



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

Oppiaine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	12.3.2004
Tekijä(t)	Kaisa Alapartanen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	90
Otsikko	Valta tuo vastuuta. Tutkimus yhteiskuntavastuullisuudesta lääketieteellisuuden kotisivuilla.		
Ohjaaja(t)	Sten-Olof Hansén ja Lotta Häkkinen		

Tiivistelmä

Tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia yritysten yhteiskuntavastuullisuutta lääketieteellisuutta edustavien yritysten kotisivuilla. Tutkimuksessa vastuulliseksi yritystoiminnaksi määriteltiin lait ja taloudelliset seikat ylittävää vastuunottoa ja yritykseen sidoksissa olevien ryhmien odotuksiin vastaamista, josta koituu hyötyä yrityksen lisäksi myös ympäröivälle yhteiskunnalle. Teorioiksi valittiin periaatteet, prosessit ja tulokset -jaottelu sekä kolmoistilinpäätös. Edelleen tärkeä termi tutkimuksen teoriassa ovat yrityksen sidosryhmät. Kotisivuihin liittyen yritysten ulkoisen viestinnän eräänä muotona kerättiin myös teoriaa viitekehystä vahvistamaan. Teorian ja osittain myös aineiston pohjalta laadittiin luokitusrunko, jota käytettiin analyysin apuna.

Tutkielman yhtenä lähtökohtana on, että koska vastuullisuus viime kädessä määräytyy sen suhteen, miten sidosryhmät arvioivat yritysten odotuksiinsa vastanneen, on viestinnän rooli ensiarvoisen tärkeä. Avoin viestintä kuuluu osana vastuulliseen toimintaan ja on pohjana yritysmielikuvan syntymiselle, mikä taas on edellytys arvioinnille. Yritysten yhteiskuntavastuullisuutta arvioivat sen ulkoiset sidosryhmät, joiden mielikuviin yritykset ulkoisella viestinnällään pyrkivät vaikuttamaan, tässä tapauksessa kotisivujensa kautta.

Vain harvat yritykset ovat määritelleet, mitä vastuullisuus heille tarkoittaa. Kotisivuilla yleisesti käytössä oleva jaottelu on kolmoistilinpäätöksen mukainen, eli taloudellisen vastuun lisäksi puhutaan sosiaalisista ja ympäristöllisistä asioista. Myös sidosryhmäajattelu näyttää ajatteluna olevan lyömässä läpi yrityksissä. Sidoryhmistä eniten kotisivuilla puhutaan henkilöstöstä, lähes kaikki yritykset mainitsevat työntekijät sidoryhmänään. Eniten yritykset puhuvat vastuustaan imagon parantamisen takia ja toisaalta lähiympäristön hyväksynnän saamiseksi. Edelleen yhdeksi keskeiseksi tekijäksi tutkimuksessa muodostui kulttuurillisten erojen vaikutus yhteiskuntavastuullisuuden käsittelyyn. Toisaalta lääketieteellisyys on kansainvälinen toimiala ja fuusioiden takia monet yritykset eivät enää edusta jotain tiettyä kansallista kulttuuria.

Tutkimuksen kiinnostuksen kohteena oli myös viestinnän väline, eli yritysten kotisivut. Rakenteeltaan kotisivut ovat toimivia. Toisaalta sivuilla on selkeä tiedonantotehtävä, toisaalta ne toimivat interaktiivisuusfoorumina. Sivut liittyvät kaikki yritykseen ja niillä pyritään luomaan positiivinen kuva yrityksestä. Interaktiivisuutta on kotisivuilla hyödynnetty, vaikka kehittämispotentiaalia onkin vielä paljon.

Asiasanat	Yritysten yhteiskuntavastuullisuus, sidoryhmät, ulkoinen viestintä, kotisivut, lääketieteellisyys
Muita tietoja	