkat företaget positivt.

Intervjuperson 2 betonar att de globala målen har blivit en del av företagskulturen och företagens DNA, Telia redogör till och med för målen och hur företaget ska hjälpa till att nå dem i företagens årsredovisning.

Intervjuperson 3 förklarar att hållbarhet och FN:s globala mål är väldigt viktigt för Telia och att företaget jobbar för att nå dessa mål genom en mängd olika åtgärder. Telia arbetar för att sätta stopp för barnpornografi på nätet och för mänsklig trafficking och för att främja de mänskliga rättigheterna. Intervjuperson 3 påstår även att Telia försöker att reducera växthusgaser genom att antingen avlägsna telefonmaster eftersom att olja från dessa kan läcka in i jorden och skada kringliggande ekosystem men också genom att endast använda grön el från gröna elbolag.

Telia Sverige har varit engagerade kring ett antal olika internationella konventioner, bland annat FN:s mänskliga rättigheter, internationella arbetsorganisationen ILO:s kärnkonventioner samt OECD:s riktlinjer för multinationella företag, Intervjuperson 1 menar att eftersom att Telia är ett så pass stort företag inom Sverige med många anställda inom regionen är det viktigt för företaget att vara med i dessa organisationer och att följa de riktlinjer som medföljer. Eftersom att Telias



tjänster digitaliserar hela samhället anser Intervjuperson 1 att det är viktigt att vara en god spelare och att deltagandet i dessa organisationer och konventioner har påverkat företaget positivt.

Intervjuperson 2 framhåller att Telias delaktighet i dessa konventioner har haft en positiv inverkan på företaget då det ger företaget en tydlig ram för vilka åtgärder som anses vara på en miniminivå vilket dels ger Telia och andra företag på marknaden en gemensam grund men det gör även att företaget strävar efter att överträffa miniminivån.

Intervjuperson 3 hävdar att företagets delaktighet i ovanstående konventioner har en positiv påverkan på företaget och att med order från Telias VD, Johan Dannelind, försöker företaget vara så transparenta som möjligt för att undvika frågetecken angående bland annat dessa åtgärder.

Angående om Telias digitala teknik kan stödja uppnåendet av FN:s hållbara utvecklingsmål för att upphöra fattigdom, avskaffa hunger, uppnå jämställdhet, öka jämlik ekonomisk tillväxt, minska ojämlikhet och ta itu med klimatförändringar som Telia påstår i en hållbarhetsrapport från 2016, hävdar Intervjuperson 1 att man inte kan nå hållbarhet utan digital teknik. Som exempel på detta anger Intervjuperson 1 att det faktum att människor i hela landet och världen kan vara uppkopplade gör att människor har möjlighet att uttrycka sina åsikter fritt, göra affärer och även att nå jämställdhet, vilket främjar demokrati. Detta gör att Telias digitala teknik kan stödja FN:s hållbara utvecklingsmål menar Intervjuperson 1.

Intervjuperson 2 redogör för hur Telias digitala teknik kan stödja uppnåendet av FN:s hållbara utvecklingsmål.

“Det finns två sidor, alla ICT och telekomföretag har en mycket viktig roll att spela där, ingen av FN-målen kommer att nås utan telekomföretag och utan ICT. Det är bara ett faktum att vårt samhälle är byggt på ett sätt som gör att vi inte längre är utrustade för att överleva utan att vara uppkopplade. På så sätt, om vi vill nå dessa mål behöver vi

telekommunikation och ICT för att göra en transformativ förändring. Att omvandla industrier. Den andra vinkeln är att alla företag behöver att koncentrera sig på sin egen påverkan och sitt eget fotavtryck när det gäller klimatförändringar. Vi har särskilda program för att minska vår energiförbrukning och våra CO2-utsläpp. Våra tekniska innovationer har nästan alltid en samhälls- och miljö vinkel så att vi ska kunna hitta nya sätt att använda energi mer effektivt och så vidare.”

Intervjuperson 3 förklarar på vilka sätt Telias digitala teknik kan stödja uppnåendet av FN:s mål.

“När det gäller utsläpp av växthusgaser använder vi vår teknik för att minska utsläppen genom att dela filer online och ha live videosamtal etc. Angående fattigdom kan vi ta naturkatastrofer som exempel, det var en stor jordbävning i Nepal för några år sedan och all telekommunikation hade förstörts. Eftersom att vi gjorde affärer där, återskapade vi alla kommunikationer där inom bara några dagar, det har en stor inverkan på världen också eftersom man kan kommunicera var nöd situationerna är och så. Med teknik har alla samma möjligheter att starta ett företag var som helst, du är inte begränsad. Du kan driva ett företag från den afrikanska regnskogen om du vill. Med utbildning kan forskningscenter och universitet använda vår teknik på många olika sätt, antingen genom artificiell intelligens eller kommunikation och liknande.”.

