



Turun yliopisto
University of Turku

YRITYSTEN YHTEISKUNTA VASTUUN JA TALOUDELLISEN SUORITUSKYVYN VÄLINEN YHTEYS

Helsingin pörssin listayhtiöt vuosilta 2009–2012

Laskentatoimen ja rahoituksen
pro gradu -tutkielma

Laatija:
Sini-Marja Laine, 417321

Ohjaajat:
KTL Ulla-Maarit Valve
KTM Matti Niinikoski

17.11.2015
Helsinki



Turun kauppakorkeakoulu • Turku School of Economics

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

The originality of this thesis has been checked in accordance with the University of Turku quality assurance system using the Turnitin OriginalityCheck service.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	7
1.1	Johdatus aiheeseen	7
1.2	Tutkielman tavoitteet ja rajaukset	10
1.3	Tutkielman metodologia	11
1.4	Tutkielman kulku	14
2	YRITYKSEN YHTEISKUNTAVASTUU	15
2.1	Mitä on yrityksen yhteiskuntavastuu?.....	15
2.1.1	Yhteiskuntavastuun taustaa.....	15
2.1.2	Yhteiskuntavastuun määrittelystä	16
2.1.3	Yhteiskuntavastuun osa-alueet.....	20
2.1.4	Yhteiskuntavastuun tasot	21
2.1.5	Yhteenvedo yhteiskuntavastuun määritelmästä ja käytöstä tässä tutkielmassa.....	25
2.2	Yhteiskuntavastuun kannustimista sekä kritiikistä	26
3	SIDOSRYHMÄ- JA LEGITIMAATIOTEORIA	28
3.1	Sidosryhmäajattelu	28
3.2	Yrityksen sidosryhmät.....	29
3.3	Legitimaatioteoria	31
4	YHTEISKUNTAVASTUURAPORTOINTI JA SEN KANNUSTIMET	34
4.1	Yleistä.....	34
4.2	Lakisäätöinen ja vapaaehtoinen raportointi Suomessa.....	35
4.3	Global Reporting Initiative (GRI).....	38
4.4	Hyödyt.....	40
4.5	Arvonluonti yhteiskuntavastuuraportoinnin kautta.....	42
4.6	Kritiikkiä yhteiskuntavastuuraportoinnista	43
5	AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET AIHEESTA.....	45
5.1	Käytetyt mittarit	45
5.1.1	Yleistä	45
5.1.2	CSP - Yrityksen yhteiskunnallinen suorituskyky	46
5.1.3	CFP - Yrityksen taloudellinen suorituskyky.....	48
5.2	Positiivinen yhteys	49
5.3	Negatiivinen yhteys.....	51
5.4	Ei yhteyttä	53

5.5	Epälineaarinen yhteys	55
5.6	Syitä epäjohdonmukaisiin tutkimustuloksiin	57
5.7	Yhteenvedo ja tutkielman viitekehys	58
5.7.1	Hypoteesien rakentaminen	62
6	EMPIRIA	64
6.1	Tutkimusaineisto ja menetelmät	64
6.1.1	Aineiston keruu	64
6.1.2	Tutkimuksen lähtökohdat ja oletukset	68
6.1.2.1	Vuosikertomus	68
6.1.2.2	Taloudellisten tunnuslukujen laskenta	69
6.1.3	Tutkimusmenetelmä	72
6.2	Tutkimustulokset	75
6.2.1	Aineiston analysointi ja kuvaus	75
6.2.2	Regressioyhtälön muodostus	79
6.2.3	Regressioanalyysin tulokset	80
6.2.3.1	Malli 1- ROA	83
6.2.3.2	Malli 2 – ROA	84
6.2.3.3	Malli 3 – ROE	85
6.2.3.4	Malli 4 – ROE	86
6.2.3.5	Mallit 5 ja 6 – Nettovelkaantumisaste	87
6.2.3.6	Mallien hyvyys ja sopivuus	87
6.2.3.7	Yhteenvedo	88
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO	90
7.1	Tutkimustulosten johtopäätökset	90
7.2	Tutkimustulosten luotettavuuden arviointi	92
7.3	Jatkotutkimusehdotukset	95
7.4	Yhteenvedo	95
	LÄHTEET	99
	 LIITTEET	
LIITE 1	YRITYSTEN JAKAUTUMINEN RAPORTOINTILUOKKIIN	105
LIITE 2	YRITYSTEN JAKAUTUMINEN TOIMIALALUOKKIIN	112
LIITE 3	EVIIEWS-TULOSTEET – MALLI 1	114

LIITE 4	EVIIEWS-TULOSTEET – MALLI 2	115
LIITE 5	EVIIEWS-TULOSTEET – MALLI 3	116
LIITE 6	EVIIEWS-TULOSTEET – MALLI 4	117
LIITE 7	EVIIEWS-TULOSTEET – MALLI 5	118
LIITE 8	EVIIEWS-TULOSTEET – MALLI 6	119

KUVIOT

Kuvio 1	Liiketaloustieteen tutkimusotteet.....	11
Kuvio 2	Yhteiskuntavastuun kolme pilaria	20
Kuvio 3	Yhteiskuntavastuupyramidi.....	22
Kuvio 4	Yhteiskuntavastuun tavoitetasot.....	24
Kuvio 5	Sidosryhmien vastuulliseen yritystoimintaan liittyvät intressit.....	31
Kuvio 6	Yrityksen arvon mittaaminen ja raportointi	43
Kuvio 7	Yritysten jakautuminen raportointiluokkiin (alkuperäinen raportointiluokitus).....	75
Kuvio 8	Yritysten jakautuminen raportointiluokkiin (uusi raportointiluokitus)76	

TAULUKOT

Taulukko 1	Lakisääteinen raportointi	36
Taulukko 2	Yhteiskuntavastuuraportoinnin hyödyt yritykselle.....	41
Taulukko 3	Yhteenvedo aikaisemmista tutkimuksista	60
Taulukko 4	Alkuperäinen yritysten yhteiskuntavastuun raportointiluokitus.....	66
Taulukko 5	ROA ja ROE tunnuslukujen tulkinta.....	70
Taulukko 6	Nettovelkaantumisasasteen tulkinta.....	71
Taulukko 7	Paneeliregressioanalyysissä käytetyt muuttujat	73

Taulukko 8	Uusi yritysten yhteiskuntavastuun raportointiluokitus.....	73
Taulukko 9	Toimialaluokitukset.....	74
Taulukko 10	Yritysten jakautuminen raportointiluokkiin (alkuperäinen raportointiluokitus).....	75
Taulukko 11	Yritysten jakautuminen raportointiluokkiin (uusi raportointiluokitus)	76
Taulukko 12	Numeeristen muuttujien keskilukuja.....	77
Taulukko 13	Korrelaatiomatriisi.....	78
Taulukko 14	Regressiomallien tulokset.....	82
Taulukko 15	Tutkimuksessa käytetyt merkitsevyystasot	83

KAAVAT

Kaava 1	ROA:n ja ROE:n laskukaava.....	70
Kaava 2	Nettovelkaantumisasasteen laskukaava	71
Kaava 3	Odin-tietokannan laskukaavat tunnusluville ROA, ROE ja Nettovelkaantumisasaste.....	72
Kaava 4	Kiinteän aikavaikutuksen paneeliregressioyhtälö (yhden selittäjän malli)	79
Kaava 5	Esimerkki tutkimuksen paneeliregressiomallien taustalla olevasta kiinteän aikavaikutuksen regressioyhtälöstä (monen selittäjän malli)	80

1 JOHDANTO

We can therefore clearly state that, for the present Western society, “Good Ethics is Good Business.” (Beurden & Gössling 2008, 407).

1.1 Johdatus aiheeseen

Yritysten yhteiskuntavastuu ei ole mikään uusi asia, mikäli sitä katsotaan käsitteellisellä tasolla. Yritysten toiminnalla on aina ollut sosiaalisia, ympäristöllisiä ja taloudellisia vaikutuksia. Yrityksillä on aina ollut sidosryhmiä, kuten omistajia ja asiakkaita ja niiden on aina täytynyt noudattaa niitä koskevia säädöksiä. Näitä asioita yritykset ovat johtaneet tietyillä useiden vuosien saatoissa hyviksi havaituilla tavoilla. Muutos yhteiskuntavastuussa on kuitenkin tapahtunut operatiivisella tasolla. Globalisaatio muuttaa liiketoimintaympäristö jatkuvasti nopealla tahdilla. Uudet sidosryhmät ja kansalliset säädökset luovat uudenlaisia odotuksia yrityksille sekä muuttavat sitä, miten sosiaaliset, ympäristölliset sekä taloudelliset asiat tulisi ottaa huomioon yritysten päätöksenteossa. Tämän päivän liike-elämässä yhteiskuntavastuun johtamiseen tarvitaan työkaluja näiden aikaisempien hyviksi havaittujen menettelytapojen ohelle, jotta yritykset pystyisivät kehittämään ja toteuttamaan menestyksekkäästi omaa strategiaansa (Dahlsrud 2008, 6).

Kirjanpitolain mukaan yritysten ja organisaatioiden on osana toimintakertomustaan julkaistava olennaisia ympäristö- ja henkilöstötietoja. Syyskuun 2014 lopussa Euroopan unionin neuvosto hyväksyi tilinpäätösdirektiivin muutoksen koskien yritysten muuta kuin taloudellista tietoa. Tämän muutoksen hyväksymisen myötä suurten yritysten, suurten pörssiyhtiöiden ja muiden yleisen edun kannalta merkittävien yritysten (public interest entities, PIE) tulee jatkossa julkaista tietoa yhteiskuntavastuustaan. Yritysten tulee julkaista tietoa muun muassa siitä, miten ne edistävät työhyvinvointia, työturvallisuutta, ihmisoikeuksia, ympäristönsuojelua, monimuotoisuutta ja korruption torjuntaa. Lisäksi raportointivelvoitteen piiriin kuuluvien yritysten tulee kuvata lyhyesti yhtiön liiketoimintamallia sekä kertoa vastuullisuustoimintaan liittyvistä riskeistä ja riskien hallinnasta. Direktiivi mahdollistaa myös jäsenvaltioille sen, että kukin jäsenvaltio saa itse päättää, vaatiiko se toimintakertomuksen oheen liitettävää selvitystä vai, annetaanko yrityksille mahdollisuus erillisen raportin laatimiseen, minkä ei tarvitsisi olla osa toimintakertomusta. Direktiivin muutos on askel kohti yhteiskuntavastuullisempia yrityksiä ja palvelee sijoittajia ja kuluttajia, jotka ovat entistä tietoisempia yrityksen yhteiskuntavastuun tärkeydestä. EU:n jäsenvaltioiden tulee implementoida direktiivi osaksi kansallista lainsäädäntöä syyskuuhun 2016 mennessä. Raportointivelvoitteen piiriin kuuluvien yhtiöiden tulee siis raportoida direktiivin mukaisesti ensimmäisen kerran tilikaudella 2017 (Finatex 2014; Työ- ja elinkeinoministeriö 2014).

Yhteiskuntavastuu on organisaation vastuuta toimintansa vaikutuksista yhteiskuntaa, ympäristöä ja sidosryhmiä kohtaan. Yhteiskuntavastuun keskeiset osa-alueet ovat taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu ja ympäristövastuu (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani 2009, 9, 14, 19). Yhteiskuntavastuuraportointi on yleistynyt nopeasti. KPMG:n tekemän tutkimuksen mukaan vuonna 2011 maailman suurimmista yrityksistä jo yli 95 % raportoi yhteiskuntavastuustaan. Suomessa yritysten yhteiskuntavastuuraportointi on seurannut globaalia trendiä. KPMG:n samaisen tutkimuksen mukaan vuonna 2011 noin 85 % sadasta suurimmasta suomalaisyrityksestä raportoi yhteiskuntavastuustaan. Yhteiskuntavastuuasioista raportoitujen suomalaisyritysten määrä on miltei tuplaantunut vuodesta 2008, jolloin KPMG edellisen kerran teetti samanlaisen tutkimuksen (KPMG international survey of corporate responsibility reporting 2011, 6, 9). Yhteiskuntavastuuraportissa organisaatio kertoo laajasti toimintansa taloudellisista, sosiaalisista ja ympäristöön liittyvistä vaikutuksista. Näin ollen yhteiskuntavastuuraportin lukijat saavat tietoa yritystoiminnan vastuullisuudesta sekä vaikutuksista liiketoiminnan kehitykseen. Yritystoiminnan vastuullisuuden mittaamisen kehittyminen on avainasemassa, mikäli yritys haluaa realisoida yhteiskuntavastuullisen toimintansa liiketoimintahyödyt (Niskala ym. 2009, 9, 14, 19).

On hyvin luonnollista ja ymmärrettävää, että yritysjohtajat sekä liiketalouden tutkijat pohtivat, onko moraalisen ja eettisen liiketoiminnan harjoittaminen taloudellisesta näkökulmasta katsottuna kannattavaa. Ensinnäkin eettinen liiketoiminta voi aiheuttaa lisää kustannuksia yrityksille muun muassa henkilöstön koulutuksen, johdon ajankäytön kulumisen, konsultointipalvelujen käytön sekä vaihtoehtokustannusten¹ kautta (Gössling 2011; Gössling, 2003). Liike-elämässä rationaalisesti käyttäytyvä johto vaatii tuottavuutta jokaiselta liiketoimintaan käytetyltä eurolta. Tämä tuottavuuteen perustuva ajattelutapa on dominoiva liike-elämässä, sillä useilla johtotehtävissä toimivilla henkilöillä on taustoistaan johtuen tämän tyyppinen ajattelumaailma (Gössling 2011, 35). Yhteiskuntavastuu voikin toteutua yrityksissä vain, mikäli yhä useampi johtotehtävissä toimiva henkilö omaksuu moraalisen toimintatavan moraalittoman tai moraalista vapaan toimintatavan sijaan (Carroll 1991, 39).

Yritykset ovat kasvavassa määrin alkaneet ymmärtää, että yhteiskuntavastuuraportointi on paljon muutakin kuin vain sitä, että yritys pyrkisi olemaan hyvä yrityskansalainen. Yhteiskuntavastuuraportointi tähtää innovointiin sekä edistää oppimista yrityksen sisällä. Nämä asiat puolestaan auttavat yrityksiä kasvamaan ja kasvattamaan yrityksen arvoa. On selvää, että ne yritykset, jotka eivät vielä raportoi yhteiskuntavastuustaan, kokevat tällä hetkellä huomattavan suuria paineita aloittaa yhteiskuntavastuuraportointi.

¹ Eettisen liiketoiminnan hintana nähdään ne menetetyt mahdollisuudet, joita olisi, mikäli ei harjoitettaisiin eettistä liiketoimintaa tai harjoitettaisiin ”epäeettistä liiketoimintaa”.

Yhteiskuntavastuuraportoinnin aloittaminen onkin erityisen tärkeää yrityksille, sillä sen avulla yritys pystyy pysymään kilpailukykyisenä suhteessa sosiaaliseen ympäristöönsä sekä ymmärtämään paremmin millaisia vaikutuksia ja hyötyjä yhteiskuntavastuulla ja siihen liittyvillä toiminnoilla on yrityksen liiketoimintaan esimerkiksi kustannussäästöjen sekä uusien liiketoimintamahdollisuuksien kautta (KPMG international survey of corporate responsibility reporting 2011, 2).

Yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välistä yhteyttä on tutkittu melko paljon, mutta tutkimustulokset ovat hyvin ristiriitaisia. Osa tutkijoista on löytänyt näiden kahden välille positiivisen yhteyden (ks. esim. Pava & Krausz 1996; Preston & O'Bannon 1997; Waddock & Graves 1997; Luo & Bhattacharya 2006; Schadewitz & Niskala 2010), osa taas negatiivisen (ks. esim. Brammer, Brooks & Pavelin 2006; López, Garcia & Rodriguez 2007) ja osa taas ei ole havainnut niiden välillä olevan yhteyttä (ks. esim. McWilliams & Siegel 2000; Moore 2001; Seifert, Morris & Bartkus 2004; Brine, Brown & Hackett 2007; Huang 2010). Joissakin tutkimuksissa ollaan puolestaan tultu siihen tulokseen, että yhteys ei välttämättä olekaan lineaarinen, vaan on mahdollista, että yhteys olisi esimerkiksi U:n muotoinen. Toisin sanoen, mikäli yritys ei panosta yhteiskuntavastuuseensa riittävästi, aiheutuu tästä yritykselle vain kuluja. Mikäli taas yritys panostaa tarpeeksi ja tosissaan yhteiskuntavastuuseen, on siitä yritykselle myös taloudellista etua, joka saattaa näkyä esimerkiksi alentuneina rahoituskuluina (ks. esim. Barnett & Salomon 2012; Lu, Wang & Lee 2013).

Yhteiskuntavastuulle (Corporate social responsibility, CSR) ei ole olemassa yhtä yksiselitteistä määritelmää. Lisäksi yhteiskuntavastuu ei itsessään ole mitattava muuttuja ja siksi sitä ei voida mitata suoraan (Gössling 2011; Beurden & Gössling 2008). Näin ollen yhteiskuntavastuun (CSR) ja taloudellisen suorituskyvyn (Corporate financial performance, CFP) välistä yhteyttä on pyritty tutkimaan tutkimalla yrityksen yhteiskunnallisen suorituskyvyn (Corporate social performance, CSP) ja taloudellisen suorituskyvyn (CFP) välistä yhteyttä. Yrityksen yhteiskunnallisella suorituskyvyllä (CSP) tarkoitetaan nimittäin niitä konkreettisia asioita, joita yritys tekee ollakseen yhteiskuntavastuullinen (Marom, 2006, 195). Yrityksen yhteiskunnallista suorituskykyä (CSP) puolestaan voidaan mitata, mutta sen mittaaminen ei ole yksinkertaista (Beurden & Gössling 2008, 409).

Suurin osa aihepiirin tutkimuksista keskittyy Yhdysvaltoihin ja Eurooppaan. Suomessa aiheetta ei kuitenkaan ole juuri tutkittu. Tämä johtuu varmasti osaksi siitä, että yhteiskuntavastuu on käsitteenä vaikeasti ymmärrettävissä sekä mitattavissa. Yhdysvalloissa suurin osa tähän aiheeseen keskittyvästä kvantitatiivisesta tutkimuksesta hyödyntää erilaisia yritysten yhteiskuntavastuullisuuden perustuvia maineenluokitteluasteikkoja tai indeksejä. Tällaisia luokitteluasteikkoja tai indeksejä ei ole saatavilla suomalaisten yritysten osalta, mikä tekee aiheen tutkimuksesta ehkä hieman hankalampaa, mutta toisaalta myös mielenkiintoista. Aihetta on tärkeää tutkia, koska yritykset raportoivat yh-

teiskuntavastuustaan enenevässä määrin ja lisäksi yhteiskuntavastuuasioiden raportoinnissa siirrytään koko ajan enemmän pakottavampaan suuntaan. Toisaalta, vaikka yhteiskuntavastuuraportointi ei ole vielä tutkielman tekohetkellä pakollista yrityksille, niin moni yritys kuitenkin raportoi vapaaehtoisesti yhteiskuntavastuuasioistaan. Yhteiskuntavastuuraportointi tai yhteiskuntavastuuasioihin sitoutuminen aiheuttaa väistämättä kustannuksia yritykselle, mutta voiko siitä olla myös taloudellista hyötyä. Oletettavasti yhteiskuntavastuuraportoinnista ja yhteiskuntavastuullisesta toiminnasta on yrityksille taloudellista hyötyä, sillä niin moni yritys raportoi yhteiskuntavastuullisuudestaan ja yrityksiensä perimmäinen tavoite on kuitenkin voiton maksimointi.

1.2 Tutkielman tavoitteet ja rajaukset

Tutkielman tavoitteena on tutkia yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välistä yhteyttä. Tarkastelun kohteena ovat Helsingin pörssin listayhtiöt, sillä yhteiskuntavastuuraportointi on tavallisempaa ja ehkä tärkeämpääkin pörssiyhtiöiden kuin muiden kuin pörssiyhtiöiden keskuudessa. Lisäksi pakottavan direktiivin astuessa voimaan tilikaudesta 2017 alkaen pörssiyhtiöt ovat velvoitettuja raportoimaan yhteiskuntavastuuasioistaan. Tutkielman tarkastelun aikajänteenä on neljä vuotta, vuodet 2009–2012, jolloin yhteiskuntavastuuraportointi on ollut vapaaehtoista. Asiaa on mielenkiintoista tutkia ympäristössä, jossa yhteiskuntavastuuraportointi on vapaaehtoista, sillä tällöin siihen sitoutuneet yritykset odottavat oletettavasti siitä aiheutuvan myös hyötyjä.

Kyseessä on kokonaistutkimus kaikista Helsingin pörssissä listatuista yhtiöistä vuosilta 2009–2012. Helsingin pörssin listayhtiöt jaetaan luokkiin yhteiskuntavastuuraportoinnin tasonsa perusteella ja taloudellinen tieto yrityksistä kerätään tiettyjen tunnuslukujen osalta neljältä vuodelta aikaisempiin tutkimuksiin perustuen. Yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välistä yhteyttä tutkitaan siis tilastollisin menetelmin paneeliregressioanalyysillä. Yritysten luokkajako on toteutettu niin, että toisessa ääripäässä ovat ne, jotka eivät raportoi ollenkaan ja toisessa ne, jotka raportoivat enemmän kuin, mitä laki vaatii. Tarkoituksena on myös saada selvyyttä sille, mitä yrityksen taloudellisille tunnusluville tapahtuu siirryttäessä ei-raportoivien -luokasta enemmän raportoivien luokkaan. Tutkielmassa otetaan huomioon useampi tarkasteluvuosi, sillä on todennäköistä, että yhteiskuntavastuusta aiheutuvat taloudelliset hyödyt näkyvät vasta pidemmällä aikajänteellä.

1.3 Tutkielman metodologia

Liiketaloustieteen tutkimusotteet on perinteisesti jaettu viiteen tutkimusotteeseen. Tutkimusotteet pohjautuvat Neilimon ja Näsin (1980, 31) jaotteluun, jossa he jakavat liiketaloustieteen tutkimusotteet neljään luokkaan; käsiteanalyyttiseen, nomoteettiseen, päätöksentekometodologiseen, sekä toiminta-analyyttiseen tutkimusotteeseen. Myöhemmin Kasanen, Lukka ja Siitonen (1993, 257) ovat kehittäneet jaottelua lisäämällä siihen vielä konstruktiiivisen tutkimusotteen.

	Teoreettinen	Empiirinen
Deskriptiivinen	Käsiteanalyyttinen tutkimusote	Nomoteettinen tutkimusote Toiminta-analyyttinen tutkimusote
Normatiivinen	Päätöksentekometodologinen tutkimusote	Konstruktiiivinen tutkimusote

Kuvio 1 Liiketaloustieteen tutkimusotteet (Kasanen ym. 1993; Lukka 1991; Neilimo & Näsi 1980)

Oheinen kuvio (Kuvio 1, s.11) kuvaa viidennen, konstruktiiivisen tutkimusotteen sijaintia Neilimon ja Näsin luokittelussa (Kasanen ym. 1993, 256). Neilimon ja Näsin tutkimusotteiden luokittelun tämän tyyppisenä nelikenttänä, joka kuvaa tutkimusotteiden painopisteitä, esitti ensimmäisenä Lukka (1991, 166). Tutkimusotteet on jaoteltu kuviossa neljän dimension mukaan, jotka kuvaavat tutkimusotteiden painopistealueita. Näitä dimensioita ovat vaaka-akselilla normatiivinen ja deskriptiivinen ja pystyakselilla teoreettinen ja empiirinen. Deskriptiivinen tutkimus on kuvailevaa, selittävää tai ennustavaa tutkimusta, jossa pyritään vastaamaan kysymyksiin ”miten on?” ja ”miksi on?”. Normatiivinen tutkimus taas pyrkii vastaamaan kysymykseen ”miten pitäisi toimia?”. Teoreettinen tutkimus perustuu pääasiassa ajatteluun ja päättelyyn tutkimusmetodin ja näin ollen tutkimuksen kontribuutio syntyy niiden avulla. Teoreettisessa tutkimuksessa voi olla empiiristä aineistoa, mutta sitä käytetään yleensä välillisesti varsinaisen

tutkimuksen tukena. Empiirisellä tutkimuksella taas tarkoitetaan tutkimusta, jossa aineisto hankitaan kentältä tai laboratoriosta (Lukka 1991, 166–167).

Käsiteanalyttinen tutkimus pohjaa yleensä aiempiin käsiteanalyysiin, mutta voi sisältää myös empiirisiä osia. Metodina siinä on ajattelunmetodi toisin sanoen analysoimalla, argumentoimalla ja erilaisten synteisien avulla pyritään luomaan uusia käsitteitä, kokonaisias käsitejärjestelmiä ja viitekehysjä. Käsiteanalyttisen tutkimuksen pyrkimyksenä on siis paremmin jäsentää, suunnitella ja käsitteellisesti ymmärtää yritys-elämän ilmiöitä (Neilimo & Näsi 1980, 32). Tutkimus voi olla joko täysin käsiteanalyttinen tai sisältää vain käsiteanalyttisiä piirteitä. Käytännössä kaikissa tutkimuksissa esiintyy jossain määrin käsiteanalyysiä, toisin sanoen käsiteanalyttisen tutkimusotteen voidaan nähdä sisältyvän nelikentän jokaiseen tutkimusotteeseen jossain määrin (Lukka 1991, 167).

Päätöksentekometodologisen tutkimuksen pohjana on usein mikroteoria, päätösteoria ja peliteoria. Tutkimus mukailee logiikkaa ja matematiikkaa ja usein tarkoituksena on sellaisen menetelmän löytäminen, jolla voidaan ratkaista jokin tietty ongelma. Lisäksi tiedon muodostuksen lähteenä on ensisijaisesti järki. Toiminta-analyttisen tutkimuksen tarkoituksena puolestaan on tutkittavan kohteen tai ilmiön ymmärtäminen. Empiirinen materiaali on usein suppeaa ja asiaa tutkitaan vain harvojen kohdeyksiköiden kautta. Toiminta-analyttisen tutkimuksen tulokset ovat usein erilaisia käsitejärjestelmiä tai ”kieliä”, joilla maailmaa yritetään ymmärtää. Tässä tutkimusotteessa korostuvat ihmistieteet (Neilimo & Näsi 1980, 33–35). Päätöksentekometodologinen tutkimusote sekä toiminta-analyttinen tutkimusote ylittävät nelikentän ”rajat” aiemmassa kuviossa (Kuvio 1, s.11). Päätöksentekometodologinen tutkimusote on ensisijaisesti teoreettinen tutkimusote, mutta se saattaa joissakin tapauksissa olla myös merkittävästi empiirinen. Toiminta-analyttistä tutkimusotetta pidetään puolestaan yleisimmin deskriptiivisenä tutkimusotteena, mutta se saattaa joissakin tapauksissa olla myös merkittävästi normatiivinen (Lukka 1991, 167).

Konstruktiivisessa tutkimusotteessa on piirteitä päätöksentekometodologisesta sekä toiminta-analyttisestä tutkimusotteesta. Konstruktiivisessa tutkimuksessa pyritään liikkeenjohdollisten ongelmien ratkaisuun erilaisten konstruktioiden kautta, joita ovat muun muassa organisaation erilaiset toimintatavat tai mallit. Konstruktiivisessa tutkimuksessa korostuu tutkimuksen tuloksina saatujen ratkaisujen toisin sanoen luotujen konstruktioiden käytännön hyödyn näkökulma. Näin ollen luotujen konstruktioiden kannalta onkin tärkeää, että niiden käyttökelpoisuus voidaan osoittaa implementoimalla ne käytäntöön. Konstruktiivisessa tutkimuksessa tutkija on niin sanotusti muutosagentin roolissa ja tukee muutosprosessiin osallistuvia organisaation jäseniä oppimisprosessissa. Tutkija pyrkii siis ymmärtämään organisaation prosesseja mahdollisimman hyvin, jotta halutut muutokset organisaatiossa voitaisiin saavuttaa myös käytännössä (Kasanen ym. 1993, 244–245, 256–257).

Tämän tutkielman tutkimusote on nomoteettinen. Kuten aiemmasta kuviosta (Kuvio 1, s.11) voidaan nähdä, niin nomoteettinen tutkimus on deskriptiivistä sekä empiiristä. Tutkimus on siis joko kuvailevaa, selittävää tai ennustavaa tutkimusta, jossa pyritään vastaamaan kysymyksiin ”miten on?” ja ”miksi on?”. Tyypillisesti nomoteettisessa tutkimuksessa korostuu empiirinen ote ja teorian rooli on enemmänkin toissijainen (Lukka 1991, 167, 169–170). Nomoteettinen tutkimusraportti noudattelee useimmiten seuraavanlaista kaavaa (Lukka 1991, 170):

Aikaisempi tutkimus → tutkimusongelma → metodit ja aineisto → tulokset → keskustelu tuloksista

Nomoteettisella tutkimusotteella on voimakas positivismin perinne. Täsmällisten selitysten sijaan, nomoteettisessa tutkimuksessa pyritään hahmottamaan tekijöiden välisiä yhteyksiä ja lainomaisuuksia (Neilimo & Näsi 1980, 28). Yleinen tavoite nomoteettisessa tutkimuksessa onkin edetä kohti lainomaisia yleistyksiä tai säännönmukaisuuksia (Lukka 1991, 170). Nomoteettinen tutkimus voi olla joko hypoteeseja testaavaa tai kehittävä (Lukka 1991; Niiniluoto, 1983). Molemmille tavoille ominaista on kuitenkin laajoihin aineistoihin tukeutuminen. Nomoteettiselle tutkimukselle tunnusomaista on myös todellisuuden mekanisointi ja objektivointi selittäviksi ja selitettäviksi muuttujiksi sekä erilaisiksi malleiksi (Lukka 1991, 170, 173).

Tutkimuksessa on tarkoituksena aikaisempiin tutkimuksiin perustuen ja replikoiden testata hypoteeseja ja tutkia, löytyykö yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen väliltä yhteyttä suomalaisessa kontekstissa. Tutkimus toteutetaan kvantitatiivisin menetelmin, kuten aikaisemmassa kirjallisuudessaakin. Koska Suomessa yritysten yhteiskuntavastuullisuudesta ei ole olemassa mitään luotettavaa kvantitatiivista dataa (kuten yhteiskuntavastuullisuuteen perustuvia maineenluokitteluasteikkoja tai indeksejä), joka kertoisi suoraan yritysten yhteiskuntavastuun tason, tutkitaan yritysten yhteiskuntavastuuta yhteiskuntavastuuraportoinnin kautta. Yhteiskuntavastuun mittaristo rakennetaan siis itse jakamalla tutkimusyrietykset luokkiin yhteiskuntavastuuraportoinnin tason perusteella. Yritysten yhteiskuntavastuuta tutkitaan julkisesti saatavilla olevan informaation kautta. Tutkimuksessa tarkastellaan yritysten julkaisuja yhteiskuntavastuuseen liittyen neljältä vuodelta, pois lukien yritysten nettisivut, sillä tätä tietoa ei pystytä tarkastelemaan luotettavasti useammalta vuodelta. Tutkimuksessa pyritään siis havainnoimaan yritysten yhteiskuntavastuullisuutta yritysten julkaisemien julkisesti saatavilla olevien vuosikertomusten, erillisten ympäristö-, yhteiskuntavastuu- tai muiden vastaavien raporttien ja julkaisujen kautta. Taloudellisen suorituskyvyn mittareina käytetään aikaisempien tutkimusten tapaan yritysten kannattavuutta ja vakavaraisuutta kuvaavia tunnuslukuja neljän vuoden ajalta. Nämä tutkimuksessa käytettävät tunnusluvut ovat ROA (kokonaispääoman tuotto prosentti), ROE (oman pääoman tuotto prosentti) sekä nettovelkaantumisaste ((Net) gearing).

1.4 Tutkielman kulku

Tutkielman ensimmäisessä kolmessa pääluvussa keskitytään yhteiskuntavastuun, sidosryhmä- ja legitimaatioteorian sekä yhteiskuntavastuuraportoinnin käsitteisiin ja kannustimiin. Nämä käsitteet ja kannustimet ovat tutkielman kannalta keskeisiä ja siksi niiden ymmärtäminen on tärkeää. Tämän jälkeen tutkielmassa siirrytään käsittelemään aikaisempaa kirjallisuutta aiheesta. Tässä kappaleessa yritetään luoda mahdollisimman kattava kuva siitä, millaista aiheen tutkimus on aikaisemmin ollut ja toisaalta muodostaa näiden pohjalta tämän tutkielman viitekehys. Viitekehysten luominen on tässä kappaleessa keskeisessä asemassa, sillä se luo pohjan sille, miltä kannalta ja mistä lähtökohdista tutkielmaa tarkastellaan. Tässä kappaleessa muodostetaan myös tutkielman hypoteesit. Tutkielman teoriaosioiden jälkeen siirrytään tutkielman empiiriseen osioon, jossa käydään aluksi tarkemmin läpi tutkielman tutkimuksen lähtökohdat ja tutkimusmenetelmät, aineiston keruu ja analysointi sekä tutkimuksen mallit ja hypoteesien testaus. Lopuksi esitetään tutkielman johtopäätökset muodostettujen mallien tulosten ja hypoteesien testausten perusteella, tutkielman tulosten luotettavuuden arviointi sekä mahdolliset jatkotutkimusehdotukset. Lopuksi esitetään vielä tutkielman yhteenveto.

2 YRITYKSEN YHTEISKUNTAVASTUU

2.1 Mitä on yrityksen yhteiskuntavastuu?

2.1.1 Yhteiskuntavastuun taustaa

Yhdysvaltalainen tai anglosaksinen käsitys yritysten yhteiskuntavastuusta on 1900-luvulta ja pohjautuu ajatukseen epäitsekkyydestä sekä hyväntekeväisyydestä. Tämä ajatus perustuu siihen, että osoittaakseen vastuullisuutensa sekä hyvät aikomuksensa, varakkaat yritykset haluavat tehdä lahjoituksia yhteiskunnan huonompiosaisten hyväksi (Juholin 2004b; Balabanis, Phillips & Lyall 1998). Eurooppalainen käsitys yritysten yhteiskuntavastuusta on puolestaan 1800-luvulta, eikä se perustu uskontoon tai hyväntekeväisyyteen, vaan pikemminkin liiketoimintaideologiaan sekä yrittäjyyteen. Suuryritysten muodostuminen synnytti uuden johtamiseksi, missä yrityksen johto ja omistus oli erotettu. Toisin sanoen yrityksissä otettiin käyttöön erillinen johto, joka teki itsenäisiä päätöksiä kuitenkin omistajien etua ajatellen. Erillisen palkatun johdon sekä yrityksiä kohtaan kasvaneen julkisen kiinnostuksen myötä, alkoi kehittyä myös ajatus siitä, että yrityksillä saattaisi olla yhteiskunnassa muitakin tavoitteita kuin vain voiton maksimointi. Lisäksi julkisen kiinnostuksen kasvaessa yrityksiä kohtaan yritykset alkoivat hahmottaa paremmin sidosryhmiensä laajuutta sekä näiden tarpeita. Yritys, joka tuotti vain voittoa omistajilleen, ei enää riittänyt ihmisille, vaan yleinen mielipide oli, että yritysten tulisi tehdä myös jotain ihmisten elämän laadun parantamiseksi (Juholin 2004b; Takala 1999).

Pohjois-Euroopassa yhteiskuntavastuu on ollut osa teollistumista jo 1700-luvulta lähtien. Yritysten yhteiskuntavastuu ilmeni muun muassa työntekijöiden rekrytointiprosessissa sekä yritysten halussa pitää kiinni jo olemassa olevista työntekijöistään. Tehtaiden omistajat esimerkiksi järjestivät sekä maksoivat työntekijöidensä majoituksen, koulutuksen sekä terveydenhuollon. Vaikkakin tässä oli kyse myös tehtaiden omistajien omista intresseistä, halusivat he näin myös aidosti parantaa työntekijöidensä elinoloja. Ensimmäiset ammattiliitot perustettiin 1900-luvun taitteessa ja niiden tärkeimpiä aikaansaannoksia olivat tuolloin kahdeksantuntinen työpäivä sekä työolojen parantaminen yleisesti. Pohjoismaissa ammattiliitoilla oli tuolloin ja on edelleen tärkeä rooli yhteiskunnassa ja ne muodostavat perustan niin sanotulle sopimusyhteiskunnalle, jollaisia Pohjoismaat yleisesti ottaen ovat (Juholin 2004b, 21).

Yleisesti ottaen yhteiskuntavastuu ei ole sama asia kuin hyväntekeväisyys, vaikkakin hyväntekeväisyydellä on Yhdysvalloissa ja erityisesti katolisissa maissa pitkät perinteet. Pohjoismaissa kansalaisten peruspalveluja ja hyvinvointia ylläpidetään verovaroin, kun

taas katolisissa maissa vastuun kantavat perhe, kansalaisjärjestöt, kirkko ja vasta viime kädessä yhteiskunta. Amerikkalaisessa ja pohjoiseurooppalaisessa ajattelutavassa isoin ero tuleekin juuri siitä, että kun amerikkalainen yritys maksaa vähemmän veroja, se voi päättää vapaammin ylimääräisten varojensa käytöstä. Amerikkalainen yritys voi päättää, antaako varojensa hyväntekeväisyyteen vai panostaako investointeihin ja tuotekehitykseen tai kenties henkilöstöön vai jakaako varoja sijoittajille. Pohjoiseurooppalainen ajatusmaailma taas lähtee siitä, että valtio ottaa osansa yrityksiensä tuloksesta yhteisen hyvän rahoittamiseen ja päättää näiden verovarojen käytöstä. Yritykset eivät siis voi kuin välillisesti vaikuttaa koko tuotonsa käyttöön. Hyväntekeväisyyttä esiintyy kuitenkin myös pohjoiseurooppalaisissa yrityksissä. Varsinkin suuryritykset ovat mukana monenlaisissa yleishyödyllisissä hankkeissa muun muassa kumppaneina tai tukijoina. Yhdysvalloissa hyväntekeväisyys taas korvaa jopa osittain mainontaa ja markkinointia. Sen voisi jopa sanoa olevan osaksi sponsorointia, jolla saavutetaan kilpailuetua, vaikkakin hyväntekeväisyyden tulisi lähtökohtaisesti olla vastikkeetonta, epäitsekkästä toimintaa (Juholin 2004a, 17–18).

Kaiken kaikkiaan yhteiskuntavastuun määritelmällä ja sen konseptin kehityksellä on pitkä historia. 1950-luvulla alkoi yhteiskuntavastuun käsitteen kehitys sellaisessa muodossa kuin se nykyisin ymmärretään. 1960-luvulla yhteiskuntavastuun määritelmät laajenivat ja 1970-luvulla niiden määrä puolestaan kasvoi. 1980-luvulla uusien määritelmien määrä väheni, sillä yhteiskuntavastuun tutkimuksessa keskityttiin enemmän empiiriseen tutkimukseen. Myös yhteiskuntavastuuseen läheisesti liittyvät ja vaihtoehtoiset teemat alkoivat kehittyä. Näihin lukeutuivat muun muassa yrityksen yhteiskunnallisen suorituskyvyn (CSP) tutkimus, sidosryhmäteorian tutkimus sekä liiketoimintaetiikan tutkimus (Carroll 1999, 268). 1990-luvulta lähtien, aina tähän päivään asti, yhteiskuntavastuu on pysynyt niin sanottuna ydinkäsitteenä, joka jakautuu useisiin vaihtoehtoisiiin temaattisiin viitekehyksiin (Carroll 1999, 268 mukaellen).

2.1.2 Yhteiskuntavastuun määrittelystä

Yhteiskuntavastuu on käsitteenä monimutkainen ja moninainen sekä hankala määrittää, eikä siitä siksi ole yhtenäistä määritelmää, niin yritysmaailmassa kuin tutkijoidenkaan keskuudessa (Dahlsrud 2008; WBCSD 2000). Kuitenkin suurin osa on yhtä mieltä siitä, että yhteiskuntavastuussa on kyse kestävästä ja eettisestä liiketoiminnasta sekä vastuullisuudesta sidosryhmiä kohtaan (Hopkins, 2007; Panapanaan, Linnanen, Karvonen & Phan 2003; WBCSD 2000). Koska yhteiskuntavastuusta ei ole yhtä yhtenäistä määritelmää, käytetään yhteiskuntavastuusta puhuttaessa usein myös termejä yrityskansalainen (corporate citizenship), yritysvastuu (corporate responsibility) sekä yrityksen kestä-

vä liiketoiminta tai kestävä kehitys (corporate sustainability) (Kraus & Britzelmaier 2012, 282).

Suomessa kattokäsitteenä käytetään yleensä termiä yrityksen yhteiskuntavastuu². Myös kestävä kehitys on termi, jota usein käytetään yhteiskuntavastuusta puhuttaessa. Lähes samaa tarkoittavia termejä ovat myös vastuullinen liiketoiminta tai yritysetiikka. Termiä yrityskansalainen ei juurikaan käytetä suomenkielessä ja sen voidaankin nähdä olevan termin yhteiskuntavastuu jatkumo; niin sanottu tavoite, jossa yritys on sisäistänyt vastuunsa tasot ja laajuuden yhteiskunnassa ja on yhteiskunnassa vastuullisesti toimiva kansalainen (Juholin 2004a, 13). Yrityksissä on kuitenkin alettu yhteiskuntavastuun sijaan puhumaan vastuullisesta yritystoiminnasta tai yritysvastuusta. Lisäksi vastuullisuutta yritystoiminnassa pidetään sellaisena pitkän aikavälin menestystekijänä, jolla yrityksen arvo kasvaa pysyvämmiin ja kestäväällä tavalla (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani 2009, 12). Niskala ym. (2009, 11) määrittelevät yhteiskuntavastuun kirjassaan seuraavasti:

Yhteiskuntavastuu on yritysten vastuuta toimintansa synnyttämistä taloudellisista, sosiaalisista ja ympäristövaikutuksista. Yhteiskuntavastuu kattaa yritystoiminnan välittömät ja välilliset vaikutukset sekä kasvavassa määrin myös yhteistyökumppaneiden toiminnan vastuullisuuden.

Panapanaan ym. (2003, 133, 136–137) haastattelivat yhteiskuntavastuun johtamista ja harjoittamista koskevassa tutkimuksessaan suomalaisia yritysjohtajia ja tiedustelivat heidän näkemyksiään yhteiskuntavastuusta. Tutkijat saivat haastatteluidensa perusteella vahvistusta sille, että yhtä yhtenäistä määrittelyä yhteiskuntavastuulle ei ole olemassa suomalaisessakaan kontekstissa. Yhteiskuntavastuun määrittelyt vaihtelivat yksinkertaisista määrittelyistä arvoihin perustuviin määrittelyihin. Toisin sanoen yhteiskuntavastuu voi olla yksinkertaisimmillaan vain Suomen lakien ja säädösten noudattamista sekä kansainvälisten ihmisoikeuksien noudattamista. Toisaalta yhteiskuntavastuu voi olla myös arvoihin perustuvaa, kuten sitä että yritys toimii niin kuin on oikein. Yritys noudattaa suomalaisten vaatimaa korkeaa moraalista liiketoiminnassaan sekä toimii eettisesti oikein yrityselämässä. Suomessa yhteiskuntavastuu heijastuu siis jo ajattelutavassa, jonka mukaan ihmisten tulisi olla vastuullisia ja käyttäytyä eettisesti liike-elämässä. Tällainen ajattelutapa on lähtöisin Pohjoismaille tyypillisestä korkean moraalin vaateesta. Lisäksi sidosryhmät odottavat suomalaisilta yrityksiltä tällaista käytöstä. Yritysten yhteiskuntavastuun voidaan siis nähdä olevan myös sitä, että toimitaan moraalisesti oikein ja ihmisten eduksi. Myös Juholin (2004b, 29) havaitsi tutkimuksessaan, että suo-

² Tässä tutkimuksessa käytetään termiä yhteiskuntavastuu kattokäsitteenä puhuttaessa yleisesti yritysvastuusta tai vastuullisesta ja eettisestä liiketoiminnasta.

malaisten globaalien yritysten tapauksessa yhteiskuntavastuu vaikuttaa olevan arvoihin perustuvaa sekä ylimmän johdon vastuulla. Toisin sanoen yhteiskuntavastuu nähdään tärkeänä johdon tehtävänä.

