

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

Oppiaine	Laskentatoimi ja rahoitus	Päivämäärä	23.9.2020
Tekijä(t)	Frans Hartman	Sivumäärä	86+liitteet
Otsikko	Suomalaisten pörssiyhtiöiden yhteiskuntavastuuraportointi. Kvantitatiivinen analyysi yhteiskuntavastuuraportoinnista vuonna 2019.		
Ohjaaja(t)	KTM Matti Niinikoski		

### Tiivistelmä

Tässä tutkielmassa tutkitaan suomalaisten Helsingin pörssissä noteerattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportointia. Tavoitteena on selvittää, miten tutkittavat suomalaiset yhtiöt raportoivat yhteiskuntavastuustaan eli tutkitaan raportoinnin keinoja sekä raporttien sisältöä. Niiden lisäksi tutkitaan eri muuttujien vaikutusta yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen. Tässä tutkielmassa valitut muuttujat ovat yhtiön työntekijämäärä, liikevaihdon suuruus sekä toimiala. Tarkoituksena on selvittää, vaikuttavatko nämä muuttujat yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen.

Tutkimus on toteutettu nomoteettista tutkimusotetta käyttäen ja tutkimusmenetelmänä on kvantitatiivinen analyysi. Kvantitatiivinen analyysi on toteutettu kolmessa vaiheessa. Ensimmäisessä vaiheessa tutkitaan yhteiskuntavastuuraporttien sisältöä ja selvitetään tutkittavien yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnin keinoja. Toisessa vaiheessa yhtiöille annetaan sisältöanalyysin perusteella pisteet ja tutkitaan yhtiön työntekijämäärän ja liikevaihdon suuruuden yhteyttä yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen. Kolmannessa analyysin vaiheessa tutkitaan toimialojen vaikutusta yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen. Tutkimuksen kohteena ovat tutkittavien yhtiöiden vuosikertomukset ja yhteiskuntavastuuraportit, jotka muodostavat tutkimuksen aineiston. Tutkimuksen aineisto on kerätty suomalaisten Helsingin pörssissä noteerattujen yhtiöiden vuoden 2019 julkaisuista. Tutkittavien yhtiöiden määrä on 123.

Tutkielmassa havaittiin, että suomalaiset Helsingin pörssissä noteeratut yhtiöt raportoivat keskimäärin melko kattavasti yhteiskuntavastuustaan. 109 yhtiötä julkaisee kattavan yhteiskuntavastuuraportin tai lyhyen lakisäateisen selvityksen ja vain 14 yhtiötä ei julkaise mitään yhteiskuntavastuustaan. Piste- ja toimiala-analyysissä tutkimuksen otoksen perusteella havaittiin, että yhtiön työntekijämäärällä, liikevaihdon suuruudella ja toimialalla olisi yhteys yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen. Työntekijämäärän ja liikevaihdon suuruuden vaikutus on kuitenkin hyvin pieni ja vaikutukset eivät ole tilastollisesti merkitseviä. Toimialojen kohdalla vaikutukset ovat suurempia, mutta ne ovat tilastollisesti merkitseviä vain raaka-ainetoimialan ja teknologiatoimialan kohdalla.

Avainsanat	Yhteiskuntavastuu, yhteiskuntavastuuraportointi
------------	---





**TURUN  
YLIOPISTO**  
Kauppakorkeakoulu

# **SUOMALAISTEN PÖRSSIYHTIÖIDEN YHTEISKUNTAVASTUURAPORTOINTI**

**Kvantitatiivinen analyysi yhteiskuntavastuuraportoinnista vuonna  
2019**

Laskentatoimen ja rahoituksen  
pro gradu -tutkielma

Laatija:  
Frans Hartman

Ohjaaja:  
KTM Matti Niinikoski

23.9.2020  
Turku

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

## SISÄLLYS

<b>1</b>	<b>JOHDANTO .....</b>	<b>7</b>
1.1	Johdatus aihepiiriin .....	7
1.2	Tutkielman rajaus ja tavoitteet .....	10
1.3	Tutkielman metodologia ja metodi.....	11
1.4	Tutkielman rakenne.....	13
<b>2</b>	<b>YRITYKSEN YHTEISKUNTAVASTUU .....</b>	<b>15</b>
2.1	Yhteiskuntavastuun historia ja kehitys .....	15
2.2	Mitä on yrityksen yhteiskuntavastuu?.....	18
2.3	Yhteiskuntavastuun osa-alueet .....	23
2.3.1	Taloudellinen vastuu.....	24
2.3.2	Sosiaalinen vastuu.....	28
2.3.3	Ekologinen vastuu.....	29
<b>3</b>	<b>YHTEISKUNTAVASTUURAPORTOINTI .....</b>	<b>31</b>
3.1	Yhteiskuntavastuuraportoinnin taustoja ja syitä .....	31
3.2	Suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuuraportointi .....	34
3.3	Yhteiskuntavastuuraportointia koskeva lainsäädäntö ja ohjeistukset .....	36
3.3.1	Selvitys muusta kuin taloudellisesta tiedosta – Kirjanpitolaki 3a .....	36
3.3.2	Global Reporting Initiative -standardit .....	37
3.3.3	Integroidun raportoinnin viitekehys.....	41
3.3.4	YK:n Global compact -ohjelma ja kestävän kehityksen tavoitteet....	45
<b>4</b>	<b>EMPIRIALUKU .....</b>	<b>48</b>
4.1	Empiirisen aineiston ja tutkimuksen esittely .....	48
4.2	Yhteiskuntavastuuraporttien sisällön analyysi, pisteanalyysi ja toimialavertailu .....	53
4.2.1	Yhteiskuntavastuuraporttien sisällön tutkimus.....	53
4.2.2	Pisteanalyysi .....	58
4.2.3	Toimialavertailu.....	63

4.3	Analyysin tulokset ja niiden testaus .....	67
5	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	73
5.1	Pohdinta ja johtopäätökset .....	73
5.2	Tutkielman arviointi ja mahdollisuudet jatkotutkimukselle.....	76
6	YHTEENVETO .....	78
	LÄHTEET .....	81
	LIITE LUETTELO EMPIIRISEN AINEISTON YHTIÖISTÄ .....	87

## KUVIOT

Kuvio 1	Yrityksen arvonmuodostamisen prosessi (IIRC 2013) .....	43
Kuvio 2	Kuvaus yrityksen liiketoimintamallista (Niskala ym. 2019, 349) .....	44
Kuvio 3	Yhtiöiden jakautuminen eri yhteiskuntavastuuraportoinnin luokkiin.....	53
Kuvio 4	KPL 3a:1 noudattaminen ja sen vaikutus yhteiskuntavastuuraportointiin.....	54
Kuvio 5	Triple bottom line -näkökulman osa-alueista raportointiin.....	55
Kuvio 6	Yhteiskuntavastuuraportoinnin sisältökategorioiden käyttö.....	57
Kuvio 7	Suomalaisten pörssiyhtiöiden jakautuminen pisteanalyysin pisteiden perusteella .....	58
Kuvio 8	Suomalaiset pörssiyhtiöt pistemäärän ja henkilöstömäärän suhteessa .....	60
Kuvio 9	Liikevaihtoluokat sekä niiden liikevaihto- ja pistekeskisarvot .....	62
Kuvio 10	Toimialojen henkilöstö- ja pistekeskisarvot .....	66

## TAULUKOT

Taulukko 1	GRI-sarjat ja niiden sisältämät standardit (GRI: Standards B) .....	39
Taulukko 2	<IR>-viitekehyksen sisältöelementit (IIRC 2013) .....	42
Taulukko 3	Empiirisen aineiston keräämisen ja käsittelyn vaiheet.....	48
Taulukko 4	Pisteanalyysissä käytetyt teemat ja pisteytys .....	49
Taulukko 5	Regressioanalyysin tulokset .....	69
Taulukko 6	Regressioanalyysin muuttujien korrelaatiomatriisi .....	71







# 1 JOHDANTO

## 1.1 Johdatus aihepiiriin

Yrityksen yhteiskuntavastuu (Corporate Social Responsibility, CSR) on ollut yksi merkittävimmistä ilmiöistä, jotka ovat muokanneet yritystoimintaa 2000-luvun aikana (Jussila 2010, 7). Yrityksen yhteiskunnallinen vastuullisuus myös kasvattaa merkitystään jatkuvasti. Nämä vastuullisuusasiat liittyvät monin eri tavoin yrityksen kilpailukykyyn. Ne ovat esimerkiksi osa riskien hallintaa ja ne voivat olla myös lähteenä uusille liiketoimintamahdollisuuksille. (Niskala ym. 2019, 11–12.)

Valtion, median ja eri aktivistiryhmien toiminnan myötä yhteiskuntavastuu on nousut väistämättömäksi prioriteetiksi yritysten toiminnoissa (Porter & Kramer 2006). Yritykset eivät voi enää jättää vastuullisuusasioita huomioimatta millään sen liiketoiminnan osa-alueella (Juutinen 2016, 24). Viimeisten vuosien aikana on vakiintunut käsitys siitä, että yrityksen vastuullisuus on keskeinen edellytys menestykselle yrityksille ja pitkän aikavälin taloudellisen arvon tuottamiselle. (Niskala ym. 2019, 11–12.) Myös Euroopan komissio puhuu yritysten yhteiskuntavastuun merkityksestä yritysten kilpailukyvyille, mutta laajentaa sitä edellä mainittujen riskienhallinnan ja uusien liiketoimintamahdollisuuksien lisäksi kustannussäästöihin, pääomien saatavuuteen, asiakassuhteisiin ja henkilöstösuhteiden hallintaan (KOM 2011).

Tähän yritysten yhteiskuntavastuun merkityksen muutokseen on vaikuttanut etenkin kuluttajien valistuneisuus ja vaatimukset yritysten eettiseen toimintaan. Näiden myötä yritysten velvollisuudet ympäröivää yhteiskuntaa ja toimintaympäristöä kohtaan ovat kasvaneet ja sidosryhmät odottavat yrityksiltä yleisen hyvinvoinnin tuottamista yhteiskuntaan. (Siltaoja 2004.)

Vaikka yhteiskuntavastuuasiat ovat yrityksille vapaaehtoisia, voidaan juuri edellä mainitun ulkopuolisen paineen myötä nähdä, että yrityksillä on joko tiettyjä velvoitteita lakien vaatimusten ylittävään vastuullisuustoimintaan tai ainakin yrityksen kannattaa tällaisia vastuullisuuden toimia toteuttaa (Knuutinen 2014, 90–98). Kuluttajien valistuneisuuden kasvuun ovat vaikuttaneet globaalit megatrendit, kuten resurssiniukkuus, väestönkasvu ja ilmastonmuutos, jotka omalta osaltaan aiheuttavat yritysten yhteiskuntavastuun merkityksen korostumista (Niskala ym. 2019, 19–20). Näiden globaalien megatrendien taustalla on globalisaatio, jonka myötä maantieteelliset sekä kulttuuriset rajat ovat hälventyneet. Tästä esimerkkeinä ovat suomalaisten yritysten kansainvälistyminen ja

niiden omistuspohjien muuttuminen yhä kansainvälisemmäksi. Globalisaation myötä on tullut tarve kansainvälisille yhteisille eettisyyden ja vastuullisuuden ohjeistuksille. (Siltaoja 2004.)

Perinteisesti yrityksen yhteiskuntavastuu jaotellaan kolmeen osa-alueeseen. Näitä ovat taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu ja ekologinen vastuu, josta käytetään myös termiä ympäristövastuu. (Knuutinen 2014, 98.) Nämä kolme osa-alueita ovat merkittävässä roolissa yhteiskuntavastuun käsitteistön määrittelyssä. Taloudellinen vastuu merkitsee yrityksen liiketoiminnan pitkän tähtäimen kannattavuutta ja toimintaedellytyksiä sekä sen toiminnan tuottaman taloudellisen lisäarvon jakaantumista sidosryhmille. Sosiaalisen vastuun keskiössä on ihminen. Yksinkertaisimmillaan se tarkoittaa vastuuta henkilöstöstä, sen hyvinvoinnista ja oikeuksista. Tämä käsitys on kuitenkin laajentunut myös käsittämään muut sidosryhmät. (Jussila 2010, 15–17.) Ekologinen vastuu on yhteiskuntavastuun osa-alueista selkein. Se tarkoittaa vastuuta yrityksen vaikutuksista ympäristöön. Siihen kuuluu muun muassa kestävän kehityksen periaatteiden noudattaminen, ilmastomuutoksen torjunta ja ympäristövaikutusten hallinta koko arvoketjussa. (Niskala ym. 2019, 21; Jussila 2010, 15.)

Yrityksen yhteiskuntavastuulle ja sen englanninkieliselle vastinparille corporate social responsibility ei ole olemassa mitään tarkkaa ja yleistä määritelmää. Suomen kielessä on myös samaa tarkoittavalle asialle useita eri termejä. Näitä ovat esimerkiksi yrityksen yhteiskuntavastuu, yritysvastuu, vastuullinen liiketoiminta ja kestävä kehitys. (Knuutinen 2014, 90–91; Juutinen 2016, 24–25.) Tässäkin tutkielmassa käytetään joskus pelkkää yhteiskuntavastuu sanaa tai yrityksen yhteiskuntavastuu sanayhdistelmää. Huomautettakoon tässä kohtaa lukijalle, että kaikissa tilanteissa tarkoitetaan samaa asiaa. Tarkemmin käsitteiden suhteita toisiinsa käsitellään luvussa kaksi.

Yhteiskuntavastuu on käsitteenä vielä melko nuori ja vakiintumaton, mutta Suomenkin yrityshistoriassa on ollut nähtävissä yhteiskuntavastuullisia piirteitä jo 1900-luvun alkupuolelta lähtien. Tuolloin vastuu kuitenkin rajoittui omistajiin, henkilöstöön ja paikallisyhteisöihin. (Ketola 2005, 14–19.) Globaalisti katsottuna voidaan yritysten yhteiskuntavastuullisia piirteitä jäljittää pidemmällekin, mutta ei välttämättä sanan varsinaisessa merkityksessä. Esimerkiksi Eberstadt (1977) on tutkinut yritysten ja liiketoiminnan roolia ja sen muutoksia yhteiskunnassa antiikin Kreikan ajoista asti. Hänen mukaansa yritysten vastuullisuus lähenee antiikin Kreikan aikoja, jolloin liiketoiminta oli vahvasti kytköksissä yhteiskuntaan ja yhteisöön. (Eberstadt 1977.) Knuutinen puolestaan kertoo kirjassaan *Verotus ja yrityksen yhteiskuntavastuu* (2014), miten 1900-luvun alkupuolella

yritysjohtajat toteuttivat yhteiskuntavastuullisuuden piirteitä omaavia toimia. He järjestivät työvälleen asuntoja, terveydenhoitoa, työntekijöiden lapsille hoito- ja koulutuspaikkoja sekä perustivat urheiluseuroja. (Knuutinen 2014, 34–58.) Tuohon aikaan osakeyhtiöitä perustettiin juuri yhteisen hyvän vuoksi määräaikaan projekteihin, kuten esimerkiksi tien tai sillan rakentamista varten. Ekologisesta vastuusta ei kuitenkaan ollut merkettä, vaan se nousi keskusteluun vasta 1970-luvulla ympäristöjärjestöjen toimesta. (Ketola 2005, 14–19.)

Yhteiskuntavastuuraportointi on yhteiskuntavastuun merkittävä osa. Yhteiskuntavastuun toimivuuden periaatteina olevat mitattavuus ja avoimuus eivät voi toteutua ilman seuranta- ja toteutumisen raportointia. Yhteiskuntavastuuraporttien tarkoitus on esittää ja viestiä yrityksen yhteiskuntavastuun eri toimenpiteitä, niiden tarkoituksia, tavoitteita ja tuloksia. (Jussila 2010, 144–145.) Yhteiskuntavastuuraportit ovat osa yrityksen riskienhallintaa ja ne ovat viestintätyökalu. Yhteiskuntavastuuraporttien merkittävyyden kasvun taustalla ovat yritysten tarpeet parantaa uskottavuuttaan ja kasvanut ulkoinen paine ympäröivästä yhteiskunnasta. (Knuutinen 2014, 112–113.) Yhteiskuntavastuuraporttien sisällöstä on olemassa monenlaisia ohjeistuksia, joista keskeisimmät ovat Global Reporting Initiative -standardit ja integroidun raportoinnin viitekehys (Niskala ym. 2019, 108).

Yhdysvalloissa ja Euroopassa yhteiskuntavastuuraportteja julkaisevien yhtiöiden määrä on kasvanut merkittävästi 2000-luvulla. Tähän kehitykseen ovat vaikuttaneet raportointiohjeistukset, joita on julkaistu monia 2000-luvulla ja niitä päivitetään jatkuvasti. Raportointiohjeistusten kehittämisen taustalla on erilaisia tekijöitä, jotka kannustavat yritysten läpinäkyvyyden parantamiseen. Näitä ovat esimerkiksi sijoittajien suojaaminen ja käyttäytyminen, yhteiskunnalliset epäkohdat sekä yleinen valistuneisuus esimerkiksi ympäristön tilaa kohtaan. (Stolowy & Paugam 2018; Dhaliwal ym 2014; PwC 2018.)

Suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuuraporttien määrälliseen kasvuun ja laajuuteen ovat myös vaikuttaneet lainsäädäntö ja raportointiohjeistukset. Erityisesti kirjanpitolain luvun 3a mukainen selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista on tuonut raportointiin mukaan muun muassa ihmisoikeudet, ympäristöasiat ja korruption torjunnan. Kasvan van raportointiohjeistusten määrän lisäksi sijoittajat ja rahoittajat ovat alkaneet kiinnittää huomiota yritysten vastuullisuuteen, mikä osaltaan lisää myös syitä raportoida yhteiskuntavastuusta. (PwC 2018.)

Suomalaisten pörssiyhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnin keinoja koskevaa tutkimusta tällä näkökulmalla ei ole aiemmin toteutettu. Asiantuntijayritys PricewaterhouseCoopers Oy (PwC) toteuttaa suomalaisista yrityksistä tehtävää yritysvastuubarometriä,

jossa tarkastellaan suomalaisten yritysten yritys vastuuta strategisesta sekä johtamisen ja raportoinnin näkökulmasta. PwC:n yritys vastuubarometriin sisällytetään yli 500 julkista ja yksityistä yritystä. PwC:n yritys vastuubarometri on lähellä tätä tutkielmaa, mutta se kuvaa yritys vastuun ja yritys vastuuraportoinnin yleisempiä trendejä, kun taas tämä tutkielma on tarkempi Helsingin pörssissä noteerattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnin sisällön tutkimus yhtenä ajan hetkenä. Sen vuoksi tällä tutkielmalla on mahdollisuus uuden informaation luomiseen.

## 1.2 Tutkielman rajaus ja tavoitteet

Tässä tutkielmassa tutkitaan suomalaisten Helsingin pörssissä listattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportointia. Tutkielman päätavoitteena on selvittää, miten suomalaiset Helsingin pörssissä listatut yhtiöt raportoivat yhteiskuntavastuustaan. Tämä tarkoittaa yhtiöiden yhteiskuntavastuuraporttien sisällön ja raportointityylin selvittämistä. Mitä yhtiöt julkaisevat yhteiskuntavastuustaan ja miten he sen julkaisevat.

Tutkielman tavoitteet pyritään saavuttamaan etsimällä vastauksia tutkimuskysymyksiin, joita ovat:

- Miten suomalaiset Helsingin pörssissä listatut yhtiöt raportoivat yhteiskuntavastuustaan?
- Vaikuttaako yhtiön koko yhteiskuntavastuuraportointiin?
- Vaikuttaako toimiala yhteiskuntavastuuraportointiin ja miten yhtiöiden raportointi eroaa toimialojen välillä?

Tutkielmassa selvitetään, millaista suomalaisten pörssiyhtiöiden yhteiskuntavastuuraportointi on. Tutkittaviksi yhtiöiksi on valittu suomalaiset pörssiyhtiöt Helsingin pörssissä. Tarkastelun alaisista yhtiöistä on rajattu pois kuusi ulkomaalaista Helsingin pörssissä noteerattua yhtiötä sekä yksi suomalainen yhtiö, joka listautui vuoden 2019 aikana. Rajaus suomalaisiin Helsingin pörssissä noteerattuihin yhtiöihin on tehty sen vuoksi, että tavoitteena on löytää juuri suomalaisten pörssiyhtiöiden raportointitapoja.

Yhtiöiden yhteiskuntavastuuta tutkittaessa on yhteiskuntavastuuraporttien lisäksi käyty läpi myös tilinpäätöksiä, vuosikertomuksia ja mahdollisesti internet-sivuja, jotta on löydetty kaikki yhteiskuntavastuuta koskevat julkaisut. Pääpaino on ollut yhteiskuntavastuuraporttien sisällöissä ja keinoissa. Eli on tarkasteltu millaisia ohjeistuksia tai viitekehyskäytäntöjä noudattaen yhteiskuntavastuuraportti on toteutettu. Näitä ovat esimerkiksi

integroidun raportoinnin viitekehys, GRI-standardit (Global Reporting Initiative) ja kirjanpitolain vaatimusten mukainen selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista. Tarkastelun kohteena ovat olleet yhtiöiden vuoden 2019 vuosikertomukset, tilinpäätökset ja yhteiskuntavastuuraportit. Tutkittaviksi valitut yhteiskuntavastuuraporttien teemat valittiin vuoden 2018 julkaisujen perusteella, todellinen analyysi toteutettiin vuoden 2019 julkaisuista kerätyn datan pohjalta.

### 1.3 Tutkielman metodologia ja metodi

Perinteisesti kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimus on kuvattu toistensa vastakohtina ja lähes toisensa poissulkevinä. Vuosien myötä kuitenkin on havaittu eri filosofisten teorioiden valossa, että vastakkainasettelu ei ole täysin selkeä. Niiden perusteella laadullisia ja määrällisiä tutkimuksia voidaan yhdistää. (Tuomi & Sarajärvi 2018.) Tässä tutkielmassa on sekä laadullisia, että määrällisiä ominaisuuksia. Empiirinen aineisto eli suomalaisten Helsingin pörssissä noteerattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraporteista kerätty data on laadullista ja sitä myös käsitellään laadullisin menetelmin. Yhteiskuntavastuuraporteista etsitään tiettyjä etukäteen valittuja teemoja ja niiden esiintymistä. Teemat on valittu yhteiskuntavastuuraporttien läpikäynnin sekä yhteiskuntavastuuraportointia koskevan teorian pohjalta.

Tutkielman empiirisen aineiston käsittely sisältää myös määrällisiä ominaisuuksia. Määrällisessä tutkimuksessa käytetään usein tilastollista ja numeerista dataa, josta tuloksia haetaan tilastollisin menetelmin (Watson 2015). Tässä tutkielmassa määrällisen tutkimuksen piirteitä on, kun tutkittavista yhteiskuntavastuuraporteista etsitään tiettyjen etukäteen valittujen teemojen ja osa-alueiden ilmenemisfrekvenssiä, joista toteutetaan tilastollinen analyysi. Teemojen esiintymistä vertaillaan toisiinsa nähden sekä myös yritysten toimialojen välillä. Tarkemmin tutkimuksen toteutustavasta myöhemmin.

Tutkimuksessa olevat tutkimusongelmat, tutkimuskysymykset ja valitut menetelmät määrittelevät sopivan tutkimusotteen (Tuomi & Sarajärvi 2018). Tutkimusotteita liiketaloudellisessa tutkimuksessa on Neilimon ja Näsin mukaan käsiteanalyttinen-, nomoteettinen-, päätöksentekometodologinen- ja toiminta-analyttinen tutkimusote (Neilimo & Näsi 1980, 31). Myöhemmin lisättiin viidenneksi tutkimusotteeksi myös konstruktiiivinen tutkimusote (Kasanen ym. 1993). Liiketaloustieteellisten tutkimusotteiden vertailun pohjalta valikoitui nomoteettinen tutkimusote soveliaimmaksi tähän tutkielmaan. Nomoteettisen tutkimusotteen valintaa tukevat sen ominaispiirteet. Nomoteettisella tutkimusotteella pyritään selittämään ja löytämään tutkittavasta empiirisestä aineistosta

lainomaisuuksia. Kuitenkaan sillä ei saavuteta tarkan määrittelyn mukaisia teorioita tai lakeja, vaan tuloksena on lähinnä kuvailuja ilmiöihin kytköksissä olevien tekijöiden välillä. (Neilimo & Näsi 1980, 32–40.)

Kun nomoteettinen tutkimusote pyrkii selittämään, on käsiteanalyttisen tutkimusotteen tavoite luoda uusia käsitteitä sekä käsitejärjestelmiä. Päätöksentekometodologisen tutkimusotteen tavoitteena taas on selvittää ja osoittaa määrätyn ongelman ratkaiseva metodi. Toiminta-analyttisen tutkimusotteen tavoitteena on ilmiöiden ymmärtäminen. Siksi se onkin lähellä nomoteettista tutkimusotetta, vaikka niitä pidetäänkin vastapuolina. (Neilimo & Näsi 1980, 32–40.) Konstruktiivisen tutkimusotteen tavoitteena on luoda eli konstruoida ratkaisu tutkittavaan käytännön ongelmaan (Kasanen ym. 1993). Muihin tutkimusotteisiin verrattuna nomoteettinen tutkimusote on tälle tutkielmalle sopivin juuri selittämisen tavoitteen ja lainomaisuuksien löytämisen vuoksi, koska tutkielmassa pyritään löytämään suomalaisten pörssiyritysten raportointimenetelmissä yhtäläisyyksiä ja eroja.

Toinen merkittävä tutkimusotteen valintaa tukeva asia on nomoteettisen tutkimusotteen vahva tukeutuminen empiiriseen aineistoon. Nomoteettisella tutkimusotteella selitetään ilmiöitä ja esitetään lainomaisuuksia juuri empiirisen aineiston analysoinnin pohjalta. Suhtautuminen empiriaan on iso erottava tekijä eri tutkimusotteiden välillä. Nomoteettisessa tutkimuksessa empiirisen aineiston merkitys on suurin ja tutkimus nojaa siihen vahvasti. (Neilimo & Näsi 1980, 32–35.) Nomoteettisen tutkimusotteen empiriasidonnaisuus on ollut myös iso tekijä tämän tutkielman tutkimusotteen valinnassa.

Tutkimusotteen valinnassa vaihtoehtoina olivat nomoteettinen tutkimusote ja toiminta-analyttinen tutkimusote. Molemmat nojaavat vahvasti empiiriseen aineistoon ja molemmille tutkimusotteille on luonteenomaista kokemusjohteisuus. Yksi olennaisimmista eroista ja tämän tutkielman kannalta merkittävä tutkimusotteen valintaan vaikuttava tekijä on se, että toiminta-analyttisessä tutkimuksessa ei suoranaisesti pyritä löytämään empiriasta lainomaisia ilmiöitä selittäviä asioita, kuten nomoteettisessa tutkimuksessa tehdään. (Lukka 1991.) Toiminta-analyttinen tutkimusote pyrkii muutamien empiiristen havaintoesimerkkien kautta enemmänkin ymmärtämään tutkittavia ilmiöitä (Neilimo & Näsi 1980, 34–36).

Vaikka tässä tutkielmassa tutkimusote on nomoteettinen, sisältää se piirteitä myös muista tutkimusotteista. Esimerkiksi käsiteanalyttisen tutkimusotteen perinteikäs ja tärkeä rooli suomalaisessa liiketaloustieteen tutkimuksessa näkyy myös nomoteettisessa tutkimuksessa, koska käsiteanalyysi on lähes välttämätön osa nomoteettista tutkimusta.

Tutkimuksissa on muun muassa esitettävä ja määriteltävä teoreettiset käsitteet. (Neilimo & Näsi 1980, 33.) Tässäkin tutkielmassa käsiteanalyttinen tutkimusote näkyy luvuissa kaksi ja kolme, joissa määritellään yhteiskuntavastuun ja yhteiskuntavastuuraportoinnin käsitteitä ja teoreettista taustaa.

Tämä tutkielma sisältää käsiteanalyttisen osion sekä empiirisen osion. Käsiteanalyysissä määritellään käsitteet ja käsitellään tutkielman suurimpien teemojen teoreettinen tausta. Näihin kuuluvat toisen luvun yhteiskuntavastuu ja kolmannen luvun yhteiskuntavastuuraportointi. Tavoitteena on selittää yhteiskuntavastuun ja yhteiskuntavastuuraportoinnin taustat ja sisältö. Empiirisessä vaiheessa tutkitaan suomalaisten Helsingin pörssissä noteerattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportteja. Tavoitteena on selvittää miten suomalaiset yhtiöt raportoivat yhteiskuntavastuustaan. Näiden lisäksi on vielä kolmas vaihe, jossa peilataan empiirisessä osiossa saatuja tuloksia teoreettiseen pohjaan.

#### 1.4 Tutkielman rakenne

Nomoteettisella tutkimuksella on sen muista tutkimusotteista erottavien tunnusmerkkien ja tutkimuskäytäntöjen myötä tunnistettavissa sille ominainen rakenne. Nomoteettinen tutkimus pitää yleensä sisällään käsitteellisen vaiheen, empiirisen vaiheen ja todisteluvaiheen. Näiden kautta pyritään selittämään tutkittavaa ilmiötä. (Neilimo & Näsi 1980, 39–40.) Tässä tutkielmassa noudatetaan myös edellä kuvatun kaltaista yksinkertaista rakennetta ja sen myötä pyritään selittämään suomalaisten Helsingin pörssissä noteerattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportointia.

Tämä tutkielma rakentuu alun johdantoluvun lisäksi viidestä luvusta. Luvut kaksi ja kolme kuuluvat tutkielman käsiteanalyttiseen osaan. Näissä luvuissa määritellään ja käsitellään tutkielman keskeiset termit eli yrityksen yhteiskuntavastuu ja yhteiskuntavastuuraportointi. Luvussa kaksi käsitellään myös yhteiskuntavastuun käsitteen kehityshistoriaa ja yhteiskuntavastuun kolmea osa-aluetta. Luvun tarkoituksena on tuoda esille yhteiskuntavastuun käsitteen pääkohdat ja erilaisia näkökulmia sen määrittelyyn. Kolmannessa luvussa käsitellään tarkemmin yhteiskuntavastuuraportointia. Tässä luvussa tarkastellaan yhteiskuntavastuuraportointia koskevia ohjeistuksia ja asetuksia. Lisäksi tutkitaan erilaisia raportointitapoja ja viitekehyksiä, joiden avulla yritykset voivat raportoida yhteiskuntavastuustaan.

Tutkielman neljäs luku on empiirialuku. Siinä esitetään empiirisen aineiston hankintaprosessia ja hankitun empiria-aineiston analyysin pohjalta saatuja tuloksia. Tarkoituksena on löytää vastauksia tutkielman tavoitteisiin suomalaisten Helsingin pörssissä

noteerattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnin keinoista ja sisällöstä. Neljännessä luvussa peilataan myös empiriasta saatuja tuloksia aiemmissa luvuissa käsitelyyn teoriaan aiheesta. Tutkielman viidennessä luvussa suoritetaan pohdinta, esitetään tutkielmassa saadut tärkeimmät johtopäätökset sekä tulokset ja arvioidaan niitä. Kuudennessa luvussa luodaan yhteenveto tutkielmassa käsitellyistä keskeisimmistä asioista ja tuloksista.



## 2 YRITYKSEN YHTEISKUNTA VASTUU

### 2.1 Yhteiskuntavastuun historia ja kehitys

Yhteiskuntavastuullisia piirteitä yritysten toiminnassa voidaan havaita historiassa, näkökulman mukaan, pitkänkin ajan takaa (Knuutinen 2014, 34). Todisteita liiketoimintayhteisön huolesta yhteiskuntaa kohtaan voidaan jäljittää jopa vuosisatojen taakse. Kirjallisuudessa yritysten yhteiskuntavastuu, tarkemmin sosiaalinen vastuu, on kuitenkin 1900-luvun tuotosta. (Carroll 1999.) Yrityksen yhteiskuntavastuu on käsitteenä melko tuore ja se on noussut yritysten huomion keskiöön vasta viime vuosikymmeninä (Knuutinen 2014, 34).

Yhteiskuntavastuun käsitteen (corporate social responsibility) synty ja kehittyminen voidaan sijoittaa 1990-luvulle, jolloin Yhdistyneiden Kansakuntien, eri kansalaisjärjestöjen ja yritysten välisissä neuvotteluissa kehittyi termi kestävä kehitys (Jussila 2010, 7–11). Kuitenkin yhteiskuntavastuun piirteitä ja siihen kytkeytyviä asioita voidaan havaita Suomenkin taloushistoriassa jo teollistumisen alkua ajoista, 1900-luvun alusta lähtien (Knuutinen 2014, 34). Yrityksen yhteiskuntavastuun eri osa-alueet eli taloudellinen vastuu, ekologinen vastuu ja sosiaalinen vastuu ovat kehittyneet noista ajoista lähtien eri tahtiin ja eri tavoilla (Ketola 2005, 14–19).

1900-luvun alusta 1950-luvulle yritysten johdosta vastasivat niiden omistajat. Heidän tavoitteenaan oli luonnollisesti saada yrityksen liiketoiminnasta mahdollisimman hyvä tuotto, mutta he myös kantoivat vastuuta henkilöstöstään sekä sijaintikuntansa taloudesta. Heitä voidaan pitää myös koko Suomen talouden kehityksen eteenpäin viejinä. (Ketola 2005, 15.) Nämä omistajayrittäjät kantoivat myös sosiaalisen vastuunsa järjestämällä henkilöstölleen asuntoja, terveydenhoitopalveluita ja koulutusta. Lisäksi he loivat henkilöstön jälkeläisille hoito- ja koulutuspaikkoja sekä harrastusmahdollisuuksia perustamalla urheiluseuroja. (Knuutinen 2014, 34–35.) Suomessa valtio ei tuolloin vielä tarjonnut sosiaalisia palveluja, joten omistajayrittäjät kantoivat vastuun henkilöstönsä ja paikallisen yhteisön sosiaalisista tarpeista. (Ketola 2005, 15.)