Intervjuperson 1 påstår att Telias hållbarhetsarbete påverkar samhället positivt överlag eftersom att stora företag som Telia har möjlighet att göra CSR arbete till norm vilket gör att de kan ha stort inflytande på samhället men de specifika CSR projekten som Telia Sverige har gör ger också en positiv effekt på samhället.

Intervjuperson 2 anser likaså att Telias CSR arbete påverkar samhället positivt överlag.

Intervjuperson 3 instämmer att CSR arbetet har haft en positiv effekt på samhället i stort.

## 4. Analys av resultat

Enligt resultatet som de kvalitativa intervjuerna har visat, har Telia Sverige påverkats både positivt och negativt av CSR arbetet ur en ekonomisk synvinkel. Utifrån hållbarhet som teori och ekonomisk hållbarhet, kan företaget betraktas som hållbart ur en ekonomisk synvinkel. I och med att företaget har ökat dess CSR aktiviteter sedan år 2016 har detta lett till en positiv ekonomisk utveckling. Enligt resultatet finns det en korrelation mellan ekonomisk lönsamhet och ökat CSR arbete. Det är dock problematiskt att bevisa detta med exakta siffror men den generella uppfattningen inom företaget utifrån de kvalitativa intervjuerna som har utförts visar på ett samband. Den ekonomiska utvecklingen sker alltså i samband med ökat ansvarstagande. Resultatet visar att det finns indikationer att Telia Sverige kan komma att påverkas positivt ekonomiskt i längden av att arbeta med CSR eftersom att resurserna som läggs ned på att vara ett ansvarsfullt företag idag, kan anses som en investering inför framtiden. Företaget har större chans att lyckas i framtiden om rätt medarbetare tilltalas vilket sannolikt kommer att ske om företaget fortsätter att agera ansvarsfullt.

Företagets anseende har och förväntas fortsätta att påverkas positivt till följd av ett ökat ansvarstagande och ökat arbete med CSR. Ett exempel som stödjer detta är att den Svenska Kyrkan har valt att återigen investera i företags aktier efter att ha dömt företaget som icke värdigt. Ökade CSR relaterade åtgärder har lett till ett stärkt varumärke som delvis kan hänföras till ökad transparens och delvis till ökade CSR relaterade marknadsföringsåtgärder. Telia gynnas även ekonomiskt av arbetet med CSR då potentialen till att skära ned på kostnader och bevara kapital är stor om företaget arbetar effektivt, särskilt på den miljömässiga fronten. Ur en negativ synvinkel finns det stora risker med att inte agera ansvarsfullt vilket kan leda till stora ekonomiska påfrestningar för företaget, detta kan bevisas då företaget redan har utsatts för väsentliga böter och kritik som konsekvens av tidigare missöden inom CSR-relaterade handlingar vilket har påverkat företaget mycket. Den hårda kritiken som Telia som koncern har utsatts för tidigare har lett till att företagets anseende har försämrats betydligt. Utifrån detta är det rimligt att argumentera för att ökat ansvarstagande och hållbart arbete utifrån alla aspekter: ekonomiska, miljömässiga och sociala, kan leda till ett stärkt varumärke och anseende och

därmed resultera i ökad lönsamhet samtidigt som man i samband med CSR åtgärder kan spara mycket pengar.

Det är även rimligt att argumentera för att det finns en stor risk med att inte agera ansvarsfullt som företag och genom att låta bli att arbeta med CSR då det kan leda till negativ kritik från företagets intressenter vilket i sin tur kan leda till betydliga negativa effekter på företagets lönsamhet. Eftersom att CSR åtgärder innefattar en kombination av aktiviteter som utgår ifrån tre olika aspekter: sociala, miljömässiga och ekonomiska, kan analysen dras att Telia Sveriges ekonomiska utveckling sker utan att medföra negativa konsekvenser för den ekologiska och sociala hållbarheten. Detta stämmer överens med teorin om ekonomisk hållbarhet och därför är det rimligt att argumentera för att Telia Sverige påverkas positivt ur en ekonomisk synvinkel av arbetet med CSR samtidigt som företaget uppnår kraven för ekonomisk hållbarhet enligt hållbarhet teorin.