Takalan (2000, 9–15) mukaan yhteiskuntavastuullisuus nyky maailmassa on ennen kaikkea positiivinen asia, jolla saavutetaan kilpailuetua suhteessa niihin yrityksiin, jotka eivät toimi yhteiskuntavastuullisesti. Yritykset harjoittavat valistuneen itsekästä toimintaa tavoitteena voiton tuottaminen omistajille, kuitenkin samalla osallistuen aktiivisesti yhteiskunnan kehittämiseen. Yritystoiminta on sosiaalisesti vastuullista silloin, kun yritys ajaa omaa etuaan ottaen huomioon myös yleisen edun. Valistuneella itsekkyydellä tarkoitetaan sitä, että yritys voi toimia sosiaalisesti vastuullisesti, vaikka lähtökohtana onkin oman edun tavoittelu. Lisäksi yrityksen sosiaalisen vastuun piiriin kuuluvat vastuu ympäristöstä sekä lähiyhteisöistä. Tällöin keskiöön nousevat yrityksen sidosryhmät sekä heidän vaateensa. Nämä vaatteet sisältävät usein myös varsinaiseen yritystoimintaan kuulumattomia asioita. Näin ollen yrityksen yhteiskuntavastuu riippuu myös paljon sidosryhmien odotuksista. Yrityksen toiminnalla voi siis olla vaikutusta lähiyhteisöön, ympäröivään luontoon ja koko yhteiskuntaan. Tältä pohjalta on johdettukin kolme yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiaa, jotka ovat omistajalähtöinen näkemys, sidosryhmälähtöinen näkemys sekä laajan sosiaalisen vastuun näkemys. Jaottelu perustuu siihen, että yrityksen yhteiskuntavastuu voidaan nähdä hyvin kapeasta vastuunotosta hyvinkin laajaan vastuunottoon.

Omistajalähtöisen näkemyksen mukaan yrityksen tulee huolehtia tuotannosta ja voiton maksimoinnista omistajille ja näin ollen sillä ei ole muita yhteiskuntavastuullisia tehtäviä. Tässä näkemyksessä yrityksen sosiaalisena vastuuna nähdään vain ja ainoastaan voiton maksimointi. Sidosryhmälähtöisen näkemyksen mukaan yrityksellä on muitakin sosiaalisia vastuita kuin vain tuotteiden ja palveluiden tuotanto ja voiton maksimointi. Tämän näkemyksen mukaan yrityksen vastuulla on pitkän aikavälin tuottojen optimointi sekä kasvun ja yritystoiminnan jatkuvuuden takaaminen. Tässä näkemyksessä korostuu yhteiskunnan ja yrityksen välinen sidos. Vastuullinen yritys on oma-aloitteisesti vastuussa toiminnastaan ja siitä mahdollisesti aiheutuvista haitoista. Yritys tietää velvollisuutensa toimintaympäristöään kohtaan ja huolehtii siitä, että liiketoiminnan aiheuttamat hyödyt yhteiskunnalle ovat suuremmat kuin siitä aiheutuvat haitat. Laajan sosiaalisen vastuun näkemyksen mukaan taas yrityksen tulee yhteiskunnassa edistää hyvinvointia sekä elämänlaatua. Pitkällä aikavälillä tämä on tosin mahdollista vain kannattaville yrityksille. Yritys tavoittelee voittoa vain siinä määrin kuin sitä tarvitaan liikeriskin kattamiseksi. Muutoin voitto nähdään oikeastaan rajoitteena. Yhteiskuntavastuu nähdään sekä rajoitteena, että mahdollisuutena. Yrityksen nähdään olevan vastuussa taloudellisesti ja moraalisesti yhteiskunnalle päämääränään koko yhteiskunnan hyvinvoinnin ja elämänlaadun parantaminen (Takala 2000, 9–15).

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) on luonut yhteiskuntavastuulle oman määritelmänsä erään sen järjestämän kansainvälisen kokouksen perusteella. Määritelmä perustuu 60 mielipiteeseen liike-elämän ja sen ulkopuolella olevilta henkilöiltä (WBCSD 2000, 3). Tähän määritelmään viitataan useissa yhteiskuntavastuuta käsittelevissä tutkimuksissa (ks. esim. Huang 2010; Dahlsrud 2008). Määritelmän mukaan yhteiskuntavastuullisuus on jatkuva sitoumus liike-elämältä käyttäytyä eettisten arvojen mukaisesti ja edistää talouskasvua ja talouden kehittymistä. Yhtäaikaaisesti liike-elämän tulisi parantaa myös työntekijöiden ja heidän perheidensä elämänlaatua sekä laajemmin ajateltuna ottaa myös huomioon paikallinen yhteisö ja yhteiskunta sekä niiden tarpeet ja elämänlaadun parantaminen (WBCSD Stakeholder Dialogue on CSR, The Netherlands, Sept 6-8, 1998, WBCSD 2000, 3 mukaan).

Vaikka yhteiskuntavastuun käsitteestä ei ole yhtä yksiselitteistä määritelmää, on kyse pikemmin määritelmien paljoudesta kuin olemattomuudesta. Näille erilaisille määritelmille on ominaista niiden painottuminen tai vinoutuminen kunkin käsitteenmäärittelijän omiin tavoitteisiin peilaten. Tämä taas estää yhteiskuntavastuun käsitteen yhtenäisen tulkinnan ja kehittymisen (Van Marrewijk 2003, 96). Kaikkiin tilanteisiin soveltuvaa käsitteenmäärittelijästä riippumattomaa yhteiskuntavastuun määritelmää on kuitenkin miltei mahdotonta määrittää, ja vaikka tässä onnistuttaisiinkin, niin tällaisen vinoutumattoman käsitteen olomassaoloa on vaikea tieteellisesti todistaa. Lisäksi tällöin jokaisen, joka on tekemisissä yhteiskuntavastuun ja siihen liittyvien asioiden kanssa tulisi omaksua tämä kyseinen määritelmä. Edellisestä johtuen yhteiskuntavastuun nähdäänkin usein olevan sosiaalisesti rakentuva käsite ja siitä johtuen ei ole edes mahdollista kehittää yhtä yksikäsitteistä yleisesti pätevää määritelmää sille (Dahlsrud 2008, 1–2).

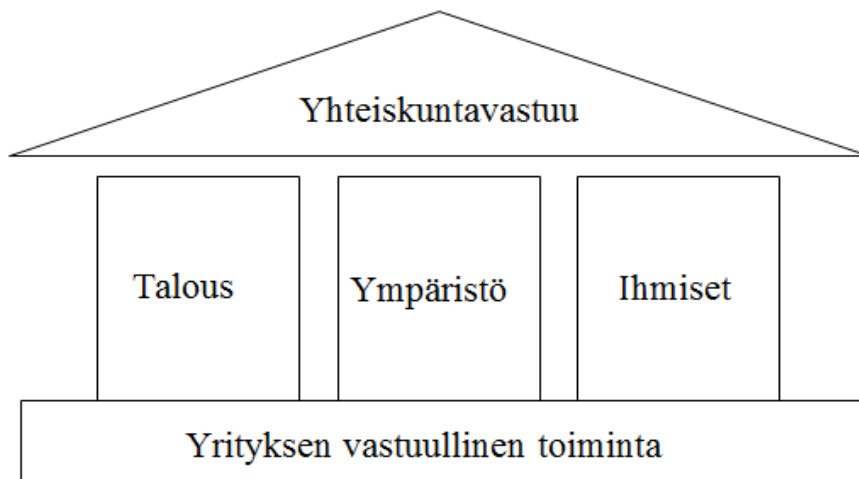
Dahlsrud (2008, 2, 4, 6) tarkasteli tutkimuksessaan yhteiskuntavastuuta sosiaalisena konstruktiona ja analysoi 37 erilaista yhteiskuntavastuun määritelmän eroja ja yhtäläisyyksiä. Analysoidut yhteiskuntavastuun määritelmät olivat vuosilta 1980–2003 ja ne koostuivat 27 eri henkilöiden määritelmistä. Määritelmät olivat peräisin Amerikasta, Euroopasta, Kanadasta ja Intiasta. Dahlsrud tunnisti määritelmien sisältöanalyysin pohjalta viisi ulottuvuutta, joihin analysoiduissa määritelmissä viitattiin. Nämä viisi ulottuvuutta olivat: ympäristöllinen, sosiaalinen, taloudellinen, sidosryhmään keskittyvä, sekä vapaaehtoisuuteen perustuva³. Käsitteiden määritelmiin perustuvan sisältöanalyysin perusteella todettiinkin, että vaikka yhteiskuntavastuun käsitteestä on olemassa monia määritelmiä, niin määritelmät ovat kuitenkin suhteellisen lähellä toisiaan. Näin ollen se,

³ Tutkimuksessa määritelmä luokiteltiin esimerkiksi ympäristölliseen ulottuvuuteen, mikäli siinä viitattiin esimerkiksi puhtaaseen ympäristöön ja vapaaehtoisuuteen perustuvaan, mikäli siinä viitattiin esimerkiksi yrityksen (muihin kuin lain edellyttämiin) eettisiin arvoihin.

että yhteiskuntavastuun käsitteestä ei ole olemassa yhtä yksiselitteistä yleispätevää määritelmää ei ole merkittävä ongelma.

2.1.3 Yhteiskuntavastuun osa-alueet

Yhteiskuntavastuu on perinteisen ”triple bottom line” -periaatteen eli kolmoistilinpäätöksen periaatteen mukaan jaettu kolmeen pilariin. Kolmoistilinpäätösperiaatteen kehitti John Elkington vuonna 1997. Periaatteen mukaan yhteiskuntavastuu käsittää yrityksen taloudellisen, ympäristöllisen sekä sosiaalisen vastuun. Neljänneksi yhteiskuntavastuun pilariksi lasketaan joskus myös kulttuurinen vastuu, toisinaan sen taas katsotaan sisältyvän ympäristövastuun alle. Kolmoistilinpäätös periaatteen mukaan, ollakseen yhteiskuntavastuullinen, yrityksen tulee olla taloudellisesti vakaa, yrityksen täytyy vähentää tai jopa eliminoida negatiiviset ympäristövaikutuksensa sekä toimia yhteiskunnan odotusten mukaisesti. Tärkeänä ajatuksena yhteiskuntavastuun pohjalla on se, että yritykset pyrkisivät vapaaehtoisesti tekemään asioita yhteisen hyvän nimissä. Tekemään asioita, joita niiltä ei suoranaisesti vaadita, mutta joiden kautta he pystyisivät lunastamaan paikansa yhteiskunnan jäseninä ja takaamaan toimintansa jatkuvuuden (Juholin 2004a; 2004b).



Kuvio 2 Yhteiskuntavastuun kolme pilaria (TT 2001, 8)

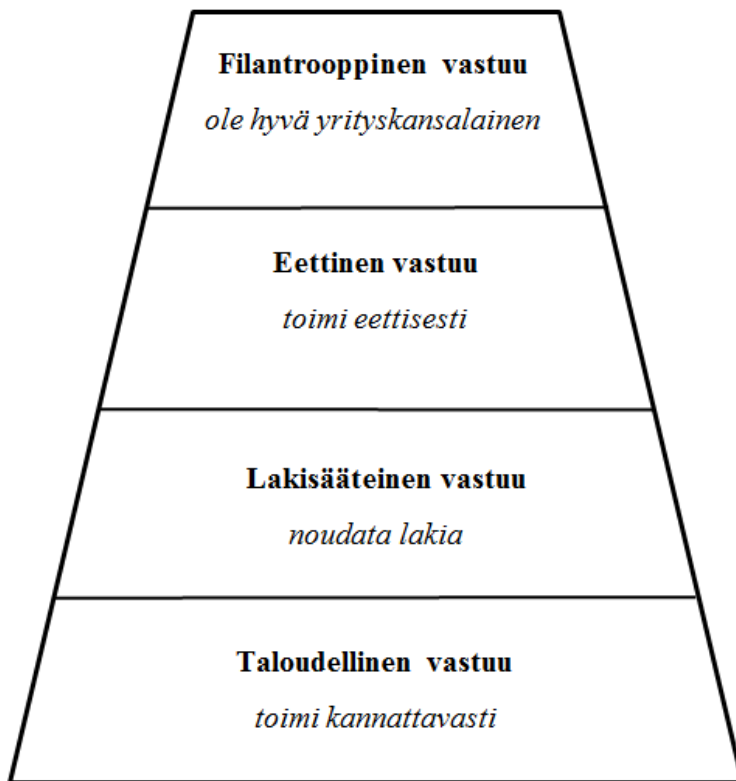
Yhteiskuntavastuun määrittely kolmen pilarin kautta on lähtökohtana myös Teollisuuden ja työnantajain keskusliiton⁴ julkaisussa (2001, 8–9), joka on esitelty yllä olevassa kuviossa (Kuvio 2, s.20). Sen mukaan taloudellisuudella yhteiskuntavastuun osa-

⁴ Myöhemmin Teollisuuden ja työnantajain keskusliittoon viitataan lyhenteellä TT.

na tarkoitetaan sitä, että yritysten täytyy toimia kannattavasti ja tehokkaasti voidakseen tuottaa taloudellista hyvinvointia yhteiskunnassa. Kun yritys toimii kannattavasti ja kilpailukykyisellä tavalla, luo se samalla perustan paitsi omistajien tuotto-odotuksiin vastaamiselle myös yritysten yhteiskuntavastuun sosiaalisen ja ympäristöosan toteutumiseksi. Ympäristövastuulla taas tarkoitetaan muun muassa yritysten vastuuta ympäristönsuojelusta, ilmastonmuutoksen torjunnasta, luonnon monimuotoisuuden turvaamisesta sekä tehokkaasta ja säästäväisestä luonnonvarojen käytöstä. Sosiaalisella vastuulla, johon kuviossa (Kuvio 2, s. 20) viitataan sanalla ”ihmiset” tarkoitetaan puolestaan yritysten vastuuta henkilöstön hyvinvoinnista ja osaamisesta, tuoteturvallisuudesta ja kuluttajan suojasta, hyvistä toimintatavoista ja yhteistyöstä yritysverkostossa sekä hyvistä suhteista lähiyhteisöihin sekä yleishyödyllisten toimintojen tukemisesta. TT:n julkaisun (2001, 7) mukaan yritysten yhteiskuntavastuu on siis kokonaisuus, joka koostuu näistä kolmesta edellä mainitusta ”pilarista”. Yhteiskuntavastuullinen ja menestyvä yritys toimii vastuullisesti kaikilla näillä osa-alueilla tasapainoisesti. Vastuullisuus yritystoiminnassa lähtee yksittäisten ihmisten ja koko henkilöstön vastuullisesta toiminnasta.

2.1.4 Yhteiskuntavastuun tasot

Ensimmäisen kattavan ja monia yrityksen vastuun tasoja samanaikaisesti yhdistävän määrittelyn yhteiskuntavastuulle loi Carroll (1979; 1991). Määritelmässään Carroll jakoi yhteiskuntavastuun neljään osaan: taloudelliseen, lakisääteiseen, eettiseen sekä harkinnanvaraiseen tai vapaaehtoisuuteen perustuvaan. Jaottelu oli edellä kuvatunlainen, sillä Carrollin mukaan, mikäli yhteiskuntavastuu-käsitteen halutaan todella käsittävän kaikki mahdolliset yrityksen yhteiskunnalliset vastuut, käsitteen tulee sisältää nämä neljä yrityksen liiketoiminnallisen suorituskyvyn tasoa. Tämä neljästä osasta koostuva yhteiskuntavastuu sisälsi ajatuksen siitä, että yrityksillä on taloudellisten ja lakisääteisten velvollisuuksiensa lisäksi myös eettisiä sekä harkinnanvaraisia tai vapaaehtoisuuteen perustuvia velvollisuuksia (Carroll 1979, 1991). Myöhemmin Carroll täsmensi vielä nelijaotteluaan, joka sai lopulta pyramidin muodon.



Kuvio 3 Yhteiskuntavastuupyramidi (Carroll 1991, 42)

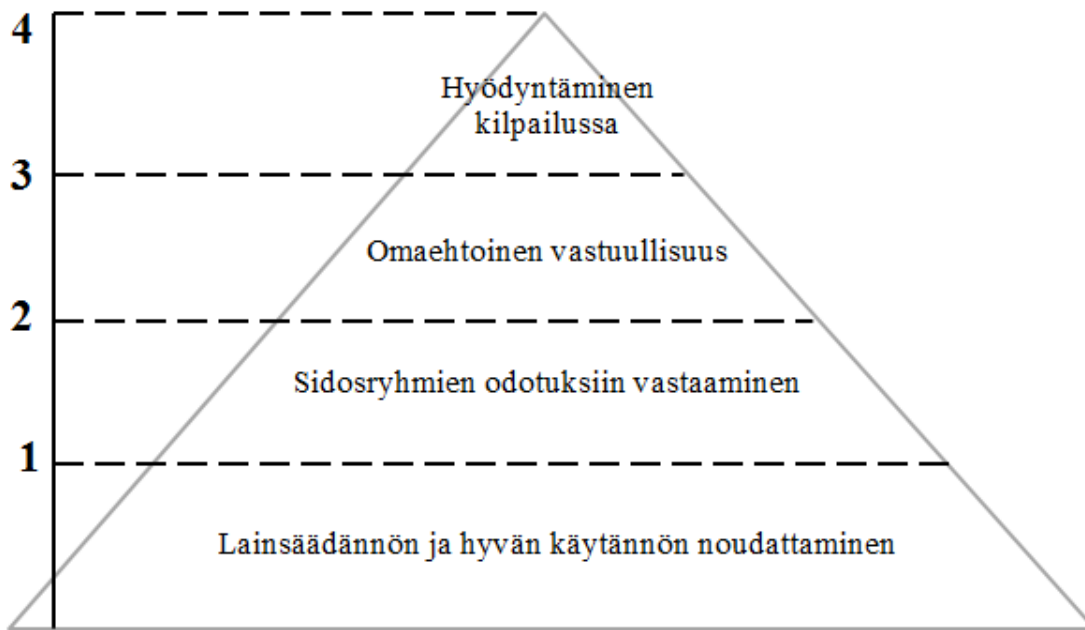
Yhteiskuntavastuupyramidin (ks. Kuvio 3, s. 22) pohjalla on taloudellinen vastuu johon kaikki muut yrityksen yhteiskunnalliset vastuut niin sanotusti pohjautuvat. Taloudellisella vastuulla tarkoitetaan yritysten perimmäistä tavoitetta tuottaa tuotteita ja palveluita ihmisten tarpeisiin sekä ansaita tällä tavoin kohtuullinen tuotto. Myöhemmin tämä on jalostunut yrityksissä tavoitteeksi ansaita mahdollisimman suuri tuotto, johon yritysten toiminta tänäkin päivänä pitkälti perustuu. Myös yritystoiminnan kannattavuus sekä tehokkuus kuuluvat taloudellisen vastuun piiriin. Lakisääteisellä vastuulla tarkoitetaan muun muassa lakien ja säädösten noudattamista. Sen lisäksi, että yritykset täyttävät taloudellisen vastuunsa, niiden tulee myös noudattaa liiketoiminnassaan asianmukaisia kansainvälisiä ja kansallisia lakeja ja säädöksiä sekä toimia lainkuuliaisen yrityskansalaisen tavoin. Yritysten tulee myös huolehtia, että heidän valmistamansa tuotteet ja palvelut täyttävät aina lakien ja erilaisten säädösten vähimmäisvaatimukset (Carroll 1991, 40–41).

Eettinen vastuu kumpuaa taloudellisesta sekä lakisääteisestä vastuusta ja siksi se onkin kuvattu pyramidissa näiden päällä, vaikka toisaalta taloudellinen ja lakisääteinen vastuu käsittävät myös eettisiä normeja. Eettisessä vastuussa on kyse siitä, että yhteiskunta ja sidosryhmät odottavat yrityksiltä tietynlaista oikeudenmukaisuutta, eettisten normien ja hyvin tapojen noudattamista, vaikka niitä ei olisikaan lailla säädetty. Tämän vuoksi on tärkeää, että yritykset toimivat myös näiden odotusten mukaisesti. Lisäksi

yritysten on tärkeää tunnistaa yhteiskunnassa kehittyviä uusia eettisiä ja moraalisia normeja, jotta ne pystytään ottamaan paremmin huomioon. On tärkeää, ettei yritys toimi eettisiä normeja vastaan tai vaaranna niitä liiketoiminnallisten tavoitteidensa saavuttamiseksi. Keskeistä eettisessä vastuussa on se, että pelkkä lakien noudattaminen ei yksin riitä, vaan yritysten on toimittava, eettisesti ja moraalisesti oikein ja odotusten mukaisesti (Carroll 1991, 41).

Filantrooppisella vastuulla Carroll (1991,42) tarkoittaa sellaisia yrityksen toimia, jotka tekevät siitä hyvän yrityskansalaisen yhteiskunnan silmissä. Tähän sisältyy muun muassa yritysten aktiivinen osallistuminen tapahtumiin tai erilaisiin filantrooppisiin ohjelmiin, joiden tarkoituksena on ihmisten hyvinvoinnin edistäminen. Yritykset toteuttavat filantrooppista vastuutaan esimerkiksi lahjoittamalla varoja tai henkilöresursseja yhteiskunnan (esim. taiteiden tai koulutuksen) hyväksi sekä elämänlaadun parantamiseksi. Ero yrityksen filantrooppisen ja eettisen vastuun välillä on siinä, että yhteiskunta ei odota yritykseltä filantrooppista vastuuta samalla tavalla kuin se odottaa yritykseltä eettisten ja moraalisten normien noudattamista. Yrityksiä ei esimerkiksi pidetä epäeettisinä, jos ne eivät lahjoita rahaa, aikaa tai työvoimaa hyväntekeväisyyteen, vaikkakin se olisi toivottua. Näin ollen filantrooppinen vastuu perustuu enemmän yritysten harkintaan sekä vapaaehtoisuuteen. Oikeastaan voitaisiin jopa sanoa, että vaikka yritysten filantrooppinen vastuu on yhteiskunnan näkökulmasta toivottavaa sekä arvostettua, on se näistä neljästä yhteiskuntavastuun osa-alueesta kuitenkin vähiten tärkeä. Tämä näkyy muun muassa hyvin yhteiskuntavastuupyramidista (ks. Kuvio 3 s.22), jossa filantrooppinen vastuu on kuvattu pinta-alaltaan pienimpänä ja tärkeysjärjestyksessä neljäntenä.

Yhteiskuntavastuupyramidin muoto auttaa ymmärtämään vastuuiden suhteellisia osuuksia ja keskinäistä suhdetta. Pyramidin pohjalla on taloudellinen vastuu, joka luo pohjan muille vastuille ja niiden olemassa ololle. Yhteiskuntavastuu sisältää siis Carrollin (1991, 43) mukaan kaikki neljä yrityksen vastuuta (taloudellinen, lakisääteinen, eettinen ja filantrooppinen) samanaikaisesti, joten ollakseen yhteiskuntavastuullinen yrityksen tulee täyttää nämä kaikki neljä osa-aluetta samanaikaisesti. Toisin sanoen yrityksen tulee tehdä tuottoa, noudattaa lakeja, toimia eettisesti sekä olla hyvä yrityskansalainen. Teollisuuden ja työnantajain keskusliitto on jalostanut Carrollin (1991, 42) alkupe-
räistä yhteiskuntavastuun tasojaottelua omassa julkaisussaan (2001, 27).



Kuvio 4 Yhteiskuntavastuun tavoitetasot (TT 2001, 27)

Kuten kuvioista (Kuvio 4, s.24) nähdään niin, yritysten yhteiskuntavastuun tasoa ja yhteiskunnallista suoriutumista voidaan arvioida ja tarkastella yhteiskuntavastuun tasojaottelun kautta. Tasojaottelun mukaan lainsäädännön noudattaminen on vähimmäisvaatimus yritysten yhteiskuntavastuullisuudelle. Tämä ei kuitenkaan usein riitä, sillä monelle yritykselle sidosryhmien odotukset määräävät todellisen riittävän suoritustason. Yritys voi parantaa yhteiskuntavastuullisuuttaan ja siinä suoriutumista portaittain etenemällä kuviossa (Kuvio 4, s. 24) ylöspäin. Näin ollen TT:n julkaisussaan esittämä yhteiskuntavastuun tasojaottelu ei vaadi yrityksiä olemaan tasolla neljä (kuten Carroll tutkimuksessaan 1991) ollakseen yhteiskuntavastuullisia, vaan lähtee pikemminkin siitä, että lainsäädännön noudattaminen on vähimmäisvaatimus yritysten yhteiskuntavastuullisuudelle. TT:n tasoajattelu lähtee siitä, että yritys voi asettaa tavoitteita yhteiskuntavastuun eri osa-alueille sekä tasolle ja edetä niiden mukaisesti. Näin ollen se, millä tasolla ja millä osa-alueilla yritys haluaa parantaa yhteiskuntavastuullisuuttaan, riippuu yrityksen tavoitteista sekä niiden tärkeydestä ja kiireellisyydestä. Kyse on siis siitä, että mille yhteiskuntavastuun tasolle yrityksen kannattaa kohdistaa resurssejaan, jotta yritys saavuttaisi parhaan mahdollisen kokonaistuloksen (TT 2001, 3-4, 27).

Toisaalta, TT:n tasojaottelun lainsäädäntölähtökohta voi olla myös ongelmallinen, sillä yhteiskuntavastuu ei ole käsitteenä yksiselitteinen, vaan pikemminkin subjektiivinen ja kulttuurisidonnainen. Esimerkiksi lainsäädännöissä voi olla paljonkin eroja eri maiden välillä. Suomessa lainsäädäntö muun muassa edellyttää yrityksiltä hyvinkin pitkälle vietyä vastuullisuutta. Lisäksi yhteiskuntavastuu määritellään usein yrityksen omien arvojen, tavoitteiden ja sidosryhmien odotusten perusteella, mihin vaikuttavat myös

yrittötoiminnan luonne ja yrityksen toimintaympäristö. Tämän vuoksi kunkin yrityksen täytyy arvioida, mitä yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan juuri niiden omassa toiminnassa. Sidosryhmien kiinnostus yritysten yhteiskuntavastuuta kohtaan kasvaa koko ajan ja näin ollen yritysten tulee yhteiskuntavastuullisuudessa kiinnittää entistä enemmän huomiota sidosryhmien odotuksiin. Myös sidosryhmien odotukset eroavat eri kulttuureissa. Esimerkiksi Pohjoismaisessa hyvinvointiyhteiskunnassa sidosryhmien odotukset poikkeavat siitä, mitä ne voivat olla amerikkalaisessa yhteiskunnassa tai kehitysmaissa (TT, 2001, 3-4, 26).

2.1.5 Yhteenveto yhteiskuntavastuun määritelmästä ja käytöstä tässä tutkielmassa

Mitä tulee TT:n (2001) yhteiskuntavastuun tavoitetasoihin ja Carrollin (1991) yhteiskuntavastuupyramidiin, niin näitä kahta ei ehkä tule nähdä vastakkaisina ajattelutapoina yhteiskuntavastuun tasoille. Carrollin yhteiskuntavastuupyramidi voidaan pikemminkin nähdä käsitteellisenä viitekehystenä, joka sisältää kaikki yrityksen vastuut yhteiskunnassa ja suorituskyvyn tasot, joilla jokaisen yhteiskuntavastuulliseksi itseään kutsuvan yrityksen tulee toimia. TT:n yhteiskuntavastuun tavoitetasojen taas voidaan nähdä sisältävän jo perusoletuksena kaikki Carrollin yhteiskuntavastuupyramidin tasot. Kyse on TT:n yhteiskuntavastuun tavoitetasoluokittelussa pikemminkin yrityksen strategisesta lähestymistavasta yhteiskuntavastuuasioihin. Lisäksi nämä kaksi tasoluokittelua ovat lähtöisin eri kulttuureista. Carrollin tasoluokittelu peilaa ehkä selkeämmin amerikkalaiseen kulttuuriin, jossa yrityksen vastuu yhteiskunnasta on perinteisesti nähty suppeammin. TT:n tasoluokittelu taas peilaa Pohjoismaiseen ja suomalaiseen ajattelutapaan, jossa yritysten on perinteisesti nähty olevan vastuussa myös muusta kuin vain lakien ja hyvien käytäntöjen noudattamisesta yhteiskunnassa.

Tässä tutkielmassa lähdetään siitä, että yritysten yhteiskuntavastuu koostuu kolmesta osa-alueesta, jotka ovat taloudellinen, ympäristöllinen sekä sosiaalinen. Tässä tutkielmassa yhteiskuntavastuun tasojaottelu nähdään osittain niin, kuten TT on sen julkaisussaan (2001, 27) nähnyt. Eli toisin sanoen niin, että lainsäädännön noudattaminen on vähimmäisvaatimus yritysten yhteiskuntavastuullisuudelle ja että yritykset voivat nostaa yhteiskuntavastuun tasoaan portaittain, kuten on aiemmin selitetty (ks. Kuvio 4, s.24). Tämän tyyppiselle yhteiskuntavastuun ajattelulle on myös rakennettu tutkielman empiirisen osion yritysten yhteiskuntavastuun tasoluokittelu. Tässä tutkielmassa yhteiskuntavastuullinen yritys nähdään kuitenkin sellaisena, joka toimii vastuullisesti kaikilla kolmella yhteiskuntavastuun osa-alueella (taloudellinen, ympäristöllinen ja sosiaalinen).

2.2 Yhteiskuntavastuun kannustimista sekä kritiikistä

Niskalan ym. (2009, 12) mukaan yritysten kannattaa pyrkiä yhteiskuntavastuullisuuteen, sillä rahoitusmaailma on viime aikoina osoittanut kasvavaa mielenkiintoa yritysten yhteiskuntavastuullisuuteen. Hyvä esimerkki tästä ovat yhteiskuntavastuun pörssi-indeksit, joissa yritysten toimintaa ja suoriutumista tarkastellaan vastuullisuuden kannalta. Lisäksi on saatu enenevässä määrin tukea sille väitteelle, että yhteiskuntavastuulliset yritykset menestyvät ja, että vastuullinen toiminta edistää kilpailukykyä. Pääomamarkkinoilla vastuullisen liiketoiminnan tärkeyttä on perusteltu sillä, että yhteiskuntavastuullisuus nähdään menestyvän ja hyvin johdetun yrityksen tunnuspiirteenä. Juholin (2004b, 25, 29) tutkimuksen mukaan yhteiskuntavastuu liitetään myös riskien johtamiseen sekä pitkän aikavälin kannattavuuteen. Tutkimuksessa selvisi siis, että vastuullisuus sekä pitkän aikavälin kannattavuus ovat toisistaan riippuvia tekijöitä. Lisäksi tutkimuksessa selvisi, että suurin motiivi yhteiskuntavastuullisuuteen yrityksillä olivat tehokkuuden sekä pitkän aikavälin kannattavuuden saavuttaminen.

Myös potentiaaliset työnhakijat etsiessään uutta työpaikkaa saattavat omissa valinnoissaan arvostaa yhteiskuntavastuullisia yrityksiä yli muiden. Lisäksi asiakkaat saattavat maksaa mielellään korkeampaa hintaa ja suosia yhteiskuntavastuullisia yrityksiä ja heidän tuotteitaan yli kilpailevien yritysten ja tuotteiden. Asiakkaat ovat usein myös asiakasuskollisempia tällaisia yrityksiä kohtaan. Sijoittajat ja lainanantajat saattavat puolestaan nähdä yhteiskuntavastuulliset yritykset vähäriskisempinä ja alentaa tätä kautta vieraan pääoman kustannuksia näille yrityksille (Peloza, Loock, Cerruti & Muyot 2012, 74). Yksi suurimmista suomalaisyrityksiä yhteiskuntavastuulliseen toimintaan kannustavista tekijöistä on globalisaatio. Globaalilla tasolla toimivilta suomalaisyrityksiltä edellytetään yhä enemmän yhteiskuntavastuullista toimintaa ja puuttumista globaaleihin ongelmiin, kuten esimerkiksi ihmisoikeusrikkomuksiin, korruptioon ja lahjontaan toimintaketjuissaan. Myös sidosryhmien kasvavat odotukset ja vaatimukset kannustavat suomalaisyrityksiä enenevässä määrin sitoutumaan yhteiskuntavastuulliseen toimintaan (Panapanaan ym. 2003, 138).

Yhteiskuntavastuun yleisenä kritiikkinä esitetään kuitenkin yleensä se, että yrityksen perimmäinen tarkoitus on tuottaa voittoa omistajille. Takalan (2000) mainitsema omistajalähtöinen näkemys, joka esiteltiin kappaleessa 2.1.2 (Yhteiskuntavastuun määrittelystä), perustuu tälle ajatukselle. Ajatuksen tunnetuimpana puolestapuhujana pidetään Milton Friedmania. Friedmanin mukaan yhteiskunnalliset asiat ja ongelmat eivät ole yrityksen vastuulla, vaan näiden tulisi korjaantua vapaan markkinatalouden mekanismeiden kautta. Friedman kuitenkin toteaa myös, että vapaassa markkinataloudessa yritysjohtajat ovat töissä yrityksen omistajilla ja ovat näin ollen tekemisistään vastuussa heille. Tähän vastuuseen kuuluu liiketoiminnan harjoittaminen omistajien toiveiden mukaisesti, mikä tavallisesti tarkoittaa voiton maksimointia noudattaen kuitenkin yhteiskunnan

perussääntöjä: lakeja ja eettisiä normeja. Friedmania siteerataan usein silloin, kun puhutaan siitä, että yrityksen tarkoituksena olisi yksinomaan voiton tuottaminen omistajille. Tällöin unohdetaan usein Friedmanin samassa artikkelissa ja edelläkin mainittu toteamus, jossa hän lukee yrityksen vastuulle myös lain ja eettisten sääntöjen noudattamisen. Toisin sanoen Friedman tunnustaa yrityksen vastuiksi yhteiskuntavastuun kolme tasoa (taloudellisen, lakisääteisen sekä eettisen). Friedman ei kuitenkaan mainitse filantroopista vastuuta, mutta toisaalta nykyisin ei löydy juurikaan yrityksiä, jotka eivät lahjoitaisi rahaa, aikaa, osaamistaan tai resurssejaan yhteiseen hyvään tai olisi osallisena jossakin hyväntekeväisyysohjelmassa tai -projektissa (Carroll 1991; Friedman 1970).

Lisäksi yhteiskuntavastuun kritiikkinä on esitetty sen olevan vain mielikuvien luomista ja niin sanottu PR-temppu. Yritysten yhteiskuntavastuullisuuden kohdalla on myös nostettu esille, että eikö yrityksen vastuullisuudeksi riitä, että yritys noudattaa lakeja ja maksaa veroja. Kritiikkinä on myös esitetty, että yritykset eivät olisi vastuussa yhteiskunnallisista asioista, sillä yrityksillä ei ole niissä asioista myöskään minkäänlaista valtaa (Juholin 2003; 2004a). Kritiikkinä se, että yrityksellä ei olisi yhteiskunnassa minkäänlaista valtaa, on kuitenkin huono, sillä yritysten toimet niin hyvässä kuin pahassa vaikuttavat välittömästi sekä välillisesti yhteiskuntaan. Esimerkiksi vuonna 2008 alkanut kansainvälinen finanssikriisi, joka jatkuu vielä tutkielman tekohetkelläkin vuonna 2015, on pakottanut yritykset irtisanomaan henkilöstöään, joka puolestaan on kasvattanut työttömien määrää suuresti varsinkin Euroopassa. Näin ollen väite siitä, että yrityksillä ei olisi minkäänlaista valtaa yhteiskunnassa, ei pidä paikkaansa.

3 SIDOSRYHMÄ- JA LEGITIMAATIOTEORIA

3.1 Sidosryhmäajattelu

Sidosryhmäteoriaa tai –ajattelua on hyödynnetty jo pitkään liiketaloustieteissä erityisesti strategisessa johtamisessa (Niskala ym. 2013, 75). Se on myös viimeisimpiä teorioita, jolla on pyritty ymmärtämään yritysten eettisiä liiketoimia. Vaikka sidosryhmäteoria juontaa juurensa 1965-luvulle, niin tunnetuksi se tuli kuitenkin 1980-luvulla Edward Freemanin teoksen ”Strategic management: A stakeholder approach (1984)” myötä (Carroll & Näsi 1997, 46). Sidosryhmäajattelu on keskeinen teoria myös yritysten yhteiskuntavastuun tutkimuksessa, sillä yritysten yhteiskunnalliset vaikutukset ovat oikeastaan yritysten vaikutuksia niiden eri sidosryhmiin. Sidosryhmäajattelulla tarkoitetaan sitä, miten yritystoiminta nähdään yrityksen ja sen sidosryhmien vuorovaikutuksen ja intressien kautta (Niskala ym. 2013, 74–75). Toisin sanoen yritys ei selviä pitkällä aikavälillä ellei se tyydytä avainsidosryhmiensä tarpeita, sillä yrityksen nähdään olevan olemassa sidosryhmiensä yhteistyön ja näiden yrityksen toimintaan antamien panosten mahdollistamana (Juholin 2003; Niskala ym. 2013). Jotta yritys pystyy vastaamaan sidosryhmiensä tarpeisiin, tulee sen olla tietoinen eri sidosryhmiensä arvoista, intresseistä ja näkemyksistä sekä pystyä ottamaan ne oikealla tavalla huomioon omassa päätöksenteossaan (Niskala 2013, 74–75).

Sidosryhmät ovat myös merkittävä osa jaetun yhteisen arvon luomista, joka on Michael Porterin ja Mark Kramerin kehittämä käsite. Porterin ja Kramerin mukaan yritysten yhteiskuntavastuu ja liiketoiminta ovat useimmiten liian erillään, eikä yhteiskuntavastuu ole näin ollen yrityksen liiketoimintaan integroitu kokonaisuus. Porterin ja Kramerin mukaan keskustelu yhteiskuntavastuusta on keskittynyt liiaksi yrityksen ja ympäröivän yhteiskunnan välisiin ristiriitoihin, eikä siihen tosiasiaan, että molemmat tarvitsevat toisiaan menestyäkseen. Tähän Porter ja Kramer ovat kehittäneet ratkaisuksi jaetun yhteisen arvon (shared value) -käsitteen, jossa taloudellinen lisäarvo ja kilpailukyky yritykselle luodaan siten, että samalla syntyy lisäarvoa myös yrityksen sidosryhmille, lähiyhteisöille sekä ympäröivälle yhteiskunnalle. Porterin ja Kramerin mukaan yritykset voivat luoda jaettua yhteistä arvoa muun muassa muokkaamalla yrityksen tuottamia tuotteita ja palveluja sekä niiden markkinoita, uudelleen määrittelemällä yrityksen arvoketjun tuottavuutta sekä rakentamalla yritystoimintaa tukevia toimialaklustereita yrityksen lähiympäristöissä. Parantamalla arvoa jollakin näistä osa-alueista luodaan uusia mahdollisuuksia toisilla osa-alueilla (Porter & Kramer 2006; Porter & Kramer 2011).

Yrityksen vastuuta sidosryhmiään kohtaan voidaan tarkastella esimerkiksi kahdesta näkökulmasta. Nämä ovat tilivelvollisuus sekä yrityksen toimintaedellytysten turvaami-

nen. Tilivelvollisuusajattelussa lähdetään siitä, että yrityksen tulee huomioida omissa päätöksenteoissaan ne sidosryhmät, joihin yrityksen toiminta vaikuttaa. Yrityksen täytyy huomioida nämä sidosryhmät, sillä yrityksellä on heitä kohtaan tiettyjä velvollisuuksia ja moraalisia velvoitteita. Toimintaedellytysten turvaamisessa lähdetään puolestaan siitä, että sidosryhmien huomioiminen ja heidän näkemystensä sekä intressien ymmärtäminen on tärkeää ensisijaisesti yrityksen oman edun ja pitkän aikavälin menestymisen kannalta. Ymmärtämällä sidosryhmiään, yritys pystyy tekemään parempia päätöksiä, hallinnoimaan omia riskejään ja konfliktitilanteita paremmin. Nämä edellä läpikäytyt kaksi tapaa tarkastella yrityksen vastuuta sidosryhmiään kohtaan eivät sulje toisiaan pois. Moraalisesti oikea tapa toimia voi olla myös yrityksen edun kannalta paras tapa toimia (Niskala ym. 2013, 75).

Yritysjohdon ainoana tavoitteena ja vastuullisena yritysjohdon toimintana ei enää pidetä siis vain voitonmaksimointia omistajille muiden ensisijaisiin sidosryhmiin kuuluvien kustannuksella. Nykyisin yritysjohto on myös tilivelvollinen ja vastuussa yrityksen ensisijaisiin sidosryhmiin kuuluville sidosryhmille (Clarkson 1995, 112). Siksi on tärkeää ymmärtää, että sidosryhmien intressit saattavat olla toisistaan poikkeavia ja päätöksentekotilanteissa yrityksen tulisikin arvioida, minkä sidosryhmän intressit painavat eniten ja minkälaisia kompromisseja voidaan tehdä (Niskala ym. 2013, 75). Yrityksen tuleekin toimia oikeudenmukaisesti ja tasapainoilla sidosryhmien tarpeiden välillä. Epäoikeudenmukainen kohtelu jotain sidosryhmää kohtaan voi olla yritykselle erittäin vahingollista ja siksi näitä tilanteita tulisikin välttää (Clarkson 1995, 112).

Sidosryhmäteoria ei ole kuitenkaan mikään yhtenäinen teoria, vaan kuten monet teorit se on kokoelma eri tutkijoiden näkemyksiä. Sidosryhmäteorian kritiikkinä on esitetty, että se yksinkertaistaa niinkin monimutkaisen ja moninaisen asian kuin yrityksen ja sen sidosryhmien väliset suhteet ja asettaa keskiöön yrityksen. Lisäksi sidosryhmäteoriaa on kritisoitu siitä, että se ei tarjoa konkreettisia välineitä ja mittareita eri sidosryhmien arvon ja suhteiden määrittämiseen (Lehtonen 2002, 15). Nykyisin yritysten yhteiskuntavastuu nähdään pääosin yrityksille positiivisena asiana. Toimimalla vastuullisesti ja pyrkimällä yhä vastuullisempaan ajatteluun yritys oikeuttaa toimiaan ympäröivän yhteiskunnan silmissä. Lisäksi yrityksen kilpailukyky paranee verrattuna niihin yrityksiin, jotka eivät ole vielä sitoutuneet yhteiskuntavastuulliseen toimintaan (Takala 2000, 9).

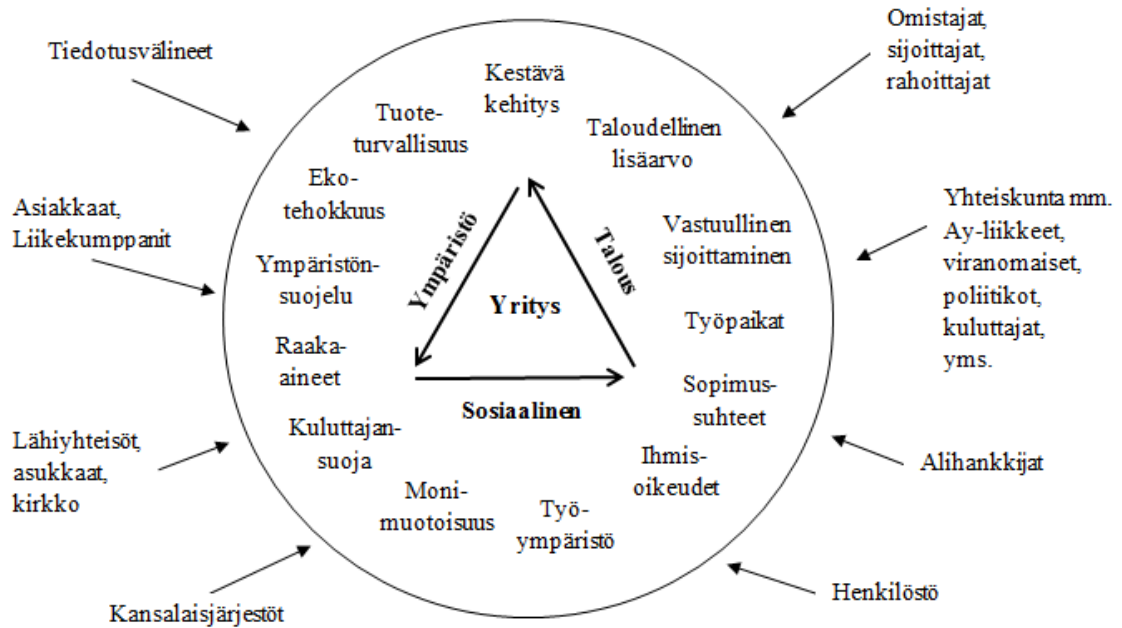
3.2 Yrityksen sidosryhmät

Yrityksen sidosryhmät ovat yksittäisiä henkilöitä tai ryhmiä, joihin yritysten toiminta, prosessit tai muut aktiviteetit vaikuttavat tai jotka itse vaikuttavat yritystoimintaan, sen prosesseihin tai aktiviteetteihin. Lisäksi sidosryhmät voidaan edelleen jakaa pienempiin

ryhmiin, jotta niitä voitaisiin analysoida helpommin suhteessa yritykseen (Carroll & Näsi 1997; Niskala ym. 2013). Sidosryhmät voidaan esimerkiksi edelleen jakaa ensisijaisiin sekä toissijaisiin sidosryhmiin. Ensisijaisilla sidosryhmillä tarkoitetaan niitä, joilla on yritykseen formaalisidos esimerkiksi sopimukseen perustuva. Esimerkiksi yrityksen työntekijät, omistajat, asiakkaat ja tavarantoimittajat ovat ensisijaisiin sidosryhmiin kuuluvia. Ensisijaisiin sidosryhmiin lasketaan yhteiskuntavastuusta puhuttaessa usein myös ne henkilöt tai ryhmät, joihin yrityksen toiminta vaikuttaa suoraan (Carroll & Näsi 1997; Lehtonen 2002; Niskala ym. 2013).