Kansainvälisestäkin 1950-luvulla, yhteiskuntavastuu tarkoitti enemmänkin sosiaalista vastuuta (social responsibility, SR). Tämä johtui ehkä siitä, että suurten modernien yritysten vaikutusvaltaa ja dominanssia yritysmaailmassa ei vielä ollut havaittu. (Carroll 1999.) 1900-luvun ensimmäisellä puoliskolla ei vielä puhuttu ekologisesta vastuusta, vaan luonto nähtiin enemmänkin vapaana resurssina. Yritysten luonnonvarojen käytön,

päästöjen ja jätteiden vaikutus ympäröivään luontoon oli ikään kuin liiketoiminnan väistämätön seuraus. (Ketola 2005, 15.)

1960-luvulla, maailmalla yleistyi pyrkimykset selittää ja määritellä yrityksen yhteiskuntavastuun käsitettä (Carroll 1999). Suomessa ei kuitenkaan ollut vielä puhetta käsitteistä, vaan yritysvastuu rajoittui yhä taloudelliseen vastuuseen omistajayrittäjiä kohtaan ja sosiaalisen vastuuseen henkilöstöä kohtaan. Kaupungistumisen myötä sosiaalisen vastuun merkitys kasvoi edelleen, sillä yritysten sijoittautuessa logistiselta kannalta järkevämmiin, piti työväen muuttaa kotipaikkakunniltaan lähemmäs työpaikkoja. Yritykset tarjosivat maalta muuttaneille työntekijöille samat sosiaaliset palvelut kuin kylissäkin, mutta vielä parempia palkkoja. Tämän vuoksi kaupungistuneiden yritysten suosio kasvoi. (Ketola 2005, 15–16.)

1960-luvullakaan ei yrityksissä huolehdittu ekologisesta vastuusta, vaan se nousi esille 1970-luvulla ympäristöjärjestöjen toimesta. Yritysten yhteiskuntavastuu olikin hyvin samankaltaista 1900-luvun alusta aina 1970-luvun alkupuolelle saakka. Tällöin yhteiskunta alkoi kehittää omia sosiaalisten palvelujen rakenteitaan. Yritysten vastuuta ja velvoitteita henkilöstöä kohtaan alettiin säännellä laeilla, mutta yhteiskunta kantoi muissa asioissa vastuun kansalaisista. Myös taloudellinen vastuu muuttui osakeyhtiömuodon kehittyessä niin, että omistajuus ja johtajuus eriytyivät. Vallalle nousi yhä enemmän taloudellisen vastuun kantaminen juuri omistajia kohtaan. (Ketola 2005, 15–17.)

1980-luvulla ulkomailla kehitettiin edelleen tarkempia määrittelyitä termille *corporate social responsibility*. Sen alaisuuteen alkoi kehittymään myös uusia alatermejä ja terminologia laajeni. (Carroll 1999.) Suomessa huoli ympäristöstä ja sen kestävydestä laajeni yhteiskunnassa nopeasti 1980-luvulla (Ketola 2005, 15–17). 1970-luvun loppupuolella kehittynyt Koijärvi-liike yhdisti luonnonsuojelijat ja heidän toimintansa julkisen näkyvyyden myötä huomio keskittyi yhä enemmän ympäristöasioihin (Juutinen 2016, 39). Kasvanut huoli ympäristöstä johti eri ympäristölakien säätämiseen nopeassa tahdissa. Näiden lakien avulla yhteiskunta velvoitti yritykset ottamaan ja kantamaan vastuuta niiden toiminnan aiheuttamista ekologisista vaikutuksista. (Ketola 2005, 15–17.)

1980-luvulla suomalaiset yritykset kasvoivat nopeasti ja samalla suomalaisen yhteiskunnan sosiaalinen vastuunkanto kehittyi nopeasti. Näiden myötä sosiaaliturvan verkosto kehittyi luoden suomalaisen hyvinvointiyhteiskunnan. Suomalaisten yritysten nopea kasvu ja kansainvälistyminen 1980-luvulla laajensi taloudellista vastuuta, koska yrityksillä oli yhä enemmän ulkomaalaisia omistajia. (Ketola 2005, 15–17.)

1990-luvulla tuli kuitenkin lama ja se aiheutti suomalaisten yritysten taloudellisen vastuun huomion keskittymisen takaisin kotimaahan. Myös hyvinvointiyhteiskunta koki haasteita laman myötä ja yksilön vastuu itsestään korostui. Yritystenkin huomio sosiaalista vastuuta kohtaan väheni, koska keskityttiin oman talouden hoitoon. Ympäristöasiat ja ekologinen vastuu olivat kuitenkin tulleet jäädäkseen ja lamankin aikana yritykset kantivat vastuunsa ympäristöstä, nyt jopa lain ylittävien toimin. Suomalaisen luonnon arvo kollektiivisena omaisuutena ymmärrettiin. (Ketola 2005, 15–17.) 1990-luvulla kehittyi myös virallisemmin käsite yhteiskuntavastuu ja sen osa-alueet tunnistettiin. Yhteiskuntavastuun käsitteen nykyisellään voidaan katsoa kehittyneen vuonna 1999, jolloin Yhdistyneiden kansakuntien ympäristöohjelma UNEP (The United Nations Environment Programme) julkaisi ensimmäisen yritysten vastuullisuuden raportointia koskevan ohjeistuksen. Suomessa yhteiskuntavastuun käsite kehittyi 2000-luvun alussa, kun Elinkeinoelämän keskusliiton edeltäjä Teollisuuden ja Työnantajain keskusliitto julkaisi yhteiskuntavastuuta käsittelevän oppaan. Tämä opas sisälsi yhteiskuntavastuun ja sen peruskäsitteistön suomenkieliset versiot. (Jussila 2010, 7–9.)

2000-luvulle tultaessa koko maailmaa koskevat ympäristöongelmat, kuten kasvihuoneilmiö, olivat huomion keskiössä. Ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi Euroopan unionissa oli laadittu useita ympäristösäädöksiä. Näiden ollessa kuitenkin vaatimattomampia kuin Suomen oma lainsäädäntö, ei EU:n ympäristösäädökset luoneet merkittävästi lisää toimia suomalaisille yrityksille. Muut kansainväliset sopimukset ympäristöongelmien hillitsemiseksi aiheuttivatkin haasteita yrityksille ja muokkasivat yhteiskuntavastuun kenttää. Esimerkiksi päästösopimukset aiheuttivat muutoksia sosiaalisen vastuun ja taloudellisen vastuun keskittymisessä, koska yritykset tekivät sijoittautumiskäytännöt taloudellisin perustein. (Ketola 2005, 17–18.)

Vaikka sosiaalisen vastuun merkityksen voidaan katsoa heikentyneen yrityksissä 2000-luvulla, pyrkivät yritykset kuitenkin esiintymään hyvinä kansalaisina. Esiin nostettiin laajempia ongelmia, kuten kehitysmaiden sosiaaliset ongelmat. (Ketola 2005, 15–18.) Suomessa voidaan kuitenkin nähdä sosiaalisen ja taloudellisen vastuun merkityksen nousua ympäristövastuun rinnalle. Tätä edesauttoi Finnish Business & Society (nykyisin FiBS yritysvastuuverkosto) perustaminen. (Juutinen 2016, 39.) Yhteiskuntavastuun keskiöön nousi myös sidosryhmäajattelu ja sidosryhmävuorovaikutukseen alettiin kiinnittää enemmän huomiota (Jussila 2010, 9). Yritysten taloudellinen vastuu nähtiin 2000-luvulla edelleen ensisijaisesti omistajia kohtaan, mutta vielä enenevässä määrin, koska globalisaation myötä tulleet ulkomaalaiset sijoittajat vaativat kovempia tuottoja. Voidaan sanoa,

että taloudellista vastuuta kannettiin Suomen kansantalouden kustannuksella (Ketola 2005, 15–18). 2000-luvun loppupuolella alkoi vahvistumaan näkemys yhteiskuntavastuun strategisesta merkityksestä yrityksille (Juutinen 2016, 40).

Juuri yhteiskuntavastuun strateginen merkitys leimaa 2010-lukua. Yhteiskuntavastuu käsitteenä on jopa muovautumassa strategiseksi yhteiskuntavastuuksi. Yhteiskuntavastuu ei ole enää oma erillinen toiminto, vaan siitä on tullut eräs näkökulma tarkastella yrityksen toimintaa strategiaprosessissa. (Juutinen 2016, 40–42.) 2010-luvulla keskiöön on noussut yhteiskuntavastuun johtamiskäytännöt. Yksittäisten toimenpiteiden pitkän aikavälin merkityksettömyys on tunnistettu ja yhteiskuntavastuu on otettu jatkuvaksi määrätietoisesti johdettavaksi prosessiksi osaksi jokapäiväistä toimintaa. (Jussila 2010, 9.)

Yhteiskuntavastuu Suomalaisessa liiketoiminnassa on kehittynyt ja muuttunut vuosikymmenten varrella merkittävästi. 1900-luvun alun omistajayrittäjien aikakaudella yhteiskuntavastuu rajoittui enemmän paikalliseksi. Vuosikymmenten aikana vastuullisuus laajeni ja yrityksen suhde sen toimintaympäristöön ei enää ollut niin välittömän symbioottinen kuin muutama vuosikymmen aiemmin. (Knuutinen 2014, 54–55.) Edellä käsitellystä voidaan havaita, miten yhteiskuntavastuun eri osa-alueet ovat kehittyneet suhteessa toisiinsa. Merkittävintä on ollut ekologisen vastuun merkityksen voimakas nousu. Kuitenkin, vaikka 1900-luvun alun omistajayrittäjät ajoivatkin pääasiassa omia tavoitteitaan, voidaan heidän henkilöstönsä ja paikallisyhteisönsä huolehtimista pitää yhteiskuntavastuun ja erityisesti sosiaalisen vastuun toteuttamisena. Eihän yhteiskuntavastuu nykyäänkään ole vain ydintoiminnasta irrallista hyväntekeväisyyttä, vaan olennainen osa yrityksen toimintaa ja strategiaa. (Knuutinen 2014, 34–35.)

## **2.2 Mitä on yrityksen yhteiskuntavastuu?**

Viimeisten vuosikymmenten aikana kiinnostus yhteiskuntavastuuta kohtaan on kasvanut huomattavasti mediassa, yritysmaailmassa ja politiikassa, mutta myös akateemisessa maailmassa (Campbell 2007). Monet yritykset ovat alkaneet kiinnittää huomiota toimintojensa sosiaalisiin ja ekologisiin vaikutuksiin. Tämä muutos ei kuitenkaan ole ollut täysin vapaaehtoinen. Julkisuuteen nousseet yritys esimerkit, kuten Niken työvoimapoliittiset ratkaisut Indonesiassa 1990-luvun alussa tai Shell Oilin ratkaisu upottaa tarpeettomaksi jäänyt öljynporauslaitta Pohjanmerellä vuonna 1995, aiheuttivat suurta julkista painetta yrityksille keskittyä vastuullisuuteen. (Porter & Kramer 2006.)

Huolimatta useista yrityksistä selittää ja määrittää yrityksen yhteiskuntavastuun käsitettä, on yritysmaailmassa ja akateemisessa maailmassa yhä epäselvyyttä

yhteiskuntavastuun käsitteestä. Käsitteen määritelmässä on usein väljyyttä ja tulkinnanvaraisuutta. Nämä määritelmien epätarkkuudet ja tulkinnanvaraisuudet vaikeuttavat asiasta keskustelua ja käsitteen kehittymistä. Erot termeissä ja niiden moninaisuus voivat hämmäntää. Myös jo yhteiskuntavastuu sanana voidaan tulkita harhaanjohtavaksi, koska se pitää sisällään ikään kuin totaalisen vastuun koko yhteiskunnasta, vaikka näin ei kuitenkaan ole (van Marrewijk 2003; Ketola 2005, 10; Dahlsrud 2008; Juutinen 2016, 24).

Aluksi esitetään selkeyttämisen vuoksi suomenkielisille termeille käsitehierarkia, koska suomenkielisessä kirjallisuudessa on käytetty yrityksen yhteiskuntavastuulle monia synonyymeja, kuten yritysvastuu, vastuullinen liiketoiminta, kestävä kehitys ja yrityskansalaisuus. (Knuutinen 2014, 90; Jussila 2010, 11–14.) Kaikki termit ovat käyttökelpoisia, mutta ne eivät ole täysin synonyymeja (Jussila 2010, 12). Termi kestävä kehitys on laaja yläkäsite muille termeille ja pitää sisällään yritysten lisäksi myös esimerkiksi valtioiden ja kansalaisjärjestöjen toiminnan (Knuutinen 2014, 76). Kestävä kehitys on YK:n alaisen maailman ympäristö- ja kehityskomission lanseeraama termi, joka tarkoittaa toimintaa, jolla täytetään nykyhetken tarpeet rajoittamatta tulevaisuuden toimijoiden mahdollisuuksia omien tarpeiden täyttämiseen (Knuutinen 2014, 76; WCED 1987). Yrityksen yhteiskuntavastuun termillä kestävä kehitys sovitetaan yrityskäyttöön. Termi viittaa yrityksen toiminnan mahdollisuudesta edistää kestävä kehitystä. 2000-luvulla yrityksen yhteiskuntavastuusta on alettu käyttää myös yritysvastuu termiä, joka tarkoittaa samaa asiaa. (Jussila 2010, 12–13.)

Kestävän kehityksen, yrityksen yhteiskuntavastuun ja yritysvastuun lisäksi esiin on noussut esimerkiksi termi yrityskansalaisuus. Se viittaa yrityksen pyrkimykseen saada yhteiskunnan hyväksyntä ja toimia kuten valistunut kansalainen (Ketola 2005, 11). Yrityskansalaisuus tarkoittaa kuitenkin hieman passiivisempaa yrityksen lähestymistapaa vastuullisuuteen, sillä yrityksen yhteiskuntavastuu ja yritysvastuu käsitteet sisältävät aktiivisia toimia vastuun kantamiseksi (Jussila 2010, 13). Muitakin termejä on suomenkielisessä kirjallisuudessa esitetty, kuten vastuullinen liiketoiminta, mutta kaikki ne tarkoittavat lähes samaa asiaa ja niiden tarkempi käsittely ei ole olennaista tälle tutkielmalle.

Myös englanninkielisessä terminologiassa on termien käytössä moninaisuutta. Englannin kielessä yrityksen yhteiskuntavastuun käsitteeksi on vakiintunut corporate social responsibility (CSR). Pelkistettyä corporate responsibility -termiä voidaan pitää parempana, koska CSR keskittää turhaan huomion sosiaaliseen ulottuvuuteen. (Knuutinen 2014, 91.) Corporate social responsibility on kuitenkin vakiintunut käyttöön (Jussila 2010, 14). Linnasen ja Panapaanin mukaan corporate social responsibility olisi corporate

ecological responsibility ja corporate economic responsibility ohella osa corporate sustainability eli yksi triple bottom line -näkömyksen osa. Tässä näkökulmassa corporate sustainability vastaa suomen kielen termiä kestävä kehitys. (Linnanen & Panapaan 2002, van Marrewijkin 2003 mukaan.)

Yhteiskuntavastuulle ei ole yhtä yleisesti tunnistettua ja tyhjentävää määritelmää. Yhteiskuntavastuun terminologia kehittyi ja laajenee edelleen. Kaikki yhteiskuntavastuun terminologian alaiset käsitteetkään eivät ole vielä vakiintuneet. (Jussila 2010, 11.) Euroopan komissio määrittelee yritysten yhteiskuntavastuun vapaaehtoiseksi toiminnaksi, jossa yritykset yhdistävät sosiaaliset ja ekologiset teemat osaksi liiketoimintaa. Toisen Euroopan komission antaman määritelmän mukaan yrityksen yhteiskuntavastuu tarkoittaa yrityksen vastuuta sen toiminnan yhteiskunnallisista vaikutuksista. (KOM 2011.) Euroopan komission määritelmässä korostuu vapaaehtoisuus ja yhteiskuntavastuun laajuus.

Vaikka vapaaehtoisuus nousee esille Euroopan komission määritelmässä, on yrityksen yhteiskuntavastuun toteutumisen perusedellytyksenä lakien ja säädösten noudattaminen (KOM 2011). Yritysvastuun voidaan nähdä tarkoittavankin lakien minimivaatimukset ylittävää toimintaa. Yrityksen yhteiskuntavastuullinen asennoituminen usein lähtee ajatuksesta, että yrityksellä on lainsäädännön ulkopuolista vastuuta sen kaikille sidosryhmille. (Knuutinen 2014, 90–95.) Eli ilman lakien noudattamista ja niiden vaatimusten täyttämistä, yritys ei voi olla vastuullinen, vaikka jollain muulla tasolla se toimisikin vastuullisesti sidosryhmien osalta (Juutinen 2016, 28–29). Yrityksen yhteiskuntavastuu on kuitenkin vapaaehtoista ja termillä itsessään ei ole mitään juridista kytköstä. Suomen lainsäädännössä ei ole käytetty tai määritelty yhteiskuntavastuun käsitettä. (Knuutinen 2017, 296.) Pörssi-yhtiöiden kannalta yrityksen yhteiskuntavastuun vapaaehtoisuutta rajoittaa erilaiset säädökset ja ohjeistukset. Esimerkiksi yrityksen yhteiskuntavastuun raportointia muuttava direktiivi ei-taloudellisten tietojen raportoinnista. Sen tavoitteena on lisätä suurten yleisen edun kannalta merkittävien yhtiöiden läpinäkyvyyttä ja vastuullisuutta. (EK 2014; EU 2014.)

OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) näkee vastuullisuuden lähtökohtana lainsäädännön noudattamisen. Ohjeistuksessaan monikansallisille yrityksille, OECD esittää erilaisia periaatteita ja suosituksia yrityksille, jotka pyrkivät vastuulliseen toimintaan globaalissa ympäristössä. Yksi esitettävistä ohjeista on, että yrityksen tulisi toimintamaissaan kontribuoida taloudelliseen, ekologiseen ja sosiaaliseen kehittämiseen kestäväällä näkökulmalla. (OECD 2011, 17–19.)

Lainmukaisuuden ja vapaaehtoisuuden pohjalta voidaan erottaa yrityksen yhteiskuntavastuullisuudelle kolme sitovuuden tasoa. Näitä ovat pakollinen eli oikeudellinen, puolipakollinen ja vapaaehtoinen. Pakollinen taso tarkoittaa lakien ja säädösten noudattamista. Puolipakollinen tarkoittaa yhteiskunnan ja sidosryhmien yleisesti hyväksymien menettelytapojen noudattamista. Viimeinen eli täysin vapaaehtoinen taso pitää sisällään hyväntekeväisyyden ja vastikkeettomat lahjoitukset. Kuitenkin tämän listauksen vapaaehtoisessa tasossa ei varsinaisesti ole kyse yritysvastuusta, koska vapaaehtoisen tason toimet ovat liiketoiminnasta irrallisia. (Knuutinen 2014, 95.)

Keskeisin yrityksen yhteiskuntavastuun kritiikki on pohjautunut Milton Friedmanin artikkeliin *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*. Kyseiseen artikkeliin perustuu useat myöhemmät kritiikit yrityksen yhteiskuntavastuuta kohtaan. Friedmanin artikkelissa perusajatuksena on, että yrityksen johdon tavoite on sen omistajien tuoton maksimointi ja että yrityksen johtajien tulisi käyttää omistajien varoja tuottoa maksimoivilla keinoilla. Tämä rajaa ulkopuolelle ylimääräiset tuottamattomat menoerät, kuten sosiaalisen vastuun kantaminen hyväntekeväisyydellä. (Friedman 1970; Salazar & Husted 2008.) Samoilla linjoilla on ollut myös liikemies Björn Wahlroos, joka on sanonut, että yrityksellä ei ole muuta vastuuta kuin tuottaa omistajien odottamaa tuottoa (Jussila 2010, 13). Friedmanin esittämä ajatus ei kuitenkaan ole niin mustavalkoinen, vaan se sisältää myös huomion yritysjohton toimimesta omistajien toiveiden mukaan ja se voi tarkoittaa sitoutumista esimerkiksi sosiaalisen vastuun aktiviteetteihin. Omistajat ja sijoittajat ovat enenevässä määrin alkaneet haluamaan yrityksiä panostamaan yhteiskuntavastuuseen ja sosiaalisen hyvän ohjelmiin. (Salazar & Husted 2008.)

Yhteiskuntavastuun puolestapuhujat ovat argumentoineet näkemyksiään neljällä tavalla. Näitä ovat moraalinen velvoite, kestävyys, lupa toimia ja maine. Moraalinen velvoittavuus tarkoittaa, että yrityksellä on velvollisuus tehdä asioita oikein ja olla hyvä kansalainen. Kestävyys tarkoittaa yrityksen vastuuta ympäristöstä ja yhteisöstä eli kestävä kehityksen noudattamista. (Porter & Kramer 2006.) Kestävä kehitys on toimintatapa, jolla vastataan nykyisiin tarpeisiin rajoittamatta tulevien sukupolvien mahdollisuutta tyydyttää omia tarpeitaan (WCED 1987).

Lupa toimia -argumentti lähtee ajatuksesta, jossa yrityksen toimintamahdollisuudet ja -edellytykset tulevat valtiolta, yhteisöltä ja muilta sidosryhmiltä (Porter & Kramer 2006). Yrityksen voidaan nähdä olevan johdettu valtiosta ja yhtiön olemassaolon voidaan katsoa perustuvan valtioon esimerkiksi lainsäädännön myötä. Tähän liittyy vastavuoroisuuden näkökulma. Sen mukaan yritys tarvitsee valtiota ja valtio tarvitsee yritystä. Yritys

saa valtiolta muun muassa juridisen infrastruktuurin ja henkilöstön. Valtio taas saa yritykseltä verotuloja toimintojensa ylläpitämiseen. (Knuutinen 2014, 64, 79–81, 155–156.)

Viimeinen Porterin ja Kramerin esittämä vastuullisuuden argumentti on yrityksen maine. Yhteiskuntavastuuta voidaan käyttää yrityksen imagon ja brändin parantamiseen tai jopa osakekurssin nostoon. (Porter & Kramer 2006.) Yhteiskuntavastuun mainenäkökulma aiheuttaa myös riskejä. Etenkin sellaisille yrityksille, joiden suoriutumisen onnistuminen riippuu hyvästä julkisuuskuvasta. Yritykset voivat pyrkiä viestinnässä tuomaan esille omia positiivisia toimia maineen kannalta, mutta negatiiviset vaikutukset eli julkisuuteen joutuneiden vastuuttomien tekojen vaikutukset, realisoituvat helpommin. Negatiivisten uutisten vaikutusta yritysten maineelle ja sitä kautta toiminnalle on tehostanut entisestään sosiaalinen media. (Knuutinen 2014, 157–158, 312.)

Yksi keino määritellä yrityksen yhteiskuntavastuuta on se, että vastuullisuus alkaa siitä, mihin lainsäädännön rajat loppuvat (Knuutinen 2014, 93). Tähän liittyen Archie B. Carroll esittää yrityksen vastuullisuudelle neljä eri velvoittavuuden tasoa. Ensimmäinen taso on taloudellinen vastuu eli yrityksen vastuu tuottaa osakkeenomistajille voittoa ja hyödykkeitä markkinoille sekä luoda työpaikkoja. Toinen taso on oikeudellinen vastuu. Se tarkoittaa yrityksen vastuuta toimia lakien ja säädösten mukaisesti. Kolmas velvoittavuuden taso on eettinen vastuu. Eettinen vastuu tarkoittaa yrityksen vastuuta toimia sellaisten sosiaalisten odotusten mukaan, jotka eivät perustu lakiin. Viimeinen velvoittavuuden taso on harkinnanvaraiset vastuut. Näitä ovat yrityksen vapaaehtoiset yleistä hyvinvointia yhteiskunnassa edistävät toimet. (Carroll 1979.)

Yksi keskeisimmistä yhteiskuntavastuun osista on yrityksen sidosryhmät (Juutinen 2016, 30). Yrityksen sidosryhmiä ovat kaikki ne tahot, joihin yrityksellä on suora tai välillinen vaikutusyhteys. Tällaisia tahoja ovat esimerkiksi sijoittajat, valtio, henkilökunta, asiakkaat ja tavarantoimittajat. (Knuutinen 2014, 84–85.) Michael Porter ja Mark Kramer lanseerasivat artikkelissaan *Creating shared value* (2011) yhteisen lisäarvon käsitteen, joka tukeutuu sidosryhmäajatteluun vahvasti. Artikkelissa esitetään, että yritysten tulisi ryhtyä toimiin yritystoiminnan ja yhteiskunnan yhteen saattamiseksi. Yrityksiltä peräänkuulutetaan toimia, jotka yrityksen oman taloudellisen menestymisen lisäksi hyödyttäisi sidosryhmiä ja tyydyttäisi myös niiden tarpeita eli yritykset loisivat yhteistä lisäarvoa. Tätä perustellaan yrityksen ja yhteiskunnan symbioosilla, jossa yritykset tarvitsevat menestyvää yhteiskuntaa ja yhteiskunta tarvitsee menestyviä yrityksiä. (Porter & Kramer 2011.)



Viimeisten muutamien vuosien aikana yrityksen yhteiskuntavastuu on kehittynyt kohti seuraavaa vaihetta, strategista yrityksen yhteiskuntavastuuta (Juutinen 2016, 40). Kansainvälinen yritysten kestävän kehityksen neuvosto (WBCSD) esittää yrityksen yhteiskuntavastuuta käsittelevässä julkaisussaan käytännön toimenpiteitä yrityksen yhteiskuntavastuun käytölle. Yksi suositus on yhteiskuntavastuun sitominen strategiaan. Yrityksen yhteiskuntavastuun tulisi olla koko yrityksen toiminnan kattava ja se tulisi vahvasti kytkeä strategiaan. Neuvoston mukaan yhteiskuntavastuun asioita ja toimenpiteitä suunnitellaan ja käsitellään aivan kuin muita liiketoiminnallisia asioita. (WBCSD 2000.) Strateginen yhteiskuntavastuu tarkoittaa siis, että yhteiskuntavastuu ei ole enää erillinen yrityksen funktio, vaan se on eräänlainen linssi kaiken yrityksen toiminnan tarkasteluun. Yritysten vastuullisuudesta on tullut merkittävä osa liiketoimintaa. (Juutinen 2016, 40.)

Yksi keino yrityksen yhteiskuntavastuun kytkemiseksi strategiaan ja liiketoimintaan ovat yrityksen liiketoimintaperiaatteet tai yrityksen eettiset periaatteet, joiden englanninkielinen termi on *code of conduct* (ks. esimerkiksi UPM code of conduct). Yleisimmin yrityksen liiketoimintaperiaatteilla pyritään ohjeistamaan ja viestimään vastuullista yrityskulttuuria. Ne voivat sisältää esimerkiksi toimintaohjeita työntekijöille. Eettiset liiketoimintaperiaatteet ovat olennainen osa yhteiskuntavastuullisen ajattelun ja kulttuurin implementoimiseksi yritykseen. (Erwin 2011.)

Yrityksen yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan vastuuta sen liiketoiminnan taloudellisista, ekologisista ja sosiaalisista vaikutuksista (Juutinen 2016, 25). Yrityksen yhteiskuntavastuu on lain vaatimukset ylittävää, jatkuvaa, vapaaehtoista ja avoimuuteen pyrkivää toimintaa (Knuutinen 2014, 95–97). Yrityksen yhteiskuntavastuu on nimenomaisesti yrityksen kantamaa vastuuta sen liiketoiminnasta. Tarkastelun alla on liiketoimintamahdollisuuksien ja resurssien hyödyntäminen tavalla, joka vastaa yhteiskunnan sekä sidosryhmien odotuksiin ja samanaikaisesti huomioi sidosryhmille aiheutuvat vaikutukset. (Juutinen 2016, 25–26.)

### **2.3 Yhteiskuntavastuun osa-alueet**

Vakiintuneen jaon mukaan yrityksen yhteiskuntavastuuseen kuuluu kolme osa-aluetta, joita ovat taloudellinen vastuu, ekologinen vastuu ja sosiaalinen vastuu (Knuutinen 2014, 98). Vastuu perustuu yrityksen liiketoiminnan taloudellisiin, ekologistiin ja sosiaalisiin vaikutuksiin sidosryhmille. Yrityksen tulee tunnistaa, ymmärtää ja pyrkiä hallitsemaan näitä liiketoiminnan vaikutuksia eri osa-alueille. (Juutinen 2016, 25–26.)

Taloudellinen vastuu, ekologinen vastuu ja sosiaalinen vastuu muodostavat perusjaoittelun ja ne ovat keskeisiä alakäsitteitä yhteiskuntavastuulle. Englannin kielessä tälle kolmijaolle käytetään termiä triple bottom line, joka on englanninkielisessä yhteiskuntavastuukeskustelussa yleisesti käytetty termi. Termiä pidetään jopa vaihtoehtoisena terminä corporate social responsibilitylle. Suomen kielessä triple bottom line -termille ei ole käännöstä. (Jussila 2010, 15.) Hieman harvemmin käytetty termi yhteiskuntavastuun kolmijaolle englannin kielessä on kolmen P:n termi: People, Planet ja Profit (Knuutinen 2014, 98). Yhteiskuntavastuu on nykyään käytännössä ja käsitetasolla niin kehittynyt ja laaja, että siitä keskusteltaessa ei enää puhuta yhteiskuntavastuusta. Huomio on tarkentunut yhteiskuntavastuun osa-alueisiin ja keskusteltaessa yhteiskuntavastuusta käytetäänkin useasti tarkemmin yksittäisiä osa-alueita ja alakohtia. (Jussila 2010, 15.)

### 2.3.1 Taloudellinen vastuu

Taloudellinen vastuu voidaan käsittää kapeasti tai leveästi. Kapea näkemys äärimmillään pitää sisällään sen, että yritys on taloudellisessa vastuussa vain osakkeenomistajilleen. (Knuutinen 2014, 99.) Osakeyhtiölaissa (OYL 1:5) sanotaan, että yhtiön toiminnan tarkoitus on tuottaa voittoa sen osakkeenomistajille. Tämä ei kuitenkaan varsinaisesti ole vielä vastuun kantamista, vaan lain noudattamista (Knuutinen 2014, 99). Myös liikemies Björn Wahlroos on puhunut yrityksen yhteiskuntavastuusta osakeyhtiölain kirjaimen kaltaisesti. Hän on sanonut, että yrityksellä ei voi olla muuta vastuuta kuin tuottaa osakkeenomistajille heidän odotusten mukaista tuottoa. Wahlroos kuitenkin lisää, että muut vastuullisuuden osa-alueet tulevat relevanteiksi, jos omistajat näin tahtovat. (Jussila 2010, 13.) Laajemmalla näkökulmalla taloudellisella vastuulla tarkoitetaan osakkeenomistajien edun ajamisen lisäksi työpaikkojen luomista ja säilyttämistä, verotulojen kasvattamista ja yleisen hyvinvoinnin lisäämistä yhteiskunnassa. (Knuutinen 2014, 99.)

Ketola listaa teoksessaan *Vastuullinen liiketoiminta* (2005) edellä mainitun laajemman näkökulman kaltaisesti yrityksen taloudellisen vastuun pääkohdat ja tavoitteet. Näitä ovat voitto-osuuksien jako, oman pääoman arvonnousu, vieraan pääoman maksuista huolehtiminen, suora ja välillinen työllistäminen sekä verojen maksu. Vastuunkanto omistajia ja rahoittajia kohtaan on yrityksen ehto. (Ketola 2005, 32–33.) He ovat ensisijaisessa asemassa yrityksen taloudellisen vastuun kannalta, mutta yritysten toimilla on taloudellisia vaikutuksia myös laajemmalle ja usealle sidosryhmälle (Knuutinen 2014, 100).

Yritysten taloudellista vastuuta voidaan tarkastella myös toisella tavalla. Yrityksen taloudellinen vastuu voidaan kytkeä sen pitkän aikavälin toimintaedellytyksiin (Jussila 2010, 15). Taloudellisen menestymisen ehtona on tehokkuus, kannattavuus ja jatkuvuus. Näiden avulla yritys voi olla kannattava ja ne luovat edellytykset vastuullisuudelle. (Knuutinen 2014, 100.) Kannattavasti toimiva yritys voi toimia pitkällä aikavälillä ja palvelella sidosryhmiään. Tähän perustuu pitkän aikavälin toimintaedellytyksiä korostava selitys taloudelliselle vastuulle. Edelliseen liittyy myös näkökulma, jossa taloudellista vastuuta arvioidaan yrityksen tuottamien rahavirtojen perusteella. Tähän kuuluvat kaikki sidosryhmät ja arvioitavia rahavirtoja ovat esimerkiksi voitonjako, palkat ja hankinnat. (Jussila 2010, 15.)