Enligt resultatet som de kvalitativa intervjuerna har visat, har Telia Sverige påverkats positivt av CSR arbetet ur en miljömässig synvinkel. Utifrån hållbarhet som teori och ekologisk hållbarhet, anser jag att företaget är hållbart ur en ekologisk synvinkel. Utifrån resultatet och utifrån den information jag har presenterat om Telia Sverige i delen "Beskrivning av kunskapsområdet och tidigare forskning" av studien, uppnår företaget de krav som ställs enligt hållbarhet teorin för att ett företag ska anses som ekologiskt hållbart.

Telia Sverige har erhållit en miljöcertifiering vilket är ett tydligt tecken på att företaget agerar hållbart och att företaget arbetar med miljöfrågor. Jag anser att företaget redovisar sitt miljöarbete tydligt i sin hållbarhetsrapport från år 2016 och även i andra miljörapporter. Eftersom att den certifieringen som företaget har erhållit kräver att företaget har utfört meriterande miljöarbete som även har dokumenterats och kommunicerats tydligt i ett miljöledningssystem, anser jag att Telia Sveriges CSR arbete från en miljömässig synvinkel stämmer överens med hållbarhet teorins definition av ekologisk hållbarhet.

Företaget vidtar även åtgärder för att minska miljöfarliga utsläpp genom sin teknik vilket möjliggör arbete på distans och videokonferenser till exempel, detta minskar företagets negativa påverkan på miljön. Telia har även tagit beslutet att endast använda grön energi vilket leder till en positiv effekt på miljön och vilket minskar utsläpp. Förutom detta försöker bolaget att främja miljövänliga transportmedel, effektivisera energiförbrukningen och digitalisera arbetsprocessen vilket stämmer överens med teorin om ekologisk hållbarhet. På Telia Sverige tar de anställda del av olika kurser och utbildningar regelbundet gällande CSR vilket även är ett krav för att ett företag ska anses som ekologiskt hållbart. Slutligen har Telia, enligt resultatet, reducerat växthusgaser genom att avlägsna telefonmaster som medför risken att olja läcker in i jorden vilket kan skada kringliggande ekosystem. Detta stämmer med teorin om ekologisk hållbarhet krav att skydda den biologiska mångfalden och bevara ekosystem.

Enligt resultatet som de kvalitativa intervjuerna har visat, har Telia Sverige påverkats positivt av CSR arbetet ur en social synvinkel. Utifrån hållbarhet som teori och social hållbarhet, uppfyller företaget kraven för att anses som hållbart ur en social synvinkel. Företaget har infört ett ledningssystem som ska ge tydliga riktlinjer för en förbättrad arbetsmiljö samt lanserat en ny uppförandekod år 2016. Detta har enligt resultatet, lett till en dramatisk förändring till det bättre. Då Sverige redan har omfattande lagar angående vad som förväntas av en arbetsgivare för att de anställda ska ha en så trygg arbetsplats som möjligt, leder förvaltningssystemet till att kraven för Telia som arbetsplats höjs ytterligare vilket gör att företaget strävar efter att nå de krav och mål som sätts. Detta kan även leda till ekonomisk lönsamhet då en bra arbetsplats är ett konkurrensmedel inom branschen.

Lanseringen av den nya uppförandekoden har enligt resultatet ökat förståelse för vad det innebär att agera ansvarsfullt, detta är positivt då det bidrar till företagskulturen och förhöjer även de anställdas förmåga att se till att företaget uppnår de krav som krävs för att betraktas som ett socialt hållbart företag. Telia Sveriges initiativ "Well-Being@Work" erbjuder olika utbildningar, evenemang och program som alla är till för att gynna de anställdas välmående på arbetsplatsen och i privatlivet samtidigt som det ska minska sjukskrivningar, främja kunskap, ge kulturella

intryck och öka gemenskapen för de anställda. Detta initiativ stämmer överens med de krav som ställs inom teorin för social hållbarhet.

I resultatet benämns det att Telia har lanserat en intern marknadsföringskampanj som har som mål att stärka företagskulturen och förbättra arbetsmiljön i syfte att det interna och externa varumärket ska spegla varandra. Detta kan leda till goda ekonomiska förutsättningar då det skapar en social enighet och gemenskap inom företaget vilken i sin tur leder till ökad produktivitet, effektivitet och engagemang. Detta stämmer överens om teorin och hållbarhet från en social synvinkel. Telia har valt att engagera sig kring ett antal olika internationella konventioner, samt att följa och binda sig till FN:s globala mål för hållbar utveckling. Detta ger företaget en ram för vad som krävs enligt internationell standard för att anses som ett hållbart företag.