Toissijaisiin sidosryhmiin taas voidaan nähdä kuuluvan niiden, joilla on mahdollisuus ja motiivi vaikuttaa yritykseen, mutta joilla ei ole mitään konkreettista sidosta yritykseen ja kuulu näin ollen ensisijaisiin sidosryhmiin. Toissijaisten sidosryhmien ei kuitenkaan nähdä olevan millään tavalla vähempiarvoisia. Toissijaisiin sidosryhmiin nähdään kuuluvan esimerkiksi ympäristö- ja kuluttajajärjestöt, erilaisia vähemmistöjä edustavat järjestöt sekä esimerkiksi asukasyhdistykset (Lehtonen 2002, 15). Ensisijaisuus ja toissijaisuus jaottelun lisäksi sidosryhmät voidaan jakaa myös yrityksen sisäisiin ja ulkoisiin. Sisäisiin sidosryhmiin katsotaan kuuluvan muun muassa yrityksen työntekijät, omistajat ja johto. Ulkoisiin puolestaan asiakkaat, kilpailijat, kansalaisjärjestöt, media, yhteiskunta yms. Edellä mainituiden lisäksi sidosryhmät voidaan myös jakaa välittömiin ja välillisiin, aktiivisiin ja passiivisiin, taloudellisiin ja yhteiskunnallisiin sekä esimerkiksi keskeisiin, strategisiin ja ympäristöllisiin (Carroll & Näsi 1997; Niskala ym. 2013).

Vaikka yritysten sidosryhmien määrä voi olla hyvin laajakin, niin käytännössä yritykset huomioivat toiminnassaan vain osan kaikista sidosryhmistään. Yritysten toiminnan vaikutuksista yhteiskuntaan on kiinnostunut huomattavasti suurempi sidosryhmien joukko kuin perinteisestä liiketoiminnasta. Monet kansalaisjärjestöt saattavat olla esimerkiksi kiinnostuneita yrityksen toiminnasta, vaikka yrityksellä ei olisi näihin oikeastaan mitään aikaisempaa sidosta. Lisäksi myös yrityksen keskeiset sidosryhmät, kuten asiakkaat ja omistajat ovat enenevässä määrin kiinnostuneita yritysten vastuullisuudesta, joka aiheuttaa yrityksille muutospaineita. Asiakkaat vaikuttavat ostokäyttäytymisellään ja pörssiyritysten omistajapuolella eettisten sijoittajien määrä on kasvanut (Niskala ym. 2013, 73). Sidosryhmien kiinnostus yritysten yhteiskuntavastuuta kohtaan kasvaa koko ajan ja näin ollen yritysten tuleekin kiinnittää huomiota siihen, mitkä sidosryhmät ovat olleet kiinnostuneita yrityksen yhteiskuntavastuusta ja mitkä tekijät siellä ovat olleet sidosryhmille erityisen tärkeitä. Yrityksille tärkeitä asiat ja sidosryhmien intressit vaihtelevat riippuen siitä, missä yritys toimii. Monessa yrityksessä myös sidosryhmien odotukset määrittelevät yrityksen suoritustason. Esimerkiksi juuri verkostoyhteistyössä toimivan yrityksen suoritustason määrää usein asiakasyritys (TT 2001, 3-4).



Kuvio 5 Sidosryhmien vastuulliseen yritystoimintaan liittyvät intressit (TT 2001; Niskala ym. 2013)

Kuviossa (Kuvio 5, s. 31) on kuvattu eri sidosryhmien kiinnostuksenkohteita yritysten yhteiskuntavastuullisuuden kannalta. Kuviosta nähdään, että yrityksen toiminnasta ovat kiinnostuneita usein laaja sidosryhmien joukko ja näin ollen yrityksille on tärkeää tietää ja tunnistaa nämä sidosryhmät ja heidän intressinsä.

3.3 Legitimaatioteoria

Legitimaatioteoriaa on käytetty selittävänä teoriana, kun tutkijat ovat yrittäneet ymmärtää yritysten ja organisaatioiden motivaatiota esimerkiksi yhteiskuntavastuuraportointiin. Tällöin on oletettu, että yritysten tarkoitus on tiedonannoillaan ollut legitimoida eli oikeuttaa tekojaan ja toimintaansa yhteiskunnassa. Legitimaatioteoria perustuu sille ajatukselle, että yritys toimii yhteiskunnassa niin sanotun yhteiskunnallisen sopimuksen turvin. Yhteiskunnallisella sopimuksella tarkoitetaan sitä, että yritys on sitoutunut toimimaan yhteiskuntavastuullisesti ja suorittamaan tiettyjä yhteiskunnallisia velvoitteitaan vastapalveluksena siitä, että yhteiskunta antaa yrityksen toimia, toteuttaa päämääriään ja tehdä tulosta. Tämän yhteiskunnallisen sopimuksen olemassaolon vuoksi yrityksen tulee aika ajoin julkaista tietoa toiminnastaan ja sen yhteiskunnallisista vaikutuksista, jotta yhteiskunta pystyy arvioimaan onko yritys todella yhteiskuntavastuullinen. Yritykset siis oikeuttavat tekojaan yhteiskunnassa näiden julkisten tiedonantajensa kautta ja toivovat, että näillä tiedonannoilla he takaavat yritystoiminnan jatkuvuuden myös tulevaisuudessa. Mikäli kävisi ilmi, että yritys olisi rikkonut tai toiminut tätä yhteiskuntasoo-

pimusta vastaan, niin tällöin ”yhteiskunta” voisi niin sanotusti purkaa sopimuksen. Tämä ”sopimuksen purku” voisi näkyä esimerkiksi niin, että asiakkaat vähentäisivät tuotteiden ja palvelujen kysyntää, alihankkijat omia resurssejaan, lainanantajat vaikeuttaisivat yrityksen vieraan pääoman rahoituksen saantia ja lobbaajat lobbaisivat esimerkiksi yritykselle haitallisten verojen, sakkojen tai lakimuutosten puolesta (Lehman 1983, Guthrierin & Parkerin 1989 mukaan; Deegan 2002).

Talcott Parsons (1960, 175–176) määritteli ensimmäisen kerran mitä legitimaatiolla tai legitimiteetillä tarkoitetaan. Parsonsin mukaan legitimaatiolla tarkoitetaan tekojen ja toiminnan arviointia yhteisten arvojen näkökulmasta siinä sosiaalisessa kontekstissa tai ympäristössä, jossa kulloinkin toimitaan. Legitimaatio on arvoperusteista ja näiden arvojen tulee olla erittäin selkeitä ja yhteiskunnassa yleisesti hyväksytyjä, jotta niitä voidaan soveltaa monien erilaisten tekojen ja toiminnan arviointiin. Toisaalta täytyy myös ottaa huomioon, että yritysten on huomattavasti helpompi sitoutua tiettyjen yhteiskunnallisten arvojen toteuttamiseen omassa toiminnassaan, kun tilanne on yrityksille suotuisa. Tämä ei kuitenkaan välttämättä kerro mitään yritysten tosiasiallisesta sitoutumisesta arvojen noudattamiseen.

Suchman (1995, 573–574) laajentaa legitimaatio-käsitettä aikaisempiin tutkimuksiin perustuen. Suchmanin mukaan legitimaatio tai legitimiteetti on yleinen käsitys tai oletus siitä, että organisaation teot ja toimintatavat on haluttavia, asianmukaisia ja hyväksyttäviä jossakin sosiaalisesti rakentuneessa järjestelmässä ja sen normien, arvojen, uskomusten ja määritelmien kanssa. Lisäksi Suchmanin mukaan organisaatio saattaa joskus erehtyä toimimaan vastoin yhteiskunnan normeja, mutta säilyttää silti legitimiteettinsä yhteiskunnassa, sillä yhteiskunta näkee nämä yksittäistapauksina ja poikkeuksena yrityksen normaalista tavasta toimia. Toisaalta täytyy ottaa huomioon, että yrityksen legitimiteetti perustuu käsitykseen tai oletukseen eli toisin sanoen se perustuu tulkitsijan arvioon ja näkemykseen yrityksestä yhteiskunnallisena toimijana. Näin ollen yrityksen omat arvot saattavat muuttua yhteiskunnassa vallitsevia arvoja vastaan ja yritys saattaa myös toimia vastoin yhteiskunnassa vallitsevia normeja ja oikeita toimintatapoja, mutta säilyttää silti legitimiteettinsä, jos tämä jää yhteiskunnassa huomaamatta. Legitimaatio on sosiaalisesti rakentunut ja näin ollen heijastelee legitimiin yrityksen toiminnan ja tiettyjen sosiaalisten ryhmien kanssa jaettujen arvojen ja uskomusten yhteneväisyyttä. Legitimaatio on kuitenkin riippuvainen suuresta yleisöstä, eikä näin ollen riipu muuttaman yksilön mielipiteistä ja arvoista. Organisaation arvot voivat siis poiketa tietyn yksilön tai yksilöiden arvoista ja näkemyksistä ja organisaatio voi edelleen säilyttää legitimiteettinsä yhteiskunnassa edellyttäen kuitenkin, että sen arvot ovat yhtenevät suuren yleisön kanssa. Näin ollen yrityksen legitimiteetin määrittelyssä ratkaisee yleinen mielipide ja arvot, eivätkä yksilöiden kenties poikkeavat näkemykset.

Mätäsaho ja Niskala määrittelevät aikaisempiin tutkimuksiin ja määrittelyihin (Lindblom 1994 ja Patten 1992) peilaten legitimaation olevan olotila tai asema, joka on ole-

massa silloin, kun yrityksen arvojärjestelmä on yhtenevä suuren yleisön arvojärjestelmän kanssa. Tällöin vastuuta ei nähdä pysyvänä olotilana, vaan ajassa muuttuvana (Mätäsaho & Niskala 1997, 83). Lisäksi legitimaatio nähdään dynaamisena käsitteenä, sillä sidosryhmät, jotka muodostavat suuren yleisön tai ympäröivän yhteiskunnan yritykselle, arvioivat jatkuvasti yrityksen tulosta, toimintatapoja ja tavoitteita suhteessa ajassa muuttuviin odotuksiinsa. Jos sidosryhmien arvot ja näkemykset yrityksen vastuullisuudesta eroavat yrityksen toiminnassa ilmenevistä arvoista ja toteutuneesta vastuusta puhutaan ns. legitimizeettikuilusta (legitimacy gap) (Gray, Kouhy & Lavers 1995; Mätäsaho & Niskala 1997).

Dowlingin ja Pfefferin (1975, 122) mukaan yritykset haluavat, että heidän yritystoimintansa mukaiset arvot ja liiketoiminta ovat yhteneviä ympäröivän yhteiskunnan arvojen ja yleisesti hyväksytyjen käyttäytymisnormien kanssa. Kun nämä kaksi arvojärjestelmää kohtaavat ja ovat yhteensopivia, niin voidaan puhua yritystoiminnan legitimizeettistä (organizational legitimacy). Mikäli näiden kahden arvojärjestelmän välillä olisi eroavaisuuksia tai riski siitä, että arvojärjestelmät eivät kohtaa, yritystoiminnan legitimizeetti olisi uhattuna. Nämä uhat, joita yritykselle voi koitua siitä, että sen arvojärjestelmä ei kohtaa ympäröivän yhteiskunnan kanssa, voivat olla esimerkiksi oikeudelliset toimenpiteet yritystä vastaan, taloudelliset sanktiot tai muut yhteiskunnan määrittelemät sanktiot. Yritysten käyttäytyminen ja toiminta esimerkiksi ympäristöasioiden hoidossa voidaan nähdä yritysten panostuksina ja yrityksenä saavuttaa legitimizeetti yhteiskunnan silmissä, toisin sanoen oikeuttaa olemassaolonsa. Yritysten toiminta ja teot voidaan siis nähdä yritysten pyrkimyksinä oikeuttaa ja turvata olemassaolonsa ympäröivässä yhteiskunnassa.

4 YHTEISKUNTAVASTUURAPORTOINTI JA SEN KANNUSTIMET

4.1 Yleistä

Yhteiskuntavastuuraportoinnilla tarkoitetaan yritysten ja organisaatioiden tiedonantoa yhteiskuntavastuuseen kuuluvista asioista. Yritykset ja organisaatiot voivat raportoida yhteiskuntavastuuasioistaan muun muassa osana tilinpäätöstä, osana muuta erillistä raportointiaan tai esimerkiksi yhtiön tai organisaation Internet-sivuilla. Yrityksille yhteiskuntavastuuraportointi on muun muassa väline, jolla he raportoivat hyödyllistä tietoa päätöksenteon ja yritysten johtamisjärjestelmien tueksi. Lisäksi yhteiskuntavastuuraportointi edesauttaa yhteiskuntavastuun integrointia osaksi yritysten jokapäiväistä liiketoimintaa. Yhteiskuntavastuuraportointi lisää myös yritysten toiminnan avoimuutta ja läpinäkyvyyttä ja vähentää yritysten maineriskiä. Yhteiskuntavastuuraportointi täydentää siis yritysten taloudellista raportointia, sillä sen avulla pystytään tuomaan julki asioita, jotka eivät käy ilmi yritysten taloudellisessa raportoinnissa. Näin ollen se on yrityksille muun muassa keino kertoa laajemmin toimintansa yhteiskunnallisista vaikutuksista (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani 2013, 14).

Yhteiskuntavastuuraportointi on uskottavaa silloin, kun yritys todella seuraa toimintaansa, tuloksiaan ja asettaa tavoitteita. Näiden asioiden seuraamista varten tarvitaan kuitenkin mittareita. Laki on pitkälle määritellyt yrityksen taloudellisen suorituskyvyn mittarit ja osittain myös sosiaalisia ja ympäristöasioita koskevat mittarit. Kuitenkin ensisijainen mittareiden valintaperuste yrityksille tulisi olla asiakkaiden ja sidosryhmien kiinnostuksen kohteet. Nämä saattavat vaihdella yrityksittäin ja siksi yhtä yleispätevää mittaristoa ei ole olemassa, vaan kunkin yrityksen tulee valita itselleen sopivimmat mittarit. Esimerkkejä taloudellisen suorituskyvyn mittareista ovat esimerkiksi pääoman tuotto, omavaraisuusaste ja investoinnit. Ympäristöasioiden mittareina on puolestaan käytetty esimerkiksi päästöjen ja jätteiden määrää sekä energian ja raaka-aineiden kuluusta. Sosiaalisen vastuun piiriin on nähty kuuluvan esimerkiksi henkilöstö, tuoteturvallisuus ja kuluttajasuoja, hyvät toimintatavat ja yhteistyö yritysverkostossa sekä suhteet lähiyhteisöihin ja yleishyödyllisten toimijoiden tukeminen. Näitä asioita on puolestaan mitattu käyttämällä esimerkiksi seuraavia mittareita: henkilöstörakenne, tapaturmat ja poissaolot, panostukset koulutukseen, tuotevirheiden määrä, panostukset ympäristö- ja terveystuotteiden kehitykseen, asiakkaiden ja liikekumppanien tyytyväisyys, lahjomattomuus, yhteistyöhankkeet koulujen kanssa ja avustukset yhteisöille. Yritykset voivat käyttää mittareiden valinnassa apuna myös kansainvälisiä standardeja, arviointikriteeristöjä ja muita raportointiohjeita. Lisäksi osana Global Reporting Initiative (GRI) hanket-

ta on vuonna 2000 kehitetty ohjeet yrityksille kestävän kehityksen raportointia varten. Ohjeet kattavat taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun alueet (TT 2001, 33–35).

4.2 Lakisääteinen ja vapaaehtoinen raportointi Suomessa

Kirjanpitolain mukaan Suomessa jokaisen kirjanpitovelvollisen tulee laatia tilikaudeltaan tilinpäätös. Tilinpäätös sisältää kirjanpitovelvollisen taseen, tuloslaskelman sekä liitetiedot. Lisäksi mikäli kyseessä oleva kirjanpitovelvollinen on julkinen osakeyhtiö tai ylittää kooltaan tietyt raja-arvot tulee sen laatia osana tilinpäätöstään tilikaudelta myös toimintakertomus sekä rahoituslaskelma (KPL 3.1 §). Monet kirjanpitovelvolliset julkaisevat myös vuosikertomuksen⁵. Se ei kuitenkaan ole yrityksille lakisääteinen velvoite, mutta se on varsinkin pörssiyhtiöiden keskuudessa hyvin yleisesti käytetty sidosryhmäviestinnän väline, sillä pörssiyhtiöillä on suhteellisen laaja raportointivelvoite, joka ei rajoitu vain tilinpäätökseen ja toimintakertomukseen (Leppiniemi & Leppiniemi 2009, 307–326, 353 mukaellen).

Mitä tulee puolestaan yritysten lakisääteisiin velvoitteisiin koskien yhteiskuntavastuullisuutta, niin yritysten ja organisaatioiden hallitusten on toimintakertomuksissaan kirjanpitolain mukaan annettava tietoja olennaisista ympäristö- ja henkilöstöasioista. Sen sijaan varsinaisen erillisen yhteiskuntavastuuraportin julkaiseminen on suurimmalle osalle vapaaehtoista, eikä sitä ole lailla säädelty ainakaan toistaiseksi (KHT-yhdistys 2008, 5, 7). Suomessa valtioneuvoston omistajaohjausta koskevan periaatepäätöksen 3.11.2011 mukaan listaamattomien valtio-omisteisten yhtiöiden tulee kuitenkin laatia yhteiskuntavastuuraportti. Lisäksi useat pörssit saattavat myös vaatia listatuilta yhtiöiltä yhteiskuntavastuuraportointia (Niskala ym. 2013, 12).

Yhteiskuntavastuuraportoinnin viitekehyksenä käytetään yhä useammin⁶ Global Reporting Initiative – raportointiohjeistoa. Yritykset ja organisaatiot julkaisevat siis enenevässä määrin tietoja koskien ympäristöä ja henkilöstöään erilaisissa raporteissa ja kertomuksissa sekä niiden osissa, kuten toimintakertomuksissa, vuosikertomuksissa, yhteiskuntavastuu-, henkilöstö- tai ympäristöraporteissaan. Osaksi näiden tietojen julkaisu perustuu siis lainsäädäntöön ja osaksi vapaaehtoisuuteen. Vapaaehtoisen raportoinnin tarkoituksena on antaa lakisääteisen minimivelvollisuuden ylittävää taloudellista, sosiaalista ja ympäristöön liittyvää tietoa, joka tyydyttää sidosryhmien tiedontarvetta ja vahvistaa yritysten ja organisaatioiden kuvaa yhteiskuntavastuullisina toimijoina (KHT-yhdistys 2008, 5, 7).

⁵ Vuosikertomuksesta on kerrottu tarkemmin tutkielman empiirisessä osiossa

⁶ Jatkossa ohjeistosta käytetään lyhyemmin nimitystä ”GRI”

Kuten aikaisemminkin mainittu, yhteiskuntavastuu on käsitteenä suhteellisen laaja ja käsittää taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristöllisen vastuun. Näin ollen on ymmärrettävää, että ei ole yhtä ainoaa sitä koskevaa lainsäädäntöä, vaan yhteiskuntavastuuasioiden voidaan nähdä jakautuvan monien lakien alle. Teollisuuden ja työnantajain keskusliitto näkee julkaisussaan (2001, 10) yhteiskuntavastuuta koskevan keskeisen lainsäädännön koostuvan seuraavista:

- Osakeyhtiö- ja arvopaperimarkkinalainsäädäntö
- Kirjanpito- ja verolainsäädäntö
- Teollisoikeus- ja kilpailulainsäädäntö
- Ympäristölainsäädäntö
- Työ- ja sosiaalilainsäädäntö
- Tuoteturvallisuus- ja kuluttajansuojalainsäädäntö
- Kansainvälisen kaupan säännökset

Taulukossa (Taulukko 1, s. 36) on puolestaan käyty läpi lailla säädeltyä raportointivelvollisuutta koskien yritysten yhteiskuntavastuuta hieman tarkemmalla tasolla.

Taulukko 1 Lakisäätäinen raportointi (KHT-yhdistys 2008, 8)

Lakisäätöisen raportoinnin perustana olevat yleiset säännökset ja ohjeet:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tilinpäätösdirektiivi 78/660/ETY 2. Kirjanpitolaki (KPL 1336/1997) 3. Kirjanpitoasetus (KPA 1339/1997) 4. Kirjanpitolautakunnan (KILA) yleisohje toimintakertomuksen laatimisesta, annettu 12.9.2006
Ympäristötietojen esittämiseen liittyvät säännökset ja ohjeet:
<ol style="list-style-type: none"> 5. EY:n komission 30.5.2001 antama suositus (2001/453/EY) 6. KILAn yleisohje ympäristöasioiden kirjaamisesta, laskennasta ja esittämisestä tilinpäätöksessä, annettu 24.10.2006
Arvopaperimarkkinalain (495/1989) säännöllistä tiedonantovelvollisuutta koskevat säännökset ja ohjeet:
<ol style="list-style-type: none"> 7. Avoimuusdirektiivi 2004/109/EY 8. Arvopaperimarkkinalaki (AML 495/1989) 9. Valtionvarainministeriön asetus arvopaperin liikkeeseenlaskijan säännöllisestä tiedonantovelvollisuudesta (VM 153/2007) 10. Rahoitustarkastuksen (nyk. Finanssivalvonta, Fiva) standardi 5.1, säännöllinen tiedonantovelvollisuus, dnro 1/120/2008, annettu 18.3.2008

Syyskuun 2014 lopussa Euroopan unionin neuvosto tosin hyväksyi tilinpäätösdirektiivin muutoksen koskien yritysten muuta kuin taloudellista tietoa. Tämän muutoksen hyväksymisen myötä suurten pörssiyritysten tulee jatkossa raportoida myös vastuullisuudestaan. Näin ollen yhteiskuntavastuuraportoinnin voidaan sanoa muuttuneen

enemmän pakolliseen suuntaan. Tällä tilinpäätösdirektiivin muutoksella halutaan lisätä yritysten tiedottamista työntekijöittensä oikeuksista ja ympäristöasioista. Suurten pörs-siyhtiöiden ja muiden yleisen edun kannalta merkittävien yritysten (PIE) tulee jatkossa siis julkaista tietoa siitä, miten ne edistävät muun muassa työhyvinvointia ja työturvalli-suutta sekä työntekijöiden osallistumista, ihmisoikeuksia, ympäristönsuojelua sekä kor-ruption torjuntaa. Näiden tietojen raportointi tulee esittää toimintakertomukseen liitettä-vässä selvityksessä. Raportointivelvoitteen piiriin kuuluvien yritysten tulee kuvata lyhy-esti yhtiön liiketoimintamallia sekä kertoa vastuullisuustoimintaan liittyvistä riskeistä ja riskien hallinnasta. Lisäksi näiden yritysten tulee antaa tietoa siitä, miten ne edistävät monimuotoisuutta. Eli toisin sanoen, miten yrityksessä huomioidaan esimerkiksi eri kansalaisuudet, henkilöstön ikärakenne ja sukupuolten välinen tasa-arvo yms. Lisäksi tulee raportoida tuloksista, joita monimuotoisuuden edistämällä on saavutettu (Finatex 2014; Työ- ja elinkeinoministeriö 2014).

Direktiivi mahdollistaa myös jäsenvaltioille sen, että kukin jäsenvaltio saa itse päät-tää vaatiiko se toimintakertomuksen oheen liitettävää selvitystä vai annetaanko yrityk-sille myös mahdollisuus erillisen raportin laatimiseen, jonka ei tarvitsisi olla osa toimin-takertomusta. Mikäli tällainen erillinen raportti sallittaisiin, niin se tulisi julkaista joko yhtä aikaa toimintakertomuksen kanssa tai vaihtoehtoisesti yrityksen Internet-sivuilla 6 kuukauden kuluessa tilinpäätöspäivästä. Tämän lisäksi toimintakertomuksessa tulisi viitata tähän myöhemmin julkistettavaan raporttiin. Näin ollen nykyinen yhteiskunta-vastuuraportti voisi täyttää uudetkin velvoitteet. Tämä tarkoittaisi käytännössä sitä, että mikäli jäsenvaltio ottaisi mahdollisuuden käyttöön, yritysten nykyisin laatima yhteis-kuntavastuuraportti riittäisi, mikäli se kattaisi direktiivin mukaiset tiedot (Finatex 2014).

Direktiivin muutos nähdään askeleena kohti yhteiskuntavastuullisempia yrityksiä, joka taas palvelee sijoittajia ja kuluttajia, jotka ovat entistä tietoisempia yrityksen yh-teiskuntavastuun tärkeydestä. Lisääntyvä raportointivelvoite yhteiskuntavastuuasioissa parantaa läpinäkyvyyttä ja auttaa yrityksiä ennakoimaan mahdollisia liiketoimintaan liittyviä riskejä. Direktiivin muutos tulee koskemaan sellaisia yrityksiä, jotka täyttävät kaksi kolmesta alla olevista kriteereistä:

- yrityksellä on vähintään 500 työntekijää
- yrityksen liikevaihto on 40 miljoonaa euroa
tai
- yrityksen tase on vähintään 20 miljoonaa euroa.

Monimuotoisuuden osalta henkilöstön kokoraja on 250 työntekijää. EU:n jäsenvalti-oiden tulee implementoida direktiivi osaksi kansallista lainsäädäntöä syyskuuhun 2016 mennessä. Raportointivelvoitteen piiriin kuuluvien yhtiöiden tulee siis raportoida direk-tiivin mukaisesti ensimmäisen kerran tilikaudella 2017 (Finatex 2014; Työ- ja elinkei-noministeriö 2014). Tilinpäätösdirektiivin muutos tulee aiheuttamaan muutoksia ja

harmonisoinnin tarvetta ainakin voimassa olevaan kirjanpitolakiin, kirjanpitoasetukseen ja muuhun kirjanpitolakiperusteiseen lainsäädäntöön sekä arvopaperimarkkinalakiin (Ehdotus Euroopan parlamentin ja neuvoston – – 2013).

4.3 Global Reporting Initiative (GRI)

Global Reporting Initiative eli lyhyemmin GRI on kansainvälinen aloite tai organisaatio, jonka tavoitteena on luoda yhteiskuntavastuuraportoinnille yritysten ja organisaatioiden tilinpäätösraportointia vastaava toimintamalli. GRI:n visiona on saada yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnista yhtä vertailukelpoista ja vakiintunutta kuin yritysten taloudellinen raportointi. YK:n ympäristöohjelma (UNEP) ja Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) -järjestö panivat alulle GRI-raportointiohjeiston kehittämisen vuonna 1997. Päämääränä oli luoda laaja ja monia erilaisia ja eritasoisia ohjeistoja ja suosituksia yhdistävä yleisesti hyväksytty raportointiohjeisto yhteiskuntavastuuraportointiin. Tässä päämäärässä onkin onnistuttu suhteellisen hyvin, sillä GRI-raportointiohjeisto on saavuttanut suhteellisen nopeasti yleisesti hyväksytyyn raportointiviitekehyksen aseman yritysten vastuuasioden raportoinnissa (Niskala ym. 2013, 106).

GRI-raportointiviitekehys toimii yritysten taloudellisten, sosiaalisten ja ympäristöasioiden raportoinnin viitekehyksenä. GRI-raportointiviitekehyksen dokumentit on kehitetty yhteistyössä raportoinnin kannalta merkityksellisten sidosryhmien kanssa. Näitä ovat muun muassa sijoittajat, rahoittajat, ammatti- ja kansalaisjärjestöt, tilintarkastajat ja muut asiantuntijat sekä muut yhteiskunnalliset toimijat. GRI-raportointiviitekehykseen kuuluvia dokumentteja testataan ja kehitetään jatkuvasti ja keskeiset sidosryhmät ovat osallisena tässä kehitystyössä. Sidosryhmien osallistuminen tähän on tärkeää muun muassa GRI-ohjeiston hyväksyttävyyden, uskottavuuden sekä käyttökelpoisuuden kannalta. GRI-raportointiviitekehys on tarkoitettu sovellettavaksi kaikille organisaatioille koluokasta, toimialasta tai maantieteellisestä sijainnista riippumatta. Organisaatioiden erityispiirteet pienyrityksistä suuriin kansainvälisiin monialayrityksiin on pyritty ottamaan huomioon. Myös yleiset ja toimialakohtaiset määritelmät on kehitetty kansainvälisenä yhteistyönä eri sidosryhmien kanssa, jotta kaikki organisaatiot voisivat soveltaa niitä yleisesti raporteissaan (Niskala ym. 2013, 106–107).

Kuten sanottu, GRI-raportointiohjeistoa kehitetään ja päivitetään jatkuvasti. Uusin GRI-ohjeiston päivitys on G4. Jokainen aikaisempi ohjeiston päivitys on muokannut yhteiskuntavastuuraportoinnin suuntaa, painottanut tiettyjä asioita ja toisaalta vienyt painoa pois toisilta asioilta. Ensimmäinen versio ohjeistosta oli lähinnä pilottimalli, jonka pohjalta luotiin varsinainen ensimmäinen versio GRI-raportointiohjeistosta. Ensimmäistä GRI-ohjeistoa ohjasivat muun muassa raportointiperiaatteet, jotka perustuivat vakiintuneisiin käytäntöihin kansainvälisissä tilinpäätösmalleissa. Myös yhteiskuntavas-

tuun tunnusluvut alkoivat vakiintua. Toinen päivitys GRI-ohjeistoon kehitti muun muassa yhteiskuntavastuun tunnuslukuja edelleen konkreettisempaan muotoon. Kolmatta GRI-ohjeiston päivitystä edelsi, kuten kaikkia aikaisempiakin päivityksiä, laajamittainen palauteprosessi ja kehitystyö. Kolmannessa päivityksessä painotettiin muun muassa käyttäjäystävällisyyden lisäämistä, olennaisuuden määrittelyä ja laskentaperiaatteiden kehittämistä täsmällisempään suuntaan. Lisäksi tunnuslukujen määrää haluttiin vähentää ja keskittää ne kaikkein olennaisimpiin. Suorituskyvyn tunnuslukuja muun muassa lisättiin ja toimintaperiaatteiden olemassaoloa sekä valvontajärjestelmien kattavuutta mittaavia tunnuslukuja puolestaan vähennettiin. G3.1 päivitys puolestaan täydensi aikaisempaan G3-ohjeistoa muun muassa ihmisoikeuksiin ja tasa-arvoon liittyvillä täsmennyksillä sekä uusilla tunnusluvuilla. G4-ohjeistossa taas selkiytettiin raportointielementtejä ja osa aikaisemmista raportointivaatimuksista siirrettiin ohjeistuksiksi. G4 päivityksen uudet raportointielementit koskivat muun muassa toimitusketjun yhteiskuntavastuun hallintaa, hallitustyöskentelyä ja palkitsemista, eettisten periaatteiden noudattamista liiketoiminnassa sekä energiatehokkuutta ja kasvihuonekaasuja (Niskala ym. 2013, 108–110).

Yritysten raportoidessaan GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportin täytyy mainita sovellustaso, jolla yritys on ohjeistoa noudattanut. Aikaisemmin käytetty sovellustasojärjestelmä on ollut välillä A-C, joista A on ollut laajin mahdollinen sovellustaso ja C suppein. Lisäksi yritys on voinut halutessaan varmentaa yhteiskuntavastuuraporttinsa ulkopuolisella taholla. Tällainen varmennettu yhteiskuntavastuuraportti on saanut vielä +-merkin sovellustasokirjaimen eteen. Nykyisessä GRI G4 -ohjeistossa aikaisemmat soveltamistasot on korvannut uusi kaksitasoinen sovellustasojärjestelmä. Uudet sovellustasot ovat laaja (comprehensive) ja suppea (core). Core-tasolla yhteiskuntavastuuraportti sisältää kaikki keskeiset GRI-raportointielementit. Comprehensive-tasolla yhteiskuntavastuuraportti sisältää kaikki core-tason vaatimukset sekä yrityksen kannalta olennaiset erityiset raportointielementit. Olennaiset raportointielementit tunnistetaan olennaisuusanalyysin perusteella. Uudessa sovellustasojärjestelmässä ei ole myöskään käytössä +-merkkiä sovellustason etuliitteenä merkinä ulkoisesta varmennuksesta. GRI G4 päivityksessä siis raportoivan organisaation itsearviointi korostuu entisestään. Ulkopuolinen varmennus on kuitenkin G4 päivityksessä edelleen mahdollinen, mutta sillä ei ole roolia uudessa sovellustasojärjestelmässä. Toisaalta, koska sovellustasolla tai ulkopuolisilla varmennuksilla ei edelleenkään oteta kantaa raportoivan organisaation toimintaan tai raportoinnin laatuun, vaan ainoastaan vastaavuuteen GRI-ohjeiston kanssa, ei tällä +-merkin poistumisella sovellustasojärjestelmästä ole juuri merkitystä (Niskala ym. 2013, 137–139 mukaellen).

GRI-raportointiohjeisto on kehitetty kansainvälisten suuryritysten näkökulmasta ja siksi pk-yritykset voivat nähdä sen soveltamisen hankalaksi. Yritysten tulisikin nähdä GRI-raportointiohjeisto niin sanotusti ohjenuorana, jonka avulla omaa yhteiskuntavas-

tuuraportointia voidaan lähteä kehittämään samalla kuitenkin huomioiden yhteiskuntavastuuseen liittyvät yleiset näkökohdat ja kansainväliset sitoumukset. Lisäksi GRI-raportointiohjeiston soveltaminen tulisi nähdä niin sanotusti oppimisprosessina, jossa yritysten kannalta parhaat käytännöt ja merkitykselliset asiat hioutuvat ja löytyvät vuosien saatossa. GRI-raportointiohjeiston ohella muita keskeisiä yritys vastuun työvälineitä ovat muun muassa Global Compact -aloite, OECD:n ohjeet monikansallisille yrityksille, AA1000-standardiperhe, ISO 14000 –järjestelmästandardi, SA8000-standardi sekä ISO 26000-standardi (Niskala ym. 2013, 110, 113–114).

4.4 Hyödyt

Yhteiskuntavastuuraportoinnin hyödyt ovat erilaisia eri yrityksille ja voivat vaihdella ajassa. Yhteiskuntavastuuraportoinnista on hyötyä yrityksen johtamisessa ja kehittämisessä ja se lisää sidosryhmille viestittyjen asioiden läpinäkyvyyttä. Nykypäivän informaatioyhteiskunnassa tärkeä johtamisen työväline onkin yhteiskuntavastuun eri osa-alueiden tulosten ja tulevaisuuden suorituskykyyn vaikuttavien tekijöiden mittaaminen sekä raportointi. Myös yritys rakenteet ja toimitusketjut ovat usein hyvin monimutkaisia, joten jatkuva vuorovaikutus yrityksen sidosryhmien kesken on tärkeää. Ennakointi yrityksen yhteiskuntavastuuasioissa on ensiarvoisen tärkeää, sillä vain sitä kautta pystytään vastaamaan muuttuviin odotuksiin sekä sidosryhmiä askarruttaviin kysymyksiin (Niskala & Lovio 2004, 229). Taulukosta (Taulukko 2, s.41) nähdään yhteiskuntavastuuraportoinnin hyödyt yritykselle. Taulukosta nähdään varsinaisen raportoinnin hyödyt sekä raportoinnista seuraavat liiketoimintahyödyt.

Taulukko 2 Yhteiskuntavastuuraportoinnin hyödyt yritykselle (Niskala & Lovio 2004, 231)

Raportoinnin hyödyt		Liiketoimintahyödyt
1.	Toiminnan kehittämiseen liittyvien mahdollisuuksien tunnistaminen ja kustannussäästöt	→ Kilpailukyvyn paraneminen
2.	Asiakkaiden tarpeiden parempi ymmärtäminen	→ Tuotteiden ja palveluiden laadun paraneminen
3.	Toimittajaketjun parempi hallinta sosiaalisten ja ympäristövaatimusten suhteen	→ Toimittajasuhteiden syveneminen
4.	Yrityksen pitkän tähtäimen vision, strategian ja johtamisen tavoitteiden selkeä viestiminen	→ Henkilöstön motivaation nousu ja yrityksen houkuttelevuuden kasvu
5.	Läpinäkyvyys yrityksen toimintaan liittyvien sosiaalisten ja ympäristöriskien viestimisessä	→ Yrityksen rahoitusaseman paraneminen
6.	Edelläkävijyys niche-markkinoiden ja tulevien lainsäädännön vaatimusten tunnistamisessa	→ Pääsy uusille markkinoille
7.	Sidosryhmäviestinnän parantunut läpinäkyvyys ja kattavuus	→ Yrityksen maineen paraneminen

Yhteiskuntavastuuraportointi prosessina auttaa myös yritystä tunnistamaan liiketoimintansa kannalta kriittiset kehityskohteet. Liiketoimintojen kehittämisen tuloksena taas voidaan nähdä saavutettavan esimerkiksi kustannussäästöjä ja sitä kautta yrityksen kilpailukyky muun muassa paranee. Yhteiskuntavastuun raportointiprosessi lisää myös systemaattista kommunikointia esimerkiksi yrityksen asiakkaiden ja toimittajien välillä. Tämän yhteydenpidon kautta yritys saa muun muassa arvokasta palautetta ja voi kehittää tuotteitaan ja palvelujaan yhä enemmän asiakkaiden tarpeisiin sopiviksi, joka puolestaan vaikuttaa tuotteiden ja palveluiden laatuun. Myös toimittajaketjua pystytään hallitsemaan paremmin yhteiskuntavastuuasioiden suhteen, josta taas seuraa toimittajasuhteiden syveneminen (Niskala & Lovio 2004, 229, 231).

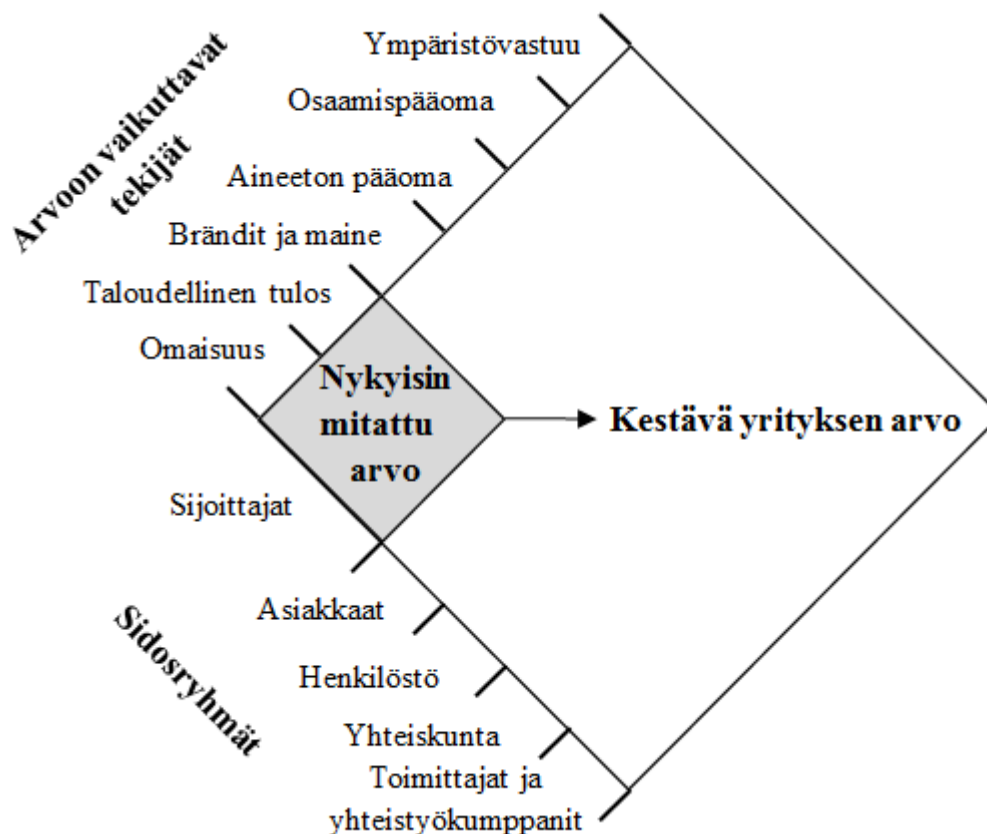
Lisäksi yhteiskuntavastuuraportointi yhdistää yrityksen sisäisiä usein hyvin erillisinä toimivia funktioita, sillä onnistunut raportointi vaatii yrityksen sisäisten funktioiden ja siellä työskentelevien henkilöiden yhteistyötä. Yrityksen sisäisten funktioiden välinen

yhteistyö avaa keskusteluja uusista näkökulmista, joka puolestaan edesauttaa liiketoimintastrategioiden ja johtamisen kehittämistä. Yhteiskuntavastuuraportoinnin sanotaankin yleensä selkeyttävän yrityksen pitkän aikavälin vision, strategian ja tavoitteiden viestimistä. Tämä puolestaan sitouttaa ja motivoi yrityksen henkilöstöä. Yhteiskuntavastuuraportointi auttaa yrityksiä myös riskien tunnistamisessa. Riskit voivat liittyä esimerkiksi toimittajaketjuun tai sidosryhmäsuhteisiin. Yhteiskuntavastuuraportoinnin kautta näitä riskejä voidaan tunnistaa ja niihin voidaan reagoida ennakkoon. Raportoinnin avulla yritysjohto sekä sidosryhmät saavat paremman käsityksen esimerkiksi yrityksen arvoon vaikuttavasta henkilöstön osaamisesta tai sosiaalisen ja ympäristövastuun tekijöistä. Pörssiyhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnilla saattaa puolestaan olla vaikutusta osakkeen arvon vaihteluihin, epävarmuuteen ja pääoman kustannuksiin, sillä yhteiskuntavastuuraportointi yhdistetään yleisesti menestyvään ja hyvin johdettuun yritykseen (Niskala & Lovio 2004, 229–230).

Yhteiskuntavastuuraportoinnin kautta tapahtuva lisääntynyt oman toiminnan ja toimintaympäristön seuraaminen auttaa yrityksiä reagoimaan nopeasti esimerkiksi lainsäädännön tai markkinoiden muutoksiin. Nopea reagointi puolestaan luo yritykselle kilpailuetua esimerkiksi uusille markkinoille pääsyn kautta. Koska yhteiskuntavastuuraportointi parantaa yritystoiminnan läpinäkyvyyttä sidosryhmille, sen voidaan nähdä vaikuttavan myös yrityksen maineeseen (Niskala & Lovio 2004, 230–231).

4.5 Arvonluonti yhteiskuntavastuuraportoinnin kautta

Yhteiskuntavastuuraportointi on vielä suhteellisen uusi ja nuori raportoinnin muoto verrattuna taloudelliseen raportointiin. Ensimmäiset ympäristöraportit julkaistiin 1980-luvulla ja laajempi näkemys yritysten yhteiskuntavastuullisuuteen on saanut muotonsa vasta vuosituhaten vaihteessa. Taloudellinen raportointi puolestaan juontaa juurensa jo keskiajalle kaupparetkiin ja kahdenkertaiseen kirjanpitoon, joka esitettiin ensimmäisen kerran Luca Paciolin teoksessa vuonna 1494. Tilinpäätösraportointi on ajansaatossa kehittynyt jo niin, että nykyisin voidaan puhua oikeastaan kansainvälisistä tilinpäätöskäytännöistä sekä laskentaperiaatteista. Tällaisenaan tilinpäätösraportointi antaa laajan kuvan yrityksen talousasioista, mutta ei kykene kuitenkaan huomioimaan yritysten eri sidosryhmien informaatiotarpeita riittävällä tasolla. Yhteiskuntavastuuraportointi on yrityksille keino mitata ja raportoida laajemmin yrityksen arvoon vaikuttavista tekijöistä yhteiskunnan ja eri sidosryhmien näkökulmasta. Lisäksi yhteiskuntavastuuraportointi ottaa huomioon taloudellisesti kestävät arvot ja pitkän aikavälin menestyksen (Niskala ym. 2013, 14–15).