Taloudellisen menestymisen ja kannattavuuden korostamisessa taloudellisen vastuun selittämisessä on myös haasteensa. Tehokkuuden, kannattavuuden ja kilpailukyvyn korostaminen voi yrityksissä johtaa toimenpiteisiin, joiden vastuullisuus voidaan kyseenalaistaa. Esimerkkinä tästä voi olla toiminnan lakkauttamiset tai sijoittautumispäätökset halvan työvoiman maihin. (Knuutinen 2014.) Tämä tarkoittaa, että yritykset eivät voi tehdä voittoa millä hinnalla tahansa. Haastavaa on kuitenkin määrittää, missä menee kohtuullisen ja liiallisen voitontavoittelun raja. Länsimaisessa yritysmaailmassa ja yhteiskunnassa tätä rajaa on pidetty kohdassa, jossa yrityksen taloudelliset ponnistelut ja vastuu kohtaavat sosiaalisen ja ekologisen vastuun. (Ketola 2005, 33–34.) Vaikka yritysten tehostamiseen pyrkiviä toimia, esimerkiksi tuotantolaitoksen sulkeminen, leimattaisiin julkisuudessa vastuuttomiksi, on niiden tarkoitus säilyttää pitkän aikavälin toimintaedellytykset. Yritysten on vain löydettävä tasapaino sidosryhmien odotusten, omien tavoitteiden ja osin ristiriitaisten toimien välillä. (Knuutinen 2014, 100.)

Taloudellinen vastuu tarkoittaa siis yrityksen kannattavuutta, sen taloudellisia vaikutuksia ja sen tuottamaa lisäarvoa sidosryhmille. Sidoryhmille tuotettava lisäarvo voi olla suoraa tai välillistä. (Jussila 2010, 15; Niskala ym. 2019, 21.) Yrityksen taloudellinen menestyminen luo edellytykset vastuulliselle toiminnalle (Knuutinen 2014, 100). Nykyään on myös kasvanut näkemys, jossa taloudelliset vastuuasiat nähdään riskien ja mahdollisuuksien kautta. Näistä esimerkkejä ovat ilmastonmuutoksen aiheuttamat riskit pitkän tähtäimen liiketoiminnalle tai uusien innovaatioiden luoma toiminta. (Niskala 2019, 21.)

Keskeinen osa yrityksen taloudellista vastuuta on sen toiminnan synnyttämien rahavirtojen vaikutukset sidosryhmiin. Näitä rahavirtoja ovat liiketoiminnan maksut ja kulut sekä laajennettu voitonjako. Liiketoiminnan maksut ovat kytköksissä yrityksen

operatiiviseen toimintaan ja se käsittää kaikki ne rahavirrat, joiden voidaan katsoa kuuluvan yrityksen normaalin toiminnan toteuttamiseen. Esimerkkejä näistä ovat raaka-ainekustannukset, henkilöstökulut ja tuotannon vaihtoehtokustannukset. Laajennettu voitonjako taas tarkoittaa yrityksen tuottaman voiton jakaantumista sidosryhmille. Näitä ovat esimerkiksi osingot, verot, investoinnit ja lahjoitukset. (Jussila 2010, 60–61.)

Verojen kuuluminen taloudellisen vastuun alueelle on ristiriitainen, koska maksetuilla veroilla on kaksijakoinen rooli. Ensinnäkin ne ovat kustannuserä ja pienentävät osakkeenomistajien tuottoa. Toisaalta ne ovat myös valtion ja yhteiskunnan osuus yhtiön tuottamasta lisäarvosta. (Knuutinen 2014, 101.) Ratkaisu tähän ristiriitaan riippuu näkökulmasta (Avi-Yonah 2006). Yritykset maksavat monia eri veroja, mutta tässä kohtaa keskitytään yritysten tuloverotukseen eli yhteisöverotukseen.

Edellä mainitun kustannuseränäkökulman mukaan, yrityksen maksamat tuloverot ovat kustannus ja sen tulisi pyrkiä minimoimaan kulujaan maksimoidakseen osakkeenomistajien voiton (Knuutinen 2014, 58;101). Osakeyhtiölaissa (OYL 1:5) on tätä tukeva näkemys, kun siinä kerrotaan yhtiön tehtävän olevan tuottaa voittoa osakkeenomistajille. Reuven Avi-Yonah artikkelissaan Corporate Social Responsibility (2006) esittää kolme näkökulmaa verojen ja yhteiskuntavastuun suhteelle. Yksi niistä tukee edellä kuvattua ja sanoo, että yrityksen ainoa tehtävä on voiton tuottaminen osakkeenomistajille. Saman näkökulman mukaan muut yhteiskuntavastuulliset toimet ovat hyväksytyjä, mikäli ne tukevat pitkän aikavälin voitonmaksimointia. (Avi-Yonah 2006.)

Verojen minimointi ja voiton maksimointi tuovat kuitenkin esille vastuullisuuden kannalta merkittäviä teemoja, kuten verosuunnittelu, veron kierto ja verovilppi. Yritykset voivat lain mukaan tehdä tiettyjä asioita minimoidakseen veroja ja usein yritykset myös käyttävät nämä mahdollisuudet. (Knuutinen 2014, 172.) Monet yritykset puolustavatkin omaa verosuunnitteluaan sillä, että se on toteutettu lakien mukaisesti. Tämä ei kuitenkaan aina riitä. (Knuutinen 2017, 295.) Suuret ulkomaiset yhtiöt, kuten Amazon, Google ja Starbucks ovat joutuneet tiedotusvälineiden hampaisiin ja jopa tuomioistuinten eteen verojärjestelyjensä vuoksi (Baudot ym. 2020). Näistä esimerkiksi Starbucks vältti usean vuoden ajan maksamasta kokonaan yhteisöveroa Iso-Britanniassa, vaikka toiminta oli julkaistujen lukujen perusteella voitollista. Britanniassa oleva yhtiö toteutti kyseisen verojen minimoinnin maksamalla liikevaihdostaan rojaltilkorvauksia Hollantiin, jossa aineettomalle omaisuudelle kertynyttä tuottoa verotetaan kevyesti. (Knuutinen 2017, 299.)

Edellä kuvattu esimerkki osoittaa laillisen verosuunnittelun haasteellisuuden vastuullisuuden näkökulmasta, koska pelkkä lain noudattaminen ei aina riitä (Knuutinen 2017,

295–299). Viimeisin kansainvälinen talouskriisi aiheutti verojen minimoinnin julkisen kritiikin kasvun (Anesa ym. 2019). Verojen minimoinnin hyväksyttävyyden hahmottamiseksi voidaan käyttää kolmijakoa, joka huomioi yleisen hyväksyttävyyden, vero-oikeudellisen tason sekä rikosoikeudellisen tason. Verojen minimoinnin kolme tasoa ovat hyväksyttävä verojen minimointi eli verosuunnittelu, rikosoikeudellisesti hyväksyty, mutta vero-oikeudellisesti ei-hyväksyty verojen kiertäminen sekä lainvastainen ja kriminalisoitu verovilppi. (Knuutinen 2014, 172.) Hyväksyty verosuunnittelu voidaan vielä jakaa moraalaisella näkökulmalla asialliseen- ja aggressiiviseen verosuunnitteluun (Knuutinen 2014, 185). Tästä on kyse edellä kuvatussa Starbucksin tapauksessa. Lain mukaan toimiminen ei enää aina ole riittävää. (Knuutinen 2017, 295.) Vaikka aggressiiviset verojen minimoinnin keinot on kyseenalaistettu ja haastettu, yritykset silti jatkavat verojen minimointia, koska vielä ei ole luotu yleismaailmallisia moraalisia käytänteitä veroja kohtaan. Lisäksi yritysten näkökulmasta verojen minimointi on toistaiseksi edelleen ainoa järkevä strategia. (Anesa ym. 2019.)

Vastuuttomana veronmaksuna voidaan pitää sellaista toimintaa, joka aiheuttaa valtiolle verovajetta. Tähän kuuluvat verovilppi, veron kierto ja tietyin osin aggressiivinen verosuunnittelu. Haastavaksi kuitenkin tämänkin tulkinnan tekee valtioiden eri näkökulmat. Yhden valtion näkökulmasta jokin yrityksen toimi voi olla veron kiertämistä, kun taas toisen näkökulmasta se on mahdollisuuksien hyödyntämistä. (Knuutinen 2014, 308.)

Toinen näkökulma verojen kuulumisesta taloudelliseen vastuuseen liittyy yhtiön ja valtion suhteeseen. Erityisesti siihen, että yhtiön maksamat tuloverot ovat valtion osuus yhtiön voitosta. (Knuutinen 2014, 101.) Yhtiön voidaan katsoa olevan valtion luoma. Valtio myös luo ja ylläpitää tietyt olosuhteet ja mahdollisuudet yhtiön toiminnalle. Tällaisia ovat muun muassa olemassa oleva lainsäädäntö, infrastruktuuri ja henkilöstön koulutus. (Avi-Yonah 2006.) Vastavuoroisuuteen vedoten, voidaan verot nähdä ikään kuin korvauksena näistä valtion luomista ja ylläpitämisestä yritysten liiketoiminnan mahdollistajista (Porter & Kramer 2006). Tutkimus osoittaa, että mitä enemmän yritys korostaa vastuullisuutta ja mitä laajemmin se raportoi vastuullisuudesta, sitä vähemmän kyseinen yritys toteuttaa aggressiivista verosuunnittelua (Lanis & Richardson 2012).

Yhdeksi merkittäväksi yrityksen veronmaksun vastuullisuuteen liittyväksi käsitteeksi on noussut verojalanjälki tai verokontribuutio. Se tarkoittaa yrityksen verokuormaa eli sitä verojen määrää, minkä yrityksen toiminta tuottaa valtioille. Kansainväliset tilinpäätösstandardit (IFRS) sisältävät joitain vaatimuksia verojen raportointiin liittyen, mutta

laajempi veroista raportointi on täysin vapaaehtoista ja yritysten onkin mietittävä mitä tietoja sidosryhmät tarvitsevat. (Knuutinen 2014, 298–300.)

Taloudellinen vastuu on laaja kokonaisuus. Verrattuna sosiaaliseen ja ekologiseen vastuuseen se on vaikeammin määriteltävissä ja rajattavissa. Yrityksen taloudellinen suoriutuminen ja menestyminen kuitenkin luovat edellytykset taloudelliselle ja muille vastuullisuuden osa-alueille. (Knuutinen 2014, 99–100.)

### 2.3.2 Sosiaalinen vastuu

Yrityksen yhteiskuntavastuun sosiaalisen vastuun osa-alue koskee ihmistä. Perinteisesti yrityksen sosiaalinen vastuu on tarkoittanut henkilöstön oikeuksiin ja hyvinvointiin panostamista. Myöhemmin huomio on laajentunut henkilöstöstä kattamaan kaikki yrityksen sidosryhmät. (Jussila 2010, 16.) Tarja Ketola kirjassaan *Vastuullinen liiketoiminta* (2005) listaa sosiaalisen vastuun alle kuuluvaksi yrityksen henkilöstön, tavarantoimittajat, asiakkaat, alihankkijat, urakoitsijat, muut yhteistyökumppanit, paikalliset asukkaat sekä ihmiset ympäri maailman. Vastuuseen ihmisistä ympäri maailman liittyy myös näkökulma, jossa sosiaalisen vastuun perustana ovat maailmanlaajuisesti hyväksytyt yleismaailmalliset periaatteet. Näitä ovat ihmisoikeudet, työelämän perusoikeudet sekä lapsityövoiman ja pakkotyön kieltö. (Knuutinen 2014, 99.)

Euroopan komissio on kuvannut sosiaalista vastuuta käsitteeksi, joka yhdistää sosiaalisen ja ekologisen näkökulman liiketoimintaan. Sosiaalinen vastuu on lainsäädännön vaatimusten ylittämistä ja kasvavaa panostamista inhimillisiin resursseihin, ympäristöön ja sidosryhmiin. (KOM 2001.) Kansainvälinen standardisoimisjärjestö ISO (International Organization for Standardization) määrittelee sosiaalisen vastuun ISO 26000 -standardisaan organisaation vastuuksi sen toiminnan vaikutuksista yhteiskuntaan ja ympäristöön. Saman määritelmän mukaan sosiaaliseen vastuuseen liittyy läpinäkyvä ja eettinen käyttäytyminen, jonka myötä edistetään kestäväää kehitystä, huomioidaan kaikki sidosryhmät, osoitetaan lakien noudattaminen, integroidaan vastuullisuus koko organisaatioon ja noudatetaan vastuullisuuden periaatteita kaikissa suhteissa. (ISO 2010.)

Yrityksen sosiaalisen vastuun piiriin kuuluu siis toiminnan vaikutukset eri sidosryhmiin. Sosiaalista vastuuta voi kantaa esimerkiksi hyväntekeväisyydellä tai sisällyttämällä sen tiiviisti osaksi liiketoimintaa eli esimerkiksi noudattamalla standardeja, kansainvälisiä sopimuksia ja tasa-arvoperiaatteita. (Ketola 2005, 40–41.) Yritys ei kuitenkaan pysty ratkaisemaan kaikkia yhteiskunnan sosiaalisia haasteita. Sen tulisikin keskittyä oman toiminnan kanssa eniten kytköksissä oleviin sosiaalisiin ongelmiin. (Porter & Kramer 2006.)

Porter ja Kramer (2006) esittävät viitekehyksen, jonka perusteella yritykseen vaikuttavat sosiaaliset asiat voidaan jakaa kategorioihin. Nämä kategoriat ovat geneeriset sosiaaliset asiat, arvoketjun sosiaaliset asiat sekä kilpailun sosiaaliset ulottuvuudet. Geneeriset sosiaaliset asiat tarkoittavat yhteiskunnallisesti merkittäviä asioita, joihin yrityksen toiminnalla ei kuitenkaan ole suurta vaikutusta tai jotka eivät vaikuta yrityksen pitkän aikavälin kilpailukykyyn. Arvoketjun sosiaaliset asiat ovat sellaisia, joihin yrityksen normaali liiketoiminta vaikuttaa selkeästi. Viimeiseen kategoriaan eli kilpailun sosiaaliseen ulottuvuuteen kuuluu kilpailuympäristön tekijät, jotka vaikuttavat kilpailukykyyn ajureihin niillä toimialoilla, joissa yritys toimii. Eri sosiaaliset teemat kuuluvat eri kategorioihin riippuen siitä, minkälainen yritys on. Esimerkiksi hiilipäästöt voivat olla geneerinen sosiaalinen asia rahoituspalveluja tarjoaville yhtiöille, kuten pankeille, kun taas logistiikkayhtiölle ne voivat olla arvoketjun sosiaalinen asia. Toisena esimerkkinä on Afrikan kansanterveys ja pandemiat, jotka voivat olla geneerinen teema amerikkalaiselle jälleenyntiyritykselle, kuten Home Depot, arvoketjuun vaikuttava sosiaalinen asia lääkeyhtiölle tai kilpailukykyyn vaikuttava sosiaalinen tekijä Afrikassa toimivalle teollisuusyritykselle, jonka toiminta riippuu paikallisesta työvoimasta. (Porter & Kramer 2006.)

Alexander Dahlsrud (2008) selvitti tutkimuksessaan eri yrityksen yhteiskuntavastuun määritelmiä. Tutkittujen 37 käsitelmää pohjalta hän havainnoi, että yksikään määritelmistä ei sisältänyt selkeää määritelmää sosiaaliselle vastuulle. Tämä johtuu todennäköisesti käsitteen epämääräisyydestä. (Dahlsrud 2008.) Yrityksen yhteiskuntavastuun englanninkielisestä termistä corporate social responsibility käytettiin aiemmin versiota social responsibility. Tämä osoittaa sosiaalisen vastuun painotuksen ennen taloudellisen ja ekologisen vastuun mukaan tuloa. (Carroll 1999.) Nykyinen englanninkielinen termi viittaa harhaanjohtavasti siihen, että kyseessä olisi vain yrityksen sosiaalinen vastuu. Sosiaalinen vastuu on kuitenkin laaja kokonaisuus ja se linkittyy muihin yhteiskuntavastuun osa-alueisiin. Tietyt tahot ovatkin esittäneet, että yhteiskuntavastuun sosiaalinen ulottuvuus on laajin ja vaikeimmin määriteltävissä. (Knuutinen 2014, 91, 99–102.)

### 2.3.3 Ekologinen vastuu

Yritysten ekologinen vastuu ja niiden aiheuttamat ympäristövaikutukset alkoivat saada enenevässä määrin huomiota 1970-luvulla. Sitä kautta alettiin säätää lakeja ja asetettiin veroja ympäristövaikutusten hillitsemiseksi. Vuosien saatossa myös kuluttajien ympäristötietoisuus on kasvattanut yritysten ekologisen vastuun merkitystä. (Knuutinen 2014, 98.) Ekologinen vastuu on yhteiskuntavastuun osa-alueista selkein. Sen alaisuuteen

kuuluu kaiken yrityksen toiminnan vaikutukset ympäristöön ja luonnonvaroihin. (Jussila 2010, 15.)

Ekologisen vastuun sisältöä voidaan avata kansainvälisten ympäristöhaasteiden avulla. Näitä ovat maapallon kantokyky, uusiutumattomien luonnonvarojen rajallisuus ja uusiutuvien luonnonvarojen tuottamisen rajoitteet. Yritykset ja etenkin kansainväliset suuret yritykset vaikuttavat näihin kaikkiin. Yritysten ekologiseen vastuuseen kuuluu vastuu kaikesta yrityksen toiminnasta ja sen aiheuttamista vaikutuksista. (Ketola 2005, 46.) Tähän sisältyy sekä välittömät, että välilliset vaikutukset (Jussila 2010, 15). Ekologiseen vastuuseen kuuluvat esimerkiksi materiaalien ja resurssien tehokas ja säästeliäs käyttö, energian tehokas kulutus, vesien, ilman, maaperän ja luonnon monimuotoisuuden suojeleminen sekä ilmastonmuutoksen torjunta. Nämä kaikki edellä listatut on huomioitava koko yrityksen ja sen tuotteiden elinkaaren aikana sekä läpi arvoketjun. (Knuutinen 2014, 98; Niskala ym. 2019, 21.)

Euroopan komission julkaisussa Vihreä kirja (2001), yrityksen sosiaalinen ja ekologinen vastuu on kytketty toisiinsa kestävä kehityksen kautta. Tämä perustellaan ympäristöongelmien ja ympäristövaikutusten kansainvälisyydellä. Kestävä kehitys onkin nousut kaiken vastuullisen toiminnan yläkäsitteeksi (Knuutinen 2014, 76). Kestävä kehityksen nähdään pohjautuvan toimijoiden valaistumiseen, joka edesauttaa taloudellisen, sosiaalisen ja ekologisen vastuun kehittymistä (Porter & Kramer 2006).

Ympäristövastuu on mukana YK:n Global Compact -aloitteen kymmenen periaatteen listassa. Siinä ympäristöperiaatteita on kolme. Ne ovat varovaisuuden noudattaminen ympäristöön vaikuttavissa toimissa, ekologisen vastuun kasvattamista tukevien aloitteiden toteuttaminen sekä ympäristöystävällisten teknologioiden kehittäminen ja käyttöönotto. (YK: Global compact ei pvm.) OECD ohjeistuksessaan monikansallisille yrityksille (2011) esittää, että yritysten tulisi lainsäädännön, asetusten ja kansainvälisten sopimusten puitteissa ottaa huomioon ympäristönsuojelu, julkinen terveys sekä turvallisuus ja niiden tulisi järjestää toimintansa kestävä kehitystä tukevalla tavalla. (OECD 2011.)

Ekologinen vastuu tarkoittaa siis yrityksen vastuuta sen kaiken toiminnan välittömistä ja välillistä vaikutuksista ympäristöön läpi yrityksen arvoketjun (Ketola 2005, 46; Jussila 2010, 15; Niskala ym. 2019, 21). Yrityksen yhteiskuntavastuun osa-alueet linkittyvät toisiinsa. Yrityksen tulisi suoriutua taloudellisesti pitkällä aikavälillä tehokkaasti ja kannattavasti tavalla, joka ei ole vahingollista yhteiskunnalle ja haitallista ympäristölle. (Porter & Kramer 2006.)



### 3 YHTEISKUNTAVASTUURAPORTOINTI

#### 3.1 Yhteiskuntavastuuraportoinnin taustoja ja syitä

Yhteiskuntavastuuraportointi on tärkeä osa yrityksen yhteiskuntavastuuta. Yhteiskuntavastuuseen olennaisesti liittyviä avoimuutta ja läpinäkyvyyttä ei pystytä toteuttamaan ilman raportointia. (Jussila 2010, 144.) Yhteiskuntavastuun merkitys osana liiketoimintaa on kasvanut ja samalla yhteiskuntavastuuraportit ovat yleistyneet ja laajentuneet. Tähän ovat vaikuttaneet muun muassa Euroopan unionin direktiivit, kirjanpitoa koskeva lainsäädäntö ja muut yhteiskuntavastuuraportoinnin ohjeistukset. (PwC 2016; 2017; 2018.)

Kansainvälisesti yhteiskuntavastuuraporttien määrän kasvu nähdään Stolowyn ja Paugamin tutkimuksessa (2018) yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnista. Vuosien 2002 ja 2015 välillä S&P500- ja EuroStoxx 600 -indekseihin kuuluvien yhtiöiden keskuudessa on tapahtunut merkittävä kasvu yhteiskuntavastuuraporttien julkaisujen määrässä. Tällä aikavälillä yhteiskuntavastuuraportin julkaisevien yhtiöiden määrä kyseisissä indekseissä kasvoi noin 5 %:sta lähes 80 %:iin. EuroStoxx 600 -indeksi yhtiöiden kohdalla muutos oli noin 10 %:sta lähes 90 %:iin ja S&P500 -indeksin yhtiöillä noin 2 %:sta hieman yli 60 %:iin. Merkittävä nousu yhteiskuntavastuuraportin julkaisevien yhtiöiden lukumäärässä tapahtui vuoden 2007 kohdalla, jolloin raportin julkaisevien yhtiöiden osuus nousi 13 %:sta 47 %:iin. (Stolowy & Paugam 2018.)

Samassa tutkimuksessa havaitaan, että eurooppalaiset yhtiöt raportoivat enemmän ja todennäköisemmin yhteiskuntavastuusta, kuin yhdysvaltalaiset yhtiöt. Tutkimuksen mukaan yhdysvaltalaisilla S&P500 -indeksin yhtiöillä on noin 32 % pienempi todennäköisyys julkaista yhteiskuntavastuuraportti verrattuna EuroStoxx 600 -indeksin yhtiöihin. Suuremmat, hyvän taloudellisen suoriutumisen yhtiöt ja hyvän yhteiskuntavastuullisen suoriutumisen omaavat yhtiöt sekä yhtiöt, jotka toimivat ympäristöherkillä toimialoilla ja joilla pääomaintensiteetti on korkea, julkaisevat todennäköisemmin yhteiskuntavastuuta kestävän kehityksen raportin. Eurooppalaisten yhtiöiden korkeampaan yhteiskuntavastuuraporttien julkaisumäärään vaikuttaa myös se, että Euroopassa yrityskulttuuri on osakeomistajakeskeisempi verrattuna Yhdysvaltoihin. (Stolowy & Paugam 2018; Dhaliwal ym. 2014.) Huomioitavaa on myös se, että julkiset pörssinoteeratut yhtiöt julkaisevat todennäköisemmin yhteiskuntavastuuraportin kuin yksityiset yhtiöt. Yksityisten yhtiöiden saamat hyödyt eivät ole yhtä suuria, kuin julkisten yhtiöiden saamat hyödyt

yhteiskuntavastuuraportin julkaisusta. Näitä hyötyjä ovat esimerkiksi paremmat luotto-luokitukset ja matalammat pääomakustannukset. (Chi ym. 2020.)

Vaikka pörssinoteerattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuullisuutta ohjataan lainsäädän-nöllä, on se edelleen pääasiassa vapaaehtoista. Yhtiön johto päättää, mistä ja miten se raportoi lakisääteisten minimivaatimusten lisäksi. Giannarakiksen tutkimuksen (2014) mukaan yhtiön yhteiskuntavastuullisuuden laajuuteen ja siitä raportointiin vaikuttavat po-sitiivisesti yhtiön koko, yhtiön kannattavuus ja yhtiön johtoryhmän sitoutuneisuus yhteis-kuntavastuuseen. Suuremmat yhtiöt raportoivat enemmän yhteiskuntavastuustaan. Tämä johtuu todennäköisesti siitä, että suuremmat yhtiöt ovat näkyvämpiä, kuin pienet. Koon lisäksi hyvin tuottavat ja kannattavammat yhtiöt julkaisevat todennäköisesti enemmän yhteiskuntavastuustaan. Ne pyrkivät oikeuttamaan olemassaoloaan tällä tavoin. Kolmas positiivisen vaikutuksen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportointiin aiheuttavista tekijöistä on yhtiön johtoryhmän sitoutuneisuus yhteiskuntavastuuseen.

Keskin, Dincer ja Dincer havaitsivat yhtiön koon, suoriutumisen ja yhteiskuntavas-tuullisuuden välillä yhteyden tutkimuksessa yritysten yhteiskuntavastuullisuuden ja kes-tävän toiminnan vaikutuksista yritysten taloudelliseen suoriutumiseen (2020). He tutkivat turkkilaisia pörssiyhtiöitä. Tutkimuksessa havaittiin, että yhtiön koko vaikuttaa positiivi-sesti yhtiön kestävän toiminnan vaikutukseen yhtiön suoriutumiseen eli suuremmat yhtiöt hyötyvät taloudellisesti enemmän kestäviin toimintatapoihin sitoutumisesta. Tämä perus-teltiin suuremmalla julkisella huomiolla, mikä johtaisi myös raportoinnin lisääntymiseen.

Yhtiön koon, yhteiskuntavastuullisuuden ja taloudellisen suoriutumisen yhteys on havaittu myös muissa tutkimuksissa. Esimerkiksi Wang ja Chen (2017) havaitsivat tut-kiessaan yhdysvaltalaisia ja taiwanilaisia yhtiöitä sekä sijoittajia, että sijoittajilla on yh-tiön koon perusteella erilaisia odotuksia yhtiön yhteiskuntavastuullisuudelle. He myös esittivät, että yrityksen yhteiskuntavastuullisuus ei ainoastaan paranna mainetta, vaan joh-taa myös parempaan taloudelliseen suoriutumiseen. Abdullah ym. (2019) havaitsivat tut-kiessaan indonesialaisia yhtiöitä, että yrityksen yhteiskuntavastuullisuudella on selkeä positiivinen vaikutus taloudelliseen suoriutumiseen. He esittivät myös, että yhtiön koolla (oma pääoma) on suora vaikutus taloudelliseen suoriutumiseen, mutta tätä vaikutusta edesauttaa myös yhtiön yhteiskuntavastuullisuus.

Positiivisen vaikutuksen aiheuttavien tekijöiden lisäksi yhtiön velkaantumisasteella on negatiivinen vaikutus yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen. Tämä tarkoittaa, että suuremman velkaantumisasteen yhtiöt julkaisevat todennäköisesti suppeammin yhteis-kuntavastuustaan. Samassa tutkimuksessa tutkittiin myös toimitusjohtajan kaksoisroolin

sekä johtoryhmän koon, kokoonpanon, keski-ian ja kokoontumismäärän vaikutuksia yhteiskuntavastuun laajuuteen. Näiden muuttujien osalta ei kuitenkaan löydetty merkitsevää vaikutusta. (Giannarakis 2014.)

Yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnin voidaan katsoa saaneen alkunsa 1980-luvulla, kun yritykset alkoivat pyrkiä parantamaan uskottavuuttaan. Yrityksissä alettiin kiinnittää huomiota ja panostamaan ympäristöön. Näistä ponnisteluista ja toimista ympäristön hyväksi piti saada tieto myös ulkopuolisille, jolloin niistä alettiin julkaisemaan raportteja. (Knuutinen 2014, 112.) 1990-luvulla suuret yritykset alkoivat julkaisemaan kattavia erillisiä raportteja ympäristövastuustaan. 1990-luvun loppupuolella alkoivat tietyt sosiaaliset, terveydelliset ja turvallisuuden liittyvät asiat nousta esille. (Milne & Gray 2013.) 2000-luvulla yritykset alkoivat kiinnittää huomiota laajemmin yhteiskunnalliseen vastuuseen. Ympäristövastuuraporttien rinnalle ja osittain tilalle tulivat kaikki yhteiskuntavastuun osa-alueet kattavia yhteiskuntavastuuraportteja ja kestävän kehityksen raportteja. (Knuutinen 2014, 112.)

Yritysten yhteiskuntavastuullisuutta on tuettu neljällä argumentilla. Näitä ovat moraalinen velvoittavuus, kestävyys, lupa toimia ja yhtiön maine. Moraalinen velvoittavuus tarkoittaa, että yhtiöiden on oltava hyviä kansalaisia ja tavoiteltava taloudellista menestystä keinoilla, jotka kunnioittavat eettisiä arvoja, ihmisiä ja ympäristöä. Tämä on argumenteista vallitsevin. Kestävyysargumentti tarkoittaa kestävän kehityksen turvaamista yritystoiminnan ohella. Toimintalupa-argumentilla nostetaan esiin tosiasiaa, että yhtiö tarvitsee luvan ja oikeutuksen toimintaansa valtion hallinnolta, yhteisöiltä ja monilta muilta sidosryhmiltä. Neljäs argumentti eli maine on yritysten käyttämä oikeutus yhteiskuntavastuutoiminnalle. Sen mukaan yritykset panostavat yhteiskuntavastuuseen parantaakseen imagoa, vahvistaakseen brändiä, elävöittääkseen moraalia ja jopa nostaakseen osakkeensa hintaa. (Porter & Kramer 2006.)

Yhteiskuntavastuuraportointi on osa yrityksen strategian toteuttamista (Niskala ym. 2019, 110). Sen tarkoituksena on esittää yrityksen yhteiskuntavastuun toimenpiteet sekä niiden tuottamat vaikutukset ja tulokset (Jussila 2010, 144). Yhteiskuntavastuuraportoinnista saatavia hyötyjä on vaikea määrittellä. Ne ovat yleensä yrityskohtaisia ja yritysten yhteiskuntavastuullisia toimenpiteitä harvoin pystytään arvioimaan kustannus- ja investointilaskelmilla. (Niskala 2019, 110–111.) Yhteiskuntavastuuraportoinnin hyötyjä voidaan kuitenkin arvioida sen taustalla olevien syiden kautta.

Yrityksen yhteiskuntavastuuraportoinnin voidaan katsoa olevan yrityksen sisäisen kehittämisen ja riskienhallinnan työkalu. Toisaalta yhteiskuntavastuuraportoinnin

merkityksen kasvuun on vaikuttanut yritysten ulkopuolelta tuleva paine yhteiskunnan kannalta edullisten toimien lisäämiseen ja läpinäkyvyyden parantamiseen. Lisäksi yhteiskuntavastuuraportoinnilla on viestinnälliset motiivit. Yhteiskuntavastuuraporteilla voidaan pyrkiä edistämään myönteistä kuvaa sidosryhmiin nähden, tuomaan esille yrityksen eettisiä arvoja tai esittää yrityksen suoriutumista arvoihin perustuvien tavoitteiden suhteen. (Kuisma & Temmes 2011, Knuutisen 2014 mukaan.) Yritysten yhteiskuntavastuullisuutta ja siitä raportointia ovat edesauttaneet myös sijoittajien sekä rahoittajien kasvava kiinnostus eettisyyttä ja vastuullisuutta kohtaan (PwC 2018). Pörssiyhtiöille yhteiskuntavastuuraportoinnilla voi olla suoria vaikutuksia yrityksen osakkeiden arvovaihtelun ja pääomien kustannusten kautta (Niskala ym. 2019, 112).

Yhteiskuntavastuuraportoinnin yleistymisen myötä on esiin noussut myös kritiikkiä sitä kohtaan. Kritiikkiä on kohdistettu liialliseen yritysten julkaiseman informaation määrään. Vuosien kuluessa raportoitavien asioiden määrä on kasvanut ja raportit ovat laajentuneet. Tähän on toki vaikuttanut kansainvälistyminen, kasvaneet ulkopuoliset vaatimukset ja yritysten toimintojen monimutkaistuminen. (Ernst & Young 2012.)

Liiallisen tiedon määrän lisäksi kritiikkiä on saanut osakseen yhteiskuntavastuuraportoinnin käsitteen epämääräisyys ja muun kuin taloudellisen tiedon raportoinnissa käytettyjen menetelmien heterogeenisyys (Stolowy & Paugam 2018). Yhteiskuntavastuuraportointia on myös kritisoitu siitä, että se siirtää huomion liiaksi yritykseen itseensä sen sijaan, että oikeasti loisi vaikutuksia yhteiskunnallisesti ongelmallisiin asioihin (Milne & Gray 2013).

### **3.2 Suomalaisen yritysten yhteiskuntavastuuraportointi**

Yrityksen yhteiskuntavastuullisuus on periaatteessa vapaaehtoista. Pörssiyhtiöiden yhteiskuntavastuullisuutta ja siitä raportointia kuitenkin säädetään lain ja direktiivien kautta. Merkittävin yhteiskuntavastuuraportointia määrittelevä ohjeistus on Euroopan unionin direktiivi 2014/95/EU muun kuin taloudellisen tiedon julkaisemisesta. Sen tarkoitus on parantaa ja yhdenmukaistaa yritysten raportointia sosiaali- ja ympäristöasioista kaikissa jäsenvaltioissa. Tällä direktiivillä asetetaan oikeudellinen vähimmäistaso tiedoille, jotka yritys julkaisee viranomaisten ja sidosryhmien käyttöön. (EU 2014.)

Kyseinen direktiivi velvoittaa yleisen edun kannalta merkittäviä yhteisöjä sekä yrityksiä, joiden keskimääräinen henkilöstömäärä tilikauden aikana on 500 henkilöä (EU 2014). Yleisen edun kannalta merkittäviä yhteisöjä ovat pörssiyhtiöt sekä tietyt luottolaitokset ja vakuutusyhtiöt. Direktiivi muun kuin taloudellisen tiedon julkaisemisesta tuli

voimaan 5.12.2014, jonka jälkeen se sovellettiin jäsenvaltioiden lainsäädäntöön. Direktiivin soveltamisalaan kuuluvien yhtiöiden tuli soveltaa direktiiviä omissa julkaisuissaan 1.1.2017 alkavilta tilikausilta lähtien. (EU 2014; PwC 2017.)