Genom att följa målen för hållbar utveckling, strävar företaget för att inte bara agera ansvarsfullt gällande arbetsmiljön utan även för det lokala och globala samhället. Telia upprätthåller på så sätt den sociala enigheten och gemenskapen i samhället och arbetar mot kollektiva mål, detta stämmer överens med kraven för att anses som ett socialt hållbart företag enligt teorin om hållbarhet. Genom företagets innovativa teknik bidrar Telia till uppnåendet av de globala hållbarhetsmålen. Telia Sverige strävar efter att effektivisera energiförbrukningen så mycket som möjligt och enligt interna undersökningar, är företaget på god väg för att lyckas med det. Tekniken bidrar till minskning av farliga utsläpp såväl som den bidrar till att sammankoppla samhällen och folkgrupper. Detta leder till förbättringar inom vård, minskande censur, ökad kommunikation, ökade möjligheter och förbättringar inom utbildning. Detta stämmer överens med teorin om social hållbarhet då ett företag ska uppfylla individuella behov såsom hälsa, välfärd, utbildning och kulturella intryck.

Enligt de tre grundläggande principerna inom CSR ska ett företag ha kommande generationer i åtanke, agera hållbart internt inom företaget samt att ansvaret ska främja både det lokala och det globala samhället. I och med att Telia Sverige tar åtgärder för att effektivisera sin

energiförbrukning och skapar innovativ teknik för att främja effektivisering för hela världen, tar vara på ekosystem genom att reducera telefonmaster som kan vara skadliga för kringliggande natur, minskar utsläppen av CO<sub>2</sub> genom att digitalisera arbetsprocesser både inom företaget men också så att hela världen kan ta del av samma teknik och genom att använda grön energi, anser jag att Telia Sverige agerar med åtanke för kommande generationer och främjar samhället och miljön både lokalt och globalt. Det är rimligt att argumentera för att företaget handlar hållbart internt, detta kan stödjas av min redogörelse för Telia Sveriges CSR aktiviteter för att förbättra arbetsmiljön i tidigare delar av analysen.

Enligt de grundläggande principerna för CSR ska företaget ta hänsyn till att utnyttjandet av naturresurser i samband med produktion, vad konkurrensen mellan företaget och samtliga företag på samma marknad har för konsekvenser, berikning av lokalsamhället genom att skapa möjligheter för arbete, påverkan på ekosystem och omgivning i samband med råmaterial utvinning eller lagring av avfallsprodukter, fördelning av vinst inom företaget och dess påverkan på välgång för individen samt påverkan på klimatförändringar och utsläpp. I och med att Telia är ett telekomföretag vars produkt är bredband använder inte företaget naturresurser i produktionen på samma sätt som andra företag men jag anser att företaget tar hänsyn till utnyttjandet av resurser och påverkan på ekosystem genom att reducera de telefonmaster som kan vara skadliga för naturen och genom att effektivisera energiförbrukningen samt genom att använda grön energi. Genom att använda grön energi som vind, vatten, sol och biomassa, bidrar inte företaget till miljöförstöring som koldioxidutsläpp vid användning av olja, farlig lagring av avfallsprodukter vid användning av kärnenergi och förstörelsen av ekosystem vid användning av vattenkraft. Telia Sverige har enligt resultatet, över 6000 anställda, detta bidrar till berikning av lokalsamhället genom att skapa arbetsmöjligheter. Telia påverkar välgång för individen på så sätt att de tar åtgärder för att förbättra arbetsmiljön men också genom att stödja uppnåendet av FN:s globala hållbarhetsmål som tidigare nämnt.

Utifrån ett klarhets perspektiv kan Telia Sverige ses som hållbart då resultatet visar att företaget arbetar mycket med att vara transparenta och att redogöra för sitt ansvar i olika rapporter.

Företaget har sedan sina tidigare missöden angående CSR valt att vara tydliga och transparenta angående allt CSR relaterat arbete, inklusive de felaktiga åtgärderna som har tagits. Detta har lett till ett stärkt anseende, enligt resultatet. I Telias hållbarhetsrapport från år 2016, redovisas det tydligt vilka CSR aktiviteter som företaget anordnar och även vilka konsekvenser som handlingarna kan leda till och har lett till. Detta stämmer överens med de grundläggande principerna för CSR som en teori.



