



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Johtaminen ja organisointi	Päivämäärä	25.4.2008
Tekijä(t)	Henri Lappalainen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	110
Otsikko	KASVAVIEN PK-YRITYSTEN SOSIAALINEN VASTUU – VALTTIA VAI VANIKKAA?		
Ohjaaja(t)	KTT Jouko Toivonen ja KTT Maija Vähämäki		

Tiivistelmä

Nyky-yhteiskunnassa vastuullinen liiketoiminta on noussut yhä keskeisemmäksi aiheeksi. Myytti amoraalisesta, moraalipohdintojen ulkopuolelle jäävästä liiketoiminnasta on hajoamassa, kun keskustelu liiketoiminnan eettisistä periaatteista lisääntyy ja moraalinäkökulmat liitetään yhä useammin liike-elämää koskevaan keskusteluun. Erityisesti sidosryhmien aktiivisuus sekä markkinoiden ja tiedonvälityksen lisääntynyt läpinäkyvyys ovat tulleet yritysten arkipäivään. Vastuullinen yritys on tänä päivänä muutakin kuin veroja maksava ja työpaikkoja tarjoava organisaatio. Vastuullinen liiketoiminta ei ole vain suuryritysten asia. Suurin osa suomalaisista yrityksistä on pk-yrityksiä, joille vastuullisuuden kantaminen on suuria yrityksiä yksinkertaisempaa ja mahdollisesti luonnollisempaa. Myös pk-yritysten on pystyttävä lunastamaan oikeutus olemassaololleen ympäröivän yhteiskunnan silmissä. Sosiaalisesti vastuullisen toiminnan avulla voidaan lisätä yrityksen mainetta ja sitä kautta saavuttaa kilpailuetua.

Tämän tutkimuksen aiheena on yhteiskuntavastuun sosiaalinen ulottuvuus kasvavien pk-yritysten kilpailukykyä. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, *miten sosiaalinen vastuu nähdään kasvavissa pk-yrityksissä kilpailukykyyn vaikuttavana tekijänä*. Tätä selvitetään osaongelmien avulla: miksi pk-yritykset ovat sosiaalisesti vastuullisia, millaisia keinoja niillä on toteuttaa sosiaalista vastuutaan, ja miten sidosryhmät vaikuttavat sosiaalisen vastuun huomioimiseen ja käytäntöihin. Teorian osalta tässä tutkimuksessa yritysten sosiaalisen vastuun ulottuvuuden käytäntöjä käydään läpi sidosryhmäajattelun avulla. Kyseessä on kvalitatiivinen tutkimus, jonka aineistonhankintamenetelmänä on käytetty teemahaastattelua. Tutkimuksessa on mukana kuusi yritystä Päijät-Hämeen alueelta. Tutkimuksen aineisto on analysoitu teoriasidonnaisesti.

Tutkimustulosten mukaan sosiaalinen vastuu nähdään kasvavissa pk-yrityksissä kilpailukykyyn positiivisesti vaikuttavana tekijänä. Ennen kaikkea henkilöstön hyvinvoinnin ja tyytyväisyyden nähdään kasvattavan tehokkuutta, millä on vahva vaikutus kasvavien pk-yritysten kilpailukykyyn. Myös maineen ja luottamuksen parantamisella sidosryhmien keskuudessa uskotaan saavutettavan selvää kilpailuetua suhteessa kilpailijoihin. Vastuullisella liiketoiminnalla ja siitä saadulla maineella nähdään olevan myös selkeä yhteys osaavan työvoiman rekrytoimisessa. Kasvavien pk-yritysten kannalta tämä on äärimmäisen tärkeää kasvun turvaamisen ja kilpailukykyyn säilyttämisen kannalta myös tulevaisuudessa.

Asiasanat	Vastuullinen liiketoiminta, sosiaalinen vastuu, pk-yritykset, kilpailukyky, kasvuyritykset
Muita tietoja	