Direktiivin soveltamisalaan kuuluvien yhtiöiden on sisällytettävä toimintakertomuksiinsa muuta kuin taloudellista tietoa koskeva selvitys, joka sisältää tietoja yhtiön ympäristöasioista, sosiaalisista ja henkilöstöön liittyvistä asioista, ihmisoikeuksien kunnioittamisesta sekä korruption ja lahjonnan ehkäisemiseen liittyvistä asioista. Nämä tiedot tulee antaa sellaisessa laajuudessa, että niiden perusteella voidaan luoda käsitys yhtiön kehityksestä, tuloksesta, asemasta ja toiminnan vaikutuksista. Selvityksen tulisi sisältää ainakin seuraavat asiat (EU 2014):

- a) kuvaus yhtiön liiketoimintamallista
- b) kuvaus yhtiön noudattamista toimintaperiaatteista edellä listattuihin teemoihin liittyen
- c) näillä toimintaperiaatteilla saavutetut tulokset
- d) merkittävimmät yhtiön toimintoja koskevat riskit
- e) yhtiön liiketoiminnalle merkityksellisimmät muut kuin taloudelliset tulosindikaattorit.

Suomen lainsäädännössä EU:n direktiivi muun kuin taloudellisen tiedon julkistamisesta liittyy kirjanpitolain olennaisuusperiaatteen sekä oikean ja riittävän kuvan antamiseen. 29.12.2016 hyväksyttiin tähän EU:n direktiiviin liittyen lakimuutos, jonka myötä kirjanpitolakia muutettiin direktiivin mukaiseksi ja lisättiin muun muassa muun kuin taloudellisen tiedon selvitystä koskeva luku 3a. (KPL 3a; PwC 2017.) EU-direktiivin myötä tulleiden muutosten lisäksi kirjanpitolaissa ei säädetä pörssi-yhtiöiden yhteiskuntavastuullisuudesta tai siitä raportoinnista. Toimintakertomuksia koskeva pykälä kuitenkin sisältää viittauksen myös sosiaalisiin ja ekologisiin asioihin (KPL 3:1a):

*Toimintakertomuksessa on kuvattava kirjanpitovelvollisen toiminnan kehittymistä ja tuloksellisuutta, taloudellista tilannetta, sekä merkittävimpiä riskejä ja epävarmuustekijöitä. Silloin, kun se on tarpeen I momentissa tarkoitetun kuvauksen ymmärtämiseksi, toimintakertomukseen on sisällytettävä taloudelliset tunnusluvut ja muut kuin taloudelliset tunnusluvut henkilöstöstä ja ympäristövaikutuksista.*

Suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuuraportointi on kasvanut ja laajentunut. Suomen PwC (PricewaterhouseCoopers Oy) on tutkinut suomalaisten yritysten

yhteiskuntavastuuta vuodesta 2009 yritys vastuubarometrillä. Yritysvastuubarometrissä kartoitetaan ja tutkitaan useiden suomalaisten yksityisten ja julkisten yhtiöiden yhteiskuntavastuullisuutta. Barometrin mukaan suomalaisten yhteiskuntavastuutietoja julkaisevien yhtiöiden määrä on noussut noin 36 % vuodesta 2009 vuoteen 2017. Ennen vuotta 2009 suomalaistenkin yhteiskuntavastuuraportteja julkaisevien yhtiöiden määrässä on varmaankin tapahtunut samanlainen kasvu, kuin Euroopan suurimpien yhtiöiden keskuudessa. Euroopassa yhteiskuntavastuuraportteja julkaisevien yhtiöiden määrä kasvoi merkittävästi vuoden 2007 aikana. Tätä kasvua selittää Global Reporting Initiativen G3-raportointiohjeistuksen julkaiseminen ja käyttöönotto. (PwC 2018; Stolowy & Paugam 2018.)

PwC:n yritys vastuubarometrin mukaan suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuuraportit ovat määrällisen kasvun lisäksi laajentuneet myös sisällöllisesti. Yksi aiheuttava tekijä on ollut EU:n direktiivi 95/2014 ja kirjanpitolain luku 3a. Niiden myötä yhteiskuntavastuuraporteissa on alettu käsittelemään enenevässä määrin muun muassa ympäristövaikutuksia, ihmisoikeuksia ja toiminnan riskejä. Viime vuosina suomalaisten yritysten yhteiskuntavastuullisuudessa ovat yleistyneet YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden noudattaminen, ja yhteiskuntavastuuraportoinnissa on myös yleistynyt Global Reporting Initiative -viitekehyksen käyttö. Suomalaiset yritykset ovat myös alkaneet yhä enemmän raporttoimaan arvonluonnistaan, ja yhteiskuntavastuuraportoinnin myötä yritysten toimitusketjujen läpinäkyvyys on parantunut. Yhteiskuntavastuullisuuden strategiasidonnaisuus ja strategisen yhteiskuntavastuun näkökulma yleistyvät suomalaisten yritysten keskuudessa. Suomalaisilla yrityksillä on vielä parannettavaa ilmastonmuutoksen ja siihen liittyvien ilmatoriskien taloudellisten vaikutusten raportoinnissa. Sijoittajien ja rahoittajien toiminta sekä nykyiset ja tulevat raportointivelvoitteet, suositukset ja säädökset osoittavat, että yritysten yhteiskuntavastuullisuuden merkitys tulee vielä kasvamaan. (PwC 2016, 2017, 2018.)

### **3.3 Yhteiskuntavastuuraportointia koskeva lainsäädäntö ja ohjeistukset**

#### **3.3.1 Selvitys muusta kuin taloudellisesta tiedosta – Kirjanpitolaki 3a**

Kirjanpitolain luku 3a, joka käsittelee muun kuin taloudellisen tiedon selvitystä, perustuu Euroopan unionin tilinpäätösdirektiiviin 2014/95/EU. Kyseisen EU-direktiivin ja sen pohjalta säädetyn kirjanpitolain luvun 3a noudattamisen velvoite tuli voimaan 1.1.2017. Muun kuin taloudellisen tiedon selvityksen tarkoitus on kehittää ja edistää yhtiöiden

toiminnan avoimuutta ja läpinäkyvyyttä. Sen avulla tuodaan esille yhtiön vaikutukset laajemmin yhteiskuntaan ja ympäristöön. Muun kuin taloudellisen tiedon selvityksellä tarjotaan sidosryhmille enemmän ja monipuolisempaa informaatiota ja näin lisätään luottamusta markkinoilla. (Niskala ym. 2019, 109, 271.)

Kirjanpitolain luvun 3a pykälän 1 mukaan yhtiöiden, jotka ovat yleisen edun kannalta merkittäviä, ja joiden henkilöstön lukumäärä on tilikaudella keskimäärin yli 500 henkilö, on julkaistava osana toiminatakertomustaan muun kuin taloudellisen tiedon selvitys. Yleisen edun kannalta merkittäviä yhteisöjä ovat yhtiöt, joiden liikkeelle laskemat arvopaperit ovat kaupankäynnin kohteena arvopaperimarkkinalain (746/2012) mukaisella markkinalla eli pörssissä. Yleisen edun kannalta merkittäviä yhteisöjä ovat myös luottolaitostoiminnasta annetun lain (610/2014) mukaiset luottolaitokset sekä vakuutusyhtiölain (521/2008) mukaiset vakuutusyhtiöt. Tässä tutkielmassa huomio keskittyy ensimmäiseen määrittelyyn eli yhtiöihin, joiden arvopaperit on noteerattu pörssissä.

Selvityksessä muista kuin taloudellisista tiedoista tulisi kuvata kirjanpitovelvollisen liiketoimintamalli ja menetelmät ympäristöasioiden, sosiaalisten- ja henkilöstöasioiden, ihmisoikeuksien kunnioittamisen sekä korruption- ja lahjonnan torjumisen hoitamiseksi. Selvityksessä esitetään toimintaperiaatteet, joilla näihin asioihin vaikutetaan sekä näiden toimintaperiaatteiden noudattamisella saavutettavat keskeiset tulokset. Lisäksi tulisi esittää keskeisimmät riskit edellä listattujen teemojen osalta, näiden riskien hallitsemisen menetelmät ja yhtiön toiminnalle keskeiset muut kuin taloudelliset tunnusluvut. (KPL 3a:2.)

Vaikka kirjanpitolain luvun 3a pykälässä 1 sanotaan, että muun kuin taloudellisen tiedon selvitys tulisi olla osa toiminatakertomusta, voidaan se julkaista myös toimintakertomuksesta erillisenä samassa raportissa tai erillisenä raporttina enintään kuuden kuukauden kuluessa tilinpäätöspäivästä. Tällöin toimintakertomuksessa on mainittava myöhemmin julkaistavasta selvityksestä. Kirjanpitolain luvun 3a pykälän 2 määrittelemästä sisällöstä voidaan myös poiketa, mutta tällöin muun kuin taloudellisen tiedon selvityksessä on perusteltava syy, miksi kirjanpitolain luvun 3a pykälän 2 momenttien mukaisesta sisällöstä on poikettu. (KPL 3a:1–2; KPL 3a:5.)

### 3.3.2 Global Reporting Initiative -standardit

Global Reporting Initiative -standardien eli GRI-standardien avulla on luotu kansainvälinen yleisesti hyväksytty viitekehys organisaatioille, jotka haluavat raportoida taloudellisista-, sosiaalisista- ja ympäristövaikutuksistaan. GRI-standardit kuvastavat kansainvälistä parasta menettelytapaa vastuullisuusraportoinnissa. Ne on laadittu viitekehyyksi

yrietyksille, jotka haluavat raportoida taloudellisista, sosiaalisista ja ekologisista vaikutuksista sekä omista keinoista kestävän kehityksen edistämiseen. GRI-standardit on laadittu niin, että niitä pystyisi käyttämään mikä tahansa organisaatio koosta, yritysmuodosta, toimialasta ja sijainnista riippumatta. Kansainvälisyyden ja käyttökelpoisuuden lisäksi GRI-standardien avulla tavoitellaan yhteiskuntavastuuraporttien vertailtavuutta. (GRI: Standards A; Niskala ym. 2019, 118–120.)

GRI on perustettu vuonna 1997 Yhdysvalloissa ja siitä lähtien standardeja yhteiskuntavastuuraportointiin on kehitetty. GRI on perustettu yhdysvaltalaisen voittoa tavoittelemattoman järjestön Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) ja Yhdistyneiden kansakuntien ympäristöohjelman (UNEP) yhteistyönä. Perustamisen jälkeen GRI-standardistoa on kehitetty jatkuvasti. Kehitystyö toteutetaan Global Sustainability Standards Boardin johdolla. Vuonna 2000 julkaistiin ensimmäinen kansainvälinen kattava yhteiskuntavastuuraportoinnin viitekehys G1. Sitä on seurannut monet kehitystyöt ja viitekehysten päivitykset, kuten G2 vuonna 2002, G3 vuonna 2006, G3.1 vuonna 2011 ja G4 vuonna 2013, joiden kautta on päästy nykyiseen vuonna 2016 julkaistuun ensimmäiseen kansainväliseen yhteiskuntavastuuraportoinnin standardistoon. (GRI: Information; Niskala ym. 2019, 118–120.) Vuosien myötä GRI:iin liittyviä osa-alueita on myös kehitetty useita, mutta tässä kohtaa on olennaista vain esittää miten itse standardisto on kehittynyt eri viitekehysten kautta standardistoksi. GRI-standardit ja raportointiviitekehukset kehitetään yhteistyönä monien sidosryhmien avulla, koska niiden tarkoitus on palvella yleistä etua. GRI-standardeista on tullut luotettava referenssi käytäntöjen laatijoille ja säätäjille ympäri maailman. (GRI: Information; GRI: Standards A; Niskala ym. 2019, 118–120.)

GRI-standardit ovat siis keino raportoida yrityksen taloudellisista, sosiaalisista ja ekologisista vaikutuksista sekä toimenpiteistä kestävän kehityksen edistämiseen. GRI-standardisto on rakenteeltaan modulaarinen ja se koostuu neljästä raportointisarjasta, joita ovat GRI 100 -sarjan universaalit standardit ja kolme aihealuekohtaista raportointisarjaa GRI 200, GRI 300 ja GRI 400. GRI 100 -sarjaan kuuluu universaalit standardit GRI 101, GRI 102 ja GRI 103 ja ne ovat käytössä kaikilla organisaatioilla, jotka julkaisevat yhteiskuntavastuuraportteja. Sen lisäksi organisaatio voi valita aihealuekohtaisista raportointisarjoista, mitä se sisällyttää raporttiinsa. (GRI: Standards B; Niskala ym. 2019, 120.)

GRI 101 -sarja sisältää yleiset raportointiperiaatteet. Sen noudattaminen on perustana laadukkaalle yhteiskuntavastuuraportille ja sen noudattaminen on pakollista, jos yritys haluaa mainita raportoivansa yhteiskuntavastuusta GRI-standardien mukaan. (GSSB



2016a.) GRI 102 on raportointisarja yleisistä julkaisuista. GRI 102:ssa listataan raportointivaatimuksia eli mitä tietoja raportoivan yhtiön tulisi julkaista itsestään organisaationa ja sen yhteiskuntavastuuraportoinnin käytännöistä. GRI 102 -sarja sisältää 56 standardia jaettuna kuuteen osa-alueeseen, joita ovat organisaation tiedot, strategia, toiminnan eettisyys, hallinto, sidosryhmävuorovaikutus ja raportoinnin käytänteet. (GSSB 2016b.) Viimeinen yleisistä standardeista on GRI 103 -sarja, joka sisältää standardit johtamiskäytännöistä. Se sisältää raportointivaatimukset yrityksen yhteiskuntavastuun johtamiskäytännöille eli mistä yhteiskuntavastuun osa-alueesta raportoidaan ja miten siitä raportoidaan. GRI 103 -sarjan standardeja sovelletaan siis kaikkien aihealuekohtaisten standardien käytön yhteydessä. GRI 103 koostuu kolmesta standardista: GRI 103-1 Olennot yhteiskuntavastuun aihealueet ja niiden rajat, GRI 103-2 Johtamiskäytännöt ja sen osa-alueet sekä GRI 103-3 Johtamiskäytäntöjen arviointi. (GSSB 2016c; Niskala ym. 2019, 123–124.) GRI 101-, 102- ja 103-sarjat ovat siis pakollisia, jos organisaatio aikoo mainita julkaisevansa yhteiskuntavastuuraportin GRI-viitekehyksen mukaan (GRI: Standards B).

Yhtiön valitsemille olennaisille yhteiskuntavastuuraporttiin sisällytettävälle osa-alueille on määritelty aihealuekohtaiset standardisarjat GRI 200, GRI 300 ja GRI 400 (Niskala ym. 2019, 124). Yleisten GRI 100 -standardisarjojen tavoin myös aihealuekohtaiset standardisarjat (GRI 200, 300, 400) sisältävät standardeja. Jokainen niiden alainen standardi sisältää myös tarkemmat ohjeistukset yhteiskuntavastuuraportoinnissa käytettävistä tunnusluvuista. (GRI: Standards B.) Nämä GRI-sarjojen alaiset standardit ja tunnusluvut jaotellaan vaatimukseen, suositukseen ja ohjeistukseen. Eli, vaikka raportoiva organisaatio voi valita, mitä aihealuekohtaisia sarjoja se sisällyttää yhteiskuntavastuuraporttiinsa, on sen tietyn aihealueen valinnan jälkeen julkaistava tiettyjä tunnuslukuja vaatimusten mukaan. Taulukossa 1 kuvataan aihealuekohtaisten standardisarjojen sisältö. Taulukossa kuvataan kunkin sarjan olennaisin sisältö eli vain standardisarjan sisältämien standardien aihealueet. (Niskala ym. 2019, 124–125.)

**Taulukko 1 GRI-sarjat ja niiden sisältämät standardit (GRI: Standards B)**

<b>GRI 200: Taloudellisen vastuun standardit</b>	<b>GRI 300: Ympäristövastuun standardit</b>	<b>GRI 400: Sosiaalisen vastuun standardi</b>
GRI 201: Taloudellinen suorittuminen	GRI 301: Materiaalit	GRI 401: Työllistäminen
GRI 202: Markkina-asema	GRI 302: Energia	GRI 402: Henkilöstön ja työnantajan väliset suhteet
GRI 203: Välilliset taloudelliset vaikutukset	GRI 303: Vesi ja jätevedet	GRI 403: Työterveys ja -turvallisuus
GRI 204: Ostokäytännöt	GRI 304: Luonnon monimuotoisuus	GRI 404: Koulutus

**Taulukko 1 jatkuu**

GRI 205: Korruption vastaisuus	GRI 305: Päästöt	GRI 405: Monimuotoisuus ja tasavertaiset mahdollisuudet
GRI 206: Kilpailun rajoittaminen	GRI 306: Jätevedet ja jätteet	GRI 406: Syrjinnän kieltäminen
GRI 207: Verot	GRI 307: Ympäristösäännösten noudattaminen	GRI 407: Järjestäytymisen vapaus ja työehtosopimukset
	GRI 308: Toimittajien ympäristöarviointi	GRI 408: Lapsityövoima
		GRI 409: Pakko- ja rangaistus-työvoima
		GRI 410: Turvallisuuskäytännöt
		GRI 411: Alkuperäiskansojen oikeudet
		GRI 412: Ihmisoikeusarviointit
		GRI 413: Paikallisyhteisöt
		GRI 414: Toimittajien sosiaalisten vaikutusten arviointi
		GRI 415: Poliittinen vaikuttaminen
		GRI 416: Asiakkaiden terveys ja turvallisuus
		GRI 417: Markkinointi ja tuotemerkit
		GRI 418: Asiakkaiden yksityisyydensuoja
		GRI 419: Sosiaalisiin ja taloudellisiin aiheisiin liittyvien säästöjen noudattaminen

Tarkempaa selvitystä standardien sisällöstä ja vaadittavista tunnusluvuista ei ole olennaista tässä tutkielmassa esittää, koska tutkimuksessa selvitetään vain GRI-viitekehyksen käyttöä. Edellä esitettyjen standardisarjojen lisäksi Global Sustainability Standards Board on kehittänyt toimialakohtaisia standardeja, joiden tarkoitus on lisätä tiettyjen toimialojen ympäristö- ja yhteiskuntavaikutusten läpinäkyvyyttä. Esimerkkejä toimialoista, joille on käytössä ylimääräisiä standardeja, ovat maatalous, kalastus, öljy-, kaasu- ja hiiliteollisuus. Aiemmin GRI-standardisarjan versio G4 sisälsi näitä toimialakohtaisia standardeja, mutta GSSB kehittää parhaillaan toimialaohjelmansa myötä GRI Sector Standards -nimistä, toimialakohtaisia standardeja sisältävää standardistoa. (GRI: Standards C.)

Kaikki yhtiöt, jotka raportoivat edellä kuvattujen GRI-standardisarjojen mukaisesti, tulee sisällyttää raporttiinsa jokaisen GRI-sarjan yhteyteen myös erillinen GRI-standardin sanasto (GRI Standards Glossary). Se tarkoittaa, että GRI-standardiston mukaiseen yhteiskuntavastuuraporttiin liitetään olennaisimpien termien selitykset. GRI:n standardit ja sanasto sisältävät esimerkkilistan näistä selitettävistä termeistä. (GSSB 2018; Niskala ym. 2019, 120.)

### 3.3.3 Integroidun raportoinnin viitekehys

Integroidun raportoinnin viitekehys on International Integrated Reporting Councilin (IIRC) johtaman monikansallisen yhteistyöprojektin kehittämä raportointiviitekehys. Vaikka sen sisältö käsittelee laaja-alaisesti raportointia yrityksen toiminnasta, on se esillä eniten yhteiskuntavastuuraportoinnin yhteydessä, koska se korostaa liiketoiminnan, arvonluonnin ja vastuullisuuden yhteyttä ja huomioi laajasti eri sidosryhmiä. IIRC:n tavoitteena on, että integroidun raportoinnin viitekehyksen käytön myötä yrityksissä nousisi vallalle integroitu ajattelu eli yrityksissä huomioitaisiin yrityksen liiketoiminnan, strategian ja johtamiskäytäntöjen merkitys yrityksen arvonluontikykyyn. (Niskala ym. 2019, 342; IIRC 2013.)

Integroitu raportti on kommunikointimenetelmä, jolla tiiviisti esitetään organisaation strategian, hallinnon, suoriutumisen ja tulevaisuudennäkymien vaikutuksia yrityksen kykyyn luoda arvoa pitkällä-, keskipitkällä- ja lyhyellä aikavälillä. Arvonluonti ei tapahdu ainoastaan yrityksen sisällä, vaan arvonluontiin vaikuttaa ulkoinen toimintaympäristö ja sidosryhmät. Integroidulla raportoinnilla selitetään miten yritys luo arvoa vuorovaikutuksessa sidosryhmiensä kanssa ja miten ulkoinen toimintaympäristö vaikuttaa siihen. (IIRC 2013, Niskala ym. 2019, 343.)

Integroidulla raportoinnilla pyritään kehittämään yritysten näkemystä ja raportointia yhtenäisempään ja kokonaisvaltaisempaan suuntaan. Integroidun raportoinnin ja integroidun ajattelun avulla yritykset tunnistavat sen käytössä olevat eri pääomalajit ja niiden keskinäiset suhteet. Lisäksi integroitu raportointi tukee arvonluontiin vaikuttavien päätösten ja toimien tekemisessä lyhyellä-, keskipitkällä- ja pitkällä aikavälillä. Kootusti voidaan sanoa, että integroidun raportoinnin avulla yritys tunnistaa ja raportoi monipuolisesti sen arvonluontikykyyn vaikuttavista tekijöistä eri aikahorisonteissa. Integroidulla raportoinnilla pyritään myös parantamaan julkaistavan tiedon laatua ja näin auttaa pääomien tarjoajia tehokkaampaan pääomien allokontiin. (IIRC 2013.)

Integroidun raportoinnin viitekehys lähtee ajatuksesta, että yritys on suoriutuakseen riippuvainen eri pääomalajeista. Integroidussa raportissa kuvataankin muutoksia näissä pääomalajeissa ja sitä kautta yrityksen kykyä luoda arvoa. Integroidun raportoinnin viitekehys ei sisällä tarkkaa määritelmää raportoitavista pääomalajeista, vaan raportoiva yritys voi itse määritellä raportoitavat pääomalajit. <IR>-viitekehys sisältää vain esimerkinomaisesti pääomalajit ja kuvaa laajuuden, jolla pääomalajeja huomioitaisiin. Integroidun raportoinnin viitekehyksessä esitettävät pääomalajit ovat taloudellinen pääoma,

tuotannollinen tai valmistettu pääoma, aineeton pääoma, inhimillinen pääoma, sosiaalinen pääoma ja luonnonvarat. (IIRC 2013; Niskala ym. 2019, 346.)

Taloudellinen pääoma tarkoittaa yrityksen toimintaan tarvittavaa rahoitusta kuten sijoituksia, lainoja ja tulorahoitusta. Tuotannollinen pääoma tarkoittaa kaikkia fyysisiä kohteita, joita käytetään tuotteiden ja palveluiden tuottamisessa. Näitä ovat esimerkiksi rakennukset, koneet ja infrastruktuuri. Aineeton pääoma sisältää yrityksen osaamiseen perustuvia aineettomia hyödykkeitä kuten brändiä, patenteja ja tekijänoikeuksia. Inhimillinen pääoma sisältää henkilöstön ja esimerkiksi sen osaamisen, kokemuksen ja motivaation. Sosiaalinen pääoma tarkoittaa instituutioita ja yrityksen suhteita eri yhteisöihin ja sidosryhmiin. Viimeinen esimerkki pääomalajeista eli luonnonvarat sisältävää kaikki uusiutuvat ja uusiutumattomat yritykseen kytköksissä olevat luonnonvarat kuten ilma, vesi, maa ja ekosysteeminen toiminta. (Niskala ym. 2019, 346.)

Raportoitavien pääomalajien ollessa yrityksen itse määriteltävissä, integroidun raportoinnin viitekehys sisältää kuitenkin sisältövaatimuksia <IR>-viitekehysten mukaan raportoivan yhtiön julkaisuille. Tähän kuuluu seitsemän osa-aluetta, jotka ovat osittain päällekkäisiä myös muiden raportointiviitekehysten ja ohjeistusten kanssa. Integroidun raportoinnin viitekehysten sisältöelementit on kuvattu taulukossa 2.

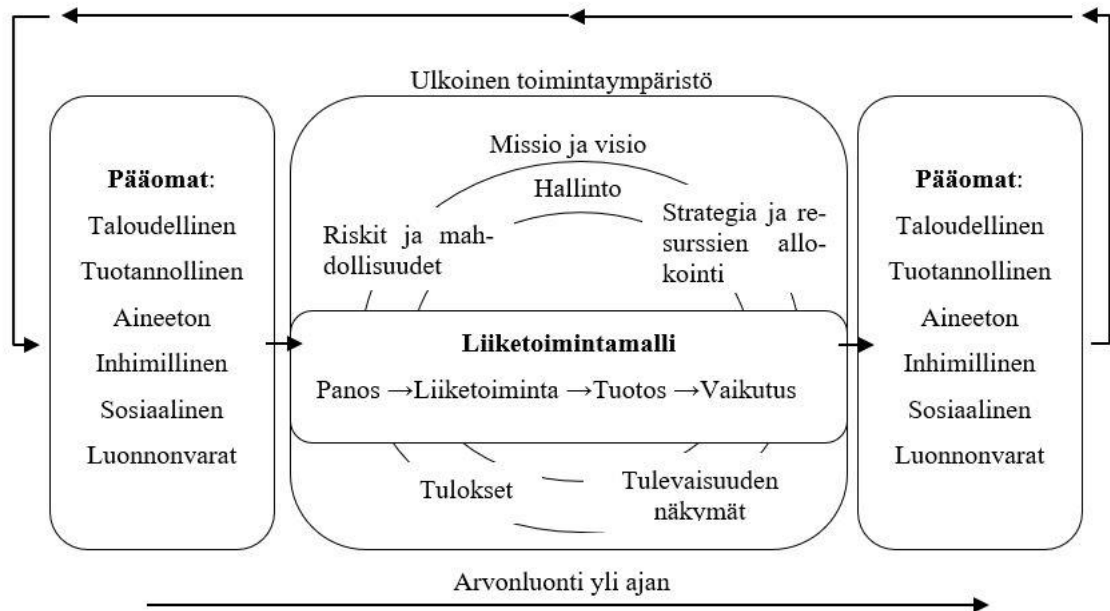
**Taulukko 2 <IR>-viitekehysten sisältöelementit (IIRC 2013)**

Sisältöelementti	Selitys
Organisaation yleiskatsaus ja toimintaympäristö	Mitä ja miten yritys tekee. Esimerkiksi raportoidaan yrityksen keskeiset toiminnot ja tulokset sekä eettiset periaatteet
Hallinnointi	Kuvataan yrityksen hallintorakenne ja esitetään sen kontribuutio yrityksen arvonluontikykyyn. Esimerkiksi raportoidaan johdon rakenteesta, monimuotoisuudesta ja taidoista.
Liiketoimintamalli	Kuvataan yrityksen liiketoimintamalli eli panokset, prosessit, tuotokset ja vaikutukset.
Riskit ja mahdollisuudet	Mitkä ovat merkittävimmät yrityksen arvonluontikykyyn vaikuttavat riskit ja mahdollisuudet.
Strategia ja resurssien allokointi	Mitkä ovat yrityksen tavoitteet, mihin se on menossa ja miten se pyrkii päämääriinsä.
Suoriutuminen ja tulokset	Miten yritys on saavuttanut strategiset tavoitteensa.
Tulevaisuudennäkymät	Millainen on yrityksen tulevaisuus mahdollisesti ja mitä haasteita yritys tulee todennäköisesti kohtaamaan.
Yleiset raportointiperiaatteet	Mitä asioita raportoidaan ja miten niistä raportoidaan.

Sisältöelementtien lisäksi integroidun raportoinnin viitekehys sisältää raportoinnin sisältöä ohjaavat periaatteet. Niitä ovat strateginen painopiste ja tulevaisuussuuntautuneisuus, tiedon yhdistettävyyden, sidosryhmäsuhteet, olennaisuus, ytimekkyys, luotettavuus ja

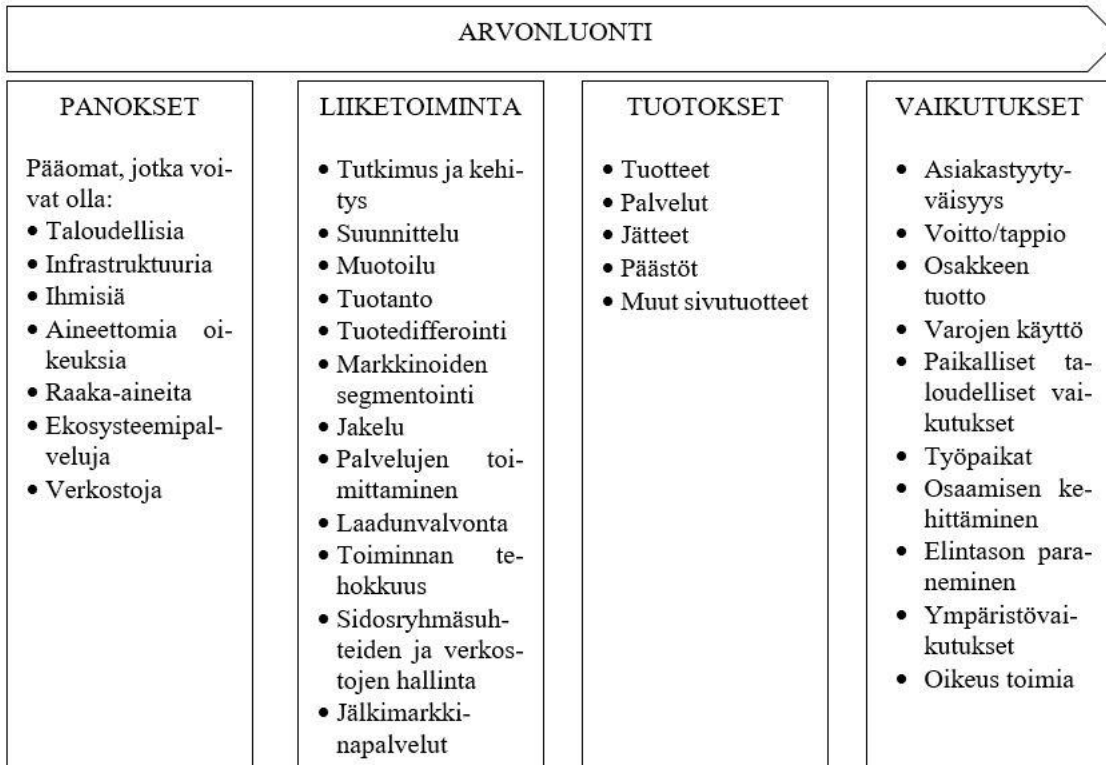
kattavuus sekä johdonmukaisuus ja vertailukelpoisuus. Sisältöelementit ja ohjaavat periaatteet ovat integroidun raportoinnin viitekehyksen kannalta merkittäviä, koska viitekehysessä ei ohjeisteta yksittäisten avaintunnuslukujen käyttöä ja laskentaa. Sisältöelementit ja integroidun raportoinnin ohjaavat periaatteet ovat teemoja, jotka raportteihin on sisällytettävä, jos raportoiva yritys kertoo raportoivansa integroidun raportoinnin viitekehysen mukaan. (IIRC 2013; Niskala ym. 2019, 344.)

Integroidun raportoinnin viitekehys korostaa eri pääomalajien muutosta ja arvonluontiprosessia. Koko yrityksen arvon muodostumisen prosessi <IR>-viitekehysen mukaan on kuvattuna kuviossa 1. Kuvio 1 sisältää integroidun raportoinnin keskeisimmän sisällön eli yrityksen arvonluontiprosessin ja siihen vaikuttavat tekijät. Kuviossa on esitetty viitekehysen sisältöelementit ja miten ne ovat kytköksissä yrityksen käytössä oleviin pääomalajeihin eli millainen suhde niillä on yrityksen arvonluontiin. (IIRC 2013.)



**Kuvio 1 Yrityksen arvonmuodostamisen prosessi (IIRC 2013)**

Kuviossa 1 mukana oleva yrityksen liiketoimintamalli on keskeinen osa integroitua raportointia. Se pitää sisällään yrityksen käytössä olevat pääomat eli panokset ja niiden saattaminen tuotoksiksi liiketoiminnan avulla. Tuotoksilla on sitten vaikutusta jälleen pääomiin. Kaikkeen tähän vaikuttaa ulkoinen toimintaympäristö, sidosryhmät ja muut integroidun raportoinnin sisältöelementit. (Niskala ym. 2019, 344–349.) Kuviossa 2 on esitetty esimerkki yrityksen liiketoimintamallista. Se sisältää yrityksen liiketoimintamallin osat ja esimerkkilistauksen jokaisen liiketoimintamallin osan sisällöstä.



**Kuvio 2** Kuvaus yrityksen liiketoimintamallista (Niskala ym. 2019, 349)

Arvonluontimallin ja liiketoimintamallin lisäksi tässä tutkielmassa nostetaan <IR>-viitekehyksen ohjaavista periaatteista esille olennaisuus ja sidosryhmäsuhteet. Olennaisuus tarkoittaa, että yrityksen tulisi julkaista sellaiset tiedot, joilla on merkittävä vaikutuksen kykyyn luoda arvoa. Tämä voidaan esittää esimerkiksi kaaviona tai diagrammina. Sidosryhmäsuhteita koskeva ohjaava periaate korostaa yrityksen toiminnan riippuvuutta ja sidonnaisuutta eri sidosryhmiin. Yrityksen tulisi julkaista tiedot, että mitä vaikutuksia sen toiminnalla on sidosryhmiin, miten ne vaikuttavat sidosryhmiin ja miten yritys pyrkii näihin vaikutuksiin vaikuttamaan. (IIRC 2013.)

