



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

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	11.11.2005
Tekijä(t)	Sini Forssell	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	109
Otsikko	Aitoa välittämistä vai imagon kiillottamista? Yritysten yhteiskuntavastuun taustat ja toteutuminen		
Ohjaaja(t)	KTT Rami Olkkonen, VTT Timo Toivonen		

#### Tiivistelmä

Yrityksiltä on yhä enemmän alettu vaatia yhteiskunnallisesti vastuullista toimintaa. Yhä useammat yritykset ovatkin omaksuneet yhteiskuntavastuun osaksi toimintaansa. Toisaalta vastuullisinakin esiintyvien yritysten toiminnasta käy aika ajoin ilmi ikäviä asioita.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää yritysten yhteiskuntavastuun taustoja ja toteutumista. Tutkimusongelmaan on pyritty vastaamaan seuraavien osaongelmien avulla: 1) Mitä yritysten yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan? 2) Miksi yhteiskuntavastuu on noussut tärkeäksi aiheeksi yrityksille? 3) Miten yhteiskuntavastuun kantaminen ilmenee yrityksissä? 4) Minkälaista kritiikkiä yhteiskuntavastuujuttua ja yritysten yhteiskuntavastuutoimia kohtaan on esitetty? Tutkimus suoritettiin kirjoituspöytätyönä tietolähteenä aihetta käsittelevä kirjallisuus ja verkkolähteet.

Yrityksen ja yhteiskuntavastuun käsitteitä käsittelevässä luvussa tarkasteltiin erilaisia määritelmiä yritystoiminnasta, eri liike-elämän ideologioita sekä osakkeenomistaja- ja sidosryhmämallia yrityksen suhteesta yhteiskuntaan. Lisäksi käsiteltiin vastuun käsitettä, moraalifilosofisia teorioita yhteiskuntavastuun arvioinnissa, legaalisen ja moraalisen vastuun keskinäistä suhdetta sekä yritysten yhteiskuntavastuusta käytettyjä määritelmiä.

Seuraavassa luvussa tarkasteltiin taustatekijöitä sille, että yhteiskuntavastuun merkitys liiketoiminnassa on korostunut. Taustatekijöitä löytyi yritysten laajemmasta toimintaympäristöstä ja yritysten eri sidosryhmien tarpeista ja toiveista. Myös yritysskandaalit sekä yrityksen maineen entistä suurempi merkitys kilpailutekijänä ovat nostaneet yhteiskuntavastuun keskeiseen asemaan yritystoiminnassa.

Yhteiskuntavastuun käytännön toteutumista käsittelevässä luvussa tarkasteltiin yritysten suhtautumistapoja yhteiskuntavastuuseen sekä yleisimpiä yhteiskuntavastuun ilmenemismuotoja yritystoiminnassa. Näitä ovat esimerkiksi eettiset ohjeistot, ympäristöjohtaminen, hyväntekeväisyys ja yhteiskuntavastuuraportointi. Lopuksi käsiteltiin kriittisiä näkökulmia niin yhteiskuntavastuun käytännön toimiin kuin yhteiskuntavastuun laajempiin periaatteisiin.

Yhteiskuntavastuu vaikuttaa olevan yrityksille välinearvo. Yhteiskuntavastuuta toteutetaan, koska siitä ajatellaan olevan hyötyä liiketoiminnalle. Yhteiskuntavastuuseen todella proaktiivisesti suhtautuvia yrityksiä on toistaiseksi harvassa. Yhteiskuntavastuun käytännön toteutus jättää nykyisellään paljon toivomisen varaa. Keskeisimpiin kritiikin aiheisiin kuuluvat yhteiskuntavastuutoimien puutteellisuus ja läpinäkyvyyden puute. Pahimmillaan näennäinen yhteiskuntavastuullisuus vie huomion pois yritystoiminnan perustavanlaatuista epäkohdista. Yhteiskuntavastuun paremmasta toteuttamisesta olisi hyötyä niin yrityksille kuin yhteiskunnallekin.

Asiasanat	yhteiskuntavastuu, etiikka
Muita tietoja	