Kuvio 6 Yrityksen arvon mittaaminen ja raportointi (Niskala ym. 2013, 15)

Kuvion (Kuvio 6 s. 43) sisemmästä neliöstä nähdään yritysten tämän hetkisen raportoinnin ja yrityksen arvon mittauksen tavat. Taloudellinen ja varsinkin tilinpäätösraportointi on siis pääasiassa keskittynyt yrityksen tuloksen muodostumisen ja taloudellisen aseman raportointiin, jonka kautta yrityksen arvo on määrittynyt. Tämän tyyppinen raportointi on myös suunnattu pääosin palvelemaan vain sijoittajien tarpeita. Kuviosta nähdään niin ikään se, että raportoimalla yhteiskuntavastuustaan taloudellisen raportoinnin ohella yritykset pystyvät palvelemaan entistä laajempaa sidosryhmien joukkoa sekä ottamaan huomioon muutkin kuin vain perinteiset taloudelliset mittarit yrityksen arvon määrittämisessä. Tämä taas puolestaan edesauttaa yrityksiä ymmärtämään, luomaan ja kehittämään yritykselle yritystaloudellisesti kestävää arvoa myös pitkällä tähtäimellä.

4.6 Kritiikkiä yhteiskuntavastuuraportoinnista

Yhteiskuntavastuuraportoinnin kritiikkinä esitetään yleensä samaa kritiikkiä, mitä esitetään yleisestikin yhteiskuntavastuuta kohtaan. Yhteiskuntavastuuraportoinnin kriitikot ovat usein sitä mieltä, että kyseessä on pikemminkin niin sanottua ”viherpesua”, kuin oikeaa sitoutumista yhteiskuntavastuulliseen toimintaan. Yritykset voivat raportoida ja

näyttää heille suotuisia tilastoja yhteiskuntavastuun tasostaan, mutta se ei välttämättä kuitenkaan kerro mitään yritysten todellisesta sitoutumisesta yhteiskuntavastuulliseen toimintaan ja arvoihin. Näin ollen pelkkä raportointi ei kerro välttämättä mitään yritysten yhteiskuntavastuusta, huonoimmassa tapauksessa kyseessä on vain virheellistä mielikuvien luomista.

Pelozo ym. (2012, 75) havaitsivat tutkimuksessaan, joka käsitteli sidosryhmien mielikuvia yritysten yhteiskuntavastuusta ja mielikuvien totuudenmukaisuutta, että sidosryhmien mielikuvat yritysten yhteiskuntavastuusta saattavat erota merkittävästikin todellisuudesta. Tutkimuksessa, kuten aikaisemmissakin vastaavissa tutkimuksissa, kävi ilmi, että sidosryhmien mielikuvat yritysten yhteiskuntavastuullisuuden tasosta verrattuna yritysten todellisiin yhteiskuntavastuupanostuksiin, eivät ole linjassa keskenään. Aikaisemmissa tutkimuksissa on lisäksi käynyt ilmi, että vaikka jotkut yritykset johtaisivatkin ulkopuolisia yhteiskuntavastuaindeksejä, muita tilastoja, tai olisivat tunnettuja yhteiskuntavastuuraportoinnistaan, sidosryhmät eivät välttämättä näe yrityksiä yhteiskuntavastuullisina. Näin ollen, vaikka yritys olisi tosiasiallisesti sitoutunut yhteiskuntavastuulliseen toimintaan, pelkkä yhteiskuntavastuuraportointi ei välttämättä takaa yritykselle asemaa yhteiskuntavastuullisena toimijana sidosryhmien silmissä.

Lisäksi kriitikot näkevät yhteiskuntavastuuraportoinnin lähinnä suurena kulueränä yrityksille. Yhteiskuntavastuuraportointi vaatii laajaa ja informatiivista raportointia ja osaamista, joka puolestaan on aikaa vievää ja ohjaa yrityksen resursseja pois tuottavammasta toiminnasta. Lisäksi yhteiskuntavastuuraportointi edellyttää henkilöstön perehdyttämistä yhteiskuntavastuuasioihin, joka puolestaan aiheuttaa yritykselle kustannuksia (López ym. 2007, 292).

5 AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET AIHEESTA

5.1 Käytetyt mittarit

5.1.1 Yleistä

Sitä missä määrin ja mitkä tekijät yritysten yhteiskuntavastuussa ovat niitä, jotka vaikuttavat yritysten taloudelliseen suoriutumiseen on tutkittu paljon ja pitkään. Suurin osa tutkimuksista on keskittynyt tutkimaan asiaa yhdysvaltalaisessa tai eurooppalaisessa kontekstissa toisin sanoen siis suurin osa tutkimuksista perustuu dataan, joka on kerätty näillä alueilla. Tutkimuksissa on kuitenkin käytetty erilaisia keinoja, joilla yhteiskuntavastuuta sekä yrityksen taloudellista suorituskykyä on pyritty mittaamaan. Sen vuoksi ei olekaan kovin yllättävää, että tutkimusten tulokset ovat myös olleet hyvin moninaisia. Tutkijoiden keskuudessa ei siis ole yksimielistä näkemystä siitä, millainen yhteys yhteiskuntavastuun ja yrityksen suorituskyvyn välillä vallitsee (Ullmann 1985; Brine ym. 2007).

Kuten jo aiemminkin todettu yhteiskuntavastuu ei itsessään ole mitattava muuttuja, vaan pikemminkin laaja tutkittava ilmiö ja siksi sitä ei myöskään voida suoraan mitata (Beurden & Gössling 2008; Gössling 2011). Näin ollen yhteiskuntavastuun (CSR) ja taloudellisen suorituskyvyn (Corporate financial performance, CFP) välistä yhteyttä on pyritty tutkimaan tutkimalla yrityksen yhteiskunnallisen suorituskyvyn (Corporate social performance, CSP) ja taloudellisen suorituskyvyn (CFP) välistä yhteyttä. Yrityksen yhteiskunnallisella suorituskyvyllä (CSP) tarkoitetaan nimittäin niitä konkreettisia asioita, joita yritys tekee ollakseen yhteiskuntavastuullinen (Marom, 2006, 195). Yrityksen yhteiskunnallista suorituskykyä (CSP) puolestaan voidaan mitata, mutta sen mittaaminen ei ole aivan yksinkertaista (Beurden & Gössling 2008, 409). Yrityksen taloudellisen suorituskyvyn mittaaminen ei ole niin haastavaa kuin yrityksen yhteiskunnallisen suorituskyvyn mittaaminen, sillä liiketalouden tutkimuskenttä tarjoaa riittävästi eri mittaustapoja tähän (Gössling 2011, 37).

Yrityksen yhteiskunnallinen suorituskyky sekä taloudellinen suorituskyky ovat molemmat laajoja käsitteitä. Lisäksi molempien mittaamiseen on useita vaihtoehtoisia tapoja. Monet yrityksen yhteiskunnallisen suorituskyvyn sekä taloudellisen suorituskyvyn yhteyttä tutkineet tutkijat ovatkin käyttäneet toisistaan poikkeavia mittaustapoja aiheen tutkimiseen. Näin ollen ei liene yllättävää, että tutkimuksien tulokset ovat myös olleet osin ristiriitaisia (Gössling 2011, 37). Osa tutkijoista on havainnut positiivisen yhteyden yrityksen yhteiskunnallisen suorituskyvyn sekä taloudellisen suorituskyvyn välille (ks. esim. Pava & Krausz 1996; Preston & O'Bannon 1997; Waddock & Graves 1997; Luo

& Bhattacharya 2006; Schadewitz & Niskala 2010). Osa tutkijoista taas on havainnut negatiivisen yhteyden (Brammer ym. 2006; López ym. 2007) ja osa taas ei ole havainnut niiden välillä olevan yhteyttä (ks. esim. McWilliams & Siegel 2000; Moore 2001; Seifert ym. 2004; Brine ym. 2007; Huang 2010). Joissakin tutkimuksissa ollaan puolestaan tultu siihen tulokseen, että yhteys ei välttämättä olekaan lineaarinen, vaan on mahdollista, että yhteys olisi esimerkiksi U:n muotoinen (Barnett & Salomon 2012; Lu ym. 2013). Kuitenkin McWilliamsin & Siegelin (2000, 603–609) mukaan isossa osassa tehdyistä tutkimuksista on olennaisia empiirisiä sekä teoreettisia puutteita. Tämä saattaa siis selittää tutkimuksien ristiriitaisia tuloksia.

Koska yrityksen yhteiskunnallista suorituskkyä sekä taloudellista suorituskkyä voidaan mitata monella eri tavalla, täytyy näiden mittaustapojen erot ottaa huomioon, sillä ne saattavat vaikuttaa olennaisesti tutkimuksien lopputuloksiin (Orlitzky, Schmidt & Rynes 2003; Wu 2006). Epäjohdonmukaisuus yrityksen yhteiskunnallisen suoriutumisen mittaamisessa aiheuttaa ongelmia, kun yritetään analysoida yrityksen yhteiskunnallisen suorituskvyn sekä taloudellisen suorituskvyn välistä suhdetta. Näin ollen onkin tärkeää tietää, minkälaista mittaustapaa missäkin tutkimuksissa on käytetty (Ullmann 1985; Brown 1998). Myös yrityksen yhteiskunnallisen suorituskvyn eri ulottuvuuksien tunnistaminen on tärkeää. Paras määritelmä yrityksen yhteiskunnalliselle suorituskvylle onkin se, joka kattaa monia ulottuvuuksia (Waddock & Graves 1997; Allouche & Laroche 2005).

5.1.2 CSP - Yrityksen yhteiskunnallinen suorituskky

Yrityksen yhteiskunnallista suorituskkyä voidaan mitata monilla erilaisilla menetelmillä. Näille kaikille menetelmille on kuitenkin yhteistä se, että ne ovat moniulotteisia rakennelmia, jotka pyrkivät mittaamaan organisaation käyttäytymistä useiden eri ulottuvuuksien kautta. Näitä ulottuvuuksia ovat esimerkiksi investoinnit saasteiden tai päästöjen valvontalaitteisiin, yrityksen sisäinen käyttäytyminen tai sisäiset prosessit, kuten naispuolisten työntekijöiden ja vähemmistöjen kohtelu sekä suhteet asiakkaisiin ja yhteiskuntaan (Waddock & Graves, 1997, 304).

Wood (1991, 693) määrittelee yrityksen yhteiskunnallisen suorituskvyn koostuvan kolmesta osasta: 1) yrityksen yhteiskuntavastuun (moraalisten) periaatteiden kokoelmasta 2) yhteiskunnallisen reagoituskvyn prosesseista sekä niistä 3) menettelytavoista ja ohjelmista, joita yritys käyttää yhteiskunnallisten suhteidensa johtamiseen sekä näiden menettelytapojen ja ohjelmien yhteiskunnallisista vaikutuksista, toisin sanoen lopputuloksista. Näin ollen Woodin (1991, 693) mukaan arvioidakseen yrityksen yhteiskunnallista suorituskkyä tutkijan tulee tutkia ensinnäkin sitä, missä määrin yhteiskuntavastuun (moraaliset) periaatteet motivoivat yrityksen toimintaa. Tutkijan tulee tutkia

myös sitä, missä määrin yritys käyttää hyväkseen omia yhteiskunnallisen reagointikyvyn prosessejaan. Lisäksi tutkijan tulee tutkia vielä yrityksen yhteiskunnallisten suhteiden johtamiseen käytettyjen menettelytapojen ja ohjelmien laatua sekä näistä ja yrityksen toiminnasta aiheutuvia yhteiskunnallisia vaikutuksia.

Näitä kaikkia kolmea: (moraalisia) periaatteita, prosesseja sekä yhteiskunnallisia vaikutuksia (lopputuloksia), tutkijan tulee tarkastella myös yhdessä. Tekemällä näin tutkija pyrkii tunnistamaan esimerkiksi yrityksen hyvistä motiiveista kumpuavat huonot tulokset tai huonoista motiiveista kumpuavat hyvät tulokset. Kun yrityksen yhteiskunnallinen suorituskky määritellään edellä esitetyllä tavalla, se ei ole aikasidottu. Se voidaan määrittää staattisesti jonakin tietynä ajan hetkenä tai sitten dynaamisesti niin sanotusti jatkumona (Wood 1991, 693). Tämä yrityksen yhteiskunnallisen suorituskvyn määrittelmä mahdollistaa myös sen objektiivisen mittaamisen (Beurden & Gössling 2008, 409).

Aikaisemmissa tutkimuksissa yrityksen yhteiskunnallisen suorituskvyn mittaamiseen on käytetty muun muassa kolmenlaisia erilaisia mittareita. Yksi mittari, jolla yrityksen yhteiskunnallista suorituskvya voidaan mitata, on yrityksen yhteiskuntaa koskettavista asioista annettujen tiedonantojen laajuus (Beurden & Gössling 2008; Wu 2006). Tämä tiedonantomittari käsittää siis yrityksen yleisölle suunnattujen tiedonantojen sisältöanalyysin. Näitä voivat olla esimerkiksi yritysten virallisen tiedonannot, kuten vuosikertomukset ja yhteiskuntavastuureportit, jotka ovat olleet suosittuja tutkijoiden keskuudessa (Tsoutsoura 2004, 9). Toinen mittari, jolla yrityksen yhteiskunnallista suorituskvya voidaan mitata, on yrityksen toiminta, kuten esimerkiksi yhteiskunnalliset ohjelmat sekä saasteiden torjunta. Tällä tarkoitetaan yrityksen konkreettisia havaittavissa olevia yhteiskunnallisen suorituskvyn prosesseja sekä lopputuloksia. Kolmas mittari, jolla yrityksen yhteiskunnallista suorituskvya voidaan mitata, ovat erilaiset luokitukset, jotka perustuvat yritysten maineisiin yhteiskuntavastuullisuudesta. Näistä tunnetuimpia maineen luokitteluasteikoita ovat muun muassa KLD, Fortune-lehden luokittelu, Moskowitzin luokittelu sekä Business Ethics 100⁷. Nämä maineluokitukset perustuvat nimenomaan yritysten maineeseen yhteiskuntavastuullisuudesta tai yhteiskuntavastuullisesta suorituskvystä. Näiden maineluokitusten oletetaan siis heijastelevan hyvin yritysten yhteiskunnallista suorituskvya; arvoja ja käyttäytymistä (Beurden & Gössling 2008; Wu 2006).

⁷ Jatkossa käytetään ”yritysten yhteiskuntavastuullisen toiminnan maineluokituksista” lyhyemmin nimeä ”yritysmaineen luokitteluasteikot”.

5.1.3 CFP - Yrityksen taloudellinen suorituskyky

Yrityksen taloudellisen suorituskyvyn mittarit voidaan karkeasti jakaa kahteen luokkaan. Näitä ovat markkinaperusteiset mittarit sekä kirjanpitooperusteiset mittarit (Wu 2006, 164). Markkinaperusteisiin mittareihin kuuluvat muun muassa yrityksen osakkeen suoriutuminen, markkinatuotto, yrityksen markkina-arvon ja taseen kirja-arvon välinen suhdeluku, hinta per osake sekä osakkeen arvonnousu. Osakemarkkinoilla toimivat sijoittajat määräävät yrityksen osakkeen arvon ja tätä kautta myös yrityksen markkina-arvon. Sijoittajien päätökset perustuvat heidän näkemyksiinsä yrityksen aikaisemmista, nykyisistä sekä tulevaisuudessa saatavista osaketuotoista (Orlitzky ym. 2003, 408). Kirjanpitooperusteisiin mittareihin kuuluvat muun muassa kannattavuuden mittarit, pääoman käyttöön tai hyödyntämiseen perustuvat tunnusluvut, kuten koko pääoman tuottoaste (ROA) ja koko pääoman kiertoisuus sekä kasvu (Wu 2006, 164). Kirjanpitooperusteiset mittarit heijastelevat organisaation sisäistä tehokkuutta, johon taas vaikuttaa organisaation yhteiskunnallinen suoriutuminen (Beurden & Gössling 2008, 411).

Griffin ja Mahon (1997, 11–13) kokosivat tutkimuksessaan aikaisemmissa tutkimuksissa, jotka käsittelivät yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suorituskyvyn välistä suhdetta, käytettyjä taloudellisen suorituskyvyn mittareita. Griffin ja Mahon kävivät tutkimuksessaan läpi 51 aikaisempaa tutkimusta ja onnistuivat jakamaan taloudellisen suorituskyvyn mittarit karkeasti kuuteen kategoriaan seuraavasti:

- kannattavuus (esim. ROE, ROS, ROI)
- pääoman käyttö (esim. ROA, pääoman kiertoisuus)
- kasvu (esim. erilaiset koon mittarit, ROE-tunnusluvun 5 vuoden keskiarvo)
- likviditeetti (esim. current ratio, kassavirran muutos)
- riski ja markkinat (esim. epänormaalit tuotot, P/E-luku, beta ja alfa -kertoimet)
- muut (esim. omistusosuus-mittarit, johdon palkkioihin ja bonuksiin liittyvät mittarit, T&K-kulut, velkaantuneisuuden eri mittarit, kuten gearing % yms.).

Griffinin ja Mahonin tutkimuksessa tarkastelluissa 51 aikaisemmassa tutkimuksessa eniten käytettyjä mittareita olivat muun muassa tunnusluvut ROE, ROS, ROA, erilaiset yrityskoon mittarit, markkinoiden epänormaalit tuotot sekä beta ja alfa -kertoimet.

Tutkijoiden keskuudessa ei ole yhtenäistä näkemystä siitä kummat taloudellisen suorituskyvyn mittarit ovat parempia, markkinaperusteiset vai kirjanpitooperusteiset. Davidson ja Worrell (1990, 11) pitävät markkinaperusteisia mittareita parempina, sillä heidän mielestään niillä on vahvempi linkki osakkeenomistajien varallisuuteen. Sijoittajat ovat kiinnostuneita kirjanpitooperusteisista mittareista ainoastaan silloin, kun ne vaikuttavat osakkeenomistajien varallisuuteen. Wun (2006, 168) mukaan taas niissä tutkimuksissa, joissa on käytetty markkinaperusteisia mittareita, on onnistuttu löytämään vain heikko yhteys yrityksen yhteiskunnallisen suoriutumisen sekä taloudellisen suoriutumisen välil-

le. Kun taas niissä tutkimuksissa, joissa on käytetty kirjanpitooperusteisia mittareita, yhteys näiden kahden välillä on ollut vahvempi. Wu (2006, 163) näkeekin kirjanpitooperusteiset mittarit parempina, kun yritetään määrittää yrityksen taloudellisen suoriutumisen sekä yhteiskunnallisen suoriutumisen yhteyttä.

5.2 Positiivinen yhteys

Herremans, Akathaporn ja McInnes (1993, 587–588, 592, 598–599, 601) tutkivat tutkimuksessaan yrityksen yhteiskuntavastuun sekä taloudellisen suoriutumisen välistä yhteyttä. Yhteiskuntavastuuta tutkittiin yrityksen yhteiskuntavastuullisuuteen perustuvan maineen kautta. Taloudellista suoriutumista taas tutkittiin neljän kirjanpitooperusteisen mittarin kautta, joita olivat käyttökateprosentti (operating margin), voittomarginaali (net margin), koko pääoman tuottoaste, ROA sekä oman pääoman tuottoaste, ROE. Tutkijat löysivät positiivisen yhteyden yrityksen yhteiskuntavastuullisuuteen perustuvan maineen ja taloudellisen suoriutumisen väliltä. Lisäksi tutkijat havaitsivat, että toimiala sekä riski vaikuttavat yrityksen yhteiskunnalliseen suoriutumiseen. Muun muassa riski on negatiivisessa yhteydessä yrityksen yhteiskunnalliseen suorituskyykyyn eli toisin sanoen mitä parempi maine yrityksellä on yhteiskuntavastuuasioiden suhteen, sitä vähäriskisempi se myös on. Tutkijat tarkkailivat tutkimuksessaan suuria yhdysvaltalaisia tehdasteollisuuden alalla toimivia pörssiyrityksiä kuuden vuoden ajalta vuosilta 1982–1987.

Pava ja Krausz (1996, 322, 335, 346) tutkivat niin ikään yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välistä yhteyttä. Tutkimuksessa keskityttiin pitkän aikavälin taloudellisen suoriutumisen tutkimiseen 53 yrityksen osalta, jotka CEP (Council on economic priorities) oli tunnistanut yhteiskuntavastuullisiksi. Tätä 53 yhteiskuntavastuullisen yrityksen muodostamaa ryhmää verrattiin pitkän aikavälin taloudellisen suoriutumisen osalta kontrolliryhmään, joka koostui samasta määrästä samankokoisia ja samoilla toimialoilla toimivia yrityksiä, joita ei puolestaan ollut tunnistettu yhteiskuntavastuullisiksi. Aineisto koostui siis yhteensä 106 yrityksestä ja taloudellista suoriutumista tarkkailtiin suhteellisesti kahtena eri ajanjaksona (vuodet 1985–1987 sekä 1989–1991). Taloudellista suoriutumista mitattiin tutkimuksessa käyttämällä markkinaperusteisia mittareita, kirjanpitooperusteisia mittareita, riskiin perustuvia mittareita sekä muita yrityksiä erityispiirteisiin perustuvia mittareita. Tutkijat löysivät tutkimuksessaan näyttöä sille, että yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä vallitseva yhteys olisi pikemminkin positiivinen kuin negatiivinen. Tutkimus vahvistikin näkemystä siitä, että yhteiskuntavastuullinen toiminta ei ole välttämättä vain kuluerä yritykselle (mikä on ollut perinteinen näkökulma), vaan siitä voi olla myös taloudellista hyötyä.

Preston ja O'Bannon (1997, 420, 424–425) tutkivat yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suorituskyykyyn välistä suhdetta tutkimalla yrityksen yhteiskunnallisen suoriutumisen

sekä taloudellisen suoriutumisen välistä suhdetta sekä kausaliteettia. Tämä tapahtui valitsemalla Fortune-lehden yritysmaineen luokitteluasteikosta kolme tarkkailtavaa ulottuvuutta, jotka olivat yhteiskunnallinen ja ympäristöllinen vastuu, kyky rekrytoida ja sitouttaa osaavia ja hyviä työntekijöitä sekä tuotteiden ja palveluiden laatu. Nämä ulottuvuudet valittiin, koska ne heijastelevat yrityksille tärkeiden sidosryhmien (työntekijät, asiakkaat ja ympäröivä yhteiskunta) tarpeita. Taloudellista suorituskykyä mitattiin tutkimuksessa kolmen taloudellisen tunnusluvun kautta, jotka olivat koko pääoman tuottoaste eli ROA, oman pääoman tuottoaste eli ROE sekä sijoitetun pääoman tuottoaste eli ROI. Aineisto käsittää 67 ison yhdysvaltalaisen yrityksen tiedot 11 vuodelta vuosilta 1982–1992.

Preston ja O'Bannon (1997, 423, 426, 428.) löysivät tutkimuksessaan positiivisen yhteyden yrityksen yhteiskunnallisen sekä taloudellisen suoriutumiskyvyn välille, joka puolestaan tukee sidosryhmäteoriaa. Mitä näiden kahden kausaalisuhteeseen tulee, niin tutkijat havaitsivat, että hyvä taloudellinen suoriutuminen joko edeltää tai on yhtäaikaista hyvän yhteiskunnallisen suoriutumisen kanssa. Tämä tarkoittaa sitä, että yhteiskunnallisen ja taloudellisen suorituskyvyn yhteys selittyy parhaiten joko niin sanotun ”vapaaan rahoituksen” kautta tai vaihtoehtoisesti positiivisten synergioiden kautta. ”Vapaalla rahoituksella” tarkoitetaan sitä, että mikäli yritys menestyy taloudellisesti hyvin, on sillä käytettävissään enemmän rahaa muun muassa yhteiskuntavastuullisiin projekteihin. Näin ollen taloudellinen suoriutuminen vaikuttaa yhteiskunnalliseen suoriutumiseen.

Myös Waddock ja Graves (1997, 307–315) tutkivat yrityksen yhteiskunnallisen sekä taloudellisen suorituskyvyn suhdetta sekä kausaliteettia. Yhteiskunnallisen suoriutumisen mittaamista varten he kehittivät oman mittarin, jonka pohjana toimi KLD- yritysmaineen luokitteluasteikko. Taloudellisen suoriutumisen mittaamiseen käytettiin taloudellisia tunnuslukuja, jotka olivat ROA, ROE sekä myynnin tuotto, ROS. Kontrollimuuttujina tutkimuksessa käytettiin aikaisempien tutkimusten tapaan yrityskokoa, riskiä sekä toimialaa. Tutkimuksessa havaittiin yrityksen yhteiskunnallisen sekä taloudellisen suoriutumisen olevan positiivisessa yhteydessä toisiinsa.

Lisäksi Waddock ja Graves (1997, 307–315) havaitsivat yrityksen yhteiskunnallisen sekä taloudellisen suoriutumisen välillä vallitsevan syy-seuraussuhteen olevan molempiin suuntiin kulkeva. Mikäli yrityksellä menee taloudellisesti hyvin, on sillä mahdollisuus myös käyttää enemmän resurssejaan yhteiskuntavastuullisiin asioihin. Näin ollen yhteiskunnallinen suoriutuminen tai yhteiskuntavastuullisuus riippuisi taloudellisesta suoriutumisesta. Toisaalta taas yhteiskuntavastuullinen toiminta saattaa luoda yritykselle kilpailuetua, joka taas näkyy parempana taloudellisena suoriutumisena esimerkiksi alentuneiden kustannusten kautta. Esimerkiksi, mikäli yritys panostaa vahvasti työntekijöidensä hyvinvointiin ja antaa itsestään työmarkkinoille kuvan hyvänä työnantajana, saattaa se onnistua rekrytoimaan itselleen osaavimmat työntekijät, jotka taas omalla toiminnallaan ja motivaatiollaan tehostavat yrityksen toimintaa, joka puolestaan aiheut-

taa sen, että yritys suoriutuu taloudellisesti paremmin. Tällöin taloudellinen suoriutuminen riippuisi yhteiskuntavastuullisesta toiminnasta.

Luo ja Bhattacharya (2006, 5, 7, 13, 11) taas tutkivat yrityksen yhteiskuntavastuun ja yrityksen markkina-arvon välistä yhteyttä, jossa he olettivat näiden kahden olevan yhteydessä toisiinsa asiakastytyvyyden kautta. He löysivät positiivisen yhteyden yhteiskuntavastuun ja yrityksen markkina-arvon välille, jossa asiakastytyvyys toimi tässä yhteydessä väliin tulevana tai taustamuuttujana. Toisin sanoen asiakastytyvyydellä on merkittävä vaikutus tämän yhteyden olemassaoloon. Yrityksien yhteiskuntavastuuta mitattiin yhteiskunnallisen suoriutumisen kautta käyttämällä mittarina Fortune-lehden yritysten maineluokitusta. Yritysten markkina-arvoa mitattiin Tobinin q:lla sekä osaketuotoilla eli toisin sanoen yritysten taloudellista suorituskykyä mitattiin käytämällä markkinaperusteisia mittareita.

Schadewitz ja Niskala (2010, 96, 101–105) puolestaan tutkivat yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välistä yhteyttä tutkimalla yhteiskuntavastuuraportoinnin ja yrityksen arvon välistä yhteyttä. Tutkimuskohteena olivat Helsingin pörssin päälistan yhtiöt vuosina 2002–2005. Yhteiskuntavastuun mittarina tutkimuksessa käytettiin GRI-standardiston mukaan laadittuja erillisiä yhteiskuntavastuuraportteja sekä vuosikertomuksia. Taloudellisen suoriutumisen mittarina puolestaan käytettiin erilaisia yritysten markkina-arvomalleja, joista muun muassa Ohlsonin mallia käytettiin arvostuksen lähtökohtana. Tutkimus toteutettiin regressioanalyysillä, jonka tuloksena selvisi, että GRI-standardiston mukainen yhteiskuntavastuuraportointi vaikuttaa positiivisesti yrityksen markkina-arvoon. GRI-standardiston noudattamisen yhteiskuntavastuuraportoinnissa havaittiin siis olevan positiivisessa ja tilastollisesti merkitsevässä yhteydessä yrityksen arvoon. Näin ollen kommunikointi GRI-standardiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kautta on tärkeä yrityksen markkina-arvoa selittävä tekijä.

5.3 Negatiivinen yhteys

Brammer ym. (2006, 100, 114) tutkivat yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suorituskyvyn välistä suhdetta tutkimalla yrityksen yhteiskunnallisen suoriutumisen sekä taloudellisen suoriutumisen välistä suhdetta. He käyttivät yhteiskunnallisen suoriutumisen mittaamiseen EIRIS-yritysmaineen luokitteluasteikkoa ja taloudellista suoriutumista he mittasivat tutkimalla osakekurssien käyttäytymistä. Otoksena he käyttivät Iso-Britanniassa listattuja yhtiöitä. Tutkijat löysivät näiden välille negatiivisen yhteyden eli niiden yritysten osakekurssin kehitys oli heikompaa, jotka olivat korkealla yritysmaineen luokitteluasteikolla verrattuna niihin yrityksiin, jotka puolestaan olivat yritysmaineen luokitteluasteikolla heikoilla sijoilla. Yritysmaineen luokitteluasteikolla heikoilla sijoilla olevien yritysten osakekurssin kehitys oli selvästi parempaa. Tutkimuksessa

toimialaa käytettiin kontrollimuuttujana ja koska tutkimuksessa erot toimialojen välillä yhteiskunnallisen suoriutumisen sekä taloudellisen suoriutumisen välillä olivat merkittäviä, niin toimialan havaittiin olevan tutkimuksessa myös väliintuleva muuttuja.

López ym. (2007, 285, 289–293) tutkivat niin ikään yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suorituskyvyn välistä suhdetta. Heidän tutkimuksensa koostui 110 eurooppalaisesta yrityksestä, joista puolet (55 kpl) kuului Dow Jonesin yhteiskuntavastuuindeksiin (DJSI) ja puolet (55 kpl) kuului globaaliin Dow Jones indeksiin (DJGI). Otosyritykset (110 kpl) olivat muilta piirteiltään samanlaisia muun muassa samankokoisia ja liiketoiminnaltaan samantyyppisiä. Tällä haluttiin taata otoksen homogeenisuus. Yritykset, jotka kuuluvat Dow Jonesin yhteiskuntavastuuindeksiin, on valittu siihen nimenomaan yritysten yhteiskuntavastuullisen toiminnan vuoksi. Näitä yrityksiä pidetään siis yhteiskuntavastuullisina. Toiseen ryhmään kuuluvat yritykset toimivat verrokiryhmänä eli he eivät kuuluneet Dow Jonesin yhteiskuntavastuuindeksiin. Tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia, että onko näiden kahden yritysryhmän välillä eroa taloudellisessa suoriutumisessa vuosina 1998–2004. Yhteiskuntavastuun mittarina toimi siis Dow Jonesin yhteiskuntavastuuindeksi, joka oli dummy-muuttuja eli yritys sai arvon 0, mikäli yritys ei kuulunut Dow Jonesin yhteiskuntavastuuindeksiin ja arvon 1, mikäli yritys kuului kyseiseen indeksiin. Yritysten taloudellista suoriutumista mitattiin puolestaan erilaisilla taloudellisilla mittareilla, jotka olivat pääosin kirjanpitooperusteisia. Näitä olivat muun muassa kasvu tuloslaskelman erässä ”tulos ennen veroja”, liikevaihdon kasvu, ROE, ROA ja vieraan pääomankustannukset. Kontrollimuuttujina tutkimuksessa käytettiin yrityskokoa, toimialaa sekä riskiä. Tutkijat jakoivat tarkasteluvuodet vielä kahteen kolmen vuoden jaksoon, 1999–2001 sekä 2002–2004.

Tutkijat eivät havainneet tilastollisesti merkitsevää yhteyttä yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä vuosina 1999–2001. Sen sijaan vuosina 2002–2004 tutkijat havaitsivat tilastollisesti merkitsevän negatiivisen yhteyden yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä. Tilastollinen negatiivinen yhteys havaittiin käyttämällä taloudellisen suoriutumisen mittarina kasvua tuloslaskelman erässä ”tulos ennen veroja”. Tutkijat havaitsivat, että ne yritykset, jotka olivat ottaneet yhteiskuntavastuullisuuden osaksi toimintaansa ja kuuluivat näin ollen Dow Jonesin yhteiskuntavastuuindeksiin, suoriutuivat taloudellisesti heikommin. Perustelu tähän oli tutkijoiden mukaan muun muassa siinä, että yhteiskuntavastuullinen toiminta sitoo resursseja ja aiheuttaa kustannuksia ensimmäisinä vuosina, joka puolestaan vaikuttaa negatiivisesti näiden yritysten kannattavuuteen. Tutkijat olivat kuitenkin sitä mieltä, että yhteys yhteiskuntavastuullisuuden ja taloudellisen suoriutumisen välillä on negatiivinen nimenomaan lyhyellä aikavälillä. Pitkän aikavälin tuloksista tutkijat eivät saaneet tilastollisesti merkitseviä tuloksia, mutta pitivät mahdollisena, että yhteys voisi olla positiivinen pitkällä aikavälillä, kuten aikaisemmat tutkimukset ovat todenneet (López ym. 2007, 285, 289–293).

5.4 Ei yhteyttä

McWilliams ja Siegel (2000, 603–608) tutkivat tutkimuksessaan yrityksen yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen yhteyttä tutkimalla yritysten yhteiskuntavastuun, tutkimuksen ja tuotekehityksen sekä taloudellisen kannattavuuden välistä yhteyttä. Tutkijat havaitsivat positiivisen yhteyden. Tutkijat käyttivät taloudellisen kannattavuuden mittareina kirjanpitoperusteisia mittareita, jotka mittasivat yrityksen pitkän aikavälin taloudellista suoriutumista, kuten liiketoiminnan tuottoja. Yhteiskuntavastuun mittarina käytettiin puolestaan KLD -yritysmaineen luokitteluasteikkoa. Tutkimus toteutettiin regressioanalyysillä, jossa tehtiin kolme erilaista mallia. Jokaisessa mallissa käytettiin kontrollimuuttujina yrityskokoa, riskiä sekä yritysten mainostamisen tasoa. Tutkimuksessa käytettiin dataa 1990-luvulta useammalta vuodelta. Lopullisessa mallissa oli yhteensä 524 havaintoyritystä.

Ensimmäisessä regressiomallissa tutkijat havaitsivat positiivisen ja tilastollisesti merkitsevän yhteyden yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä, kun he eivät ottaneet regressiomallissaan huomioon T&K:n vaikutusta eivätkä toimialan vaikutusta. Toisessa regressiomallissa taas, kun T&K:n vaikutus huomioitiin, muuttui yhteys yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä tilastollisesti ei merkitseväksi. Toisessa mallissa lisäksi yritysten tutkimuksen ja tuotekehityksen ja taloudellisen suoriutumisen havaittiin olevan positiivisessa ja tilastollisesti merkitsevässä yhteydessä toisiinsa. Lisäämällä toimialan vaikutuksen vielä toiseen regressiomalliin tutkijat onnistuivat parantamaan mallin selitystasetta ja positiivinen yhteys T&K:n sekä taloudellisen suoriutumisen välillä kasvoi hieman ja pysyi edelleen tilastollisesti merkitsevänä. Näin ollen McWilliams ja Siegel olivat sitä mieltä, että aikaisemmat tutkimukset ovat epäonnistuneet ilmiön mallinnuksessa jättämällä T&K:n vaikutuksen pois ja tällä tavalla löytäneet positiivisen ja tilastollisesti merkitsevän yhteyden yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välille, vaikka tosiasiansa näiden kahden välillä ei ole yhteyttä (McWilliams & Siegel 2000, 603–608).

Myös Moore (2001, 299–200, 304–313) tutki yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välistä yhteyttä. Moore tarkasteli tutkimuksessaan kahdeksaa päivittäistavarakauppaketjua kolmen vuoden ajanjaksona vuosina 1997/1998–1999/2000 riippuen siitä, miten dataa oli saatavilla. Yhteiskuntavastuun mittaamiseksi rakennettiin oma mittaristo, jossa arvioitiin yrityksiä useammalla yhteiskuntavastuun osa-alueella ja nämä osa-alueet pisteytettiin yrityksittäin ja vuosittain. Tarkasteltuja yhteiskuntavastuun osa-alueita olivat muun muassa työntekijät, asiakkaat, sidosryhmät, toimittajat, ympäristö ja yhteiskunta. Yritysten taloudellista suoriutumista mitattiin puolestaan kirjanpitoperusteisilla mittareilla, joita olivat muun muassa liikevaihdon kasvu, kannattavuus, sijoitetun pääoman tuottoaste ja osakekohtainen tulos. Yritysten taloudellinen suoriutuminenkin pisteytettiin ja muodostettiin tällä tavalla yksi useita taloudelli-

sia mittareita sisältävä isompi mittaristo tai taloudellisen suoriutumisen indeksi. Moore korosti tutkimuksessaan, että yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välisen yhteyden selvittämiseksi on tärkeää, että tutkimuksessa otetaan huomioon mahdollisimman monia yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen mittareita ja osaluokkia, sillä kyseessä on hyvin monimutkainen ilmiö.

Moore (2001, 299–300, 304–313) löysi tutkimuksessaan yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoristumisen välille negatiivisen yhteyden. Yritysten yhteiskuntavastuullisuuden kasvaessa yritysten taloudellinen suoriutuminen heikkeni. Yhteys ei kuitenkaan ollut tilastollisesti merkitsevä ja näin ollen tutkimuksen perusteella yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä ei vaikuttaisi olevan yhteyttä. Lisäksi tutkimuksessa testattiin yhteiskuntavastuun ja yrityskoon, yrityksen iän ja velkaantumisen välistä yhteyttä. Yhteiskuntavastuun ja yrityskoon sekä iän välille havaittiin positiivinen yhteys, joista yrityskoon ja yhteiskuntavastuun välille havaittiin jopa tilastollisesti merkitsevä yhteys. Yhteiskuntavastuun ja velkaantumisen välinen yhteys oli puolestaan negatiivinen ja tilastollisesti ei merkitsevä.

Seifert ym. (2004, 136, 144–150) tutkivat tutkimuksessaan yrityksen yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen yhteyttä tutkimalla yritysten tekemän hyväntekeväisyyden sekä kannattavuuden välistä yhteyttä. Tutkimuksessa ei kuitenkaan havaittu tilastollisesti merkitsevää yhteyttä näiden kahden välille. Hyväntekeväisyyden mittarina olivat yritysten lahjoitukset eri hyväntekeväisyysjärjestöille ja -tahoille vuosina 1997–1998. Taloudellisena mittarina tutkimuksessa toimi puolestaan yritysten osakkeiden kokonaistuotto sijoittajille lahjoitusvuonna (markkinaperusteinen mittari). Tutkimuksessa käytettiin useita kontrollimuuttujia, joita olivat muun muassa yrityskoko, omaisuuden koko, toimiala ja riski. Tutkimuksessa havaittiin, että yritykset lahjoittavat enemmän rahaa hyväntekeväisyyteen, jos heidän kassavirtansa on hyvä ja yrityksellä on niin sanottua ”ylimääräistä” rahaa. Kuitenkaan yhteyttä siihen, että itse lahjoittaminen ja sitä kautta tehtävä yhteiskuntavastuullisuus johtaisi yritysten kannattavuuteen tai parempaan taloudelliseen suoriutumiseen, ei löydetty.

Brine ym. (2007, 47–48, 52–54) tutkivat niin ikään yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välistä yhteyttä australialaisissa yrityksissä. He tarkastelivat tutkimuksessaan Australian top 300 listayhtiöihin kuuluvia yhtiöitä vuonna 2005. Lopullisessa otoksessa heillä oli yhteensä 277 yhtiötä. Brine ym. käyttivät tutkimuksessaan yhteiskuntavastuun mittarina erillisiä yhteiskuntavastuuraportteja. Yhteiskuntavastuun mittari oli siis kategorinen dummy-muuttuja, joka sai arvon 0 tai 1 sen mukaan oliko yritys julkaissut erillisen yhteiskuntavastuuraportin vai ei. Taloudellisen suoriutumisen mittaamiseen tutkimuksessa käytettiin kirjanpitooperusteisia mittareita, ROA, ROE sekä ROS, sillä jokainen tunnusluku antaa tutkijoiden mukaan erilaista tietoa yrityksistä. Kontrollimuuttujina tutkijat käyttivät yrityskokoa sekä yritysten riskisyyttä. Tutkimus toteutettiin regressioanalyysillä käyttämällä pienimmän neliösumman menetelmää. Tut-

kijat saivat viitteitä siitä, että yrityksen yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä vallitseva yhteys olisi positiivinen, mutta tutkimustulokset eivät olleet tilastollisesti merkitseviä. Näin ollen tutkijat eivät voineet todeta, että yritysten yhteiskuntavastuullisuuden ja taloudellisen suoriutumisen välillä vallitsisi yhteyttä.

Huang (2010, 641, 645–651) puolestaan tutki tutkimuksessaan yritysten hyvän hallinnointitavan, yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen keskinäisiä yhteyksiä. Tutkimus toteutettiin tutkimalla yhteensä 297 taiwanilaista elektroniikka-alan yritystä vuosina 2006–2007. Tutkimuksessa yhteiskuntavastuuta mitattiin yhteiskuntavastuureporttien ja vuosikertomusten kautta sisältöanalyysillä. Yhteiskuntavastuureporteista ja vuosikertomuksista etsittiin kuuteen yhteiskuntavastuun alueeseen (työntekijät, asiakkaat, toimittajat, yhteisö, yhteiskunta ja ympäristö) liittyviä lauseita ja lauseiden lukumäärät muodostivat kvantitatiiviset mittarit yhteiskuntavastuulle. Taloudellista suoriutumista mitattiin puolestaan yritysten ROA-tunnusluvun kautta. Kontrollimuuttujina tutkimuksessa olivat yrityskoko, viennin intensiteetti, T&K intensiteetti sekä osakkeenomistajista koostuva kontrolliryhmä.

Tutkimus toteutettiin regressioanalyysillä käyttämällä pienimmän neliösumman menetelmää. Tutkimuksessa havaittiin, että yritysten hyvä hallinnointitapa vaikuttaa sekä yritysten yhteiskuntavastuuseen, että yritysten taloudelliseen suoriutumiseen. Lisäksi tämä yhteys on positiivinen ja tilastollisesti merkitsevä. Tutkimuksessa ei kuitenkaan havaittu, että yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä olisi suoraa tilastollisesti merkitsevää yhteyttä (Huang 2010, 641, 645–651).

5.5 Epälineaarinen yhteys

Barnett ja Salomon (2012, 1304–1305, 1308–1316) tutkivat tutkimuksessaan yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välistä yhteyttä. He halusivat tutkimuksessaan korostaa, että aikaisemmat tutkimustulokset aiheesta, eivät välttämättä ole ristiriidassa keskenään. He olivat sitä mieltä, että yhteys yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä ei ehkä olekaan lineaarinen ja näin ollen joko positiivinen tai negatiivinen, vaan että yhteys saattaisi pikemminkin olla U:n muotoinen. Toisin sanoen tutkijat olivat sitä mieltä, että yhteys yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä saattaisi joillakin yrityksillä jossakin vaiheessa olla negatiivinen, mutta kääntyä sitten tietyn pisteen tai ajan jälkeen positiiviseksi. He tutkivat asiaa paneeliregressioanalyysillä käyttämällä pienimmän neliösumman menetelmää. Otos koostui 1 214 yrityksestä ja 4 730 havainnosta vuosina 1998–2006. Yhteiskuntavastuun mittarina tutkimuksessa käytettiin KLD -yritysmaineen luokitteluasteikkoa. Taloudellisen suorituskyvyn mittaamina käytettiin puolestaan yrityksen nettotulosta sekä ROA-tunnuslukua. Kontrollimuuttujina tutkimuksessa käytettiin yrityskokoa, yritysten velkaantuneisuutta, T&K

intensiteettiä sekä mainonnan intensiteettiä⁸. Lisäksi tutkimuksessa kontrolloitiin vielä toimialan, yritys kohtaisten tekijöiden sekä tarkasteluvuosien vaikutuksia spesifioimalla regressioyhtälöä.