Integroidun raportoinnin yksi tarkoituksista on yhdistää vuosikertomukset ja vastuullisuusraportit, koska sen avulla pystytään keskittymään olennaisiin asioihin ja poistamaan päällekkäisyyksiä. Suomalaisten yritysten vastuullisuusraporteissa on integroidun raportin viitekehyksen mukaisia osia, kuten arvonaluontimalli, olennaisuusmäärittely ja vaikutusten arvioinnin kuvaus. Käytännössä kuitenkin suomalaisten yritysten integroitu raportointi ei ole täysin <IR>-viitekehyksen mukaista.

Muiden yrityksiä koskevien raportointivaatimusten, kuten suurten yritysten velvollisuus julkaista selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista, myötä yrityksillä on velvollisuus julkaista osittain päällekkäisiäkin tietoja. Tämä voi johtaa samojen tietojen julkaisuun monessa eri paikassa. Päällekkäisyyden vuoksi tarvetta olisi syvällisempään

integroidun raportoinnin omaksumiseen. Yritysten vastuullisuusraporteissa jo mukana olevista <IR>-viitekehyksen mukaisista osista, kuten arvonluontimalli ja olennaisuusmäärittely sekä muiden kuin taloudellisten tietojen selvityksen vaatimista hallituksen toimintakertomuksessa julkaistavista vastuullisuuden tunnusluvuista, voisi yhdistellä integroidun raportoinnin viitekehyksen mukaisen raportin. (PwC 2018.)

### 3.3.4 YK:n Global compact -ohjelma ja kestävän kehityksen tavoitteet

Yhdistyneiden kansakuntien kestävän kehityksen tavoitteet (Sustainable Development Goals, SDGs) ovat nousseet yhä merkittävämmäksi osaksi yritysten toimintaa ympäri maailman. Yritysten on myös havaittu pystyvän vaikuttamaan merkittävästi YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden saavuttamiseen. Yrityksillä on sidosryhmien kautta suoria ja välillisiä vaikutuksia laajasti sen toimintaympäristöön. YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden merkityksen ja huomion kasvaessa, myös yritysten merkitys kestävän kehityksen ajurina kasvaa. (Munro & Arli 2019; Bhinekawati 2016, 1–9.)

YK:n kestävän kehityksen edistäminen alkoi Global Compact -ohjelmasta, jolla yritettiin sitouttaa yrityksiä jäsenmaissa vaikuttamaan kestäväan kehitykseen. YK:n Global Compact -ohjelma piti sisällään 10 periaatetta koskien ihmisoikeuksia, työtä, ympäristöä ja korruptionvastaisuutta. Global Compact -ohjelman pohjalta ovat kehittyneet YK:n kestävän kehityksen tavoitteet. (YK: Global Compact ei pvm.)

YK:n kestävän kehityksen tavoitteet ovat ensimmäinen suuren kokoluokan kansainvälinen toimenpide kestävän kehityksen edistämiseksi. Nykyiset YK:n kestävän kehityksen tavoitteet laadittiin vuonna 2015 osana kaikkien jäsenmaiden yhdessä hyväksymää kestävän kehityksen 2030 agendaa. Agenda pitää sisällään erilaisia toimia ihmisten, planeetan, vaurauden ja rauhan hyväksi. Merkittävimpänä tavoitteena on poistaa köyhyys maailmasta. Kaikki YK:n jäsenmaat ja sidosryhmät noudattavat 2030 agendaa, sen suunnitelmia ja toimia. (YK: Kestävä kehitys ei pvm.; YK 2015.)

YK:n kestävän kehityksen tavoitteita on vuoden 2015 laadinnan jälkeen yhteensä 17. Ne muodostavat kehityksen, jonka avulla saavutetaan parempi ja kestävämpi tulevaisuus kaikille. YK:n kestävän kehityksen tavoitteet käsittelevät köyhyyttä, epätasa-arvoa, ilmastonmuutosta, ympäristön tuhoutumista, rauhaa ja oikeudenmukaisuutta eli niillä pyritään vastaamaan suurimpiin kestäväan kehitystä estäviin ongelmiin. (YK: Kestävän kehityksen tavoitteet 2015.)

YK:n kestävän kehityksen tavoitteet ovat listattu alla. Jokaisen YK:n kestävän kehityksen tavoitteen sisältö on melko selkeä jo otsikon perusteella. Tarkempi tavoitteiden

sisällön selitys ei ole olennaista tälle tutkielmalle. Jokainen alla listattu tavoite sisältää useampia alatavoitteita, joiden avulla tavoitellaan ja seurataan päätavoitteen täyttymistä vuoteen 2030 mennessä. Nämä alatavoitteet ovat sekä sanallisia kuvauksia tavoitetilasta tai selkeitä numeerisia arvoja, joihin pyritään. YK:n kestävän kehityksen tavoitteita ovat (YK: Kestävän kehityksen tavoitteet 2015.):

1. Ei köyhyyttä
2. Ei nälähätää
3. Hyvä terveys ja hyvinvointi
4. Laadukas koulutus
5. Sukupuolten tasa-arvo
6. Puhdas vesi ja viemärointi
7. Edullinen ja puhdas energia
8. Kohtuullinen työ ja taloudellinen kasvu
9. Teollisuus, innovaatio ja infrastruktuuri
10. Vähennetty epätasa-arvoisuus
11. Kestävät kaupungit ja yhteisöt
12. Vastuullinen kulutus ja tuotanto
13. Ilmastotoimet
14. Elämä veden alla
15. Elämä maalla
16. Rauha, oikeudenmukaisuus ja vahvat instituutiot
17. Kumppanuus tavoitteiden saavuttamiseksi.

YK:n kestävä kehityksen agenda ja siihen liittyvät tavoitteet on tarkoitettu kaikkien jäsenmaiden ja sidosryhmien käytettäväksi. Myös yritykset ovat ottaneet ne käyttöön omassa vastuullisuustoimissaan ja raportoivat vastuullisuudestaan YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden näkökulmasta. Yritykset ovatkin merkittävä toimija YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden saavuttamiseksi. (YK 2015, Bhinekawati 2016.) Myös Suomessa yritykset ovat omaksuneet YK:n kestävän kehityksen tavoitteet ja käsittelevä niitä yhteiskuntavastuuraporteissaan (Pwc 2016, 2018).

Näiden ohjeistusten ja viitekehysten lisäksi on olemassa myös useita muita kestävästä kehitystä tukevia ohjeistuksia, joita yritykset voivat käyttää raportoinnissaan. Esimerkiksi vuonna 2018 Sustainability Accounting Standards Board (SASB) julkaisi toimialakohtaisia taloudelliseen olennaisuuteen perustuvat yhteiskuntavastuutietojen raportointiin



tarkoitettut standardit. SASB:n standardit kattavat tällä hetkellä 77 toimialaa. (Niskala ym. 2019, 110; SASB Overview ei pvm.)

Financial Stability Boardin (FSB) alainen Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) on vuonna 2017 annettu suositus, jonka perusajatuksena on raportoida yrityksen liiketoiminnan vaikutuksista ilmastonmuutokseen. TCFD:n suositus kehottaa yrityksiä arvioimaan ilmastonmuutoksen riskejä ja mahdollisuuksia sekä raportoi-  
maan liiketoimintansa vaikutuksista Pariisin ilmastopimuksen tavoitteiden saavutta-  
miseksi. (Niskala ym. 2019, 110; TCFD 2017.) Näiden uudempien yhteiskuntavastuun  
raportointiohjeistusten lisäksi on olemassa toimialakohtaisia ohjeistuksia yritysten toi-  
minnalle, jotka eivät varsinaisesti ole raportointiin liittyviä, vaan itse toimintaan. Tällaisia  
ovat esimerkiksi YK:n vastuullisen sijoittamisen periaatteet, Principles for Responsible  
Investment, jotka ovat toimintaohjeita sijoitustoimintaa harjoittaville tahoille (About the  
PRI ei pvm). Tässä tutkielmassa kuitenkin keskitytään yhteiskuntavastuun raportointia  
koskeviin ohjeistuksiin, standardeihin ja viitekehyksiin.

## 4 EMPIRIALUKU

### 4.1 Empiirisen aineiston ja tutkimuksen esittely

Empiirinen aineisto on kerätty suomalaisten Helsingin pörssissä listattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraporteista, tilinpäätöksistä ja vuosikertomuksista. Niistä selvitetään tiettyjen valittujen teemojen esiintymistä. Nämä teemat on valittu teorian ja alustavan julkaisujen läpikäynnin perusteella. Helsingin pörssissä on noteerattuna 130 yhtiön osakkeita (Nasdaq OMX Nordic 27.1.2020). Näistä on rajattu pois ulkomaalaiset yhtiöt, joita on kuusi. Lisäksi on rajattu aineiston ulkopuolelle vuoden 2019 aikana listautunut yhtiö, koska siltä ei ollut vielä julkisia julkaisuja saatavilla. Lopullinen tarkasteltavien yhtiöiden määrä on siis 123.

Pääasiallisena empiirisen aineiston pohjana ovat näiden yhtiöiden vuoden 2019 raportit. Ensimmäisenä osana empiirisen aineiston keräämisessä oli kaikkien tutkittavien yhtiöiden julkaisujen läpikäynti. Tämä piti sisällään tilinpäätökset, vuosikertomukset, yhteiskuntavastuuraportit ja internet-sivut. Tarkoituksena oli kartoittaa alustavasti raporttien sisältöä ja ylipäätään tutkimuksen mahdollisuutta.

Toisessa vaiheessa tarkasteltiin yhtiöiden julkaisuja tarkemmin ja etsittiin valittujen teemojen, jotka löytyvät selityksineen taulukosta 4, esiintymistä. Näiden teemojen esiintymistä tarkasteltiin ja käsittelyssä ollut yhtiö sai teemoista pisteitä taulukon 3 mukaisesti. Näin käytiin läpi kaikki tutkittavat yhtiöt. Tämän jälkeen jokainen yhtiö pisteytettiin esiintyneiden teemojen pohjalta.

Toisessa vaiheessa aikaansaadun listan käsittely tapahtui kolmannessa vaiheessa, jossa suoritettiin pisteanalyysi ja tilastollinen analyysi hankitusta empiirisestä aineistosta. Siinä tutkittiin eri teemojen esiintymisfrekvenssejä, joiden perusteella yhtiöt saivat pisteitä. Pisteytyksen jälkeen suoritettiin vertailu, jossa vertailtiin teemojen esiintymistä ja yhtiöitä toisiin yhtiöihin. Lisäksi toteutettiin yhtiöiden välillä toimialakohtainen vertailu ja analyysi. Tässä tarkoituksena oli etsiä, onko toimialojen välillä eroa yhteiskuntavastuussa ja sen raportoinnissa. Empiirisen aineiston keräämisen ja käsittelyn vaiheet on myös esitetty taulukossa 3.

#### Taulukko 3 Empiirisen aineiston keräämisen ja käsittelyn vaiheet

Vaihe	Selite
1	Suomalaisten Helsingin pörssissä noteerattujen yhtiöiden julkaisujen läpikäynti.
2	Tarkempi julkaisujen läpikäynti ja tutkimukseen valittujen teemojen esiintymisen tutkiminen. Yhtiöt pisteytettiin valittujen teemojen esiintymisen perusteella.
3	Pisteanalyysi ja yritysten välinen vertailu.

Ennen pisteanalyysin teemojen esittelyä on esitettävä huomio, että yrityksen yhteiskuntavastuuraporteissa käytettävät viitekehykset ja menetelmät ovat osittain päällekkäisiä ja sisältävät samoja asioita. Esimerkiksi integroidun raportoinnin viitekehysten mukaisessa raportoinnissa esitettävä yrityksen liiketoimintamalli vastaa kirjanpitolain lukuun 3a perustuvaa muiden kuin taloudellisia tietoja koskevan selvityksen mukaista kuvausta yrityksen liiketoimintamallista. Yhteiskuntavastuuraportoinnissa käytettäviä viitekehymiä ja menetelmiä tutkitaan kuitenkin yksittäisinä ja päällekkäisyyteen ei puututa tutkimuksessa muuten, kuin tunnistetaan sen olemassaolo. Lisäksi luvussa 3.3.4 esitellyt SASB:n standardit ja TCFD:n ohjeistukset rajataan pois pisteanalyysistä. SASB rajataan pois, koska se ei ole vielä käytössä suomalaisissa yrityksissä ja TCFD rajataan pois, koska sen pääasiallinen huomio on vain ympäristössä ja ilmastonmuutoksessa ja tämän tutkielman tarkoitus on tutkia yhteiskuntavastuuraportointia kattavasti yhteiskuntavastuun eri osat alueet huomioiden.

Pisteanalyysin teemat on selitetty taulukossa 4. Tutkittavat yhtiöt saavat pisteitä yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuden perusteella. Eli mikäli yhteiskuntavastuuraportti on julkaistu jossain muodossa, vuosikertomuksen yhteydessä tai erillisenä, saa yhtiö täydet kaksi pistettä. Jos yhteiskuntavastuuraporttia ei ole julkaistu, mutta vuosikertomuksessa tai kotisivuilla on osiot, joissa käsitellään vastuullisuutta, esimerkiksi vain selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista (NFI), saa yhtiö yhden pisteen. Mikäli mitään edellisistä ei löydy vuosikertomuksesta tai yhtiön internet-sivuilta, ei yhtiö saa pisteitä.

**Taulukko 4 Pisteanalyysissä käytetyt teemat ja pisteytys**

Teema	Pisteet	Selitys
Yhteiskuntavastuuraportti	2p. 1p. 0p.	Yhteiskuntavastuuraportti löytyy. Ei yhteiskuntavastuuraporttia, mutta NFI tai osio kotisivuilla. Yhteiskuntavastuuraporttia ei ole.
GRI-raportti	1p. 0p.	Yhtiö raportoi GRI-standardien mukaisesti. Ei raportoi GRI-standardien mukaisesti.
Arvonluontimalli/liiketoimintamalli	1p. 0p.	Raportissa esitetty koko arvoketjun kattava arvonluontimalli. Ei ole esitetty arvonluontimallia.
Olenaisuusanalyysi	1p. 0p.	Raportissa on mukana olenaisuusanalyysi. Ei ole olenaisuusanalyysiä
Sidosryhmäsuhteet	1p. 0p.	Raportissa on kuvattu yrityksen suhteet sidosryhmiin. Ei ole kuvattu sidosryhmäsuhteita.
YK:n Global Compact -ohjelma ja kestävä kehityksen tavoitteet	2p. 1p. 0p.	Yritys raportoi toimista ja tuloksista YK:n GC-ohjelman tai kestävä kehityksen tavoitteiden mukaisesti. YK:n GC-ohjelmaan tai kestävä kehityksen tavoitteisiin on viitattu. YK:n kestävä kehityksen tavoitteet eivät ole mukana.

#### Taulukko 4 jatkuu

Teema	Pisteet	Selitys
Triple bottom line	0-3p.	Raportoiva yhtiö saa pisteitä sen mukaan, kuinka moni triple bottom line -näkökulman mukaisista 3 osa-alueesta on sisällytetty raporttiin.
Verojalanjälki	1p. 0p.	Yhteiskuntavastuuraportissa mukana yrityksen verojalanjälki. Raportissa ei ole mukana yrityksen verojalanjälkeä.

GRI-standardien käytöstä yhteiskuntavastuuraportoinnissa saa yhden pisteen. Käytettyjen GRI-standardien sisältöä ei tutkita, vaan pelkkää käyttöä. GRI-standardien käytöstä tarkastetaan kuitenkin se, että onko yhtiö käyttänyt kaikkia standardeja, joita pitää käyttää, jos yhtiö aikoo mainita raportoivansa yhteiskuntavastuustaan GRI-standardien mukaan. Tämä tarkoittaa GRI 100 -sarjan ja GRI-standardien sanaston käyttöä (GSSB 2016a).

PwC:n yritys vastuubarometrin (2018) mukaan suomalaiset yritykset eivät pääasiassa vielä noudata täysin integroidun raportoinnin viitekehyksen ohjeita. Kuitenkin <IR>-viitekehyksen mukaisia osia löytyy suomalaisten yritysten vastuullisuusraporteista. Lisäksi integroidun raportoinnin viitekehys ei määrittele tarkkaa sisältöä vastuullisuusraportille, vaan ainoastaan viitekehyksen ja muodon raportoinnille. Yhtiöt saavat itse vaikuttaa integroidun raportoinnin viitekehyksen mukaisen raportin sisältöön ja integroidun raportoinnin viitekehyksellä ja muilla vastuullisuusraportointia koskevilla ohjeistuksilla on joitain sisällöllisiä päällekkäisyyksiä. (IIRC 2013.)

Jotta pisteanalysissä saadaan karsittua tulkinnanvaraisuutta ja edellä kuvattujen asioiden vuoksi, tässä tutkimuksessa ei tutkita integroidun raportoinnin viitekehyksen noudattamista, vaan <IR>-viitekehyksen mukaisten tiettyjen osa-alueiden käyttöä. Näitä ovat arvonluontimalli, olennaisuusanalyysi ja sidosryhmäsuhteet. Arvonluontimallin osalta raporteista etsitään <IR>-viitekehyksen mukaista kaaviota, jossa ovat mukana panokset, liiketoimintamalli, tuotokset ja vaikutukset. Olennaisuusanalyysin esiintymiseksi laskeaan tieto, jossa yritys kuvaa sille olennaisimmat kestävä kehityksen teemat ja myös, miten se on ne valinnut. Sidosryhmäsuhteiden osalta etsitään, kertooko yritys jossain kohtaa yritys vastuuraporttiaan tai vuosikertomustaan sidosryhmistä, niiden merkityksestä ja niiden suhteiden hallinnasta. Jokaisesta näistä osa-alueista saa yhden pisteen, jos sellainen raportista löytyy.

YK:n kestävä kehityksen tavoitteiden kohdalla tutkitaan, kuinka moni yritys raportoi niistä eli kuinka moni yritys esittää yhteiskuntavastuuraportissaan YK:n Global Compact -ohjelman ja kestävä kehityksen tavoitteita, toimia niiden saavuttamiseen ja

tuloksia näistä toimista. Raportoiva yhtiö saa kaksi pistettä, jos sen yhteiskuntavastuuraportista löytyy viittaus YK:n Global Compact -ohjelman periaatteisiin tai YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin ja jos se on esittänyt toimet näihin tavoitteisiin pääsemiseen ja tuloksia näistä toimista. Yhtiö saa yhden pisteen, jos sen yhteiskuntavastuuraportissa on vain viitattu kyseisiin viitekehyksiin tai yhtiö kertoo pyrkivänsä edistämään niiden tavoitteita. Nolla pistettä tulee, jos ei ole mitään mainintoja YK:n Global Compact -ohjelmasta tai kestävän kehityksen tavoitteista. Pisteytyksen lisäksi tutkitaan, kuinka monesta ja mistä eri kestävän kehityksen tavoitteista suomalaiset Helsingin pörssissä noteeratut yhtiöt raportoivat yhteiskuntavastuuraporteissaan.

Triple bottom line -näkökulman käyttö pisteytetään osa-alueittain eli taloudellinen, ekologinen ja sosiaalinen vastuu. Sosiaalisen ja ekologisen vastuun raportoinniksi ei lasketa tässä kohtaa kirjanpitolain luvun 3a mukaisen selvityksen muista kuin taloudellisista tiedoista sisältämiä selvityksiä ympäristövastuusta tai sosiaalisesta vastuusta, vaan näiden lisäksi olevat vapaaehtoiset selvitykset. Taloudelliseksi vastuuksi ei myöskään lasketa arvonluontimallissa olevia numeroita tai viittauksia tilinpäätöksen riveihin, vaan pisteen saa, jos yhtiö on avannut myös sanallisesti taloudellisesta vastuustaan ja vaikutuksista. Lisäksi raportoiva yhtiö saa pisteen, jos sen yhteiskuntavastuuraportissa on kuvattu yhtiön verojalanjälki. Pisteen saa, jos raportissa on eritelty yhtiön maksamat verot esimerkiksi maittain tai verolajeittain.

Luvun 3 alaluvussa 3.3.1 on käsitelty tarkemmin muun kuin taloudellisen tiedon selvitystä. Siinä kerrotaan vaadittavasta sisällöstä ja mahdollisista poikkeuksista. Muun kuin taloudellisen tiedon selvityksen sisältö on määritelty kirjanpitolain luvussa 3a. Muun kuin taloudellisen tiedon selvitystä koskeva lainsäädäntö sisältää kuitenkin tulkinnallisia kohtia, kuten (KPL 3a: 2–3):

*”...kuvaus kirjanpitovelvollisen liikesuhteet, tuotteet ja palvelut sekä muu toiminnan laatu ja laajuus huomioon ottaen keskeisistä 1 momentissa mainittuihin asioihin liittyvistä riskeistä...”*

*”...jos kirjanpitovelvollisen perustellun käsityksen mukaan tietojen julkistaminen aiheuttaisi vakavaa haittaa kirjanpitovelvollisen kaupalliselle asemalle...”*

Esimerkiksi *toiminnan laatu ja laajuus huomioiden ja perustellun käsityksen* -lauseiden perusteella muun kuin taloudellisen tiedon selvityksen ilmenemistä ei käsitellä osana pisteanalyysia, koska se vaatisi suuren määrän tulkintaa. Muun kuin taloudellisen tiedon

selvitys on jätetty pisteanalyysin ulkopuolelle myös siksi, että se on suurimmalle osalle suomalaisista Helsingin pörssissä noteeratuista yhtiöistä kirjanpitolain luvun 3a pykälän 1 (KPL 29.12.2016/1376) mukaan pakollinen (eli keskimäärin yli 500 henkilöä työllistävä pörssiyhtiö). Sen sijaan on selvitetty, kuinka montaa yhtiötä kyseinen kirjanpitolain pykälä koskee, kuinka moni näistä noudattaa pykälää ja onko mahdollisesti sellaisia yhtiöitä, joita kirjanpitolain luvun 3a pykälä 1 ei koske, mutta julkaisevat silti sen mukaisen selvityksen muista kuin taloudellisista tiedoista.

Muun kuin taloudellisen tiedon selvityksen osalta tutkimus on toteutettu käymällä läpi kaikkien 123 tutkittavan yhtiön vuosijulkaisut vuodelta 2019, tarkistettu onko yhtiöllä kirjanpitolain luvun 3a pykälän 1 perusteella velvollisuutta julkaista selvitys eli onko keskimääräinen työntekijämäärä tilikauden aikana yli 500 henkeä vai ei. Sen jälkeen on tutkittu, onko selvitys julkaistu vai ei. Näiden pohjalta yritykset on luokiteltu neljään kategoriaan:

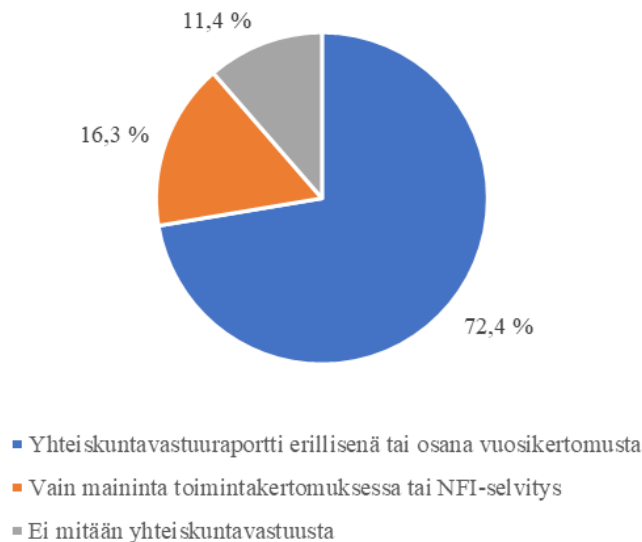
- 1) Yhtiöt, joiden pitää julkaista muun kuin taloudellisen tiedon selvitys ja ovat niin tehneet.
- 2) Yhtiöt, joiden pitää julkaista muun kuin taloudellisen tiedon selvitys, mutta eivät ole niin tehneet.
- 3) Yhtiöt, joiden ei tarvitse julkaista muun kuin taloudellisen tiedon selvitystä, mutta ovat julkaisseet sen.
- 4) Yhtiöt, joiden ei tarvitse julkaista muun kuin taloudellisen tiedon selvitystä ja eivät ole julkaisseetkaan.

Muun kuin taloudellisen tiedon selvityksen julkaisemista tutkittaessa, mukaan on laskettu selvitys, joka on sisältänyt vaaditut osa-alueet eli kuvaus liiketoimintamallista, ympäristöasioista, sosiaali- ja henkilöstöasioista, ihmisoikeuksien kunnioittamisesta sekä korrup-tion- ja lahjonnan torjunnasta. Nämä on huomioitu kaikissa tapauksissa, mikäli ne vain löytyvät jostain toimintakertomuksesta, vastuullisuusraportista tai vuosikertomuksesta. Sen tarkemmin ei oteta kantaa, onko ne julkaistu täydellisesti lainsäädännön mukaisesti ja sisältyykö esimerkiksi toimintakertomuksesta erilliseen julkaisuun viittaus toiminta-kertomuksesta. Myös, jos yhtiö on raportoinut edellä listatut teemat, mutta ei ole mainin-nut virallisesti muun kuin taloudellisen tiedon selvitystä, on yhtiön katsottu julkaisse-  
muun kuin taloudellisen tiedon selvityksen.

## 4.2 Yhteiskuntavastuuraporttien sisällön analyysi, pisteanalyysi ja toimialaver- tailu

### 4.2.1 Yhteiskuntavastuuraporttien sisällön tutkimus

Kaikista 123 tutkittavasta yhtiöstä 109 yhtiötä eli 88,6 % raportoi jollain tavalla yhteiskuntavastuustaan eli joko kattavana raporttina tai vain selvityksen muista kuin taloudellisista tiedoista. 89 yhtiötä eli hieman yli 72,4 % kaikista tutkittavista yhtiöistä, julkaisevat kattavan raportin yhteiskuntavastuusta joko osana vuosikertomusta tai erillisenä. Nämä yhtiöt saivat tässä kategoriassa kaksi pistettä. Raporttien lisäksi näillä yhtiöillä on myös internetsivuillaan vastuullisuusosio, jossa ne kertovat vastuullisuudestaan lyhyesti. 20 jotain vastuullisuudesta julkaisevasta yhtiöistä julkaisevat vain kirjanpitolain luvun 3a pykälän 1 mukaisen selvityksen muista kuin taloudellisista tiedoista, vaadittiin sitä tai ei. Näitä yhtiöitä on 16,3 % kaikista tutkittavista yhtiöistä ja niiden tässä pisteanalyysin kategoriassa saama pistemäärä on yksi. Kaikista 123 tutkittavasta yhtiöstä 14 eli 11,4 % eivät julkaise mitään yhteiskuntavastuullisuudesta ja nämä saivat tässä kategoriassa nolla pistettä. Edellä esitetty yhtiöiden jakautuminen eri yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuutta kuvaaviin luokkiin on esitetty myös kuviossa 3.



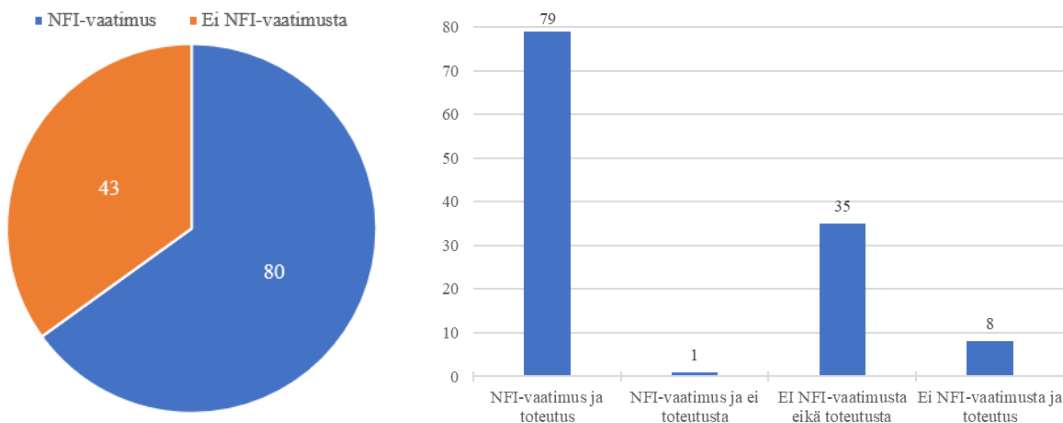
### Kuvio 3 Yhtiöiden jakautuminen eri yhteiskuntavastuuraportoinnin luokkiin

Tutkimuksen 123 suomalaisesta Helsingin pörssissä noteeratusta yhtiöstä muodostuvasta empiirisestä aineistosta säädös muun kuin taloudellisen tiedon selvityksen julkaisemisesta koskee 80 yritystä eli 65 % kaikista yhtiöistä. 43 yhtiön ei näin ollen tarvitse julkaista muun kuin taloudellisen tiedon selvitystä. 80 yrityksestä, jota vaatimus koskee, 79

julkaisevat muun kuin taloudellisen tiedon selvityksen. Ainoa yhtiö, joka ei ole näin tehnyt on julkaissut ympäristöasioistaan ja henkilöstöään koskevia asioita, mutta selvitys ei sisältänyt kaikkia vaadittuja osa-alueita, eikä selvityksessä myöskään perusteltu syitä puuttuville osa-alueille.

43 yhtiöstä, joilta ei kirjanpitolain luvun 3a pykälän 1 mukaan vaadita muun kuin taloudellisen tiedon selvitystä, 35 ei myöskään julkaise selvitystä. Nämä yhtiöt ovat julkaisseet joitain muun kuin taloudellisen tiedon selvitykseen kuuluvista osa-alueista, esimerkiksi ympäristöasioista, mutta millään näistä 35 yhtiöstä ei ollut julkaisuihin sisällytettyä kaikkia osa-alueita. Loput 8 yhtiötä niistä 43 yhtiöstä, joilta ei vaadita muun kuin taloudellisen tiedon selvitystä, julkaisivat sellaisen vapaaehtoisesti. Kaiken kaikkiaan 123 tutkittavasta yhtiöstä 87 eli noin 70 % ovat julkaisseet muun kuin taloudellisen tiedon selvityksen. Näistä 79 siis kirjanpitolain velvoittamana ja 8 vapaaehtoisesti.

Kuviossa 4 on kuvattuna edellä esitetty kirjanpitolain luvun 3a pykälän 1 vaikutus yhtiöiden yhteiskuntavastuuaraportointiin sekä miten yhtiöt tätä noudattavat. Kuvion ympyrädiagrammissa on esitetty tutkittavien 123 yhtiön jakautuminen sen mukaan, onko yhtiöllä kirjanpitolain mukaista vaatimusta julkaista selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista vai ei. Eli vaatimus koskee 80 yhtiötä ja ei koske 43 yhtiötä. Kuvion pylväsdiagrammi kuvaa sitä, miten yhtiöt noudattavat KPL 3a:n vaatimuksia ja kuinka moni julkaisee selvityksen muista kuin taloudellisista tiedoista vapaaehtoisesti.

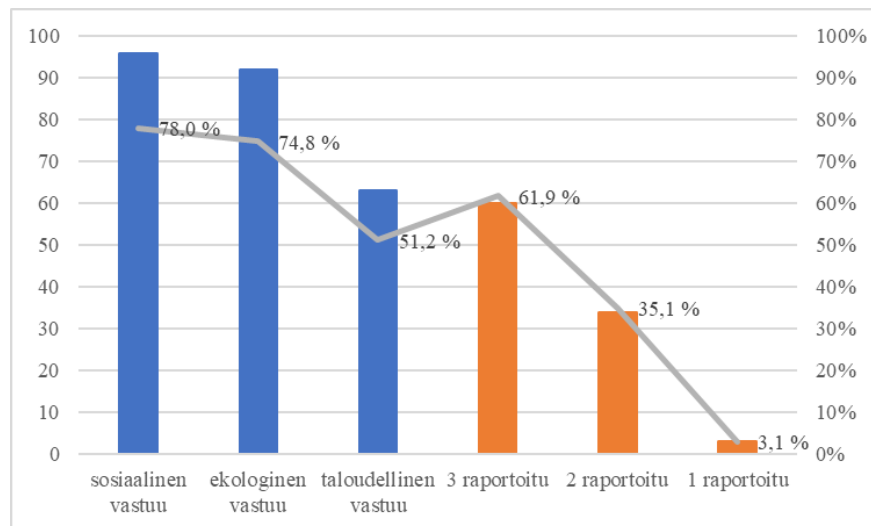


**Kuvio 4 KPL 3a:1 noudattaminen ja sen vaikutus yhteiskuntavastuuaraportointiin**

Yleisin yhteiskuntavastuuaraportteissa esiintyvä raportointiteema on teoriaosuudessakin käsitelty triple bottom line -näkökulma eli yhtiö raportoi sosiaalisesta, ekologisesta ja taloudellisesta vastuustaan. 109 yrityksestä, jotka julkaisevat yhteiskuntavastuuaraportin jossain muodossa, 97 eli 89,0 % raportoi ainakin yhdestä TBL:n osa-alueesta. Kaikista



kolmesta triple bottom line -näkökulman osa-alueesta raportoi 60 yhtiötä. Tämä on 55,0 % kaikista raportoivista yhtiöistä ja 61,9 % niistä 97 yhtiöstä, jotka raportoivat vähintään yhdestä näistä kolmesta osa-alueesta. 34 yhtiötä raportoi kahdesta osa-alueesta ja kolme yhtiötä raportoi vain yhdestä osa-alueesta. Kuviossa 5 on esitetty triple bottom line -näkökulman osa-alueiden käyttö tutkittavien yhtiöiden yhteiskuntavastuuraporteissa. Kuviossa on esitetty kaikkien yksittäisten osa-alueiden esiintyminen eli kuinka moni yhtiö raportoi kyseisestä TBL:n osa-alueesta sinisillä pylväillä. Oranssit pylväät kuvaavat TBL-näkökulman osa-alueiden raportointityylistä eli kuinka moni yhtiö raportoi kaikista osa-alueista, jostain kahdesta osa-alueesta tai vain yhdestä osa-alueesta. Pylväsdiagrammin lisäksi kuviossa on esitetty viivadiagrammilla kunkin esitetyn osa-alueen prosenttiosuus. Sinisten pylväiden eli TBL-näkökulman osa-alueiden osalta prosenttiluku kuvaa niiden määrän osuutta kaikista tutkittavista 123 yhtiöstä. Raportointityylien eli oranssien pylväiden osalta prosenttiluku tarkoittaa kyseisten raportointityylien osuutta kaikista 97 TBL:n osa-alueita sisältäneistä raporteista.



