



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

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	20.4.2006
Tekijä(t)	Helena Junttila	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	108
Otsikko	YRITYKSEN YMPÄRISTÖVASTUU JA SEN ILMENEMINEN KANTA-ASIAKASVIESTINNÄSSÄ Vertailussa Kesko Oyj ja S-ryhmä		
Ohjaaja(t)	KTT Helena Mäkinen KTM Hannu Makkonen		

Tiivistelmä

Yrityksen yhteiskuntavastuun peruskäsitteitä ovat liiketoiminta, yhteiskunta ja vastuullisuus. Vastuullinen liiketoiminta tarkoittaa liiketoiminnan, etiikan ja ympäristön yhteensovittamista. Yleisimmin esiintyvä määritelmä yrityksen yhteiskuntavastuulle on, että se tarkoittaa vastuullista liiketoimintaa eli sitä, että yritys kantaa taloudellisen vastuun lisäksi huolta myös toimintansa sosiaalisista ja ekologisista ulottuvuuksista. Yhteiskuntavastuu jaetaan usein kolmeen osaan: taloudelliseen vastuuseen, ympäristövastuuseen ja sosiaaliseen vastuuseen. Tässä tutkielmassa paneudutaan tarkemmin näistä osa-alueista yrityksen ympäristövastuuseen. Esimerkkiyrityksiksi valittiin vähittäiskaupan alan toimijat Kesko Oyj ja S-ryhmä.

Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää, mitä ympäristövastuu on, erityisesti kaupan alalla, ja miten se näkyy kanta-asiakasviestinnässä. Tutkimuksen tarkoitus voidaan jakaa osaongelmiin seuraavalla tavalla: 1. Mitä ympäristövastuun käytännöt raporttien mukaan ovat Kesko ja S-ryhmässä? 2. Jos eroja havaitaan, mitä ne ovat ja mitkä seikat vaikuttavat niihin? 3. Miten ja kuinka paljon yhteiskuntavastuu ilmenee kanta-asiakaslehdissä?

Ympäristövastuun käytännöt selvitettiin tutkimalla esimerkkiyritysten vuosikertomuksia ja vastuullisuusraportteja vuodelta 2004. Tämän jälkeen ympäristövastuun ilmenemistä tutkittiin esimerkkiyritysten vuoden 2005 kanta-asiakaslehdissä eli Pirkassa ja Yhteishyvässä. Tutkimus suoritettiin siis dokumenttianalyysinä. Kanta-asiakaslehtien tutkimisessa käytettiin sisällönanalyysiä.

Saatujen tulosten mukaan ympäristövastuun käytännöt ovat molemmissa esimerkkiyrityksissä melko samankaltaisia. Keskon toiminnassa korostuu kuitenkin S-ryhmää enemmän edelläkävijäisyys ja toiminnan laajuus ympäristöasioiden hoidossa. Yhtenä syynä havaittuihin eroihin voidaan pitää yritysten yhtiömuotoa: Kesko on osakeyhtiö ja S-ryhmä on puolestaan osuuskunta, jossa kanta-asiakkaat ovat samalla asiakasomistajia. Toisena syynä eroihin voidaan pitää vastuullisuusraportointikäytäntöä: Kesko käyttää GRI-raportointiohjeistoa ja S-ryhmä puolestaan julkaisee vapaamuotoisen verkkoraportin. Yritykset ovat myös asemoineet itsensä eri tavoin markkinoilla: Kesko esiintyy usein esimerkkinä ympäristöasioissa ja S-ryhmä puolestaan on asemoinut itsensä asiakasomistajalähtöiseksi toimijaksi.

Ympäristöasioiden esiintymisessä kanta-asiakaslehdissä oli myös eroa. Keskon kanta-asiakaslehdessä Pirkassa ympäristöasioihin oli käytetty palstatilaa kaksi kertaa enemmän kuin kilpailijan lehdessä Yhteishyvässä. Tämän tutkimuksen perusteella voidaan siis sanoa, että Keskon ympäristösuorituskyky on S-ryhmää parempi ja Kesko haluaa myös tuoda tämän asian esille.

Asiasanat	Yhteiskuntavastuu, ympäristöraportointi, vähittäiskauppa, asiakkuus, asiakaslehdet
Muita tietoja	