Tutkimuksessa muodostettiin useita regressiomalleja, mutta tulokset olivat suhteellisen selkeitä. Tutkimuksessa havaittiin, että yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä vallitsee U:n muotoinen tilastollisesti merkitsevä yhteys. Tutkimuksessa havaittiin, että yritykset, joiden yhteiskuntavastuullinen suoriutuminen on heikkoa, suoriutuvat taloudellisesti paremmin kuin yritykset joiden yhteiskunnallinen suoriutuminen on keskitasoa. Tutkimuksessa havaittiin kuitenkin, että ne yritykset, joiden yhteiskuntavastuullinen suoriutuminen on korkea eli yritykset, jotka ovat erittäin yhteiskuntavastuullisia suoriutuvat myös taloudellisesti parhaiten verrattuna muihin yrityksiin. Lisäksi tutkijat olivat sitä mieltä, että se millainen suhde yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välille löydetään tai jää löytämättä, riippuu yrityksistä. Jotkut yritykset ovat parempia muuttamaan yhteiskuntavastuullisuutensa ja panostuksensa yhteiskuntavastuulliseen toimintaan ”rahaksi”. Tämä puolestaan riippuu yritysten kyvystä vaikuttaa sidosryhmiinsä. Näin ollen tutkijoiden mukaan yhteiskuntavastuullinen toiminta tulisi nähdä pitkän aikavälin investointina, jolla pystytään vaikuttamaan sidosryhmiin ja hyötyä siitä ”rahallisesti” tulevaisuudessa. Hyödyllä voidaan tarkoittaa esimerkiksi alentuneita kaupankäynnin kustannuksia, kasvaneita markkinamahdollisuuksia tai ”ylihinnoittelu” mahdollisuuksia tulevaisuudessa. Nämä kaikki puolestaan johtavat yrityksen kannalta parempaan taloudelliseen suoriutumiseen (Barnett & Salomon 2012, 1304–1305, 1308–1316).

Lu ym. (2013, 5683, 5689–5693) tutkivat niin ikään yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välistä yhteyttä tutkimalla yhdysvaltalaisia yrityksiä, jotka toimivat puolijohdeteollisuudessa. Taloudellista suoriutumista mitattiin yritysten operatiivisen toiminnan tehokkuuden kautta, jota mitattiin erilaisilla tehokkuusmittareilla. Yhteiskuntavastuun mittareina toimivat KLD yritysmaineen luokitteluasteikon pohjalla olevat kvantitatiiviset mittarit. Tutkijat halusivat saada selville onko niiden yritysten operatiivinen tehokkuus parempaa, jotka ovat vastikään sitoutuneet yhteiskuntavastuulliseen toimintaan. Tutkimuksessa käytettiin erilaisia analyysimenetelmiä muun muassa paneeliregressioanalyysiä. Tutkimuksessa käytettiin dataa vuosilta 2004–2008 puolijohdeteollisuuden yrityksistä. Tutkimuksessa havaittiin, että lyhyellä aikavälillä, ne yritykset jotka ovat sitoutuneet yhteiskuntavastuulliseen toimintaan, suoriutuvat heikommin operatiivisessa toiminnassaan kuin ne, jotka eivät ole sitoutuneet yhteiskuntavastuulliseen toimintaan. Syynä tähän ovat yhteiskuntavastuullisen toiminnan aiheuttama suurempi vastuu ja kulut yhteiskuntavastuullisesta toiminnasta.

⁸ Intensiteetillä tarkoitetaan tässä prosenttilukua → kulut suhteessa myyntiin.

Kuitenkin, kun yhteiskuntavastuullinen toiminta on integroitu selkeästi osaksi yritystä ja sen toimintaa, on tuo yhteys kääntynyt positiiviseksi. Yhteiskuntavastuusta on tällöin tullut yrityksen kilpailuetu, joka auttaa yritystä selviämään paremmin erittäin kilpailuilla markkinoilla. Näin ollen pitkällä aikavälillä yhteiskuntavastuu tuo siis yrityksille kilpailuetua ja parantaa yritysten operatiivista tehokkuutta. Yhteys on siis pitkällä aikavälillä havaittu positiiviseksi. Lisäksi tutkimuksessa havaittiin, että yritysten yhteiskuntavastuullisuus toimii myös niin sanottuna puskurina taloudellisessa taantumassa. Tutkimuksessa havaittiin, että yhteiskuntavastuullisten yritysten operatiivinen suoriutuminen jopa parani tasaisesti yleisen taloudellisen tilanteen ollessa heikko. Tutkimuksessa havaittiin myös, että yhteiskuntavastuullisesta toiminnasta erityisesti kierrätykseen ja saasteiden esto -ohjelmiin, työympäristön turvallisuuteen ja työolojen parantamiseen keskittyviin ohjelmiin sekä työntekijöiden oikeuksiin ja monimuotoisuuteen liittyviin ohjelmiin sitoutuminen oli positiivisessa yhteydessä yrityksen taloudelliseen suoriutumiseen (Lu ym. 2013, 5683, 5689–5693).

5.6 Syitä epäjohdonmukaisiin tutkimustuloksiin

Ullmann (1985, 540, 546–548) kävi tutkimuksessaan läpi aikaisempia tutkimuksia yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välisestä yhteydestä. Hän kävi läpi 13 tutkimusta aiheesta, joissa kahdeksassa yhteys oli havaittu positiiviseksi, kahdessa yhteyttä ei ollut havaittu, kahdessa yhteys oli havaittu negatiiviseksi ja yhdessä yhteys oli havaittu epälineaariseksi, U:n muotoiseksi. Ullmannin mukaan se, että aikaisempien tutkimusten tulosten välillä on epäjohdonmukaisuutta, johtuu pääosin kolmesta syystä. Nämä syyt ovat teorian puutteellisuus, keskeisten termien riittämätön tai epäsovelia määrittely sekä empiiriseen dataan ja tietokantoihin liittyvät heikkoudet.

Näillä kolmella syyllä tarkoitetaan muun muassa sitä, että yhteiskuntavastuulle ei ole tutkijoiden keskuudessa yhtä yhtenäistä määritelmää tai yksiselitteistä mittaria, jota kaikissa tutkimuksissa noudatettaisiin johdonmukaisesti. Myöskään taloudelliselle suoriutumiselle ei ole olemassa yhtä kaikenkattavaa ja yleisesti hyväksyttyä mittaria, vaan tutkimuksissa käytetyt taloudelliset mittarit vaihtelevat. Nämä erot yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen mittareissa vaikuttavat tutkimusten tuloksiin. Lisäksi myös otoskoot vaihtelevat tutkimuksittain. Jossakin tutkimuksessa otos saattaa kattaa 80 yritystä ja toisessa vain yhdeksän, joka puolestaan vaikuttaa tutkimusten tuloksiin ja niiden vertailukelpoisuuteen. Myös tutkimusten toteutustavat sekä tutkimuksissa käytetyt tutkimusajankohdat ja ajanjaksot vaihtelevat, joka saattaa vaikuttaa tutkimusten tuloksiin. Lisäksi se, että tutkijat eivät välttämättä ole osanneet tunnistaa asianmukaisia ja olennaisia kontrollimuuttujia, jotka saattavat vaikuttaa yritysten yhteiskuntavastuun ja

taloudellisen suoriutumisen väliseen yhteyteen, on syynä aikaisempien tutkimusten tuloksien väliseen epäjohdonmukaisuuteen (Ullmann 1985; Kapoor & Sandhu 2010).

Griffin ja Mahon (1997, 5, 16–24) tutkivat tutkimuksessaan niin ikään yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välistä yhteyttä. Tutkimuksessa tarkasteltiin seitsemää kemianteollisuuden yritystä. Tutkimuksessa otettiin huomioon useita yhteiskuntavastuun sekä taloudellisen suoriutumisen mittareita. Tutkimus toteutettiin vertailemalla seitsemän yrityksen sijoittumista eri yhteiskuntavastuun mittaristoissa sekä taloudellista suoriutumista eri mittareilla mitattuna. Tutkimuksessa käytettiin neljää yhteiskuntavastuun mittaria, joita olivat Fortune ja KLD -maineenluokitteluasteikot, yritysten ympäristömyrkyjen käsittelyyn painottuva TRI-indeksi, sekä yritysten hyväntekeväisyyden tasoasteikko. Taloudellisen suoriutumisen mittareita oli viisi ja nämä olivat puolestaan ROE, ROA, viiden vuoden keskiarvo ROSista, luonnollinen logaritmi taseen loppusummasta sekä käyttöomaisuuden ikä. Tutkimus toteutettiin pääosin vertailemalla mittareiden keskiarvoja ja korrelaatioita.

Tutkimuksen tarkoituksena ei ollut tutkia varsinaisesti riippuvuutta ja saada tilastollisesti merkitseviä tuloksia. Tutkimuksen tarkoituksena oli osoittaa, että kuinka käytettyjen mittareiden valinta vaikuttaa jo etukäteen saataviin tuloksiin. Tutkimuksessa selvisi nimittäin, että riippuen siitä, mitä yhteiskuntavastuun mittaria ja mitä taloudellista tunnuslukua käytettiin tarkastelussa, niin tällä oli vaikutusta yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen väliseen yhteyteen. Tutkimuksessa siis korostettiin sitä, että mittareiden valinnalla on merkitystä siihen, millainen yhteys yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välille voidaan löytää. Tutkimuksessa havaittiin, että riippuen käytetyistä mittareista, yhteys vaihteli positiivisesta siihen, että yhteyttä ei löytynyt. Viitteitä positiivisesta yhteydestä yritysten taloudellisen suoriutumisen ja yhteiskuntavastuun välillä löydettiin käyttämällä Fortune sekä KLD -maineenluokitteluasteikoita ja yhteys jäi puolestaan löytämättä, kun käytettiin muita yhteiskuntavastuun mittareita (Griffin & Mahon 1997, 5, 16–24). Myös Balabanis ym. (1998, 25–44) saivat epäjohdonmukaisia tuloksia tutkiessaan yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välistä yhteyttä eri mittareilla. Lisäksi osa yhteyksistä havaittiin erittäin heikoiksi. Balabanis ym. tutkivat yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen yhteyttä 56 suuressa yhtiössä Iso-Britanniassa 1980–1990 luvuilla.

5.7 Yhteenveto ja tutkielman viitekehys

Edellä läpikäytyjen tutkimusten perusteella yhteiskuntavastuun taloudellisten vaikutusten tutkimuskentässä näyttää vallitsevan samat ongelmat kuin jo vuosikymmeniä sitten. Ullmann toi tutkimuksessaan (1985) jo esille nämä tutkimusasetelmien ongelmat, mutta silti aihealueen tutkimustyötä on jatkettu erilaisista asetelmista huolimatta. Kuten taulu-

kosta (Taulukko 3, s. 60) nähdään, vaikuttaa siltä, että monet tutkijat ovat kuitenkin vakuuttuneita siitä, että yhteys on olemassa. Lisäksi suurimmassa osassa tutkimuksia on löydetty positiivinen yhteys ja näin ollen on siis enemmänkin todennäköistä, että yhteys on olemassa ja se on nimenomaan positiivinen. Täytyy kuitenkin ottaa huomioon myös ne tutkimukset, joissa yhteyttä ei ole löytynyt tai se on ollut negatiivinen. Näin ollen onkin ehkä todennäköistä, että yhteyttä ei tosiaan ole olemassa kaikkien yritysten tapauksessa tai se voi olla negatiivinen, kuten Barnett ja Salomon (2012) totesivat omassa tutkimuksessaan. Yritykset ovat erilaisia, eivätkä kaikki yritykset välttämättä ole tosiasiassa omaksuneet yhteiskuntavastuullista toimintatapaa, vaan joissakin yrityksissä yhteiskuntavastuu saattaa olla vain mielikuvien luomista tai niin sanottua viherpesua. Lisäksi on todennäköistä, että yritysten sitoutuessa ensimmäistä kertaa yhteiskuntavastuulliseen toimintaan, heille syntyy enemmän kuluja kuin varsinaisia tuottoja yhteiskuntavastuullisesta toiminnasta. Näin ollen yhteys on todennäköisesti ainakin ensimmäisinä vuosina negatiivinen. Se muuttuuko yhteys pidemmällä aikavälillä positiiviseksi, riippuu taas yritysten todellisesta sitoutumisesta yhteiskuntavastuulliseen toimintaan sekä kyvystä tällä tavoin vaikuttaa sidosryhmiinsä.

Taulukko 3 Yhteenvedo aikaisemmista tutkimuksista

Tutkijat	TUTKIMUKSESSA KÄYTETYT MUUTTUJAT/MITTARIT			Tulos
	Yhteiskuntavastuu	Taloudellinen suorituskyky	Väliintulevien, tausta-, yms. muuttujien kontrollointi	
Herremans ym. (1993)	Yritysmaine	KPM: Käyttökateprosentti, voittomarginaali, ROA, ROE	Toimiala, riski	Positiivinen yhteys
Pava & Krausz (1996)	Yritysmaine	KPM & MPM: Osaketuotot, PE-luku, PB-luku, ROA, ROE, EPS, current ratio, quick ratio, velkaantuneisuus yms.	Pääomavaltaisuus, yrityskoko	Positiivinen yhteys
Preston & O'Bannon (1997)	Yritysmaine	KPM: ROA, ROE, ROI	-	Positiivinen yhteys
Waddock & Graves (1997)	Yritysmaine	KPM: ROA, ROE, ROS	Toimiala, riski, yrityskoko	Positiivinen yhteys
Luo & Bhattacharya (2006)	Yritysmaine	MPM: Tobinin q ja osaketuotot	Asiakastyytyväisyys	Positiivinen yhteys
Schadewitz & Niskala (2010)	Yhteiskuntavastuuraportointi	MPM: Erilaiset yrityksen markkina-arvomallit	-	Positiivinen yhteys
Brammer ym. (2006)	Yritysmaine	MPM: Osakekurssien kehitys	Toimiala	Negatiivinen yhteys
López ym. (2007)	Yritysmaine	KPM: Kasvu tuloslaskelman erässä ”tulos ennen veroja”	Toimiala, riski, yrityskoko	Negatiivinen yhteys
McWilliams & Siegel (2000)	Yritysmaine	KPM: Pitkän aikavälin liiketoiminnan tuotot	Toimiala, riski, yrityskoko, mainonta, T&K	Ei yhteyttä
Moore (2001)	Yritysmaine	KPM: Liikevaihdon kasvu, kannattavuus, ROI, EPS-luku yms.	Yrityskoko, yrityksen ikä, velkaantuneisuus	Ei yhteyttä
Seifert ym. (2004)	Hyväntekeväisyys	MPM: Osakkeiden kokonaistuotto sijoittajille	Toimiala, riski, yrityskoko, omaisuuden koko, T&K, omistus	Ei yhteyttä
Brine ym. (2007)	Yhteiskuntavastuuraportointi	KPM: ROA, ROE, ROS	Riski, yrityskoko	Ei yhteyttä
Huang (2010)	Yhteiskuntavastuuraportointi	KPM: ROA	Yrityskoko, vienti, T&K, omistus, hyvä hallinnointitapa	Ei yhteyttä
Barnett & Salomon (2012)	Yritysmaine	KPM: Nettotulos, ROA	Toimiala, yrityskoko, velkaantuneisuus, T&K, mainonta, yrityskohtaiset tekijät, tarkasteluvuodet	Epälineaarinen yhteys
Lu ym. (2013)	Yritysmaine / erilaiset yhteiskuntavastuun ohjelmat	KPM: Erilaiset tehokkuusmittarit	-	Epälineaarinen yhteys

Taulukossa (Taulukko 3, s.60) lyhenteellä KPM tarkoitetaan kirjanpitooperusteisia mittareita ja MPM markkinaperusteisia mittareita. Lisäksi yritysmaineella viitataan erilaisiin julkisesti saatavilla oleviin yritysmaineen luokitteluasteikkoihin, joita on käytetty paljon yhdysvaltalaisissa tai yhdysvaltalaisella datalla tehdyissä tutkimuksissa. Tässä tutkielmassa lähdetään siitä, että ehkä valintaa siitä, onko yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välisen yhteyden suunta positiivinen vai negatiivinen, ei tarvitse tehdä. Ehkä kyse on ennemminkin perspektiivin valinnasta ja siitä, miltä kannalta asiaa katsotaan. Kyse on myös paljon siitä, millaisia yrityksiä tarkastellaan ja missä kulttuurisessa kontekstissa. Tässä tutkielmassa oletetaan, että yhteys yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä olisikin epälineaarinen. Tällä oletuksella tarkoitetaan sitä, että yritysten ensimmäisinä yhteiskuntavastuullisen toiminnan omaksumisvuosina yhteys yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä saattaa olla negatiivinen (lyhyt aikaväli). Kuitenkin pidemmällä aikavälillä, kun yritykset ovat todella sitoutuneet ja integroineet yhteiskuntavastuullisen toiminnan osaksi yritystä ja sen liiketoimintaa, yhteyden oletetaan muuttuvan positiiviseksi. Tässä tutkimuksessa oletetaan aikaisempaan kirjallisuuteen sekä pitkään tarkastelujaksoon (vuodet 2009–2012) perustuen, että yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välille löydetään positiivinen yhteys.

Lisäksi, koska tutkielman tutkimuspopulaatio koostuu suomalaisista pörssiyhtiöistä, oletetaan näiden olevan yrityksiä, jotka ovat tosissaan sitoutuneet yhteiskuntavastuulliseen toimintaan, eikä näin ollen kyse ole viherpesusta tai mielikuvien luomisesta. Oletus perustuu muun muassa Juholinin (2004b) tutkimukseen yhteiskuntavastuusta suomalaisessa kontekstissa. Juholin (2004b, 20, 29) käsitteli tutkimuksessaan yritysten yhteiskuntavastuullisen toiminnan taustoja, kehitystä, syitä sekä motiiveja. Tutkimus toteutettiin haastattelemalla yritysjohtajia suomalaisissa kansainvälisissä yrityksissä. Juholinin tutkimuksessa selvisi, että yritysten yhteiskuntavastuullinen toiminta on Suomessa hyvin arvoperusteista sekä korkealta tasolta johdettua. Näin ollen yhteiskuntavastuu nähdään suomalaisissa yrityksissä tärkeänä osana yritysten johtamisjärjestelmiä. Lisäksi yhteiskuntavastuullinen toiminta yhdistetään suomalaisissa yrityksissä osaksi riskien hallintaa ja yritysten pitkän tähtäimen kannattavuutta. Yhteiskuntavastuullisen toiminnan ja pitkän tähtäimen kannattavuuden nähdään siis olevan toisistaan riippuvia.

Lisäksi Juholin (2003, 96) mainitsee, että yhteiskuntavastuullisuutta on hedelmällistä tutkia suomalaisessa kontekstissa, sillä Suomessa yritysten yhteiskuntavastuullisuus on pitkälle kehittynyttä ja Suomessa yritykset suhtautuvat yhteiskuntavastuun asioihin vakavasti. Juholinin (2004b) tutkimuksen tulosten perusteella sekä Juholinin (2003) julkaisun perusteella voidaan siis olettaa, että suomalaisissa yrityksissä yhteiskuntavastuullinen toiminta ei ole koskaan vain mielikuvien luomista. Lisäksi suomalaisessa tai laajemminkin pohjoiseurooppalaisessa ja eurooppalaisessa kulttuurissa yritysten yhteis-

kuntavastuullisuutta on jo vuosisatoja pidetty itsestään selvyytenä, varsinkin eurooppalaisissa hyvinvointivaltioissa.

5.7.1 *Hypoteesien rakentaminen*

Kuten taulukosta (Taulukko 3, s.60) nähdään, niin monissa aikaisemmissa tutkimuksissa on käytetty taloudellisen suorituskyvyn mittaamiseen ROA- ja ROE-tunnuslukuja. Näitä taloudellista suorituskykyä kuvaavia mittareita käyttämällä on aikaisemmassa kirjallisuudessa saatu moninaisia tuloksia. Tässä tutkimuksessa käytetään taloudellisen suorituskyvyn mittareina myös ROA- ja ROE-tunnuslukuja aikaisempaan kirjallisuuteen perustuen. Näiden kahden tunnusluvun ohelle yritysten taloudellisen suoriutumisen mittariksi on otettu myös yritysten nettovelkaantumisaste. Nettovelkaantumisaste ei ole ollut käytetyin taloudellisen suorituskyvyn mittari aikaisemmassa kirjallisuudessa, mutta sitä on kuitenkin käytetty aikaisemmassa kirjallisuudessa jonkun verran. Nettovelkaantumisaste valittiin, sillä haluttiin ottaa suosituimpien mittareiden ohelle kolmas, yritysten taloudellista suoriutumista toisenlaisesta näkökulmasta kuvaava mittari.

Yhteiskuntavastuun mittarina on suurimmassa osassa aikaisemmissa tutkimuksissa käytetty erilaisia julkisesti saatavilla olevia yritysmaineen luokitteluasteikkoja. Tämä trendi on nähtävissä myös aikaisempien tutkimusten yhteenveto -taulukosta (Taulukko 3, s.60). Lisäksi yhteiskuntavastuuraportointia on myös muutamissa tutkimuksissa käytetty yritysten yhteiskuntavastuun mittarina. Näissä tutkimuksissa yhteiskuntavastuuraportointi on yleensä toiminut kategorisena dummy-muuttujana, jonka perusteella yritykset ovat jakautuneet pääasiassa kahteen luokkaan, ”raportoi yhteiskuntavastuusta” ja ”ei raportoi yhteiskuntavastuusta”. Tässä tutkimuksessa yhteiskuntavastuun mittarina käytetään myös yritysten yhteiskuntavastuuraportointia, jonka pohjalta on kuitenkin rakennettu oma yritysten yhteiskuntavastuun tasoluokitus. Tasoluokituksessa yritykset on jaettu useampaan luokkaan yhteiskuntavastuuraportointinsa perusteella. Näin ollen tämän tutkimuksen yhteiskuntavastuun mittari voidaan nähdä niin sanotusti kahden edellä mainitun yhteiskuntavastuun mittarin yhdistelmänä.

Aikaisemmissa tutkimuksissa yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välille on löydetty negatiivinen yhteys, positiivinen yhteys tai ei yhteyttä ollenkaan. Negatiivista yhteyttä on perusteltu muun muassa sillä, että yhteiskuntavastuullinen toiminta sitoo resursseja ja luo kustannuksia enemmän kuin aiheuttaa taloudellista hyötyä yritykselle. Positiivista yhteyttä on puolestaan perusteltu muun muassa sillä, että yhteiskuntavastuullinen yritys voidaan nähdä vakavaraisempana, kannattavampana ja vähäriskisempänä. Nämä seikat puolestaan voivat näkyä näillä yrityksillä alentuneina kaupankäynnin kustannuksina, halvempina rahoituskustannuksina, kasvaneina markkinamahdollisuuksina, ”ylihinnoittelu” mahdollisuuksina markkinoilla tai alhaisempina

päästökustannuksina. Toisaalta yhteyden löytymättömyyttä on perusteltu sillä, että kyseessä on niin monimutkainen ilmiö, johon vaikuttavat monet asiat samanaikaisesti ja näin ollen yhteyttä ei voi löytyä näiden kahden tekijän välille, ilman, että jonkun välintulevan tekijän vaikutus on jätetty huomiotta. Alla on esitetty tämän tutkielman tutkimuksen hypoteesit.

Tutkimushypoteesit:

- **H1:** Yritykset, jotka raportoivat kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta ovat kannattavampia kokonaispääoman tuotto prosentilla (ROA) mitattuna kuin yritykset, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuusta.
- **H2:** Yritykset, jotka raportoivat kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta GRI-standardiston mukaan ovat kannattavampia kokonaispääoman tuotto prosentilla (ROA) mitattuna kuin yritykset, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuusta.
- **H3:** Yritykset, jotka raportoivat kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta ovat kannattavampia oman pääoman tuotto prosentilla (ROE) mitattuna kuin yritykset, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuusta.
- **H4:** Yritykset, jotka raportoivat kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta GRI-standardiston mukaan ovat kannattavampia oman pääoman tuotto prosentilla (ROE) mitattuna kuin yritykset, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuusta.
- **H5:** Yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnin lisääntyessä eli siirryttäessä raportointiluokissa ylöspäin, yritysten kannattavuus (ROA % & ROE %) paranee suhteessa referenssiluokkaan.
- **H6:** Yritykset, jotka raportoivat kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta ovat vähemmän velkaantuneita kuin yritykset, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuusta.
- **H7:** Yritykset, jotka raportoivat kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta GRI-standardiston mukaan ovat vähemmän velkaantuneita kuin yritykset, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuusta.

6 EMPIRIA

6.1 Tutkimusaineisto ja menetelmät

6.1.1 Aineiston keruu

Tämän tutkimuksen aineisto on nimeltään paneeliaineisto. Paneeliaineistoksi kutsutaan sellaista aineistoa, jossa on dataa useammalle eri kohteelle ja jossa jokaista kohdetta tarkastellaan kahdessa tai useammassa eri aikajaksossa (Stock & Watson 2012, 53). Tässä tutkimuksessa tutkitaan useita yrityksiä neljän peräkkäisen vuoden aikana. Tutkimuksen kohdepopulaatio koostuu kaikista Helsingin pörssissä listatuista yhtiöistä vuosina 2009–2012. Populaatio eli perusjoukko koostuu siis kaikista niistä yrityksistä, jotka ovat olleet listattuna Helsingin pörssissä edellä mainitulla aikavälillä koko tarkastelujakson ajan. Listaukset Helsingin pörssin yrityksistä aikavälillä 2009–2012 haettiin Helsingin pörssin nettisivuilta (<http://www.nasdaqomxnordic.com>). Kohdepopulaatio koottiin niin, että pörssin Internet-sivuilta haettiin jokaisen tarkasteluvuoden joulukuun listaukset Helsingin pörssissä listatuista osakkeista ja näin ollen aikavälin 2009–2012 pörssilistatut yritykset koottiin manuaalisesti käsin haetuista listauksista. Varsinaisesta tutkimuspopulaatiosta karsiutuivat pois ne yritykset, jotka olivat listautuneet Helsingin pörssiin välillä 2009–2012, eivätkä näin ollen olleet listattuna pörssiin koko aikaa tarkasteltavana ajanjaksona. Myös yritykset, jotka olivat listautuneet pois Helsingin pörssistä kyseisellä aikavälillä, jätettiin varsinaisen tutkimuspopulaation ulkopuolelle.

Lisäksi varsinaisesta tutkimuspopulaatiosta jätettiin ulkopuolelle ne Helsingin pörssissä listatut yritykset, jotka olivat mahdollisesti fuusioituneet tai jakautuneet tarkastellulla aikavälillä 2009–2012. Tämän vuoksi tutkimuksen ulkopuolelle jätettiin myös yritykset, joiden nimi oli muuttunut tutkitulla aikavälillä, sillä näiden osalta ei voitu varmistua tarkemmin nimenmuutoksen syistä (esim. fuusio, jakautuminen yms.) ja näiden seikkojen vaikutuksesta taloudellisiin tunnuslukuihin ja niiden vertailukelpoisuuteen tarkasteltujen vuosien välillä. Myös rahoitusalan yhtiöt jätettiin tutkimuspopulaation ulkopuolelle. Rahoitusalan yhtiöt jätettiin tutkimuksen ulkopuolelle osittain siksi, että niistä ei ollut vertailukelpoista dataa saatavilla koskien taloudellisia tunnuslukuja ja osittain siksi, että toimiala eroaa selvästi muista. Näin ollen varsinainen tutkimuspopulaatio, josta lähdettiin liikkeelle, koostui 91 Helsingin pörssissä listatusta yrityksestä ajalla 2009–2012. Tutkimuksen otoksena toimi koko populaatio ja näin ollen kyseessä on kokonaistutkimus.

Tutkimuksen taloudellinen numeerinen data haettiin Odin-tietokannasta. Odintietokanta on yritystietokanta, jossa on tilinpäätös- ja konsernirakennetietoa pohjoismaa-

laisista ja Baltian maiden yrityksistä. Tietokannassa on tietoa muun muassa noin 90 000 suomalaisesta yrityksestä. Tietokantaa ylläpitää Bureau van Dijk Alankomaissa. Tutkimuksen numeerinen data päätettiin hakea kyseisestä tietokannasta sillä, koska tutkielman tarkoituksena on vertailla yrityksiä ja muodostaa regressiomalli, on tärkeää, että kerätyt taloustiedot ovat myös vertailukelpoisia keskenään. Hakemalla taloustieto erillisestä tietokannasta varmistuttiin siitä, että talousdata ja tunnusluvut ovat keskenään vertailukelpoisia ja näin ollen laskettu samalla tavalla. Näin ollen mahdolliset yrityskohtaiset tunnuslukujen laskentatapaerot on eliminoitu pois, eivätkä vaikuta tutkimuksen tuloksiin. Kaikkien tutkimuspopulaation yritysten osalta ei ollut saatavilla tarvittavia numeerisia tunnuslukuja kaikilta tarkastelluilta vuosilta ja näin ollen nämä yrityksen karsiutuivat pois varsinaisesta tutkimuspopulaatiosta. Yrityksiä karsiutui pois yhteensä 6 kpl ja näin ollen tutkimuspopulaation muodostivat tämän jälkeen 85 yritystä.

Yhteiskuntavastuun mittaristo rakennettiin itse, sillä tutkimusyryksistä ei ollut julkisesti saatavilla mitään yhteiskuntavastuun tasoluokittelua tai vastaavaa, jonka perusteella yritysten yhteiskuntavastuullisuutta olisi voitu tutkia. Yritysten yhteiskuntavastuuta pyrittiin analysoimaan julkisesti saatavilla olevan informaation kautta. Näitä ovat mm. yritysten nettisivut sekä erilaiset muut yritysten omat julkaisut. Koska tutkimusaineistoa on useammalta vuodelta, niin päätettiin yritysten nettisivut sulkea pois tarkastelun piiristä, sillä käytettävissä ei ollut mitään luotettavaa tapaa, jolla olisi pystytty tutkimaan yritysten nettisivuja tarkastellulta ajanjaksolta vuosilta 2009–2012. Näin ollen tutkimuksessa valittiin tarkasteltaviksi yrityksen julkaisut liittyen yhteiskuntavastuuseen. Tutkimuksessa pyrittiin havainnoimaan yritysten yhteiskuntavastuullisuutta yritysten julkaisemien julkisesti saatavilla olevien vuosikertomusten, erillisten ympäristö-, yhteiskuntavastuu- tai muiden vastaavien raporttien ja julkaisujen kautta.

Tutkimuspopulaation yrityksiä (85 kpl) osalta käytiin läpi yritysten vuosikertomukset sekä mahdolliset muut julkaisut, jotka liittyvät yrityksen yhteiskuntavastuuseen tai sen osa-alueisiin. Tutkimuksessa käytiin siis läpi jokaisen tutkimusyryksen Internet-sivut ja sieltä löytyvä tietyltä ajanjaksolta julkaistu materiaali. Apuna käytettiin myös GRI-organisaation ylläpitämää ”Sustainability disclosure database” Internet-sivustoa. Kyseisellä Internet-sivulla on tietokanta, josta voi hakea erilaisilla kriteereillä esimerkiksi maa- ja vuosikohtaisesti yritysten julkaisemia yhteiskuntavastuuseen liittyviä julkaisuja. Tietokanta on kuitenkin osittain puutteellinen, sillä yritykset voivat sinne vapaaehtoisesti ilmoittaa esimerkiksi vuosikertomuksensa tai erilliset muut raportit julkaistavaksi, mikäli niissä käsitellään yhteiskuntavastuun piiriin kuuluvia asioita. Myös Finnish Business & Society (FiBS) on ladannut yritysten vuosikertomuksia sekä erillisiä raportteja sinne. Kyseistä sivustoa käytettiin kuitenkin vain apuna alustavassa tarkastelussa ja tietojen tulkinnassa. Jokaisen tutkimuspopulaation yrityksen omat Internet-sivut käytiin aina kuitenkin läpi ja mahdolliset julkaisut sekä tulkinnat ja päätelmät niistä tehtiin itse. Tutkimuspopulaation yritykset jaettiin viiteen luokkaan yhteiskuntavastuun

tason perusteella. Alkuperäinen ja ensimmäinen luokkajako, joka rakennettiin, on esitetty alla:

Taulukko 4 Alkuperäinen yritysten yhteiskuntavastuun raportointiluokitus

Luokat	Kuvaus
0	= raportoi vain lakisääteisen
1	= raportoi 1:stä vastuusta
2	= raportoi 2:sta vastuusta
3	= raportoi 3:sta vastuusta
4	= raportoi 3:sta vastuusta GRI:n mukaan

Luokkajaossa luokan nolla saivat ne yritykset, jotka julkaisivat vuosikertomuksissaan tai muissa erillisissä julkaisuissaan vain lakisääteiset tiedot koskien tilinpäätöstä, toimintakertomusta sekä muita tietoja, joiden julkaisemisesta säädetään lailla. Luokan yksi saivat ne yritykset, jotka julkaisivat tietoja edes yhdestä yhteiskuntavastuun osa-alueesta (taloudellinen, sosiaalinen tai ympäristöllinen) lakisääteisten tietojen ohella. Näitä olivat esimerkiksi vapaaehtoiset ylimääräiset tiedot koskien henkilöstöä, joka tulkittiin tutkimuksessa sosiaalisen vastuun piiriin kuuluvien tietojen julkaisuna. Lisäksi, mikäli yritys julkaisi erillisen ympäristöraportin, mutta ei julkaissut tämän lisäksi tietoja vastuun osa-alueista edes osana vuosikertomusta, sai tällainen yritys yhteiskuntavastuun luokittelussa luokan yksi.

Luokan kaksi saivat sellaiset yritykset, jotka julkaisivat tietoja kahdesta vastuun osa-alueesta. Useimmiten tämän luokan sai yritys, joka julkaisi tietoja henkilöstöstä ja ympäristöstä osana vuosikertomusta, mutta ei raportoinut erikseen tietoja koskien taloudellista vastuuta. Taloudellisen vastuun julkaisuksi ei laskettu lakisääteisiä tietoja yrityksen taloudellisesta suoriutumisesta tai asemasta, jotka on esitetty osana tilinpäätöstä. Jotta yritys sai yhteiskuntavastuun luokakseen luokan kolme, täytyi yrityksen julkaista tietoja kaikista vastuun osa-alueista erikseen. Näin ollen tällainen yritys julkaisi tietoja osana vuosikertomusta tai erillisessä raportissa koskien ympäristövastuuta, sosiaalista vastuuta sekä taloudellista vastuuta. Yritys, joka sai yhteiskuntavastuun luokakseen luokan kolme, antoi siis tietoja yhteiskuntavastuun kolmesta vastuualueesta, mutta tietoja ei annettu edellä teoriassa läpikäydyn GRI-standardiston edellyttämällä tavalla tai laajuudessa. Luokan kolme saivat myös sellaiset yritykset, jotka julkaisivat tietoja kolmesta vastuun alueesta GRI:tä mukaellen tai osittain soveltaen. Luokan neljä saivat sellaiset yritykset, jotka julkaisivat tietoja yhteiskuntavastuusta, mukaan lukien yhteiskuntavastuun kolme osa-aluetta, GRI-standardistoa soveltaen joko omassa erillisessä raportissa tai osana vuosikertomusta.

Yhteiskuntavastuutietojen julkaisujen perusteella tehdyssä luokkiin jaossa karsiutui myös 10 kpl yrityksiä pois. Tutkimuspopulaatiota karsittiin tietyillä kriteereillä niiden yritysten osalta, joiden luokkataso oli muuttunut tarkasteltavina vuosina niin, että aiemmin oli julkaistu enemmän tietoja kuin myöhemminä tarkasteluvuosina. Nämä yritykset jätettiin pois varsinaisesta tutkimuspopulaatiosta muun muassa niissä tapauksissa, joissa oli ilmeistä, että tietojen julkaisu oli siirretty kokonaan yrityksen Internet-sivuille. Näiden yritysten osalta Internet-sivujen tarkasteluhetkellä saatavilla oleva tieto käytiin läpi ja mikäli tiedot oli esitetty tarkasteluhetkellä Internet-sivuilla samassa laajuudessa kuin aikaisempina vuosina vuosikertomuksen tai vastaavan muun julkaisun yhteydessä, yritys jätettiin pois lopullisesta tutkimuspopulaatiosta. Tällöin voitiin todeta, että yhteiskuntavastuun tietojen raportointi on siirtynyt yritysten Internet-sivuille. Tutkimuspopulaation yritysten Internet-sivuja ei kuitenkaan tässä tutkimuksessa tarkasteltu edellä mainittua tarkemmin, sillä saatavilla ei ollut menetelmää, jolla Internet-sivuja olisi ollut mahdollista tarkastella tiettyinä vuosina tai ajanhetkinä. Lisäksi ne yritykset, jotka julkaisivat erillisen yhteiskuntavastuuraportin epäsäännöllisesti tai harvemmin kuin joka vuosi jätettiin myös pois tutkimuspopulaatiosta. Edellä mainituista syistä yrityksiä ei voitu ottaa mukaan varsinaiseen tutkimuspopulaatioon, sillä näiden yritysten mukanaolo vääristäisi tutkimustuloksia. Luokkajaon muuttuessa tällä perusteella kyse ei ole siitä, että yhteiskuntavastuullisuus olisi yrityksessä jotenkin muuttunut, vaan liittyy pikemminkin raportointitapaan. Näin ollen näiden yritysten mukanaolo tutkimuspopulaatiossa indikoisi, että yhteiskuntavastuullisuudesta olisi jollain tapaa luovuttu, vaikka tosiasiasa kyse ei ole tästä. Näin ollen, jotta tutkimuksessa voitaisiin saada luotettavia tutkimustuloksia, tulee nämä yritykset jättää pois varsinaisesta tutkimuspopulaatiosta.

Tämä tutkimus lähtee siitä oletuksesta, että mikäli yritys on tosiasiasa yhteiskuntavastuullinen, on kysymys pikemminkin yrityksen arvoista ja siitä, että yhteiskuntavastuutaso kasvaa vuosien edetessä, toisin sanoen luokan odotetaan paranevan ja yrityksen sitoutuvan entistä enemmän yhteiskuntavastuulliseen toimintaan. Ainoastaan tilanteessa, jossa yrityksen yhteiskuntavastuullisuuteen liittyvä tietojen julkaiseminen on oikeastaan vain niin sanottua ”viherpesua” eli yhteiskuntavastuulliseen toimintaan ei ole tosiasiasa sitouduttu yhteiskuntavastuuluokan voidaan odottaa laskevan ajan kuluessa. Näin ei ole siinä tapauksessa, jos tiedot yrityksen yhteiskuntavastuusta ovat julkisesti kenen tahansa saatavilla ja yritys kommunikoi näistä asioista omilla Internet-sivuillaan.

Näin ollen tutkimuspopulaatiosta 85 kpl karsiutui vielä 10 kpl yrityksiä pois, sillä perusteella, että yhteiskuntavastuun tasoluokka oli huonontunut tarkastelukauden loppua kohden verrattuna tarkastelukauden alun luokkaan, mutta tiedot oli kuitenkin esitetty yrityksen Internet-sivuilla vähintään samassa laajuudessa tai erillisessä raportissa, jota ei kuitenkaan julkaistu vuosittain. Kuitenkin ne yritykset, joiden tasoluokka oli samalla tapaa huonontunut tarkastelukauden loppua kohden verrattuna tarkastelukauden alun luokkaan, mutta tietoja ei oltu esitetty samassa laajuudessa yrityksen Internet-sivuilla,

jäivät varsinaiseen tutkimuspopulaatioon. Näitä oli 3 kpl. Lopullinen tutkimuspopulaatio muodostui 75 yrityksestä.

Toimialatiedot Helsingin pörssin yrityksistä haettiin niin ikään Helsingin pörssin Internet-sivuilta (<http://www.nasdaqomxnordic.com>). Toimialoja jouduttiin kuitenkin jakamaan uudestaan pienempiin luokkiin tutkimuksen toteuttamiseksi kvantitatiivisin menetelmin.

6.1.2 Tutkimuksen lähtökohdat ja oletukset

6.1.2.1 Vuosikertomus

Yritysten yhteiskuntavastuullisuutta tutkitaan tässä tutkimuksessa raportoinnin kautta. Helsingin pörssissä listattujen yhtiöiden tulee kirjanpitolain mukaan laatia tilinpäätös sekä siihen liitettävä toimintakertomus. Näiden sisällöstä säädetään lailla. Näin ollen tässä tutkimuksessa lakisääteisenä raportointina ja jokaiselle yritykselle pakollisena raportointina nähdään kaikki se, mitä yritys raportoi tilinpäätöksessään ja toimintakertomuksessaan. Toimintakertomuksessa on raportoitava muun muassa olennaiset tiedot henkilöstöstä ja ympäristöstä. Vuosikertomus ei ole pörssiyrityksille pakollinen, se on kuitenkin pörssiyrityksien keskuudessa hyvin yleisesti käytetty sidosryhmäviestinnän väline, sillä pörssiyrityksillä on suhteellisen laaja raportointivelvoite, joka ei rajoitu vain tilinpäätökseen ja toimintakertomukseen. Vuosikertomus toimii näin ollen väylänä, jonka kautta pörssiyritykset voivat julkaista muitakin raportointivelvollisuuden piiriin kuuluvia asioita, joiden julkaisemisesta säädetään muualla kuin kirjanpitolaisissa, muun muassa pörssin säännöissä sekä arvopaperimarkkinalaisissa. Lisäksi vuosikertomus toimii myös vapaaehtoisen raportoinnin kommunikointivälineenä sidosryhmille (Leppiniemi & Leppiniemi 2009, 307–326, 353 mukaellen).

Vuosikertomuksessa esitetään usein tilinpäätös ja toimintakertomus. Rahoitustarkastuksen (nykyisen Finanssivalvonnan) standardin 5.2b mukaan ne yritykset, joiden arvopaperit ovat julkisen kaupan käynnin kohteena, voivat julkaista tilinpäätöksensä ja toimintakertomuksensa osana vuosikertomusta tai muuta taloudellista raporttiaan. Vuosikertomuksen sisältö vaihtelee hieman yrityksestä riippuen. Vuosikertomuksessa esitellään tavallisesti yritys ja konserni, toimitusjohtajan katsaus, johto ja muut henkilöt, osinkopolitiikka, yhtiön hallinto, toimialat ja liiketoimintaryhmät, taloudellista informaatiota, henkilöstötietoja, ympäristötietoja, yhteiskuntavastuutietoja, sisäistä valvontaa ja riskienhallintaa koskevia tietoja sekä taloudellisia tavoitteita (Leppiniemi & Leppiniemi 2009, 14, 353–375). Nämä eivät kuitenkaan kaikki ole lakisääteisesti raportoitavia asioita. Arvopaperimarkkinalaisissa määritellään listayhtiön pakollisen jatkuvan,

säännöllisen ja muun raportointivelvollisuuden piiriin kuuluvat asiat. Niiden yritysten, joiden arvopaperit ovat julkisen kaupankäynnin kohteena, tulee siis tilinpäätöksen ja toimintakertomuksen julkistamisen lisäksi julkaista muun muassa seuraavat tiedot säännöllisesti (Häyrynen & Kajala 2013, 202–234):

- Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (osana toimintakertomusta tai erillisessä kertomuksessa)
- Tilintarkastuskertomus (tilinpäätöksen ja toimintakertomuksen ohessa)
- Tilinpäätöstiedote
- Osavuosikatsaus ja / tai johdon osavuotinen selvitys

Lisäksi jatkuvaan tiedonantovelvollisuuteen kuuluu muun muassa velvollisuus julkistaa arvopaperin arvoon olennaisesti vaikuttavat tiedot, kuten esimerkiksi viranomaisten tai tuomioistuimen päätökset, aie- tai esisopimukset, tulevaisuuden näkymät, tulostenusteet ja tulosvaroitukset. Muun tiedonantovelvollisuuden piiriin kuuluu taas esimerkiksi tietojen antaminen koskien omilla osakkeilla tehtyjä kauppvoja, yhtiökokousta ja osakkeita (Häyrynen & Kajala 2013, 159–201, 235–240). Myös Helsingin pörssin säännöissä on tarkemmin määritelty pörssiyhtiöitä koskevia tiedonantovelvollisuuksia. Nämä ovat suurimmaksi osaksi yhteneviä edellä lueteltujen arvopaperimarkkinalaissa määriteltyjen tiedonantovelvollisuuksien kanssa. Lisäksi pörssin säännöissä määritellään, että pörssiyhtiöllä on oltava Internet-sivusto, jossa tiedonantovelvollisuuden perusteella julkaistavat tiedot on oltava esillä ja saatavilla vähintään viiden vuoden ajan (Helsingin pörssin säännöt 6.10.2014, 32–54).