**Kuvio 5 Triple bottom line -näkökulman osa-alueista raportointinen**

Triple bottom line -näkökulman osa-alueista eniten raportoidaan sosiaalisesta vastuusta. Siitä raportoi 96 yhtiötä, mikä on 78 % kaikista tutkittavista yhtiöistä ja lähes kaikki 97 yhtiöstä, jotka raportoivat TBL:n osa-alueista. Ekologisesta vastuusta raportoi 92 yhtiötä eli myös suuri osa raportoivista yhtiöistä. Sosiaaliseen ja ekologiseen vastuuseen verrattuna taloudellisesta vastuusta raportoidaan selvästi vähemmän. 63 tutkittavaa yhtiötä raportoi taloudellisesta vastuusta, mikä on 51,2 % kaikista yhtiöistä. 63 taloudellisesta vastuusta raportoivasta yhtiöstä 46 raportoi verotuksestaan ja verojalanjäljestään osana taloudellista vastuuta. 71 yhtiötä eli 57,7 % raportoi päästöistään ja energiankulutuksestaan osana ekologista vastuuta. Näiden lisäksi joidenkin yhtiöiden raporteissa viitattiin

päästöihin ja kulutukseen esittämällä tavoitteita, mutta 71 yhtiötä julkaisi konkreettista numeerista dataa päästöistään ja energiankulutuksesta. Sosiaalisen ja ekologisen vastuun raportoinnin suurempi määrä voi selittyä ihmisten ja kansainvälisten järjestöjen suuremmalla huomiolla niitä kohtaan. Esimerkiksi ihmisoikeuksista ja ympäristövaikutuksista on puhuttu jo vuosien ajan niin yksityishenkilöiden kohdalla, kuin liiketoiminnan kontekstissakin.

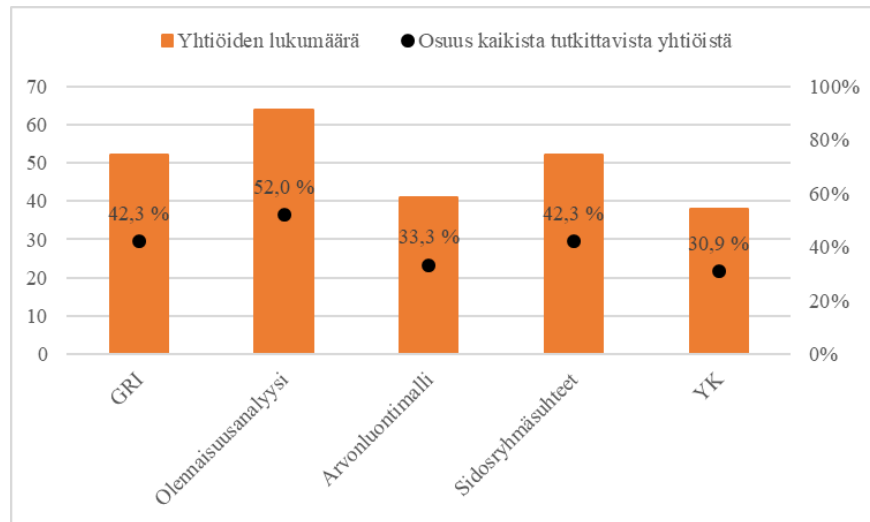
Integroidun raportoinnin viitekehyksen noudattamista ei sellaisenaan tutkittu, vaan ainoastaan selvitettiin tiettyjen sen sisältämien osa-alueiden esiintymistä. Tutkittavana olivat olennaisuusanalyysin ja arvonluontimallin käyttö sekä sidosryhmäsuhteista raportointi. Näistä olennaisuusanalyysi esiintyy 64 yhtiön raportissa. Arvonluontimalli on esitetty 41 yhtiön yhteiskuntavastuuraportissa ja sidosryhmäsuhteista on selvitys 52 yhtiön raportissa. Kaiken kaikkiaan integroidun raportoinnin viitekehyksen osa-alueita esiintyy hieman alle 50 %:ssa kaikista yhteiskuntavastuuraportin julkaisevien yhtiöiden raporteista.

Kaikista tutkittavista yhtiöistä 52 eli 42,3 % raportoi yhteiskuntavastuustaan Global Reporting Initiative -viitekehyksen mukaisesti eli yhteiskuntavastuuraportit sisältävät GRI-osion. Kaikissa näissä GRI-viitekehyksen mukaisissa raporteissa oli sisällytetty kaikki GRI-viitekehyksen standardit eli yleiset säädökset sisältävän GRI100:n, taloudellisen vastuun GRI200:n, ympäristövastuun GRI300:n ja sosiaalisen vastuun GRI400:n. Pisteitä yhtiöt saivat kuitenkin vain GRI-kokonaisuuden käytöstä yhden eli yksittäisten GRI-standardistojen käytöstä ei saanut pisteitä.

Yhdistyneiden kansakuntien kestävä kehityksen tavoitteet ja global compact -aloitteen periaatteet esiintyvät 55 yhtiön yhteiskuntavastuuraporteissa. Näistä 38 yhtiötä raportoi toimista ja saavutuksista YK:n kestävä kehityksen tavoitteiden saavuttamiseksi. Loput 17 yhtiötä vain viittasivat raporteissaan YK:n kestävä kehityksen tavoitteisiin tai global compact -aloitteen periaatteisiin. 17 yhtiöstä, jotka viittasivat YK:n tavoitteisiin, 10 viittasi global compact -ohjelmaan ja loput kestävä kehityksen tavoitteisiin.

Yhtiöt, jotka raportoivat YK:n kestävä kehityksen tavoitteiden saavuttamiseksi tehdyistä toimista, eivät raportoineet kaikista 17 YK:n tavoitteesta, vaan yhtiöt olivat valinneet itselle olennaisimmat tavoitteet. Yhtiöt raportoivat keskimäärin seitsemästä eri YK:n kestävä kehityksen tavoitteesta. Eniten raportoitiin YK:n kestävä kehityksen tavoitteista 12, joka koskee vastuullista kulutusta ja tuotantoa. Myös kestävä kehityksen tavoitteet 8 ja 13 esiintyivät lähes kaikissa raporteissa, joissa YK:n tavoitteista raportoitiin. YK:n kestävä kehityksen tavoite 8 käsittelee kohtuullista työtä ja talouskasvua ja tavoite

13 koskee ilmaston eteen tehtäviä toimia. Kaikkiin 17 tavoitteesta viitattiin yhteiskuntavastuuraporteissa, mutta edellä mainitut tavoitteet 8, 12 ja 13 olivat selkeästi raportoiduimmat. Kuviossa 6 on esitetty integroidun raportoinnin osa-alueiden, GRI-viitekehysten ja YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden esiintymisfrekvenssit sekä niiden suhteellinen osuus kaikista tutkittavista yhtiöistä. Pylväsdiagrammi kuvaa kyseisestä sisältökategoriasta raportoivien yhtiöiden lukumäärää ja pisteet kuviossa kuvaavat kyseisten yhtiöiden lukumäärän prosenttiosuutta kaikista tutkittavista yhtiöistä.



**Kuvio 6 Yhteiskuntavastuuraportoinnin sisältökategorioiden käyttö**

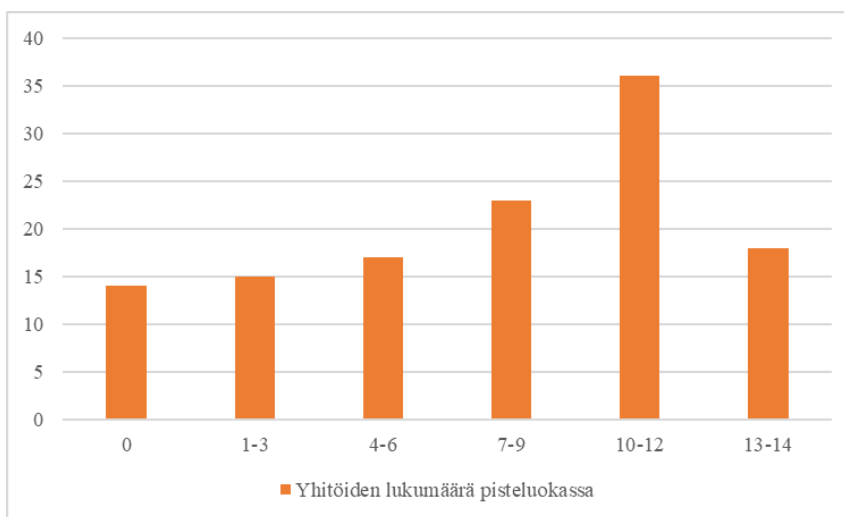
Kaikista 123 yhtiöstä lähes 90 % julkaisevat yhteiskuntavastuuraportin tai viittaavat vastuullisuuteen esimerkiksi selvityksessä muista kuin taloudellisista tiedoista. Näistäkin suuri enemmistö oli yhtiöitä, jotka julkaisivat laajan raportin yhteiskuntavastuusta. Yhteiskuntavastuuraporttien sisällön tutkimisesta havaitaan, että kaikkia tässä tutkimuksessa käytettyjä sisältökategorioita käytetään melko tasaisesti. Ainoastaan triple bottom line -näkökulman mukaiset sosiaalinen vastuu ja ekologinen vastuu ovat selkeästi muita käytetympiä. TBL:n kolmas osa-alue, taloudellinen vastuu, on myös käytetty, mutta huomattavasti vähemmän kuin muut kaksi osa-aluetta. Toinen sisältökategorioiden käytöstä esiin nouseva teema on YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden vähyys, sillä vain noin 30 % kaikista yhtiöistä raportoi omista ratkaisuksista ja saavutuksista näiden kestävän kehityksen tavoitteiden puitteissa. Muiden tutkittavien sisältökategorioiden käyttö on hyvin tasaista yhtiöiden välillä ja niitä on sisällytetty 30–50 % yhtiöiden raporteissa. Syitä eri sisältökategorioiden käytölle ei ole olennaista tutkia tässä tutkimuksessa. Tällä sisältöanalyysillä tutkittiin vain eri sisältökategorioiden ja viitekehysten käyttöä suomalaisten Helsingin pörssissä noteerattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraporteissa.

#### 4.2.2 Pisteanalyysi

Kaikkien tässä tutkimuksessa yhteiskuntavastuuraporteista tutkittavien osa-alueiden myötä, pisteanalyysin maksimipistemäärä on 14 pistettä. Pisteiden jakautuminen ja selitykset ovat luvussa 4.1. Pisteytyksen analyysissä on otettu huomioon vain pisteitä saaneiden yhtiöiden pisteet eli nollan pisteen yhtiöt on rajattu ulkopuolelle. Nollan pisteen yhtiöitä on 14.

Pisteitä saaneiden 109 yhtiön pistemäärä on keskimäärin 8,8. Puhdas aritmeettinen keskiarvo ei anna tämän tutkielman kannalta merkittävää informaatiota, mutta suuntaa antavana indikaattorina se osoittaa, että suomalaisten Helsingin pörssissä noteerattujen yhtiöiden pisteet painottuvat pistetaulukon korkeammalle puoliskolle.

Tutkimuksessa mukana olleet yhtiöt jakautuvat melko tasaisesti, kun ne ryhmitellään niiden pisteanalyysissä saamien pisteiden perusteella. Luokat ovat 0, 1–3, 4–6, 7–9, 10–12 ja 13–14 pistettä. Suurin luokka on 10–12 pistettä, johon kuuluu 36 yhtiötä eli 29,3 % kaikista mukana analyysissä olleista yhtiöistä. Toiseksi suurin luokka on 7–9 pistettä 23 yhtiöllä, mikä on 18,7 % kaikista yhtiöistä. Muut luokat ovat lähes samankokoisia ja niissä on jokaisessa yhtiöitä 14–18 kappaletta. Pienin luokista on 0 pisteen luokka, jossa on aiemmin mainittu 14 yhtiötä. Maksimipistemäärän eli 14 pistettä sai 10 yhtiötä. Tätä kaikkien yhtiöiden jakautumista eri pisteluokkiin on kuvattu kuviossa 7. Vaaka-akselilla on edellä kuvatut pisteluokat ja pystyakselilla lukumäärä.



**Kuvio 7** Suomalaisten pörssiyritysten jakautuminen pisteanalyysin pisteiden perusteella

Kun pisteitä saaneet 109 yhtiötä jaetaan kolmeen kolmannekseen saatujen pisteiden perusteella, on suurimpien pisteiden kolmanneksessa 36 yhtiötä, keskimmaisessä kolmanneksessa 37 yhtiötä ja alimpien pisteiden kolmanneksessa myös 36 yhtiötä. Alimman

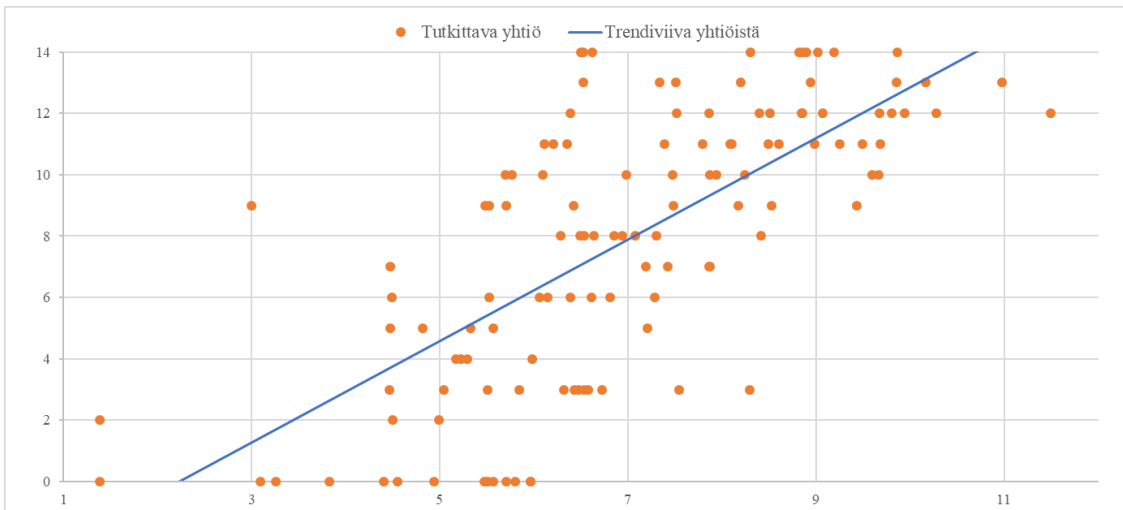
kolmanneksen yhtiöiden keskimääräinen pistemäärä on 4,4 pistettä ja keskimääräinen henkilöstömäärä on 738. Nämä yhtiöt raportoivat yleisesti lakisääteisen selvityksen muista kuin taloudellisista tiedoista tai muun lyhyen yhteiskuntavastuuseelvityksen, jotka sisältävät yleisimmin sosiaalisen ja ekologisen vastuun.

Keskimmäisen kolmanneksen pistekeskiarvo on 9,4 ja henkilöstön keskimääräinen koko on 3 660 henkilöä. Tämän kolmanneksen kohdalla huomataan, että yhteiskuntavastuuraporttien sisältö laajenee. Alimman kolmanneksen yhtiöiden julkaisemien tietojen lisäksi keskimmäisen kolmanneksen yhtiöt raportoivat enenevässä määrin GRI-viitekehityksen mukaisesti, raportoivat toimistaan YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden saavuttamiseksi sekä sisällyttävät yhteiskuntavastuuraportteihinsa olennaisuusanalyysseja ja arvonluontimalleja. Sosiaalisen ja ekologisen vastuun lisäksi taloudellisesta vastuusta raportointi on yleisempää kuin alimman kolmanneksen yhtiöillä.

Ylimmän kolmanneksen yhtiöillä pisteanalyysistä saatujen pistemäärien keskiarvo on 12,6. Näiden yhtiöiden keskimääräinen henkilöstömäärä on 11 691. Ylimmän kolmanneksen yhtiöiden kohdalla yhteiskuntavastuuraporttien sisältö laajenee entisestään verrattuna keskimmäisen kolmanneksen yhtiöihin. Tästä myös huomataan, että henkilöstömäärältään suuremmat yhtiöt raportoivat yhteiskuntavastuustaan laajemmin. Tämä voidaan nähdä myös, kun ryhmitellään tutkittavat yhtiöt henkilöstömäärien mukaan ja vertaillaan niiden pistemääriä. Henkilöstömäärien mukaan tehtävät ryhmittelyt ovat 0–500, 500–1 000, 1 000–5 000 sekä yli 5 000 henkilö työllistävät yhtiöt. Nämä ryhmittelyt on valittu, jotta on saatu selkeät rajat henkilömäärille sekä kaikista ryhmistä suurin piirtein yhtä suuret. Henkilöstömäärinä on tässä käytetty yhtiöiden julkaisemia tietoja täysiksi henkilötyövuosiksi muunnettuja tilikauden keskimääräisiä työntekijämääriä.

0–500 henkilöä työllistäviä yhtiöitä on tutkimuksessa mukana 43. Niihin kuuluu kaikki nollan pisteen yhtiöt, joita on 14. Niiden pois laskemisen jälkeen jäljellä on 29 yhtiötä ja pistekeskiarvo on 6,0. Yhtiöitä, jotka työllistävät 500–1 000 henkilöä on 21 kappaletta ja niiden keskimääräinen pistemäärä on 7,8. 1 000–5 000 henkilöä työllistäviä yhtiöitä on 32 ja näiden pisteanalyysin tulosten keskiarvo on 9,4. Yli 5 000 henkilöä työllistävien yhtiöiden ryhmä sisältää 27 yhtiötä ja näiden keskimääräinen pistemäärä pisteanalyysissä on 12,0. Tästä nähdään yhteys yhteiskuntavastuuraporttien laajuuden sekä yhtiön henkilöstömääräisen koon välillä. Tätä voivat selittää yhtiöiden toimiminen monilla markkina-alueilla tai suurempien yhtiöiden laajemman näkyvyyden tuoma julkinen paine raportoida laajemmin yhteiskuntavastuusta.

Yhtiön henkilöstömäärän ja yhtiöiden pisteanalyysissä saamien pistemäärien suhdetta on kuvattu kuviossa 8. Kuvion pisteet kuvastavat yksittäisiä tutkittavia yhtiöitä ja kuviossa on esitettyä kaikki suomalaiset Helsingin pörssissä noteeratut yhtiöt. Pystyakseli vastaa yhtiön saamaa pistemäärää ja vaaka-akseli henkilömäärää. Vaaka-akselin henkilömäärä on kuviossa logaritminen, jotta kuvion informatiivisuus olisi parempi. Tutkittavien yhtiöiden henkilöstömäärät vaihtelevat paljon (4–98 300), joten niiden saaminen visuaalisesti selkeästi yhteen kuvion on hankalaa. Henkilömäärien muuttaminen logaritmisiksi toteutettiin ottamalla jokaisen yhtiön vuoden 2019 keskimääräisestä työntekijämäärästä luonnollinen logaritmi. Yhtiöitä kuvaavien pisteiden lisäksi kuviossa on lineaarinen trendiviiva, joka tuo esille havaintoa, että henkilömäärän kasvaessa myös yhtiöiden pistemäärät nousevat eli niiden yhteiskuntavastuuraportit laajenevat.



**Kuvio 8 Suomalaiset pörssiyhtiöt pistemäärän ja henkilöstömäärän suhteessa**

Seuraavaksi toteutetaan henkilöstömäärän perusteella tehdyn vertailun kanssa samanlainen yhtiöiden liikevaihtoon perustuva vertailu. Liikevaihtojen vertailussa käytetään muun tiedon tavoin vuoden 2019 tietoja ja liikevaihtotiedot on otettu yhtiöiden omista raporteista. Kuten edellä henkilöstömäärän kanssa, liikevaihdonkin kohdalla yhtiöt luokitellaan ryhmiin liikevaihdon perusteella.

Ryhmittelyssä luotiin 6 liikevaihdon ryhmää, jotka olivat alle 50 miljoonaa euroa, 50–100 miljoonaa euroa, 100–250 miljoonaa euroa, 250–750 miljoonaa euroa, 750–2 500 miljoonaa euroa ja yli 2 500 miljoonaa euroa. Nämä luokat on valittu sen vuoksi, jotta saataisiin kaikki 123 yhtiötä jaettua tasaisesti eri luokkiin.

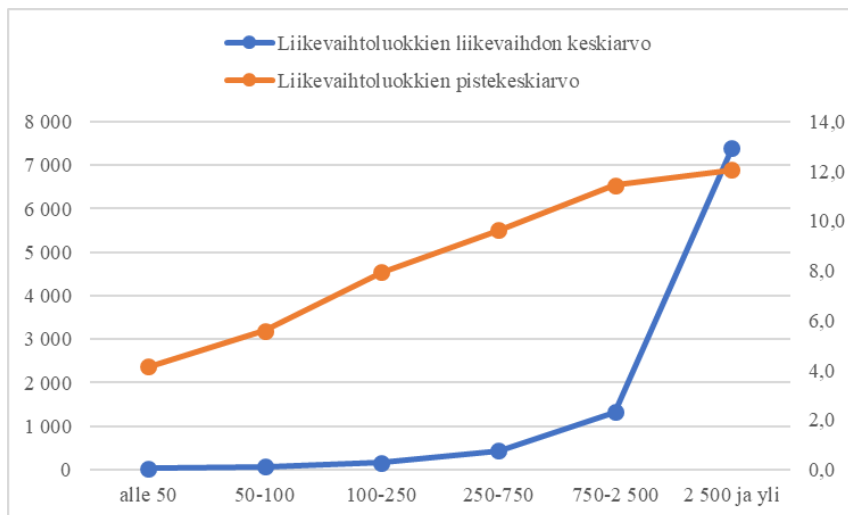
Ensimmäinen luokka sisältää yhtiöt, joiden vuoden 2019 liikevaihto oli alle 50 miljoonaa euroa. Näitä on yhteensä 24 kappaletta ja niiden liikevaihto oli keskimäärin 26,7 miljoonaa euroa. Luokan 24 yhtiöstä 11 ei raportoi lainkaan yhteiskuntavastuustaan eli

saivat pisteanalyysin pisteytyksessä nolla pistettä. Loppujen 13 yhtiön saamien pisteiden keskiarvo on 4,2.

Toinen luokka eli yhtiöt, joiden liikevaihto vuonna 2019 oli yli 50 miljoonaa euroa ja alle 100 miljoonaa euroa, sisältää 20 yhtiötä ja näiden yhtiöiden liikevaihto on keskimäärin 68,7 miljoonaa euroa. Tässä luokassa nollan pisteen yhtiöitä on 3. Pisteitä saaneiden yhtiöiden pistekeskiarvo tässä luokassa on 5,6 pistettä. Kaikki 14 yhtiötännä nollan pisteen yhtiöt ovat alimmissa kahdessa luokassa. Nollan pisteen yhtiöiden liikevaihto vaihtelee 300 000 euron ja 60 miljoonan välillä keskimäärin sen ollessa 28,7 miljoonaa euroa.

Kolmas luokka on 18 yli 100 miljoonan ja alle 250 miljoonan euron liikevaihdon omaavan yhtiön muodostama. Tämän luokan yhtiöiden liikevaihto on keskimäärin 163 miljoonaa euroa ja pistemäärän keskiarvo on 7,9. Yli 250 miljoonan ja alle 750 miljoonan euron liikevaihdon luokka sisältää 22 yhtiötä, joiden pistekeskiarvo on 9,6. Toiseksi suurimpien liikevaihtojen luokka on 750 – 2 500 miljoonan euron liikevaihdon luokka. Siihen kuuluu 20 yhtiötä, joiden pistekeskiarvo on 11,5. Viimeiseen eli yli 2 500 miljoonan euron liikevaihdon luokkaan kuuluu 19 yhtiötä. Näiden yhtiöiden pistekeskiarvo on 12,1.

Huomataan, että liikevaihdon ja pisteanalyysissä saadun pistemäärän välillä on samanlainen suhde kuin pistemäärällä ja henkilömäärällä. Eli suuremman liikevaihdon omaavilla yhtiöllä on myös laajempi yhteiskuntavastuuraportointi. Tämäkin voi selittyä sillä, että suuremman liikevaihdon yhtiöt toimivat todennäköisesti laajemmilla markkinoilla ja toiminta on suurempaa eli myös näkyvyys voi olla suurempaa. Kuviossa 9 on esitetty edellä esitetyt liikevaihtoluokat, niiden keskiarvoliikevaihdot ja pistekeskiarvot viivadiagrammina. Vaaka-akselilla on otsikoitu eri liikevaihtoluokat. Vasemmalla pystyakselilla on liikevaihto miljoonina euroina ja oikealla pystyakselilla on yhteiskuntavastuuraportoinnin pistemäärä. Oranssi kuvaaja esittää pistemäärien keskiarvoja eri liikevaihtoluokissa ja sininen kuvaaja esittää liikevaihtoluokkien keskimääräistä liikevaihtoa.



**Kuvio 9 Liikevaihtoluokat sekä niiden liikevaihto- ja pistekeskiarvot**

Kuviossa on yksinkertaistetusti esitetty se, että yrityksen liikevaihdon kasvaessa myös sen yhteiskuntavastuureportoinnin pisteytys kasvaa eli raportit laajenevat sisällöltään raportoitavien asioiden osalta. Yhteiskuntavastuureportit eivät kuitenkaan laajene yhtä nopeasti, kuin liikevaihto kasvaa luokkien välillä. Luokkien pistekeskiarvot kasvavat tasaisesti siirryttäessä pienemmästä liikevaihtoluokasta suurempaan. Pisteanalyseistä voidaan todeta, että suuremmat yhtiöt raportoivat laajemmin yhteiskuntavastuustaan.

Pisteanalyysistä havaitaan, että tutkittavat suomalaiset Helsingin pörssissä noteeratut yhtiöt raportoivat monipuolisesti yhteiskuntavastuustaan, 123 yhtiöstä 109 raportoi jotain ja 14 ei mitään. 109 raportoivan yhtiön pistekeskiarvo on 8,8. Tästä voidaan todeta, että yhtiöt sisällyttävät raportteihinsa keskimäärin 5–7 tutkittavana ollutta yhteiskuntavastuureportin teemaa, kun pistekeskiarvosta vähennetään yleinen yhtiöiden raportoinnin muodosta saama pistemäärä 1–2.

Pisteanalyysin perusteella nähdään myös, että mitä suurempi yhtiö on, sitä laajempaa sen yhteiskuntavastuureportointi on. Tämä esitettiin sekä henkilöstömäärän koon perusteella, että liikevaihdon suuruuden perusteella. Henkilöstömäärän ja yhteiskuntavastuureporttien pisteytyksen suhteesta havaitaan, että alle 1 000 henkilöä työllistävät yhtiöt raportoivat yhteiskuntavastuusta hyvin erilaisesti. Henkilöstömäärän ja yhteiskuntavastuureporttien pistemäärän välillä ei vielä nähdä suurta trendiä, koska samansuuruiset yhtiöt saavat hyvin erilaisia pistemääriä. Kuitenkin yli 1 000 henkilö työllistävien yhtiöiden kohdalla havaitaan selkeästi suhde, jossa yhtiön henkilömäärän kasvaessa myös yhtiöiden pisteet kasvavat eli yhteiskuntavastuureportit laajenevat. Yhtiöiden liikevaihdon suuruuden ja yhteiskuntavastuureporttien pisteiden välillä havaitaan samanlainen yhteys. Yhtiöiden liikevaihdon kasvaessa, niiden yhteiskuntavastuureportit laajenevat.



### 4.2.3 Toimialavertailu

Toimialavertailussa pyritään selvittämään, eroaako eri toimialoilla toimivien yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportointi toisistaan. Toimialakohtaisessa vertailussa käytetään samaa yhtiöiden luokittelua pisteiden perusteella, kuin aiemmin tässä luvussa. Toimialoina on käytetty Nasdaq OMX Helsingin verkkosivuilla esitettyä luokittelua muutamalla poikkeuksella. Ensimmäinen muokkaus toimialajaossa on se, että tuotteet ja palvelut on yhdistetty omaksi toimialaksi sen sijaan, että ne olisivat erillään. Tähän luotuun tuotteet ja palvelut -toimialaan liitetään myös erilliseksi toimialaksi luokitellut kaksi telekommunikaatioyhtiötä, koska ne kuitenkin tarjoavat internetpalveluja eri asiakasryhmille. Lisäksi omiin toimialoihin luokitellut Fortum Oyj (hyödykkeet) ja Neste Oyj (öljy ja kaasu) liitetään tässä tutkimuksessa osaksi teollisuuden toimialaa, koska molemmat yhtiöt voidaan luokitella jalostustoimintansa puolesta teollisuusyhtiöiksi. (ks. Nasdaq OMX Nordic – Listayhtiöt).

Tämä toimialojen tiivistäminen ja muokkaus tehtiin, jotta tutkimuksen toimialavertailussa ei olisi yhden tai kahden yhtiön toimialoja. Näin toimialojen vertailusta voidaan saada informaatiota, koska toimialojen sisäistä ja välistä vertailua ei ole mielekäs tehdä yhden ja kahden yhtiön toimialoilla. Yhtiöt luokitellaan myös toimialoittain samalla tavalla pisteluokkiin kuin edellä vertailtaessa kaikkia yhtiöitä yhtenä kokonaisuutena eli pisteluokkiin 0, 1–3, 4–6, 7–9, 10–12 ja 13–14.

Raaka-ainetoimialaan kuuluu yhteensä seitsemän yhtiötä. Kaikki toimialan yhtiöt saivat pisteitä yhteiskuntavastuuraporttien pisteytyksessä ja yhtiöiden pistekeskisarvo on 10,7. Raaka-ainetoimialan yhtiöt työllistivät keskimäärin 10 300 henkilöä keskimäärin ja niistä pienimmänkin henkilöstömäärän yhtiön vuoden 2019 työntekijämäärä oli 905. Toimialan yhtiöt kuuluvat siis yhtä lukuun ottamatta pisteanalyysissä käytetyn henkilöstöluokittelun ylempään puoliskoon. Raaka-ainetoimialan yhtiöiden jakautumisesta pisteluokkiin ei pysty tarkempaa analyysiä tekemään, koska yhtiöitä on vain seitsemän. Huomattavaa on kuitenkin, että viisi yhtiötä eli hieman yli 70 % sai 10 pistettä tai enemmän. Toimialan yhtiöihin kuuluvat muun muassa suomalaiset paperiyhtiöt. Ne ja muut toimialan yhtiöt ovat paljon tekemisissä luonnonvarojen kanssa, joten laajempi yhteiskuntavastuullinen raportointi on perusteltua.

Rahoitustoimialaan kuuluu 18 yhtiötä. Rahoitustoimialan yhtiöiden pistemäärät ovat hajaantuneet tasaisesti eri pisteluokkiin. Nollan pisteen yhtiöitä tällä toimialalla on kaksi ja pisteitä saaneita, mutta alle viiden pisteen yhtiöitä on viisi. Yli kymmenen pisteen

yhtiöitä on kuitenkin neljä, joista kaksi sai maksimipistemäärän 14. Toimialan pisteitä saaneiden yhtiöiden pistekeskisarvo on 7,6 ja kaikkien toimialan yhtiöiden pistekeskisarvo on 6,8. Rahoitustoimiala sisältää alle 100 henkilön sijoitusyhtiöitä, jotka raportoivat hyvin suppeasti sekä suuria pankkikonserneja, joiden yhteiskuntavastuuraportit ovat kattavia. Rahoitustoimialan yhtiöt eivät kuluta luonnonvaroja kuten suuret teollisuusyhtiöt. Siitä huolimatta 12 toimialan yhtiötä raportoivat myös ekologisesta vastuusta.

Tuotteet ja palvelut -toimiala sisältää 30 yhtiötä, jotka ovat muun muassa mediataloja, elintarvikeyhtiöitä, kulutushyödykeyhtiöitä sekä erilaisia palveluyhtiöitä. Kaikki toimialan yhtiöt saivat pisteitä yhteiskuntavastuuraporttien pisteytyksessä. Toimialan pistekeskisarvo on 9,8. Yhtiöt jakautuvat muuten tasaisesti pisteluokkiin, mutta 10–12 pisteen luokka on selvästi suurin 13 yhtiöllä, mikä on noin 43 % kaikista toimialan yhtiöistä. Toimialan pistejakauma eroaa hieman kaikkien yhtiöiden pistejakaumasta, koska toimialan yhtiöiden pistemäärät painottuvat yli kymmeneen pisteeseen. Yli kymmenen pisteen yhtiöitä toimialalla on 19 eli lähes 2/3 kaikista toimialan yhtiöistä. Tämä näkyy myös toimialan pistekeskisarvossa, joka on merkittävästi suurempi kuin kaikkien yhtiöiden keskiarvo 7,8 ja myös suurempi kuin kaikkien pisteitä saaneiden yhtiöiden keskiarvo 8,8.

