



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

Aine	Laskentatoimi	Päivämäärä	15.4.2003
Tekijä(t)	Kalle Hallanoro	Matrikkelinumero	8071
		Sivumäärä	114
Otsikko	Yhteiskuntavastuun raportointi suomalaisissa pörssiyrityksissä		
Ohjaaja(t)	KTT Hannu Schadewitz ja KTL Mikko Kepsu		

Tiivistelmä

Taloudellisen suoriutumisen lisäksi yritykset joutuvat lisääntyvässä määrin huomioimaan toiminnassaan myös luontoon ja yhteiskuntaan liittyviä näkökulmia. Yhteiskuntavastuun huomioiminen on edellytyksenä yritystoiminnan jatkuvuudelle ja selviytymiselle tiukassa kilpailussa, erityisesti pitkällä aikavälillä. Tämän seurauksena perinteisen, pääasiassa omistajille suunnatun taloudellisen tiedottamisen rinnalle on kehittynyt yhteiskuntavastuun raportointi, joka huomioi yrityksen vuorovaikutukset muidenkin sidosryhmien, kuin omistajien kanssa.

Tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa ja analysoida suomalaisten pörssiyritysten syitä yhteiskuntavastuusta raportoimiseen sekä yhteiskuntavastuun raportoinnille asetettuja tavoitteita. Lisäksi analysoidaan miksi kaikki yritykset eivät raportoi yhteiskuntavastuustaan. Tutkimuksessa kartoitetaan myös mahdollisuuksien mukaan yritysten valmistautumista Euroopan unionin valmisteilla oleviin yhteiskuntavastuun raportoinnin määräyksiin, sekä selvitetään miten lainsäädännön vaikutukset raportointiin nähdään yrityksissä. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys rakentuu legitimaatio- ja sidosryhmäteorian varaan. Empiirinen aineisto kerättiin Internet-pohjaisella kyselytutkimuksella Suomen IR-yhdistyksen Helsingin Pörssissä listattuja yrityksiä edustavilta jäseniltä. Tuloksia ei voida yleistä kattaamaan kaikkia suomalaisia pörssiyrityksiä, koska aineisto ei ole kattava otos Helsingin Pörssin yrityksistä.

Empiiristen havaintojen mukaan yritykset uskovat kykenevänsä yhteiskuntavastuun raportoinnilla demonstroimaan yhteiskunnalle toimintansa legitimitetin. Tärkeimpänä yksittäisenä yhteiskuntavastuun raportoinnin tavoitteena on myönteisen yrityskuvan vaaliminen. Tämä saattaa asettaa raportoinnin objektiivisuuden kyseenalaiseksi. Yritykset suuntaavat yhteiskuntavastuun raportointinsa pääasiassa henkilöstölle, asiakkaille ja taloudellisille sidosryhmille. Arviot lainsäädännön hyödyllisyydestä jakaantuivat yritysten kesken melkoisesti. Lähes yksimielisiä oltiin kuitenkin siitä, ettei yhteiskuntavastuun raportointia tulisi pakollistaa lainsäädännöllä. Yhteiskuntavastuun raporttien taustalla on ensisijaisesti yritysten pyrkimys legitimoida olemassaolonsa.

Asiasanat	Yhteiskuntavastuun raportointi, sijoittajaviestintä
Muita tietoja	