Kuten edellä on käyty läpi pörssiyhtiöt julkistavat vuosikertomuksen tai vastaavan kertomuksen osittain siksi, että pörssiyhtiötä koskee laaja tiedonantovelvoite ja tähän vuosittain julkaistavaan vuosikertomukseen tai muuhun kertomukseen yritykset voivat kätevästi koota pakolliset ja vapaaehtoisesti raportoitavat asiat. Henkilöstö- ja ympäristöasioista raportoiminen muualla kuin toimintakertomuksessa ei ole siis pörssiyhtiöille pakollista. Tässä tutkimuksessa vuosikertomuksia analysoitaessa on lähdetty siitä oletuksesta, että kaikki mitä pörssiyhtiö raportoi muualla kuin tilinpäätöksessä tai toimintakertomuksessa on vapaaehtoista raportointia. Näin ollen näitä tietoja, jotka on esitetty muualla kuin tilinpäätöksessä tai toimintakertomuksessa on analysoitu ja otettu huomioon yhteiskuntavastuuraportointiluokkia luotaessa.

6.1.2.2 Taloudellisten tunnuslukujen laskenta

Tässä tutkimuksessa on taloudellisen suorituskyvyn mittareina käytetty kolmea taloudellista tunnuslukua. Nämä ovat ROA (kokonaispääoman tuotto prosentti), ROE (oman pääoman tuotto prosentti) sekä nettovelkaantumisaste. ROA ja ROE ovat yrityksen kan-

nattavuutta kuvaavia tunnuslukuja. ROA kertoo kuinka tehokkaasti yritys pystyy muuttamaan toimintaansa sitoutuneen pääoman tuotoksi eli kuinka paljon yritystoimintaan sitoutunut pääoma on tuottanut tuottoa tilikaudella. ROE puolestaan kertoo kuinka paljon yritystoiminta on tuottanut tuottoa omalle pääomalle ja näin ollen on kiinnostava tunnusluku erityisesti yrityksen omistajien näkökulmasta (Niskanen & Niskanen 2007; Kallunki 2014). Näille tunnusluvuille on useita, hieman toisistaan poikkeavia laskutapoja. Tunnusluvut voidaan laskea esimerkiksi seuraavalla tavalla:

Kaava 1 ROA:n ja ROE:n laskukaava (Niskanen & Niskanen 2007, 57–58)

$$\text{Kokonaispääoman tuotto-% (ROA)} = \frac{\text{Tilikauden voitto} + \text{Rahoituskulut} + \text{Verot}}{\text{Taseen loppusumma}} \times 100$$

$$\text{Oman pääoman tuotto-% (ROE)} = \frac{\text{Tilikauden voitto}}{\text{Oma pääoma}} \times 100$$

Tunnuslukujen jakajana käytettävä taseen loppusumma tai oma pääoma lasketaan usein tilikauden alun ja tilikauden lopun mukaisten taseen loppusummien tai omien pääomien keskiarvona. Jakajana voidaan tosin käyttää myös pelkästään tilikauden alun (edellisen tilikauden lopun) taseen arvoa tai omaa pääomaa (Leppiniemi & Kykkänen 2007; Niskanen & Niskanen 2007). Lisäksi tunnusluvuille on annettu viitteellisiä ohje-arvoja niiden tulkintaan, jotka ovat seuraavat:

Taulukko 5 ROA ja ROE tunnuslukujen tulkinta (Salmi & Rekola-Nieminen 2004; Leppiniemi & Kykkänen 2007)

ROA %	Arviointi	ROE %	Arviointi
Yli 10 %	hyvä	Yli 20 %	hyvä
5-10 %	tydyttävä	10-20 %	tydyttävä
alle 5 %	heikko	alle 10 %	heikko

Näissä ohje-arvoissa ei kuitenkaan oteta huomioon muun muassa eri yritysten riskisyyttä tai toimialakohtaisia eroja (Leppiniemi & Kykkänen 2007, 145). Nettovelkaantumisaste eli gearing-tunnusluku on puolestaan yrityksen vakavaraisuutta kuvaava tunnusluku. Nettovelkaantumisaste kertoo nimensä mukaisesti yrityksen velkaantumisen tasosta. Nettovelkaantumisaste voidaan laskea esimerkiksi seuraavalla tavalla (Niskanen & Niskanen 2007, 59):

Kaava 2 Nettovelkaantumisasteen laskukaava (Niskanen & Niskanen 2007, 59)

$$\text{Nettovelkaantumisaste (Gearing \%)} = \frac{\text{Korollinen vieras pääoma - Rahat ja rahoitusarvopaperit}}{\text{Oma pääoma}} \times 100$$

Nettovelkaantumisasteen laskukaavassa on osoittajassa vain korollinen velka, josta vähennetään yrityksen likvidit rahavarat. Laskukaavan taustalla on ajatus siitä, että yritys käyttäisi ensin kaikki likvidit varansa korollisten velkojen lyhentämiseen, mikä on tietenkin hypoteettinen tilanne. Mitä suurempi on yrityksen nettovelkaantumisaste, sitä velkaantuneempi yritys on. Nettovelkaantumisaste on yrityksen pitkän aikavälin mittari, sillä se mittaa yrityksen kykyä selviytyä pitkäaikaisista veloistaan. Nettovelkaantumisasteessa on siis oleellista velan rakenne, nimittäin mikäli yrityksellä on paljon korotonta velkaa, niin tämä ei vaaranna yrityksen tulevaisuuden toimintaedellytyksiä samalla tavalla kuin korollinen pitkäaikainen velka (Salmi & Rekola-Nieminen 2004; Niskanen & Niskanen 2007). Lisäksi tunnusluvulle on annettu viitteellisiä ohjearvoja sen tulkintaan:

Taulukko 6 Nettovelkaantumisasteen tulkinta (Salmi & Rekola-Nieminen 2004; 125)

Gearing %	Arviointi
Alle 50 %	hyvä
50-100 %	tydyttävä
Yli 100 %	heikko

Tunnusluvun arvona 100 %:a on hyväksyttävä raja. Ajatus perustuu siihen, että omistajan tulee kantaa suurin osa liiketoiminnan riskistä. 100 % tapauksessa riski jakaantuu siis tasan ja yrityksen vakavaraisuus katsotaan riittäväksi. Yli 100 %:n nettovelkaantumisaste kertoo liiallisesta velkaantumisesta. Mikäli tunnusluku taas on negatiivinen ja negatiivisuus johtuu siitä, että yrityksen oma pääoma on negatiivinen, yrityksen vakavaraisuus katsotaan heikoksi (Salmi & Rekola-Nieminen 2004; Leppiniemi & Kykkänen 2007).

Tässä tutkielmassa, kuten jo aikaisemminkin mainittu, on käytetty erillistä tietokantaa taloudellisen tiedon hankinnassa. Taloustieto haettiin Odin-tietokannasta ja tällä tavalla varmistuttiin taloudellisen tiedon vertailukelpoisuudesta yritysten välillä. Odin-tietokannassa tutkimuksessa käytetyt tunnusluvut (ROA, ROE ja Nettovelkaantumisaste) on laskettu seuraavalla tavalla:

Kaava 3 Odin-tietokannan laskukaavat tunnusluvuille ROA, ROE ja Nettovelkaantumisaste (Odin-tietokanta, Bureau van Dijk)

Data definition	Data definition
$\frac{\text{P/L for period [=Net income]} / \text{Shareholders funds}}{100} = \text{ROE using Net income (\%)}$	$\frac{\text{P/L for period [=Net income]} / \text{Total assets}}{100} = \text{ROA using Net income (\%)}$
$\frac{\text{Non-current liabilities} + \text{Loans}}{\text{Shareholders funds}} * 100 = \text{Gearing (\%)}$	

Odin-tietokannan laskukaava ROE-tunnusluvun osalta ei eroa edellä esitettyyn ROE:n laskukaavaan. ROA-tunnusluvun osalta Odin-tietokannan laskukaava eroaa edellä esitettyyn siinä, että tilikauden voittoon ei ole lisätty rahoituskuluja ja veroja. Nettovelkaantumisasteen osalta Odin-tietokannan laskukaava eroaa puolestaan edellä esitettyyn siinä, että korollisesta vieraasta pääomasta ei ole vähennetty likvidejä varoja.

6.1.3 Tutkimusmenetelmä

Tutkielman tavoitteena on selvittää, onko yritysten yhteiskuntavastuullisuudella vaikutusta yritysten taloudelliseen suoriutumiseen eli niin sanottua riippuvuussuhdetta ja näin ollen asiaa tutkitaan tilastollisin menetelmin. Kyseessä on siis kvantitatiivinen tutkimus. Tämän tutkielman tutkimusmetodina käytetään usean selittäjän regressioanalyysiä. Vaikka tarkoituksena on tutkia kahden muuttujan välistä riippuvuutta, niin kuten aikaisemmassa kirjallisuudessaakin on tehty, otetaan regressioanalyysiin mukaan niin sanottuja kontrollimuuttujia, joilla pyritään poistamaan mahdollisten muiden tekijöiden vaikutus riippuvuussuhteessa. Tutkimukseen on valittu aikaisempaan kirjallisuuteen perustuen seuraavat muuttujat:

Taulukko 7 Paneeliregressioanalyysissä käytetyt muuttujat

Muuttujat	Mittarit	Kuvaus
selitettävä	ROA	Tilikauden voitto / Taseen loppusumma
selitettävä	ROE	Tilikauden voitto / Oma pääoma
selitettävä	Nettovelkaantumisaste	Korollinen vieras pääoma / Oma pääoma
selittäjä (kontrollimuuttuja)	Koko	3 eri koon mittaria: taseen loppusumma, liikevaihto, henkilöstön lkm
selittäjä	Yhteiskuntavastuun raportointiluokka	kaksi eri luokitusta, luokat 0-4 & 1-3
selittäjä (kontrollimuuttuja)	Toimiala	kaksi eri luokitusta, jossa kummassakin 3 luokkaa

Tutkimuksessa alkuperäisen yhteiskuntavastuun raportointiluokituksen pohjalta rakennettiin vielä toinen yhteiskuntavastuun raportointiluokitus. Tässä luokituksessa yhteiskuntavastuun raportointiluokkia supistettiin hieman. Tutkimukseen haluttiin ottaa mukaan vielä toisenlainen, suppeampi luokkajako, sillä haluttiin poistaa mahdollisuus siitä, että alkuperäinen luokkajako olisi liian keinotekoinen ja laaja. Tässä toisessa luokkajaoissa yritykset jaettiin yhteiskuntavastuuraportoinnin osalta kolmeen luokkaan seuraavasti:

Taulukko 8 Uusi yritysten yhteiskuntavastuun raportointiluokitus

Luokat	Kuvaus
1	= raportoi vain lakisääteisen tai 1:stä vastuusta
2	= raportoi 2:sta tai 3:sta vastuusta
3	= raportoi 3:sta vastuusta GRIn mukaan

Kuten aikaisemminkin mainittu, niin myös Helsingin pörssin Internet-sivuilta haettua toimialajaottelua jouduttiin muokkaamaan uudestaan, sillä muuten populaation 75 eri yritystä olisi jaettu yhdeksään eri toimialaan ja näin ollen havaintoja per toimiala olisi tullut liian vähän tutkimuksen toteuttamiseksi kvantitatiivisin menetelmin. Helsingin pörssin Internet-sivuilta haetut toimialat jaettiin uudestaan seuraavasti:

Taulukko 9 Toimialaluokitukset

TOIMIALALUOKITUS 1		
Toimialat Helsingin pörssin nettisivuilla	toimialaluokka	toimialaluokan nimi
Kulutuspalvelut	1	kulutustuotteet & palvelut
Kulutustavarat	1	kulutustuotteet & palvelut
Perusteollisuus	2	teollisuus
Teknologia	3	muut
Teollisuustuotteet ja -palvelut	2	teollisuus
Terveystenhoito	3	muut
Tietoliikennepalvelut	3	muut
Yleishyödylliset palvelut	2	teollisuus
Öljy ja kaasu	2	teollisuus

TOIMIALALUOKITUS 2		
Toimialat Helsingin pörssin nettisivuilla	toimialaluokka	toimialaluokan nimi
Kulutuspalvelut	1	kulutustuotteet & palvelut
Kulutustavarat	1	kulutustuotteet & palvelut
Perusteollisuus	2	teollisuus
Teknologia	3	muut
Teollisuustuotteet ja -palvelut	2	teollisuus
Terveystenhoito	3	muut
Tietoliikennepalvelut	3	muut
Yleishyödylliset palvelut	3	muut
Öljy ja kaasu	3	muut

Helsingin pörssin Internet-sivuilla haetut toimialat jaettiin siis uudestaan niin, että niistä muodostui kolme toimialaryhmää, jotka olivat: kulutustuotteet ja palvelut, teollisuus sekä muut. Tutkimusyrietykset jaettiin kaikki näihin kolmeen luokkaan toimialan mukaan. Toimialaluokituksiakin tehtiin kaksi, sillä haluttiin varmistaa, että jako olisi mahdollisimman oikea, eikä tästä jaottelusta johtuen aiheutuisi vääristymää tutkimukseen. Tutkielman liitteenä (ks. LIITE 2, s.112) on eritelty luokkiin jako kahdessa toimialaluokituksessa yrityksittäin.

Lopullinen tutkimusaineisto koostui 75 yrityksestä, joiden yhteiskuntavastuullisuuden ja taloudellisen suorituskyvyn välistä yhteyttä tutkittiin neljän vuoden ajanjaksona, vuosina 2009–2012. Kaikkien 75 yrityksen osalta kerättiin toimialatiedot, tiedot taloudellisista tunnusluvusta (ROA, ROE ja nettovelkaantumisaste) ja koon mittarit (taseen loppusumma, liikevaihto sekä henkilöstön lukumäärä). Lisäksi käymällä läpi yritysten raportointia neljän vuoden ajalta rakennettiin mittaristo yritysten yhteiskuntavastuun tasosta. Havaintojen kokonaismääräksi tuli 300.

6.2 Tutkimustulokset

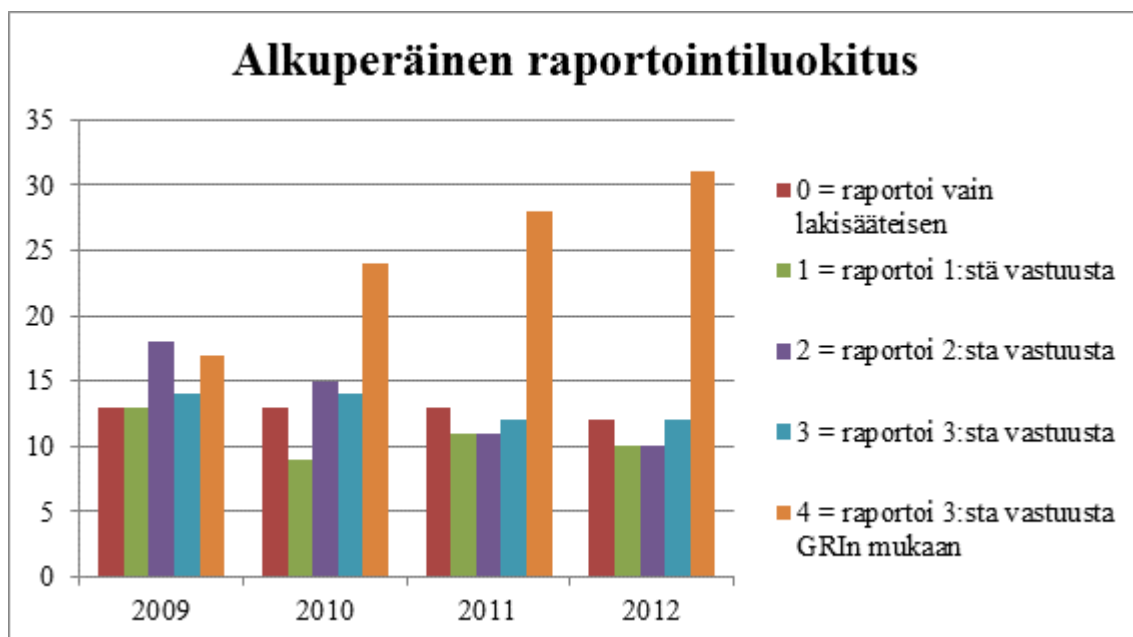
6.2.1 Aineiston analysointi ja kuvaus

Tutkimusaineisto koostui 75 Helsingin pörssin yrityksestä, joita tutkittiin neljänä peräkkäisenä vuotena vuosina 2009–2012. Tutkimus koostui näin ollen 300 havainnosta. Seuraavaksi on kuvattu tutkimusyriyten jakautuminen raportointiluokkiin kahdessa raportointiluokituksessa vuosina 2009–2012.

Taulukko 10 Yritysten jakautuminen raportointiluokkiin (alkuperäinen raportointiluokitus)

Alkuperäinen raportointiluokitus		Frekvenssitaulu				
Luokat	Kuvaus	2009	2010	2011	2012	yhteensä
0	= raportoi vain lakisääteisen	13	13	13	12	51
1	= raportoi 1:stä vastuusta	13	9	11	10	43
2	= raportoi 2:sta vastuusta	18	15	11	10	54
3	= raportoi 3:sta vastuusta	14	14	12	12	52
4	= raportoi 3:sta vastuusta GRIn mukaan	17	24	28	31	100
	yhteensä	75	75	75	75	300

Seuraavassa kuviossa (Kuvio 7 s. 75) on yritysten jakautuminen raportointiluokkiin alkuperäisessä raportointiluokituksessa esitetty pylväsdiagrammin muodossa:



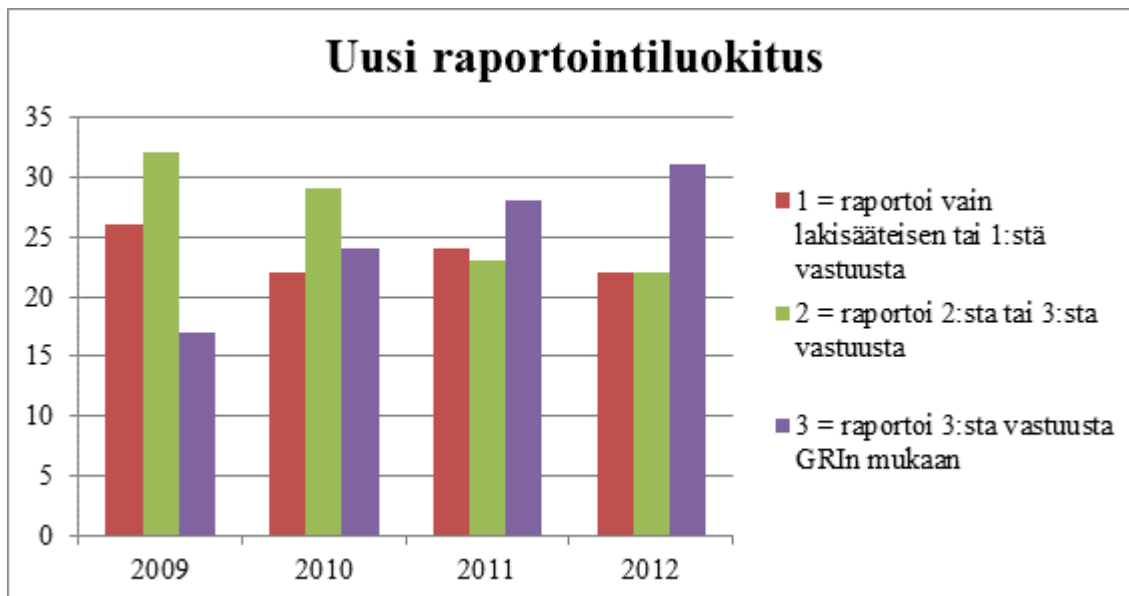
Kuvio 7 Yritysten jakautuminen raportointiluokkiin (alkuperäinen raportointiluokitus)

Toisessa raportointiluokituksessa yritykset jaettiin kolmeen luokkaan. Uusi raportointiluokitus rakennettiin alkuperäisen raportointiluokituksen pohjalta. Yritykset jakautuivat toiseen raportointiluokituksen seuraavasti:

Taulukko 11 Yritysten jakautuminen raportointiluokkiin (uusi raportointiluokitus)

Uusi raportointiluokitus		Frekvenssitaulu				
Luokat	Kuvaus	2009	2010	2011	2012	yhhteensä
1	= raportoi vain lakisääteisen tai 1:stä vastuusta	26	22	24	22	94
2	= raportoi 2:sta tai 3:sta vastuusta	32	29	23	22	106
3	= raportoi 3:sta vastuusta GRIn mukaan	17	24	28	31	100
	yhhteensä	75	75	75	75	300

Seuraavassa kuviossa (Kuvio 8, s.76) on yritysten jakautuminen raportointiluokkiin uudessa raportointiluokituksessa esitetty pylväsdiagrammin muodossa:



Kuvio 8 Yritysten jakautuminen raportointiluokkiin (uusi raportointiluokitus)

Uuden raportointiluokituksen pylväsdiagrammista ja frekvenssitaulukosta nähdään, että luokkien ääripäiden välinen ero ei ole niin suuri kuin alkuperäisessä raportointiluokituksessa. Tämä johtuu siitä, että luokkia supistettiin ja näin ollen myös erot kaventuivat. Tutkielman liitteenä (ks. LIITE 1, s.105) on eritelty tutkimusyriyten luokkiin jako kahdessa raportointiluokituksessa yritys- ja vuositasolla.

Taulukko 12 Numeeristen muuttujien keskilukuja

	ROA %	ROE %	Nettovelkaantumisaste	Henkilökunnan lkm	Taseen loppusumma	Liikevaihto
Keskiarvo	2,12	1,01	72,68	6 511,73	1 992 481 664,02	1 922 349 695,29
Mediaani	3,45	7,74	58,84	1 588,00	215 892 000,00	312 394 000,00
Maksimiarvo	52,76	71,73	720,93	134 171,00	39 123 000 000,00	42 922 000 000,00
Minimiarvo	-71,42	-429,93	0,97	34,00	6 845 000,00	2 124 000,00
Keskihajonta	11,99	41,45	81,16	15 584,35	5 215 293 289,73	5 049 533 664,20
Vinous	-2,12	-6,47	4,94	6,09	4,68	5,68
Huipukkuus	15,57	57,09	35,45	46,00	27,42	41,02

Oheisessa taulukossa (Taulukko 12 s.77) on esitetty muun muassa tutkielmassa käytettyjen numeeristen muuttujien keskilukuja. Keskiluvut on esitetty tutkimusaineistosta kokonaisuudessaan erittelemättä vuosia ja yrityksiä. Taulukosta nähdään esimerkiksi, että tutkimusaineistossa ROA % on keskimäärin 2,12 %:a ja että suurin liikevaihto aineistossa on 42,9 miljardia.

Taulukossa (Taulukko 13, s.78) on esitetty puolestaan tutkimuksen muuttujien välinen korrelaatiomatriisi. Korrelaatiomatriisissa on huomioitu kaikki tutkimuksessa käytetyt muuttujat, paitsi toimiala. Korrelaatiomatriisista nähdään muuttujien väliset korrelaatiot. Mikäli tutkimusmetodiksi on valittu regressioanalyysi, niin tarkoituksena on nimenomaan tutkia muuttujien välisiä riippuvuuksia (selitettävien ja selittävien muuttujien). Tällöin on tavallista, että tutkimuksen muuttujat korreloivat keskenään ja selittävien muuttujienkin välillä löytyy korrelaatiota. Selittävien muuttujien välistä riippuvuutta kutsutaan multikollineaarisuudeksi. Käytännössä on varsin tavallista, että selittäjien välillä esiintyy jonkinasteista multikollineaarisuutta. Tämä ei ole ongelmallista, mikäli selittävien muuttujien välinen riippuvuus ei ole suurta. Jos taas selittäjien välillä esiintyy voimakasta riippuvuutta, voi multikollineaarisuus muodostua ongelmalliseksi. Ongelmallisesta multikollineaarisuudesta voidaan puhua, kun korrelaatio ylittää arvon 0,8. Tällainen multikollineaarisuus heikentää tutkimuksen ja tuloksien luotettavuutta ja näin ollen tutkimuksen tuloksien tulkinta saattaa muodostua ongelmalliseksi (Gujarati 2003, 359).

Taulukko 13 Korrelaatiomatriisi

	Liikevaihto	Nettovelkaantumisaste	Henkilökunnan lkm	Alkuperäinen raportointiluokitus (luokka 0)	Alkuperäinen raportointiluokitus (luokka 1)	Alkuperäinen raportointiluokitus (luokka 2)	Alkuperäinen raportointiluokitus (luokka 3)	Alkuperäinen raportointiluokitus (luokka 4)	Uusi raportointiluokitus (luokka 1)	Uusi raportointiluokitus (luokka 2)	Uusi raportointiluokitus (luokka 3)	ROA %	ROE %	Taseen loppusumma
Liikevaihto	1,0000	-0,0228	0,9197	-0,1652	-0,1483	-0,1342	-0,0627	0,4016	-0,2458	-0,1575	0,4016	-0,0049	0,0268	0,8970
Nettovelkaantumisaste	-0,0228	1,0000	-0,0399	0,0942	-0,0813	-0,0376	0,0153	0,0037	0,0149	-0,0181	0,0037	-0,2707	-0,3308	0,0120
Henkilökunnan lkm	0,9197	-0,0399	1,0000	-0,1647	-0,1522	-0,1355	-0,0425	0,3889	-0,2484	-0,1426	0,3889	0,0054	0,0347	0,8432
Alkuperäinen raportointiluokitus (luokka 0)	-0,1652	0,0942	-0,1647	1,0000	-0,1851	-0,2120	-0,2072	-0,3200	0,6700	-0,3345	-0,3200	-0,1477	-0,2307	-0,1670
Alkuperäinen raportointiluokitus (luokka 1)	-0,1483	-0,0813	-0,1522	-0,1851	1,0000	-0,1916	-0,1873	-0,2892	0,6055	-0,3024	-0,2892	-0,1477	-0,0531	-0,1492
Alkuperäinen raportointiluokitus (luokka 2)	-0,1342	-0,0376	-0,1355	-0,2120	-0,1916	1,0000	-0,2145	-0,3313	-0,3165	0,6338	-0,3313	0,0949	0,0776	-0,1297
Alkuperäinen raportointiluokitus (luokka 3)	-0,0627	0,0153	-0,0425	-0,2072	-0,1873	-0,2145	1,0000	-0,3238	-0,3093	0,6195	-0,3238	0,0249	0,0434	-0,0331
Alkuperäinen raportointiluokitus (luokka 4)	0,4016	0,0037	0,3889	-0,3200	-0,2892	-0,3313	-0,3238	1,0000	-0,4777	-0,5227	1,0000	0,1301	0,1252	0,3762
Uusi raportointiluokitus (luokka 1)	-0,2458	0,0149	-0,2484	0,6700	0,6055	-0,3165	-0,3093	-0,4777	1,0000	-0,4993	-0,4777	-0,2312	-0,2269	-0,2479
Uusi raportointiluokitus (luokka 2)	-0,1575	-0,0181	-0,1426	-0,3345	-0,3024	0,6338	0,6195	-0,5227	-0,4993	1,0000	-0,5227	0,0960	0,0968	-0,1305
Uusi raportointiluokitus (luokka 3)	0,4016	0,0037	0,3889	-0,3200	-0,2892	-0,3313	-0,3238	1,0000	-0,4777	-0,5227	1,0000	0,1301	0,1252	0,3762
ROA %	-0,0049	-0,2707	0,0054	-0,1477	-0,1477	0,0949	0,0249	0,1301	-0,2312	0,0960	0,1301	1,0000	0,8585	-0,0010
ROE %	0,0268	-0,3308	0,0347	-0,2307	-0,0531	0,0776	0,0434	0,1252	-0,2269	0,0968	0,1252	0,8585	1,0000	0,0288
Taseen loppusumma	0,8970	0,0120	0,8432	-0,1670	-0,1492	-0,1297	-0,0331	0,3762	-0,2479	-0,1305	0,3762	-0,0010	0,0288	1,0000

Taulukosta (Taulukko 13, s.78) nähdään, että regressiomallien selittäjien kesken ei esiinny voimakasta multikollineaarisuutta. Voimakasta multikollineaarisuutta esiintyy lähinnä yritysten koon eri mittareiden välillä, mikä on tietenkin normaalia, sillä koon eri mittarit indikoivat kaikki samaa asiaa. Tutkimuksen kannalta on siis jopa hyvä asia, että nämä muuttujat korreloivat voimakkaasti keskenään. Tämä tarkoittaa myös sitä, että tutkimuksen kannalta ei ole juurikaan väliä, mitä koon mittaria regressioanalyysissä käytetään. Lisäksi jokaisessa tutkimuksen paneeliregressiomallissa käytetään vain yhtä koon mittaria, joten voimakas multikollineaarisuus näiden välillä ei ole ongelma. Voimakasta multikollineaarisuutta esiintyy myös raportointiluokituksen luokkien välillä, mutta tämäkään ei ole ongelma, sillä molemmat raportointiluokitukset (alkuperäinen ja uusi) eivät esiinny yhtäaikaisesti paneeliregressiomalleissa. Toiseksi raportointiluokituksen raportointiluokat ovat kategorisia dummy-muuttujia ja dummy-muuttujien välisen korrelaatioiden tarkastelu ei ole järkevää. Koska paneeliregressiomalleissa käytetyt toimialaluokitukset olivat myös kategorisia dummy-muuttujia, jätettiin ne kokonaan pois korrelaatiomatriisista.

6.2.2 Regressioyhtälön muodostus

Tutkimus on toteutettu paneeliregressioanalyysillä, jossa eri malleissa on huomioitu kiinteä aikavaikutus. Paneeliregressiossa huomioidaan siis yhtäaikaisesti aineiston poikkileikkaus- sekä aikasarjaominaisuudet. Kiinteän aikavaikutuksen huomioimisella tarkoitetaan sitä, että regressiomalli olettaa tietyn aikavakion eri vuosien välille. Paneeliregressioyhtälö yhden selittäjän tapauksessa, joka huomioi kiinteän aikavaikutuksen, on yleisesti seuraavaa muotoa:

Kaava 4 Kiinteän aikavaikutuksen paneeliregressioyhtälö (yhden selittäjän malli)
(Stock & Watson, 2012, 401)

$$Y_{it} = \beta_1 X_{it} + \lambda_t + u_{it}$$

jossa,

Y_{it} = selitettävä muuttuja

X_{it} = selittäjä

$i = 1 \dots n$, n = havainto

$t = 1 \dots T$, T = vuodet

u = virhetermi

λ = kiinteä aikavaikutus (vaihtelee eri vuosien välillä)

Tässä tutkimuksessa on tehty useita paneeliregressiomalleja, joissa kaikissa on huomioitu kiinteä aikavaikutus. Paneeliregressiomallien regressioyhtälöt vaihtelevat hieman riippuen muun muassa mallissa käytettyjen dummy-muuttujien määrästä. Kaikkien mallien tapauksessa on kuitenkin kyse monen selittäjän paneeliregressiosta, jossa on sekä kategorisia, että numeerisia muuttujia. Esimerkiksi alkuperäisen raportointiluokituksen ja toimialaluokitus 2 tapauksessa yhtälö on yleisesti seuraavaa muotoa:

Kaava 5 Esimerkki tutkimuksen paneeliregressiomallien taustalla olevasta kiinteän aikavaikutuksen regressioyhtälöstä (monen selittäjän malli)

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \beta_2 R1_{it} + \beta_3 R2_{it} + \beta_4 R3_{it} + \beta_5 R4_{it} + \beta_6 I1_{it} + \beta_7 I2_{it} + \lambda_t + u_{it}$$

jossa,

Y_{it} = selitettävä muuttuja (ROA, ROE, Nettovelkaantumisaste)

X_{it} = koon mittari (liikevaihto tai taseen loppusumma)

$R1 \dots R4$ = Raportointiluokat 1-4 ($R0$ = Referenssiluokka)

$I1 \dots I2$ = Toimialaluokat 1-2 ($I3$ = Referenssiluokka)

$i = 1 \dots n$, n = havainto ($n = 300$)

$t = 1 \dots T$, T = vuodet (2009–2012)

u = virhetermi

λ = kiinteä aikavaikutus (vaihtelee eri vuosien välillä)

6.2.3 Regressioanalyysin tulokset

Tutkimuksen paneeliregressiomallit tehtiin käyttämällä EViews-tilasto-ohjelmaa. Tutkimuksessa sovitettiin useita regressiomalleja. Kuten aikaisemminkin mainittu, niin tutkimuksessa selitettävänä muuttujina olivat ROA, ROE ja nettovelkaantumisaste. Selittäjänä puolestaan oli raportointiluokka. Kontrollimuuttujina olivat yrityksen koko sekä toimiala. Kaikissa regressiomalleissa käytettiin pienimmän neliösumman menetelmää. Lisäksi kaikissa regressiomalleissa käytettiin oletusta "time fixed effects" (kiinteä aikavaikutus). Kiinteän aikavaikutuksen oletuksella tarkoitetaan tässä tutkimuksessa sitä, että yrityksen sisällä raportointiluokan oletetaan vaihtelevan ajassa. Malli olettaa siis vakion yrityksen eri vuosien raportointiluokalle ja sallii näin ollen raportointiluokan vaihtelun ajassa yrityksen sisällä.

Tutkimuksessa testattiin jokaisen selitettävän muuttujan osalta useita erilaisia regressiomalleja. Lopullisiin malleihin valittiin parhaiten sopivat mittarit. Esimerkiksi ROA:n ja ROE:n osalta lopulliseen regressiomalliin valittiin koon mittariksi liikevaihto, sillä kaikista koon mittareista liikevaihtoa käyttämällä saatiin hieman paremmat tulokset,

tosin erot olivat erittäin pieniä riippuen siitä, mitä koon mittaria käytettiin. Samoista syistä ROA:n ja ROE:n osalta valittiin toimialaluokitukseksi toimialaluokitus 2. Nettovelkaantumisasteen osalta puolestaan koon mittarina käytettiin taseen loppusummaa sekä toimialaluokitusta 1, sillä näitä käyttämällä saatiin hieman paremmat tulokset. Lopullisiin malleihin valituilla koon mittareilla ja toimialaluokituksilla ei kuitenkaan ollut olennaista vaikutusta tutkimustuloksiin tai merkitsevyystasoihin. Regressiomallien tulokset on tiivistetty taulukkoon (Taulukko 14, s. 82). Alkuperäiset EViews-tulosteet löytyvät liitteenä (ks. LIITTEET 3-8, s.114 alkaen). Jokaisesta selitettävästä muuttujasta ajettiin siis oma regressiomalli ja lisäksi jokaisen selitettävän muuttujan osalta testattiin sekä alkuperäistä, että uutta raportointiluokitusta. Regressiomallissa, jossa käytettiin alkuperäistä raportointiluokitusta, oli referenssiluokkana nolaluokka (= raportoi vain lakisääteisen). Uuden raportointiluokituksen regressiomallissa käytettiin referenssiluokkana luokkaa 1 (= raportoi vain lakisääteisen tai 1:stä vastuusta).

Taulukko 14 Regressiomallien tulokset

Muuttujat	Malli 1	Malli 2	Malli 3	Malli 4	Malli 5	Malli 6
	Regressiokerroin	Regressiokerroin	Regressiokerroin	Regressiokerroin	Regressiokerroin	Regressiokerroin
Selittävät:						
ROA	X	X				
ROE			X	X		
Nettovelkaantumisaste					X	X
Selittäjät:						
Koko						
Liikevaihto	2,25E-10	-2,31E-10	-4,54E-10	-4,91E-10		
Taseen loppusumma					3,19E-10	3,35E-10
Henkilöstön lkm						
Raportointiluokka						
<u>Alkuperäinen raportointiluokitus</u>						
raportointiluokka 1	-1,10931		14,01601 ⁺		-20,79052	
raportointiluokka 2	6,347381**		27,66236***		-22,3853	
raportointiluokka 3	4,94606*		25,9868**		-21,72315	
raportointiluokka 4	7,166965***		31,08442***		-23,6454	
<u>Uusi raportointiluokitus</u>						
raportointiluokka 2		6,180885***		20,73392***		-12,98155
raportointiluokka 3		7,717934***		25,19266***		-14,86138
Toimiala						
<u>Toimialaluokitus 1</u>						
toimialaluokka 1					17,90775	19,3671
toimialaluokka 2					52,58634***	55,00157***
<u>Toimialaluokitus 2</u>						
toimialaluokka 1	0,955074	0,837347	1,341294	0,281406		
toimialaluokka 2	-3,170788 ⁺	-3,200279 ⁺	-8,124266	-9,820598 ⁺		
Selitysaste (R²)	0,103994	0,102133	0,101103	0,092333	0,09188	0,086905
Korjattu selitysaste (R²_{korj.})	0,07299	0,077449	0,07	0,06738	0,060457	0,061803
F-testi	3,354239***	4,137673***	3,250527***	3,700288***	2,923999**	3,462054***

Taulukko 15 Tutkimuksessa käytetyt merkitsevyystasot

merkitsevyystasot	symbolit taulukossa
10 %	+
5 %	*
1 %	**
0,10 % tai alle	***

Taulukkoon (Taulukko 14, s.82) on tiivistetty regressioanalyysien tulokset sekä niiden merkitsevyystasot symbolein. Merkitsevyystasojen symbolit on avattu oheiseen taulukkoon (Taulukko 15, s.83). Tutkielmassa pidetään tilastollisesti merkitsevinä merkitsevyystasojena 5 %, 1 %. Merkitsevyystaso 0,10 % tai alle on tilastollisesti erittäin merkitsevä. 10 % merkitsevyystaso on ainoastaan suuntaa antava, eikä tilastollisesti merkitsevä. 10 %:n merkitsevyydet haluttiin kuitenkin tuoda ilmi yläindeksissä näkyvänä plus-merkinä.

6.2.3.1 Malli 1- ROA

Mallissa 1 (Taulukko 14, s. 82). testattiin voidaanko yhteiskuntavastuun raportoinnin tasolla (alkuperäinen raportointiluokitus) selittää yritysten koko pääoman tuottoasteen vaihtelua eli onko yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnilla yhteyttä yritysten koko pääoman tuottoasteeseen. Mallin 1 kohdalla taulukosta (Taulukko 14, s. 82) nähdään, että raportointiluokassa 2 ROA on 6,35 prosenttiyksikköä suurempi kuin referenssiluokassa 0. Toisin sanoen ne yritykset, jotka raportoivat kahdesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta on 6,35 prosenttiyksikköä suurempi koko pääoman tuottoaste kuin niillä yrityksillä, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot. Lisäksi kerroin on tilastollisesti merkitsevä 1 %:n merkitsevyystasolla. Tämä tarkoittaa sitä, että raportointiluokalla 2 on siis tilastollisesti merkitsevä vaikutus koko pääoman tuottoasteeseen.

Raportointiluokassa 3 ROA on 4,95 prosenttiyksikköä suurempi kuin referenssiluokassa 0. Toisin sanoen ne yritykset, jotka raportoivat kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta on 4,95 prosenttiyksikköä suurempi koko pääoman tuottoaste kuin niillä yrityksillä, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot. Lisäksi kerroin on tilastollisesti merkitsevä 5 %:n merkitsevyystasolla. Tämä tarkoittaa sitä, että raportointiluokalla 3 on siis tilastollisesti merkitsevä vaikutus koko pääoman tuottoasteeseen, mutta merkitsevyys ei ole yhtä vahvaa kuin luokassa 2. Lisäksi ero referenssiluokkaan ei ole niin suuri kuin luokassa kaksi.

Raportointiluokassa 4 ROA on 7,17 prosenttiyksikköä suurempi kuin referenssiluokassa 0. Toisin sanoen ne yritykset, jotka raportoivat kolmesta yhteiskuntavastuun osa-

alueesta GRI-standardiston mukaan on 7,17 prosenttiyksikköä suurempi koko pääoman tuottoaste kuin niillä yrityksillä, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot. Lisäksi muuttuja on tilastollisesti merkitsevä 0,10 %:n merkitsevyystasolla. Tämä tarkoittaa sitä, että raportointiluokalla 4 on siis tilastollisesti erittäin merkitsevä vaikutus koko pääoman tuottoasteeseen.

Raportointiluokassa 1 kerroin on negatiivinen ja tilastollisesti ei merkitsevä. Näin ollen voidaan todeta, että sillä että yritys raportoi vain yhdestä yhteiskuntavastuun osa-alueesta, ei ole tilastollisesti merkitsevää vaikutusta koko pääoman tuottoasteeseen. Sen sijaan, mikäli yritys raportoi kahdesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta, niin tällä on jo tilastollisesti merkitsevä vaikutus koko pääoman tuottoasteeseen. Kuitenkin vaikutus vaikuttaisi olevan suurempi luokassa 2 kuin luokassa 3. Näin ollen voitaisiin ajatella, että vaikutus kokonaispääoman tuottoasteeseen siitä, että raportoidaan kahdesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta, on suurempi kuin, että raportoitaisiin kaikista kolmesta vastuun alueesta. Tilastollisesti erittäin merkitsevä tulos saatiin raportointiluokassa 4. Tässä luokassa olevilla yrityksillä oli suurin prosenttiyksikköero referenssiluokkaan. Raportointiluokissa 2-4 yhteys yhteiskuntavastuuraportoinnin ja koko pääoman tuottoasteen välillä havaittiin positiiviseksi ja tilastollisesti merkitseväksi. Edellä läpikäydyn perusteella hypoteesit 1, 2 ja 5 hyväksytään.

6.2.3.2 Malli 2 – ROA

Mallissa 2 (Taulukko 14, s. 82) testattiin niin edelleen voidaanko yhteiskuntavastuun raportoinnin tasolla (uusi raportointiluokitus) selittää yritysten koko pääoman tuottoasteen vaihtelua eli onko yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnilla yhteyttä yritysten koko pääoman tuottoasteeseen. Mallin 2 kohdalla taulukosta (Taulukko 14, s. 82) nähdään, että raportointiluokassa 2 ROA on 6,18 prosenttiyksikköä suurempi kuin referenssiluokassa 1. Toisin sanoen niillä yrityksillä, jotka raportoivat kahdesta tai kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta on 6,18 prosenttiyksikköä suurempi koko pääoman tuottoaste kuin niillä yrityksillä, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot tai vain yhdestä yhteiskuntavastuun osa-alueesta. Lisäksi kerroin on tilastollisesti merkitsevä 0,10 %:n merkitsevyystasolla. Tämä tarkoittaa sitä, että raportointiluokalla 2 on siis tilastollisesti erittäin merkitsevä vaikutus koko pääoman tuottoasteeseen.

Raportointiluokassa 3 ROA on 7,72 prosenttiyksikköä suurempi kuin referenssiluokassa 1. Toisin sanoen ne yritykset, jotka raportoivat kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta GRI-standardiston mukaan on 7,72 prosenttiyksikköä suurempi koko pääoman tuottoaste kuin niillä yrityksillä, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot tai vain yhdestä yhteiskuntavastuun osa-alueesta. Lisäksi kerroin on tilastollisesti merkitsevä 0,10

:%n merkitsevyystasolla. Tämä tarkoittaa sitä, että raportointiluokalla 3 on siis tilastollisesti erittäin merkitsevä vaikutus koko pääoman tuottoasteeseen.

Mallin 2 tulokset ovat samansuuntaisia mallin 1 tulosten kanssa. Mallin 2 tuloksista voidaan tulkita, että niillä yrityksillä, jotka raportoivat yhteiskuntavastuullisuudestaan GRI-standardiston mukaan on korkeampi kokonaispääoman tuottoprosentti verrattuna yrityksiin, jotka eivät raportoivat kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta. Lisäksi mallin 2 mukaan vaikutus kokonaispääoman tuottoprosenttiin olisi suurempi luokassa 3 kuin luokassa 2. Näin ollen voitaisiin ajatella, että sillä, raportoiko yritys yhteiskuntavastuun kolmesta osa-alueesta GRI:n mukaan vai ei, olisi vaikutusta yrityksen kokonaispääoman tuottoprosenttiin. Mallissa 2 yhteyden yhteiskuntavastuuraportoinnin ja koko pääoman tuottoasteen välillä havaittiin olevan positiivinen. Edellä läpikäydyn perusteella hypoteesit 1, 2 ja 5 hyväksytään.