Teollisuustoimiala on suurin toimialoista. Siihen kuuluu 43 yhtiötä eli yli 1/3 kaikista tutkittavista yhtiöistä. Sen vuoksi myös teollisuustoimialan yhtiöiden pistejakauma on hyvin samanlainen kuin kaikkien tutkittavien yhtiöiden jakauma. Toimialan pistekeskisarvokin on sama kuin kaikkien pisteitä saaneiden yhtiöiden keskiarvo eli 8,8. Toimialan yhtiöiden pistemäärät jakautuvat tasaisesti eri luokkiin muuten, mutta 10–12 pisteen luokka on muita suurempi 13 yhtiöllä, mikä on 30 % kaikista toimialan yhtiöistä.

Tutkielmassa käytettävään teollisuustoimialaan kuuluu monipuolisesti erilaisia ja erisuuruisia yhtiöitä. Siihen kuuluu rakennusyhtiöitä, elektroniikkayhtiöitä ja energiayhtiöitä. Tämän vuoksi toimialan pisteet ja pistejakaumat ovat hyvin samankaltaisia, kuin kaikkien yhtiöiden. Teollisuustoimiala myös noudattaa samaa yhteiskuntavastuuraportin laajuuden eli pisteytyksen ja yhtiön suuruuden yhteyttä. Teollisuustoimiala on kokonaisuudessaan hyvin koko tutkittavaa yhtiökokonaisuutta kuvaileva otos.

Teknologiatoimialan 18 yhtiön pistejakauma eroaa kaikkien yhtiöiden sekä monen muun toimialan pistejakaumasta. Huomattavaa on, että puolet kaikista toimialan yhtiöistä sai 0–3 pistettä. Näistä vielä kuusi eli 1/3 kaikista toimialan yhtiöistä sai nolla pistettä, mikä on suurin nollan pisteen yhtiöiden määrä kaikista toimialoista. Suuri nollan pisteen yhtiöiden määrä näkyy myös toimialan yhtiöiden pistekeskisarvoissa. Kaikkien toimialan yhtiöiden pistekeskisarvo on 4,8 ja pisteitä saaneiden yhtiöiden pistekeskisarvo 7,3. Nämä

ovat alhaisimmat kaikista toimialoista. Toimialalla on kuitenkin myös korkeita pisteitä saaneita yhtiöitä. Nämä ovat henkilöstömäärältään myös toimialan suurimpia. Muuten yhtiöt ovat pienempiä alle 1 000 henkilön yhtiöitä, mikä osaltaan selittää yhtiöiden pistemääriä ja sitä kautta koko toimialan alhaisinta pistekeskisarvoa, joten teknologiatoimialakin noudattaa aiemmin osoitettua suhdetta yrityksen koon ja sen pisteytyksen välillä.

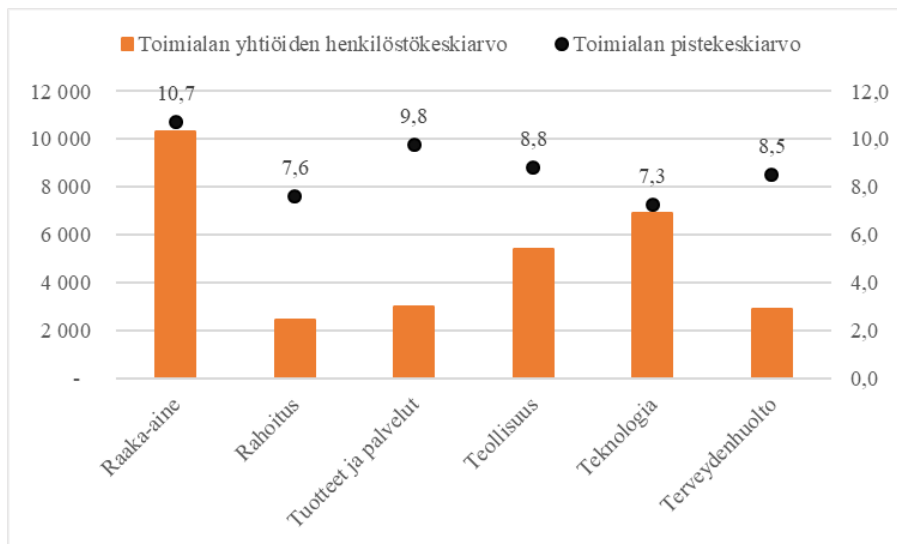
Terveystoimialan yhtiöitä tutkimuksessa on seitsemän. Niiden pistejakauma noudattaa myös kaikkien yhtiöiden vastaavaa jakaumaa pistemäärien painottuessa luokkaan 10–12 pistettä. Huomattavaa on, että yksikään terveystoimialayhtiö ei saanut yli 12 pistettä yhteiskuntavastuuraporttien pisteytyksessä. Koko toimialan pistekeskisarvo oli 8,5 eli lähellä kaikkien yhtiöiden keskiarvoa, mutta toimialan yhtiöiden pienen lukumäärän vuoksi ei keskiarvosta tai pistejakaumasta voi tehdä suuria johtopäätöksiä. Terveystoimialan yhtiöiden pisteistä voidaan havaita kuitenkin suuntaa antavasti, että yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportit noudattavat aiemmin esitettyä yhtiön koon ja raportin laajuuden välistä suhdetta. Terveystoimialan yhtiöistä myös henkilöstömäärältään suuremmat raportoivat laajemmin, kuin pienemmät.

Toimialavertailussa on yhdistetty edellä olleet yhteiskuntavastuuraporttien sisällön analyysi ja pisteanalyysi. Toimialojen pistekeskisarvoista nähdään alustavasti, miten yhteiskuntavastuuraporttien sisältöjen laajuus vaihtelee. Mitä suurempi pistemäärä, sitä laajempi raportti. Tarkemmassa toimialojen välisessä yhteiskuntavastuuraporttien sisällön vertailussa nähdään miten pisteanalyysin eri osa-alueita eli yhteiskuntavastuuraporttien sisällön kategorioita käytetään eri toimialoilla. Yhtiöiden yhteiskuntavastuuraporttien sisältöjen toimialakohtainen vertailu suoritettiin tutkimalla raporttien sisällön analyysissäkin käytettyä teemojen esiintymistä ja niitä vertailtiin toimialoittain. Toimialakohtaisessa sisältövertailussa oli mukana sisältökategoriat GRI, olennaisuusanalyysi, arvonluontimalli, sidosryhmäsuhteet, YK:n kestävän kehityksen tavoitteet ja triple bottom line -näkökulman osa-alueet. Tässä vertailussa havaitaan, että raaka-ainetoimialan yhtiöt raportoivat suhteessa laajimmin ja teknologiatoimialan yhtiöt suppeimmin yhteiskuntavastuutaan. Tämä havaittiin myös toimialojen pistekeskisarvoissa.

Raaka-ainetoimialan yhtiöt raportoivat suhteellisesti eniten kaikkien sisältökategorioiden kohdalla paitsi sidosryhmäsuhteista ja taloudellisesta vastuusta, joita esiintyi suhteellisesti eniten tuotteet ja palvelut -toimialan yhtiöiden raporteissa. Näiden kahden toimialan yhtiöt saivat myös keskimäärin suurimmat pisteet yhteiskuntavastuuraporttien pisteytyksessä, mikä viittaa raporttien laajuuteen. Kaikki raaka-ainetoimialan yhtiöt sisällyttivät raportteihinsa sosiaalisen ja ekologisen vastuun osa-alueet, mutta vain 42,9 %

raportoivat taloudellisesta vastuusta, mikä on kaikista toimialoista toiseksi alhaisin. Myös yli 90 % tuotteet ja palvelut -toimialan yhtiöistä raportoivat sosiaalisesta ja ekologisesta vastuusta. Taloudellisesta vastuusta raportoi 73 % toimialan yhtiöistä ja tämä on suurin lukema kaikista toimialoista.

Toimialavertailussa havaittuja tuloksia on esitetty kuviossa 10. Kuviossa on esitetty toimialojen sisäiset henkilöstökeskiarvot ja pisteanalyysin pistekeskiarvot. Henkilöstön keskiarvoa kuvataan pylväsdiagrammilla ja se on vasemmalla pystyakselilla. Pisteet diagrammissa ovat oikealla pystyakselilla ja ne kuvaavat toimialojen pistekeskiarvoja. Niiden lukuarvot on myös esitetty diagrammissa. Kuvioista havaitaan, että toimialoja vertailtaessa yhtiön henkilöstömäärällä ja yhteiskuntavastuuraporttien laajuudella ei olisi niin selkeää yhteyttä, kuin pisteanalyysissä havaittiin.



**Kuvio 10 Toimialojen henkilöstö- ja pistekeskiarvot**

Kuten pisteanalyysistä nähdään, keskimääräisesti suppeimmat raportit ovat teknologia-toimialan yhtiöillä. Tämä havaitaan myös toimialojen välisessä sisältövertailussa. Yhteiskuntavastuuraporttien sisältökategorioista on raportoitu suhteellisesti vähiten teknologia-toimialan yhtiöiden toimesta. Esiintymisprosentit ovat pienimmät kaikkien muiden sisältökategorioiden kohdalla paitsi olennaisuusanalyysissä, jota on käytetty vähiten terveydenhuoltoyhtiöissä.

Toimialojen vertailussa havaitaan, että teknologiatoimialalla yhteiskuntavastuuraportointi on suppeinta ja raaka-ainetoimialalla laajinta. Toimialojen välisessä vertailussa havaitaan, että yhtiöiden koolla ja niiden yhteiskuntavastuullisuuden pisteytyksellä ei olisikaan yhteyttä, koska toimialojen pistekeskiarvoissa ja henkilöstömäärien keskiarvoissa ei nähdä suoraa yhteyttä. Esimerkiksi pienimmän pistekeskiarvon omaava

teknologiatoimiala on henkilöstökeskiarvoltaan toiseksi suurin. Kuitenkin suurimman pistekeskiarvon omaavalla raaka-ainetoimialalla on myös suurin henkilöstömäärän keskiarvo. Toimialojen sisäisissä vertailuissa myös yhtiön suuruudella ja pistemäärällä löydetään yhteys, jonka mukaan suuremmat yhtiöt raportoivat laajemmin eli saavat suurempia pisteitä.

Toimialojen pistejakaumat ovat kaikkien yhtiöiden pistejakauman kanssa samankaltaisia lukuun ottamatta rahoitustoimialaa ja teknologiatoimialaa. Niiden pistekeskiarvotkin ovat pienimmät, joten pistejakaumatkin siksi eroavat muista toimialoista. Rahoitustoimialan yhtiöt jakautuvat eri pisteluokkiin hyvin tasaisesti. Teknologiatoimialalla yhtiöiden pisteet painottuvat 0 pisteen luokkaan ja 1–3 pisteen luokkaan. Muiden toimialojen pistejakaumat ovat samankaltaisia kaikkien yhtiöiden jakaumaan verrattuna eli yhtiöiden pisteet painottuvat luokkaan 10–12 pistettä ja muuten jakautuvat tasaisesti eri luokkiin.

Tarkempaa toimialojen pistejakaumien ja niiden erojen syitä ei tässä tutkielmassa etsitä, koska olennaista on tutkia vain yhtiöiden keinoja raportoida ja raporttien laajuutta. Todetaan vain, että yhtiön koko ja toimiala vaikuttavat raportoinnin laajuuteen. Suuremmat yhtiöt kohtaavat suurempaa näkyvyyttä ja julkista painetta, mitkä saattavat saada yhtiöt raportoimaan laajemmin. Lisäksi paljon luonnonvaroja hyödyntävät yhtiöt saattavat raportoida laajemmin ympäristövaikutuksistaan tai kehitysmaissa toimivat yhtiö sosiaalisesta vastuusta laajemmin.

### 4.3 Analyysin tulokset ja niiden testaus

Pisteanalyysissä ja toimiala-analyysissä saadut tulokset ja niiden merkitsevyys tarkistetaan regressioanalyysillä. Regressioanalyysi on menetelmä, jolla tarkistetaan tiettyjen valittujen muuttujien keskinäistä suhdetta ja tilastollista merkitsevyyttä. Sen avulla voidaan selvittää myös trendejä tutkittavasta datasta. (Glen 2020.) Regressioanalyysi toteutettiin RStudio-ohjelmalla. Regressioanalyysiä varten tutkimuksen muuttujista koostettiin regressioyhtälö:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7,$$

jossa selitettävä muuttuja  $Y$  on yhtiön pisteanalyysissä saama pistemäärä ja  $\alpha$  on vakio. Vakiotermin  $\alpha$  sisältää vakioarvon lisäksi perustilanteen dummy-muuttujan regressiokerroimen. Tässä tapauksessa perustilanteena on raaka-ainetoimiala eli muiden toimialojen regressiokerroimet on esitetty suhteessa raaka-ainetoimialaan. Kerroin  $\beta_n$  on jokaisen selittävän muuttujan regressiokerroin ja  $X_n$  on selittävä muuttuja.  $X$ -muuttujat ovat

pisteanalyysissä ja toimiala-analyysissäkin käytettyjä muuttujia.  $X_1$  on yhtiön henkilöstön koko ja  $X_2$  yhtiön liikevaihdon suuruus.  $X_3$  on rahoitustoimialan dummy-muuttuja. Se saa arvon 1 rahoitustoimialan yhtiöille ja muiden yhtiöiden kohdalla arvon 0. Muuttujat  $X_4$ ,  $X_5$ ,  $X_6$  ja  $X_7$  ovat myös dummy-muuttujia ja vastaavat muita tutkimuksen toimialoja siten, että  $X_4$  vastaa teknologiatoimialaa,  $X_5$  vastaa teollisuustoimialaa,  $X_6$  terveydenhuoltoalaa ja  $X_7$  vastaa tuotteet ja palvelut -toimialaa. Kun empiirinen data syötetään RStudio-ohjelmaan, saadaan muuttujille kertoimet ja regressioyhtälö muotoon:

$$Y = 8,27 + 5,737e^{-5}X_1 + 3,777e^{-4}X_2 - 2,029X_3 - 4,384X_4 - 1,403X_5 - 1,392X_6 + 0,9467X_7.$$

Yhtälöstä nähdään, että henkilöstön suuruus ja liikevaihdon suuruus vaikuttavat positiivisesti yhtiön pistemäärään, koska muuttujien kertoimet ovat positiivisia. Kertoimet ovat kuitenkin hyvin pieniä eli muuttujien vaikutus on pieni. Dummy-muuttujien  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$ ,  $X_6$  ja  $X_7$  kertoimista nähdään, että verrattuna kaavan perustilanteen eli raaka-ainetoimialojen yhtiöihin, muiden toimialojen yhtiöiden pistemäärät ovat pienempiä. Poikkeuksena tuotteet ja palvelut -toimialan regressiokerroin.

Tämän yhtälön regressiolla saadut tulokset on esitetty taulukossa 5. Taulukossa on esitetty jokaisen muuttujan regressiokerroin, jokaisen muuttujan t-arvo sekä jokaisen muuttujan merkitsevyystaso. Muuttujatietojen lisäksi taulukossa 5 on esitetty koko mallin selitysaste, F-testi sekä estimaatin keskivirhe. Regressiokerroimet ovat yhtälössä käytetyt vakion arvo sekä muuttujien kertoimet. Muuttujien t-arvo on t-testin tuloksena saatu arvo, joka kertoo, voiko muuttujan kerrointa pitää tilastollisten kriteerien perusteella nolasta poikkeavana. Tällä pyritään selvittämään, onko selittävällä muuttujalla vaikutusta selitettävään muuttujaan eli eroavatko selittävät muuttujat merkitsevästi nolasta. T-testin merkitsevyystaso eli p-arvo kuvaa todennäköisyyttä, että t-arvo on yhtä suuri tai suurempi, kuin havaittu. Tämä luku kertoo, eroaako vakio ja muuttujat tilastollisesti merkitsevästi nolasta. Merkitsevyystasot voidaan valita vapaasti, mutta yleisimmin käytettyjä merkitsevyystasoja ovat 0,05 (5 %), 0,01 (1 %) ja 0,001 (0,1 %). Sanallisesti nämä voidaan kuvata termeillä melkein merkitsevä (0,05), merkitsevä (0,01) tai erittäin merkitsevä (0,001). Yleinen esitystapa eri merkitsevyystasoille on tähtimerkintä. Tällöin 5 %:n merkitsevyystasolla eli melkein merkitsevillä muuttujilla on yksi tähti (\*), 1 %:n merkitsevyystasolla eli merkitsevillä muuttujilla on kaksi tähteä (\*\*) ja 0,1 %:n merkitsevyystasolla eli erittäin merkitsevillä muuttujilla on kolme tähteä (\*\*\*). (KvantiMOTV 2003; 2008.)

Koko regressiomallin onnistuneisuutta kuvaavat selitysaste, F-testi ja estimaatin keskivirhe. Selitysaste kertoo, kuinka paljon regressioanalyysin selittävät muuttujat pystyvät selittämään selitettävän muuttujan vaihtelusta. Se saa arvon 0:n ja 1:n välillä ja arvo kuvaa prosenttiosuutta. F-testi taas kertoo, pystytäänkö regressioanalyysin selittävillä muuttujilla ylipäättään selittämään selitettävää muuttujaa. Selitysasteen ja F-testin arvon kohdalla mitä suurempi arvo on, sitä parempi mallin luotettavuuden kannalta. Estimaatin keskivirhe kertoo regressiomallissa esiintyvien virhetermien keskihajonnan. (KvantiMOTV 2008.)

### Taulukko 5 Regressioanalyysin tulokset

	Regressiokerroin	t-arvo	Merkitsevyystaso	p<t
Vakiotermi + perustilanne	8,270	5,358	0,000000438	***
Henkilöstö	0,00005737	1,010	0,3148	
Liikevaihto	0,0003777	1,888	0,0616	
Rahoitustoimialan dummy-muuttuja	-2,029	-1,161	0,248	
Teknologiatoimialan dummy-muuttuja	-4,384	-2,480	0,0146	*
Teollisuustoimialan dummy-muuttuja	-1,403	-0,872	0,385	
Terveystoimialan dummy-muuttuja	-1,392	-0,665	0,5075	
Tuotteet ja palvelut -toimialan dummy-muuttuja	0,9467	0,570	0,5696	
Selitysaste	0,3092			
F-testi	7,352		0,0000002762	***
Estimaatin keskivirhe	3,781			

Regressiomallin selitysaste 0,3092 kertoo, että mallissa käytetyt selittävät muuttujat selittävät yhtiön pistemäärän eli yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuden vaihtelusta 30,92 %. Tämä on melko vähän, mutta ei kuitenkaan yllättävää, koska yhtiön ratkaisuihin yhteiskuntavastuuraportoinnin suhteen vaikuttaa todella paljon enemmän asioita, kuin tässä tutkimuksessa tutkitut muuttujat. F-testin arvo on sitä parempi, mitä korkeampi se on. Tämän mallin osalta se on 7,352. F-testin merkitsevyystason matala taso ( $p < 0,001$ ) kertoo, että tämä on tilastollisesti merkitsevä eli mallin muuttujilla pystytään selittämään yhtiöiden pistemäärän vaihtelua. Estimaatin keskivirhe 3,781 kertoo mallin virhetermien keskihajonnasta. Mitä suurempi se on, sitä pienempi on regressiomallin selitysvoima. Luku on itsessään melko pieni, mutta suhteutettaessa selitettävän muuttujan vaihteluväliin 0–14, arvo on melko suuri. Se kertoo selitysasteen tavoin, että malli selittää vain pienemmän osan muuttujan vaihtelusta ja tuo esille, että yhtiön yhteiskuntavastuuraportoinnin pistemäärään vaikuttaa useampi muuttuja kuin mallissa on huomioitu.

Taulukosta 5 nähdään, että raaka-ainetoimialan dummy-muuttuja puuttuu taulukoinista. Tämä johtuu siitä, että se on huomioitu vakiotermissä perustilanteena. Eli

vakiotermin sisältää vakion arvon sekä raaka-ainetoimialan dummy-muuttujan arvon ja muiden toimialojen regressiokerroin kuvaa suhdetta raaka-ainetoimialaan. Regressiomallin tapa luoda perustilanne on välttämätön multikollinearisuuden välttämiseksi. Toimialamuuttujien regressiokertoimista voidaan tulkita, että toimialalla olisi vaikutusta yhtiön yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen, koska toimialamuuttujien regressiokertoimet vaihtelevat -4,384 ja 0,9467 välillä. Kuitenkin merkitsevyystasoa analysoitaessa havaitaan, että nämä vaikutukset eivät ole merkitseviä lukuun ottamatta teknologiatoimialaa sekä perustilannetta eli vakiotermin ja raaka-ainetoimialan dummy-muuttujan yhdistelmää. Perustilanne kuvaa raaka-ainetoimialan vaikutusta yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen ja sen merkitsevyystaso kuvaa raaka-ainetoimialan muuttujan merkitsevyyttä. Siitä nähdään, että raaka-ainetoimialan muuttuja on tilastollisesti erittäin merkitsevä, koska sen merkitsevyystaso on vähemmän kuin 0,001.

Teknologiatoimialan kohdalla muuttujan vaikutus on melkein merkitsevä ( $p < 0,05$ ), mutta merkitsevyystaso (0,0146) on kuitenkin lähempänä merkitsevää (0,01), kuin melkein merkitsevää (0,05). Teknologiatoimialan regressiokertoimestakin (-4,384) voidaan tulkita, että sillä on suurin negatiivinen vaikutus tässä tutkimuksessa mukana olleista toimialoista eli kyseisen toimialan yhtiöt raportoivat suppeimmin yhteiskuntavastuustaan. Regressiokertoimesta nähdään myös, että vaikutus yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen on negatiivinen. Teknologiatoimialan regressiokertoimen ja merkitsevyystason myötä voidaan todeta, että teknologiatoimialalla on yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuutta pienentävä vaikutus ja tämä vaikutus on tilastollisesti melkein merkitsevä.

Muiden toimialamuuttujien osalta taulukon 5 regressiokertoimista voidaan tulkita, että niilläkin olisi vaikutusta selitettävään muuttujaan eli yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen. Taulukosta nähdään, että vaikutukset olisivat myös kohtalaisia, sillä selitettävä muuttuja vaihtelee 0 ja 14 välillä, kun toimialamuuttujien regressiokertoimet ovat -2,029 ja 0,9467 välillä. Muuttujien merkitsevyystasoista kuitenkin nähdään, että niiden vaikutukset eivät ole tilastollisesti merkitseviä. Toimiala-analysissä havaittiin, että toimialojen välillä on pientä eroavaisuutta yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnissa, mutta suurta eroa ei havaittu. Nämä tulokset viittaavat myös siihen, että yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen vaikuttaa todella moni muukin asia, kuin tässä tutkielmassa käytetyt selittävät muuttujat.

Henkilöstön kokoa ja liikevaihdon suuruutta kuvaavien muuttujien osalta taulukosta 5 nähdään, että niiden vaikutus selitettävään muuttujaan on hyvin pieni, koska niiden regressiokertoimet ovat hyvin pienet 0,00005737 ja 0,0003777. Näiden muuttujien



merkitsevyystasoista havaitaan, että ne eivät ole tilastollisesti merkitseviä. Liikevaihtomuuttujan merkitsevyystaso on kuitenkin hyvin lähellä melkein merkitsevää tasoa eli 5 %. Eli, jos merkitsevyystasoksi olisi valittu esimerkiksi 7,5 %, olisi liikevaihdon suuruuden muuttuja tilastollisesti melkein merkitsevä. Tässä tutkimuksessa kuitenkin valittiin merkitsevyystasoiksi 5 %, 1 % ja 0,1 %, joten liikevaihdon muuttuja ei ole tilastollisesti merkitsevä. Tässä kohtaa tuodaan esille vain se, että muuttujan merkitsevyys on hyvin lähellä vaadittua tasoa. Pisteanalysissä havaittiin yhteys henkilöstön koon tai liikevaihdon suuruuden ja yhtiön pistemäärän välillä. Tämä yhteys ei kuitenkaan ole tilastollisesti merkitsevä, mikä korostaa myös edellä esitettyä, että yhtiön yhteiskuntavastuuraportointiin vaikuttaa paljon muitakin tekijöitä, kuin henkilöstön koko, liikevaihdon suuruus ja toimiala. Kuitenkin aiemmissa tutkimuksissa on havaittu, että yhteys yhtiön koolla ja yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuudella löytyy (ks. esimerkiksi Giannarakis 2014).

Regressioanalyysin tulosten tukemiseksi selvitettiin mallissa käytettyjen muuttujien väliset korrelaatiot. Nämä korrelaatiot on esitetty korrelaatiomatriisissa taulukossa 6. Matriisista nähdään, että yhtiön henkilöstön koon ja liikevaihdon välillä on voimakas korrelaatio eli arvo on 0,837. Tämä voimakas positiivinen korrelaatio tarkoittaa, että usealla tutkimuksen yhtiöotoksen yhtiöistä, joilla henkilöstön koko on suuri, myös liikevaihto on suuri. Tämä ei ole yllättävää. Korrelaatio ei kuitenkaan ole täydellinen (1 tai -1), joten myös poikkeuksia henkilöstön koon ja liikevaihdon suuruuden yhteydellä on.

**Taulukko 6 Regressioanalyysin muuttujien korrelaatiomatriisi**

Korrelaatio	Henkilöstö	Liikevaihto	Rahoitus	Raaka-aine	Teknologia	Teollisuus	Terveystenhoolto	Tuotteet ja palvelut
Henkilöstö	1,000							
Liikevaihto	0,837	1,000						
Rahoitus	-0,084	-0,054	1,000					
Raaka-aine	0,121	0,257	-0,102	1,000				
Teknologia	0,079	-0,002	-0,171	-0,102	1,000			
Teollisuus	0,043	0,020	-0,304	-0,180	-0,304	1,000		
Terveystenhoolto	-0,041	-0,062	-0,102	-0,060	-0,102	-0,180	1,000	
Tuotteet ja palvelut	-0,088	-0,082	-0,235	-0,140	-0,235	-0,416	-0,140	1,000

Toinen esille nostettava, mutta ei myöskään yllättävä tulos, on toimialojen välinen korrelaatio. Matriisista nähdään, että kaikkien toimialojen välillä on negatiivinen korrelaatio eli toisen muuttujan arvon kasvaessa, toisen muuttujan arvo pienenee. Tämä on täysin odotettavaa, koska toimialamuuttujat olivat dummy-muuttujia. Tässä tilanteessa korrelaatiomatriisi osaltaan vahvistaa, että alkuperäinen regressiomalli on toteutettu oikein.

Tässä tutkimuksessa regressioanalyysillä varmistettiin alkuperäisen tutkimuksen luotettavuutta ja onnistuneisuutta. Sen lisäksi regressioanalyysin avulla tutkittiin tulosten

paikkaansa pitävyyttä ja merkitsevyyttä. Regressioanalyysin tuloksista nähdään, että suoritettu tutkimus oli kohtalaisen onnistunut. Alhainen selitysaste osoittaa, että selitettävään muuttujan vaikuttaa moni muukin selittävä muuttuja, kuin tässä tutkimuksessa on huomioitu. Tämä on myös tiedostettu koko tutkimuksen ajan. F-testin arvo ja sen tilastollinen merkitsevyys taas osoittavat, että käytetyllä mallilla ja muuttujilla on mahdollista selittää selitettävän muuttujan vaihtelua. Pisteanalyysissä saatiin tulokset, että yhtiön henkilöstömäärä ja liikevaihto vaikuttavat yhtiön yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen. Regressioanalyysin avulla osoitettiin, että henkilöstön koko ja liikevaihdon suuruus osaltaan selittävät yhteiskuntavastuuraportin laajuutta eli yhtiön saamaa pistemäärää, mutta muuttujien vaikutus ei ole tilastollisesti merkitsevää. Tämä johtuu siitä, että selitettävään muuttujaan vaikuttaa todella paljon suurempi joukko selittäviä muuttujia, kuin tässä tutkimuksessa on huomioitu. Lisäksi sitä selittää osaltaan henkilöstön koon ja liikevaihdon korkea korrelaatio.

Toimiala-analyysissä havaittiin, että toimialalla on pientä vaikutusta yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen. Tämä havaitaan myös regressiomallin toimialoja kuvaavien dummy-muuttujien regressiokertoimista taulukossa 5, joissa on eroja. Toimiala-analyysissä havaittiin, että raaka-ainetoimialan yhtiöt raportoivat laajimmin yhteiskuntavastuusta ja teknologiatoimialan yhtiöt suppeimmin. Teknologiatoimialan suppein raportointi näkyy myös sen korkeimpana negatiivisena regressiokertoimena. Raaka-aine- ja teknologiatoimialojen regressiomallin muuttujien regressiokertoimet ovat myös ainoat tilastollisesti merkitsevät. Muiden toimialojen osalta niiden muuttujat eivät ole tilastollisesti merkitseviä.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 5.1 Pohdinta ja johtopäätökset

Yhteiskuntavastuullisuudesta on tullut merkittävä osa yritysten toimintaa. Sillä voi olla vaikutusta yritysten kilpailukykyyn, sitä voidaan käyttää riskienhallintaan ja yhteiskuntavastuullisuus voi avata jopa uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Yritykset eivät voi sivuuttaa yhteiskuntavastuullisuutta sen toimintojen osana ja vastuullisuudesta on tullut jopa edellytys menestyksekkäälle liiketoiminnalle ja pitkän aikavälin tuottavuudelle. (Jussila 2010, 144; Juutinen 2016, 40; Kuisma & Temmes 2011 Knuutisen 2014 mukaan.) Tutkimuksissa on havaittu yhteys yrityksen yhteiskuntavastuullisuuden ja taloudellisen suoriutumisen välillä (ks. esimerkiksi Keskin ym. 2020 tai Wang ja Chen 2017).

Yhteiskuntavastuullisuuden merkityksen kasvua ovat edistäneet yritysten omien motiivien lisäksi useat yritysten sidosryhmät, kuten valtiot, media, aktivistiryhmät ja kuluttajat. Myös sijoittajat ovat edesauttaneet yhteiskuntavastuullisuuden merkityksen kasvamista esimerkiksi eettisellä sijoittamisella. Sidosryhmien kasvanut huomio on muuttanut yrityksille vapaaehtoisen yhteiskuntavastuullisuuden asiaksi, jota yrityksen on kannattavaa harjoittaa. Tämä yhteiskuntavastuullisuuden merkityksen kasvu osana yritysten toimintaa on lisännyt yhteiskuntavastuuraportoinnin määrää ja merkitystä sekä sitä koskevaa ohjeistusta. (Kuisma & Temmes Knuutisen 2014 mukaan; Niskala 2019, 112; PwC 2018.) Yhteiskuntavastuullisuuden merkityksen kasvu näkyy julkaistujen yhteiskuntavastuuraporttien määrän sekä laajuuden kasvussa. Stolowy ja Paugam (2018) havaitsivat, että vuosien 2002 ja 2015 välillä yhteiskuntavastuuraportin julkaisevien yhtiöiden määrä S&P500- ja EuroStoxx 600 -indeksin yhtiöiden keskuudessa kasvoi 5%:sta 80 %:iin. Kasvun taustalla oli sidosryhmien lisäksi yhteiskuntavastuuraportointia koskevan lainsäädännön ja ohjeistusten kasvanut määrä.

Yhteiskuntavastuuraportoinnista on tullut keskeinen osa yritysten yhteiskuntavastuullisuutta, koska se lisää läpinäkyvyyttä ja avoimuutta, jotka ovat olennaisia yhteiskuntavastuun osia. Yhteiskuntavastuuraporteilla on riskienhallinnallinen ja strateginen rooli yhtiön itsensä kannalta. Julkaistavilla yhteiskuntavastuuraporteilla on myös viestinnällinen tarkoitus, sillä niiden avulla esitetään yhtiön tavoitteet, toimet ja saavutukset vastuullisuuden edistämiseksi. (Jussila 2010, 144; Niskala 2019, 110.)

Tässä tutkimuksessa havaittiin, että suomalaisten Helsingin pörssissä noteerattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportointi on melko laajaa, sillä kaikkien tutkittavien 123

yhtiöiden pistekeskisarvo on 7,8 ja raportoivien 109 pistekeskisarvo on 8,8 maksimipistemäärän ollessa 14. Stolowy ja Paugam (2018) havaitsivat tutkimuksessaan, että eurooppalaiset yhtiöt julkaisevat yhdysvaltalaisia yhtiöitä todennäköisemmin yhteiskuntavastuuraportin. Tämän tutkimuksen pisteanalyysin, yhteiskuntavastuuraporttien sisältöanalyysin sekä aiempien tutkimustulosten valossa voidaan ensimmäiseen tutkimuskysymykseen, *miten suomalaiset Helsingin pörssissä listatut yhtiöt raportoivat yhteiskuntavastuustaan*, esittää seuraavanlaiset johtopäätökset. Suomalaiset Helsingin pörssissä noteeratut yhtiöt raportoivat melko laajasti yhteiskuntavastuustaan, kuten Stolowyn ja Paugamin mukaan eurooppalaiset pörssi-yhtiöt yleisestikin. 89 yhtiöstä eli 72,3 % kaikista tutkituista yhtiöistä raportoivat yhteiskuntavastuustaan erillisellä yhteiskuntavastuuraportilla tai osana vuosikertomusta. Näiden kattavasti raportoivien yhtiöiden lisäksi 20 yhtiötä raportoi lyhyesti tai vain viittasivat yhteiskuntavastuullisuuteen julkaisuissaan. 14 yhtiötä eli 11,4 % ei raportoinut lainkaan tai julkaisut mitään yhteiskuntavastuustaan vuonna 2019.

