



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	16.5.2008
Tekijä(t)	Raita Räsänen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	61
Otsikko	Vastuullinen viestintä leipomoalan yrityksessä		
Ohjaaja(t)	KTT Kari Liuhto ja KTM Kaisa-Kerttu Peltola		

#### Tiivistelmä

Viime vuosina yhteiskuntavastuu on tullut paljon esille yritysten liiketoimintastrategioissa. Kansainvälistymisen myötä yhteiskuntavastuullisuus koskettaa myös suomalaisia yrityksiä. Sidosryhmien mielipiteille kiinnitetään enemmän huomiota ja myös sidosryhmät haluavat oman äänensä kuuluviin. Vuorovaikutteinen suhde yrityksen ja tärkeimpien sidosryhmien välillä auttaa yritystä luomaan vastuullisemman organisaation ja samalla se ottaa huomioon sidosryhmiensä mielipiteet.

Tämän tutkimuksen kohde oli Moilas Oy: keliakialeipomo ja suhde sen yhteen tärkeimmistä sidosryhmistä, keliakialiittoon. Moilas Oy on halunnut parantaa sen yhteiskuntavastuullista rooliaan ja sertifioida yritys yhteiskuntavastuun standardien mukaiseksi. Tutkimuksessa haastateltiin keliakialiittoja sekä Suomessa että Ruotsissa. Tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia miten vastuullinen viestintä tulee esille yhteiskuntavastuullisessa yrityksessä. Tätä kysymystä lähestyttiin kolmen osaongelman kautta: Mikä on sidosryhmälähtöinen yhteiskuntavastuu? Mikä on sidosryhmälähtöinen vastuullinen viestintä? Miten yrityksen yhteiskuntavastuu näkyy sen tärkeimpien sidosryhmien mielestä? Tutkimuksen suorittamisessa käytettiin kvalitatiivista teemahaastattelua keliakialiitoille.

Tutkimuksen kahta ensimmäistä osaongelmaa lähestyttiin teorian avulla. Vastuullisessa sidosryhmäteoriassa otettiin perinteisten ensisijaisten ja toissijaisten sidosryhmien lisäksi huomioon myös muita sidosryhmiä. Sidosryhmälähtöinen vastuullinen viestintä näkyy yrityksen ja sidosryhmän välisenä vapaana ja avoimena kommunikaationa, jossa molemmat saavat toisiltaan enemmän kuin perinteisemmässä yrityksen ja sidosryhmän välisessä viestinnässä.

Tutkimuksen kolmas osaongelma osoitti, että vaikka yritys mieltää itsensä yhteiskuntavastuulliseksi yritykseksi, jolla on ekologinen, sosiaalinen sekä taloudellinen vastuu kunnossa. Silti viestintä tärkeimpien sidosryhmien kanssa voi jäädä hyvin vähäiseksi. Vuorovaikutteinen sidosryhmäsuhde, jossa avoin keskustelu ja toistensa auttaminen on erittäin kaukainen määränpää jokapäiväisessä liiketoiminnassa.

Asiasanat	yhteiskuntavastuu, sidosryhmäteoria, vuorovaikutteinen viestintä
Muita tietoja	