6.2.3.3 Malli 3 – ROE

Mallissa 3 (Taulukko 14, s. 82) testattiin voidaanko yhteiskuntavastuun raportoinnin tasolla (alkuperäinen raportointiluokitus) selittää yritysten oman pääoman tuottoasteen vaihtelua eli onko yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnilla yhteyttä yritysten oman pääoman tuottoasteeseen. Mallin 3 kohdalla taulukosta (Taulukko 14, s. 82) saadaan samanlaisia tuloksia kuin mallissa 1. Mallista nähdään, että raportointiluokissa 2, 3 ja 4 ROE on 27,66, 25,99 ja 31,08 prosenttiyksikköä suurempi kuin referenssiluokassa 0. Yhteiskuntavastuuraportoinnin ja oman pääoman tuottoasteen välillä havaittiin siis positiivinen yhteys. Toisin sanoen ne yritykset, jotka raportoivat kahdesta tai kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta tai kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta GRI:n mukaan on 27,66 (luokassa 2), 25,99 (luokassa 3) ja 31,08 (luokassa 4) prosenttiyksikköä suurempi oman pääoman tuottoaste kuin niillä yrityksillä, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot. Lisäksi kertoimet ovat tilastollisesti merkitseviä. Raportointiluokan 3 kerroin on tilastollisesti merkitsevä 1 %:n merkitsevyystasolla ja raportointiluokan 2 ja 4 kertoimet jopa 0,10 %:n merkitsevyystasolla. Tämä tarkoittaa sitä, että raportointiluokilla 2-4 on siis tilastollisesti merkitsevä vaikutus oman pääoman tuottoasteeseen, luokilla 2 ja 4 jopa erittäin merkitsevä vaikutus. Mallissa 3 on havaittavissa samanlaisia tuloksia kuin mallissa 1 ROA:n tapauksessa. Tosin mallissa 3 myös raportointiluokassa 1 havaittiin positiivinen yhteys, joka tosin ei ole tilastollisesti merkitsevä. Mallien 1 ja 3 tuloksien samankaltaisuus on loogista, sillä ROA ja ROE -tunnuslukujen laskentakaavat ovat osittain samankaltaiset.

Tulosten perusteella voidaan todeta, että sillä että raportoidaan vain yhdestä yhteiskuntavastuun osa-alueesta, ei näyttäisi olevan tilastollisesti merkitsevää vaikutusta oman pääoman tuottoasteeseen. Sen sijaan, mikäli yritys raportoivat kahdesta yhteiskunta-

vastuun osa-alueesta, niin tällä on jo tilastollisesti erittäin merkitsevä vaikutus oman pääoman tuottoasteeseen. Kuitenkin vaikutus vaikuttaisi olevan suurempi luokassa 2 kuin luokassa 3. Näin ollen voitaisiin ajatella, että vaikutus oman pääoman tuotto prosenttiin siitä, että raportoidaan kahdesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta, on suurempi kuin, että raportoitaisiin kaikista kolmesta vastuun alueesta. Tilastollisesti erittäin merkitsevä tulos ja suurin prosenttiyksikköero referenssiluokkaan saatiin raportointiluokassa 4. Tulosten perusteella vaikuttaisi siis siltä, että suurin vaikutus oman pääoman tuotto prosenttiin on sillä, että raportoidaan yhteiskuntavastuusta GRI-standardien edellyttämällä tavalla. Edellä läpikäydyn perusteella hypoteesit 3, 4 ja 5 hyväksytään.

6.2.3.4 Malli 4 – ROE

Mallissa 4 (Taulukko 14, s. 82) testattiin niin ikään voidaanko yhteiskuntavastuuraportoinnin tasolla (uusi raportointiluokitus) selittää yritysten oman pääoman tuottoasteen vaihtelua eli onko yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnilla yhteyttä yritysten oman pääoman tuottoasteeseen. Mallista 4 (Taulukko 14, s. 82) nähdään samankaltaisia tuloksia kuin mallissa 2. Raportointiluokassa 2 ROE on 20,73 prosenttiyksikköä suurempi kuin referenssiluokassa 1. Toisin sanoen niillä yrityksillä, jotka raportoivat kahdesta tai kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta on 20,73 prosenttiyksikköä suurempi oman pääoman tuottoaste kuin niillä yrityksillä, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot tai vain yhdestä yhteiskuntavastuun osa-alueesta. Lisäksi kerroin on tilastollisesti merkitsevä 0,10 %:n merkitsevyystasolla. Tämä tarkoittaa sitä, että raportointiluokalla 2 on positiivinen ja tilastollisesti erittäin merkitsevä yhteys oman pääoman tuottoasteeseen.

Raportointiluokassa 3 ROE on 25,19 prosenttiyksikköä suurempi kuin referenssiluokassa 1. Toisin sanoen ne yritykset, jotka raportoivat kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta GRI-standardiston mukaan on 25,19 prosenttiyksikköä suurempi oman pääoman tuottoaste kuin niillä yrityksillä, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot tai vain yhdestä yhteiskuntavastuun osa-alueesta. Lisäksi kerroin on tilastollisesti merkitsevä 0,10 %:n merkitsevyystasolla. Tämä tarkoittaa sitä, että raportointiluokalla 4 on siis positiivinen ja tilastollisesti erittäin merkitsevä yhteys oman pääoman tuottoasteeseen.

ROE-mallien (mallit 3 ja 4) tulokset ovat myös hyvin samankaltaisia keskenään. Mallin 4 tuloksista voidaan tulkita, että niillä yrityksillä, jotka raportoivat yhteiskuntavastuullisuudestaan GRI-standardiston mukaan on korkeampi oman pääoman tuotto prosentti verrattuna yrityksiin, jotka eivät raportoivat kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta. Lisäksi mallin 4 mukaan vaikutus oman pääoman tuotto prosenttiin olisi suurempi luokassa 3 kuin luokassa 2. Näin ollen voitaisiin ajatella, että sillä raportoiko yritys yhteiskuntavastuun kolmesta osa-alueesta GRI:n mukaan vai ei, olisi vaikutusta

yrittäjien oman pääoman tuotto prosenttiin. Edellä läpikäydyn perusteella hypoteesit 3, 4 ja 5 hyväksytään.

6.2.3.5 Mallit 5 ja 6 – Nettovelkaantumisaste

Malleissa 5 ja 6 (Taulukko 14, s. 82) testattiin voidaanko yhteiskuntavastuuraportoinnin tasolla selittää yritysten nettovelkaantumisastetta. Malleissa havaitut yhteydet yhteiskuntavastuun raportointiluokkien ja nettovelkaantumisasteen välillä olivat negatiivisia. Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi mallissa 5 raportointiluokassa 4 nettovelkaantumisaste on 23,65 prosenttiyksikköä pienempi kuin referenssiluokassa 0. Toisin sanoen niillä yrityksillä, jotka raportoivat yhteiskuntavastuustaan GRI-standardiston mukaan on 23,65 prosenttiyksikköä pienempi nettovelkaantumisaste kuin niillä yrityksillä, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot. Tulkinta on näin ollen looginen ja linjassa tutkielman teorian kanssa. Vaikkakin mallin 5 ja 6 kertoimet ovat negatiivisia ja niiden tulkin- nalle löytyy looginen selitys aikaisemmista tutkimuksista, eivät kertoimet ole tilastolli- sesti merkitseviä millään tutkielmassa käytetyllä merkitsevyystasolla. Näin ollen malli- en 5 ja 6 perusteella yhteiskuntavastuuraportoinnilla ja sen tasoilla ei voida selittää yri- tysten nettovelkaantumisastetta. Toimiala vaikuttaisi kuitenkin mallien 5 ja 6 perusteella selittävän yritysten nettovelkaantumisastetta ja oikeastaan toimialaluokka 2, johon kuu- luvat teollisuusalan yritykset (perusteollisuus, teollisuustuotteet ja -palvelut, yleis- hyödylliset palvelut sekä öljy ja kaasu). Yhteys nettovelkaantuneisuuden ja ensimmäi- sen toimialaluokituksen luokan 2 kanssa on positiivinen sekä tilastollisesti erittäin mer- kitsevä sekä mallissa 5 että 6. Toimialaluokassa 2 nettovelkaantuneisuus on 52,59 (malli 5) ja 55 (malli 6) prosenttiyksikköä suurempi kuin referenssiluokassa. Referenssiluok- kana toimialoissa käytettiin luokkaa 3 (muut), johon kuuluvat teknologia, terveyden- huolto sekä tietoliikennepalvelut. Tämä tarkoittaa sitä, että teollisuuden alan yrityksillä nettovelkaantuneisuus olisi suurempaa kuin teknologian, terveydenhuollon tai tietolii- kennepalvelujen alojen yrityksillä. Tulkinta on siinä mielessä looginen, että teollisuuden alan yrityksille tyypillistä ovat suuret investoinnit, jotka yleensä rahoitetaan velkarahal- la. Tämä saattaa olla syynä siis teollisuuden alan yritysten korkeampaan nettovelkaan- tumisasteeseen. Edellä läpikäydyn perusteella hypoteesit 6 ja 7 hylätään.

6.2.3.6 Mallien hyvyys ja sopivuus

Mallien hyvyttä voidaan arvioida tarkastelemalla mallien selityksasteita. Taulukosta (Taulukko 14, s. 82) nähdään edellä läpikäydyn kuuden mallin selityksasteet. Selityksas- teet vaihtelevat välillä 8,7–10,4 % eri mallien väleillä. Malli 1 selittää 10,4 %:a ROA:n

vaihtelusta ja malli 2 puolestaan 10,2 %:a. Malli 3 selittää 10,1 %:a ja malli 4 taas 9,2 %:a ROE:n vaihtelusta. Mallin 5 ja 6 osalta ei saatu tilastollisesti merkitseviä tuloksia, joten näiden mallien selityksasteiden tulkinta ei ole merkityksellistä tutkielman kannalta. Selityksasteet jäävät suhteellisen alhaisiksi, mutta tämä ei ole tutkimuksen kannalta huono asia, sillä n. 10 prosentin selityksaste mallien 1-4 kohdilla on looginen. Tämä tarkoittaa siis, että esimerkiksi mallin 1 muuttujien avulla pystytään selittämään 10,4 %:a ROA:n vaihtelusta. Toisin sanoen on olemassa paljon muitakin muuttujia, jotka selittävät ROA:n vaihtelua, yhteiskuntavastuuraportoinnin tasolla ei siis yksinään voida selittää ROA:n vaihtelua. Tutkimuksen perusteella on kuitenkin selvää, että tietty osuus tarkasteltujen tunnuslukujen vaihtelusta pystytään selittämään yhteiskuntavastuuraportoinnin tasolla.

Mallin selityksaste kasvaa, kun selittäviä muuttujia lisätään. Tämän vuoksi vertailtaessa kahta mallia, joissa on eri määrä selittäviä muuttujia, tulisikin tarkastella korjattua selityksastetta. Korjatussa selityksasteessa on nimittäin huomioitu selittävien muuttujien määrä. Taulukosta (Taulukko 14, s. 82) nähdään, että mallin 1 korjattu selityksaste on n. 7,3 %:a ja mallin 2 n. 7,7 %:a. Näin ollen näistä kahdesta mallista mallin 2 muuttujat selittävät hieman enemmän ROA:n vaihtelua kuin mallin 1. Ero korjattujen selityksasteiden välillä on kuitenkin erittäin pieni. Mallin 3 korjattu selityksaste on n. 7 %:a ja mallin 4 n. 6,7 %:a. Näin ollen näistä kahdesta mallista mallin 3 muuttujat selittävät hieman enemmän ROE:n vaihtelua kuin mallin 4. Ero korjattujen selityksasteiden välillä on kuitenkin näissäkin malleissa erittäin pieni.

Mallin sopivuutta voidaan puolestaan tarkastella F-testin avulla. Mallien F-testien tulokset nähdään taulukosta (Taulukko 14, s. 82). F-testien tuloksien perusteella voidaan todeta, että kaikki mallit ovat sopivia, jopa 0,10 %:n merkitsevyyden tasolla.

6.2.3.7 Yhteenveto

Mallien 1-4 perusteella voidaan sanoa, että yhteiskuntavastuuraportoinnilla on vaikutusta yritysten koko pääoman tuottoasteeseen sekä oman pääoman tuottoasteeseen. Asiaa tarkasteltiin kahden eri yhteiskuntavastuuraportointiluokituksen kautta ja kumpaakin raportointiluokkaa käyttämällä saatiin samankaltaisia tuloksia. Yhteiskuntavastuuraportoinnilla havaittiin olevan positiivinen yhteys sekä koko pääoman tuottoasteeseen, että oman pääoman tuottoasteeseen. Lisäksi malleissa 1-4 muuttujien välinen yhteys oli myös tilastollisesti merkitsevä. Yhteiskuntavastuuraportoinnin ja koko pääoman tuottoasteen välinen yhteys mallissa 1 ja raportointiluokassa 1 ei ollut tilastollisesti merkitsevä, mutta luokissa 2-4 se oli, luokassa 4 jopa erittäin merkitsevä. Yhteiskuntavastuuraportoinnin ja koko pääoman tuottoasteen välinen yhteys mallissa 2 oli erittäin merkitsevä molemmassa raportointiluokassa 2 ja 3. Yhteiskuntavastuuraportoinnin ja oman pää-

oman tuottoasteen välinen yhteys mallissa 3 ja raportointiluokassa 1 ei ollut tilastollisesti merkitsevä, mutta luokissa 2-4 se oli, luokissa 2 ja 4 jopa erittäin merkitsevä. Yhteiskuntavastuuraportoinnin ja oman pääoman tuottoasteen välinen yhteys mallissa 4 oli erittäin merkitsevä molemmissa raportointiluokissa 2 ja 3.

Malleista 1-4 saadut tulokset ovat loogisia ja yhdenmukaisia tutkielman teoriaosiossa läpikäydyn kanssa. Saadut tulokset voivat selittyä muun muassa sillä, että yritykset, jotka raportoivat vähintään kahdesta vastuun osa-alueesta ovat tosiasiansa omaksuneet yhteiskuntavastuullisuuden osaksi yrityskulttuuriaan. Kolmesta yhteiskuntavastuun alueesta raportointi GRI-standardistoa noudattaen taas antaa luotettavaa informaatiota siitä, että yritys on todella omaksunut yhteiskuntavastuullisuuden ja toteuttaa sitä läpinäkyvällä tavalla. Lisäksi malleista 1-4 nähdään, etteivät valitut kontrollimuuttujat, koko ja toimiala, ole tilastollisesti merkitseviä muuttujia ja näin ollen selitä koko pääoman ja oman pääoman tuottoasteita. Tämä on tutkimuksen kannalta hyvä asia.

Mallien 5 ja 6 osalta yhteiskuntavastuuraportoinnin ja nettovelkaantumisasteen välillä havaittiin negatiivinen yhteys. Muuttujien väliset yhteydet eivät kuitenkaan olleet kummassakaan mallissa tilastollisesti merkitseviä. Näin ollen yhteiskuntavastuuraportoinnin ja nettovelkaantumisasteen välillä ei havaittu olevan tilastollisesti merkitsevää yhteyttä. Kuitenkin teollisuuden toimialana havaittiin olevan tilastollisesti erittäin merkitsevä selittäjä nettovelkaantumisasteelle. Malleissa 5 ja 6 havaittiin muun muassa, että teollisuuden alan yrityksillä nettovelkaantuneisuus olisi suurempaa kuin teknologian, terveydenhuollon tai tietoliikennepalvelujen alojen yrityksillä. Looginen selitys tälle voisi olla esimerkiksi se, että teollisuuden alan yrityksissä tehdään suuria investointeja usein velkarahoituksella, ehkä enemmän kuin referenssitoimialojen yrityksissä.

Mallien 1-6 osalta tehtiin F-testit mallien sopivuuden arvioimiseksi. F-testin tulosten perusteella kaikki mallit olivat sopivia tutkittavan asian mittaamiseen. Lisäksi mallien selitysasteet vaihtelivat välillä 8,7–10,4 %. Selitysaste kertoo, minkä osuuden tutkittavan asian (selitettävän muuttujan) vaihtelusta malli selittää. Korjattua selitysastetta käytetään taas vertailtaessa malleja keskenään. Näin ollen malleista 1 ja 2 ROA:n vaihtelua selittää paremmin malli 2 (korjattu selitysaste n. 7,7 %). Malli 2:n muuttujat selittävät siis hieman paremmin ROA:n vaihtelua kuin mallin 1. Malleista 3 ja 4 ROE:n vaihtelua selittää paremmin malli 3 (korjattu selitysaste n. 7 %). Näin ollen mallin 3 muuttujat selittävät hieman enemmän ROE:n vaihtelua kuin mallin 4. Ero korjattujen selitysasteiden välillä malleissa 1 ja 2 sekä malleissa 3 ja 4 ovat kuitenkin erittäin pieniä.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO

7.1 Tutkimustulosten johtopäätökset

Paneeliregressiomallien tuloksien perusteella havaittiin, että yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välinen yhteys on positiivinen. Toisin sanoen yhteiskuntavastuulliset yritykset ovat taloudellisesti kannattavampia kuin yritykset, jotka eivät ole yhteiskuntavastuullisia. Tutkimushypoteesit 1-5 hyväksyttiin ja hypoteesit 6-7 hylättiin. Tutkimuksessa havaittiin siis, että yritykset, jotka raportoivat kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta (taloudellinen, ympäristöllinen ja sosiaalinen) ovat taloudellisesti kannattavampia kuin yritykset, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuustaan. Tutkimuksessa havaittiin myös, että yritykset, jotka raportoivat kahdesta tai kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta ovat taloudellisesti kannattavampia kuin yritykset, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot tai vain yhdestä yhteiskuntavastuun osa-alueesta. Suurin ero kannattavuudessa havaittiin niiden yritysten välillä, jotka raportoivat yhteiskuntavastuustaan GRI-standardiston mukaan verrattuna niihin yrityksiin, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuusta. Tutkimuksessa havaittiin siis, että GRI-standardiston mukaan yhteiskuntavastuustaan raportoivat yritykset olivat kaikista kannattavimpia verrattuna niihin yrityksiin, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuustaan. Sama havaittiin myös verrattaessa GRI-standardiston mukaan raportoivia yrityksiä niihin yrityksiin, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot tai vain yhdestä yhteiskuntavastuun osa-alueesta.

Lisäksi tutkimuksessa havaittiin, että jos yritys raportoi vähemmän kuin kahdesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta, ei tällä ollut tilastollisesti merkitsevää yhteyttä yrityksen kannattavuuteen. Toisin sanoen siis jo kahdella yhteiskuntavastuun osa-alueella toimimisella ja kahdesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta raportoimisella havaittiin tilastollisesti merkitsevä yhteys yrityksen kannattavuuteen. Tämä oli yllättävää tutkimuksessa, sillä lähtöoletus oli, että vasta kolmella yhteiskuntavastuun alueella toimiminen ja niistä raportoiminen olisi yhteydessä yrityksen taloudelliseen suoriutumiseen. Toisaalta tämä saattaa selittyä sillä, miten sidosryhmät tulkitsevat yrityksen yhteiskuntavastuullisuuden. Tässä tutkimuksessa yritys kuului alkuperäisessä raportointiluokituksessa luokkaan kolme (raportoi kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta) vain, mikäli yritys julkaisi tietoja kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta erikseen. Taloudellisen vastuun julkaisuksi ei siis laskettu lakisääteisiä tietoja yrityksen taloudellisesta suoriutumisesta tai asemasta, jotka ovat osa tilinpäätöstä. Sidosryhmät ovat kuitenkin voineet käsittää sellaisen yrityksen yhteiskuntavastuullisena, joka raportoi erikseen tiedot sosiaalisen ja ympäristövastuun osa-alueista, mutta taloudellisen vastuun piiriin kuuluvista asioista vain esimerkiksi lakisääteisessä tilinpäätöksessä.

Tutkimuksessa ei havaittu, että yritysten velkaantumisen tasolla olisi yhteyttä yhteiskuntavastuullisuuteen. Tutkimuksessa ei siis löydetty tilastollisesti merkitsevää yhteyttä yhteiskuntavastuun ja nettovelkaantumisen välille. Kuitenkin toimialana teollisuuden havaittiin olevan tilastollisesti erittäin merkitsevä selittäjä nettovelkaantumisasteelle. Paneeliregressiomalleissa 5 ja 6 havaittiin muun muassa, että teollisuuden alan yrityksillä nettovelkaantuneisuus oli suurempaa kuin teknologian, terveydenhuollon tai tietoliikennepalvelujen alojen yrityksillä. Selitys tälle voi olla esimerkiksi se, että teollisuuden alan yrityksissä tehdään ehkä enemmän suuria investointeja velkarahoituksella verrattuna muiden toimialojen yrityksiin.

Tutkimuksen tulokset yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välisestä yhteydestä ovat linjassa suurimman osan aikaisempien tutkimusten kanssa. Ja kuten aikaisemmat tutkimuksetkin aiheesta antoivat viitteitä, on yhteys yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä pitkällä aikajänteellä todennäköisemmin positiivinen kuin negatiivinen. Lisäksi tutkimustulokset osoittavat pikemminkin, että yhteys on olemassa kuin, että sitä ei olisi ja täydentävät myös tältä osin aihepiiriin tutkimuskenttää. Positiivisen yhteyden löytymistä yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välille tukee myös sidosryhmäteoria. Yrityksillä on siis yhteiskunnassa muitakin kuin vain taloudellisia velvollisuuksia, kuten velvollisuuksia sidosryhmiään kohtaan. Lisäksi vaikka tässä tutkielmassa tehdyn tutkimuksen tulosten perusteella ei voida ottaa kantaa yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välisen positiivisen yhteyden kausaliteettiin, antavat tämän tutkimuksen tulokset arvokasta tietoa yritysten ja johdon päätöksenteon tueksi. Lisäksi tutkimustuloksista saattaa olla hyötyä yrityksille, jotka pohtivat sitoutumista yhteiskuntavastuulliseen toimintaan.

Tämän tutkimuksen perusteella ei kuitenkaan voida sulkea pois sitä mahdollisuutta, että yhteys yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä olisi epälineaarinen. Eli että yhteys olisi niillä yrityksillä, jotka ensimmäistä kertaa sitoutuvat yhteiskuntavastuulliseen toimintaan ja raportointiin, negatiivinen ja kääntyisi sitten pidemmällä aikavälillä positiiviseksi. On todennäköistä, että yhteiskuntavastuun hyödyt näkyvät vasta pidemmällä aikajänteellä ja näin ollen ensimmäisinä vuosina yhteiskuntavastuullisesta toiminnasta syntyisi enemmän kuluja kuin merkittävää taloudellista hyötyä. Näin on varsinkin, mikäli yritysten sitoutuminen yhteiskuntavastuulliseen toimintaan nähdään eräänlaisena pitkän aikavälin investointina, joka tuottaa tuloa myöhemmin ja kestäväällä tavalla, niin kuin se tässä tutkielmassa nähdään. Tässä tutkimuksessa havaittu positiivinen yhteys ei siis kerro mitään siitä, millainen yhteys yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä on voinut aiemmin olla, esimerkiksi ensimmäisinä vuosina. Helsingin pörssin listayhtiöt, jotka ovat omaksuneet yhteiskuntavastuullisen toimintatavan, ovat todennäköisesti toteuttaneet sitä jo ennen tarkastelujakson alkua, sillä osa suomalaisista yrityksistä on sitoutunut yhteiskuntavastuulliseen toimintaan jo 2000-luvun alkupuolella. Näin ollen mahdollinen aiempi negatiivinen

yhteys yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä ei tule ilmi tässä tutkimuksessa.

Kuten aikaisemmin tutkielmassa oletettiin, niin tässä tutkielmassa tehdyssä tutkimuksessa löydettiin positiivinen yhteys yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välille. Positiivisen yhteyden löytymistä voidaan perustella muun muassa sillä, että tutkimuksessa tarkasteltiin Helsingin pörssin listayhtiöitä neljän vuoden ajanjaksona. Neljän vuoden aikajakso on suhteellisen pitkä ja näin ollen tulokset antavat tietoa pitkän aikavälin yhteyden muodosta, joka on todennäköisemmin positiivinen kuin negatiivinen. Toisaalta havaittu positiivinen yhteys indikoi, että suomalaisessa kontekstissa yhteiskuntavastuuraportointi toimii todennäköisesti hyvänä mittarina yritysten yhteiskuntavastuullisuudelle. Aikaisempien tutkimusten mukaan Suomessa yhteiskuntavastuullinen toiminta on arvoperusteista ja korkealta tasolta johdettua, eikä näin ollen kyse ole useinkaan viherpesusta, vaan tosiasiallisesta sitoutumisesta yhteiskuntavastuulliseen toimintaan. Toisaalta yhteiskuntavastuullinen toiminta on suomalaisessa kontekstissa yhdistetty myös pitkän aikavälin kannattavuuteen. Näin ollen tutkimuksen tulosten voidaan nähdä puoltavan yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnin käyttöä yritysten yhteiskuntavastuullisuuden mittarina suomalaisessa kontekstissa.

Tämän tutkielman tulokset ovat tärkeä lisä aihepiirin tutkimuskenttään monestakin syystä. Ensinnäkin tutkimus toteutettiin pääosin samoilla menetelmillä ja mittareilla, joita on käytetty aikaisemmissa tutkimuksissa. Nämä aikaisemmat tutkimukset ovat kuitenkin pääasiassa tutkineet aihetta yhdysvaltalaisessa ympäristössä. Tämä tutkielma lisää siis aihepiirin tutkimusta pohjoiseurooppalaisessa kontekstissa. Kuten tutkielman teoriaosiossakin mainittiin, niin perinteinen anglosaksinen käsitys yritysten yhteiskuntavastuusta eroaa eurooppalaisesta ja toisaalta pohjoiseurooppalaisesta käsityksestä. Tämän tutkielman tulokset vahvistavat kuitenkin yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välisen positiivisen yhteyden olemassaolon myös eurooppalaisessa ja toisaalta pohjoiseurooppalaisessa ympäristössä, vaikka käsitys siitä, mikä on yritysten vastuu yhteiskunnassa, eroaakin jonkin verran. Näin ollen yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välinen positiivinen yhteys ei tämän tutkimuksen perusteella vaikuttaisi olevan kulttuurisidonnainen asia.

7.2 Tutkimustulosten luotettavuuden arviointi

Tämä tutkielma, kuten monet kvantitatiivisin menetelmin tehdyt tutkimukset, sisältää useita oletuksia. Oletukset perustuvat aikaisempiin tutkimuksiin ja niissä tehtyihin oletuksiin sekä tutkijan omiin tulkintoihin. Tutkijan omat tulkinnat ovat aina alttiita subjektiivisuudelle, eivätkä ne koskaan voi olla täysin objektiivisia. Yritysten jako luokkiin yhteiskuntavastuuraportoinnin perusteella on alttis tutkijan subjektiivisuudelle. Luokat

on rakennettu tutkijan valitsemien kriteerien perusteella ja yritykset on jaettu luokkiin perustuen tutkijan omaan ymmärrykseen ja tulkintaan yhteiskuntavastuun julkaisuista ajalta 2009–2012.

Lisäksi tutkielmassa on analysoitu vain yritysten julkaisuja liittyen yhteiskuntavastuuasioista raportointiin. Näin ollen tutkimuksessa ei ole otettu huomioon muun muassa yritysten Internet-sivuilla raportoituja yhteiskuntavastuuasioita laajemmin. Tämä saattaa vääristää tutkimustuloksia ja yritysten jakoa luokkiin yhteiskuntavastuuraportoinnin perusteella. Toisaalta tutkimusaineistoa kerätessä tutkija pyrki poistamaan tutkimuspopulaatiosta sellaiset yritykset, joiden kohdalla vaikutti siltä, että tarkasteluajanjaksona (2009–2012) yhteiskuntavastuuraportointi oli kokonaan siirretty yrityksen Internet-sivuille, sillä tällaisten yritysten mukanaolo tutkimuspopulaatiossa saattaisi vääristää tutkimustuloksia. Lisäksi on mahdollista, että yritys raportoi yhteiskuntavastuuasioista muidenkin kommunikointikanavien kautta, joita tutkimuksessa ei ole huomioitu, kuten aikaisemmissa tutkimuksissa on tuotu esille (Huang 2010, 652). Vaikka voisi olettaa, että yritysten pääasiallinen kommunikointikanava yhteiskuntavastuuasioissa on nimenomaan yrityksen Internet-sivut. Toisaalta voidaan myös kiistellä siitä, että mikäli kanava olisi joku toinen, niin olisiko se tavoittanut yrityksen avainsidosryhmiä, jos se ei tavoittanut tutkijaakaan. Ja toisaalta yrityksen intressissä on yhteiskuntavastuuasioista raportointi sellaisella tavalla, että tieto tavoittaa oikeat tahot mahdollisimman tehokkaasti ja näkyvästi.

Yritysten viralliset tiedonannot, kuten vuosikertomukset ja yhteiskuntavastuuraportit ovat olleet käytettyjä tutkijoiden keskuudessa, kun on haluttu löytää yhteiskuntavastuulle jokin sopiva mittari. Niiden käytöstä huolimatta, täytyy muistaa, että ei ole oikeastaan olemassa mitään tapaa, jolla voitaisiin yksiselitteisesti ja täysin objektiivisesti arvioida onko jostakin asiasta yli- vai aliraportoitu. Jotkut yritykset toki varmentavat yhteiskuntavastuuraportointinsa kolmannella osapuolella, mutta tässäkin ei oteta kantaa muuta kuin raportoinnin laajuuteen ja standardien noudattamiseen. Näin ollen tosiasiallisesta yhteiskuntavastuullisuudesta varmennetut yhteiskuntavastuuraportit eivät välttämättä kerro mitään. Toisaalta yhteiskuntavastuuraportointi ei ylipäätään välttämättä kerro mitään yritysten tosiasiallisesta yhteiskuntavastuusta ja siihen sitoutumisesta, vaan pahimmassa tapauksessa yhteiskuntavastuuraportointi kertoo vain yritysten halusta raportoida ja luoda mielikuvia. Lisäksi yhteiskuntavastuuraportointi saattaa olla altista mielikuvien luomiselle, subjektiivisuudelle sekä puolueellisuudelle (Tsoutsoura 2004; Huang 2010). Nämä kaikki seikat saattavat vääristää tutkimustuloksia. Aihepiirin tutkimuskenttä eurooppalaisessa ympäristössä kaipaakin parempia yhteiskuntavastuun mittareita.

Lisäksi on mahdollista, että tutkimuksen regressiomalleissa ei ole otettu huomioon kaikkia yrityksen yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen väliseen yhteyteen vaikuttavia seikkoja. Tutkimuksessa kontrolloitiin yrityskoon ja toimialan vaikutus, mutta esimerkiksi tutkimuksen ja tuotekehityksen vaikutusta yhteyden olemassaoloon ei

kontrolloitu. McWilliams & Siegel (2000, 607) ovat muun muassa omassa tutkimuksessaan tuoneet esille, että T&K:n vaikutus tulisi huomioida regressioanalyysissä, sillä he havaitsivat omassa tutkimuksessaan T&K:n korreloivan yhteiskuntavastuun sekä taloudellisen suoriutumisen mittareiden kanssa. Lisäksi he havaitsivat omassa tutkimuksessaan yhteyden olevan pääosin olemassa T&K:n vaikutuksen kautta. Tilastollisin menetelmin toteutettavissa tutkimuksissa on tosin aina olemassa se mahdollisuus, että jotakin olennaista tekijää ei ole huomioitu malleissa. Tilastolliset menetelmät yksinkertaistavat todellisia ilmiöitä ja toisaalta asioita ei ole mahdollista tutkia tilastollisin menetelmin, ellei tee oletuksia ja yksinkertaistuksia. Lisäksi Barnett & Salomon (2012) löysivät omassa tutkimuksessaan yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välille epälineaarisen yhteyden ja he huomioivat tutkimuksessaan T&K:n vaikutuksen.

Aikaisemmassa kirjallisuudessa on myös kritisoitu kirjanpitoperusteisten mittareiden käyttöä tutkimuksissa. Muun muassa Davidson ja Worrell (1990, 8) ovat sitä mieltä, että kirjanpitoperusteiset mittarit eivät ota huomioon eri toimialojen erityispiirteitä, kuten lainsäädännön erilaisuutta, velkaantuneisuutta, inflaatiota ja kirjanpitokäytäntöjä. Tässä tutkimuksessa näihin on kuitenkin pyritty vastaamaan ottamalla toimialan vaikutus huomioon malleissa kontrollimuuttujana. Lisäksi rahoitusalan yritykset on jätetty kokonaan tutkimuspopulaation ulkopuolelle toimialan erityispiirteiden vuoksi.

Tutkimustulosten luotettavuutta arvioidaan tehdyn tutkimuksen validiteetin ja reliabiliteetin kautta. Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä. Toisin sanoen kvantitatiivisessa tutkimuksessa arvioidaan mittarin validiteettia eli kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Reliabiliteetilla taas tarkoitetaan tutkimuksen tulosten toistettavuutta ja johdonmukaisuutta. Toisin sanoen, että saadaanko samoilla mittareilla samanlaisia tuloksia, jotta voidaan varmistua siitä, ettei tulos ole sattumanvarainen.

Tutkimuksen kannalta keskeisimmät ongelmat mittareiden reliabiliteetin ja validiteetin kanssa ovat seuraavat: Reliabiliteetin osalta voidaan pohtia, onko tehty yritysten yhteiskuntavastuun luokkajako reliaabeli mittari eli päätyisikö joku toinen tutkija samanlaiseen luokkajakoon. Luokkajako on kuitenkin tehty läpinäkyvällä tavalla käymällä läpi yritysten julkaisuja aluksi sisällysluettelo- ja otsikkotasolla, joten tältä osin luokkajako on toistettavissa ja voidaan olettaa, että toinenkin tutkija päätyisi samankaltaiseen luokkajakoon. Mikäli luokkajaossa päädyttäisiin samanlaiseen lopputulokseen, olisivat tämän tutkimuksen tulokset toistettavissa ja tulokset samanlaisia, sillä muut tunnusluvut perustuvat yritysten taloudellisiin tunnuslukuihin tietyiltä vuosilta ja regressioanalyysi on tehty tilasto-ohjelmalla.

Validiteetin osalta taas keskeisimmät ongelmat ovat siinä, että kuvaako yritysten yhteiskuntavastuuraportointi todella yritysten yhteiskuntavastuullisuuden tasoa eli voidaan sitä käyttämällä arvioida yritysten yhteiskuntavastuullisuutta. Lisäksi voidaan pohtia, että kuvaavatko käytetyt taloudelliset mittarit todella yritysten kannattavuutta ja taloudellista suoriutumista oikealla tavalla tai vaikuttaako yhteiskuntavastuuraportointi

juuri näihin kannattavuuslukuihin. Toisaalta valitut mittarit perustuvat aikaisempiin tutkimuksiin ja tämän tutkimuksen tulokset ovat linjassa aikaisemman kirjallisuuden kanssa. Tämä puolestaan kertoo siitä, että tutkimuksen tulosten validiteetti sekä reliabiliteetti ovat suhteellisen hyviä.

7.3 Jatkotutkimusehdotukset

Tilikaudesta 2017 alkaen suurten yritysten ja pörssiyhtiöiden sekä muiden yleisen edun kannalta merkittävien yhteisöjen (PIE) tulee julkaista tietoa yhteiskuntavastuustaan. Jatkotutkimusehdotuksena tässä tutkielmassa tehdyn tutkimuksen voisi toistaa tulevaisuudessa, kun kyseinen pakottava direktiivi on astunut voimaan. Olisi mielenkiintoista tietää, mitä tapahtuu yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen väliselle yhteydelle, kun yhteiskuntavastuuraportoinnista tulee pakollista. Tämän tutkielman pohjalta olisi myös mielenkiintoista jalostaa tässä tutkielmassa tehtyä tutkimusta niin, että otettaisiin huomioon tutkimuksen ja tuotekehityksen vaikutus regressioanalyysissä. Tämän tutkielman tutkimuksen perusteella jää nimittäin avoimeksi onko havaittu yhteys yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä olemassa vain koska T&K:n vaikutusta ei ole otettu huomioon vai kuvaako tässä tutkielmassa rakennettu yhteiskuntavastuun tasoluokitus kenties paremmin yritysten yhteiskuntavastuullisuutta.

Lisäksi tulevaisuudessa voisi olla mielenkiintoista tutkia onko yhteys yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä mahdollisesti sittenkin epälineaarinen tarkastelemalla yrityksiä, jotka ovat vastikään sitoutuneet yhteiskuntavastuulliseen toimintaan. Tutkimuksessa olisi mielenkiintoista myös ottaa huomioon pidempi tarkastelujakso, jotta voitaisiin saada selvyyttä siihen, että muuttuuko yhteys pidemmällä aikavälillä positiiviseksi, jos se ensimmäisinä vuosina havaitaan negatiiviseksi. Tässä tutkielmassa tehtyä tutkimusta voisi myös jatkojalostaa tutkimalla nyt havaitun yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen positiivisen yhteyden syytä ja seurausta. Johtaako yritysten yhteiskuntavastuullisuus parempaan kannattavuuteen vai onko kyse siitä, että taloudellisesti kannattavilla yrityksillä on enemmän resursseja, joita yhteiskuntavastuullinen toiminta vaatii.

7.4 Yhteenveto

Tutkielman toinen luku käsitteli yhteiskuntavastuun taustoja ja käsitettä. Yhteiskuntavastuu ei ole käsitteenä uusi, vaan juontaa juurensa pitkälle historiaan. Yhteiskuntavastuussa on pohjimmiltaan kyse eettisestä ja hyvästä tavasta toimia yhteiskunnassa. Yhteiskuntavastuun käsitteestä ei kuitenkaan ole yhtä yhtenäistä määritelmää, vaan käsit-

teen määrittely vaihtelee kulttuureittain ja jopa yrityksittäin. Vaikka yhteiskuntavastuusta löytyy monia toisistaan poikkeavia määritelmiä, esiintyy näissä kaikissa osittain samat teemat. Nämä teemat koskevat pääasiassa yritysten taloudellista, sosiaalista sekä ympäristövastuuta. Lisäksi näissä painottuvat ajatukset lakien, hyvien käytäntöjen ja eettisten normien noudattamisesta. Myös vapaaehtoisuusnäkemys painottuu, sillä yhteiskuntavastuussa ajatellaan pikemminkin olevan kyse siitä, että toimitaan eettisesti ja moraalisesti oikein, vaikka sitä ei olisikaan lailla säädelty. Yritysten yhteiskuntavastuu on myös paljon kritisoitu aihe. Osa kriitikoista on sitä mieltä, että yritys ei ole lähtökohdaisesti vastuussa yhteiskunnallisista asioista.

Tutkielman kolmannessa luvussa käytiin läpi sidosryhmä- ja legitimaatioteorian keskeiset osat tämän tutkielman kannalta. Sidoryhmäajattelu on keskeinen teoria yritysten yhteiskuntavastuun tutkimuksessa, sillä yritysten yhteiskunnalliset vaikutukset ovat oikeastaan yritysten vaikutuksia niiden eri sidoryhmiin. Yrityksen vastuuta sidoryhmiään kohtaan voidaan tarkastella kahdesta näkökulmasta, jotka ovat tilivelvollisuus sekä yrityksen toimintaedellytysten turvaaminen. Tilivelvollisuusajattelussa lähdetään siitä, että yrityksen tulee huomioida omissa päätöksenteoissaan ne sidoryhmät, joihin sen toiminta vaikuttaa. Toimintaedellytysten turvaamisessa lähdetään puolestaan siitä, että sidoryhmien huomioiminen ja heidän näkemystensä sekä intressien ymmärtäminen on tärkeää ensisijaisesti yrityksen oman edun ja pitkän aikavälin menestymisen kannalta. Yritykselle tärkeintä on kuitenkin tunnistaa avainsidosryhmänsä sekä heidän odotuksensa ja intressinsä, sillä yritys ei voi toiminnassaan huomioida kaikkia sidoryhmiään. Legitimaatioteoria on nähty keskeisenä selittäväenä teoriana yritysten ja organisaatioiden motivaatiossa yhteiskuntavastuuraportointiin. Teoria olettaa, että yritysten tarkoitus on tiedonannoillaan ollut legitimoida eli oikeuttaa tekojaan ja toimintaansa yhteiskunnassa. Legitimaatioteoria perustuu sille ajatukselle, että yritys toimii yhteiskunnassa niin sanotun yhteiskunnallisen sopimuksen turvin, jolla tarkoitetaan sitä, että yritys on sitoutunut toimimaan yhteiskuntavastuullisesti ja suorittamaan tiettyjä yhteiskunnallisia velvoitteita yhteiskunnassa. Yritysten toiminta ja teot voidaan siis nähdä yritysten pyrkimyksinä oikeuttaa ja turvata olemassaolonsa ja sen jatkuvuus ympäröivässä yhteiskunnassa.

Neljännessä luvussa käsiteltiin laajasti yhteiskuntavastuuraportointia. Koska yhteiskuntavastuu on käsitteenä laaja, jakautuvat sitä koskevat säädökset ja lait myös monien lakien alle. Varsinainen yhteiskuntavastuuraportointi on suurimmalle osalle yrityksistä vapaaehtoista, mutta Euroopan unionin neuvoston vuonna 2014 hyväksymän tilinpäätösdirektiivin muutoksen myötä suurten yritysten, suurten pörssiyhtiöiden ja muiden yleisen edun kannalta merkittävien tahojen tulee tilikaudesta 2017 alkaen raportoida yhteiskuntavastuuasioistaan. Yhteiskuntavastuuraportoinnin yleistyessä ovat myös erilaiset yhteiskuntavastuun raportointiviitekehukset yleistyneet. Näistä GRI-raportointiviitekehys on nopeasti vakiinnuttanut asemansa yritysten vastuuasioiden raportoinnissa. GRI on kansainvälinen aloite, jonka tavoitteena on luoda yhteiskuntavas-

tuuraportoinnille yritysten ja organisaatioiden tilinpäätösraportointia vastaava toimintamalli. GRI-standardisto sisältää raportointivaatimuksia ja ohjeistuksia yhteiskuntavastuuraportoinnille. Yhteiskuntavastuuraportoinnista on myös todellista hyötyä yrityksille. Yhteiskuntavastuuraportoinnin avulla yritykset voivat muun muassa parantaa kilpailukykyään markkinoilla ja saada siitä näin liiketoiminnallista hyötyä. Yhteiskuntavastuuraportoinnit hyödyt saattavat vaihdella kuitenkin yrityksittäin ja ajassa. Yhteiskuntavastuuraportoinnista on hyötyä myös yrityksen johtamisessa ja kehittämisessä ja se lisää sidosryhmille viestittyjen asioiden läpinäkyvyyttä. Lisäksi raportoimalla yhteiskuntavastuustaan taloudellisen raportoinnin ohella yritykset pystyvät palvelemaan entistä laajempaa sidosryhmien joukkoa sekä ottamaan huomioon muutkin kuin vain perinteiset taloudelliset mittarit yrityksen arvon määrittämisessä. Kriitikot ovat kuitenkin sitä mieltä, että yhteiskuntavastuuraportointi ei ole mitään muuta kuin mielikuvien luomista, jolla ei ole todellista vaikutusta yrityksen arvoon.

Viidennessä luvussa käsiteltiin aikaisempia tutkimuksia samasta aiheesta. Yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen aihepiirin tutkimuskenttä on laaja. Aikaisempien tutkimusten tulokset vaihtelevat. Osa tutkijoista on löytänyt näiden kahden välille positiivisen yhteyden ja osa negatiivisen yhteyden. Osa taas ei ole havainnut niiden välillä olevan yhteyttä. Lisäksi joissakin tutkimuksissa ollaan tultu siihen tulokseen, että yhteys ei välttämättä olekaan lineaarinen, vaan on mahdollista, että yhteys olisi esimerkiksi U:n muotoinen. Osa tutkijoista on sitä mieltä, että ristiriitaiset tulokset johtuvat muun muassa teorian puutteellisuudesta, keskeisten termien riittämättömästä tai epäsopivasta määrittelystä sekä empiiriseen dataan ja tietokantoihin liittyvistä heikkouksista. Osa tutkijoista on myös sitä mieltä, että käytettyjen mittareiden valinta vaikuttaa jo etukäteen saataviin tuloksiin. Aikaisempien tutkimusten perusteella vaikuttaa kuitenkin siltä, että yhteys yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välillä on olemassa. Lisäksi suurimmassa osassa tutkimuksia on löydetty positiivinen yhteys ja näin ollen on todennäköistä, että yhteys on positiivinen. Toisaalta saattaa olla, että yhteyttä ei tosiaan ole olemassa kaikkien yritysten tapauksessa, mikä selittäisi tutkimuskentän ristiriitaisia tuloksia. Toisaalta ristiriitaiset tutkimustulokset eivät sulje pois sitä mahdollisuutta, että yhteys olisikin U:n muotoinen.