Yhteiskuntavastuuraporttien sisältöanalyysissä havaittiin, että triple bottom line -näkökulman kolme osa-aluetta ovat yleisin raportoitava kokonaisuus. Yhteiskuntavastuuraportteja julkaisseista yhtiöistä lähes 90 % raportoi sosiaalisesta vastuusta sekä ekologisesta vastuusta, jotka ovat merkittävimmät raportoitavat teemat. 65 % yhtiöistä raportoi päästöistä ja energiankulutuksesta osana ekologista vastuuta ja hieman yli puolet raportoi taloudellisesta vastuusta. 48 % raportoivista yhtiöistä raportoi yhteiskuntavastuustaan Global Reporting Initiative -viitekehyksen mukaan. Tässä tutkimuksessa mukana olleet integroidun raportoinnin viitekehyksen mukaiset osa-alueet eli olennaisuusanalyysi, arvonluontimalli ja sidosryhmäsuhteet oli sisällytetty 48 %:ssa raportoivien yhtiöiden julkaisuissa. Vähiten raporteissa esiintynyt tutkittu yhteiskuntavastuun viitekehys oli YK:n kestävän kehityksen tavoitteet, joista raportoi 35 % tutkitavista yhtiöistä. Keskimäärin yhteiskuntavastuullisuudesta raportoivien yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportit sisälsivät 4-7 tutkittua teemaa.

Toiseen tutkimuskysymykseen, *vaikuttaako yhtiön koko yhteiskuntavastuuraportointiin*, haettiin vastauksia pisteanalyysillä ja regressioanalyysillä. Pisteanalyysissä saatujen tulosten perusteella havaittiin yhteys yhtiön koon ja yhteiskuntavastuuraporttien laajuuden välillä (ks. esimerkiksi kuvio 8). Tässä tutkimuksessa se tarkoitti, että henkilöstömäärältään suuremmat ja suuremman liikevaihdon omaavat yhtiöt raportoivat laajemmin yhteiskuntavastuustaan. Nämä havainnot ovat linjassa aiempien tutkimusten kanssa, joissa on havaittu, että yhtiön koolla ja yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuden

välillä on positiivinen yhteys. Näiden lisäksi on esitetty niillä olevan myös positiivinen vaikutus yrityksen taloudelliseen suoriutumiseen (ks. esimerkiksi Giannarakis 2014).

Tämän tutkimuksen regressioanalyysissä havaittiin, että yhtiön koolla liikevaihdon osalta on hyvin pieni vaikutus ja tämä vaikutus ei ole tilastollisesti merkitsevä valitulla merkitsevyystasolla. Liikevaihdon suuruuden muuttujan merkitsevyystaso (0,0616) oli kuitenkin hyvin lähellä valittua melkein merkitsevän tason eli 0,05:n arvoa. Eli toisin valituilla merkitsevyystasoilla tulos olisi ollut merkitsevä. Yhtiön henkilömääräisellä koolla on hyvin pieni vaikutus yhteiskuntavastuureportoinnin laajuuteen ja tämä vaikutus ei ole tilastollisesti merkitsevä. Tämä tutkittujen muuttujien tilastollinen merkitsemättömyys voi johtua tutkimuksen rajoitteista. Tutkittavaan selitettävään muuttujaan eli yhteiskuntavastuureportoinnin laajuuteen vaikuttaa todella monta muutakin selittävää muuttujaa, kuin henkilöstön määrä, liikevaihdon suuruus ja toimiala. Henkilöstön koko ja liikevaihdon suuruus korreloivat myös keskenään vahvasti, mikä laskee näiden muuttujien vaikutusta selitettävään muuttujaan. Tässä tutkimuksessa on tiedostettu, että yhtiön yhteiskuntavastuullisuuteen ja siitä raportointiin vaikuttaa todella monta muutakin tekijää. Näiden tietojen pohjalta esitetään tutkimuksen *toinen johtopäätös*. Yhtiön henkilöstömäärällä ja liikevaihdon suuruudella havaitaan tämän tutkimuksen otoksessa yhteys yhteiskuntavastuureportoinnin laajuuteen. Näiden muuttujien vaikutus on kuitenkin hyvin pieni ja ne eivät ole tilastollisesti merkitseviä, vaikka liikevaihdon suuruuden muuttujan arvo on hyvin lähellä valittua merkitsevyystasoa.

Toimialan vaikutuksia yhtiön yhteiskuntavastuureportointiin selvitetään kolmannessa tutkimuskysymyksessä, *vaikuttaako toimiala ja miten yhtiöiden yhteiskuntavastuureportointi eroaa toimialojen välillä*. Toimiala-analyysissä havaittiin eroja yhtiöiden yhteiskuntavastuureportoinnissa toimialojen välillä. Raaka-ainetoimialan yhtiöt raportoivat keskimäärin laajimmin ja niiden pistekeskisarvo oli 10,7. Teknologiatoimialan yhtiöiden pistekeskisarvo oli 7,3 ja tämä oli toimialoista alhaisin. Tuotteet ja palvelut -toimialalla pistekeskisarvo oli 9,8, teollisuustoimialalla 8,8, terveydenhuoltotoimialalla 8,5 ja rahoituslalla 7,5. Regressioanalyysissä havaittiin, että toimialamuuttujilla on vaikutusta selitettävään muuttujaan. Nämä vaikutukset ovat kuitenkin tilastollisesti merkitseviä ainoastaan raaka-ainetoimialan ja teknologiatoimialan osalta eli laajimmin ja suppeimmin raportoivien toimialojen osalta. Muiden toimialojen kohdalla vaikutus yhteiskuntavastuureportoinnin laajuuteen ei ole tilastollisesti merkitsevä. Tämäkin osaltaan osoittaa valitun mallin rajoitetta, että yhtiön yhteiskuntavastuureportoinnin laajuuteen vaikuttaa monta muutakin tekijää, kuin tässä tutkimuksessa analysoidut. Yhteiskuntavastuureportoinnin

sisältöanalyysissä ei havaittu selkeitä eroja raporttien sisällöissä eri toimialoilla eli aineistoista ei pystytty näkemään raportoidaanko tietyillä toimialoilla jostain teemasta selkeästi enemmän kuin muilla toimialoilla.

Toimiala-analyysin ja regressioanalyysin perusteella esitetään *kolmas johtopäätös*. Tutkimuksen aineistossa havaittiin eroja yhteiskuntavastuuraportoinnissa toimialojen välillä. Raaka-ainetoimialalla yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportointi oli laajinta ja teknologiatoimialalla suppeinta. Näiden toimialojen kohdalla toimialan vaikutus yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen on myös tilastollisesti merkitsevä. Muiden toimialojen vaikutus yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuteen ei ole tilastollisesti merkitsevä. Toimialojen välillä ei havaittu eroja tutkittujen yhteiskuntavastuuraporttien sisältöelementtien esiintymisessä.

## 5.2 Tutkielman arviointi ja mahdollisuudet jatkotutkimukselle

Tämän tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä tunnistetaan useampia. Tutkijan kiinnostuksesta huolimatta, hänellä ei ole henkilökohtaisia yhteyksiä tutkittavaan kohteeseen tai sen tarkoituksiin. Aihe- ja menetelmävalinnat, tutkimuksen tulokset tai tutkijan johtopäätökset eivät vaikuta tutkijan etuuksiin tai henkilökohtaisiin ja ammatillisiin suhteisiin. Koko tutkimuksen ajan on tiedostettu, että yhtiön yhteiskuntavastuuraportointiin vaikuttaa tässä tutkittujen tekijöiden, henkilöstön koko, liikevaihto ja toimiala, lisäksi monta muutakin tekijää. Aineistonkeruussa on kuitenkin pyritty ottamaan huomioon koko prosessin ajan luotettavuus ja soveltuvuus. Tutkittavien teemojen lukumäärä on pidetty pienenä empiirisen aineiston hallittavuuden vuoksi. Tämä jättää havaittujen tulosten merkitsevyyden pieneksi, kuten nähdään regressioanalyysin tuloksista. Kuitenkin laaditun regressiomallin F-testin arvo osoittaa, että malli on sopiva valitun selitettävän muuttujaan vaihtelun selittämiseen.

Toinen vaikuttava tekijä on käytetty menetelmä eli pisteanalyysi. Pisteanalyysi on rakennettu täysin subjektiivisesti empiirisen aineiston läpikäynnin jälkeen. Eli tutkimuksen tekijä on itse valinnut tutkittavat teemat. Valittu tutkimusmenetelmä eli kvantitatiivinen analyysi on kuitenkin sopiva menetelmä tutkimuskysymyksiin nähden, koska tavoitteena oli selvittää miten suomalaiset pörssiyhtiöt raportoivat yhteiskuntavastuustaan ja vaikuttavatko yhtiön koko ja toimiala siihen. Subjektiivisesti valittujen teemojen vuoksi empiirinen aineisto jää melko pieneksi. Tähän vaikuttaa myös empiirisen aineiston laati- miseen käytettyjen tutkittavien yhtiöiden lukumäärä (123). Eli subjektiivisuus ja aineiston pieni koko vaikuttavat tutkimuksen luotettavuuteen.

Subjektiiivisuus näkyy myös itse pisteytyksessä ja niiden tulkinnoissa, mitkä osaltaan vaikuttavat tutkimuksen luotettavuuteen. Pisteytyksen tulkinta tarkoittaa, että tutkijan piti tehdä linjauksia tiettyjen tutkittavien teemojen esiintymisestä. Esimerkiksi YK:n kestävä kehityksen tavoitteiden kohdalla vaadittiin pisteen saamiseksi, että yhtiö on raportoinut myös toimistaan ja tuloksistaan näiden tavoitteiden eteen tehdystä työstä. Eli pelkkä maininta ja viittaus YK:n kestävä kehityksen tavoitteiden noudattamisesta ei riittänyt. Tutkija kuitenkin esitti myös niiden yhtiöiden lukumäärän, jotka vain viittasivat näihin. Pisteen yhtiö sai kuitenkin vain, jos se oli raportoinut selvästi toimista ja tuloksista YK:n kestävä kehityksen tavoitteiden edistämiseksi. Pisteytysten tulkinnalliset linjaukset alentavat tutkimuksen luotettavuutta ja yleistettävyyttä, koska nämä ratkaisut ovat tutkijan itse tekemiä ja toinen tutkija todennäköisesti ratkaisisi tilanteet täysin eri tavalla. Pisteytyksen tulkinnallisissa ratkaisuissa nousee esiin myös haaste, että tutkija pystyy pitämään täsmällisen linjan tulkinnoissaan kaikkien yhtiöiden kohdalla. Se on haastavaa, koska yhtiöiden raportit ovat erilaisia sisällöiltään, esitystavoiltaan ja esimerkiksi sanavalinnoiltaan. Tutkija kuitenkin kiinnitti tähän erityistä huomioita tehdessään yhtiöiden pisteytystä.

Kirjoitusprosessin aikana tutkija on toiminut objektiivisesti ja eettisiä periaatteita noudattaen. Lisäksi tutkija on pitänyt luotettavuuden ja neutraalisuuden mielessä toiminnassaan. Tutkimusta tukemaan on hankittu monipuolisesti teoreettista tietoa aiemmista tutkimuksista. Tutkimusraportin alkuperäisyys on tarkistettu plagiaatintarkistusohjelmalla.

Tutkimusprosessin aikana kehittyi muutamia jatkotutkimusmahdollisuuksia tutkittavaan aiheeseen liittyen. Ensinnäkin voisi tutkia tarkemmin syitä yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnin ja yhtiöiden välisten raportointierojen taustalla. Lisäksi tämän tutkimuksen kanssa samanlaisella menetelmällä voisi tutkia useampaa selittävää muuttujaa. Kolmanneksi voisi tutkia maiden välisiä eroja yhteiskuntavastuuraportoinnissa. Esimerkiksi yhteiskuntavastuuraportoinnin eroja Pohjoismaiden välillä tai Euroopan, Yhdysvaltojen ja Aasian välillä.

## 6 YHTEENVETO

Tässä tutkielmassa tutkittiin suomalaisten Helsingin pörssissä noteerattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportointia. Tavoitteena oli selvittää suomalaisten pörssiyhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnin keinoja ja yhteiskuntavastuuraporttien sisältöä. Yritysten yhteiskuntavastuuraportointi on yleistynyt maailmanlaajuisesti huomattavasti 2000-luvulla. Tätä kehitystä ovat edesauttaneet lainsäädäntö ja raportointiohjeistusten kasvanut määrä, joilla on tavoiteltu yhtiöiden toiminnan läpinäkyvyyden parantamista. Yhtiöiden sidosryhmät, esimerkiksi sijoittajat, ovat myös alkaneet vaatia yhtiöiltä parempaa yhteiskuntavastuullisuutta. Yhtiöt itse ovat myös alkaneet sitoutumaan enemmän vastuullisuuteen siitä saatavien hyötyjen vuoksi. Näitä hyötyjä ovat esimerkiksi parempi taloudellinen suoriutuminen, parempi maine ja matalammat pääomakustannukset.

Yhteiskuntavastuu yhtiöiden näkökulmasta tarkoittaa sen toiminnan vaikutusten tiedostamista ja niihin vaikuttamista. Yhtiöiden toiminnalla on taloudellisten vaikutusten lisäksi myös sosiaalisia vaikutuksia ja ekologisia vaikutuksia. Näiden vaikutusten esittämiseksi käytetään yhteiskuntavastuuraportointia, jolla yhtiö viestii sen toiminnan vaikutuksista sidosryhmille. Yhteiskuntavastuuraportilla tuodaan esille yhtiön näkökulmasta olennaisimmat yhteiskuntavastuun teemat ja tulokset niiden eteen tehdystä työstä.

Tiettyjen suomalaisten yhtiöiden raportoinnista säädetään myös lailla. Kirjanpitolain luvun 3a mukaan julkisten osakeyhtiöiden, joiden keskimääräinen työntekijämäärä tilikauden aikana on yli 500 henkilöä, on esitettävä selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista osana vuosikertomusta. Tämä tarkoittaa selvitystä ympäristöasioista, sosiaalisista ja henkilöstöasioista, ihmisoikeuksista sekä korruption ja lahjonnan torjunnasta. Selvitykseen sisällytetään tiedot edellä listattujen teemojen eteen tehdystä työstä. Muilta osin yhteiskuntavastuuraportointi on vapaaehtoista.

Vaikka yhteiskuntavastuuraportointi on pääosin vapaaehtoista, sen julkaisemiseen on monia syitä ja osan taustalla ovat selkeät hyödyt yhtiölle. Kansainvälisissä tutkimuksissa on havaittu, että suuremmat yhtiöt raportoivat todennäköisemmin yhteiskuntavastuutaan. Tämä johtuu suurempien yhtiöiden suuremmasta näkyvyydestä ja yhteiskuntavastuuraportoinnilla ne oikeuttavat asemaansa. Yhteiskuntavastuuraportoinnilla hallitaan myös yhtiön mainetta eli voidaan parantaa yhtiön mainetta tai ainakin pyrkiä välttämään negatiivista mainetta. Hyvä maine voi parantaa yhtiön kuvaa sidosryhmien keskuudessa ja näin parantaa yhtiön arvoa. Yhteiskuntavastuuraportointi voi alentaa myös pääomakustannuksia, mikä on positiivista yhtiölle. Kansainvälisissä tutkimuksissa on havaittu, että



yhteiskuntavastuulla ja -raportoinnilla on positiivinen vaikutus yhtiön taloudelliseen suoriutumiseen.

Tässä tutkimuksessa laadittuihin tutkimuskysymyksiin pyrittiin etsimään vastauksia kvantitatiivisella analyysillä, joka toteutettiin nomoteettisella tutkimusotteella. Empiirinen aineisto kerättiin 123 suomalaisen Helsingin pörssissä noteeratun yhtiön yhteiskuntavastuuraporteista, minkä jälkeen yhtiöt pisteytettiin. Empiirisen aineiston avulla toteutettiin kvantitatiivinen analyysi kolmessa vaiheessa. Nämä vaiheet olivat sisältöanalyysi, pisteanalyysi ja toimiala-analyysi. Sisältöanalyysissä selvitettiin yhtiöiden raportointikeinoja ja valittujen raportointiteemojen käyttöä. Pisteanalyysissä vertailtiin yhtiöiden saamia pisteitä ja tutkittiin, onko yhtiön koolla vaikutusta yhteiskuntavastuuraportointiin. Toimiala-analyysissä selvitettiin yhteiskuntavastuuraportoinnin eroja toimialojen välillä.

Tutkimuksessa saatujen tulosten perusteella voidaan todeta, että suomalaiset pörssi-yhtiöt raportoivat laajasti yhteiskuntavastuustaan, sillä suuri osa yhtiöistä julkaisee yhteiskuntavastuuraportin ja keskimäärin raportit sisältävät useampia raportointiteemoja. Aiempien tutkimusten kanssa yhtäläisiä havaintoja yhtiön koon ja yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuuden välillä havaittiin myös tämän tutkimuksen empiirisestä aineistosta, mutta nämä havainnot eivät kuitenkaan olleet tilastollisesti merkitseviä valituilla merkitsevyystasoilla. Tutkimuksessa havaittiin myös, että toimialojen välillä on eroja yhteiskuntavastuuraportoinnissa.

Tutkimus kasvatti ymmärrystä yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnin merkityksestä. Yhteiskuntavastuuraportoinnilla pystytään esittämään yhtiön toiminnan vaikutuksia monipuolisesti ja sen avulla pystytään lisäämään läpinäkyvyyttä. Suomalaisten yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnin osalta kasvoi ymmärrys siitä, että Suomessa yhtiöt raportoivat jo kattavasti yhteiskuntavastuustaan. Odotuksena oli, että suomalaisten yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnissa olisi suurempaa vaihtelua. Tällä tutkimuksella saatiin uutta tietoa juuri suomalaisten Helsingin pörssissä noteerattujen yhtiöiden yhteiskuntavastuuraportoinnista, koska sitä koskevaa aiempaa tutkimusta on hyvin vähän.



## LÄHTEET

- Abdullah, R – Mahmuda, D – Malik, E – Pratiwi, E T – Rais, M – Dja’wa, A – Abdullah, L O D – Hardin – Lampe, M – Tjilen, A (2019) The influence of environmental performance, environmental costs and firm size on financial performance with corporate social responsibility as intervening variables (empirical study on manufacturing companies listed on the Indonesia stock exchange 2014–2018). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 343.
- About the PRI (ei pvm.) Principles for Responsible Investment -internetsivut. About the PRI. <<https://www.unpri.org/pri/about-the-pri>>, haettu 15.6.2020.
- Anesa, Mattia – Gillespie, Nicole – Spee, Paul A. – Sadiq, Kerrie (2019) The legitimization of corporate tax minimization. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 75 (Toukokuu 2019), 17–39.
- Arvopaperimarkkinalaki (746/2012) Arvopaperimarkkinalain luvun 2 pykälä 5: Säännelty markkina ja säännellyn markkinan ylläpitäjä.
- Avi-Yonah, Reuven S. (2006) Corporate social responsibility and strategic tax behaviour. *Public Law and Legal Theory Working Paper Series*. University of Michigan Law School.
- Baudot, Lisa – Johnson, Joseph A. – Roberts, Anna – Roberts, Robin W. (2020) Is corporate tax aggressiveness a reputation threat? Corporate accountability, corporate social responsibility, and corporate tax behaviour. *Journal of Business Ethics*, Vol 163 (2) 197–215.
- Bhinekawati, Risa (2016) *Corporate social responsibility and sustainable development*. Gower, London.
- Campbell, John L. (2007) Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, Vol. 32 (3), 946–967.
- Carroll, Archie B. (1979) A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, Vol. 4 (4), 497–505.
- Carroll, Archie B. (1999) Corporate social responsibility – Evolution of a definitional construct. *Business and Society*, Vol. 38 (3), 268–295.
- Chi, Wuchun – Wu, Shing-Jen – Zheng, Zhen (2020) Determinants and consequences of voluntary corporate social responsibility disclosure: Evidence from private firms. *The British Accounting Review*. Article in press. <<https://doi.org/10.1016/j.bar.2020.100939>>, haettu 31.8.2020.
- 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.

- Dhaliwal, Dan – Li, Oliver Zhen – Tsang, Albert – Yang, Yong George (2014) Corporate social responsibility disclosure and the cost of capital: The roles of stakeholder orientation and financial transparency. *Journal of Accounting & Public Policy*, Vol. 33 (4), 328–355.
- Eberstadt, Nicholas N. (1977) What history tells us about corporate responsibilities. *Managing Corporate Social Responsibility*, 17–22. Little, Brown and Company, Kanada.
- EK (2014) Direktiivi muun kuin taloudellisen tiedon raportoinnista velvoittaa noin sataa yritystä Suomessa. Elinkeinoelämän keskusliitto. <<https://ek.fi/ajankohtaista/uutiset/2014/12/03/direktiivi-muun-kuin-taloudellisen-tiedon-raportoinnista-velvoittaa-noin-sataa-yritysta-suomessa/>>, haettu 30.3.2020.
- Ernst & Young (2012) Now is the time to address disclosure overload. Ernst & Young. <[http://www.lexissecuritiesmosaic.com/gateway/sec/speech/%24FILE\\_TothePoint\\_BB2367\\_DisclosureOverload\\_21June2012.pdf](http://www.lexissecuritiesmosaic.com/gateway/sec/speech/%24FILE_TothePoint_BB2367_DisclosureOverload_21June2012.pdf)>, haettu 3.4.2020.
- Erwin, Patrick M. (2011) Corporate codes of conduct: The effects of code content and quality on ethical performance. *Journal of Business Ethics*, Vol. 99 (4), 535–548.
- EU (2014) Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2014/95/EU. Direktiivi neuvoston direktiivin 2013/34/EU muuttamisesta tietyiltä suurilta yrityksiltä ja konserneilta edellytettävien muiden kuin taloudellisten tietojen ja monimuotoisuutta koskevien tietojen julkistamisen osalta. Euroopan unioni, Strasbourg 2014.
- Friedman, Milton (1970) The Social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, September 1970.
- Giannarakis, Grigoris (2014) Corporate governance and financial characteristic effects on the extent of corporate social responsibility disclosure. *Social Responsibility Journal*, Vol. 10 (4), 569–590.
- Glen, Stephanie (2020) Regression Analysis: Step by step articles, videos, simple definitions sivustolta statisticshowto.com: Elementary statistics for the rest of us! <<https://www.statisticshowto.com/probability-and-statistics/regression-analysis/>>, haettu 20.8.2020.
- GRI: Information. GRI's history. <<https://www.globalreporting.org/information/about-gri/gri-history/Pages/GRI's%20history.aspx>>, haettu 28.4.2020.
- GRI: Standards A. Getting started with the standards. <<https://www.globalreporting.org/standards/getting-started-with-the-gri-standards/>>, haettu 28.4.2020.
- GRI: Standards B. <<https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/>>, haettu 28.4.2020.

- GRI: Standards C. GRI Sector Program. <<https://www.globalreporting.org/standards/work-program-and-standards-review/gri-sector-program/>>, haettu 4.5.2020.
- GSSB (2016a) GRI 101: Foundation. Global Sustainability Standards Board.
- GSSB (2016b) GRI 102: General Disclosures. Global Sustainability Standards Board.
- GSSB (2016c) GRI 103: Management Approach. Global Sustainability Standards Board.
- GSSB (2018) GRI Standards Glossary. Global Sustainability Standards Board.
- IIRC (2013) The International <IR> Framework. The International Integrated Reporting Council.
- ISO (2010) ISO 26000 – Guidance on how to contribute to sustainable development. <<https://iso26000.info/definitions/>>, haettu 23.3.2020.
- Jussila, Markku (2010) *Yhteiskuntavastuu. Nyt*. Markku Jussila ja Infor Oy, Vantaa.
- Juutinen, Sirpa (2016) *Strategisen yritysvastuun käsikirja*. Talentum Media Oy, Helsinki.
- Kasanen, Eero – Lukka, Kari – Siitonen, Arto (1993) The constructive approach in management accounting research. *Journal of Management Accounting Research*, 243-264.
- Keskin, Ayşe İrem – Dincer, Banu – Dincer, Caner (2020) Exploring the impact of sustainability on corporate financial performance using discriminant analysis. *Sustainability; Basel*, Vol 12 (6).
- Ketola, Tarja (2005) *Vastuullinen liiketoiminta – Sanoista teoiksi*. Tarja Ketola ja Edita Publishing Oy, Helsinki.
- KOM (2001) Vihreä kirja – Yritysten sosiaalisen vastuun eurooppalaisten puitteiden edistämisestä. Euroopan komissio, Bryssel. <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=FI>>, haettu 23.3.2020.
- KOM (2011) A renewed EU strategy 2011-2014 for Corporate Social Responsibility. Euroopan komissio, Bryssel. <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=EN>>, haettu 20.2.2020.
- Kirjanpitolaki (1336/1997) Kirjanpitolain luku 3a: Selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista.
- Knuutinen, Reijo (2014) *Verotus ja yrityksen yhteiskuntavastuu*. Lakimiesliiton kustannus, Helsinki.
- Knuutinen, Reijo (2017) *Hyvät pahat verot*. Reijo Knuutinen ja Docendo Oy, Jyväskylä.

- KvantiMOTV (2003) Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto, Hypoteesien testaus. <<https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/hypoteesi/testaus.html>>, haettu 14.9.2020.
- KvantiMOTV (2008) Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto, Regressioanalyysi. <<https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/regressio/analyysi.html>>, haettu 20.8.2020.
- Lanis, Roman – Richardson, Grant (2012) Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol 31 (1), 86–108.
- Laki luottolaitostoiminnasta (610/2014) Luottolaitostoiminnasta annetun lain luvun 1 pykälä 7: Luottolaitos.
- Lukka, Kari (1991) Laskentatoimen tutkimuksen epistemologiset perusteet. *Liiketaloudellinen aikakauskirja*, No.2, 161-184.
- Marrewijk, Marcel, van (2003) Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, Vol 44 (2), 95–105.
- Munro, Virginia – Arli, Denni (2019) Corporate sustainable actions through United Nations sustainable development goals: The internal customer's response. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 2019 (e1660).
- Milne, Markus J. – Gray, Rob (2013) W(h)ither ecology? The triple bottom line, the Global Reporting Initiative and corporate social responsibility reporting. *Journal of Business Ethics*, Vol 118 (1), 13–29.
- Nasdaq OMX Nordic (2020) Companies listed on Nasdaq Helsinki. <<http://www.nasdaqomxnordic.com/osakkeet/listayhtiot/helsinki>>, haettu 27.1.2020.
- Niskala, Mikael – Tarna-Mani, Kaisa – Puroila, Jenni – Pajunen, Tomi (2019) *Yritysvastuu – raportointi- ja laskentaperiaatteet*. ST-Akatemia Oy, Helsinki.
- OECD (2011) *Guidelines for Multinational Enterprises*. OECD Publishing.
- Osakeyhtiölaki (624/2006) Osakeyhtiölain 1. osan 1. luvun pykälä 5: Toiminnan tarkoitus.
- Porter, Michael E. – Kramer, Mark R. (2006) Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, joulukuu 2006, 78–92.
- Porter, Michael E. – Kramer, Mark R. (2011) Creating shared value. *Harvard Business Review*, tammi-helmikuu 2011, 62–77.
- PwC (2016) Yritysvastuubarometri 2016. <<http://cdn2.hubspot.net/hubfs/2185773/Julkaisut/PwCn-Yritysvastuubarometri-2016.pdf>>, haettu 2.4.2020.

- PwC (2017) Yritysvastuubarometri 2017. <<https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2185773/yritysvastuubarometri-2017.pdf>>, haettu 2.4.2020.
- PwC (2018) Yritysvastuubarometri 2018. <<https://www.pwc.fi/fi/yritysvastuu/tiedostot/pwcn-yritysvastuubarometri-2018-v2.pdf>>, haettu 2.4.2020.
- Salazar, José – Husted, Brian W. (2008) Principals and agent: Further thoughts on the Friedmanite critique of corporate social responsibility. *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford University Press 2008.
- SASB Overview (ei pvm.) Standards overview. Sustainability Accounting Standards Board. <<https://www.sasb.org/standards-overview/>>, haettu 15.6.2020.
- Siltaoja, Marjo (2004) Yrityksen yhteiskunnallinen vastuu ja yrityksen maine suomalaisen lehtitalon esimiesten käsityksissä. *Liiketaloudellinen aikakauskirja*, No.3, 294–324.
- Stolowy, Hervé – Paugam, Luc (2018) The expansion of non-financial reporting: an exploratory study. *Accounting and Business Research*, Vol 48 (5), 525–548.
- TCFD (2017) Final Report: Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures. Task Force on Climate-related Financial Disclosures.
- Tuomi, Jouni ja Sarajärvi, Anneli (2018) *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Uudistettu laitos. Jouni Tuomi, Anneli Sarajärvi ja Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsinki.
- UPM (2020) UPM code of conduct. <<https://www.upm.com/investors/governance/governance-guidelines/code-of-conduct/>>, haettu 26.6.2020.
- Vakuutusyhtiölaki (521/2008) Vakuutusyhtiölain luvun 1 pykälä 1: Soveltaminen.
- Wang, Yu-Shan – Chen, Yi-Jie (2017) Corporate social responsibility and financial performance: event study cases. *Journal of Economic Interaction and Coordination*, Vol 12 (2), 193–219.
- Watson, Roger (2015) Quantitative research. *Nursing Standard*, No.29 (31).
- WBCSD (2000) Corporate social responsibility: making good business sense. World Business Council for Sustainable Development.
- WCED (1987) Our Common Future – Report of the World Commission on Environment and Development. Yhdistyneet kansakunnat.
- YK: Global compact (ei pvm.) United Nations Global Compact website – The principles. <<https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>>, haettu 24.3.2020.
- YK (2015) Transforming our world: the 2030 agenda for sustainable development. United Nations General Assembly A/RES/70/1.

<[https://www.un.org/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E](https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E)>, haettu 26.5.2020.

YK: Kestävä kehitys (ei pvm.) United Nations website: The sustainable development agenda. <<https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>>, haettu 26.5.2020.

YK: Kestävän kehityksen tavoitteet (2015.) United Nations website: Sustainable development goals. <<https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>>, haettu 26.5.2020.



**LIITE LUETTELO EMPIIRISEN AINEISTON YHTIÖISTÄ**

Afarak Group Oyj  
Ahlstrom-Munksjö Oyj  
Aktia Bank Abp  
Alma Media Oyj  
Altia Oyj  
Apetit Oyj  
Aspo Oyj  
Aspocomp Group Oyj  
Atria Oyj  
Basware Oyj  
Biohit Oyj  
Bittium Oyj  
CapMan Oyj  
Cargotec Oyj  
Caverion Oyj  
Citycon Oyj  
Componenta Oyj  
Consti Yhtiöt Oyj  
Cramo Oyj  
Digia Oyj  
Digitalist Group Oyj  
DNA Oyj  
Dovre Group Oyj  
EAB Group Oyj  
Efore Oyj / Enedo Oyj  
Elecster Oyj  
Elisa Oyj  
Enento Group Plc (ent. Asiakastieto Group Oyj)  
eQ Oyj  
Etteplan Oyj  
Evli Pankki Oyj  
Exel Composites Oyj

Finnair Oyj  
Fiskars Oyj Abp  
Fortum Oyj  
F-Secure Oyj  
Glaston Oyj Abp  
Harvia Oyj  
HKScan Oyj  
Hoivatilat Oyj  
Honkarakenne Oyj  
Huhtamäki Oyj  
Ilkka-Yhtymä Oyj  
Incap Oyj  
Innofactor Plc  
Investors House Oyj  
Kamux Oyj  
Kemira Oyj  
Keskisuomalainen Oyj  
Kesko Oyj  
Kesla Oyj  
Kojamo Oyj  
KONE Oyj  
Konecranes Oyj  
Lassila & Tikanoja Oyj  
Lehto Group Oyj  
Marimekko Oyj  
Martela Oyj  
Metso Oyj  
Metsä Board Oyj  
Neo Industrial Oyj  
Neste Oyj  
Nixu Oyj  
NoHo Partners Oyj  
Nokia Oyj  
Nokian Renkaat Oyj

Nordea Bank Abp  
Nurminen Logistics Oyj  
Olvi Oyj  
Oma Säästöpankki Oyj  
Oriola Oyj  
Orion Oyj  
Outokumpu Oyj  
Outotec Oyj  
Ovaro Kiinteistösijoitus Oyj  
Panostaja Oyj  
Pihlajalinna Oyj  
Plc Uutechnic Group Oyj  
Ponsse Oyj  
PunaMusta Media Oyj  
QPR Software Oyj  
Qt Group Oyj  
Raisio Oyj  
Rapala VMC Oyj  
Raute Oyj  
Revenio Group Oyj  
Robit Oyj  
Rovio Entertainment Oyj  
Saga Furs Oyj  
Sampo Oyj  
Sanoma Oyj  
Scanfil Oyj  
Sievi Capital Oyj  
Siili Solutions Oyj  
Silmäasema Oyj  
Solteq Oyj  
Soprano Oyj  
SRV Yhtiöt Oyj  
SSH Communications Security  
Stockmann Oyj Abp

Stora Enso Oyj  
Suominen Oyj  
Taaleri Oyj  
Talenom Oyj  
Tecnotree Oyj  
Teleste Oyj  
Terveystalo Oyj  
TietoEVRY Oyj  
Tikkurila Oyj  
Tokmanni Group Oyj  
Trainers' House Oyj  
Tulikivi Oyj  
UPM-Kymmene Oyj  
Uponor Oyj  
Vaisala Oyj  
Valmet Oyj  
Valoe Oyj  
Viking Line Abp  
Wulff-Yhtiöt Oyj  
Wärtsilä Oyj Abp  
YIT Oyj  
Yleiselektronikka Oyj  
Ålandsbanken Abp