## 5. Slutsatser

Syftet med denna uppsats är att få en ökad förståelse för hur CSR arbete påverkar Telia Sverige utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Utifrån resultatet av undersökningen och utifrån analysen är den rimligaste tolkningen att Telia Sverige har påverkats positivt i överlag av arbetet med CSR. Utifrån ett ekonomiskt perspektiv har företagets CSR aktiviteter lett till en negativ påverkan tidigare men idag talar det mesta för att olika CSR åtgärder har lett till en positiv påverkan på företaget och utifrån detta talar de mesta för att det finns en korrelation mellan CSR arbete och ökad lönsamhet för företaget. Det är dock problematiskt att bevisa sambandet med exakta siffror.

Utifrån ett miljömässigt perspektiv har Telias CSR arbete lett till en positiv påverkan på miljön då företaget har lyckats använda sin teknik för att effektivisera energiförbrukning samt till att främja en fortsatt positiv utveckling för miljön både lokalt och globalt. Det mesta talar för att det finns en korrelation mellan effektivisering på en miljömässig nivå och ökad lönsamhet för företaget då det möjliggör resursbesparingar.

Utifrån ett socialt perspektiv har Telias CSR aktiviteter lett till en positiv inverkan för både individen och för samhället. Individen påverkas positivt då Telia har tagit åtgärder för att delvis förbättra företagets egna arbetsmiljö men även för att främja individers hälsa, välfärd, utbildning och även kulturella uttryck genom stödjandet av FN:s globala hållbara utvecklingsmål. Telias teknik bidrar även till uppnåendet av dessa mål vilket i sin tur leder till ett förbättrat samhälle.

Genom ett engagemang från Telia Sverige angående ett antal internationella konventioner, leder det till både positiva effekter för samhället då företaget blir ansvarig för att följa dessa men detta leder även till en positiv effekt för företagets verksamhet. En rimlig tolkning är att klarhet och transparens är en viktig del av CSR och i och med att Telia Sverige har ökat transparens i förmedlandet av dess CSR aktiviteter har detta lett till en positiv effekt för företaget på så sätt att anseendet har stärkts.

## Källförteckning

Bryman, A. (2007), *Samhällsvetenskapliga metoder* Malmö: Liber

Crowther, David & Aras, Güler (2008). *Corporate Social Responsibility*. Ventus Publishing ApS. Ideell organisation. Digitalt bibliotek.

[http://ia902602.us.archive.org/15/items/CorporateSocialResponsibility/1-crowther\\_d.\\_aras\\_g.\\_corporate\\_social\\_responsib.pdf](http://ia902602.us.archive.org/15/items/CorporateSocialResponsibility/1-crowther_d._aras_g._corporate_social_responsib.pdf) [hämtad:2018-04-19]

Denscombe, Martyn (2009). *Forskningshandboken*. Lund: Studentlitteratur.

EU kommissionen (2002) *Meddelande från kommissionen angående företagens sociala ansvar: Ett företags bidrag till hållbar utveckling*.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:EN:PDF>, [hämtad 2017-11-16].

Forsell, Johan (2012). *Lärobok i sociologi*. Malmö: Gleerups

Frankelius, Per, Norrman, Charlotte, Parment, Anders (2015) s. 353. *Marknadsföring, vetenskap och praktik*. Lund: Studentlitteratur

Grafström, Maria, Göthberg, Pauline & Windell, Karolina (2015). *CSR: företagsansvar i förändring*. 2. Stockholm: Liber.

Grankvist, Per (2012). *CSR i praktiken hur företag kan jobba med hållbarhet för att tjäna pengar*. 2. Stockholm: Liber.

Sustainable Brand Index (2017) *The Official 2017 Sustainable Brand Index Ranking*

<https://www.sb-index.com/2017-sweden-official-ranking/> [hämtad: 2018-04-19]

Svensk Certifiering (2018) *ISO 14001 certifiering/ revision - Miljöcertifiering.*

<https://www.svenskcertifiering.se/iso14001.html> [hämtad: 2018-04-19]

Teliasonera (2007) *Årsredovisning.*

<https://www.teliacompany.com/globalassets/telia-company/documents/reports/2007/annual-report/teliasonera-annual-report-2007-sv.pdf> [hämtad: 2018-04-19]

Telia Company (2016) *Årsredovisning.*

[http://www.teliacompany.com/globalassets/telia-company/documents/reports/2016/annual-report/telia\\_company\\_ars\\_och\\_hallbarhetsredovisning\\_2016\\_sv.pdf](http://www.teliacompany.com/globalassets/telia-company/documents/reports/2016/annual-report/telia_company_ars_och_hallbarhetsredovisning_2016_sv.pdf) [hämtad: 2017-11-30]