Tutkielman kuudennessa ja seitsemännessä luvussa käytiin läpi toteutettu tutkimus, tutkimustulokset sekä johtopäätökset. Tässä tutkielmassa replikoitiin aikaisempia tutkimuksia, niissä käytettyjä mittareita ja testattiin hypoteeseja suomalaisessa kontekstissa. Tutkimuspopulaationa toimivat Helsingin pörssissä listatut yhtiöt vuosina 2009–2012. Tutkimuspopulaatio koostui 75 yrityksestä. Tutkimusyrittysten julkisesti saatavilla olevat julkaisut yhteiskuntavastuuta koskien käytiin läpi neljältä vuodelta ja yritykset jaettiin näiden perusteella luokkiin. Tämä luokkajako toimi tutkimuksessa yritysten yhteiskuntavastuun mittarina. Tiedot tutkimusyrittysten taloudellisista tunnusluvuista tarkasteluvuosilta kerättiin erillisestä tietokannasta vertailukelpoisuuden varmistamiseksi. Yri-

tysten taloudellisen suorituskyvyn mittareina toimi yritysten ROA, ROE sekä nettovelkaantumisaste. Toimiala ja yrityskoko toimivat tutkimuksessa kontrollimuuttujina. Tutkimus toteutettiin EViews-tilasto-ohjelmalla paneeliregressioanalyysillä. Tutkimuksessa muodostettiin yhteensä kuusi paneeliregressiomallia, joiden tulokset analysoitiin ja käytiin läpi mallien hyvyys ja sopivuus sekä mahdolliset multikollineaarisuusongelmat.

Paneeliregressiomallien tulosten perusteella havaittiin, että yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välinen yhteys on positiivinen. Toisin sanoen yhteiskuntavastuulliset yritykset ovat taloudellisesti kannattavampia kuin yritykset, jotka eivät ole yhteiskuntavastuullisia. Tutkimuksessa havaittiin muun muassa, että yritykset, jotka raportoivat kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta (taloudellinen, ympäristöllinen ja sosiaalinen) ovat taloudellisesti kannattavampia kuin yritykset, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuuasioistaan. Tutkimuksessa havaittiin myös, että yritykset, jotka raportoivat kahdesta tai kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta ovat taloudellisesti kannattavampia kuin yritykset, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot tai vain yhdestä yhteiskuntavastuun osa-alueesta. Suurin ero kannattavuudessa havaittiin niiden yritysten välillä, jotka raportoivat yhteiskuntavastuuasioistaan GRI-standardiston mukaan verrattuna niihin yrityksiin, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuusta. Tutkimuksessa havaittiin siis, että GRI-standardiston mukaan yhteiskuntavastuustaan raportoivat yritykset olivat kaikista kannattavimpia verrattuna niihin yrityksiin, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuustaan. Sama havaittiin myös vertailtaessa GRI-standardiston mukaan raportoivia niihin yrityksiin, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot tai vain yhdestä yhteiskuntavastuun osa-alueesta.

Toisaalta oli yllättävää, että ne yritykset, jotka raportoivat kahdesta yhteiskuntavastuun osa-alueesta olivat jo selvästi kannattavampia verrattuna niihin yrityksiin, jotka raportoivat vain lakisääteiset tiedot yhteiskuntavastuustaan. Tutkimuksessa ei löydetty yhteyttä yritysten yhteiskuntavastuun ja nettovelkaantumisen välille. Tutkimuksen tulokset yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välisestä yhteydestä ovat linjassa suurimman osan aikaisempien tutkimusten kanssa. Yhteys yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suorituskyvyn välillä on pitkällä aikajänteellä todennäköisemmin positiivinen kuin negatiivinen. Lisäksi tutkimustulokset osoittavat pikemminkin, että yhteys on olemassa kuin, että sitä ei olisi ja täydentävät myös tältä osin aihepiirin tutkimuskenttää. Positiivisen yhteyden löytymistä yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen suoriutumisen välille tukee myös sidosryhmäteoria. Yrityksillä on siis yhteiskunnassa muitakin kuin vain taloudellisia velvollisuuksia.

LÄHTEET

- Allouche, J. – Laroche, P. (2005) A meta-analytical investigation of the relationship between corporate social and financial performance. *Revue de gestion des ressources humaines*, Vol. 57 (1), 8-41.
- Balabanis, G. – Phillips, H. – Lyall, J. (1998) Corporate social responsibility and economic performance in the top British companies: Are they linked? *European business review*, Vol. 98 (2) 25-44.
- Barnett, M. L. – Salomon, R. M. (2012) Does it pay to be really good? Addressing the shape of the relationship between social and financial performance. *Strategic Management Journal*, Vol. 33 (11), 1304-1320.
- Beurden, P., van – Gössling, T. (2008) The worth of values – a literature review on the relation between corporate social and financial performance. *Journal of business ethics*, Vol. 82 (2), 407-424.
- Brammer, S. – Brooks, C. – Pavelin, S. (2006) Corporate social performance and stock returns: UK evidence from disaggregate measures. *Financial Management*, 35 (3), 97-116.
- Brine, M. – Brown, R. – Hackett, G. (2007) Corporate social responsibility and financial performance in the Australian context. *Economic Round-up*, Autumn, 47-58.
- Brown, Brad (1998) Do stock market investors reward companies with reputations for social performance?. *Corporate Reputation Review*, Vol. 1 (3), 271-280.
- Carroll, Archie B (1979) A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, Vol. 4 (4), 497-505.
- Carroll, Archie B (1991) The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, Vol. 34 (4), 39-48.
- Carroll, Archie B (1999) Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & society*, Vol. 38 (3), 268-295.
- Carroll, A. – Näsi, J. (1997) Understanding stakeholder thinking: Themes from a Finnish conference. *Business Ethics: A European review*, Vol. 6 (1), 46-51.
- Clarkson, M. (1995) A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of management review*, Vol. 20 (1), 92-117.
- Dahlsrud, Alexander (2008) How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*, Vol. 15 (1), 1-13.

- Davidson, W. N. – Worrell, D. L. (1990) A comparison and test of the use of accounting and stock market data in relating corporate social responsibility and financial performance. *Akron business and economic review*, Vol. 21 (3), 7–19.
- Dowling, J. – Pfeffer, J. (1975) Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *The pacific sociological review*, Vol. 18 (1), 122–136.
- Ehdotus Euroopan parlamentin ja neuvoston tilinpäätöksiä ja konsolidoituja tilinpäätöksiä koskevien direktiivien 78/660/ETY ja 83/349/ETY muuttamisesta tietyiltä suurilta yrityksiltä ja yritysryhmiltä edellytettävien muiden kuin taloudellisten tietojen ja monimuotoisuutta koskevien tietojen julkistamisen osalta (COM(2013) 207 FINAL)* (2013) Muistio EU/2013/0899. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö.
- Finatex, tekstiili ja vaateollisuus ry:n uutiset 16.4.2014 <<http://www.finatex.fi/uutiset/eu-parlamentti-hyvaksy-yhteiskuntavastuuraportointia-koskevan-direktiivin.html#.VGdx9U0cSUK>>, haettu 15.11.2014
- Friedman, Milton (1970) The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine* 13.9.1970, 122–126.
- Gray, R. – Kouhy, R. – Lavers, S. (1995) Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8 (2), 47–77.
- Griffin, J. J. – Mahon, J. F. (1997) The corporate social performance and corporate financial performance debate twenty-five years of incomparable research. *Business & Society*, Vol. 36 (1), 5–31.
- Gujarati, Damodar N. (2003) *Basic Econometrics*. 4th edition. McGraw-Hill, New York.
- Guthrie, J. – Parker, L. D. (1989) Corporate social reporting: a rebuttal of legitimacy theory. *Accounting and business research*, Vol. 19 (76), 343–352.
- Gössling, Tobias (2003) The price of morality. An analysis of personality, moral behavior, and social rules in economic terms. *Journal of business ethics*, Vol. 45 (1–2), 121–131.
- Gössling, Tobias (2011) *Corporate social responsibility and business performance: Theories and evidence about organizational responsibility*. Edward Elgar publishing Inc., London.
- Helsingin pörssin säännöt 6.10.2014* (2014). NASDAQ OMX Helsinki Oy, Helsinki.
- Herremans, I. – Akathaporn, P. – McInnes, M. (1993) An investigation of corporate social responsibility reputation and economic performance. *Accounting, organizations and society*, Vol. 18 (7/8), 587–604.
- Hopkins, Michael (2007) *Corporate social responsibility & international development: Is business the solution?* Earthscan, London.

- Huang, C-J. (2010) Corporate governance, corporate social responsibility, and corporate performance. *Journal of management & organization*, Vol. 16 (5), 641–655.
- Häyrynen, J. – Kajala, V. (2013) *Uusi arvopaperimarkkinalaki*. Lakimiesliiton Kustannus, Helsinki.
- Juholin, Elisa (2003) *Born Again – A Finnish approach to corporate social responsibility*. University of Jyväskylä: Publications of the Department of Communication 26/2003, Jyväskylä.
- Juholin, Elisa (2004a) *Cosmopolis: Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen*. Otavan kirjapaino Oy, Keuruu.
- Juholin, Elisa (2004b) For business or the good of all? A Finnish approach to corporate social responsibility. *Corporate governance*, Vol. 4 (3), 20–31.
- Juutinen, S. – Hietanen-Kunwald, P. – Koskinen, H. T. – Miettinen, O. (2008) *Yhteiskuntavastuuraportointi – vaatimuksia ja erityiskysymyksiä*. Edita Prima.
- Kallunki, Juha-Pekka (2014) *Tilinpäätösanalyysi*. Talentum Media Oy, Oulu.
- Kapoor, S. – Sadhu, H. S. (2010) Does it pay to be socially responsible? An empirical examination of impact of corporate social responsibility on financial performance. *Global business review*, Vol. 11 (2) 185–208.
- Kasanen, E. – Lukka, K. – Siitonen, A. (1993) The constructive approach in management accounting research. *Journal of Management Accounting Research*, Vol. 5 (Fall) 243–264.
- KHT-yhdistys (2008) *Yhteiskuntavastuuraportointi – Vaatimuksia ja erityiskysymyksiä*. KHT-Media Oy, Helsinki.
- Kirjanpitolaki (KPL) 30.12.1997/1336.
- KPMG international survey of corporate responsibility reporting 2011. KPMG international cooperative. <<http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/2011-survey.pdf>>, haettu 30.9.2013.
- Kraus, P. – Brtitzelmaier, B. (2012) A literature review on corporate social responsibility: definitions, theories and recent empirical research. *International journal of management cases*, Vol.14 (4), 282–296.
- Lehtonen, Jaakko (2002). *Julkisuuden riskit*. Mainostajien liitto, Helsinki.
- Leppiniemi, J. – Kykkänen, T. (2007) *Kirjanpito, tilinpäätös ja tilinpäätöksen tulkinta*. 5. uud. p. WSOYpro, Helsinki.
- Leppiniemi, J. – Leppiniemi, R. (2009) *Hyvä tilinpäätöskäytäntö*. WS Bookwell Oy, Juva.

- López, M. V. – Garcia, A. – Rodriguez, L. (2007) Sustainable development and corporate performance: A study based on the Dow Jones sustainability index. *Journal of Business Ethics*, Vol. 75 (3), 285–300.
- Lu, W-M – Wang, W-K – Lee, H-L. (2013) The relationship between corporate social responsibility and corporate performance: evidence from the US semiconductor industry. *International Journal of Production Research*, Vol. 51 (19), 5683–5695.
- Lukka, Kari (1991) Laskentatoimen tutkimuksen epistemologiset perusteet. *Liiketaloudellinen aikakauskirja*, Vol. 40 (2), 161–186.
- Luo, X. – Bhattacharya, C. B. (2006) Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. *Journal of marketing*, Vol. 70 (4), 1–18.
- Marom, Isaiah Y. (2006) Towards a unified theory of the CSP–CFP link. *Journal of business ethics*, Vol. 67 (2), 191–200.
- Marrewijk, Marcel, van (2003) Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of business ethics*, Vol. 44 (2-3), 95–105.
- McWilliams, A. – Siegel, D. (2000) Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?. *Strategic Management Journal*, Vol. 21 (5), 603–609.
- Moore, Geoff (2001) Corporate social and financial performance: An investigation in the UK supermarket industry. *Journal of Business ethics*, 34 (3-4), 299–315.
- Mätäsaho, R. – Niskala, M. (1997) Ympäristölaskentatoimi ja valta- ja ympäristö. *Liiketaloudellinen aikakauskirja*, 1/1997, 76–91.
- Neilimo, K. – Näsi, J. (1980) *Nomoteettinen tutkimusote ja suomalainen yrityksen taloustiede: Tutkimus positivismiin soveltamisesta*. Tampereen yliopisto: Yrityksen taloustieteen ja yksityisoikeuden laitoksen julkaisu A2-12/1980, Tampere.
- Niiniluoto, Ilkka (1983) *Tieteellinen päättely ja selittäminen*. Otava, Keuruu.
- Niskala, M. – Lovio, M. (2004) Yhteiskuntavastuuraportti. Teoksessa: *Cosmopolis: Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen*, toim. Elisa Juholin, 227–245. Otavan kirjapaino Oy, Keuruu.
- Niskala, M. – Pajunen, T. – Tarna-Mani, K. (2009) *Yhteiskuntavastuun raportointi: Raportointi- ja laskentaperiaatteet*. Otavan kirjapaino Oy, Keuruu.
- Niskala, M. – Pajunen, T. – Tarna-Mani, K. (2013) *Yritysvastuu: Raportointi- ja laskentaperiaatteet*. Bookwell Oy, Porvoo.
- Niskanen, J. – Niskanen M. (2007) *Yritysrahoitus*. 5. uud. p. Edita, Kuopio.
- Odin-tietokanta. *Odin Database; Bureau van Dijk*.

- Orlitzky, M. – Schmidt, F. – Rynes, S. (2003) Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization studies*, Vol. 24 (3), 403–441.
- Panapanaan, V. – Linnanen, L. – Karvonen, M-M. – Phan, V. (2003). Roadmapping corporate social responsibility in Finnish companies. *Journal of business ethics*, Vol. 44 (2-3), 133–148.
- Parsons, Talcott (1960) *Structure and process in modern societies*. The Free Press of Glencoe, Illinois.
- Pava, M. – Krausz, J. (1996) The association between corporate social-responsibility and financial performance: The paradox of social cost. *Journal of Business Ethics*, Vol. 15 (3), 321–357.
- Peloza, J. – Loock, M. – Cerruti, J. – Muyot, M. (2012) Sustainability: how stakeholder perceptions differ from corporate reality. *California Management Review*, Vol. 55 (1), 74–97.
- Porter, M. E. – Kramer, M. R. (2006) The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard business review*, Vol. 84 (12), 78–92.
- Porter, M. E. – Kramer, M. R. (2011) Creating shared value. *Harvard business review*, Vol. 89 (1/2), 62–77.
- Preston, L. – O’Bannon, D. (1997) The corporate social-financial performance relationship: A typology and analysis. *Business & Society*, Vol. 36 (4), 419–429.
- Salmi, I. – Rekola-Nieminen, L. (2004) *Tilinpäätöksen rakentaminen ja tulkinta*. Edita Prima Oy, Helsinki.
- Schadewitz, H., – Niskala, M. (2010) Communication via responsibility reporting and its effect on firm value in Finland. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 17 (2), 96–106.
- Seifert, B. – Morris, S. A. – Bartkus, B. R. (2004) Having, giving, and getting: Slack resources, corporate philanthropy, and firm financial performance. *Business & Society*, Vol. 43 (2), 135–161.
- Stock, J. H. – Watson, M. W. (2012) *Introduction to Econometrics*. Third edition. Pearson education limited, England.
- Takala, Tuomo (1999) Ownership, responsibility and leadership – a historical perspective. *International journal of social economics*, Vol. 26 (6), 742–751.
- Takala, Tuomo (2000) Nykyajan yrityskansalaisuus. Teoksessa: *Yrityksen vastuut*, 9–27. Taloudellinen tiedotustoimisto, Helsinki.
- Teollisuuden ja työnantajain keskusliitto (TT) (2001) *Yrityksen yhteiskuntavastuu – Työvälineitä itsearviointiin ja oman toiminnan kehittämiseen*, Helsinki.
- Tsoutsoura, Margarita (2004) Corporate social responsibility and financial performance. Working paper Haas School of Business & University of California at Berkeley, 1 March.

Työ- ja elinkeinoministeriön tiedote 29.9.2014

<https://www.tem.fi/yriytykset/tiedotteet_yriytykset?89508_m=116120>,
haettu 15.11.2014

Ullmann, Arieh (1985) Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of US firms. *Academy of management review*, Vol. 10 (3), 540–557.

Waddock, S. – Graves, S. (1997) The corporate social performance – Financial performance link. *Strategic management journal*, 18 (4), 303–319.

Wood, Donna J. (1991) Corporate social performance revisited. *Academy of management review*, Vol. 16 (4), 691–718.

WBCSD (2000) Report: Corporate social responsibility: Meeting changing expectations. Geneva, Switzerland.
<<http://www.wbcd.org/pages/edocument/edocumentdetails.aspx?id=82&nosearchcontextkey=true>>, haettu 29.7.2014

Wu, M. (2006) Corporate social performance, corporate financial performance, and firm size: A meta-analysis. *Journal of American Academy of Business*, Vol. 8 (1), 163–171.

LIITE 1 YRITYSTEN JAKAUTUMINEN RAPORTOINTILUOKKIIN

Järjestysnro. yrityksittäin	Helsingin pörssin yritys	vuosi	Alkuperäinen raportointiluokitus	Uusi raportointiluokitus
1	Affecto Oyj	2009	1	1
1	Affecto Oyj	2010	1	1
1	Affecto Oyj	2011	1	1
1	Affecto Oyj	2012	1	1
2	Ahlstrom Oyj	2009	4	3
2	Ahlstrom Oyj	2010	4	3
2	Ahlstrom Oyj	2011	4	3
2	Ahlstrom Oyj	2012	4	3
3	Alma Media Oyj	2009	4	3
3	Alma Media Oyj	2010	4	3
3	Alma Media Oyj	2011	4	3
3	Alma Media Oyj	2012	4	3
4	Aspo Oyj	2009	2	2
4	Aspo Oyj	2010	2	2
4	Aspo Oyj	2011	2	2
4	Aspo Oyj	2012	2	2
5	Aspocomp Group Oyj	2009	0	1
5	Aspocomp Group Oyj	2010	0	1
5	Aspocomp Group Oyj	2011	0	1
5	Aspocomp Group Oyj	2012	0	1
6	Atria Oyj	2009	3	2
6	Atria Oyj	2010	3	2
6	Atria Oyj	2011	3	2
6	Atria Oyj	2012	3	2
7	Basware Oyj	2009	2	2
7	Basware Oyj	2010	2	2
7	Basware Oyj	2011	2	2
7	Basware Oyj	2012	2	2
8	Biohit Oyj	2009	2	2
8	Biohit Oyj	2010	2	2
8	Biohit Oyj	2011	2	2
8	Biohit Oyj	2012	2	2
9	Cargotec Oyj	2009	2	2
9	Cargotec Oyj	2010	2	2
9	Cargotec Oyj	2011	4	3
9	Cargotec Oyj	2012	4	3
10	Cencorp Oyj	2009	0	1
10	Cencorp Oyj	2010	0	1
10	Cencorp Oyj	2011	0	1
10	Cencorp Oyj	2012	0	1

11	Componenta Oyj	2009	4	3
11	Componenta Oyj	2010	4	3
11	Componenta Oyj	2011	4	3
11	Componenta Oyj	2012	4	3
12	Comptel Oyj	2009	0	1
12	Comptel Oyj	2010	0	1
12	Comptel Oyj	2011	0	1
12	Comptel Oyj	2012	0	1
13	Cramo Oyj	2009	3	2
13	Cramo Oyj	2010	3	2
13	Cramo Oyj	2011	3	2
13	Cramo Oyj	2012	3	2
14	Digia Oyj	2009	1	1
14	Digia Oyj	2010	1	1
14	Digia Oyj	2011	1	1
14	Digia Oyj	2012	1	1
15	Efore Oyj	2009	2	2
15	Efore Oyj	2010	2	2
15	Efore Oyj	2011	3	2
15	Efore Oyj	2012	3	2
16	Elecster Oyj	2009	0	1
16	Elecster Oyj	2010	0	1
16	Elecster Oyj	2011	0	1
16	Elecster Oyj	2012	0	1
17	Elektrobit Oyj	2009	1	1
17	Elektrobit Oyj	2010	1	1
17	Elektrobit Oyj	2011	1	1
17	Elektrobit Oyj	2012	1	1
18	Elisa Oyj	2009	2	2
18	Elisa Oyj	2010	2	2
18	Elisa Oyj	2011	4	3
18	Elisa Oyj	2012	4	3
19	Etteplan Oyj	2009	1	1
19	Etteplan Oyj	2010	3	2
19	Etteplan Oyj	2011	3	2
19	Etteplan Oyj	2012	3	2
20	Exel Composites Oyj	2009	2	2
20	Exel Composites Oyj	2010	2	2
20	Exel Composites Oyj	2011	2	2
20	Exel Composites Oyj	2012	2	2
21	Finnair Oyj	2009	4	3
21	Finnair Oyj	2010	4	3
21	Finnair Oyj	2011	4	3
21	Finnair Oyj	2012	4	3

22	Finnlines Oyj	2009	2	2
22	Finnlines Oyj	2010	2	2
22	Finnlines Oyj	2011	2	2
22	Finnlines Oyj	2012	2	2
23	Fiskars Oyj Abp	2009	2	2
23	Fiskars Oyj Abp	2010	2	2
23	Fiskars Oyj Abp	2011	3	2
23	Fiskars Oyj Abp	2012	3	2
24	Fortum Oyj	2009	3	2
24	Fortum Oyj	2010	4	3
24	Fortum Oyj	2011	4	3
24	Fortum Oyj	2012	4	3
25	F-Secure Oyj	2009	0	1
25	F-Secure Oyj	2010	0	1
25	F-Secure Oyj	2011	0	1
25	F-Secure Oyj	2012	0	1
26	Honkarakenne Oyj	2009	0	1
26	Honkarakenne Oyj	2010	0	1
26	Honkarakenne Oyj	2011	0	1
26	Honkarakenne Oyj	2012	0	1
27	Ilkka-Yhtymä Oyj	2009	1	1
27	Ilkka-Yhtymä Oyj	2010	1	1
27	Ilkka-Yhtymä Oyj	2011	1	1
27	Ilkka-Yhtymä Oyj	2012	1	1
28	Ixonos Oyj	2011	0	1
28	Ixonos Oyj	2012	0	1
28	Ixonos Oyj	2009	3	2
28	Ixonos Oyj	2010	3	2
29	Kemira Oyj	2009	3	2
29	Kemira Oyj	2010	3	2
29	Kemira Oyj	2011	4	3
29	Kemira Oyj	2012	4	3
30	Kesko Oyj	2009	4	3
30	Kesko Oyj	2010	4	3
30	Kesko Oyj	2011	4	3
30	Kesko Oyj	2012	4	3
31	Kesla Oyj	2009	0	1
31	Kesla Oyj	2010	0	1
31	Kesla Oyj	2011	0	1
31	Kesla Oyj	2012	0	1
32	KONE Oyj	2009	4	3
32	KONE Oyj	2010	4	3
32	KONE Oyj	2011	4	3
32	KONE Oyj	2012	4	3

33	Konecranes Oyj	2009	4	3
33	Konecranes Oyj	2010	4	3
33	Konecranes Oyj	2011	4	3
33	Konecranes Oyj	2012	4	3
34	Lassila & Tikanoja Oyj	2009	2	2
34	Lassila & Tikanoja Oyj	2010	4	3
34	Lassila & Tikanoja Oyj	2011	4	3
34	Lassila & Tikanoja Oyj	2012	4	3
35	Lemminkäinen Oyj	2009	3	2
35	Lemminkäinen Oyj	2010	4	3
35	Lemminkäinen Oyj	2011	4	3
35	Lemminkäinen Oyj	2012	4	3
36	Marimekko Oyj	2009	3	2
36	Marimekko Oyj	2010	3	2
36	Marimekko Oyj	2011	3	2
36	Marimekko Oyj	2012	3	2
37	Martela Oyj	2009	2	2
37	Martela Oyj	2010	4	3
37	Martela Oyj	2011	4	3
37	Martela Oyj	2012	4	3
38	Neste Oil Oyj	2009	4	3
38	Neste Oil Oyj	2010	4	3
38	Neste Oil Oyj	2011	4	3
38	Neste Oil Oyj	2012	4	3
39	Nokia Oyj	2009	4	3
39	Nokia Oyj	2010	4	3
39	Nokia Oyj	2011	4	3
39	Nokia Oyj	2012	4	3
40	Nokian Renkaat Oyj	2009	2	2
40	Nokian Renkaat Oyj	2010	2	2
40	Nokian Renkaat Oyj	2011	2	2
40	Nokian Renkaat Oyj	2012	4	3
41	Nurminen Logistics Oyj	2009	1	1
41	Nurminen Logistics Oyj	2010	1	1
41	Nurminen Logistics Oyj	2011	1	1
41	Nurminen Logistics Oyj	2012	1	1
42	Okmetic Oyj	2009	1	1
42	Okmetic Oyj	2010	2	2
42	Okmetic Oyj	2011	2	2
42	Okmetic Oyj	2012	2	2
43	Olvi Oyj	2009	0	1
43	Olvi Oyj	2010	0	1
43	Olvi Oyj	2011	0	1
43	Olvi Oyj	2012	0	1

44	Oriola-KD Oyj	2009	2	2
44	Oriola-KD Oyj	2010	3	2
44	Oriola-KD Oyj	2011	3	2
44	Oriola-KD Oyj	2012	3	2
45	Orion Oyj	2009	4	3
45	Orion Oyj	2010	4	3
45	Orion Oyj	2011	4	3
45	Orion Oyj	2012	4	3
46	Outokumpu Oyj	2009	4	3
46	Outokumpu Oyj	2010	4	3
46	Outokumpu Oyj	2011	4	3
46	Outokumpu Oyj	2012	4	3
47	Outotec Oyj	2009	2	2
47	Outotec Oyj	2010	4	3
47	Outotec Oyj	2011	4	3
47	Outotec Oyj	2012	4	3
48	PKC Group Oyj	2009	0	1
48	PKC Group Oyj	2010	0	1
48	PKC Group Oyj	2011	0	1
48	PKC Group Oyj	2012	4	3
49	Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	2009	1	1
49	Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	2010	1	1
49	Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	2011	1	1
49	Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	2012	1	1
50	Ponsse Oyj	2009	1	1
50	Ponsse Oyj	2010	1	1
50	Ponsse Oyj	2011	1	1
50	Ponsse Oyj	2012	1	1
51	QPR Software Oyj	2009	0	1
51	QPR Software Oyj	2010	0	1
51	QPR Software Oyj	2011	0	1
51	QPR Software Oyj	2012	0	1
52	Raisio Oyj	2009	4	3
52	Raisio Oyj	2010	4	3
52	Raisio Oyj	2011	4	3
52	Raisio Oyj	2012	4	3
53	Ramirent Oyj	2009	2	2
53	Ramirent Oyj	2010	3	2
53	Ramirent Oyj	2011	3	2
53	Ramirent Oyj	2012	3	2
54	Rautaruukki Oyj	2009	4	3
54	Rautaruukki Oyj	2010	4	3
54	Rautaruukki Oyj	2011	4	3
54	Rautaruukki Oyj	2012	4	3

55	Raute Oyj	2009	2	2
55	Raute Oyj	2010	2	2
55	Raute Oyj	2011	2	2
55	Raute Oyj	2012	2	2
56	Revenio Group Oyj	2009	1	1
56	Revenio Group Oyj	2010	1	1
56	Revenio Group Oyj	2011	1	1
56	Revenio Group Oyj	2012	1	1
57	Solteq Oyj	2009	0	1
57	Solteq Oyj	2010	0	1
57	Solteq Oyj	2011	1	1
57	Solteq Oyj	2012	1	1
58	Stockmann Oyj Abp	2009	3	2
58	Stockmann Oyj Abp	2010	4	3
58	Stockmann Oyj Abp	2011	4	3
58	Stockmann Oyj Abp	2012	4	3
59	Stora Enso Oyj	2009	4	3
59	Stora Enso Oyj	2010	4	3
59	Stora Enso Oyj	2011	4	3
59	Stora Enso Oyj	2012	4	3
60	Takoma Oyj	2009	0	1
60	Takoma Oyj	2010	0	1
60	Takoma Oyj	2011	0	1
60	Takoma Oyj	2012	0	1
61	Talentum Oyj	2009	3	2
61	Talentum Oyj	2010	3	2
61	Talentum Oyj	2011	3	2
61	Talentum Oyj	2012	3	2
62	Teleste Oyj	2009	2	2
62	Teleste Oyj	2010	2	2
62	Teleste Oyj	2011	2	2
62	Teleste Oyj	2012	2	2
63	Tieto Oyj	2009	4	3
63	Tieto Oyj	2010	4	3
63	Tieto Oyj	2011	4	3
63	Tieto Oyj	2012	4	3
64	Trainers' House Oyj	2009	1	1
64	Trainers' House Oyj	2010	1	1
64	Trainers' House Oyj	2011	1	1
64	Trainers' House Oyj	2012	1	1
65	Tulikivi Oyj	2009	3	2
65	Tulikivi Oyj	2010	3	2
65	Tulikivi Oyj	2011	3	2
65	Tulikivi Oyj	2012	3	2

66	Turvatiimi Oyj	2009	1	1
66	Turvatiimi Oyj	2011	1	1
66	Turvatiimi Oyj	2010	3	2
66	Turvatiimi Oyj	2012	2	2
67	UPM-Kymmene Oyj	2009	3	2
67	UPM-Kymmene Oyj	2010	3	2
67	UPM-Kymmene Oyj	2011	4	3
67	UPM-Kymmene Oyj	2012	4	3
68	Uponor Oyj	2009	3	2
68	Uponor Oyj	2010	3	2
68	Uponor Oyj	2011	2	2
68	Uponor Oyj	2012	3	2
69	Vacon Oyj	2009	3	2
69	Vacon Oyj	2010	4	3
69	Vacon Oyj	2011	4	3
69	Vacon Oyj	2012	4	3
70	Vaisala Oyj	2009	4	3
70	Vaisala Oyj	2010	4	3
70	Vaisala Oyj	2011	4	3
70	Vaisala Oyj	2012	4	3
71	Viking Line Abp	2009	2	2
71	Viking Line Abp	2010	2	2
71	Viking Line Abp	2011	2	2
71	Viking Line Abp	2012	2	2
72	Wulff-Yhtiöt Oyj	2009	1	1
72	Wulff-Yhtiöt Oyj	2010	2	2
72	Wulff-Yhtiöt Oyj	2011	3	2
72	Wulff-Yhtiöt Oyj	2012	3	2
73	Wärtsilä Oyj Abp	2009	4	3
73	Wärtsilä Oyj Abp	2010	4	3
73	Wärtsilä Oyj Abp	2011	4	3
73	Wärtsilä Oyj Abp	2012	4	3
74	YIT Oyj	2009	3	2
74	YIT Oyj	2010	3	2
74	YIT Oyj	2011	3	2
74	YIT Oyj	2012	4	3
75	Yleiselektronikka Oyj	2009	0	1
75	Yleiselektronikka Oyj	2010	0	1
75	Yleiselektronikka Oyj	2011	0	1
75	Yleiselektronikka Oyj	2012	0	1

LIITE 2 YRITYSTEN JAKAUTUMINEN TOIMIALALUOKKIIN

Järjestysnro. yrityksittäin	Helsingin pörssin yritys	Toimialan nimi	Toimiala- luokitus Helsingin pörssi	Toimiala- luokitus 1	Toimiala- luokitus 2
1	Affecto Oyj	Teknologia	4	3	3
2	Ahlstrom Oyj	Perusteollisuus	3	2	2
3	Alma Media Oyj	Kulutuspalvelut	1	1	1
4	Aspo Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
5	Aspocomp Group Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
6	Atria Oyj	Kulutustavarat	2	1	1
7	Basware Oyj	Teknologia	4	3	3
8	Biohit Oyj	Terveystuotteet ja -palvelut	6	3	3
9	Cargotec Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
10	Cencorp Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
11	Componenta Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
12	Comptel Oyj	Teknologia	4	3	3
13	Cramo Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
14	Digia Oyj	Teknologia	4	3	3
15	Efore Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
16	Elecster Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
17	Elektrobit Oyj	Teknologia	4	3	3
18	Elisa Oyj	Tietoliikennepalvelut	7	3	3
19	Etteplan Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
20	Exel Composites Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
21	Finnair Oyj	Kulutuspalvelut	1	1	1
22	Finnlines Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
23	Fiskars Oyj Abp	Kulutustavarat	2	1	1
24	Fortum Oyj	Yleishyödylliset palvelut	8	2	3
25	F-Secure Oyj	Teknologia	4	3	3
26	Honkarakenne Oyj	Kulutustavarat	2	1	1
27	Ilkka-Yhtymä Oyj	Kulutuspalvelut	1	1	1
28	Ixonos Oyj	Teknologia	4	3	3
29	Kemira Oyj	Perusteollisuus	3	2	2
30	Kesko Oyj	Kulutuspalvelut	1	1	1
31	Kesla Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
32	KONE Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
33	Konecranes Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
34	Lassila & Tikanoja Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
35	Lemminkäinen Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
36	Marimekko Oyj	Kulutustavarat	2	1	1
37	Martela Oyj	Kulutustavarat	2	1	1
38	Neste Oil Oyj	Öljy ja kaasu	9	2	3
39	Nokia Oyj	Teknologia	4	3	3
40	Nokian Renkaat Oyj	Kulutustavarat	2	1	1

41	Nurminen Logistics Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
42	Okmetic Oyj	Teknologia	4	3	3
43	Olvi Oyj	Kulutustavarat	2	1	1
44	Oriola-KD Oyj	Terveydenhuolto	6	3	3
45	Orion Oyj	Terveydenhuolto	6	3	3
46	Outokumpu Oyj	Perusteollisuus	3	2	2
47	Outotec Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
48	PKC Group Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
49	Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	Kulutuspalvelut	1	1	1
50	Ponsse Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
51	QPR Software Oyj	Teknologia	4	3	3
52	Raisio Oyj	Kulutustavarat	2	1	1
53	Ramirent Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
54	Rautaruukki Oyj	Perusteollisuus	3	2	2
55	Raute Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
56	Revenio Group Oyj	Terveydenhuolto	6	3	3
57	Solteq Oyj	Teknologia	4	3	3
58	Stockmann Oyj Abp	Kulutuspalvelut	1	1	1
59	Stora Enso Oyj	Perusteollisuus	3	2	2
60	Takoma Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
61	Talentum Oyj	Kulutuspalvelut	1	1	1
62	Teleste Oyj	Teknologia	4	3	3
63	Tieto Oyj	Teknologia	4	3	3
64	Trainers' House Oyj	Teknologia	4	3	3
65	Tulikivi Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
66	Turvatiimi Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
67	UPM-Kymmene Oyj	Perusteollisuus	3	2	2
68	Uponor Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
69	Vacon Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
70	Vaisala Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
71	Viking Line Abp	Kulutuspalvelut	1	1	1
72	Wulff-Yhtiöt Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
73	Wärtsilä Oyj Abp	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
74	YIT Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2
75	Yleiselektronikka Oyj	Teollisuustuotteet ja -palvelut	5	2	2

LIITE 3 EViews-TULOSTEET – MALLI 1

Dependent Variable: ROA_PERCENT
 Method: Panel Least Squares
 Date: 04/22/15 Time: 19:22
 Sample: 2009 2012
 Periods included: 4
 Cross-sections included: 75
 Total panel (balanced) observations: 300

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LIKEVAIHTO	-2.25E-10	1.50E-10	-1.503410	0.1338
RAPORTOINTILUOKKA_ALKUP=1	-1.109310	2.423168	-0.457793	0.6474
RAPORTOINTILUOKKA_ALKUP=2	6.347381	2.260205	2.808321	0.0053
RAPORTOINTILUOKKA_ALKUP=3	4.946060	2.312965	2.138407	0.0333
RAPORTOINTILUOKKA_ALKUP=4	7.166965	2.137807	3.352484	0.0009
TOIMIALAKOODAUS_UUSI2=1	0.955074	2.008742	0.475459	0.6348
TOIMIALAKOODAUS_UUSI2=2	-3.170788	1.675546	-1.892391	0.0594
C	-0.272943	1.956000	-0.139541	0.8891

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)

R-squared	0.103994	Mean dependent var	2.121867
Adjusted R-squared	0.072990	S.D. dependent var	11.98915
S.E. of regression	11.54331	Akaike info criterion	7.766067
Sum squared resid	38508.69	Schwarz criterion	7.901873
Log likelihood	-1153.910	Hannan-Quinn criter.	7.820417
F-statistic	3.354239	Durbin-Watson stat	1.194058
Prob(F-statistic)	0.000375		

LIITE 4 EViews-TULOSTEET – MALLI 2

Dependent Variable: ROA_PERCENT
 Method: Panel Least Squares
 Date: 04/22/15 Time: 19:32
 Sample: 2009 2012
 Periods included: 4
 Cross-sections included: 75
 Total panel (balanced) observations: 300

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LIKEVAIHTO	-2.31E-10	1.49E-10	-1.554416	0.1212
RAPORTOINTILUOKKA_UUSI=2	6.180885	1.668165	3.705199	0.0003
RAPORTOINTILUOKKA_UUSI=3	7.717934	1.863662	4.141273	0.0000
TOIMIALAKOODAUS_UUSI2=1	0.837347	1.975646	0.423835	0.6720
TOIMIALAKOODAUS_UUSI2=2	-3.200279	1.632018	-1.960933	0.0508
C	-0.748053	1.498012	-0.499364	0.6179

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)

R-squared	0.102133	Mean dependent var	2.121867
Adjusted R-squared	0.077449	S.D. dependent var	11.98915
S.E. of regression	11.51552	Akaike info criterion	7.754809
Sum squared resid	38588.67	Schwarz criterion	7.865922
Log likelihood	-1154.221	Hannan-Quinn criter.	7.799276
F-statistic	4.137673	Durbin-Watson stat	1.184790
Prob(F-statistic)	0.000107		

LIITE 5 EViews-TULOSTEET – MALLI 3

Dependent Variable: ROE_PERCENT
 Method: Panel Least Squares
 Date: 04/22/15 Time: 19:44
 Sample: 2009 2012
 Periods included: 4
 Cross-sections included: 75
 Total panel (balanced) observations: 300

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LIKEVAIHTO	-4.54E-10	5.18E-10	-0.876171	0.3817
RAPORTOINTILUOKKA_ALKUP=1	14.01601	8.391887	1.670185	0.0960
RAPORTOINTILUOKKA_ALKUP=2	27.66236	7.827517	3.533990	0.0005
RAPORTOINTILUOKKA_ALKUP=3	25.98680	8.010234	3.244200	0.0013
RAPORTOINTILUOKKA_ALKUP=4	31.08442	7.403630	4.198538	0.0000
TOIMIALAKOODAUS_UUSI2=1	1.341294	6.956652	0.192807	0.8472
TOIMIALAKOODAUS_UUSI2=2	-8.124266	5.802733	-1.400076	0.1626
C	-16.14301	6.773998	-2.383085	0.0178

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)

R-squared	0.101103	Mean dependent var	1.008480
Adjusted R-squared	0.070000	S.D. dependent var	41.45387
S.E. of regression	39.97667	Akaike info criterion	10.25045
Sum squared resid	461860.9	Schwarz criterion	10.38625
Log likelihood	-1526.567	Hannan-Quinn criter.	10.30480
F-statistic	3.250527	Durbin-Watson stat	1.193069
Prob(F-statistic)	0.000539		

LIITE 6 EViews-TULOSTEET – MALLI 4

Dependent Variable: ROE_PERCENT
 Method: Panel Least Squares
 Date: 04/22/15 Time: 19:48
 Sample: 2009 2012
 Periods included: 4
 Cross-sections included: 75
 Total panel (balanced) observations: 300

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LIKEVAIHTO	-4.91E-10	5.16E-10	-0.951226	0.3423
RAPORTOINTILUOKKA_UUSI=2	20.73392	5.799266	3.575265	0.0004
RAPORTOINTILUOKKA_UUSI=3	25.19266	6.478899	3.888416	0.0001
TOIMIALAKOODAUS_UUSI2=1	0.281406	6.868203	0.040972	0.9673
TOIMIALAKOODAUS_UUSI2=2	-9.820598	5.673604	-1.730928	0.0845
C	-8.855182	5.207741	-1.700388	0.0901

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)

R-squared	0.092333	Mean dependent var	1.008480
Adjusted R-squared	0.067380	S.D. dependent var	41.45387
S.E. of regression	40.03293	Akaike info criterion	10.24682
Sum squared resid	466366.9	Schwarz criterion	10.35794
Log likelihood	-1528.023	Hannan-Quinn criter.	10.29129
F-statistic	3.700288	Durbin-Watson stat	1.191605
Prob(F-statistic)	0.000391		

LIITE 7 EVIEWS-TULOSTEET – MALLI 5

Dependent Variable: NET_GERING_PERCENT

Method: Panel Least Squares

Date: 04/22/15 Time: 19:54

Sample: 2009 2012

Periods included: 4

Cross-sections included: 75

Total panel (balanced) observations: 300

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
TASEEN_LOPPUSUMMA	3.19E-10	9.63E-10	0.331362	0.7406
RAPORTOINTILUOKKA_ALKUP=1	-20.79052	16.52371	-1.258223	0.2093
RAPORTOINTILUOKKA_ALKUP=2	-22.38530	15.40746	-1.452887	0.1473
RAPORTOINTILUOKKA_ALKUP=3	-21.72315	15.82735	-1.372507	0.1710
RAPORTOINTILUOKKA_ALKUP=4	-23.64540	14.55866	-1.624146	0.1054
TOIMIALAKOODAUS_UUSI1=1	17.90775	14.03860	1.275608	0.2031
TOIMIALAKOODAUS_UUSI1=2	52.58634	11.68063	4.502012	0.0000
C	58.83652	13.44608	4.375739	0.0000

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)

R-squared	0.091880	Mean dependent var	72.68189
Adjusted R-squared	0.060457	S.D. dependent var	81.16488
S.E. of regression	78.67312	Akaike info criterion	11.60446
Sum squared resid	1788754.	Schwarz criterion	11.74026
Log likelihood	-1729.669	Hannan-Quinn criter.	11.65881
F-statistic	2.923999	Durbin-Watson stat	0.676136
Prob(F-statistic)	0.001655		

LIITE 8 EViews-TULOSTEET – MALLI 6

Dependent Variable: NET_GERING_PERCENT

Method: Panel Least Squares

Date: 04/22/15 Time: 20:01

Sample: 2009 2012

Periods included: 4

Cross-sections included: 75

Total panel (balanced) observations: 300

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
TASEEN_LOPPUSUMMA	3.35E-10	9.58E-10	0.349665	0.7268
RAPORTOINTILUOKKA_UUSI=2	-12.98155	11.42045	-1.136693	0.2566
RAPORTOINTILUOKKA_UUSI=3	-14.86138	12.72041	-1.168310	0.2436
TOIMIALAKOODAUS_UUSI1=1	19.36710	13.79255	1.404171	0.1613
TOIMIALAKOODAUS_UUSI1=2	55.00157	11.36429	4.839862	0.0000
C	48.08957	10.32009	4.659803	0.0000

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)

R-squared	0.086905	Mean dependent var	72.68189
Adjusted R-squared	0.061803	S.D. dependent var	81.16488
S.E. of regression	78.61676	Akaike info criterion	11.59659
Sum squared resid	1798553.	Schwarz criterion	11.70770
Log likelihood	-1730.488	Hannan-Quinn criter.	11.64106
F-statistic	3.462054	Durbin-Watson stat	0.675271
Prob(F-statistic)	0.000788		