



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

Aine	Liiketaloustiede: kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	19.5.2003
Tekijä(t)	Tuulia Sinijärvi	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	106
Otsikko	Yrityksen yhteiskuntavastuu ja omistajaviestintä		
Ohjaaja(t)	KTT Niina Nummela, KTM Birgitta Sandberg		

Tiivistelmä

Yrityksiltä vaaditaan vastuullista käyttäytymistä koko niitä ympäröivää yhteiskuntaa kohtaan. Yhteiskuntavastuu on sinänsä vanha käsite, mutta talouden globalisaation ja suuryritysten vaikutusvallan lisääntymisen myötä yritysten eettinen käytös ja vastuu sidosryhmistään on erittäin ajankohtainen aihe. Viestintä aiheesta kehittyy ja lisääntyy nopeasti, myös yhä useampi suomalaisyritys on julkaissut oman yhteiskuntavastuuraporttinsa.

Tutkimuksen tarkoituksena on analysoida yritysten yhteiskuntavastuullista viestintää omistajilleen. Tutkimusongelma jaetaan kolmeen osaongelmaan: mitä yrityksen yhteiskuntavastuullinen toiminta on, miten yrityksen omistajille viestitään tästä toiminnasta ja miten lähetetty viesti tavoittaa omistajat. Tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen ja aineisto kerätään pääosin teemahaastattelumenetelmällä. Lisäksi työssä hyödynnetään sekundaariaineistoa, sillä yritysten yhteiskuntavastuullista toimintaa kartoitetaan analysoimalla Suomen kymmenen suurimman yrityksen vuosikertomuksia. Yhteiskuntavastuun viestintää omistajilleen tutkitaan haastatteleamalla case-yritys UPM-Kymmenen ja sen suurimpien omistajien edustajia.

Yritysten yhteiskuntavastuu on käsitteenä edelleen epämääräinen ja sitä toteutetaan yrityksissä vaihtelevasti. Kaikki tutkitut yritykset eivät ole arvioineet oman toimintansa vaikutuksia yhteiskuntaan tai asettaneet tavoitteita toimintansa parantamiseksi. Yhteiskuntavastuun toteutumisessa havaittiin vaihtelua yritysten välillä sekä määrässä että laadussa ja osa-alueiden painotuksessa.

UPM-Kymmenen yhteiskuntavastuun viestinnässä omistajille korostuu perinteisten viestintävälineiden lisäksi henkilökohtainen arkipäiväinen kanssakäyminen. Omistajat toivovat yritykseltä selkeää ja avointa viestintää, ja luonnehtivat UPM-Kymmenen viestintää tyydyttäväksi. Yhteiskuntavastuun merkitys tunnustetaan, mutta taloudellinen informaatio on omistajille kuitenkin keskeisintä sijoituspäätöksiä tehtäessä. Yhteiskuntavastuun viestintä tavoittaa parhaiten omistajat, joilla on valmiina kiinnostus ja tarve ottaa viestiä vastaan.

Asiasanat	Yhteiskuntavastuu, viestintä, omistajat
Muita tietoja	