Telia Company & Deloitte (2016) *Accelerating sustainable growth.*

<https://www.teliacompany.com/globalassets/telia-company/documents/sustainability/accelerating-sustainable-growth-2016.pdf> [hämtad: 2018-04-19]

Telia Company (2017) A *Historia.* <http://www.teliacompany.com/sv/om-foretaget/historia/>  
[hämtad: 2017-11-30]

Telia Company (2017) B *Miljöansvar*

<https://www.teliacompany.com/sv/hallbarhet/ansvarsfulla-affarer/miljoansvar/> [hämtad:  
2017-11-30]

Telia Company (2017) C *Don't do this at work* <http://donthisatwork.teliacompany.com/>  
[hämtad: 2017-11-30]

Wikipedia (2017) *ISO 14001* [https://sv.wikipedia.org/wiki/ISO\\_14001?veaction=edit](https://sv.wikipedia.org/wiki/ISO_14001?veaction=edit) [hämtad:  
2017-11-30]

Wikipedia (2017) *Telia Company*. [https://sv.wikipedia.org/wiki/Telia\\_Company](https://sv.wikipedia.org/wiki/Telia_Company) [hämtad: 2017-11-30]

## Bilagor

### Bilaga 1 Intervjuer

Intervjuperson 1	Telias huvudkontor, Solna	2018-02-09	31 minuter
Intervjuperson 2	Telefonintervju	2018-02-19	43 minuter
Intervjuperson 3	Telias huvudkontor, Solna	2018-02-27	52 minuter

## Bilaga 2 Frågeformulär

förf.övers. (författarens översättning)

- Introduction

1. What what kind of work tasks do you have?

- About Telia as a workplace

1. Do you like the job?
2. Telia Sweden has introduced an OHSAS 18001 management system that will provide clear guidelines for an improved work environment, do you experience that Telia has a good working environment or that it has improved due to this?
3. During the winter of 2016, Telia Sweden launched a strategic initiative "Well-Being @ Work" to create engagement, higher performance and improve the working environment to reduce the number of sick leave, do you feel like this has worked and what types of activities have you done in connection with this?
4. In 2016, the new code of conduct for Telia was launched and supplemented with a mandatory education regarding the new code, do you feel that the work environment has improved since then? Has it led to long-term changes? • Is there anything you would like to improve with the work environment?
5. Do you experience that Telia's work on improving the working environment has had a positive impact on the company?

- About Telia's impact on society

1. Do you experience that Telia's commitment to the United Nations Global Sustainable Development Goals has affected the company positively and, in that case, how?

2. Do you feel that the company's commitment to various international conventions such as UN Human Rights, the International Labor Organization ILO's core conventions, and the OECD Guidelines for Multinational Enterprises have had a positive impact on the company and how?
3. Do you think that Telia's digital technology can support the achievement of the UN's sustainable development goals to end poverty, eliminate hunger, achieve gender equality, increase equality of economic growth, reduce inequality and address climate change as Telia claims in a sustainability report from 2016?
4. Do you experience that Telia's sustainability work positively affects society in general?

- Environmental issues

1. Telia Sweden was certified in 2016 with an ISO 14001 certification that has 55 different requirements to be achieved in order to improve the environment, do you feel that this has affected the company positively?
2. Telia aims to reduce its greenhouse gas emissions by 50,000 tonnes annually and to achieve 10% lower energy consumption and 33% lower CO2 emissions per subscription equivalent, do you think these are reasonable goals for Telia?
3. Do you experience that Telia's environmental goals and environmental certification have affected the company positively?
4. Do you personally experience any difference with how you handle environmental issues in the office?
5. Do you and your colleagues need to change or do something special at the workplace to achieve these goals?
6. Do you think Telia should do more or less to fight environmental issues?

- Economic issues

1. Do you experience that Telia's work with CSR has affected the company financially? Is it in a positive or negative way?

2. Do you feel that Telia is using its financial assets properly in terms of sustainability issues?
3. Do you think Telia's reputation has been positively or negatively affected by the work with CSR?
4. Do you feel that the work on CSR has strengthened Telia's brand?
5. Do you see a correlation between CSR work and increased profitability for the company?

- Closure

1. Do you experience that Telia's work with CSR has benefited the environment, society, the work environment and the company's economy positively?